

**T.C.  
MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
RADYO, SİNEMA VE TELEVİZYON  
ANABİLİM DALI**



**DİJİTAL EBEVEYNLİK OLGUSU OLARAK SHARENTING**

**Doktora Tezi**

**Hazırlayan  
Pelin KILINÇ ÖZÜÖLMEZ**

**Danışman  
Prof. Senem Ayşe DURUEL ERKİLİÇ**

**NİSAN-2024, MERSİN**

**T.C.  
MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
RADYO, SİNEMA VE TELEVİZYON  
ANABİLİM DALI**

**DİJİTAL EBEVEYNLİK OLGUSU OLARAK SHARENTING**

**Doktora Tezi**

**Hazırlayan  
Pelin KILINÇ ÖZÜÖLMEZ  
ORCID No: 0000-0001-6207-5786**

**Danışman  
Prof. Senem Ayşe DURUEL ERKİLİÇ  
ORCID No: 0000-0003-2053-4635**

**NİSAN-2024, MERSİN**

## ÖZET

### DİJİTAL EBEVEYNLİK OLGUSU OLARAK SHARENTING

Dijitalleşen çağın yeni medya ortamlarında iletişim yöntemleri gün geçtikçe değişime uğramaktadır. İnternet erişiminin yaygınlaşması kullanıcılar arasındaki etkileşim sıklığının artmasında önemli rol oynamıştır. Sosyal ağlarda üretilen içerikler eğlence, bilgi paylaşımı, haber edinme gibi farklı amaçlar doğrultusunda çeşitlense de gerçekleştirilen kimi paylaşımların etik, ahlaki ve yasal boyutunda doğrudan kişilik hakkı ihlallerine rastlanabilmektedir. Özellikle yeni medyada bir ebeveyn pratiği olarak karşımıza çıkan sharenting (paylaşanabalık) kavramı son yılların iletişim çalışmaları özelinde öne çıkan bağlamıyla gittikçe tartışma alanı genişleyen bir konuma yerleşmiştir. Bu kavram, çocukların hassas bilgilerine ebeveynleri tarafından yaygınlık kazandırılması sorunsalını tanımlamaktadır. Ebeveynler çocuklarının kişisel verilerini kimi zaman belirli bir amaç doğrultusunda kimi zaman ise farkında dahi olmadan internet ortamlarında ve özellikle sosyal ağlarda kamuya açık olarak paylaşmaktadır. Bu durum çocukların güvenliklerini hem sosyal yaşamlarında hem de dijital ortamlarında tehlikeye açık hale getirebilmektedir. Bu durum bakım sorumluluğunda birincil konumda yer alan ebeveynler tarafından gerçekleştirildiğinde ise sorun alanının bağlamı genişlemektedir. Bu çalışma yeni medya ortamlarında özellikle sosyal paylaşım ağları arasından Instagram’da yer alan dijital ebeveynlerin çocuklar özelinde gerçekleştirdikleri gönderiler arasında; hak ihlallerinin olup olmadığını, ebeveyn sorumluluğunun etik yanını ve varsa mahremiyetin kamusal paylaşıma açık hale gelmesi yönündeki sorunsalları kapsamlı olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaca yönelik olarak yapılan ebeveyn gönderileri araştırmalarında beş dijital ebeveyn yaklaşımı belirlenmiştir. Bunlar; sosyal olumlanma beklentisi, bilgi paylaşımı, ticari kazanç sağlama, farkındalık yaratma ve ben odaklı dijital ebeveyn yaklaşımlarıdır. Bu yaklaşımlar Petronio’nun İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi referans alınarak mahremiyet, kimlik, tüketim ve kişisel kamusal alan başta olmak üzere art alanındaki faktörler etrafında derinleştirilmiştir. Bu yapılırken Teun A. Van Dijk’in söylem analizinden yararlanılarak seçilen beş dijital ebeveynin sharenting temelli gönderileri makro ve mikro yapılar etrafında analiz edilmiştir. Böylelikle sharenting olgusunun içerdiği olanak ve riskler derinlemesine incelenerek çocuklar ile ilgili kamuya açık paylaşılan verilerin çok boyutlu bir yapıya sahip olduğu ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sharenting, Dijital Ebeveynlik, Sosyal Ağlar, Dijitalleşme, Çocuk.

**Danışman:** Prof. Senem Ayşe DURUEL ERKİLİÇ, Radyo, Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin.

## ABSTRACT

### SHARENTING AS A DIGITAL PARENTING PHENOMENON

The communication methods in the new media environments of the digitizing era are undergoing continuous changes. The widespread access to the internet has played a significant role in increasing the frequency of interaction among users. Although the content produced on social networks varies according to different purposes such as entertainment, information sharing, and news acquisition, certain shared posts may directly encounter violations of personal rights in terms of ethical, moral, and legal dimensions. Particularly, the concept of "Sharenting" emerging as a parental practice in the new media has increasingly become a subject of debate in the context highlighted by communication studies in recent years. This concept defines the problematic of parents making the sensitive information of children widespread. Parents sometimes share their children's personal data publicly on the internet, especially on social networks, either for a specific purpose or sometimes even unknowingly. This situation can endanger the safety of children both in their social lives and in digital environments. When this is done by parents who are primarily responsible for caregiving, the scope of the problem widens. This study aims to comprehensively evaluate whether there are any violations of rights among the posts made by digital parents specifically concerning their children on new media environments and social networking platforms particularly on Instagram, the ethical aspect of parental responsibility, and, if any, the issue of privacy becoming publicized, regarding their children in new media environments. Five digital parental approaches have been identified in research on parental posts made for this purpose. These are social approval expectation, information sharing, commercial gain, awareness creation, and self-focused digital parental approaches. These approaches have been deepened around factors such as privacy, identity, consumption, and personal public space, primarily based on Petronio's Communication Privacy Management Theory. In doing so, the posts of the five digital parents selected based on sharenting were analyzed around macro and micro structures using Teun A. Van Dijk's discourse analysis. Thus, the possibilities and risks inherent in the sharenting phenomenon have been thoroughly examined, revealing that publicly shared data related to children have a multidimensional structure.

**Keywords:** Sharenting, Digital Parenting, Social Networks, Digitization, Child.

**Advisor:** Prof. Senem Ayşe DURUEL ERKİLİÇ, Department of Radio, Cinema and Television, Mersin University, Mersin.

## TEŞEKKÜR

Bilimsel araştırma gerçekleştirirken kimi zaman gündelik yaşamda karşılaştığımız sorun alanları üzerine yoğunlaşırız. Bizi üzerine düşünmeye iten ve bazen bunun için bir şeyler yapabilmek isteği uyandıran ‘şeyler’, bilimsel çalışmanın zorunluluktan sorumluluk haline dönüşmesini sağlar. Bu doktora tezi benim için tam da böyle bir hissiyatın ürünü. Doktora eğitimine başladığımda henüz doğmamış, 4 aylık bir bebeğin yaşamına eşlik edebilecek olmanın heyecanını taşıyordum. Birlikte saatlerce çalıştık. Bu duygu bazen zorlayıcı, çoğunlukla mutluluk ve gurur vericiydi. Onun gelişimi için okuduğum kaynaklar ve yaptığım araştırmalar, ebeveynlik üzerine çalışma isteğimi güçlendiriyordu. Gözlemlerim artarken sosyal ağlarda çocuklarının her anını paylaşma konusunda hevesli olan ebeveynlerin bunu neden yaptıklarını anlamaya çalışıyor diğer taraftan ise adını tam koyamadığım bir rahatsızlık hissediyordum. Sonra bu rahatsızlığın adı doktora tezimin başlığında yerini aldı: Sharenting.

Yeni medya araştırmalarında dijital ebeveynlik üzerine çalışma fikrimi yapıcı ve anlayışlı yaklaşımı ile karşılayan, tez aşamasında beni yönlendiren ve destekleyen değerli danışmanım Prof. Senem Ayşe DURUEL ERKİLİÇ’a sonsuz şükranlarımı sunarım. Doktora yeterlilik süreci dahil olmak üzere tezin her aşamasını titizlikle değerlendiren ve ufkumu açan Prof. Dr. Mustafa Emre KÖKSALAN’a, yeni medya araştırmalarında bana yol gösteren ve yapıcı eleştirileri ile çalışmalarımın yardımlarını esirgemeyen Doç. Dr. Recep ÜNAL’a yürekten teşekkür ederim. Tez savunma jürimde yer almayı kabul ederek sağladığı değerli katkı ve önerilerinden dolayı Prof. Dr. Zeynep ÖZARSLAN’a, içten ve anlayışlı yaklaşımı beraberinde bilgi birikimini paylaşarak çalışmamı zenginleştiren Dr. Öğr. Üyesi Filiz BİLGİN ÜLKEN ile üzerimde emeği olan tüm bilim insanlarına teşekkür ederim.

Tez çalışması süreci boyunca yalnızca literatür kaynak önerileri ve temini ile değil aynı zamanda moral desteği ile de her aşamada yanımda olduğunu hissettiğim değerli arkadaşım Doç. Dr. Canan DURAL TASOUJİ’ye ve yüksek lisans tezim dahil olmak üzere bilimsel araştırma sürecimde desteğini ve yardımlarını esirgemeyen Şafak ÖZÜÖLMEZ’e çok teşekkür ederim.

Doktora eğitimine başladığımda gözlerindeki sevinci ve gururu gördüğüm babamın bugünü hissettiğine inanıyorum. Bugünler için kızlarının eğitimini destekleyen babam Fahri KILINÇ’a, bizim için her türlü zorluğa göğüs gerip, mutluluğumuz için çabalayan annem Nurten KILINÇ’a, moral ve destek kaynağım olan ablam Pınar GÜLER’e, güzel aileme sonsuz teşekkür ederim.

Doktora sürecinde uzun saatler boyunca yanımda olamadığım kızım ile sevgiyle ilgilenen, yorulduğu halde bizden güler yüzünü esirgemeyen, beni anlayan ve yardımcı olmak için manevi desteğini her daim hissettiren annemiz Ayşe ÖZÜÖLMEZ’e ne kadar teşekkür etsem azdır.

Sevgiyle, özveriyle her zaman yanımda olduğunu hissettiren, aldığım kararlarda destek kaynağım olan, sonsuz sabır ve anlayış ile bizi bekleyen, değerlim, yol arkadaşım, kıymetli eşim Seyit Tahir ÖZÜÖLMEZ’e minnettarım. “Anne bak ‘T E Z’ yazdım” diye koşa koşa yanıma gelen, küçücük zamanlarında beklemeyi öğrenen, birkaç dakika daha yanımda olabilmem için gözlerimin içine bakan canım kızım Lara Selin, ikimizin olan tüm zamanlardan feragat etmek durumunda kaldığım için bu tezi sana armağan ediyorum.

## İÇİNDEKİLER

|                                                                                                                                                                           | Sayfa      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>İÇ KAPAK</b>                                                                                                                                                           | <b>i</b>   |
| <b>ONAY</b>                                                                                                                                                               | <b>ii</b>  |
| <b>ETİK BEYAN</b>                                                                                                                                                         | <b>iii</b> |
| <b>ÖZET</b>                                                                                                                                                               | <b>iv</b>  |
| <b>ABSTRACT</b>                                                                                                                                                           | <b>v</b>   |
| <b>TEŞEKKÜR</b>                                                                                                                                                           | <b>vi</b>  |
| <b>İÇİNDEKİLER</b>                                                                                                                                                        | <b>vii</b> |
| <b>TABLolar DİZİNİ</b>                                                                                                                                                    | <b>ix</b>  |
| <b>GRAFİKLER DİZİNİ</b>                                                                                                                                                   | <b>x</b>   |
| <b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b>                                                                                                                                                    | <b>xi</b>  |
| <b>KISALTMALAR ve SİMGELER</b>                                                                                                                                            | <b>xii</b> |
| <b>GİRİŞ</b>                                                                                                                                                              | <b>1</b>   |
| <b>1. YENİ MEDYANIN YENİ NESİL KULLANICILARI: DİJİTAL EBEVEYNLER</b>                                                                                                      | <b>15</b>  |
| 1.1. Yeni Medya ve Dijital Ebeveynlik                                                                                                                                     | 15         |
| 1.2. Türkiye’de Dijital Ebeveynlik Olgusu Olarak ‘Sharenting’e Bakış                                                                                                      | 27         |
| 1.3. Ebeveynliğin Dijital Dönüşümünün Sosyo-Psikolojik (Ben Odaklılık) ve Sosyo-Ekonomik Perspektiften Değerlendirilmesi                                                  | 30         |
| 1.3.1. Dijital Ebeveynlik / Sharenting Yaklaşımları                                                                                                                       | 34         |
| 1.3.1.1. Sosyal Olumlanma Beklentisi Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı                                                                                            | 35         |
| 1.3.1.2. Bilgi Paylaşımı Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı                                                                                                        | 40         |
| 1.3.1.3. Ticari Kazanç Sağlama Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı                                                                                                  | 43         |
| 1.3.1.4. Farkındalık Yaratma Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı                                                                                                    | 48         |
| 1.3.1.5. Ben Odaklı Dijital Ebeveyn Yaklaşımı                                                                                                                             | 51         |
| <b>2. DİJİTAL EBEVEYNLİĞİN SHARENTING BİÇİMLERİ</b>                                                                                                                       | <b>56</b>  |
| 2.1. Sharenting Olgusuna Yönelik Eleştiriler                                                                                                                              | 57         |
| 2.2. Sharenting Olgusuna Dair Etik Tartışmalar                                                                                                                            | 68         |
| 2.3. Sharenting Stratejilerinin Ardalanı                                                                                                                                  | 76         |
| 2.3.1. Özel Alandan Kamusal Alana Sharenting                                                                                                                              | 77         |
| 2.3.2. Mahremiyet Olgusu Bağlamında Sharenting                                                                                                                            | 82         |
| 2.3.3. Tüketim Olgusu Bağlamında Sharenting                                                                                                                               | 88         |
| 2.3.4. Kimlik İnşası Bağlamında Sharenting                                                                                                                                | 91         |
| <b>3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ</b>                                                                                                                                            | <b>96</b>  |
| 3.1. Amaç                                                                                                                                                                 | 96         |
| 3.2. Problem                                                                                                                                                              | 97         |
| 3.3. Yöntem                                                                                                                                                               | 97         |
| 3.4. Veri Toplama Teknikleri                                                                                                                                              | 100        |
| 3.4.1. Verilerin Toplanması                                                                                                                                               | 102        |
| 3.4.2. Verilerin Analizi                                                                                                                                                  | 102        |
| 3.5. Evren ve Örneklem                                                                                                                                                    | 106        |
| 3.6. Önem                                                                                                                                                                 | 109        |
| 3.7. Sınırlılıklar                                                                                                                                                        | 110        |
| <b>4. SHARENTING EKSENİNDE INSTAGRAM HESAP GÖNDERİLERİNİN ANALİZİ</b>                                                                                                     | <b>111</b> |
| 4.1. Sharenting Ekseninde Ben Odaklı Yaklaşım: @cagla Adlı Hesap Gönderisinin Mahremiyet ve Tüketim Olgusu Bağlamında Analizi                                             | 111        |
| 4.2. Sharenting Ekseninde Ticari Kazanç Sağlama Amacına Yönelik Yaklaşım: @mayabasol Adlı Hesap Gönderisinin Mahremiyet ve Tüketim Olgusu Bağlamında Analizi              | 128        |
| 4.3. Sharenting Ekseninde Bilgi Paylaşımı Amacına Yaklaşım: @akademisyenanne Adlı Hesap Gönderisinin Kimlik ve Kişisel Kamusal Alan Olgusu Bağlamında Analizi             | 137        |
| 4.4. Sharenting Ekseninde Farkındalık Yaratma Amacına Yönelik Yaklaşım: @enbabavekizlari Adlı Hesap Gönderisinin Kimlik ve Kişisel Kamusal Alan Olgusu Bağlamında Analizi | 148        |

|                                                                                              |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.5. Sharenting Ekseninde Sosyal Olumlanma Beklentisi Amacına Yönelik Yaklaşım: @sahangiller |            |
| Adlı Hesap Gönderisinin Kimlik İnşası ve Tüketim Olgusu Bağlamında Analizi                   | 158        |
| <b>SONUÇ</b>                                                                                 | <b>172</b> |
| <b>KAYNAKLAR</b>                                                                             | <b>181</b> |
| <b>BENZERLİK RAPORU ÖZET SAYFASI</b>                                                         | <b>195</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ</b>                                                                              | <b>196</b> |



## TABLÖLAR DİZİNİ

|                                                                         | Sayfa |
|-------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Tablo 3. 1.</b> Teorik Çerçeve Üzerinden Belirlenen Örneklem Bilgisi | 107   |
| <b>Tablo 3. 2.</b> Ayrıntılı Örneklem Bilgisi                           | 107   |



## GRAFİKLER DİZİNİ

|                                                                                                      | Sayfa |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Grafik 3. 1.</b> 2020'den 2025'e Kadar Dünya Çapındaki Instagram Kullanıcı Sayısı (Milyar Olarak) | 101   |
| <b>Grafik 3. 2.</b> Dünyanın En Çok Kullanılan Sosyal Platformları                                   | 101   |



## ŞEKİLLER DİZİNİ

|                                                                                             | Sayfa |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Şekil 1. 1. Web'in Gelişim Haritası                                                         | 4     |
| Şekil 2. 1. Popüler Sosyal Medya Uygulamalarının Hizmet Şartları Sözleşmeleri               | 73    |
| Şekil 3. 1. İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi Öğeleri                                    | 99    |
| Şekil 4. 1. @cagla Hesabındaki Kamuya Açık Özel Alan Gönderi Örnekleri                      | 118   |
| Şekil 4. 2. @cagla Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -1            | 126   |
| Şekil 4. 3. @cagla Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları-2             | 127   |
| Şekil 4. 4. @mayabasol Profil Bilgisi                                                       | 129   |
| Şekil 4. 5. @akademisyenanne Profil Bilgisi                                                 | 140   |
| Şekil 4. 6. @akademisyenanne Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -1  | 147   |
| Şekil 4. 7. @akademisyenanne Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -2  | 147   |
| Şekil 4. 8. @enbabavekizlari Profil Bilgisi                                                 | 150   |
| Şekil 4. 9. @enbabavekizlari Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -1  | 157   |
| Şekil 4. 10. @enbabavekizlari Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -2 | 158   |
| Şekil 4. 11. @sahangiller Profil Bilgisi                                                    | 160   |
| Şekil 4. 12. @sahangillerkokorec İsimli Hesabın Tanıtım Görseli                             | 160   |
| Şekil 4. 13. @sahangiller Güncel Profil Bilgisi                                             | 161   |
| Şekil 4. 14. @sahangiller İş Birliği Çalışmaları                                            | 164   |
| Şekil 4. 15. @sahangiller Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -1     | 167   |
| Şekil 4. 16. @sahangiller Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -2     | 167   |

## KISALTMALAR ve SİMGELER

| Kısaltma/Simgesi | Tanım                                                               |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|
| AoIR             | Association of Internet Researches                                  |
| ARPA             | Us Advanced Research Projects Agency                                |
| BTK              | Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu                              |
| COPPA            | Children's Online Privacy Protection Rule                           |
| CPM              | Communication Privacy Management                                    |
| CRIN             | Childs Rights International Network                                 |
| COVID-19         | Corona Virus Disease-19 (2019)                                      |
| DSÖ              | Dünya Sağlık Örgütü                                                 |
| EDRI             | European Digital Rights                                             |
| FTC              | Federal Trade Commission                                            |
| GDPR             | General Data Protection Regulation                                  |
| IGF              | Internet Governance Forum                                           |
| IRC              | Internet Relay Chat                                                 |
| IRPC             | Internet Rights and Principles Dynamic Coalition                    |
| ISPCAN           | International Society for the Prevention of Child Abuse and Neglect |
| PEGI             | Pan European Game Information                                       |
| RTÜK             | Radyo ve Televizyon Üst Kurulu                                      |
| SID              | Safer Internet Day                                                  |
| TCK              | Türk Ceza Kanunu                                                    |
| TCP/IP           | Transmission Control Protocol/Internet Protocol                     |
| WWW              | World Wide Web                                                      |

## GİRİŞ

Sosyal medya platformları öncelikli olarak kullanıcıların sosyalleşmelerini sağlayan sohbet mekanları olarak geliştirilmiş ve yaygınlık kazandırılmış olsa da günümüzde bu özelliğinin yanı sıra ağırlıklı bilgi paylaşımı, anlık haber akışının takibi, sosyalleşme ve ekonomik kazanç sağlama amaçları doğrultusunda kullanılmaktadır. Sosyal ağlarda üretilen içerikler farklı amaçlar doğrultusunda çeşitlense de gerçekleştirilen kimi paylaşımların etik, ahlaki ve yasal boyutunda doğrudan kişilik hakkı ihlallerine rastlanabilmektedir. Özellikle yeni medya iletişim ortamlarında bir ebeveyn pratiği olarak karşımıza çıkan Sharenting (paylaşanababalık) kavramı son yılların yeni medya çalışmaları özelinde öne çıkan bağlamıyla gittikçe tartışma alanı genişleyen bir konuma yerleşmiştir. Kavramın literatürde ağırlıklı ‘sharenting’ şeklinde ifade edilmesinden hareketle bu tez çalışmasında da terminolojik karşılığı olan ‘sharenting’ kullanılacaktır.

Uluslararası literatürde kavramın ilk kullanıldığı kaynaklar arasında 2013 yılında The Guardian gazetesinde Nione Mekain’in kaleme aldığı çevrimiçi yayınlanan haber yer almaktadır. Haberde “Sharents” Türkçesi “Paylaşımcılık” olarak karşılık bulan kavram, çocuk fotoğraflarının doğrudan anne ve babaları tarafından çevrimiçi ortama aktarıldığı sorunsalına dikkat çekilmektedir (The pros and cons of 'sharenting', 2013). Ardından kavram ebeveynlerin çocukları ile ilgili kişisel bilgilerin çevrim içi ortamda paylaşılmasından hareketle MacMillan, Urban ve Collins Dictionary’de ‘share (paylaşmak)’ ve ‘parenting (ebeveynlik)’ özelinde biçimlendirilmiş ve uluslararası literatürde ‘sharenting’ olarak yerini almıştır. Kavram her üç sözlükte aynı anlamsal karşılığı içeren boyutuyla; sosyal medyayı düzenli kullanan ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili haber, fotoğraf ve benzeri bilgi içeriklerinin paylaşılması şeklinde tanımlanmıştır (Sharenting, t.y.). Bir başka deyişle tanım olarak sharenting, anne ve babaların dijital ortamlarda çocukları üzerinden kurduğu etkileşimi ve iletişimi ifade etmektedir. İfadenin Türkçe alan yazındaki karşılığı “henüz tam olarak bulunmasa da literatürde ‘paylaşan anababalık’ şeklinde kullanımlara rastlanmaktadır” (Özçelik, 2020, s.426). Sharenting kavramının ilk kullanımları arasında Türkiye’de araştırma gerçekleştiren Marasli ve arkadaşlarının 2016 yılında İngilizce olarak kaleme aldığı “Parents’ Shares on Social Networking Sites About their Children: Sharenting (Ebeveynlerin Sosyal Paylaşım Sitelerinde Çocuklarıyla İlgili Paylaşımları: Sharenting) adlı çalışması bulunmaktadır. Bu araştırma sharenting olgusunun sosyal ağlarda ebeveyn farkındalığını incelemesi açısından önemlidir (Marasli ve ark., 2016).

Dijital ebeveynler genel çerçevede olumlu birer anne-baba imajı oluşturma kaygısı üzerinden içerik üretmektedirler. Dolayısıyla ebeveynler bu doğrultuda çocuklarının pek çok anını sosyal ağlarda paylaşmaktadırlar. Ancak “Ebeveynlerin korumakla yükümlü oldukları çocuklarının yaşamlarını kamusal alana taşımaları, paradoksal bir şekilde onların güvenliklerini de riske atmalarına neden olmakta ve böylelikle derin etik ihlallerle karşılaşabilmektedir” (Ross ve Livingstone, 2017).

Artan teknolojik özellikleri ve çeşitliliğiyle gelişmeye devam eden yeni medya araçları, bugün sahip olduğu kolaylaştırıcı özellikleri ile yaşamımızı beklenenin ötesinde etkilemiştir. Kaynağını gelişimin kendisinden alan bilimsel araştırmalar da bu ilerlemeyi yakından takip etmektedir. Günümüze kadar uzanan süreçte artarak devam eden akademik çalışmalar, yeni medya araçlarının farklı boyutlardaki sonuçlarını derinlemesine ele almayı amaçlamaktadır. Yeni medya araçlarının yaşamımıza girişinin yakın tarihli bir geçmişi olması bu alandaki çalışmaların artmasını ve derinleştirilmesini gerekli kılmıştır.

Dijital teknolojinin sunduğu fırsatlarla ve teknolojiye erişim kolaylığıyla birlikte yeni iletişim yöntemleri yaygınlık kazanmış ve etkileşimin sınırları genişlemiştir. Yeni medyada katılımın artması beraberinde Web 1.0'dan infospere uzanan kullanıcı deneyimleri, günümüzde sanal uzamın derin öğrenme yetenekleri ile birleşmiştir. Gündelik sosyal yaşamın görünen ya da görünmeyen alandaki yansımaları uçsuz bucaksız yeni internet ortamlarında hızla yerini alırken erişilebilecek olanaklar ile birlikte riskler de benzer oranda artmıştır.

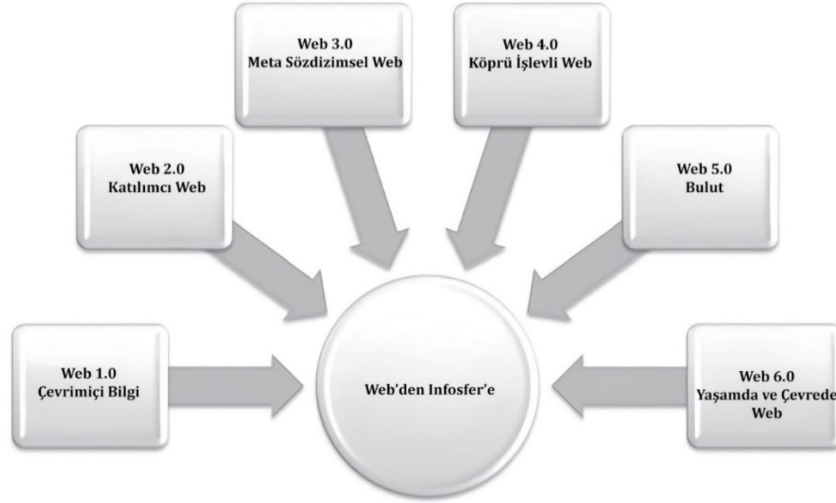
Gelişim serüveni dijitalleşme açısından daha sınırlı imkanlara sahip olan geleneksel medya, ilk yıllarında tek yönlü bir iletişim kanalına sahip olması nedeniyle iletilerin, hedef kitlesine doğrudan aktarılması üzerinden işlemekteydi. Zamanla teknolojinin de ilerleme kaydetmesiyle izleyici, okuyucu veya dinleyicilerin geri dönütlerinin sağlanması bu alanda sınırlı da olsa çift yönlü iletişime olanak tanımıştır. Medyanın radyo, televizyon, gazete ve dergilerden oluşan görsel, işitsel, basılı sac ayaklarına bugün yeni medya araçları da eklenmiştir. Dijital kitle iletişim teknolojilerinin tek taraflı kullanıcı deneyimine sahip dönemi düşünüldüğünde geleneksel medyanın gelişim süreci ile benzer bir ilerleme kat eden yeni medya, daha sonra bu medyanın araladığı çift yönlü iletişimin sınırlarını epeyce genişletmiş, zaman-mekân kavramını ortadan kaldırmış, iletişim bireyin katılımı ile kitlesellik kazanmış ve etkileşim hiç olmadığı kadar kapsamlı hale gelmiştir. Kişiler ve kitleler arasında bu kadar geniş çapta ve yoğun olarak gerçekleşen ileti aktarımları, bugün internet ve daha özelde sosyal medya ortamları ile hız kazanmıştır.

'Medium' teriminden türeyen, kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleştirilen pratikler için kullanılan ve dilimizde 'araç' kelimesine karşılık gelen medya, literatürde konvansiyonel diğer bir ifade ile geleneksel ve yeni olmak üzere iki ana başlık üzerinden geliştirilmektedir. Geleneksel medya araçlarına televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi basın-yayın organları dahil iken yeni medya için dijital teknoloji temelli iletişim ağı araçları çeşitlendirilebilmektedir.

İletişim araştırmalarında ise medya, farklı iletişim araçları ile birlikte değişim ve gelişim göstermiş ve yeni araçlar ile ilerleme kaydetmeye devam etmiştir. İnternet teknolojisinin keşfi 1969 yılına dayanmaktadır. Günümüzde DARPA olarak bilinen US Advanced Research Projects Agency (ARPA) araştırmacıları California Üniversitesi ve Stanford Araştırma Enstitüsü arasında ARPANET adlı veri ağı sistemi kurmuştur. 40 farklı bilgisayar ağını içeren ARPANET ile 1973 yılında kıtalararası

ilk bağlantı gerçekleştirilmiştir. Bilgisayar ağlarını birbirine bağlamak için geliştirilen ve bugün de kullanılan sisteme ise TCP/IP adı verilerek bugünkü internet oluşumunun temelleri atılmıştır. Web 1.0 olarak da tanımlanacak ve yalnızca metne dayalı olabilecek bu iletişim yönteminin gelecekte daha popüler kullanımını İngiliz bilgisayar mühendisi Tim Berners-Lee geliştirmiştir (Lokke, 2018, s. 28).

Ağ bağlantıları üzerinden veriye erişim, 1990'lı yılların sonu ve 2000'lerin başlarında Web 1.0 teknolojisi ile sağlandığında içerikler yalnızca alımlayıcı tarafından görüntülenebilmekte ya da okunabilmekteydi. Bu sürecin hemen ardından Web 2.0 kullanıcılara sunulmuş olup, bu dönem aralığında interaktif bir süreç başlamıştır. Fuchs'un ifadesiyle Web 2.0 döneminin kullanıcı tercihlerinde bloglar/mikrobloglar, sosyal ağ siteleri, video/görüntü/dosya paylaşım platformları veya wikileri gibi dünya çapındaki ağ uygulamaları (WWW – World Wide Web) popülerleşmiştir (Fuchs, 2014, s. 49). Berners-Lee iki dönemin ilerlemeleri arasından, Web 1.0'ı bilgisayarları birbirlerine bağlamak üzerinden tanımlarken Web 2.0'ı insanları birbirine bağlayan etkileşimli bir alan olarak ifade etmektedir (Anderson, 2006). 2000'lerin başlarından yakın geçmişe kadar gelişimin devam ettiği Web 3.0 döneminde ise içerik odaklı bir yapının semantik bağlamı öne çıkmaktadır. Anlamsal olarak iletişim yöntemlerinin geliştirildiği bu evrede veri işleme tabanları arasındaki bağlantılara erişim, daha kişiselleştirilmiş içerikleri son kullanıcı ile buluşturmuştur. Yapay zekanın öne çıktığı Web 4.0'da yalnızca bilgisayar üzerinden değil aynı zamanda akıllı olarak tanımlanan cihazların yönetilmesi ve programlanması yönündeki ilerleme ile öne çıkarken Web 5.0'a gelindiğinde ise bulut bilişime ve onun fiziksel engelleri kaldırma ve yerel olanı küreselleştirme yeteneğine atıfta bulunmaktadır. Son olarak, Web 6.0'da ise çevrimdışı, analog, karbon tabanlı ile çevrimiçi, dijital, silikon tabanlı arasındaki eşiği silen Web Onlife'tan söz edilebilmektedir. Bu gelişmenin yaygın tanımlamaları arasında "Ulaşılabilir Bilişim", "-insan varlığına- Duyarlı Zeka", "Nesnelerin İnterneti" veya "Artırılmış Gerçeklik" yer almaktadır. Web üzerinden yapılan numaralandırmalar, çeşitli ağlara paralel olarak gelişim seyrederken görünüm sıralaması kısmen kronolojiktir. Gerçekleştirilen bu numaralandırmalar hiyerarşik bir sıralama anlamına gelmemekte olup ağın evrimini daha iyi bir bilgi ortamına doğru ilerleten gelişmeler için kullanılmaktadır (Floridi, 2009, s. 33-34). Yeni medya ise gelişimini bu teknolojik ilerlemelerle bir arada sürdürmektedir. Özellikle kitle iletişim araçlarına eklenen yeni özellikler insanları birbirine bağlarken yeniliklerin hızla yayılması sürecine de katkıda bulunmaktadır. Floridi (2009), Web'in gelişim haritasını kısa tanımlamalarla şu şekilde oluşturmuştur:



Şekil 1. 1. Web'in Gelişim Haritası

İletişim araştırmalarında yeni medya, günümüzde daha çok teknoloji temelli bir donanım ile kitlesel ve bireysel ölçekte iletişim sağlamaya yarayan araçlar üzerinden tanımlanmaktadır. 1900'li yıllarda gerçekleştirilen kitlesel boyuttaki iletişim yöntemleri ile 2000 sonrasında gelişme kaydeden çoklu iletişim ortamlarında geleneksel ve yeni ayrımı yapılmaktadır. Ancak yeni medya geleneksel medyadan tamamen bağımsız olarak değerlendirilememekle birlikte içinde barındırdığı niteliksel farklılıklarla geleneksel medyanın devamı olarak düşünülmektedir.

İletişim araştırmacıları yeni medya kavramını dijital temelli teknolojik ilerlemelerle tanımlarken alana derinleştirilmiş çeşitli bakış açıları ile yaklaşım sunmuşlardır. Yeni medyayı alanın öncül araştırmacıları arasında Jenkins (2019) yakınsama kültürü ve yöndeşme; Morozov (2011) özgür internet ve demokrasi; Manovich (2007) sayısallaşma, teknik paradigma ve dil; Illiadis ve Russo (2016) eleştirel veri çalışmaları; Lokke (2018) dijital veri güvenliği ve mahremiyet; Livingstone ve Ross (2020) dijital ebeveynlik ve çocuk mahremiyeti; Dan Schiller (2000) dijital kapitalizm; Fuchs (2014) sosyal medya ve eleştirel yaklaşımlar; Andersson (2012) alternatif medya; Dahlberg (2011) dijital demokrasi; Castells (2016) enformasyon ve ağ toplumu gibi alt başlıklar üzerinden incelemiş olup pek çok araştırmacı alana katkı sağlamaktadır.

Yeni medyada dijitalleşme ile birlikte çoklu ortam erişimi deneyimlenebilir hale gelmiş, katılımcı kültür kavramı ile kullanıcılar aktif konuma yerleşebilmiş, zaman ve mekândan bağımsız ağ evreninde sanal uzamda gezinebilmiştir. Bir diğer ifade ile;

Yeni medyanın gelenekselden farklı gibi düşünülen ancak tamamen ayrı olarak nitelendirilemeyen; dijital yakınsama, kitleler arasında kurulan iletişim, etkileşim, küreselleşme, sanallık gibi özellikleri spesifik olarak teknik istisna dışında pek de yeni sayılamamaktadır. Bir örnekle yeni medya öncesindeki süreçte sinema ve televizyon, kültürel bağlamda küreselleşmeye etki etmiştir (Silverstone, 1999, s. 11).

Dijitalleşme ile birlikte yeni medyanın temel iletişim yöntemlerinden hareketle geleneksel medyadan önemli ölçüde yararlandığı söylenebilirken geleneksel medya da teknolojik gelişmelerin yeni fırsatlarını değerlendirerek önemli bir ilerleme kaydetmiştir. Böylelikle medya araçları arasında yakınsama teknolojisi ile mobilize hale gelen cep telefonları sayesinde radyo dinlenebilir, televizyon yayınları takip edilebilir, bilgisayar tabanlı işlemler gerçekleştirilebilir ve yeni medya ortamlarında küresel ölçekte diğer kullanıcılar ile etkileşime girilebilmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi ile geleneksel medyayı yeni medyadan ayıran üç özelliği Rogers; etkileşim, kitlesizleştirme (demassification) ve eşzamansızlık (asenkron) olarak tanımlamaktadır. Buna göre; etkileşim, iletişim sürecinde -kullanıcıların- varlığını gerektirmektedir. Kitlesizleştirme (demassification), büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak bir etmen olup, eşzamansızlık (asenkron) ise bireylerin uygun bir zaman içerisinde mesaj gönderme veya alma yeteneklerinin andalık gerekliliğinin ortadan kaldırılmasını ifade etmektedir (akt. Geray, 2003, 18-19). Böylelikle internet ağ ortamında aktif eylem sürecindeki kullanıcılar arasında ileti aktarımı kitlesel ve bireysel ölçekte gerçekleştirilebilirken geri dönüşlerde eşanlı ya da eşansız bir biçimde olanaklı kılınabilmektedir. Ancak geleneksel medya araçlarında alımlayıcılar, ağırlıklı tek yönlü bir akış üzerinde izleyen, dinleyen ve okuyan konumda yer alırken geri besleme, sınırlı olanaklar ile gerçekleştirilebilmektedir.

Kaynağın hedef kitleye yönelik olarak hazırlamış olduğu iletiler; görsel, işitsel, basılı ve yazılı yayın araçları üzerinden hedef kitlesine aktarılırken, geri dönüşlerin karşılanması bu nedenle belirli bir zamanı gerekli kılmaktadır. Ancak geri dönüşlerin anlık olarak karşılanabilmesi ve buna ek olarak hedef kitlenin etkin bir konuma yerleşerek içerik üreten kaynağa dönüşmesi günümüzde yeni medya iletişim araçları ile mümkün hale gelmiştir. Yeni medya ortamlarında kaynak ve alıcı arasındaki iletişim yöntemleri biçim ve içerik bakımından daha geliştirilmiş özellikler ile donatılmıştır. Özellikle içerik üretiminin odağında yer alan hedef kitle bu anlamda geleneksel medyada daha çok tüketen konumda iken yeni medya ortamlarında hem üretici hem de tüketici pozisyonuna yerleşmektedir. Bu bağlam yeni medya çalışmalarında üre-tüketici<sup>1</sup> (prosumer) kavramına işaret etmektedir.

Tarihsel bağlamda üre-tüketici kavramının Alvin Toffler tarafından ortaya atılması kapitalist üretim sürecindeki piyasasızlaştırma yaklaşımına dayanmaktadır. Üretimin mübadele amacıyla piyasaya yönelik olarak değil, daha çok kişisel tüketime yönelik olarak bizzat tüketiciler tarafından

---

<sup>1</sup> Prosumer (Üre-Tüketici), Alvin Toffler'ın (1980) kapitalist üretim süreçlerini açıklamada öne sürdüğü bu kavram daha sonra yeni medya çalışmalarında Henry Jenkins (2006) ve sonrasında Dan Laughey (2010) tarafından kullanılmıştır. Kavram kullanıcı türevli içerik üretiminin tüketim boyutunu işaret etmektedir. Jenkins tarafından katılımcı kültür ile pasif medya izleyiciliği yerini aktif ve üretken bir konuma yerleştirilmiştir. Böylelikle içeriklerin yaygınlığı açısından kimi şirketler ya da şirket çalışanlarına göre aktif tüketicilerin çok daha fazla beceriye sahip olabileceği belirtilmiştir (Jenkins, 2019, s.20). Bu ifadeye paralel olarak Laughey'e göre de tüketici gücü yeni medya ortamlarında da kendisini göstermektedir. Bu açıdan üre- tüketici (prosumer), yalnızca tüketiciyi değil aynı zamanda gelişen teknoloji ile birlikte bireyin yeni medya ortamlarında üretici olma yönünü öne çıkarmaktadır (Laughey, 2010, s.67).

yapılması olarak tanımlanan piyasasızlaştırma yaklaşımı, tüketicinin üretimde ilişkilerinde pasif rolden doğrudan aktif role geçişini ifade etmektedir (Parlak, 2004, s. 106). Bu tarihsel bağlamdan hareketle Toffler (1980), üre-tüketici olgusunun, ev içi ücret karşılığı çalışma amaçlı kullanılacak elektronik cihazların birçoğunun aynı zamanda kişinin kendi kullanım amaçlarına yönelik mal ve hizmet üretilmesine de aracılık edeceğini belirtmektedir (s. 275). Toffler, üretim süreçlerini dalgalar üzerinden ifade ettiği yaklaşımda birinci dalgaya tarımı, ikinci dalgaya sanayii üretimini koymakta ve bu dönemlerin üçüncü dalgasına ise üre-tüketim ekonomisini yerleştirmektedir. Böylelikle üre-tüketici hane içerisinde neredeyse tek bir hareketle üretim gerçekleştirebilecek ve sahip olduğu olanakları kazanç aracına dönüştürebilecektir.

Laughey (2010), üre-tüketim döngüsünde post Fordist hizmet ekonomilerinde üreticiler ve tüketiciler arasındaki ayrımın gittikçe belirsizleştiğini ve yerini teknolojik olanaklarla gerçekleştirilen daha az üretime bıraktığını ifade etmektedir. Bundan böyle üretici ve tüketiciler aynı ortak amaç için çalışırken her iki tarafın da karşılıklı olarak birbirini memnun etmeye çalıştıklarını, “artık hepimiz kullanıcıyız” söylemiyle vurgulamaktadır (s. 66-67). Böylelikle geleneksel medyadan farklı olarak üre-tüketiciler yeni medya ortamlarında kullanıcı türevli içerikler ile daha sık karşılaşmakta olup kendileri de çeşitli amaçlar doğrultusunda içerik üretmeye odaklanabilmıştır.

Dijitalleşme ile birlikte yeni medya araçlarının teknolojik gelişim serüveni günümüzde halen devam etmektedir. Özellikle dijitalleşen iletişim yöntemleri ve internete erişim ile elde edilen olanaklar küresel çapta etkileşimi mümkün kılmaktadır. Ancak kullanıcıların yeni medyanın olanaklarından yararlanabilmeleri için dijital araçlara ve uygulamalara erişim hakkını elde edebilmeleri de önemli bir yerde durmaktadır.

İnternet ağ kültüründe kullanıcılar, çeşitli amaçlar doğrultusunda bağlantı kurabilmekte olup haberleşme, bilgi edinme, eğlenme ve sosyalleşme edimlerinde zaman ve mekân sınırı bulunmaksızın bir araya gelebilmektelerdir. Web 2.0 ile yaşamımıza dahil olan sosyal ağlar ile kullanıcılar çeşitli nedenler ve amaçlar doğrultusunda içerik üretmekte ve diğer kullanıcılar ile etkileşim halinde kalabilmektedir. Yeni medyanın olanakları arasında kullanıcılar çeşitli ağ ortamlarında gezinirken nonim ve anonim kimliklerde de içerik üretebilmektedirler. Ancak üretilen içeriklerin bağlamı oldukça önemli bir yerde durmaktadır. Dijital erişim araçlarına sahip olmanın beraberinde üretilen içeriğin etik boyutu günümüzde halen tartışma konusudur.

Çeşitli amaçlar doğrultusunda yararlandığımız dijital teknolojiler yaşamlarımızda; “Kimlik oluşturma ve öz kimlik, sosyal ilgiler ve ilişkiler, yaşam tarzı ve yaşam etkinlikleri, zihinsel ve fiziksel sağlık, yaşam doygunluğu, refah ve mutluluk, bilgi ve yeterlilikler, öğrenme ve eğitim, ekonomik refah, istihdam ve iş bulma” üzerinden rol oynamaktadır (Selwyn, 2019, s. 2-3). Günümüze gelindiğinde dijital teknolojilerin neredeyse yaşamın merkezinde iş görmeye yarayan temel araçlar haline gelmeye başladığı söylenebilmektedir. Gündelik ve sosyal yaşamda gerçekleştirilmesi planlanan pek çok edim, dijital

teknolojiler vasıtasıyla internet ortamlarında hızlı bir şekilde yerine getirilebilmektedir. Anlık etkileşim olanağı ile kitlesel düzeyde bilgi akışı gerçekleştirilebilmektedir. Bu sırada hangi içeriğin geniş topluluklarla paylaşıldığı, bu bilgilerden kimlerin nasıl ve hangi yönde etkileneceğini değerlendirmek yeni medyada veri etiğinin araştırma alanı içerisinde tartışılmaktadır. Böylelikle geliştirilen iletişim teknolojilerinde insanların yaşamlarını kolaylaştırmaya yarayan olanakların, bir tehdit unsuruna dönüşüp dönüşmeyeceği kullanıcıların dijital farkındalıkları ile doğrudan ilintilidir.

Bu tez çalışması yaşamımızı kolaylaştıran ve yeni medya araçları üzerinden eriştiğimiz sosyal ortamlarda vuku bulan hak ihlallerini, kamusalılık ve mahremiyet ilişkisini çocuklar ve ebeveynleri özelinde sorgulamaktadır. Yeni medya üzerine gerçekleştirilen araştırmalar arasında sharenting sorunsalına yönelen ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Çocukların güvenliklerini ilgilendiren yönüyle neredeyse kişilik hakkı ihlallerine varan ölçüde yaygınlık kazanan içerikler yeni medya ortamları arasından özellikle sosyal ağların yeterince güvenli alanlar olup olmadığının sorgulanmasına neden olmaktadır. Daha derin sorunsal ise bu içeriklerin ebeveyn kaynaklı oluşturulmasında yatmaktadır. Akademik açıdan bu tartışmalar; eğitim, sağlık ve sosyal bilimler disiplinleri etrafında devam etmektedir.

Sharenting olgusuna yönelen bağlamıyla gerçekleştirilen ilk çalışmalar arasında Turow ve Nir'in internet ve aile ilişkisini incelediği çalışma yer almaktadır. Çocukları özelinde ebeveynlerin internet kullanımına yönelen bakışının ve yatkınlıklarının irdelendiği bu çalışma aynı zamanda teknoloji ile kurulan bağın eleştirel bir perspektifini de içermektedir (Turow ve Nir, 2000). Henüz sharenting kavramının literatürde yaygın olarak kullanılmadığı dönemde Marsh ve arkadaşları tarafından erken yaş dönemindeki çocukların teknoloji kullanımları incelenmiştir. Aynı zamanda Sheffield Üniversitesi tarafından geliştirilen ve bir araştırma projesi niteliği taşıyan ilgili çalışma da çocukların popüler kültür, medya ve yeni teknolojilerin kullanımına yönelik tutumları; iletişim, dil, okuryazarlık bağlamına yönelen etkileri ile ele alınmıştır (Marsh ve ark., 2005).

Uluslararası ölçekte yeni medya ve sosyal ağlar özelinde gerçekleştirilen çalışmalar dijital iletişim araçlarının kullanım yaygınlığının ile etki alanını genişletmeye başlamasına bağlantılı bir şekilde artış göstermiştir. Medya araçlarını çocuklar özelinde inceleyen ve son yıllarda araştırmalarını yeni medya da çocuk mahremiyeti ve güvenliği doğrultusunda derinleştiren sosyal psikoloji profesörü Sonia Livingstone, çevrimiçi ortamların risklerini okuryazarlık düzeyinde sorunsallaştırdığı pek çok eseri literatüre kazandırmıştır. Livingstone'nun alana yönelik çalışmaları bulunan medya ve iletişim profesörü Alicia Blum Ross ile birlikte hazırladığı ve ilk basımı 2020 yılında gerçekleştirilen *Parenting for a Digital Future* adlı kitap çalışması, dijital ebeveynliğin çocuk mahremiyetine yönelen bağlamının etraflıca değerlendirmesi açısından ilk başvurulacak kaynaklar arasında yerini almıştır.

Dijitalleşen teknolojinin gündelik yaşama etkileri ile iletişim yöntemlerinde yaşanan değişim ve dönüşümler son yılların mahremiyet, etik, kimlik, benlik, tüketim, okuryazarlık gibi kavramlar üzerine

yeniden düşünülmesini gerektirmiştir. Nihayetinde yakın geçmişten günümüze özellikle yeni medya ekseninde bu başlıklara yönelik bilimsel araştırmaların sayıları gün geçtikçe artmaktadır. Choi ve Lewallen, ebeveyn paylaşımlarının çocuklar özelindeki dijital kimlik temsillerine etkisini incelemiş, dijital etik bilinç ile farkındalığının önemini ortaya koymuştur (Choi ve Lewallen, 2017), Benzer şekilde annelik deneyimlerinde çevrimiçi toplulukların sosyal sermaye ve sosyal desteği sağlamadaki rolünü Drentea ve Moren-Cross ele almıştır (Drentea ve Moren-Cross, 2005). Sharenting sorunsalına yönelen bağlamıyla özellikle bu konuyu tüketim açısından irdeleyen çalışmalar arasında etik ihlallerin üzerinde durulmakta ve çocukların gizli kalması gereken bilgilerinin başkaları ile paylaşılmasındaki sakıncalar çok yönlü bakış açısı ile alan yazında tartışılmaktadır (Barry, 2008; Kumar, 2015; Lazard, 2019; Sorensen, 2016). Ugwudike, Lavorgna ve Tartari ise bu sorunsalın sonuçlarını moral panik kavramı ile değerlendirmiş ve kavram, ebeveynlik özelinde dijital kültür ile ilişkilendirilerek açıklanmıştır (Ugwudike, Lavorgna ve Tartari, 2024). Alanda gerçekleştirilen çalışmalar çeşitlenmeye devam ederken niceliksel olarak gözlenen bu artış aynı zamanda sorun alanının önemini de ortaya koymaktadır.

Teknolojinin kişi düzeyinde yaygınlaşan kullanımı ile birlikte etkilerinin ağırlıklı olarak 2010 yılı ve sonrasında tartışıldığını belirtmek mümkündür. Bu yoğunlaşmaya dijital kitle iletişim araçlarının yaşamımıza daha kökten bir biçimde dahil olması önemli bir etkidir. Christian Bare'in kaleme aldığı *The Undisclosed Dangers of Parental Sharing on Social Media: A Content Analysis of Sharenting Images on Instagram* (Sosyal Medyada Ebeveyn Paylaşımının Gizli Tehlikeleri: Instagram'da Paylaşılan Görseller Üzerine Bir İçerik Analizi) başlıklı doktora tezi de bu dönemde, 2020 yılında, sharenting sorunsalını odağına alan lisansüstü çalışmalar arasında yerini almıştır. Bu doktora tezi içerik analizi yöntemi ile günümüzdeki en popüler sosyal ağlar arasından Instagram'da ebeveynlerin çocukları hakkında paylaştıkları gönderileri etkiler ve riskler açısından analiz etmiş olup alana okuryazarlık düzeyinde katkı sunmuştur (Bare, 2020).

Ulusal ölçekte gerçekleştirilen çalışmalarda ise sharenting, günümüzde önemini koruyan ve ilgisini artıran bir konu olarak yoğun biçimde tartışılmaktadır. 2010 sonrası artan çalışmalarda sharenting, çeşitli boyutları ile ele alınmış ve bu çalışmaların gerçekleştirilmesinde ebeveynlerin sorumlu bireyler olarak sosyal ağlarda çocukları hakkındaki paylaşımlarının sonuçları ve mahkeme kararlarına yansıyan boyutu, alana yönelen ilgiyi ve etkiyi arttırmıştır. Bu alanda dijitalleşme ile dönüşen kimlik ve benlik sunumları (Akçay, 2011; Bauer, Serttaş ve Helvacıoğlu, 2023; Baloğlu, 2023; Boz, 2012), popüler kültürde annelik görünümleri (Burç, 2015; Parsa ve Akmeşe, 2019; Üstündağ, 2023), yasal düzenlemeler (Gültekin, 2018; Serçemeli, 2020; Yavuz, 2019; Yurtsever Kılıçgün, 2020), tüketim (Atalay, 2019; Sekmen, 2019) ve mahremiyetin (Duygulu, 2019; Erk ve Fırat, 2020; Küçükali, 2019) incelendiği konu başlıklarında dijital ebeveynlik sorumluluğu etrafıca irdelenmiştir. Lisansüstü çalışmalar arasında 2021 yılı itibarıyla doğrudan 'sharenting' ifadesi yüksek lisans tez başlıklarında yerini almaya başlamış olup henüz bu tanım ile yayınlanmış doktora tezi bulunmamaktadır.

Türkiye’de gerçekleştirilen Sharenting tezlerine bakıldığında ilk çalışmaların 2021 yılında eğitim bilimleri alanında gerçekleştirildiği görülmekte olup aynı yıl içerisinde iki adet yüksek lisans tezi tamamlanmıştır. Sharenting odağında yayımlanan tez çalışmaları 2022 yılında ivme kazanmış ve kavrama doğrudan yer veren beş yüksek lisans tezi taramalarda yerini almıştır. 2023 yılında iki, 2024 yılında ise bir yüksek lisans tezi sharenting olgusunu doğrudan sorun alanına taşımıştır. Dolayısıyla bu tez çalışması, ‘sharenting’ kavramı özelinde gerçekleştirilen ilk doktora tezi olma niteliğini taşıırken özgün değerini önemli ölçüde korumaktadır.

Günümüzde video ve fotoğraf gönderilerinin yoğun olarak paylaşıldığı ve gündelik sosyal yaşamların dijital ortamlarda sürdürülmesinde etkin bir rolü olan sosyal ağlar, kullanım amaçları doğrultusunda bireylerin güvenli konfor alanlarının risk ve tehdit bölgesi haline gelmesine neden olabilmektedir. Önemli boyutuyla ebeveynleri tarafından korunması ve gözetilmesi gereken çocuk bireylerin, iyi niyetle paylaşılan fotoğrafların ya da videoların, gelecekte çocuklar için güçlü bir şekilde rahatsızlık kaynağı haline dönüşebilme olasılığını da içerisinde barındırmaktadır. Bireylerin, çocukluk dönemlerinde kişisel ve duygusal verilerini paylaşma yetkisi konusunda ebeveynlerine yönelen itirazı, etik, ahlaki ve yasal ihlallerin sorun alanına giren ve özel yaşam sınırlarına yönelen önem ve önceliğin ikincilleştiği bir probleme dikkat çekmektedir.

Bu açıdan öncelikle ahlak ve etik kavramlarının yalnızca gündelik yaşamlar özelinde değil aynı zamanda dijital ortamdaki karşılıkları ile irdelenmesi önemli bir yerde durmaktadır. Özellikle dijital iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklar bir başkasının yaşam alanına zarar verebilecek amaçla kullanıldığında bu alanın etik bağlamının yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle yeni medya ortamlarındaki etik ihlallerin kapsamının anlaşılması beraberinde buna yönelik farkındalık kazanılması, internetin bilinçli kullanımı için bir gereklilik olarak değerlendirilebilmektedir.

İnternet etiği yalnızca kullanıcıların internet ortamındaki davranışlarını değil aynı zamanda üreticiler tarafından geliştirilen dijital yazılımların gizlilik politikalarını nasıl yönettiklerini de kapsamaktadır. Bu doğrultuda veri güvenliği sorunsalı, her türlü bilginin kullanıcı öznelerden habersiz olarak ticari kazanç araçlarına dönüştürülmesi ya da okunma zorluğu kazandırılarak tüketicilere uzun uzadıya hazırlanmış kullanım koşullarının sunulması önemli etik sorunlar arasında yerini almaktadır. Bu nedenle internet ortamının önemini koruyan yönüyle etik, ahlaki ve hukuki bağlamı, kullanıcıların dikkate alması gereken boyutuyla öncelikli konumunu yitirebilmektedir.

Günümüzdeki internet kullanımı ve sosyal ağlardaki sosyal rol sunumları toplumun hassas ve incinebilir grupları arasında yer alan çocukların bu etik sorunsallardan en çok etkilenen bireyler haline gelmelerine neden olmuştur. Çocukların hakları ulusal ve uluslararası bağlamda korunuyor olsa da çocuklar için en güvenli ortamlar olarak imlenen aile ortamları, kimi zaman onların en çok ihmal ve istismara uğradıkları alanlar haline dönüşebilmektedir. Çocukların bu açıdan yalnızca gündelik

yaşamlarında değil aynı zamanda dijital ortamlarda da kendilerine yönelen sosyal, fiziksel, duygusal ve ekonomik ihmal ve istismar sorunsallarından söz edilebilmektedir.

Bu tez çalışmasının odaklandığı bağlam üzerinden çocukların bu istismar türlerine maruz kaldıkları en yaygın yeni medya ortamları arasında sosyal ağlar yer almaktadır. Henüz doğmamış bebeklerin dahi ebeveynleri tarafından sosyal medya hesaplarının oluşturulduğu günümüzde çocukların en temel hakları arasında yer alan yüksek yararlarının korunması ilkesi ihlal edilmekte, adlarına oluşturulan hesaplar ile gelecekte isteklerine bağlı olarak kendilerinin inşa edecekleri dijital kimliklerini yönetme hakları ellerinden alınmaktadır. Güçlü bir olasılıkla farkına dahi varılmadan yapılan bu eylem ile çocukların özel alanları en güvendikleri kişiler olan ebeveynleri tarafından saldırıya açık hale gelebilmektedir. Ebeveynler bu esnada çeşitli anları paylaşarak çocukları adına dijital ayak izi oluştururken, çocuk birey, kendi kontrolünün dışında bir dijital kimliğe sahip olmaktadır. Böylelikle çocuk birey gelecekte rıza göstermeyeceği pek çok bilgiyle dolu bir dijital geçmişe sahip olacaktır. Öte yandan bu süreçte belki de ebeveyn, çocuğunun gizliliğini, güvenliğini, kişisel verilerini ve mahremiyetini ihlal ettiğinin farkında bile olmayacaktır. İnsan hakkı temelli değerlendirilebilecek bu sorun özelinde çocukların dijital ayak izlerinin yetkilerinin dışında oluşturulması, gelecekte karşılaşmak istemedikleri içeriklerin aynı zamanda kendi dijital kimlikleri tarafından üretilmesine kaynaklık edebilecektir. Bu açıdan ebeveynlerin, çocuklarının üzerinde sonsuz tasarruflarının bulundukları hakkı üzerinden hareket etmeleri sorunlu bir bakış açısını da beraberinde kılmakta, çocukların ebeveynleri tarafından internet ortamlarında tüketilen bağlamda konum almaları bu sorunlu bakışın devamı niteliğinde yer almaktadır.

Popüler bir ağ olarak Instagram sunduğu etkileşim imkânı sayesinde yalnızca kullanıcıların sosyalleşmelerini olanaklı kılmamakta aynı zamanda takipçi edinme özelliği ile önemli bir çoğunluğa ulaşarak aynı zamanda ticari kazanç sağlamalarına da olanak tanımaktadır. Bu noktada takipçi sayısı binlere hatta milyonlara ulaşan ve mikro, orta ya da makro ya ünlü olarak ifade edilen kullanıcılar, yatırımcıların ve işletme sahiplerinin dikkatini çekerek daha çok kişiye daha kısa yoldan ulaşılabilmenin, kısaca pazarlama stratejilerinin zeminleri haline gelmektedirler. Kimi dijital ebeveynler de bu yolla çocukları üzerinden reklam gerçekleştirebilmekte ve çocuklarının gizliliklerini ve güvenliklerini gözetmeden bir yaşam sunumu sarmalında kendilerini bulabilmekteledir.

Ebeveynin internet ortamındaki çocuğu üzerindeki sonsuz yetkisine yönelen eleştiri aynı zamanda ebeveyn internet kullanım pratikleri özelinde de değerlendirilmektedir. Ebeveynlerin internet kullanımına yönelen bakış ve tutumları Turow ve Nir (2000) tarafından çevrimiçi endişeliler, inancını yitirmişler ve hevesliler şeklinde kategorilendirilmiştir (s. 13). İnternet kullanımı konusunda hevesli kategorisinde yer alan ebeveynler çevrimiçi riskleri gerektiği kadar dikkate almazken ‘sharenting’e yönelen gönderi paylaşım sıklığının artması beraberinde aşırı bir boyutlara ulaşmasına (oversharenting) öncülük eden sorumlular arasında da yerlerini almaktadırlar.

Literatürde ebeveyn ya da bakım sorumluluğu altında olan bireylerin çevrimiçi paylaşımlarında aşırı boyutlara ulaşması sorunsalı 2017 yılında Stacey Steinberg tarafından kişisel bilgilerin yoğun bir biçimde paylaşılması özelinde derinleştirilmiştir (s. 854). Kavram, Stainberg'in çalışmasından önce Carly Findlay tarafından 2015 yılında engelli çocukların sorunlarının ebeveynleri tarafından sosyal ağlarda yer alma sıklığı üzerinden de ele alınmıştır (Findlay, 2015).

Dijital ebeveynlik yalnızca paylaşım odaklı değerlendirilemeyecek yönüyle kapsam alanı geniş bir rol tanımlamasını içermektedir. Kavram, internet ortamında çocuklar özelinde gerçekleştirilebilen pek çok türden iş ve işlemlerin kolaylıkla ve hızlı bir şekilde yerine getirilmesini sağlayan bir tutumu içerisinde barındırmaktadır. Böylelikle ebeveynliğin dijital dönüşümünün sosyo-psikolojik ve sosyo-ekonomik perspektiften değerlendirilmesi kavramın etrafıca irdelenmesini ve çeşitli açılardan değerlendirilebilmesini olanaklı kılmaktadır.

Yeni nesil ebeveynlik tanımlamalarından hareketle dijital ebeveynliğin sosyal olumlanma beklentisi yetişkinlerin çocuk bakımı ve yetiştirmenin zorluklarını yalnızca kendilerinin deneyimlediklerini görünür kılan ve bu bağlamda ebeveynleri ortaklaştıran önemli bir yere sahiptir. Bu yapılırken dijital ebeveynliğin en verimli yönleri arasında bilgi paylaşımı yer almakta ve farkındalık yaratma olgusu üzerinden çocuklar özelinde oluşturulan içerikler hem ebeveyne hem de çocuk yetiştirme süreçlerine fayda sağlayabilmektedir. Dijital ebeveynliğin eleştirel bağlamda konum alan yönüyle ben-odaklı sunumu postmodern öznenin görünür olma çabası ile birleşmektedir. Bu doğrultuda Erich Fromm'un postmodern özne kavramsallaştırması Funk'un postmodern ben odaklı kişilik kuramı ile değerlendirildiğinde çocuğun ebeveynin rol sunumunda araçsallaşmaya başladığı bir yapının görünürlüğü ortaya çıkmaktadır. Bu da çocukların yetişkinlerin ebeveynlik rol beklentilerini sunma ve beraberinde sahiplikler üzerine kurulu bir yaşamda öne çıkma çabasının fark edilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu açıdan çalışmada dijitalleşme ile birlikte postmodern özne üzerinde durulmuş ve ben odaklı ebeveyn yaklaşımı, Funk'un tanımlamasından da hareketle '**aktif arzıcı**' ve '**pasif kullanıcı tip**' özelinde derinleştirilmiştir.

Kişisel yaşamın çocuklar üzerinden sunulması sorunsalı dijital ebeveynliğin sharenting biçimlerinin art alanında yer alan faktörlerin açılmasını gerekli kılmıştır. Bu açıdan özel alanın kamusallaşması ve bunun beraberinde literatürde yerini alan dijital ortamlarda kişisel kamusal alan sorunsalı kavramın risk içeren bağlamını açıklamada önemli bir yere sahiptir. Ebeveynlerin özellikle etkileşimin yoğun olarak gerçekleştirildiği sosyal ağlarda çocukları hakkındaki bilgilerin 'herkese açık' bir şekilde diğer kullanıcılar ile paylaşması özel alanın kamusallaşmasına somut bir örnektir. Böylelikle saklı kalması gereken bilgiler herkesle paylaşıldığında bireyin mahrem sayılabilecek korunması gereken alanı riske girmektedir. Bu bilgiler bireylerin kişisel verileri olabileceği gibi duygusal ve sosyal verilerini de içermektedir. Bu nedenle bir çocuğun gündelik sosyal yaşamından kesitler dijitalle aktarıldığında çocuğun rencide olmayacağı içeriklerin dikkate alınması farkındalık odaklı yaklaşım ile çocuğa duyulan saygıyı görünür kılmaktadır.

Bu açıdan dijitalleşme ile gün geçtikçe sınırları geçirgen hale gelen gizlilik sorunsalı bu çalışmada Petronio'nun geliştirmiş olduğu **İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi (Communication Privacy Management - CPM)** temelinde incelenmiştir. Petronio, önerdiği bağlam ile mahremiyet yönetimini bir kontrol mekanizması ile gizliliğin korunmasını belirli süreç ve aşamalarla birlikte değerlendirilmiş, bu aşamalardaki bilgi sızıntılarının kaynaklarını incelemiştir (Petronio, 2013). Bu değerlendirmelerde dijitalleşmenin etkilerini de ele alan Petronio, gizlilik kontrolünün önemine yönelik bakış geliştirmiştir. Bu nedenle bu tez çalışmasının mahremiyet kavramsallaştırmasını ele alan bağlamı dijitalleşmeyi içeren yönüyle de Petronio'nun İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi yaklaşımına uygun olarak geliştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemi olarak Teun A. Van Dijk'ın söylem çözümlemesinden yararlanılmaktadır. Dijk'ın söylem çözümlemesi modeli, teorinin temellendiği bağlam üzerinden içeriğinin yorumlanabilmesine ve art alanındaki bilgilerin süreç içerisinde anlamlandırılabilmesine ışık tutmaktadır. Çalışmada, araştırmanın teorik kuramsal çerçevesinde irdelenen bilginin sınırları sorunsalı, söylem çözümlemesi yönteminin sistemli inceleme yapısı ile makro ve mikro ölçekte ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmiştir.

Amacını çocukların yüksek yararı üzerine kuran ve bu doğrultuda ebeveynleri odağına alarak incelenen bu tez çalışmasının temel bağlamı, sharenting özelinde, çocukların dijital ortamlardaki güvenli alanların sınırlarının ebeveynleri tarafından ne kadar korunabildiğini araştırmak üzerine geliştirilmiştir. Bu nedenle gündelik yaşamdan hareketle ebeveyn-çocuk ilişkisinin dijital ortamdaki yansımalarının okuryazarlık bilgisini de kapsamı fayda alanına önemli katkılar sağlayacaktır. Dolayısıyla bu tez, yeni medya ortamlarında özellikle sosyal paylaşım ağları arasında Instagram'da yer alan dijital ebeveynlerin çocuklar özelinde gerçekleştirdikleri gönderiler arasında; hak ihlallerinin olup olmadığını, ebeveyn sorumluluğunun etik yanını, varsa kamusallaştırılan mahremiyet sorunsalını kapsamlı olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

İletişim araştırmalarının yeni medya kuramlarını temel alan bağlamıyla sharenting olgusu sorunsallaştırılarak oluşturulan bu tez çalışmasının birinci bölümü, ebeveynlik olgusu, ebeveynliğin dijital dönüşümü ve yaklaşımları üzerinden derinleştirilmiştir. Buna yönelik dijital ebeveynlik yaklaşımları beş perspektif üzerinden tanımlanmış ve bunlar ebeveynliğin; Sosyal olumlanma beklentisi, bilgi paylaşımı, ticari kazanç sağlama, farkındalık yaratma ve ben odaklı halleri üzerinden kategorilendirilmiştir.

Günümüz yeni medya ortamlarının kullanıcılara sunduğu pek çok alternatif olanakları içeren yönüyle dijital ebeveynlik olgusu ise çocuk adına kurulan etkileşimin önemli bağlamlarına işaret etmektedir. Ebeveynlerin yalnızca sosyal ağlardaki etkileşim faaliyetleri üzerinden tanımlanamayacak olan dijital ebeveynlik kavramı, dijitalleşmenin sağladığı imkanlar ile çocuk adına yapılabilecek resmi ya da gündelik her türlü iş ve işlemleri kapsayan geniş bir başlığı ifade etmektedir. Bu nedenle bu bölümde dijital ebeveynliğin kapsam ve sınırları etrafıca ele alınmıştır.

Tezin ikinci bölümü dijital ebeveynliğin sharenting biçimlerini tartışmak üzere geliştirilmiştir. Özellikle sosyal ağlarda aktif bir şekilde içerik üretimi gerçekleştiren dijital ebeveynlerin çocukları ile ilgili bilgileri paylaşıırken, bu paylaşımların özel-kamusal alan, mahremiyet, tüketim ve kimlik başlıkları ile ilişkilendirilebilecek boyutları ele alınmıştır. Bu boyutlar dijital ebeveynliğe yönelik eleştiriler ile birlikte değerlendirilerek kavrama etik, ahlaki ve hukuki bağlamı üzerinden den ile değerlendirilmiştir. Bu amaçla, sharenting odağında çocuk emeği üzerinden de tartışılarak toplumun en hassas grupları arasında yerini alan çocuklar özelinde yeni medya ortamlarının olanakları ve riskleri tanımlanmıştır.

Özellikle günümüzde en aktif kullanım özelliğine sahip olması nedeniyle incelenmek üzere Instagram sosyal ağı amaçlı olarak seçilmiş ve büyük takipçi rakamlarına sahip olmaları ve farklı dijital ebeveynlik yaklaşımlarını temsil etmeleri nedeniyle beş farklı dijital ebeveyn hesapları izlemeye alınmıştır. Bu bağlamda sharenting doğrultusunda ilgili ebeveyn gönderileri analiz edilmek üzere tanımlanmış ve buna yönelik bilgiler üçüncü bölümde tezin araştırma yöntem ve teknikleri kısmında ayrıntılı bir şekilde ifade edilmiştir.

Tezin dördüncü ve son bölümünde ise dijital ebeveynlerin sharenting özelinde belirlenmiş olan ilgili gönderileri Teun A. Van Dijk'ın söylem analizinden yararlanılarak başlıklar halinde çözümlenmiş ve Petronio'nun geliştirmiş olduğu İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi referans alınarak incelenmiştir.

Tezin örnekleminde çok takipçili hesap kullanıcıları mikro, mezzo veya makro tanımlamalarına uygunluğu referansı ile belirlenmiştir. Bu doğrultuda dijital ebeveynlerin en az mikro ebeveyn olması örneklem seçiminin temsil ettiği dijital ebeveyn yaklaşımlarını karşılayabilmesi açısından önemli bir yerde durmaktadır. Mikro ünlülük kavramı 2000 sonrası yaşamımıza dahil olmaya başlayan sosyal ağlar ile birlikte 2008 yılında Theresa M. Senft tarafından irdelenmiştir. Senft bu sorunsalı, sosyal ağlarda internet üzerinden yaşamlarını kamuya açan ve bu süreçte bir ölçüde şöhret kazanmaya çalışan ekran önündeki kadınları (camgirls) görünürlük olgusu bağlamında eleştirel bir bakış ile analiz etmiştir (Senft, 2008). Dolayısıyla tezin bu bölümünde de sosyal ağlarda ün kazanmış ebeveynlerin ekrandaki görünürlüklerini çocukları üzerinden artırdıkları içerikler, belirlenen örneklemelerde yer alan ebeveynlerin gönderileri özelinde ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir. Gerçekleştirilen incelemelerde bu ebeveynlerin paylaşımlarının art alanında yer alan faktörler ile dijital ebeveyn yaklaşımları arasında kurulan bağ, ayrıntılı olarak mikro ve makro yapılar etrafında çözümlenmiştir. Bu kapsamda sırasıyla kamuya açık bir şekilde çocukları da ilgilendiren boyutuyla paylaşım gerçekleştiren çok takipçili dijital ebeveynler arasından @cagla, @akademisyenanne, @enbabavekizlari, @mayabasol ve @sahangiller isimli hesaplar incelenmiş ve sharenting olgusu etrafında değerlendirilebilecek olan ve bu yöndeki yüksek etkileşime sahip gönderileri analiz edilmiştir. Çok takipçili ve buna göre mikro, orta ya da makro ünlü olarak tanımlanabilen bu ebeveynlerin kullanıcı hesaplarında çocukları hakkında ne paylaştıkları ve bu bilgileri nasıl sundukları kavramsal yönleri ile eleştirel perspektifte incelenmiştir.

Senft (2008), mikro ünlülük kavramını insanların video, bloglar ve sosyal ağ siteleri gibi teknolojileri kullanarak Web üzerinden popülerliklerini 'artırmalarını' içeren yeni bir çevrimiçi performans tarzı olarak ifade etmektedir (s. 25). Yüksek takipçi rakamlarına sahip olan ünlüler genellikle düzenli ve sürekli olarak amaçları doğrultusunda içerik hazırlamakta ve takipçi sayılarını arttırmayı hedeflemektedirler. Böylelikle ünlüler hem yönetmiş oldukları hesap içeriğinin dinamik kalmasını sağlamakta hem de kullanıcıların ilgili hesaba tutunmalarını kolaylaştırmaktadırlar. Bu kullanıcılar belirli amaçlarla ve sık aralıklarla gönderi üretmek durumunda olduklarından kalabalık bir gruba iletilen bilgilerin içeriği önem taşımaktadır. Özellikle bu hesapların sahipleri ebeveynler olduğunda ve bu içerikleri, çocuklar/çocukları gibi hassas gruplara yönelik oluşturduklarında paylaşımların kapsamı ve bağlamına yönelen önem daha da artmaktadır. Ancak incelenen sosyal ağ kullanıcıların sürekli olarak sayfalarını güncellemeleri ya da ilgili hesaplarını kapatmaları bilgi takibini zorlaştırmıştır. Paylaşılan veriler kaldırılmış olsa dahi verilerin çeşitli teknik araçlar kullanılarak depolanabiliyor olması yeni medyanın önemli riskleri arasında yerini almaktadır. Diğer taraftan bu bilgilere kamusal özellik kazandırılıyor olması da paylaşılan bilgilerin kalıcı yaygınlığı açısından önemlidir. Gerçekleştirilen incelemeler esnasında kullanıcı kaynaklı içerik düzenlemeleri yeni medya alanında araştırma yürütmenin zorluklarını ifade etmektedir. Bu nedenle bu tez çalışmasında da verilerin güvenli ve doğru bir şekilde incelenmesi ayrıca dikkat ve çabayı gerekli kılmıştır.

Dijital ortamda sosyal ağlar üzerine araştırma gerçekleştirirken verilerin değişken bir yapıya sahip olması güncel bilginin takibini zorlaştırmaktadır. En sık karşılaşılan zorluklar arasında hesap ve gönderi verilerinin nicel değişkenliği, kimi hesapların kapanması ya da isim değiştirmesi ya da gönderilerin silinebiliyor olması ile içeriğin değiştirilebiliyor olması sabit verilere ulaşmakta en sık karşılaşılan güçlükler arasında yerini almaktadır.

Paylaşımlarının önemli bir kısmını çocuklar ilgili içeriklerden oluşturan dijital ebeveynlerin amaçlı bir yöntem ile seçildiği bu çalışmanın araştırma safhasında ebeveynlerin farklı yaklaşımlara sahip oldukları görülmüştür. Bununla birlikte çeşitli amaçlar doğrultusunda düzenli olarak içerik üreten ebeveynlerin çocuklarının dijitaldeki kimliklerini koruma ve gözetme konusunda da birbirinden farklı tutum içerisinde bulundukları anlaşılmıştır. Bu nedenle tezin oluşturulma evresinde sosyal olumlanma beklentisi, bilgi paylaşımı, ticari kazanç sağlama, farkındalık yaratma ve ben odaklı olmak üzere temel de beş farklı dijital ebeveynlik yaklaşımı üzerinden desenlenmiş ve seçilen örneklemeler yüksek takipçi sayısına sahip dijital ebeveynler ile sınırlandırılmıştır. Böylelikle bu tez çalışması, insan hakları temelinde; özel yaşamın gizliliği, kişisel verilerin güvenliği, dijital gözetim, mahremiyet ve kamusalılık gibi konu başlıkları üzerinden gerçekleştirilen hak ihlallerine odaklanmıştır. Tüm bu amaçlar doğrultusunda bu tez çalışması çeşitli ebeveyn pratiklerine ışık tutmayı, dijital iletişim yöntemlerinin geliştirilmesinde ve medya araçları kullanımına yönelik farkındalığın oluşmasında yeni bir bakış sunmayı ve alan yazında sharenting olgusuna yönelen bağlamıyla sorun alanını ebeveyn-çocuk iletişimi üzerine derinleştiren çalışmalara kaynaklık etmeyi hedeflemektedir.

## 1. YENİ MEDYANIN YENİ NESİL KULLANICILARI: DİJİTAL EBEVEYNLER

Birey yaşam becerilerinin önemli bir kısmını içinde bulunduğu sosyo-kültürel iklimden de hareketle ailesinden öğrenmektedir. Değerler ile birlikte içinde yaşanılan toplumun sahip olduğu normlar ilk adımda aile ortamında edinilmektedir. Böylelikle aile temel eğitimin ilk basamağını oluşturmaktadır. Bu öğrenme ve öğretme sürecinde ebeveynlerin bilinç ve farkındalık düzeyleri öncelikli olarak informal eğitimin niteliğini etkilemektedir. Dönemin gelişmekte olan teknolojik imkanları, çocuklara yeni öğrenme ortamları yaratabilirken aynı zamanda ebeveynlerin de deneyimlerini etkileşim yoluyla başkaları ile paylaşabilmelerinde, sosyal desteğe erişebilmelerinde ve öğrenmek istenilen bir konu hakkında bilgi kapasitesinin arttırılabilmesinde önemli role sahiptir. Böylelikle çocuk yetiştirme sürecinde ebeveynler, dönemin teknolojik olanaklarından yararlanarak bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde erişebilirken çocuklara yönelik içerikleri yeni medya ortamlarında anlık olarak paylaşabilmektelerdir.

İnternet teknolojisine kişi düzeyinde erişim ile yaygınlık kazandırılması, ebeveynlik rolünün dijital ortamlarda da gerçekleştirilmesine olanak sağlamıştır. Gündelik sosyal yaşamda yerine getirilen ebeveynlik sorumluluğunun bu ortamlarda da sürdürülmesi dijital ebeveynliğin önemli bir bağlamını oluşturmaktadır. Dijital ebeveynlik rolü, çocukların bu alanlarda karşılaşabilecekleri riskleri bilinçli bir ebeveynlik yaklaşımı ile olabildiğince en aza indirmek ve bunu gerçekleştirebilmek için okuryazarlık bilincinin geliştirilmesini gerektirmektedir. Dijital ebeveynlik olgusu bu doğrultuda kimi zaman ebeveynlik deneyimlerinin paylaşılması amacıyla kurulan forumlar, internet siteleri ve bilgi içerikli sayfalar ile desteklenirken aynı zamanda bu imkanlara erişimin teknik yollarını da öğrenmeyi içermektedir. Bu imkanlar ebeveynliğin temel edimi olan çocukların ihtiyaçlarının karşılanması ve bakım sağlanması sorumluluğuna kolaylaştırıcı etki sağlamaktadır. Ancak içinde yaşanılan çağın dijital iletişim teknolojileri aracılığıyla pek çok işin hızlı ve kolaylıkla yapılabilmesi olanakları kadar riskleri de barındırmaktadır. Ebeveynlik bu açıdan gündelik yaşamda çocuklara yönelen ilgi ve sorumluluk odaklı yaklaşımın dijital ortamlarda da kontrollü bir şekilde gerçekleştirilmesini gerektirmektedir. Ancak dönemin hızını beraberinde kılan iletişim yöntemleri anlık bilgi paylaşımları ile kırılgan grupta yer alan çocukların çeşitli risklerle karşı karşıya kalabilmelerine neden olabilmektedir.

Sharenting sorunsalı bu açıdan çocukların günlük yaşamlarının ve kişisel bilgilerinin ebeveynleri tarafından sosyal ağlarda paylaşılması davranışını ifade etmektedir.

### 1.1. Yeni Medya ve Dijital Ebeveynlik

Yeni medya, iletişim teknolojilerinin gelişme kaydetmesi ve çeşitlenmesi ile doğrudan ilgilidir. Binark bu açıdan yeni medyayı şemsiye bir kavram olarak kapsayıcı bir tanıma yerleştirmektedir. Buna göre;

Günümüzde bilgisayar, bilgisayar ağları, bilgisayar dolayımı ile iletişim, internet, web 2.0, çevrimiçi habercilik, çevrimiçi sohbet, laflama odaları, wiki, e-ticaret, e-imza, dijital medya, dijital oyun, dijital kültür, dijital imgeleme, avatar, siber uzam, sanal uzam, sanal gerçek gibi birçok kavram ile bu kavramların tanımlandığı, açıkladığı toplumsal, kültürel ve ekonomik olgular günlük konuşmalarımızın doğal bir parçası haline gelmiştir. Tüm bu kavramları kapsayan ve birleştiren bir kavram ‘yeni medya’ olabilir (Binark ve Löker, 2011, s.9).

1990’ların başında yaşamımıza dahil olan yeni medya araçları 2000’ler ve sonrasındaki süreçte daha da erişilebilir hale gelmiş ve mobilize bir yapıya sahip olmasıyla yaygınlık kazanmıştır. Artan teknolojiyle ve çeşitliliğiyle gelişmeye devam eden yeni medya araçları, bugün sahip olduğu kolaylaştırıcı ve işlevsel özellikleri ile yaşamın hemen her alanında kendine yer bulmuştur. Gelişen teknoloji ile iletişim kurma, haberleşme, bilgi edinme, eğlenme gibi faaliyetler dijital ortamlar üzerinden senkronize sağlanmaya başlanmış ve dijital dünyanın sunduğu olanaklar ile pek çok işi veya görevi yerine getirmek daha hızlı ve kolay bir hal almıştır. Çalışma yaşamından gündelik sosyal ilişkilere kadar yaşamımıza aşama aşama dahil olan bu araçlarla günümüzde neredeyse tüm yaşam hareketliliği teknolojiye bağlanmıştır. Gündelik yaşam pratiklerimizin merkezinde yerini almaya başlayan teknolojik gelişmeler özellikle internet ağının yaygınlık kazanması ile de bireysel ölçekte erişilebilir hale gelmiştir. Bu erişimin sağladığı kolaylıklar aile ilişkilerinden ebeveyn pratiklerine kadar sosyal ölçekte pek çok alana etki etmiştir.

Gündelik sosyal yaşamın en önemli yapılarından birisi olan ve toplumun en küçük birimini oluşturan ‘aile’nin toplumsal değişmeden yapısal özellikleri dolayımında etkilenmesi söz konusudur. Tarihsel süreç boyunca toplumların üretim ilişkilerindeki farklılaşma sosyo-ekonomik bağlamıyla toplulukların sosyo-kültürel yapısını da dönüştürmüştür. Tarım toplum düzenlerinde genellikle geniş, kalabalık aile birliklerine rastlanırken; endüstriyel toplum yapısında üye sayısının daha az olduğu, daha dar olarak nitelendirilebilecek aile oluşumları görülmektedir (Güler ve Ulutak, 1992, s. 52). Kavramsal olarak aile yapısı, üyelerin soy bağı çerçevesinde ortaklaştıkları bir yaşam deneyimi etrafında sürdürdükleri sosyal düzene işaret etmektedir. Bu yapıyı kuran ve koruyan başat üyeler ise ebeveynlerdir. Ebeveynlik olgusu anlamsal olarak anne ve baba kavramlarının bir aradalığına vurgu yapmaktadır. Bununla birlikte ebeveynlik, çocuk üzerinden her iki rolün tek bir sözcükte ‘anababalık’ olarak ifade bulması halidir. Feinberg’e (2003) göre, ebeveynlik bireylerin çocukları yetiştirme konusunda örtüşen veya paylaşılan sorumluluklara sahip olduklarında ortaya çıkmakta olup ebeveyn figürlerinin çocuk yetiştirmede sergilediği destek ve koordinasyondan (veya eksikliğinden) oluşmaktadır. Ebeveynlik ilişkisi, yetişkinlerin ilişkisinin çocuk yetiştirmeye ilgili olmayan romantik, cinsel, refakatçi, duygusal, finansal ve yasal yönlerini içermemekle birlikte ebeveynlik terimi, ebeveynlik rollerinin yetki veya sorumluluk açısından eşit olduğu veya olması gerektiği anlamına da gelmemektedir (s. 96). Ancak çocuk yetiştirmede sergilenen destek ve koordinasyon ebeveyn tutum ve pratiklerine doğrudan etki etmektedir. Bu tutumları Baumrind (1971) üç farklı boyutta: otoriter, yetkili ve izin verici ebeveynlik olarak ele almaktadır. *Otoriter (Authoritarian) ebeveyn*, çocuğun davranış ve

tutumlarını mutlak bir standarda göre düzenleyen, daha yüksek bir otorite motivasyonu üzerinden çocukları belirli bir davranış kalıbına göre şekillendiren ve bu doğrultuda da onları kontrol edip değerlendirmeye alan sıkı tutumu ifade etmektedir. İkincisi *güvenilir/yetkili (Authoritative) ebeveyn*, çocuğun faaliyetlerini ancak rasyonel sorun odaklı bir şekilde yönlendiren, sözlü iletişimi teşvik eden ve politikasının ardındaki mantığı çocukla paylaşan, hem kendini ifade eden araçsal niteliklere, hem özerk öz-iradeye hem de disipline edilmiş uyumluluğa değer veren ve bu nedenle ebeveyn-çocuk ayrışma noktalarında sıkı kontrol olsa da bunu çocuğu kısıtlamalarla sıkıştırmadan uygulayan bu anlamda da daha demokratik bir ifade üzerinden tanımlanan ebeveynliğe işaret etmektedir. Üçüncüsü *izin verici (Permissive) ebeveyn* ise çocuğun dürtülerine, arzularına ve eylemlerine karşı cezalandırıcı olmayan, çocuğuna karşı kabullenici ve olumlu bir şekilde davranan, alınacak kararları hakkında ona fikrini soran ve aile kuralları hakkında açıklamalar yapan, ev sorumluluğu ve düzenli davranış için çok az talepte bulunan, çocuğun kendi faaliyetlerini mümkün olduğunca düzenlemesine izin veren, kontrol uygulamasından kaçınan ve onu sosyal olarak tanımlanmış ve standartlaşmış kalıpların dışında tutan, güç üzerinden değil akıl yoluyla çocuğu ile bağ kuran ebeveynidir (s. 22-23).

Geleneksel olarak tanımlanabilecek, kalabalık ve geniş aile yapılarındaki kişilerarası ilişkiler iktidarı merkeze alan ‘baba otoritesi’nin öne çıktığı, sıkı kontrolün bulunduğu, çocuk ve ebeveyn arasındaki sevgi bağının da daha görünmeyen alanda kurulduğu bir yapıya sahiptir. Geleneksel toplumda babalar, “çocuklarla yüz göz olmazlar, sevgilerini göstermekten kaçınırlardı. Bununla birlikte, çocuktan uysallık, söz dinleme, usluluk, mahcubiyet gibi özellikler beklenmekteydi” (akt. Tezel Şahin ve Cevher, 2007, s. 777). Ebeveynin merkezde yer aldığı ve katı uygulamaların bulunduğu bu yapı endüstri toplumuna geçildiğinde zamanla değişime uğramış ve esneklik kazanmıştır. Gelişmekte olan teknoloji, bilgiye erişimin kolaylığı, zaman ve uzamın bir aradalığının ortadan kalması ve sanayileşmenin artması ile birlikte mülkiyet düzeninde erkek baskın aile yapısındaki sahiplik ilişkileri de bu değişimden önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu dönüşümün önemli bir yönü merkezindeki iktidar ve tahakküm ilişkilerinin yalnızca erkeğin belirleyiciliğinden uzaklaşıp daha eşitlikçi bir sürece doğru ilerlemesi yönünde olmuştur. Bugüne gelindiğinde;

Geleneksel yapıdan modern yapıya geçişin yaşandığı günümüz toplumunda kadın ve erkek rol dinamiklerinde kadının iş hayatına girmesi, erkeğin çocuk bakımından sorumlu olması gibi değişimler meydana gelmiştir. Yaşanan değişimle çocuğunun bakımı ile bire bir ilgilenen, bebek bakımı ve çocuk yetiştirme konusunda en az anne kadar bilgili olan baba modeli ortaya çıkmıştır (Gökalliler ve Özer, 2019, s. 389).

Dolayısıyla modern aile yapısı olarak tanımlanan bu değişim doğrudan cinsiyet rollerine de etki ederek yeni ve benzerlerinden uzak farklı düzenin doğmasına da kapı aralamıştır. Bugün özellikle batı toplumlarında artış gösteren aile oluşumlarında cinsiyet temelli tutumdan uzaklaşmaktadır. Geleneksel ataerki cinsiyet kimliklerine atfedilen rollerin sorgulanması ile ebeveynlik oluşumuna sorumluluk temelli bir işlerlik kazandırıldığı görülmektedir. “Günümüzde çocuklar, kendilerini, aynı cinsten iki

ebeveynlerden veya cinsiyet değiştirmiş ebeveynlerden oluşan ailelerde yetişiyor bulabilmekte ya da yapay üreme teknikleri sonucunda dünyaya gelmiş çocukların sadece bir biyolojik ebeveyni olabilmekte ya da biyolojik ebeveyni olmayabilmektedir” (akt. Arkan ve Üstün, 2004, s. 102). Kağıtçıbaşı (1982)’ya göre kalkınma ve modernleşmenin çeşitli göstergeleri arasındaki aile yapısı içerisinde kadının da yeri önemli ölçüde etkilenmiştir. Kadınlarda modern bir yönelim olarak içsel kontrol olgusunu öne çıkarmıştır. Bu kontrol inancı; eşitlik, istenen çocuk sayısı ve eş seçimine yönelik bir değişimi içermektedir (s. 88).

Modernleşme ile birlikte bakışın geleneksel aile yapısından daha çocuk merkezli bir yöne evrilmesi, bir arada yaşayan aile bireylerinin sayısının azalması ve geleneksel yaşamın sosyo-ekonomik ve kültürel doğasından uzaklaşılmasına neden olmuştur. Böylelikle kuşaklararası bir aradalığın modern yaşamda yerini çekirdek aile almaya başlamış ve bu yapının organizasyonunda çocuklar birincil önemde merkezi bir konuma yerleşmişlerdir. Günümüze uzanan süreçte tek ebeveynli aile yapılarına kadar uzanan geniş ve çekirdek aile organizasyonu yerini modern yaşamla birlikte çağdaş küçük ailelere bırakmıştır. Bu dönüşüm çocuk yetiştirme farklılıklarına da etki ederek aile bireylerinin çocukla iletişimi, çocuğa karşı tutumları ve çocuğa verdiği değer açısından geçmişten günümüze değişikliklerin yaşandığı bir süreci de görünür kılmıştır. “Tüm dünyada boşanma oranlarındaki artışla birlikte tek ebeveynli ailelerin sayısı yükselmektedir” (Zencirkıran, 2020, s. 74). Böylelikle tek ebeveyn yanında yetişen çocuğun aile bireyleri ile ilişkisi daha sonra **ortak ebeveynlik** özelinde devam etmektedir. Ortak ebeveynlik yaklaşımı ebeveynlerin boşanmış olsalar dahi ortak bir payda da ebeveynlik rollerini yerini getirme çabasını içermektedir. Çocuk bakımı konusunda görev ve sorumlulukların evlilik birliğine bağlı olmadan yerine getirilmesi durumu ebeveynlikle ilgili son yıllarda yeni yaklaşımlar arasında yerini almıştır. Feinberg (2003)’in ebeveynliğin yapısını ve ekolojik bağlamını incelediği ‘coparenting’ olarak tanımlanan ortak ebeveynlik kavramı, boşanmaların ortaya çıkması ve çocukların bu sürecin olumsuz etkilerinden en az düzeyde etkilenmeleri için geliştirilmiştir. Bunun için dört bileşen önemli bir yerde durmaktadır. Bunlar; çocuk yetiştirme konularında anlaşma veya anlaşmazlık, (çocukla ilgili) iş bölümü, destek ya da altı oyulan ebeveyn rolü ve aile etkileşimlerinin ortak yönetimidir. Ortak ebeveynliğin bileşenleri arasında ebeveyn figürlerine ait ahlaki değerler, davranışsal beklentiler ve disiplin, çocukların duygusal ihtiyaçları, eğitim standartları ve öncelikleri, güvenlik ve akran ilişkileri dahil olmak üzere çocukla ilgili bir dizi konu üzerinde anlaşma derecesi çocuk yetiştirme sürecinin olumlu etkilerini artırıcı rol oynaması açısından önemlidir (s. 5). Buradaki temel yaklaşım ebeveynlerin çocuk merkezli yaklaşıma olan eğilimleridir. Çocuk merkezli yaklaşım okul öncesi dönemi de kapsayarak referansını ağırlıklı olarak eğitim bilimleri çerçevesinde formal ve informal eğitim programlarından almaktadır.

Dünyada okul öncesi eğitim alanında uygulana gelen çocuk merkezli birçok yaklaşım ve model bulunmaktadır. Bunlardan kimileri Yapılandırmacı Yaklaşım, Reggio Emilia Yaklaşımı, Montessori Yaklaşımı, High/Scope Yaklaşımı vb.dir. Bu yaklaşımların benzer temel özellikleri, Dewey, Piaget, Vygotsky gibi çocuğu merkeze alan düşünürlerin teorilerinden etkilenerek şekillenmiş olmaları ve

temel amaçlarının; eğitim ortamları, materyaller, etkinlikler, değerlendirme biçimleri, öğretmenin rolü açısından benzerlikler taşımalarıdır (Kaya ve Aytar, 2012, s. 29).

Aile kurumunda ise çocuk merkezli yaklaşım, kaynağını ebeveyn tutum ve davranışlarından almaktadır. Bugün özellikle yeni nesil aile yaklaşımında durum geleneksel yaklaşımın neredeyse tam tersidir. Burada ebeveyn çocuk merkezli bir tutum üzerinden çocuğun fiziksel ve bilişsel gelişimini bir arada değerlendirmekte ve çocuğu anlama çabası içerisinde bulunmaktadır. Çocuğun her açıdan sağlıklı bir şekilde korunması için onu desteklemek başat konumda yer almaktadır. Çocuk merkezli aileler, çocuk yetiştirme sürecinde bilgi sahibi olabilmek ve farkındalıklarını artırmak için de yoğun mesai harcamaktadırlar. Bu ebeveynler; “doktorlar, kitaplar, kreşler, çeşitli aktivite kampları, pedagoglar arasında gidip gelmekte, tüm bunları yaparken de kimi zaman zaman algısı adeta yok olmaktadır. Bu süreci yönetmeye çalışan anne babalara “yeni nesil ebeveyn”, yönetirken oluşturulan ebeveynlik şekline de “yeni nesil ebeveynlik” denilmektedir (Dönmez, 2019, s. 45). Ebeveynin odağını oluşturan çocuğu anlamak ve korumak, bu ‘yeni’ dünyanın ‘yeni’ koşulları içerisinde gittikçe zorlaşmaktadır.

Yeni nesil ebeveynlerin en belirgin özellikleri arasında; zamanı kontrol edememe, aynı anda birden fazla iş yapabilme arzusu, fazla kontrollü ve kontrolcü, fazla müdahaleci, yorgun olma, stres ve kaygı yüklü olma, sürekli iki arada kalma, mükemmel anne olma arayışı, kararsızlık, yetememe duygusu, sosyal medya düşkünlüğü ve mutlaka blogger anne takibi yer almaktadır (Dönmez, 2019, s. 47).

Yapılan bu tanım ağırlıklı olarak ‘yeni nesil anne’nin özelliklerini içeriyor görünse de babalar da bu ebeveynlik yaklaşımında geleneksel ataerkil kültürün eril rollerinden uzaklaşarak daha eşitlikçi bir aile yapısı içerisinde çocuk merkezli bakışla hareket edebilmektedir.

Daha önceleri aile-çocuk ilişkilerine yönelik çalışmalarda anne ile olan ilişkiler daha ön plana çıkmakta ve annenin önemi vurgulanmaktayken, günümüzde babanın çocuğun gelişiminde çok önemli bir rolünün olduğu benimsenmeye başlamış; babaların çocukların eğitimleriyle daha fazla ilgilenmeleri, ailedeki baba-çocuk ilişkisinin niteliğini de arttırmıştır (Tezel Şahin ve Cevher, 2007, s. 780).

Ancak kimi zaman çocuk merkezli yaklaşımda çocuğun sağlıklı bir şekilde fiziksel ve bilişsel gelişimini destekleyebilmek için ebeveynler, aşırı denetleyici ve kontrolcü bir sürece girebilmektedir. Konu özelinde araştırma gerçekleştiren alan düşünürleri modern aile yaşamında ebeveynlerin çocuklarını bekleyen risk, belirsizlik ve hızlı sosyal değişim koşulları altında yetiştirme sürecini yönetirken artan kaygının ve “yoğunlaşan” mantığın anlaşılması üzerine çalışmakta, buna paralel olarak çocuklukla ilgili de giderek artan krizlerin oluşması sorunsalı ortaya çıkmaktadır. “Bazı ebeveynler çocuklarını ‘pamuklara’ sararak, ‘kaplan’ kesilerek ya da ‘helikopter’ gibi karşılaşılabilecekleri zararlardan korumaya çalışarak ve teknolojiyi de bir ‘dijital bağlantı’ aracı olarak kullanarak çocuklarının sosyal isteklerine cevap vermektelerdir ” (Livingstone ve Blum Ross, 2020, s. 18-19). Sözü edilen bağlantı aracı olarak dijital erişim, hangi bilgilere nasıl ulaşılacağı konusunda ebeveynleri

destekleyebilmektedir. Ancak bu alan özellikle çocuklar açısından olanak olarak değerlendirilebilirken aynı zamanda da risk unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Ebeveynler dijital ortamlarda farkında olarak ya da olmayarak çocuklarının kişisel verilerini üçüncü kişilere açabilmekteledir. Bu dolayında yeni medya ortamlarında kimi zaman çocukların gizliliğini ve güvenliğini açık hale getiren ebeveyn, çocuğunun kişisel alanlarını da ihlal edebilmektedir. Bu olasılıklar çocuk merkezli ebeveynlik yaklaşımlarını da önemli ölçüde etkilemiştir. Dönmez'in çalışmasından hareketle yeni nesil ebeveynlik yaklaşımları ayrıntılı olarak helikopter ebeveynlik, çocuklarla el ele ebeveynlik, inatlaşmadan ebeveynlik, doğal ebeveynlik, pozitif ebeveynlik, yavaş ebeveynlik, paylaşımlı ebeveynlik, e-ebeveynlik, iki arada ebeveynlik, hızır ebeveynlik ve zamansız ebeveynlik olarak başlıklandırılmıştır (Dönmez, 2019, s. 48-74). Buna ek olarak günümüz yeni nesil ebeveynlerin çocuk yetiştirme yaklaşımları üzerinden koşulsuz ebeveynlik, aşırı ebeveynlik, oyuncu ebeveynlik ve dijital ebeveynlik kavramlarına da değinilecektir.

**Helikopter ebeveynlik** kavramı ilk olarak 1969 yılında Haim G. Ginnot tarafından yazılan Türkçe'ye ise 'Anne Baba ve Çocuk Arasında' olarak çevrilen 'Eltern und Teeanger' adlı çalışmasında kullanılmıştır (Ginnott, 1969). Bu tanımlama, çocuk yetiştirmede aşırı koruyucu, kontrol edici, otoriter ve denetleyici bir ebeveyn tutumunu ifade etmektedir. Yaklaşımın temel özelliği çocuğu ilgilendiren her türlü kararda ve sürecin yönetiminde belirleyiciliğin ebeveynde olmasıdır. Çocuğun seçimleri ancak ebeveynin makul değerlendirmesi sonrası geçerli olabileceği gibi yetiştirilme sürecinin her kademesinde ebeveyn kararlarının önceliği söz konusudur. Kavram ebeveynlerin çocuklarının başlarının etrafında hem gerçek hem de mecaz anlamıyla ısrarcı bir biçimde sürekli olarak dolanmalarından yola çıkılarak oluşturulmuştur. Bu yaklaşım yaşamın normal akışına engel oluşturabilmektedir. Bu tutuma sahip olan ebeveynler bir sorun çıktığında çocuklarını kurtarmak için yakınlarında durmaktadırlar. Aynı zamanda helikopter ebeveynler çocuklarından gelecek bir 'işaret fişegi'ni takip ederek onları öğretmenlerden, oyun arkadaşlarından ve görünüşte düşmanca olan tüm diğer unsurlardan korumak için harekete geçmektedirler (Fay ve Cline, 2020, s. 26). Dolayısıyla ebeveyn çocuğun tüm yaşamında onun adına kararlar alabilmeyi ve çocuğun yerine getirmekte yükümlü olduğu sorumlulukları anne ya da baba fark etmeksizin kendisinin yerine getirebilmesini görev olarak üstlenmektedir. Çocuğun kendi kararlarını alabilmesinde edilgen konumlandığı bu ilişki ebeveynin mükemmeliyetçi tutumunu da görünür kılmakta ve çocuğun başarıya ulaşma yolunda ebeveyn bir araç işlevi görmektedir. Ebeveynin hep daha iyiyi arzulaması ve çocuğun yaşamını bu beklenti doğrultusunda oluşturmaya çabalaması kimi zaman baskıcı tutumu da beraberinde getirmektedir. Bunun için Pam Leo (2020)'nin geliştirmiş olduğu **çocuklarla el ele ebeveynlik** kavramı çocuk ve ebeveyn arasındaki uzlaşım, çocuğu anlayabilme ekseninde önemli bir yerde durmaktadır. Özellikle baskı yerine gönül bağı, korku yerine sevgi temelli ve işbirlikçi yaklaşımı önceleyen Leo, çocuğun davranışlarının düzenlenmesinde ve çocuğun taklit yoluyla öğrenmesinde ebeveyn davranışının belirleyici olduğunun altını çizmektedir (s. 30-32). Leo bu doğrultuda çocukların yetişkinlerin söylediklerini ve yaptıklarını taklit ettiğini ve çocukların

öğrendiklerinin %95'inin kendileri için modellenenlerden olduğunu ve sadece %5'inin doğrudan öğretim üzerinden öğrenildiğini belirtmektedir (Brosio, 2013). El ele ebeveynlik yaklaşımında, öfke patlamaları gibi yoğun duygu anlarında, ebeveynin kapsayıcı bir yaklaşımla çocuğun arzu ve ihtiyaçlarını durup yeniden düşünmesinin gerekliliği tartışılmaktadır. Son yıllarda yapılan çalışmalar ailenin çocukla iletişimin kalitesinin çocuğun kişilik ve sosyal gelişimi açısından önemini vurgulamaya başlamıştır. Aile içinde kurulan iletişimin çocuğa model olduğu ve onun daha sonraki yaşantılarına da önemli ölçüde etkilediği dikkat çekmiştir. Çağdaş anne-baba çocuk iletişimine getirilen yeni bir yaklaşım olarak empati önem kazanmaya başlamıştır. Sosyalleşme süreci içinde özellikle annenin davranışlarının çocuktaki empatik becerinin gelişiminde önemli bir yerinin olduğu belirtilmektedir (akt. Tezel Şahin ve Cevher, 2007, s. 778). **İnatlaşmadan ebeveynlik** yaklaşımında bununla bağlantılı olarak çocuk gözüyle dünyaya bakabilme yetisine vurgu yapılmaktadır. Susan Stiffelman'ın (2022) geliştirdiği inatlaşmadan ebeveynlik yaklaşımında ebeveynlerin kaptanlık rolüyle çocuklarını karşılamaları önerilmektedir. Stiffelman'a göre, psiko-sosyal düzlemde sağlıklı çocuklar yetiştirmenin kaynağı, ebeveynin yönlendirici, uzlaşımçı, sakin ve toleranslı bir yaklaşımdan geçmekte ve anne babaların çoğu, çocuklarının kendilerini arkadaş olarak görmelerinin önemli olduğunu düşünse de gerçekte, çocukların ebeveynlerini gemilerinin kaptanı olarak görmeye ihtiyaçları olduğunu ifade etmektedir. "Çocuklarımız kendi duygudurumları ne olursa olsun, bizim sakin ve tutarlı olduğumuzu hissedерlerse, hayatlarının zorlu anlarında onları kurtarabileceğimize güvenerek rahatlayabilirler" (s. 19-20). Martha Sears ve Williams Sears'ın (2022) geliştirmiş olduğu kavramlar arasından **doğal ebeveynlik** olgusu ise son dönemin yükselmekte olan ebeveynlik yaklaşımları arasında yer almaktadır. Her çocuğun kendine özgü bir gelişim süreci olduğunu bu nedenle ilerleme aşamalarının sabit bir takvime bağlanmaması gerektiğini savunan bu yaklaşıma göre çocukların gelişimi akışına bırakılmalıdır. Çocuğun ebeveynlerine yetişme sürecinde mutlaka bir sinyal vereceğini ön gören bu ebeveynlik türünde pozitif disiplin sağlanarak çocukla sevgi ve güven bağının öncelenmesi çocuğun kişisel gelişimini destekleyeceğinden özgün karakterinin açığa çıkmasında önemli bir rol oynayacaktır. Sears ve Sears'a göre, çocuğun bireysel ihtiyaçları karşısında zihnin ve kalbin açık tutularak her iki taraf için alınacak kararlarda bebekle ya da çocukla ilgili bilgilerin ebeveynin kendisine yol göstermesine izin vermesi gerektiğini ifade etmektedir. Daha basit bir tanımla doğal ebeveynlik, bebeğin/çocuğun verdiği sinyalleri okuyabilmeyi ve bunlara uygun şekilde cevap verebilmeyi öğrenmektir (s. 19). **Yavaş ebeveynlik** yaklaşımında ise kavramın tanımlanmasından da anlaşılacağı üzere hızlı ve kaygılı yaşam döngüsünün çocuk bakımına yansıtılmamasını amaçlamaktadır. Ebeveynliğin zamana ihtiyacı olduğunu vurgulayan bu yaklaşımda bireyin kendisini ve çocuğunu anlayabilmesi için bilinçlenme sürecinin önemli olduğunun altı çizilmektedir (Mermer, 2014). **Hızır ebeveynlik**, bu doğrultuda yavaş ebeveynlik yaklaşımının tam tersidir. Her an her yere yetişmeye çabalayan ebeveynler kimi zaman kendi özel gereksinimlerini dahi karşılayabilecek zamanı bulamazlar. Çocuk merkezli bu ebeveynlik türünde ebeveyn sürekli faaliyet halindedir. Çocuğuna çeşitli aktiviteler sağlamaya odaklanırken, onu okula, oyun gruplarına, akran etkinliklerine dahil etmeye çalışarak aynı zamanda temel bakım hizmetleri

arasından sağlık, beslenme ve eğitim gibi ihtiyaçlarını da mükemmel yakın karşılamaya çalışmaktadır. Dolayısıyla **zamansız ebeveynlik** sorunsalı ortaya çıkarak bu defa ebeveyn zamanı kontrol edememeye başlamaktadır. Bu problemin çözümü olarak ise dijital teknoloji devreye girecek ve ailenin ihtiyaçları internet ağı aracılığıyla giderilebilecektir. Bu ebeveynlik yaklaşımında aile bireyleri fiziksel olarak birlikte hareket etmeye zaman bulamadığından internet alışveriş siteleri ebeveynlerin en önemli yardımcıları arasında konum almaktadır. **İki arada ebeveynlik** yaklaşımında benzer olarak zamanı iyi yönetemeyen ebeveynlerin hissettikleri sıkışmışlık hali değerlendirilmektedir. Geleneksel ve modern çocuk yetiştirme tarzları arasında seçim yapamayan ebeveynler aynı zamanda kendi geçmişleri ve gelecekleri konusunda da kararsız kalabilmektelerdir. Dönmez'e göre, geçmişin kalıntıları ve geleceğin korkuları ile sarmalanmış iki arada kalan ebeveynlerin davranış modelinin değerlendirildiği yaklaşıma göre çoğu zaman iyi niyet ile yapılan tüm davranışların geleceğin kendine güvenmeyen, kafası dağınık, kendi boş zamanını nasıl yöneteceğini bilemeyen yetişkinlere dönüşmesinden kaynaklandığı öne sürülmektedir (Dönmez, 2019, s. 70). Böylelikle çocukların fizyolojik ve psikolojik sağlıklarının korunmasının yolu öncelikli olarak ebeveynlerin sağlıklı birer birey olmalarından geçmektedir. Bu dolayında kimi zaman ebeveynler **aşırı ebeveynlik** tutumu içerisine girebilmektelerdir. Aşırı ebeveynlik iktidarın ve karar verme gücünün anne-babada olduğu ve “anne ve/veya babanın çocukları üzerinde kurdukları bir tahakküm biçimi” olarak tanımlanmaktadır (Demir, 2020, s. 1). Bu idealist yaklaşım biçiminde ebeveynin çocuğun seçimleri üzerinde etkin ve belirleyici olma isteği aşırı rol oynamaktadır. Gelecek planlaması dahil olmak üzere ebeveynler pek çok konuda çocuktan beklentilerini merkeze koymaktadırlar. Kavram **paylaşan ebeveynlik (sharenting)** yaklaşımı ile kısmen kesişmektedir. Ebeveynlerin aşırı tutumu çocukların tercihlerinde başat konumda olduğundan bu ebeveynlik yaklaşımlarında nihai karar yine ebeveyndedir. Paylaşan ebeveynlikte de bu tutuma benzer olarak çocuğun dijital kimliği üzerinde ebeveynin belirleyici konumu öne çıkmaktadır. Bu bağlamda çocuk henüz doğmadan ebeveynleri tarafından sosyal ağlarda adına hesaplar açılmakta ve hakkında çeşitli türden bilgi aktarımı gerçekleştirilmektedir. Hatta bu nedenle dijital ortamlarda çocukları ile ilgili çok fazla gönderi paylaşan ebeveynler, alan literatüründe ‘**aşırı paylaşan ebeveyn (over sharenting)**’ olarak tanımlanmaktadır (Oversharenting, t.y.). Hem aşırı ebeveynlik yaklaşımında hem de paylaşan ebeveynlik yaklaşımında çocuğun duygu, düşünce ve seçimleri öncelikli bağlamda göz önünde bulundurulmadığından çocuklar, gelecekte ebeveynlerinin kendi adlarına gerçekleştirmiş oldukları hem dijital hem de gündelik paylaşımlardan etkilenebilmekte hatta belki de utanç duyabilmektelerdir. Ancak **koşulsuz ebeveynlik** türünde çocuğu anlamak temel yaklaşımdır. Kohn (2022), koşulsuz ebeveynlik yaklaşımının daha iyi anlaşılabilmesi için önce **koşullu ebeveynlik** tanımına açıklık getirmektedir. Koşullu ebeveynlik, koşullu sevgi ile sıkı bir ilişki içerisindedir. Koşullu sevgi, “çocuklarda uygun gördüğümüz davranışlarda bulunarak ve belirttiğimiz standartları tutturarak bu sevgiyi kazanmak zorunda olmak” iken koşulsuz sevgi, “çocukların nasıl davrandığına ne kadar başarılı olduğuna ne kadar terbiyeli durduğuna veya benzeri ölçütlere bağlı olamayan” sevgi biçimidir (s. 17). Böylelikle Kohn, temel gereksinimi olan koşulsuz olarak sevilme, yetersiz kalsa veya

başarısızlığa uğrasa bile ebeveyni tarafından olduğu gibi kabul edilebileceğini bilen çocuk cezaların yerine ödüllerle, olumlu pekiştirmelerle, övgülerle karşılandığında kendisini güvende hissedebilecektir. Bu şekilde baskı ve zorbalık içeren kontrol yöntemleri ile yetiştirilmediğinde sevilme için ebeveynini memnun etmek ve ebeveynini etkilemek kaygısı içerisinde olmadan koşulsuz olarak sevildiğini hissedebilecektir.

İfade edilen tüm ebeveyn tutumlarında birincil sorumluluğu üstlenen ağırlıklı olarak anne olmaktadır. Günümüz yeni nesil ebeveynliğe bakıldığında ise **paylaşımlı ebeveynlik** olgusunun önemi ortaya çıkmaktadır. Paylaşımlı ebeveynlik yaklaşımında ebeveynler çocuk bakımında görev sorumlulukları birlikte üstlenmektedirler. Böylelikle annenin bakım yükü hafiflemiş olmakla birlikte baba ve çocuk arasındaki de iletişim pozitif yönde gelişmeye başlamaktadır. Çocuğun yalnızca fiziksel değil duygusal ihtiyaçları da merkeze alınarak ebeveynlerin çocuk yetiştirme konusunda birbirleri arasında kurmuş oldukları bir uzlaşım çocuk iletişimine de pozitif yönde etki etmektedir. Ancak geleneksel aile yapılarında, fiziksel cezalandırma yöntemlerinin sıklıkla uygulandığı bilinmektedir. Ayrıca, çocukla konuşarak onu ikna etmek, muhakeme yapmak, çocuğa doğruyu yanlış anlatmak, az sayıda ana-babanın başvurduğu bir yol olarak görülmüştür (akt. Tezel Şahin ve Cevher, 2007, s. 777-778). Paylaşımlı ebeveynlik türünde yalnızca çocukların değil aynı zamanda ebeveynlerin de birbirini anlayabilmesi önemli bir yerde durmaktadır. **Pozitif ebeveynlik** bu açıdan ebeveyn desteğinin ve ebeveynlik ediminin pozitif yöndeki gelişimini bilimsel bilgiler ile odağına alan, bu doğrultuda çocuğun biyopsikososyal gereksinimlerinin sağlıklı bir şekilde karşılanmasının amacı doğrultusunda ebeveynin kendisini geliştirme sürecini açıklamaktadır. Ebeveynler çocuk yetiştirirken doğru olduğu düşünülen, geçerli ve yapılan araştırmalarla desteklenmiş bilgilerden yararlanmaktadırlar. Böylece süreçlerinin düşünsel yönüne önemli ölçüde katkı sağlamaktadırlar. Özellikle eğitimler ile desteklenen bu süreçte ebeveynler belirli programlara katılım sağlayabilmektedir. Bu amaç doğrultusunda geliştirilen eğitim programlarının içeriğinde öncelikli olarak ebeveynliği iyileştirmek yatmaktadır.

Ebeveyn eğitimi programlarında çocukların yetiştirilmesi, aile ilişkileri, ailede ve toplumda anne babaya düşen yükümlülüklerin yerine getirilmesi için gerekli bilgi, tutum ve becerilerin sistemli biçimde geliştirilmesi hedeflenmektedir. Ebeveyn eğitiminin temel amacı anne ve babalarının özgüvenini güçlendirerek, çocuklarının fiziksel, zihinsel, sosyal ve duygusal gelişimi için anne-babalık becerilerini geliştirecek şekilde anne babalara rehberlik etmektir (Arkan ve Üstün, 2010, s. 102).

Böylelikle ebeveynlik pozitif bilimlerinde katkısı ile çocuğa sosyal anlamda olumlu dönütlerin sağlandığı bir yaklaşım halini almaktadır.

İnsan sosyal bir varlıktır ve kazanılan bilgiler çoğunlukla sosyalizasyon sürecinde deneyimleme yoluyla edinilmektedir. Bilgiye erişimin deneyimlemeyle kazanılmasına imkân veren oyunlaştırma ise bazı anlarda ebeveyn-çocuk iletişiminin en verimli anına dönüşmektedir. Ebeveynlik yaklaşımları arasında yer alan **oyuncu ebeveynlik** olgusu bu açıdan didaktiklikten uzaklaşarak bilgilerin oyun -

özellikle çocuk oyunları- yoluyla kazandırılmasını ifade etmektedir. Oyun denildiğinde günümüzde sosyal ve dijital olarak kavram iki temel başlık çerçevesinde değerlendirilmektedir. Sosyal oyunların çocuğun biyopsikososyal gelişiminde önemli bir yeri olmakla birlikte çocuğun rahatlamasına, moral düzeyinin artmasına, çevresindeki uyaranlara cevap vererek bilişsel ve fiziksel kazanımlar sağlamasına etki etmektedir.

Çocuk oyunları, çocuğun eğitiminde ve kişiliğinin gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır. Çocuk eğitimi, toplumsal kültür açısından önemli olduğu gibi eğitim ve ruh bilimi yönünden de önem taşımaktadır. Çocuk, gerekli olan davranış, bilgi ve becerilerini oyun içinde kendiliğinden öğrenir. Çocuğun kişiliği oyun içinde daha belirgin çizgilerle ortaya çıkar ve gelişir. Çocuk; kavramları, cisimleri, toplumsal kuralları, haklarını ve mücadele etmeyi oyun içerisinde algılar, anlar, sonra da öğrenir ve geliştirir. Oyun, fiziksel, sosyal, zihinsel, psikolojik ve duygusal yönden çocuğu etkiler ve gelişmesine katkıda bulunur (Özer, Gürkan ve Ramazanoğlu, 2006, s. 54).

Oyuncu ebeveynlik olgusu da bu sürece önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Cohen, oyunları çocukların iç dünyalarına yapılabilecek yolculuk için fırsat ve onlarla kurulabilecek bir bağlantı aracı olarak değerlendirmektedir. Oyun oynamak aynı zamanda çocuklara yardım etmenin de bir aracı konumuna yerleşmektedir.

Yetişkinlerin çocuklara *yardım etme* gücü de vardır. Sadece yollarından çekilmek ya da onları tehlikelerden korumak için değil, gelişmelerine aktif bir şekilde destek olmak, incinmemelerini sağlamak ve yakın insan ilişkileri sürdürebilmelerine yardım etmek için de güçleri vardır. Çocuklar bağlantı kurmak, iyileşmek ve özgüven geliştirmek için oyunu kullanırlar, dolayısıyla ebeveynlerin onlara ihtiyaç duydukları fazladan yardımı verebilmek için atmaları gereken bir sonraki mantıklı adım onlarla oyun oynamalarıdır (Cohen, 2022, s. 43).

Çocuklarla kurulabilecek sosyal fiziksel oyunların yanı sıra ebeveynler dijital kitle iletişim araçları yoluyla da çocukları ile ortaklaşa vakit geçirebilmektelerdir. Dijital oyunlarla sağlanan ebeveyn çocuk etkileşimi bu dolayımada **dijital ebeveynlik** kavramsallaştırmasının alt inceleme alanını oluşturmaktadır. Dijital ebeveynlik, oyunla sınırlandırılmayacak kadar geniş ölçekte yerine getirilebilecek dijital faaliyetleri içermektedir. Bu nedenle dijital ebeveynliğin kavramsal olarak polisemik bir özelliğe sahip olduğunu vurgulayan Mascheroni, Ponte ve Jorge (2018), “Ebeveynlerin çocuklarının dijital medyayla ilişkilerini düzenleme konusunda bir arabuluculuk işlevine sahip olma durumunu işaret ederken ebeveynlerin kendilerinin dijital medyayı günlük aktivitelerine ve ebeveynlik pratiklerine nasıl dahil ettiklerine de karşılık gelmektedir” (s. 9) bağlamında açıklamaktadırlar. Dijital ebeveynlik, kısaca çocuklar özelinde dijital kaynaklardan verimli bir şekilde nasıl yararlanılabileceğinin ifadesi olarak tanımlanabilmektedir. Kabakçı ve Yurdakul’a göre ise dijital ebeveyn;

Dijital çağın gereksinimlerine göre hareket eden, temel düzeyde dijital araçlara hâkim, uçsuz bucaksız bir ortam olan dijital ortamlardaki olanakların farkında olan ve çocuğunu bu ortamlardaki risklere karşı koruyabilen, kişi haklarına gerçek hayatta saygı duyulması gerektiği gibi sanal ortamda

da aynı şekilde davranılması gerektiğini çocuğuna aşılayan ve teknolojik gelişmelere kendini kapatmayan birey şeklinde ifade edilmektedir (Kabakçı Yurdakul ve ark., 2013, s. 888).

Günümüzde özellikle ebeveynin kendisini geliştirerek ebeveynlik faaliyetlerine katkı sağlaması dijital teknolojiler aracılığı ile önemli ölçüde kolaylaşmıştır. Dijital iletişim çağı döneminde hemen her edim internet ağı üzerinden yerine getirilmektedir. Sağlıktan eğitime, iş edinmeden sosyalleşmeye uzanan geniş yelpazedeki istek ve ihtiyaçlar bugün internet erişim ağları sayesinde hızlı ve kolay bir biçimde karşılanabilmektedir. Bunlar yapılırken yeni medya ortamlarının sunduğu pek çok olanaktan yararlanılırken risklerini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Dijital iletişim ağlarının ilk adımı sunduğu olanaklara bakıldığında; enformasyona erişme/aktarma, haberleşme, eğlenme, fikir/düşünce paylaşma, sosyalleşme (nonim ve anonim iletişim yöntemleri) yer almaktadır. Ancak aynı zamanda dijital ortamlarda farkında olmadan misenformasyon/dezenformasyona erişebilme, belirsiz kimliklerle yanıltılabilme, herhangi bir konuda yanlış yönlendirilebilme, bir fikre ya da düşünceye çarpıtılarak yaygınlık kazandırılabilme ya da fiziksel sosyalleşmenin yerini giderek tamamen dijital sosyalleşmenin alması gibi karşılaşılabilecek sorunlar kullanıcıları çeşitli açılardan zarara uğratabilmektedir. Dijital ebeveynlik rolleri bu nedenle teknoloji kullanım becerisini içeren okuryazarlık, farkındalık, kontrol, etik ve yenilikçilik dolayımında öne çıkmaktadır (Kabakçı Yurdakul ve ark., 2013, s. 888).

Çok uluslu bir araştırma ağı olan EU Kids Online-Avrupa Çevrimiçi Çocuklar çalışma grubu, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 25 Avrupa ülkesinde ebeveyn farkındalıkları ile birlikte çocukların internet ortamındaki çevrimiçi etkinliklerini kapsamlı bir şekilde değerlendirmiştir. 2010 yılında yayınlanan proje bulgularında 9-16 yaş arası 142 çocuk üzerinde gerçekleştirilen incelemelere bakıldığında örneklemin %59'unun sosyal paylaşım sitelerinde bir profile sahip olduğu, bunların %26'sının da profil gizliliğinin herkese açık olarak düzenlendiği saptanmıştır. Dahası çocukların %30'u daha önce tanışmadıkları kişilerle çevrimiçi ortamlarda iletişimde bulunduğunu ve bunu riskli olsa da eğlenceli bir aktivite olarak gördüklerini belirtmişlerdir. 11-16 yaşındaki çocukların %15'i, arkadaşlarından "cinsel içerikli mesajlar veya fotoğraflar" almış ve %3'ü buna benzer mesajları gönderdiklerini söylemiştir. Çocukların internet ortamında karşılaştıkları diğer riskler ise potansiyel zararlı içerikler olarak belirtilmiş olup 11-16 yaşındakilerin %21'i, kullanıcı tarafından oluşturulmuş potansiyel zararlı bir veya daha fazla türdeki içeriğe maruz kalmıştır. Bunlardan; nefret söylemi (%12), anoreksiya (%10), kendine zarar verme (%7), ilaç kullanımı (%7), intihar (%5) sorunsalları başlıcalarıdır. 11-16 yaş arasındaki çocukların %9'u, kişisel bilgilerinin başkası tarafından kötüye kullanıldığını- şifrelerinin (%7) veya kişisel bilgilerinin (%4) başkası tarafından ele geçirildiğini veya internette dolandırılarak para kaybettiklerini (%1) - belirtmiştir. 11-16 yaşındakilerin %30'u aşırı internet kullanımının 'oldukça fazla' veya 'çok fazla' olması nedeniyle yaşadığı bir veya daha fazla deneyim olduğunu belirtmiştir. Tüm bu veriler ışığında ebeveyn farkındalığının önemi ortaya çıkmaktadır. Bulgulara bakıldığında herhangi bir riskle karşılaşan çocukların yaşadıkları bu sorunları

ebeveynlerinin genellikle fark etmediği anlaşılmıştır. Çocukları cinsel görüntü gören ebeveynlerin %40'ı, çocuklarının bunu görmediğini; çocukları müstehcen veya incitici mesaj alan ebeveynlerden %56'sı, çocuklarının bunları almadıklarını; çocukları cinsel içerikli mesaj alan ebeveynlerden %52'si, çocuklarının bunları almadıklarını; çocukları çevrimiçi görüştüğü kişilerle yüz yüze buluştuğunu söyleyen ebeveynlerin %61'i ise çocuklarının bunu yapmadığını söylemiştir. Her ne kadar bu riskler çocukların azınlığını etkilesede, ebeveynlerin bu durumu hafife almaları sorunun azımsanmayacak bir seviyede olduğunu göstermektedir (Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Projesi Özet Bulguları, 2010). Araştırmanın Türkiye bulguları da benzer bir tabloyu görünür kılmıştır. Türkiye'de iletişim faaliyetleri amacıyla interneti kullanırken her üç çocuktan biri 13 yaşından küçük birer sosyal ağ kullanıcısıdır. Bu kullanım sırasında Türkiye'deki çocukların karşılaştıkları sakıncalı içerikler, Avrupa'daki örneklerden daha fazla iken herhangi bir şekilde zorbalığa uğradığını dile getiren çocukların yüzde oranı da yalnızca 3'tür. Ebeveyn tarafından bakıldığında ise Avrupa ülkelerine kıyasla yeterli derecede farkındalık sahibi olmadıkları ortaya konulmuştur (Kaşıkçı ve ark., 2014, s. 231). Sonuçlar kullanıcıları distopik bir bakışa yönlendiriyor olsa da çocuklar aynı zamanda değişik türde ve potansiyel olarak yararlı çevrimiçi etkinliklerde de bulunmaktadır. Örneğin, 9-16 yaşındaki çocukların %85'i interneti okul işlerinde kullandığını, %83'ü oyun oynadıklarını, %76'sı kısa video dosyaları izlediklerini ve %62'si anlık ileti amaçlı kullandıklarını belirtmişlerdir (Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Projesi Özet Bulguları, 2010). İzlenen bu süreçte 2020'ye gelindiğinde benzer sorunlar uygulamalar ve beceriler, riskler- fırsatlar ve sosyal bağlam özelinde yeniden incelenmiştir. Genel olarak tüm ülkelerde çocukların beşte birinden azı kişisel verilerin kötüye kullanımından etkilenmiştir. Çocukların %17'si en sık maruz kaldıkları zararlı içeriğin nefret söylemi olduğu belirtmiş olup bunları %13'ü ile kanlı veya şiddet içeren görüntüler takip etmiştir. Diğer zararlı içerikler arasında %11 oranında uyuşturucu kullanımı ve bu deneyimi açıklayan zararlı bilgiler, %10 oranında fiziksel olarak kendine zarar verme yolları ve %8 oranında intihar etme yollarını gösteren içerikler yer almaktadır (Yüksel, 2020). Tüm bu bilgiler ışığında dijital okuryazarlık olgusunun yalnızca ebeveyn ölçeğinde değil tüm kullanıcılar genelinde kritik bir öneme sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Dijital ebeveynlik çocukların internet ağı kullanımında farkında olması gerektiği olanakları ve riskleri kapsarken aynı zamanda dijital işlem yapabilme yetkinliğini de içerisinde barındırmaktadır. Dijital ebeveynliğin önemli bir alt başlığı olan **e-ebeveynlik** diğer bir tanımlama ile internet ebeveynliği, ebeveynin çocuğu ile ilgili her türden resmi ya da gayri resmi işi internet ağı üzerinden gerçekleştirebilmesini ifade etmektedir. İnternet ağlarını etkin bir şekilde kullanan ebeveyn, özellikle sosyal ağlar üzerinden uzmanların görüşlerine başvurabilmektedir. Enformasyona erişme sorunsalının yanıltıcı ya da yönlendirici olma boyutu üzerinden düşünüldüğünde e-ebeveynin dijital okur-yazar olmasının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Dolayısıyla dijital ebeveynlerden beklenen roller arasında; dijital olanakların ve risklerin farkında olabilen, kişi haklarını bilen ve koruyan, sorumluluk sahibi, dijital araçları etkin ve verimli bir

şekilde kullanabilen, günlük sosyal yaşamında olduğu gibi yeni medya ortamlarında da nasıl davranması gerektiğini bilen, kontrollü, etik bilinciyle hareket eden farkındalık sahibi bireyler olmalarıdır. Ebeveyn bu rolleri dijital ortamda etkin bir şekilde gerçekleştirip çocuğuna da bu kontrollü davranışları aşılayabildiğinde dijital ebeveynlik rollerini başarıyla gerçekleştirmiş olmaktadır (Kılınç Özüölmez ve Duruel Erkiş, 2022, s. 296-297).

Ebeveynlik yaklaşımlarında ele alınan tüm unsurlar bir bakıma ebeveynlerin bilinçlenmeye dönük tutumları ile çocukları ile kurdukları iletişim ve etkileşimin niteliğine gönderme yapmaktadır. Günümüzde özellikle yeni nesil ebeveynlik davranışı yaygın olarak çocukların yalnızca fizyolojik değil aynı zamanda mental sağlıklarının da gözetilmesini, duygusal iyilik hallerinin de nasıl daha verimli korunabileceğine odaklanmaktadır. Bu gözetimin dengeli ve nesnel bilgi temelli gerçekleştirilmesi **farkındalıklı ebeveyn** kavramını tanımlamaktadır. Kabat-Zin (2003), bu yaklaşımı bilinçli farkındalık olgusu ile temellendirmiş ve kavramın anahtar tanımını; şimdiki ana odaklanma, amaca yönelme, yargıdan uzak ve deneyimleme olarak ifade etmiştir (s. 145). Farkındalıklı ebeveynlik yaklaşımı da bilinçli bir tutum üzerinden çocuğun anına odaklanmayı, deneyimle öğrenebilmesine olanak tanımayı, yargısız ve içinde bulunulan anın desteklenmesini esas almaktadır.

Tüm ebeveynlik yaklaşımlarına yönelen değerlendirmeler arasında dijital ebeveynlik olgusu özellikle yeni medya ortamlarındaki eylemleri bakımından çocuk hak ve ihlalleri odağında kendisine önemli bir tartışma alanı yaratmıştır. Bu kapsamda özellikle sosyal ağlarda çocuklara veya çocuklarına olan yaklaşımları bakımından dijital ebeveynliğin farklı halleri bulunmaktadır. Ebeveynlik sorumluluklarından da hareketle dijital ebeveyn yaklaşımını sosyo-psikolojik ve sosyo-ekonomik düzlemde tartışmak gerekmektedir. Ebeveynin çocukları hakkında gerçekleştirdiği her bir paylaşım çocuklarının gelecekte dijital kimliğinin bir parçası olmakta ve gündelik, sosyal ilişkilerinde etkileri bulunmaktadır. Özellikle küçük yaşta çocuklar, farkında dahi olmadıkları sosyal ağlarda ebeveynleri aracılığıyla aktif bir yaşam hareketliliğine sahip olabilmekte ve bir davranış örüntüsü içerisinde yer alabilmektedir. Çocuklar özelinde yetkinin kendisinde bulunduğu algısı üzerinden ebeveynlerin gerçekleştirdikleri bu görece özgür alanın çocukların yaşamlarında olumlu, olumsuz ve nötr bir etki yaratıp yaratmadığı konusunda önemli soru işaretleri bulunmaktadır. Bu nedenle dijital ebeveynliği daha geniş bir çerçevede sosyo-psikolojik ve sosyo-ekonomik art alanında derinlemesine incelemek gerekmektedir.

## 1.2. Türkiye’de Dijital Ebeveynlik Olgusu Olarak ‘Sharenting’e Bakış

Sosyal ağların kullanım yaygınlığı kazanması ile birlikte sharenting olgusuna yönelen farkındalık Türkiye’de de dünyadaki dönüşüme benzer bir gelişme seyretmiştir. 2000’lerin başlarında popülerleşen sosyal ağlar, izleyen süreçte pek çok çocuk fotoğraf ve videosunun paylaşıldığı platformlar haline almıştır. İnternet risklerinin kullanıcı düzeyinde henüz etraflıca değerlendirilmediği yıllarda ebeveynler istekli bir şekilde çocuklarının fotoğraflarını paylaşmışlardır. Ancak ebeveynlerin çocuklarının kişisel verilerini içeren bilgilere (konum paylaşımı vb.) eş zamanlı yer vermeleri,

çocukların gizliliği ve güvenliği konusunda endişe duyulmasına neden olmuştur. Dijital ebeveynlik ve çocuklar özelinde araştırmalar gerçekleştiren Doç. Dr. Elif Posos Devrani, 2021 yılında Türkiye ölçeğinde bu sorunsala dikkat çeken bağlamı ile “Dijital Ebeveynlik Haritası” oluşturmuştur. ‘Dijital Ebeveynlik Türkiye’ başlıklı çalışmada sharenting odağında, 0-6 yaş aralığında çocukları bulunan ebeveynlerin sosyal medyada çocukları hakkında içerik paylaşımları ile ilgili görüşlerini değerlendirmiştir. İlgili araştırmanın sonuçlarına göre, çocuğu hakkında istediği içerikteki paylaşımı yapma yetkisine sahip olduğunu düşünen ebeveynlerin oranı yüzde 67, aynı yetkinin diğer ebeveynde de olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 54 ve okulun/bakıcının/akrabaların çocukları hakkında paylaşım yapma yetkisi olduğunu düşünenlerin oranı ise yüzde 8’dir (Dijital ebeveynlik haritası, 2021). Bu doğrultuda internet ortamlarında çocukları özelinde gerçekleştirilecek paylaşımların denetim yetkisinin kendilerinde bulunmaları gerekliliği bilgisi, ebeveynlerin kontrol merkezli, koruyucu yaklaşımlarını öne çıkarmaktadır. Ancak önermeler arasında yer alan ‘çocuğu hakkında istediği içerikteki paylaşımı yapma yetkisi’ ebeveynlerin geliştirmeleri gereken medya okuryazarlığı farkındalığının önemini ortaya koymaktadır. Bu nedenle çocuklar adına ya da onlara işaret eden içeriklerin oluşturulması ve bunlara yaygınlık kazandırılması, çocukların gelecekte kendi inisiyatifleri doğrultusunda kurgulamaları gereken dijital kimliklerine de zarar verilebilme olasılığını içermektedir. Facebook bu açıdan yardım merkezi sayfasında kullanıcılarını bilgilendirmek amaçlı ‘dijital ayak izi’ kavramına değinmiş ve kullanıcılarına aşağıda yer alan şekliyle küçük bir uyarıda bulunmuştur.

Facebook veya başka bir yerde çevrimiçi olarak paylaştığınız bilgilerin her zaman kopyalanıp yapılandırılma veya sizin istemediğiniz şekillerde yayılma olasılığı vardır. Bugün yaptıklarınıza insanlar ileride de erişilebilir ve bunlar gelecekteki iş aramalarınıza etki edebilir. Dijital ayak izinizin ömrünün çok uzun olabileceğini ve bugün verdiğiniz kararların geleceğinizi etkileyebileceğini unutmayın (Facebook Yardım Merkezi, t.y.).

Sosyal medya kullanıcıları, internet erişiminin kişi düzeyinde kullanıma açıldığı ilk dönemlerde bu ortamlara ağırlıklı belirsiz/anonim kimlikler ile katılım sağlamaktaydı. Bu şekilde oluşturulan kimlikler ile internet ortamına katılım sağlayan ve etkileşim halinde bulunan insanların gündelik sosyal yaşamları da doğal olarak buradaki sunumlardan ve paylaşımlardan suç teşkil etmediği sürece etkilenmemekteydi. Üye sayısının artmaya başlaması ile birlikte kullanıcılar zamanla özlem duydukları, aramakta oldukları kişilere ulaşabilmek ya da gündelik yaşamda olduğu gibi dijital ortamlarda da sosyal ilişkilerini sürdürebilmek için gerçek kimlikleri ile sosyal ağlara katılım sağlamaya başlamışlardır. Böylelikle gerçek kimlikleri üzerinden katılım sağlayan kullanıcıların dijital eylemleri, gündelik yaşamlarında da karşılık bulmaya başlamıştır. Bunun sonucunda kimi zaman kişiler gerçekleştirdikleri bazı dijital eylemlerin sonuçlarının gündelik yaşamlarına olumsuz yönde etki etmesi neticesinde rahatsızlık duymaya başlamış ve kullanıcı yetki sınırları içerisinde kendileri tarafından oluşturulan içeriği kalıcı olarak gizleme ya da kaldırma işlem seçeneklerini değerlendirmelerine dahil etmişlerdir. Bu, işlem silme eylemini tanımlamaktadır. Ancak gönderilerin yaygınlığını artması neticesinde diğer kullanıcılar tarafından da paylaşılarak ilgili içeriklere kamusalılık kazandırıldığında içeriği oluşturan

kişinin kendi yetki sınırları dahilinde kontrolü aşan boyutuyla bu içerikleri kaldırması mümkün olamayabilmektedir. Bu gibi durumlarda yasal bir yöntem olarak kullanıcılar içeriğin kaldırılmasını veri sorumluluğu bakımından arama motorlarına ya da devletin yetki organlarına başvurarak talep edebilmektedir. Unutulma Hakkı,

Avrupa Parlamentosu, Avrupa Konseyi ve Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan Avrupa Genel Veri Koruma Tüzüğü 25 Mayıs 2018 tarihinde, Direktif'i ilga ederek yürürlüğe girmiştir. 25 Mayıs 2018 tarihinde yürürlüğe giren Avrupa Genel Veri Koruma Tüzüğü'nün "Silme hakkı (Unutulma Hakkı)" başlıklı 17. maddesinde de unutulma hakkı ayrıca tanımlanmamış ancak "silme" yükümlülüğü kapsamında değerlendirilmiştir (Kişisel Verileri Koruma Kurumu, 2021, s.13).

Türk Hukuku'nda unutulmaya yönelik silme işlemi birkaç şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Bu kapsamda yürürlüğe giren "Anayasa, 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, 5352 sayılı Adli Sicil Kanunu ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun" düzenlemeleri kullanıcıların unutulma hakkından yararlanabilmelerine olanak sağlayabilmektedir (Kişisel Verileri Koruma Kurumu, 2021, s. 14). Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'ndan hareketle 2017'de yürürlüğe giren *Kişisel Verilerin Silinmesi, Yok Edilmesi veya Anonim Hale Getirilmesi Hakkında Yönetmelik*, "Tamamen veya kısmen otomatik olan ya da herhangi bir veri kayıt sisteminin parçası olmak kaydıyla otomatik olmayan yollarla işlenen kişisel verilerin silinmesi, yok edilmesi veya anonim hale getirilmesine ilişkin usul ve esasları belirlemek" amacıyla oluşturulmuştur (Kişisel Verilerin Silinmesi, Yok Edilmesi veya Anonim Hale Getirilmesi Hakkında Yönetmelik, 2017). Kullanıcılar aynı şekilde unutulma hakkı kapsamında "İnternet üzerinden görüntülenmesini istemedikleri bilgilerin arama motorlarından çıkarılmasını ya da silinmesini isteyebilmektedir. Arama motorları da bu çerçevede kişilerin taleplerini değerlendirerek aramalarda görünmemesini veya tamamen silinmesini yahut daha ileri sayfalarda görünmesini sağlayabilmektedir" (Yasak, 2023, s. 8).

Bu açıdan Türkiye'de unutulma hakkı doğrultusunda ilk karar 2015 yılında verilmiştir. Cinsel taciz mağduru bir kadın, hukuk konulu bir basılı yayında isminin alenen verilmesi nedeniyle ikinci kez mağduriyete uğramıştır (Çelik, 2017, s. 403-404). Bunun üzerinde davacı, manevi tazminat davası açarak kendisi ile ilgili bilgilerin dijital ortamlardan da kaldırılmasını talep etmiştir. Bu emsal karar üzerinden Türkiye'de unutulma hakkı olgusu gündeme gelerek kişilerin hak ve özgürlüklerinin güvence altına alınması yönünde önemli bir adım atılmıştır. Bu açıdan unutulma hakkından yararlanabilme ihtiyacı gelecekte, ebeveynleri tarafından özel yaşamları kamuya açılan çocuk bireyleri de ilgilendirebilme yüksek olasılığını barındırmaktadır.

Ebeveynlik sorumluluğu çocukların her alanda korunmasını içerirken özellikle ebeveynler dijital risklerin farkında olarak ya da olmayarak çocuklarının özel yaşamlarını kamuya açabilmektelerdir. Bu soruna dikkat çeken ve sharenting sorunsalını içeren yönüyle Türkiye'de 2017 yılında emsal niteliği taşıyan bir bilişim davası görülerek karara bağlanmıştır. Yaklaşık 7 bin gönderisi

ile 350 bine yakın takipçisi bulunan N.K. adlı Instagram kullanıcısı hesabında çocukları ile ilgili video ve fotoğraflara sıklıkla yer vermiş, bazı zamanlarda ise çocuklarının yer aldığı gönderilerde ürün tanıtımları gerçekleştirmiştir. Hesap gönderilerinin önemli bir bölümünü çocuklarının gündelik yaşamlarından kesitlerle oluşturan N.K.'nin evliliğinde bir süre sonra sorunlar baş göstermiştir. Çift bunun üzerine 2017 yılında boşanmaya karar vermiştir. Ancak N.K. ve eşi, çocukların velayeti konusunda anlaşmazlığa düşmüşlerdir. Baba, mahkemede annenin kamuya açık olan Instagram hesabında çocuklarının kişilik haklarının ve güvenliğinin ihlal edildiğini belirtmiş ve çocuklarının velayetinin kendisine verilmesini talep etmiştir. Açıklamayı dikkate alan mahkeme heyeti velayetin babaya verilmesine karar kılmıştır. Yaşlarının küçük olmasından kaynaklı olarak çocukların en çok ihtiyaç duydukları dönemde kendisinden ayrı kalmalarının çocuklarının gelişiminde olumsuz etkiler yaratabileceği yönünde pedagog görüşü alan anne ise süreci yeniden başlatmıştır. Mahkeme heyeti annenin başvurusunu çocuklarına ait fotoğrafların hiçbir sosyal medya paylaşım ağında yer almaması koşulu ile kabul etmiş, bu şartla velayet yeniden anneye verilmiştir (Pedagog Görüşü Dava Seyrini Değiştirdi, 2017). Alınan bu emsal karar ebeveynlerin yetki ve sorumluluklarını yeniden hatırlatmış ve çocukların güvenliklerinin yalnızca gündelik yaşam ile sınırlı olmadığını ortaya koymuştur. Bu nedenle sorumlu ve bilinçli ebeveynlik yaklaşımında çocukların menfaatinin sosyal yaşamda gözetilmesinin beraberinde aynı zamanda dijital ortamlarda da korunabilmesinin gerekliliği öne çıkmıştır.

Tüm bu bilgiler etrafında sharenting özelinde ebeveynlerin internet ortamındaki bilinçli proaktif davranışları, bakmakla yükümlü oldukları çocuklarının gizliliklerini, güvenliklerini, kurmak ve korumak isteyecekleri kimliklerini, duygularını ve yasal haklarını önemli biçimde gözetmeye yardımcı olacaktır. Aynı zamanda çocukların gelecekte kendileri hakkında kişisel ve duygusal bilgilerine yaygınlık kazandırılmaması onlara ve alanlarına duyulan saygıyı da beraberinde getirecektir. Güçlü bir olasılıkla çocuklar gelecekte kendileri ile ilgili karşılaşmak ya da görmek istemedikleri içeriklerin üstelik ebeveynleri tarafından paylaşıldığını öğrendiklerinde de ebeveynlerine karşı güven sorunu yaşayabileceklerdir. Bu nedenle bu sorunsala neden olan bağlamıyla ebeveynlerin hangi amaç ve yaklaşımlar ile sharenting davranışı içerisinde bulunduklarının anlaşılması önemli bir yerde durmaktadır.

### **1.3. Ebeveynliğin Dijital Dönüşümünün Sosyo-Psikolojik (Ben Odaklılık) ve Sosyo-Ekonomik Perspektiften Değerlendirilmesi**

Küreselleşen dünyada modernleşme ile birlikte yaşanan değişim ve dönüşümler etkilerini yalnızca toplumsal düzlemde değil doğrudan birey üzerinde de göstermiş, yaşamın hız kazandığı, tüketimin özendirildiği ve günden güne sahiplikler üzerine inşa edilen benlik sunumunun öne çıkmaya başladığı yaşam biçimi, dijital olanaklar ile daha görünür bir hal almıştır. Özellikle 20. yüzyılda endüstrileşen ekonomi ile birlikte tüketici kitlenin belirli kalıplar içerisinde davranmaya yönlendirildiği sistem yeni ve güçlü bir eğilim olarak kitlelerin yaşamında hızla yerini almıştır. Frankfurt Okulu teorisyenleri Max Horkheimer ve Theodor W. Adorno, Aydınlanmanın Diyalektiği'nde tüketimin öne

çıkarıldığı bu yapıyı kültür endüstrisi kavramsallaştırmaları ile standartlaşma/tek tipleştirme, imge, haz, özne ve sınıf olguları ekseninde tartışmışlardır. Adorno ve Horkheimer, bu bağlamı hâkim ideolojinin ve bu ideoloji taraftarlarının kültür endüstrisi inşası sürecine girmeleri üzerinden açıklamaktadırlar. Özellikle 1950 sonrası toplumun sosyo-kültürel değişimi ekonomik alt yapıdan önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu yapı içerisinde ürünlerin ya da hizmetlerin satın alınmasından öte aynı zamanda bunlara eşlik eden ‘şeyler’, yerini imaja, kimliğe ya da prestije bırakmıştır. Böylelikle bir kültür unsuru olarak tüketim, maddi boyutta sosyal hayatın temel belirleyeni arasında yerini almıştır. Aynı zamanda ürünlerin ya da hizmetlerin standartlaşması tüketim boyutunda tüketicilerin harekete geçme eğilimlerinde de tek tipleşmeyi beraberinde getirmiştir. Hemen herkes aynı ya da benzer ‘şeyler’i tüketerek, aynı ya da benzer ‘şeyler’i arzu etmeye başlamıştır. Bu durum üretim ilişkilerinde sermaye sahiplerinin işini tüketim tercihlerinin belirlenebilmesi hususunda epey kolaylaştırmıştır. “Herkes için uygun bir şey öngörülür ve böylece bu işlemlerden kimse kaçamaz. Ayrımlar zihinlere kazılır ve yaygınlaştırılır. ...Herkes kendiliğinden, önceden birtakım göstergelere göre belirlenmiş ‘level’ına [düzeyine] uygun davranmalı ve kendi tipi için üretilmiş seri üretim kategorisini seçmelidir” (Horkheimer ve Adorno, 2014, s. 166). Giderek hakimiyet alanını genişleten kültür endüstrisini teknolojik terimlerle açıklama gayretinin aslında ona geçerli bir kabul üzerinden süreklilik kazandırabilmenin de bir yolu olabileceğinin altı çizilmektedir. Bu ideoloji yapıcılarına göre,

Milyonlarca insanın işin içinde olması yeniden üretim yöntemlerini zorunlu kılarken, bu yeniden üretim yöntemleri aynı gereksinimlerin sayısız yerde standart ürünlerle giderilmesini kaçınılmaz hale getirmektedir. Az sayıdaki üretim merkezi ile dağınık alımlama arasındaki teknik karşıtlık yetki sahiplerinin örgütlemesini ve planlamasını gerektirir. Standartların tüketicilerin gereksinimlerinden kaynaklandığı söylenir: bu nedenle böyle az bir dirençle kabul görürler. Gerçekten de güdümlenmenin ve geleceğe olduğu kadar geçmişe de dönük gereksinimlerin yarattığı döngüdür bu ve içinde sistemin birliği giderek pekişir (Horkheimer ve Adorno, 2014, s. 163).

Böylelikle tüketilen ürünler ve hizmetler tek tipleşirken düşünceler de standartlaşmaya başlar ve kendi içerisinde belirli döngüsü bulunan kalıpların etrafında dolaşmak doğal bir hal alır. “Kültür endüstrisi ve modern toplum dönüşümünün bir çıktısı olan tüketim, günümüz dünyasında küreselleşmenin de önem ve hız kazanmasıyla birlikte ekonomik ve sosyal açıdan dünyanın bir pazar haline gelmesini, tüketimin ise benzer davranış kalıplarını benimsemesini içermektedir” (Özel ve Mumyaz, 2018, s. 62). Bu durum beraberinde sermaye sahiplerinin ürettikleri ürüne ve hizmete yönelik seçimlerini ve kararlarını etkilerken tüketici eğilimlerinin ölçülmesinde de oldukça işlevsel bir rol oynamaktadır. Böylelikle, “Tüketiciler, araştırma kuruluşları tarafından çizilen ve propaganda için kullanılanlardan ayırt edilemeyen haritalarda kırmızı, yeşil ve mavi alanlarla değişik gelir gruplarına göre ayrılarak birer istatistik malzemesine dönüşür” (Horkheimer ve Adorno, 2014, s. 166). Bireyin istekleri bu sayede toplum beklentilerinin geneli ile uyumlu bir ilişki halini alırken aynı zamanda üretim ilişkilerinde seri üretimin de önü açılmaktadır. Üretim ilişkilerine bu açıdan bakıldığında sermaye sahipliği, proleterleşme ve emek arasında da tek tipleştirme, standartlaştırma yaklaşımından söz etmek

mümkündür. Touraine (1995), Modernliğin Eleştirisi'ni ele aldığı çalışmasında Marx'ın, emek-sermaye kavramsallaştırmasından da hareketle modern dünyanın yalnızca tüketim boyutunda değil aynı zamanda üretim ilişkilerinde de tek tipleştirme unsurunun belirleyiciliğinin altını çizmektedir. Bu esnada işçi-özne dikotomisinde olduğu gibi özne kavramının sorgulanmaya başlanmasında kendilik sorunsalı da yavaş yavaş tartışma alanını oluşturmaya başlamaktadır. “Marx'ın yapıtında işçi-özne'ye hiç yer verilmez. Sömürü, kapitalistlerin üretilen emeğe, üretim gücünün yeniden üretimi, işçinin yaşamını idame ettirebilmesi için gereken asgari fiyatı biçmelerine dayanır” (s. 126). Beraberinde kapitalist üretim sistemi içerisinde emek yoğun işlerde çalışanlar öznel bir deneyim içerisinde kendilerine yer bulmakta zorlanır. Böylelikle özne bu seri üretimde emeğin yararlı niteliği halini alır ancak “Üretici faaliyet, aldığı özel biçimi, yani emeğin yararlı niteliğini bir yana koyarsak, insan emek gücünün harcanmasından başka bir şey değildir” (Marx, 2003, s. 53). Bu bakımdan Marx'ın özne kavramsallaştırması özel mülkiyetin iktidarına karşı mücadele ederek tüm toplumsal yapıyı değiştirme potansiyeline sahip olan devrimci işçi olmakla birlikte içerisinde kolektif bir nitelik barındırır (Yalçın, 2021, s. 92). Ancak Foucault özne kavramını daha tekil düzlemde değerlendirirken araştırmalarının genel temasını insan/öznenin üretim ve anlamlandırma ilişkileri dolayımında kurmakta ve sorunsalın geçerli boyutuna odaklanmaktadır (Foucault, 2014, s. 58). Foucault'nun işaret ettiği bağlam daha çok öznenin iktidarla olan ilişkisine -ki buna özne ve beden ilişkisi düzleminde Cinselliğin Tarihi adlı yapıtında ele aldığı biyoiktidar kavramsallaştırması da dahil- işaret etmektedir.

Bu iktidar biçimi bireyi kategorize ederek, bireyselliğiyle belirleyerek, kimliğine bağlayarak, ona hem kendisinin hem de başkalarının onda tanımak zorunda olduğu bir hakikat yasası dayatarak doğrudan gündelik yaşama müdahale eder. Bu, bireyleri özne yapan bir iktidar biçimidir. *Özne* sözcüğünün iki anlamı vardır: Denetim ve bağımlılık yoluyla başkasına tabi olan özne ve vicdan ya da öz bilgi yoluyla kendi kimliğine bağlanmış olan özne. Sözcüğün her iki anlamı da boyun eğdiren ve tabi kılan bir iktidar biçimi telkin ediyor (Foucault, 2014, s. 63).

Foucault'nun incelediği ‘öz-ne’ kavramı kimi zaman sorgusuz sualsiz iktidar dolayımli tahakküm ilişkilerini doğal karşılayarak ‘normal’in bu olduğu fikri ile içselleştirebilmektedir. Foucault’cu bakış açısında öznenin düşünsel alanında kendilik kaygısı (epimeleia heuatou) ve kendini tanıma çabası/bilinci (gnothi seauton) tarihsel olarak modern zamanın öznesine geline süreçte bakış sağlamıştır. Foucault’un öznesi, insanın kendi kendisiyle kurduğu bir bilinç ilişkisi, insanın kendi varlığını veya davranışı bilincinde belli kavramlar altında temsil etmesi olup varlığı söylemsel bilginin nesnesi haline getirerek kelimenin Kantçı anlamıyla ‘düşünmek’tir (Foucault, 2015, s. xiii).

Modernleşme ile birlikte öznel deneyimini toplumsal bağlam dolayımında kuran özne, sistem ve edimci arasındaki ilişkiyi daha sıkı örmeye başlamaktadır. Tüketimi incelemeye başlayan özne bu sistem içerisinde kimi zaman tüketimin nesnesi aracına dönüşebilmektedir. İnsan özne bu yapının organizasyonunda hem tüketen hem de tüketilen olarak konum almaya başlarken artık bir tüketim

nesnesine de doğru bir yol almaktadır. Modern ve post-modern kültürde özne tam da bu bağlamda tartışılmaya ve eleştirilmeye başlamaktadır.

Post-modern kültür, her şeyden önce derinliği, yani imlerle anlam arasındaki mesafeyi reddeder. İşte bu nedenle, öznenin ortadan kaldırılmasını ve nesnenin -örneğin Andy Warhol'de Campbell çorba kutusu ya da Coca Cola şişesinin- Öznenin yerini almasını' -ki öznenin kendisi de yine aynı yazarın Marilyn'indeki gibi reklam nesnesi olabilir- en uç noktasına kadar götürür. Bu tüketim kültürü, tıpkı sanayi toplumunun işçi hareketinin üzerine kurulduğu zemini oluşturduğu gibi, özne talebinin de içinde yer aldığı alanı oluşturur (Touraine, 1995, s. 281).

Yavaş yavaş belirli seçeneklerin arasında seçim yapmaya yönlendirilen ve farkında olmadan özgür alanının daralarak kaymakta olduğu zemine doğru form aldığı yapının içerisinde tutunmaya çalışan özne, kendisini yeni bir çaba üzerinden sunma girişimine dahil olabilecektir.

İmkanların ve olanakların durmaksızın geliştirildiği, teknoloji ile zaman ve mekân algısının yeniden düzenlendiği, enformasyona erişimin hız kazandığı iletişim çağında bireyler kendini var edebileceği ya da sunabileceği Goffman'ın da ifadesiyle yeni 'vitrin'ler keşfetmektedir. Bu vitrinlerde popüler olan, beğenisi yüksek, seçime yönelik tüm okların işaret ettiği 'şey' yeni özneleri yaratmaktadır (Goffman, 2012). O halde post-modern öznenin nerede durduğunu yeniden düşünmek gerekmektedir. Fromm (2020), insan varoluşunu ve özgürlüğünü 'yapma' ve 'yapmama' edimine bağlamaktadır. Ancak;

Tekelci sermayenin daha da güçlenmiş olması yüzünden, bireyin sadece kendi çabalarıyla, zekâsı, cesareti ve girişimci ruhuyla başarı elde etmesi ihtimali azalmıştır. Şirketler devleşti, piyasalar kalabalıklaştı. Çağdaş insan, her ne kadar kendini keşfetmesi ve özgür olması önündeki engeller azalmışsa da artık kim olduğu arayışını bir kenara bırakmış, yalnızca kabul edilen ve sevilen biri olmanın peşine düşmüştür (Yıldırım, 2021, s. 123-124).

Post-modern öznenin psikanalizi buna paralel bir bakış sunmaktadır. Fromm'un özne kavramsallaştırmasını eserine de adını verdiği 'Postmodern İnsanın Psikanalizi'nde ele alan Funk (2020), süregelen gelişmelerde ortaya çıkan yeni kişilik tiplerini 'ben' ve 'biz' kullanımını odağına alarak genişletmektedir. Bu yeni kişilik tipi öylesine kabul görmüş ve yaygınlaşmıştır ki Funk, bunu yeni bir karakter yönelimi şeklinde ifade etmiştir. Funk'a göre;

Ben-odaklılık yeni bir hayat tarzıdır. Bu hayat tarzının kaynağı yeni bir kişilik tipidir. Hiçbir kişilik tipi çağa uygun bir yaşam modeli olarak şimdiye kadar bu denli yaygınlaşmamış ve kamusal kabul görmemiştir. Bu yeni kişilik tipi sosyal psikolojik bir fenomendir, bu fenomen yalnızca ekonomideki ve toplumdaki büyük değişikliklerle ilişkilendirilmekle kalmamalı; gerek gündelik yaşam dünyalarında gerekse yaşam tarzlarında yankısını bulan felsefi, sanatsal, edebiyat, bilimsel ve sosyal bilimsel postmodernlikle ilişkilendirilmelidir (Funk, 2020, s. 12).

Bu yeni fenomeni açıklarken post-modern insanın ‘ben olma’ hissi aslında ait olmaya, bir şeyden yana olmaya, bir arada olma arzusunu öne çıkarmaya ve daha net bir ifadeyle ‘biz olmaya’ karşılık gelmektedir.

Tüm bu açıklamalardan yola çıkıldığında öznenin/ özne oluşun, ben olmadan biz olmaya evrilen yönü, günümüzde dijitalleşen dünyada daha görünür bir hal kazanmıştır. Prensky bu yeni dünyanın kullanıcılarını “dijital yerli” ve “dijital göçmen” olarak ifade etmektedir (Prensky, 2001). Bu yeni dünyanın yeni kullanıcıları, dijital medya ortamları arasından özellikle sosyal ağlarda çoğunlukla bir kimlik üzerinden belirli davranış kalıpları ile var olma çabasına girişebilmektedirler. Oluşturulan dijital kimlikler ise kimi zaman aktif kullanıcının kendisi olabilirken kimi zaman ise dijital ortamlardan haberdar dahi olmayan hassas ve savunmasız grupta yer alan çocuk bireyler olabilmektedir. Bebekler ya da çocuklar sosyal medya kullanıcısı olarak konum alınamasalar da adlarına yaratılmış dijital kimliklerle ebeveynleri aracılığıyla bu ortamlarda benlik sunumu edinmeye başlamaktadır. “Çocukların henüz kendi dijital kimliklerinin yaratıcısı olmadıkları küçük yaşlarda ve yine ergenlikle birlikte kendi dijital kimlikleri üzerinde söz sahibi olmaya başlamalarıyla, ebeveynlerin çocukları hakkındaki sosyal medya paylaşımlarının sınırları tartışmaya açılmıştır” (akt. İnan Kaya ve Kaya, 2017, s. 444).

### **1.3.1. Dijital Ebeveynlik / Sharenting Yaklaşımları**

Dijital ebeveynlik yaklaşımları çocuk yararı bir bakış ile olanak ve risklerin aynı kaynaktan türeyebileceği bir eylemselliği içermektedir. Dijital ebeveynler, belirli bir kaygı ve amaç doğrultusunda içerik üretimi gerçekleştirirken kimi zaman bir kendilik sunumu çabasının ortasında yerini alabilmektedir. Böylelikle ebeveynler üretken olma çabası ile bazı durumlarda çocuklarının adlarına açtıkları hesaplarda onları ilgilendiren bilgilere yaygınlık kazandırabilmektedir. Bu yaklaşım çocukların kendileri tarafından oluşturmaları gereken dijital kimliklerinin kurulumunda ebeveynlerinin belirleyici bir konumda yer almalarına neden olmaktadır. Gelecek yaşamlarında çocukların, kendileri hakkında yaygınlık kazandırılmış bu bilgilerden ötürü rahatsızlık duyabilme ihtimali söz konusu olmaktadır.

Ebeveynler kendi adlarına oluşturdukları ya da rollerini öne çıkararak kullandıkları dijital hesaplarında yine çocukları hakkında pek çok bilgiye yer verebilmektedir. Ebeveynlik rolünün en temel bağlamı çocuklar olduğuna göre dijital ortamda kimi zaman mevcut varlıklarından dahi habersiz olan çocukların dijital geleceklerinin de güvenli bir şekilde teminat altına alınması yine ebeveynlerin sorumluluğundadır.

Bu tez çalışmasının araştırma sürecinde, Instagram sosyal ağında kendileri ya da çocukları adına hesap oluşturan ebeveynlerin çocukları ile ilgili ürettikleri içerikler incelenmiştir. Bu açıdan ebeveynlerin tek tip davranış sergilemedikleri, farklı amaçlar ve yaklaşımlar üzerinden ürettikleri içeriklere kamuya açık olarak yaygınlık kazandırdıkları görülmüştür. Çalışmanın geri kalan bölümünde dijital ebeveynlerin çocukları üzerinden geliştirdikleri ifade biçimleri, analiz edilen hesapların incelenen gönderilerinde alt başlıklar halinde ele alınmaktadır. Dijital ebeveynlik olgusu bu doğrultuda; sosyal

olumlanma beklentisi, bilgi paylaşımı, ticari kazanç sağlama, farkındalık yaratma ve ben odaklı yaklaşım başlıkları üzerinden açılacak olup dijital ebeveynlerin gönderileri çocuk hakları, kamusal/kişisel mahremiyet, gizlilik, güvenlik, farkındalık, kimlik ve tüketim kavramları özelinde irdelenecektir.

#### **1.3.1.1. Sosyal Olumlanma Beklentisi Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı**

Ebeveynlik hem bireysel hem de sosyal bir olgudur. Gözlerini dünyaya açtığı andan itibaren çocuk, kadına ve erkeğe önemli toplumsal roller kazandırmaktadır. Anne ve baba olmak bireylere yalnızca çocukla arasında kendiliğinden oluşacak duygusal bir bağı değil aynı zamanda toplumsal yönüyle etik, ahlaki ve hukuki çerçevede belirli sorumluluklar yüklemektedir. Çocuğun biyopsikososyal açıdan sağlıklı bir ortamda büyümesi için ise asli koşulların sağlanmış olması gerekmektedir. Bu koşulların sağlanmasında hem devletlere hem de toplumsal ölçekte ebeveynlere önemli sorumluluklar yüklenmektedir. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 25. maddesi öncelikli olarak devletlerin vatandaşlarına sağlaması gereken temel hak ve hürriyetleri kapsamaktadır. Bu haklar arasında herkesin gerek kendisi gerek ailesi için yiyecek, giyim, konut, tıbbi bakım ve gerekli sosyal hizmetler de dahil olmak üzere, sağlık ve refahını sağlayacak uygun bir yaşam düzeyine ve işsizlik, hastalık, sakatlık, dulluk, yaşlılık veya geçim olanaklarından kendi iradesi dışında yoksun bırakacak başka durumlarda güvenliğe hakkının olduğu belirtilmektedir. İlgili maddenin ikinci fıkrasında ise ebeveyn özelinde 'annelik' öne çıkarılırken, çocukların da bakım hizmetlerinin devletler tarafından güvence altına alınması önemli temel haklar arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda fıkrada belirtilen şekliyle; anne ve çocuk özel bakım ve yardım görme hakkına sahip olup bütün çocuklar, evlilik içi veya dışı doğmuş olmalarına bakılmaksızın -devlet tarafından vatandaşlarına sunulabilecek- aynı sosyal korunmadan yararlanabilmektelerdir (Aybay, 2006, s. 19-20).

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından 1989 yılında taraf devletlerin de imzası ile kabul edilen ve çocuk haklarının uluslararası ölçekte korunmasını hedefleyen Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, dayanağını 1924 yılında yürürlüğe giren Cenevre Çocuk Hakları Bildirisi'nden, 1959 tarihli Birleşmiş Milletler Teşkilatı genel kurulunca kabul edilen Çocuk Hakları Bildirisi'nden ve yine Birleşmiş Milletler Teşkilatı genel kurulunca kabul edilen 1948 tarihli İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nden almaktadır. Günümüzde hala geçerliliğini koruyan Çocuk Haklarına Dair Sözleşme ebeveynlere önemli sorumluluklar yüklerken çocuğun yararına olabilecek hemen her unsuru ve faktörü odağına yerleştirmektedir. Bu nedenle taraf devletler imzaladıkları bu sözleşme ile yalnızca çocuğun değil aynı zamanda birinci kısmında yer alan ve özellikle 2., 5., 9., 10., 18., 23. ve 27. maddelerde belirtildiği üzere bakım yükünü yerine getirmekle yükümlü olan başta anne ve babanın ya da yasal vasilerinin de haklarını koruma altına almaktadır (Unicef, 2004, s. 5-12). Dolayısıyla bu sözleşme ile uluslararası ölçekte taraf devletlerin imzası ile herhangi bir etnik kimlik, cinsiyet, dil, din ve siyasal seçimler gözetilmeksizin dünyaya gelen her bir bireyin haklarının eşit ölçüde korunması ve sürdürülebilir kılınması sağlanmış ve beraberinde de ebeveyne bu yönde görev ve yükümlülükleri hatırlatılmıştır. Sağlıklı bir ortamda

yetiştirilen çocuklar, yalnızca bireysel ölçekte değil devletlerin geleceklerinin güvencesi olma konumunda yer aldıklarından sosyal yapının düzenlenip inşa edilmesinde önemli bir role sahiptirler. Bir ifadeyle her bir bireyin ‘iyi olma hali’ aynı zamanda toplumsal ‘iyi olma hali’ne etki edebilmekte ve dayanışma temelli sosyal yaşamın barış ortamını önemli bir şekilde etkileyebilmektedir.

Devletlerin vatandaşlarına sunmuş olduğu yazılı ve yaptırımı olan kurallara paralel şekilde sosyal ve gündelik yaşam pratiklerinde ebeveyn sorumluluğu toplumsal düzlemde de işletilmektedir. Değer üretiminin ailede başladığı bilgisinden hareketle çocukların aidiyet bağlarının güçlü olduğu ve sevgi ortamında büyümelerinin gerekliliği düşüncesi, sağlıklı bir bireyin yetişmesi açısından öncelenen konular arasında değerlendirilmektedir. Evrensel bakışla çocuğa olan tutum, onların korunmasını, gözetilmesini, temel gereksinimlerinin ve bakım hizmetlerinin azami ölçüde karşılanmasının gerekliliğini içermektedir.

Geleneksel aile yapılarında çocuk bakımı konusunda toplumun beklentisi öncelikli olarak annelerin yükümlülüğü etrafında karşılanmaktadır. Geleneksel ataerkil toplumsal cinsiyet rolleri göz önünde bulundurulduğunda hane içi bakım hizmetlerinin önemli bir alanını kadınların karşılaması beklenirken, iktisadi yönüyle hane dışı iş ve uğraşlardan erkeklerin sorumlu tutulduğu bir iş bölümünden söz edilebilmektedir. Ancak modern toplumlarda kadının da çalışma yaşamında aktif bir şekilde yer almasının neticesinde cinsiyetlere dayalı iş bölümünün daha eşitlikçi bir düzlemde yeniden düzenlendiği ve erkeklerin de çocuk bakımı konusunda aktif görev üstlendiklerini söylemek mümkündür. Bu nedenle çocuk bakımı, anne ve babanın eşit sorumlulukta yerine getirmesi gereken iş ve uğraşları kapsamaktadır. Özellikle anne-babanın bakım sorumluluğu çocuğun psikososyal gelişimine önemli derecede etki ederek geleceğini de şekillendirmekte ve fizyolojik ve psikolojik açıdan sağlıklı bir birey olabilmesinde anahtar rol oynamaktadır. Yavuzer’e göre (1979) çocuğun psikososyal gelişmesi ebeveynlerin tutumlarına bağlıdır. Özellikle anne-babanın ve ailedeki diğer kişilerin etkileşmesi, çocuğun aile içindeki yerini -konumunu- belirlemektedir. Aile, çocuğun ilk sosyal yaşantılarını edindiği yerdir. Dolayısıyla çocuğa yöneltilen davranış ve ona karşı takınılan tavır, bu ilk yaşantısının örülmesinde büyük önem taşımaktadır (s. 21). Ebeveyn çocuk iletişiminin bu yönü yalnızca bireysel değil aynı zamanda sosyal duyarlılıkla da karşılanmaktadır. Çocuk psikolojisinin dikkate alındığı ve bu doğrultuda çocuğun gelişiminin her alanda desteklenerek farkındalığın gelişmiş olduğu toplumlarda ebeveynlerden beklenen tavır ve davranışlar çocuğun yararına odaklanma yönündedir. Ebeveynlik yaklaşımlarında öne çıkan annelik vurgusu ise toplumsal beklentilerden yola çıkılarak baskının daha yoğun hissedildiği bir konumda yer almaktadır. Gordon Mashall’ın (1999) çalışması olan sosyoloji sözlüğünde annelik, anne olmanın pratik gerçekliklerini ve toplumsal önemini kapsayan bir terim olarak ifade edilirken ilgili kaynakta süreç olarak ‘anneliğe’, durum olarak ise ‘anne olmaya’ sosyolojik tarihsel bir bakış sağlanmıştır. Marshall, sosyolojik çalışmaların, çocuk yetiştirmeyi daha geniş bir toplumsallaşma sürecine (yaşamın tüm aşamalarında bulunan ve yalnızca ebeveynleri değil, içinde bireylerin egemen toplumsal normları kabul etmek üzere yetiştirildiği bir dizi aktörü barındıran süreç olarak) yerleştirdiğini belirtmiştir.

Gerçekleştirilen ampirik çalışmalar, çocuk bakımının çok büyük ölçüde kadınların omzuna yıkılmış olduğunu göstermiş olsa da 1970’lerde feminist hareket ile sosyolojik ‘annelik’ üzerine yapılan çalışmalar ‘babalığın’ da ele alınmasının gerekliliğini ortaya koymuştur (s. 31-32).

Ebeveynliğin yerine getirilmesi hususunda yetişkinlere yüklenen sorumlulukların yükünü nispeten hafifleten yaklaşım ise sosyal pekiştirmelerdir. Sosyo-kültürel perspektifte ‘anneliğin’ ya da ‘babalığın’ olumlanması, yoksunluğunun ise eleştirilmesi sözlü ya da sözsüz sosyal yaptırımlarla desteklenmektedir. Toplumun çocuğa karşı annesinden beklediği ‘ideal anne’ tipolojisinde birincil duygu anne sevgisidir. Sevgisini, şefkatini esirgemeyen, anlayışlı, çocuğu için fedakârlıklar yapan, kendisinden önce çocuğunun istek ve ihtiyaçlarını gözeten ‘anne’, türlü popüler kültür ürünleri ile olumlanmış, yüceltilmiş ve desteklenmiştir. Annelik tabiri geleneksel bakışta ‘analık’ üzerinden ifade bulurken beraberinde kadının var oluşunun etkinleştirildiği bir ‘kimlik’ üzerinden de işler kılınmaktadır. Ancak 1960 sonrası kadın hareketleri bu algının üzerinde yeniden düşünülmesini sağlamıştır. Üretilen söylemler ve yükselen ifadelerle gerçekleşen toplumsal değişimin beraberinde ‘annelik’ üzerine düşünsel bağlamda bir sorgulama sürecine girilmiştir. Geleneksel bakış, evlendikten sonra çocuk sahibi olması beklenen kadının daha sonra iyi bir anne olmasını ve hane içi bakım hizmetlerini eksiksiz olarak yerine getirmesinin gerekliliği üzerinde durmuş ve bu görev ve sorumluluklar kadının yaşamının hemen her alanında kendisini hissettirmiştir. Çocuk sahibi olmak bu anlamda bireyden çok toplumun beklentisi -sistemin bir parçası- halini almaktadır. Ancak feminist teorinin cinsiyet temelli çalışmaları, ‘özne’ olarak kadının konumu ayrıntılı olarak tartışıldığında anneliğin toplumsal değil aynı zamanda bireysel seçim ve tercihleri de içerisinde barındırabileceğini ortaya koymaktadır. Bu açıdan geleneksel bakışın neredeyse tam karşısında konum alan ‘gönüllü çocuksuzluk’ yaklaşımı, anne olmanın özde bir seçim olduğunun altını çizmektedir. Elisabeth Badinter (1992), anneliği tarihsel olarak hem biyolojik hem de toplumsal düzlemde ele almış olup kavramı toplumsal yapılandırma ve ideoloji örüntüsü çerçevesinde incelemiştir. Anneliğin ikili anlamda kullanıldığını ve kavramın hem biyolojik açıdan üreme sürecine göndermesi olduğuna hem de ‘şefkat’ ve ‘eğitim’ yoluyla toplumsal yapı düzleminde ifade bulunduğunu belirtmiştir (s. 10). Ancak ‘childfree’ (gönüllü çocuksuzluk) olgusu, biyolojik olarak üreme davranışında herhangi bir sorun olmamasına karşın çocuk sahibi olmak istemediğini söyleyen yetişkinler tarafından savlanan bir görüşü temsil etmektedir. Burada diğer ‘çocuksuz’ yetişkin kategorilerinde bulunmayan biricik niteliklere sahip olan yetişkinlerin, özellikle bağımsızlığa, genel olarak da geleneksel olmayan bir yaşama eğilimli oldukları düşünülmektedir (akt. Burç, 2015, s. 8).

Babalık yaklaşımları da annelik yaklaşımına paralel olarak hem biyolojik, üreme davranışı ile ilişkilendirilmekte hem de toplumsal açıdan belirli sorumlulukları ifade eden bir konumda yer almaktadır. Ancak babalık, annelikten farklı olarak ‘erkeklik inşa’ süreçlerinde çeşitli anlamları da içerisinde barındıran sosyal tanımlamaya karşılık gelmektedir. Annelik gibi babalık tanımlamalarının kültürel ve kimlik dolayımı yönü 1970 sonrası cinsiyet çalışmaları ekseninde erkeklik çalışmaları üzerinden sorgulanmıştır. Toplumsal cinsiyet eşitliği temelli bir bakışla “Erkeklerin hangi koşullarda

hangi tür erkeklik değerlerini sonraki kuşağa-oğullarına geçirebildikleri ve baba-oğul ilişkisinin toplumsal cinsiyet rejimindeki eşitsizliklere ne ölçüde etkisi olduğu tartışmalı hale gelmiş bir konu” olarak değerlendirilmektedir (Sancar, 2011, s. 125). Connell ise hegemonya kavramından hareketle literatürde yerini alan hegemonik erkeklik kavramsallaştırması üzerinden erkekliğin kapsamını incelerken erkekliğin sınırlarını ve farklı türlerini -ittifak, tahakküm ve itaatkarlık- örüntüleri etrafında ayrıntılı olarak ele incelemiştir (Connell, 2019, s. 84).

Modernleşme sürecinde özne olarak kadın ve erkek olmanın görünürlüğü üzerinde durulsa da günümüzde anneliğin ve babalığın yüceltilen ve hatta kutsanan bir bağlamı olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda bireyin içinde yaşadığı sosyo-kültürel iklimde kabul görmesi ve rollerinin olumlanması halen önemsenen ve öncelenen bir role sahiptir. Gündelik yaşamda önceliğini koruyan ebeveynlik olgusu dijital ortamlarda da öne çıkan başlıca roller ve değerler arasında yerini almaktadır. Özellikle sosyal ağlarda kimliğini ebeveynlik rolleri dolayımında kurgulayan bireyler sosyal olumlanma beklentisi amacı doğrultusunda gönderiler oluşturmakta hatta hesap profil isimlerini bir önad tamlaması üzerinden kurarken ‘...anne’ ya da ‘...baba’ tanımlamalarını kullanmaktadırlar. En sık kullanılan dijital ortamlar arasında Instagram sosyal ağında bunlara örnek olarak, “Oyuncu anne, müzisyen anne, çalışan anne, gezgin anne, doğal anne ya da olaya biraz daha ciddiyet katmak amaçlı akademisyen anne, uzman anne, öğretmen anne gibi kullanıcı adları ile oluşturulan sosyal medya hesaplarının günden güne sayıları artarak çoğalmaktadır” (Çimke, Yıldırım Gürkan ve Polat, 2018, s. 263-264). Benzer durum babalar için de geçerli olup günümüz sosyal ağlarında, “dijital baba, savaşı baba, rahat baba, oyuncu baba, uçan baba” gibi kullanıcı hesaplarıyla karşılaşmak mümkündür. Anne ya da baba kullanımının yanı sıra kullanıcıların ‘ebeveyn’ rolü ve katılımı üzerinden de sosyal ağlarda aktif olarak yer aldıkları görülmektedir.

Ebeveynliğin olumlayıcı ve farkındalık içeren yönleri ile yaygınlaşan hesaplar, bu doğrultuda yalnızca anne olmanın ya da baba olmanın bağlamsal yanlarına değil daha kapsayıcı olarak ebeveynlik rolü üzerine içerikler üretmektedirler. Bunlara örnek olarak ise “bilinçli ebeveynler, teknolojik ebeveynler, içimizdeki ebeveyn, fark yaratan ebeveyn, ilgili ebeveyn, yeni nesil ebeveyn” gibi adlandırmalara sahip olan hesap kullanıcıları kimi zaman ebeveyn oldukları için deneyimlerini paylaşmakta kimi zaman ise uzmanlık alanları ile ilişkilendirdikleri hesaplarda doğrudan dijital içerik üreticiliği gerçekleştirmektedirler. Bu türden hesaplar ebeveynlerin farkındalıklarını artırmayı amaçlarken aynı zamanda ebeveynlik sürecinde karşılaşılan sorunlar hakkında deneyimlerin konuşulduğu alanlar yaratarak alternatif çözümlerin geliştirilmesini sağlamaktadır. Bu ve benzeri tutumlar ebeveynlik sürecini kolaylaştırmaya yararken aynı zamanda oluşturulan duygudaşlık ortamı ile ebeveynler ortaklaşabilmekte. Sosyal ağlarda paylaşılan bu doğrultudaki içeriklerde, ebeveynler sosyal destek arayışında bulunabilmekte, duygusal beklentisinin karşılanmasını bekleyebilmekte ya da çocuklarını ilgilendiren herhangi bir konuda çözüm önerilerinin değerlendirmesini isteyebilmektedir. Böylelikle sosyal olumlanma aynı zamanda ebeveynlere sosyal destek de sağlamakta ve ortak

deneyimleme yoluyla ebeveynler herhangi bir konuda bilgi sahibi olabilmektedir. Benzer olarak çocukları ya da ebeveynlik deneyimleri ile ilgili olarak olumlu bir gelişme söz konusu olduğunda da dijital ortam aracılığıyla ebeveynliğin desteklenmesi söz konusu olup ebeveynliğin olumlanması ile ‘iyi oluş’ sağlanabilmektedir. Bu sayede ebeveynler deneyimlerini içselleştirerek mutluluk düzeylerini artırmaktadır.

Sosyal olumlanma beklentisi doğrultusunda çocukları ile ilgili içerikler üretirken ebeveynler bazı durumlarda gönderi sıklığını dikkat çekici boyutta artırmaktadır. Bu davranış içerisindeki ebeveynler kimi zaman, görevlerini en iyi şekilde yerine getirebildikleri konusunda toplumsal bir onay almak için çocuklarının fotoğraflarını aşırı şekilde paylaşmakta ve çocuklarını psikolojik tatmin aracı olarak kullanmaktadır. Öyle ki, bu fotoğraflarla ilgili yorum ve beğeni yapılmasının ebeveynlerin, ebeveynlik rolünden duydukları memnuniyeti artırdığı bildirilmiştir (Çimke, Yıldırım Gürkan ve Polat, 2018, s. 264).

Sosyal olumlanma beklentisi doğrultusunda dijital ortamda paylaşım gerçekleştiren ebeveynlerin, hesap gönderilerinin öznesinin kim olduğu önemli bir yerde durmaktadır. Kimi zaman ebeveynler ebeveynlik rollerinin olumlanması amaçlı çocuklar ya da çocukları hakkında dijital ortamlarda sürekli bir bilgi akışı gerçekleştirebilmektedir. Bu yaklaşım her ne kadar ebeveynlik olumlaması üzerine değerlendirilse de bu durum çocuklarla ilgili bilgilerin üçüncü kişilerle paylaşıldığı anlamına gelmektedir. Bu açıdan da çocukların kişisel veri güvenliğinin korunması ve konuya yönelen hassasiyet ile veri etiği yaklaşımını yeniden hatırlatmaktadır. Nitekim farkında olunmadan çocuklar hakkında dikkatsizce ve hızlıca üretilen bu içerikler ve hassas bilgiler, çocukların sosyal gündelik yaşamlarındaki gizliliğini ve güvenliğini ihlal edebilecek kadar tehlikeli boyutlara varabilmektedir. Özellikle çok takipçili hesaplarda bu bilgilerin daha fazla kişiye ulaşabiliyor olma sorunsalı kritik öneme sahiptir. Kimi hesaplar yüksek takip sayısına ulaşarak daha fazla kullanıcıya seslenerek takipçilerine rol model oluşturabilmektedir. Bu ağlarda kendilerini ebeveynlik rolleri üzerinden sunan veya olumlanmaya yönelik bir amaçla hareket eden hesap sahiplerinin paylaşımları takipçileri tarafından güvenilir ya da doğru kaynak olarak değerlendirilebilmektedir. Kimi hesap sahipleri çalışma yaşamlarında paylaşım gerçekleştirdikleri alanda uzman olabilmektedir. Ancak dijital ortamlardaki sosyal ağ profil bilgilerinde uzmanlık üzerine bir tanımlama yoluna gidilirken bunun resmi olarak kanıtlanabilirliğine dair bir koşulu ispat eden süreçten geçilmemektedir. Bu da uzman olmadığı halde kendisini uzman olarak tanıtan sahte kimlikli profillere sahip kullanıcılar ile karşılaşılabilme ihtimalini güçlendirmektedir. Bu türden hesapların uzman görüşü olarak değerlendirilmesi ve beraberinde aktarılan bilgilerin doğru olduğu kanısı üçüncü kişileri harekete geçirebilme riskini doğurmaktadır. Bu sorunsal tüm kullanıcılar açısından medya okur yazarlığı bilgisini ve farkındalık gelişimini zorunlu hale getirmektedir. Gelineen nokta dijital ortamlarda doğru bilginin ayırt edilebilme becerisinin ve karşılaşılacak risklerin de farkında olunmasının gerekli rolünü ortaya koymaktadır. Dolayısıyla

aktarılan bilgilerin geçerliliği üzerine sorgulayan bir bakışın kazanılması ve doğru bilginin kaynağına yönelmesi bilinçli kullanım doğrultusunda kritik öneme sahiptir.

### 1.3.1.2. Bilgi Paylaşımı Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı

Jan Van Dijk'ın, bilgi işleme süreci olarak ifade ettiği enformasyon kavramı yeni medya ve iletişim sosyolojisi araştırmalarında toplum çalışmaları özelinde derinleştirilmiştir. Bilginin işlenmesi ile insan öznenin sürece doğrudan katılım sağladığı bu oluşum, beraberinde enformasyon toplumu kavramsallaştırmalarını doğurmuştur (Van Dijk, 2016). Mutlu (2004)'ya göre enformasyon toplumu, bilginin en değerli kaynak, üretim aracı, aynı zamanda da temel ürün olduğu, iş gücünün çoğunluğunun enformasyon endüstrisinin işçilerinden oluştuğu ve enformasyonun diğer göstergelere göre ekonomik ve toplumsal olarak da baskın olduğu bir toplum yapısını tanımlamaktadır (s. 91). Enformasyonun işlenerek kitlesel boyutlara ulaşan ölçekte yaygınlaşması aynı zamanda ağ toplumu kavramsallaştırması ile kesişmektedir. Benzer bağlamlara sahip olan bu kavramsallaştırmalar arasında enformasyon toplumu, toplumlardaki faaliyet ve süreçlerin değişen özüne vurgu yaparken, ağ toplumunda bu toplumların değişen örgütlenme biçimleri ve (alt) yapıları ele alınmaktadır (Van Dijk, 2016). Modern sosyoloji kuramları arasında yerini alan ağ kuramından hareketle geliştirilen ağ toplumu kavramı, mikrodan makroya çeşitli yapılar üzerine odaklanmakta olup bu toplumun eyleyenleri insanlar olabileceği gibi gruplar, kuruluşlar ve toplumlar da olabilmektedir (akt. Ritzer ve Stepnisky, 2018, s. 279). Dolayısıyla bilginin işleme süreci ile başlayan enformasyon akışı aynı zamanda birden çoğa yönelen iletişim yöntemlerinde gittikçe sınırları genişleyen bir alan olarak internet ortamlarında veri kaynağı ve güvenliği sorunsallarını da beraberinde getirmiş ve doğru bilginin kaynağına erişmek günden güne zorlaşmaya başlamıştır. Bilginin anlık yaygınlık kazanarak dolaşıma girme olanağı, teyide muhtaç hallerde aynı zamanda bir risk faktörü olarak da değerlendirilebilmektedir. Özellikle yeni medya çalışmalarında misenformasyon ve dezenformasyon kavramları sorun alanının derinliği bağlamında yeni bir tartışma alanı olarak yerini almaktadır. Claire Wardle habercilik üzerinden incelediği bu karmaşayı misenformasyon ve dezenformasyon türleri üzerinden açıklamaktadır. Wardle'a göre misenformasyon ve dezenformasyon; parodi -hiciv, yanıltıcı içerik, içeriğin taklit edilmesi, fabrikasyon içerik, yanlış bağlantı, sahte bağlam ve manipüle edilmiş içerik şeklinde kategorilendirilmekte olup bu sorunsalı "Mevcut enformasyon ekosistemini anlamak için paylaşılan farklı içerik türlerini, bu içeriği yaratanların motivasyonlarını ve bu içeriğin yayılma biçimlerini birbirinden ayırarak anlamak gerektiğini" belirtmektedir (akt. Ünal ve Taylan, 2017, s. 83).

Yeni medya ortamlarında çeşitli amaçlar doğrultusunda, beğeni ve tıklanma sayısının arttırılması kaygısı, kullanıcıları bilginin güvenilirliği sorunsalı ile karşı karşıya bırakmıştır. İnternet üzerinden elde edilen enformasyon, "Teyit edilmeden, doğrulanmadan, "duyum" halindeyken dahi son derece ciddi bir biçimde yayınlanabilmekte, bu durum ise yanlış pek çok bilginin internette hızla dolaşıma girmesine sebep olmaktadır" (Binark ve Bayraktutan, 2013, s. 70-71). Bu bilgiler kimi zaman uzman olduğu öne sürülen kişilerce dolaşıma sokulmakta kimi zaman ise haber niteliği kazandırılarak

yaygınlaştırılmaktadır. Bu durumun en önemli nedenleri arasında çoğunlukla ticari kaygılar yer alırken bunun sonucunda bireylerin/toplumların yanıltılması ya da yanlış yönlendirilmesi riski önemli bir problem olarak belirmektedir. Yalan haber ya da haber görüntüsü kazandırılarak oluşturulan içerikler haber dilinin gerçeklik, doğruluk ve inandırıcılık bağlamından yararlanarak habercinin güvenilirliğine de önemli ölçüde zarar vermektedir.

Yalan haber sorunu sadece internet kullanıcıları ya da küçük gruplar tarafından değil, geleneksel medya kuruluşları, çeşitli şirketler ya da troller aracılığıyla da çok farklı amaçlarla yalan haber ve yanlış enformasyonun yayıldığı bilinmektedir. Bu bağlamda yeni medya hem profesyonel üreticilerin paylaşımları hem de kullanıcı türevli içerik yoluyla bir yandan haber akışının hızlandığı, çeşitlendiği bir ortam halini alırken diğer yandan yalan haberin, yanlış bilginin ve söylentinin hızla yayıldığı bir alan haline gelmektedir (Ünal ve Taylan, 2017, s. 82).

Günümüzün çocuk merkezli bakış açısı ile çocukların biyopsikososyal gereksinimlerinin kusursuzca karşılanmasına yönelik pek çok bilgi de bu bağlamda internet ortamlarında çeşitli formlarda yerini almaktadır. Bilgi sahibi olmaya çalışan ebeveynin buna yönelik çabası da kimi zaman onları doğru bilginin kaynağı sorunsalıyla karşı karşıya bırakabilmektedir. Kullanıcıların bilgiye erişmede arama motorlarının ilk çıkan sonuçlarına göre ve hatta kimi zaman sponsorlu içeriklerle yönlendirilmesi bazı durumlarda ebeveynin karşılaştığı sorunlarla baş etmede yanıltıcı yöntemler kullanmasına neden olabilmektedir. Googlearşi şeklindeki ikonlaştırma ifadesi, bu yöndeki içeriklerin maksatlı bir şekilde sıralandırıldığına vurgu yapmaktadır. “Online arama motorları, artık kullanıcı katılımını örtük olarak, hatta mutlaka bilinçli bir biçimde içerecek şekilde yapılandırılmaktadır” (Castells, 2016, s. 134). Böylelikle doğru bilginin kaynağına erişebilmek beraberinde dijital iletişim teknolojilerini bilinçli bir şekilde kullanabilme yetisi ve becerisinin gerekliliğini öne çıkarmaktadır. Clarkson ve Zierl, bu amaca yönelik ebeveynlikte teknolojinin oynadığı olumlu rolü eParenting: High Tech Kids (E-ebeveynlik: İleri Teknoloji Çocuklar) programı ile ölçmeyi amaçlamışlardır. 9-14 yaş arası çocuklar ve ailelerine yönelik 2014 ve 2016 yıllarını kapsayan 3 yıllık dönemde ortaokulların 48 binden fazla ebeveynine, veli e-posta listeleri üzerinden geliştirilen bu program ile ebeveynlikte dijital medyanın/teknolojinin kullanımı hakkında 56 adet makale iletilmiştir. Araştırmanın sonunda anket yoluyla elde edilen ebeveyn geri bildirimlerinde, dijital medyanın bir ebeveynlik aracı olarak geliştirilen bir anlayış beraberinde ebeveynlikte dijital medya kullanımına ilişkin daha olumlu görüşlerin yer aldığı izlenmiş ve sonrasında ebeveynlerin çocuklarla dijital medya hakkında daha fazla iletişim kurdukları anlaşılmıştır (Clarkson ve Zierl, 2018, s. 1). Türkiye’de de Millî Eğitim Bakanlığı tarafından 2007 yılında uygulamaya konulan ve hala günümüzde aktif olarak kullanılan e-Okul Yönetimi Bilgi ve Veli Bilgilendirme sistemi, çocukların eğitim süreçlerini izlemeye ebeveynlere yardımcı olmaktadır. Bu sistem üzerinden ebeveynler çocuklarının eğitim ortamları hakkında pek çok bilgiye internet aracılığı ile erişim sağlarken; kayıt, sınav başvuruları, kılavuz ve kontenjan gibi pek çok konu özelinde çocuklarının eğitim olanakları hakkında veri akışı sağlanmaktadır. (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, t.y.). Bu uygulama yalnızca veli/ebeveyn erişimi için değil aynı zamanda öğrencilerin/çocukların da eğitim ortamları hakkında

bilgiye ulaşmalarına hizmet eden açık bir sistem üzerinden geliştirilmiştir. Dolayısıyla sistem yalnızca ebeveynleri değil aynı zamanda çocukları da bilgilendirmektedir.

İnternet ortamı geniş yaş grubunun kullanımına uygun bir ortam niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla bu ortamın sunduğu fırsatlar yaşamı önemli ölçüde kolaylaştırıyor olsa da karşılaşılabilecek risklerden kolaylıkla kandırılabilir ve ikna olabilecek yaş grupları arasından en çok çocuklar etkilenmektedir. Bu doğrultuda Google, “Çocukların dijital dünyayı güvenle, kendilerine güvenerek keşfetmelerine yardımcı oluyoruz” mottosu ile didaktizmden uzak, oyun yoluyla internet ortamının risklerini öğrenebilecekleri bir platform sunmuştur. Interland’ı keşfetmek üzerine geliştirilen infotainment çalışması ile çocukların ‘internot’ olabilmeleri için tüm sorulara doğru yanıt verebilmelerini gerekli kılmıştır. Böylelikle çocukların internet ortamında karşılaşılabilecekleri pek çok türden sorunla nasıl baş edebilecekleri, eğlenceli bir oyunlaştırma üzerinden çözüm yöntemleri ile birlikte aktarılmaktadır (Gerçeklik Nehri: Gerçek Olduğundan Emin Ol, t.y.).

Günümüzde artan endişe kaynakları ile birlikte ebeveynlerin çocuklarını koruma ve gözetme kaygıları beraberinde çocukları hakkında daha fazla bilgi edinme çabasını da beraberinde kılmıştır. Bu duruma yönelik olarak çocukların izlem ve takibini etkin bir şekilde ebeveynlere bildiren pek çok yazılım geliştirilmiştir. Bunlardan en yaygın olanları Google’ın geliştirmiş olduğu ve ücretsiz bir şekilde indirilebilen Family Link uygulamasıdır. Bu uygulama ile birlikte çocukların ekran başında kalma süreleri sınırlandırılabilen, cihaz üzerinden erişebilecekleri içerikler yönlendirilebilen, kullandıkları uygulamalar sınırlandırılabilen, konum bilgilerine erişilebilen ve hatta çocukların kullandıkları cihazın pil seviyeleri ebeveyn kontrol panelleri üzerinden anlık olarak takip edilebilmektedir. 2023 itibarıyla 100 milyondan fazla indirilme rakamına sahip olan bu uygulama en çok kullanılan takip yazılımları arasında yerini almaktadır (Google Family Link, t.y.). Buna benzer platformlar arasında başlıca Kids Place, Kid Security, Findmykids, Kroha, Kids360, FamilyTime, Safe Family, Microsoft Family Safety, Eset Parental Kontrol ve Pingo gibi uygulamalar bulunmakta olup dijital iletişim cihazlarına ücretsiz bir şekilde kurulumları gerçekleştirilebilmektedir. Android ve IOS için geliştirilen ücretli ebeveyn kontrolü uygulamalarına bakıldığında ise Qustodio, Mobicip, Bark, Norton Family ve mSpy öne çıkmaktadır. Sosyal ağlarda da bu ebeveyn denetimleri moduna geçiş sağlanarak gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin Instagram’da ebeveynler çocuğun ‘Aile Merkezi’ ayarları üzerinden çocuğunun dijital eylemlerini izleyebilmekte veya bir genç olarak ebeveyn ile gözetim ayarlanmış ise ebeveynin gördüğü bilgileri görüntülemek için bu özellik aktifleştirilebilmektedir (Aile Merkezi Nedir, t.y.). Ancak bu türden yazılımlar ebeveyn çocuk iletişimde başta çocukların özel alanlarına onlardan gizli ulaşılabilmesi, mahremiyetin ihlali ve güven problemleri açısından sorunsallaştırılabilirken öte yandan bu gizli ve önemli bilgilere üçüncü kişilerin erişebilmesi ya da casus yazılımlar tarafından fark ve ihlal edilmesi bağlamlarında artan risk ölçeğinde tartışmalı bir konumda değerlendirilebilmektedir. Aynı zamanda bu durum izleme, gözetleme, disiplin kurma alt başlıkları etrafında mikro iktidar mekanizmasını da etkin biçimde harekete geçirmektedir.

İktidar sorunsalını bilgi, özne, gözetleme, ceza bağlamında irdeleyen Foucault (2014), bireyin izleme ve denetleme yoluyla disipline edilebilmesinde tüm bunların önemli kontrol araçları olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla iktidar mekanizmasını makro ölçekten biyo-iktidara kadar derinleştiren Foucault, gelişen teknoloji ile Jeremy Bentham'ın önerdiği Panoptikon Hapishanesi arasındaki yakınsamaya dikkat çekmektedir. Dolayısıyla öznenin düzene sokulmasında disiplini başat rolde değerlendiren Foucault, gözetleme ve izlemenin iktidarın yerini sabitleyebilmesinde önemli güç kaynakları olarak görmektedir.

Disiplin, aslında, toplumsal gövdedeki en ufak unsurlara varıncaya kadar denetleyebilmemizi sağlayan, bizzat toplumsal atomlara, yani bireylere ulaşmamızı sağlayan iktidar mekanizmasıdır. İktidarın bireyselleştirme teknikleridir. Birini nasıl gözetlemeli, davranışını, tavrını, becerilerini nasıl denetlemeli, performansını nasıl pekiştirmeli, yeteneklerini nasıl çoğaltmalı, en yararlı olacağı yere onu nasıl yerleştirmeli: Benim anladığım disiplin işte budur (Foucault 2014: 149).

Ebeveynlerin çocuklar ya da çocukları ile ilgili bilgi edinme çabası tüm bunlara ek olarak günümüzde popüler bir biçimde sosyal ağlar aracılığı ile gerçekleşmektedir. Her ne kadar sosyal ağ profil bilgileri kısmında hesap sahipleri kendilerini tanıtan bilgilere ayrıntılı olarak yer veriyor olsalar da bu bilgilerin doğru olup olmadığı kesinlik taşımamaktadır. Bu nedenle kişiler kendilerini uzman kişi olarak tanıtıyor olsa da resmiyetin yer almadığı bu alanda aktarılan her bir bilginin denetlenebilmesi ve düzenli olarak kontrol edilebilmesi mümkün görünmemektedir. Bu nedenle kullanıcıların paylaşılan içeriklerin doğru olup olmadığı konusunda bir sorgulama sürecinde bulunmaları ve bir medya okur yazarlığı bilinci ile hareket etmeleri gerekmektedir.

Sosyal ağlarda üretilen içerikler bilgilendirme, eğlendirme, yaygınlık kazandırma ya da ticari kazanç sağlama gibi çeşitli amaçlar doğrultusunda paylaşılmaktadır. Bu nedenle çoğunlukla içerikler çabuk tüketilebilir, dikkat çekici ve basit ifadelerle oluşturulmaktadır. Ebeveynler bu açıdan kısa bir süre içerisinde onlarca içeriği tüketebilmekte ve yeni medya ortamlarının sunduğu kaydetme ya da indirme özelliklerinden yararlanarak bu içerikleri daha sonrasında yeniden hatırlamak ya da uygulayabilmek için depolayabilmekteledir. Ancak bu içeriklerin bireylerin yaşamına gerçek anlamda yarar sağlayabilmesi için mi oluşturulduğu yoksa art alanında ticari kaygıların mı yattığı her zaman ayırt edilemeyeabilmektedir.

### **1.3.1.3. Ticari Kazanç Sağlama Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı**

Dijital kitle iletişim araçlarının erişime sunduğu pek çok alan ekonomik kazanca ek yeni olanakları dahil etmiş ve içerik üreticileri, dijital ortamlar aracılığı ile gelirlerini artırabilmenin yollarını geliştirebilmişlerdir. Elektronik ortamlarda pazarlamacılık faaliyetleri olan sponsorluklar, iş birlikleri ve doğrudan ya da örtülü ürünlerin, hizmetlerin ya da malların tanıtımları bu uygulamalardan bazılarıdır. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı pek çok imkân ile alanını genişletmekte olan internet ekonomisindeki tüketici kapitalizmi zaman ve mekândan bağımsız üre-tüketimi etkin kılmıştır.

Marx’a göre kapitalist üretim, yalnızca meta üretimi değil, esas olarak artı-değer üretimi olarak tanımlanmaktadır (Marx, 2003, s. 436). Bu artı değer ile tüketiciler yalnızca ürünü ya da hizmeti tüketmekle kalmayıp aynı zamanda bir yaşam tarzı, sosyal statü, sahiplik ya da değer elde edebilmenin yollarını keşfetmekteledir. Baudrillard (2008), bu tüketim ilişkisini açıklamada vitrin metaforiğinden yararlanarak bu hareketliliği simgesel bir bağlam ve bu bağlamın iletişimi üzerinden ilişkilendirmiştir.

Sahnelenen nesnelerin taklit ettiği bu simgesel armağan, sunular nesne ve bakış arasındaki bu simgesel ve sessiz değiş tokuş hiç kuşkusuz gerçek, ekonomik değiş tokuşa, mağazanın içine davettir. Ama zorunlu olarak da değil ve her halükârda vitrin düzeyinde kurulan iletişim her yönüyle bireylerin nesnelerle iletişimi olmaktan çok; aynı nesnelerin seyredilmesiyle değil, ama aynı nesneler sisteminde aynı göstergeler sisteminin ve aynı hiyerarşik değer kodunun okunması ve tanınmasıyla tüm bireylerin kendi aralarında kurdukları genelleşmiş bir iletişimdir (Baudrillard, 2008, s. 215).

Böylelikle yeni iletişim teknolojileri ile hızlanan enformasyon ve tüketim döngüsü aynı zamanda yaygınlaşmaya elverişli bir yaşam tarzı ile ekonomik kazanç arayışını beraberinde kılmıştır. Bu arayış üre-tüketici kapitalizmde bireylerin tüketim davranışı içerisinde kalmasını ve bunu sürekli kılmaya yarayan stratejiler geliştirmesini sağlamıştır. Tüketicinin öne çıkarıldığı yoğun kapitalist ekonomik sistemin varlığını sürdürebilmesi için, “Büyük ölçekte üretime, öte yandan da bu üretim mallarının tüketilmesine, yani boş zamana ve tüketim eğiliminin artmasına ihtiyaç göstermektedir” (akt. Özyurt, 2016, s. 245).

Dijital kitle iletişim araçları ile yaygın olarak kullanılan sosyal ağlar bu açıdan günümüzde en verimli alanlar olarak yerini sabitlemektedir.

Üre-tüketim, insanların davranışları ve vasıfları hakkındaki verilerin kâr için satılabildiği bir enformasyon ekonomisiyle bağlantılıdır. Üretüketici kapitalizm için veriler, en azından görünüşte üretüketim yoluyla alışverişi yapılan metarlardan daha önemlidir. Kesinlikle, YouTube gibi web siteleri video oluşturmak ve yüklemek için üretüketiciler tarafından yapılan işe bağlıdır (Ritzer ve Stepnisky, 2018, s. 561).

Modernizmde bireyin edimci ve kolektif tavrı postmodern özne de yerini daha özgürlükçü bir eylemlilik haline bırakmaktadır. Touriane’in ifadesiyle başarıya ulaşan modernlik, “Toplumsal bütünleşme ve kolektif yapıya katkıda bulunmalı ve kişisel bir yaşamın edimcisi olacağına kolektif bir yaşamın amili” olma durumunu yerine getirmelidir. Bauman (2014) ise bu kolektif eylemin altında yatan ve tüketici pazarını doğrudan yönlendiren ideolojiyi sıvı modern koşullar üzerinden ifadelendirirken bunun etik ve ahlaki sorumluluğuna eleştirel bir bakış sağlamaktadır. Bireyin ihtiyaçları ve pazarın sundukları arasındaki ahlaki sorumluluğun bireyin davranışlarını yönlendirmede kişinin kendi oluşuna seslenen ve güvenilirliği kuşkuyla söylemlerin etkili olduğunu belirten Bauman, “Bunu kendini biraz şımartmayı hak ediyorsun”, “Bunu hak ettin”, “Bunu kendine borçlusun” yönündeki çağrılarını

tüketiminin kendine düşkünlüğü bağlamında bilinçli bir şekilde kullanıldığını belirtmektedir. Bauman bu edilgen eylemliliği şu ifadelerle açık bir şekilde eleştirmektedir:

Ahlaki sorumluluk ve ilgi fikrinin böylesine uygunsuz biçimde kullanımının etik garipliğinden arta her ne kaldıysa, bunun üstü örtülmeye ya da kendine düşkünlüğün üstüne ahlaki bir parlatici sürülerek kapatılmaya çalışılıyor: bir şey yapabilmen için önce birisi olman gerekir; diğerlerine şefkat gösterebilmeye muktedir olman içinde, önce bu yetinin gerektirdiği kaynakları elde etmen, koruman ve elde tutman gerekir. Ve piyasanın sana sunduğu, kendini “birisi” haline getirmeni sağlayacak araçları kullanmazsan bu koşulu yerine getiremezsin. Yani gelişime (son modaya) ayak uydurmaya istekli ve ehil isen, esnek ve ayarlanabilir kalmada sana itimat edilebiliyorsa, kendini gerektiği anlarda değiştirebiliyorsan, akışkanlığa bağlılığın sağlamsa, özetle konumun iyi ve dolayısıyla diğerleriyle etkin bir şekilde ilgilenecek ve onları mutlu edecek yeterli güce sahipsen bu koşulu sağlayabilirsin (Bauman, 2014, s. 103).

Funk ise postmodern ben odaklılığın üretken olamayışında Erich Fromm’un geliştirdiği otoriter karakter analizinden yararlanarak yerine ‘yapma’ edimini yerleştirmektedir. Funk, temel eğilim olarak insani beceriyi, teknolojik ve “yapma” becerilerilerini aynı karakter yönelimi ile açıklamaktadır. Aktif karakter bunu üretici ve arzıcı olarak; pasif karakter ise kullanıcı, müşteri veya tüketici olarak ‘yapma’ktadır. “Sonuç olarak ‘yapma’ becerilerinden yararlanan bir gerçeklik üretimi ikisini de büyülemektedir, çünkü ‘ben’ kendini ancak bu yolla kendi içinde taşıdığı verilerden ve ölçülerden veya başkalarının beklentilerinden ve görevlerinden kopartıp, bağımsız bir yaşantı oluşturabilmektedir” (Funk, 2020, s.117).

Frankenberger’in ifadesiyle “Toplumun “postmodern dönüşümü” (Best / Kellner 1997) ya da “postmodern oluşumu”nu; ekonomik, siyasi ve kültürel ilişkilerin küreselleşmesi, değerlerin, normların kültürlerin ve yaşam tarzlarının çoğullaşması, geleneklerin kaybolması, sosyal yapıların, davranış kalıplarının ve ahlaki değerlerin çözülmesine paralel” olarak açıklanmıştır (Frankenberger, 2008, s. 2). Bu anlamda Lyotard’a (1997) göre, *ben* (self) çok şey ifade etmemektedir. Ancak bir ada olarak -tümlük açısından- ‘ben’in de olmadığını, her *ben*in eskisinden çok daha hareketli ve karmaşık olan bir ilişkiler yumağında var olduğunu dile getirmektedir (s. 43). Dolayısıyla postmodernizm ile birlikte ekonomik sistem özellikle dijital ortamlarda üretken olmayan ancak yaşam stillerini, tüketim alışkanlıklarını, tercihleri ve beğenileri pazarlayan bir yapıyı kullanıcılara sunmuştur. Postmodern özne de yeni medyanın sunduğu etkileşimden etkin bir şekilde yararlanarak bunu üretim faaliyetlerine dönüştürebilmekte ve bu faaliyetlere değişim unsurunu da dahil edebilmektedir. Özellikle sosyal ağlarda aktif bir şekilde içerik üretimi gerçekleştiren kullanıcılar, beğenilerini kişisel seçimler özelinde değil ticari kaygıların öne çıktığı düşünsel bir amaç üzerinden takipçilerine sunmaya başlamaktadır. Mikro ünlüler bu anlamda geleneksel medyada yer alan ünlülere benzer şekilde takipçilerine değerli birer hayranları gibi davranarak bir sosyal bağlama girişimi içerisinde yer alabilmektedirler (Marwick, 2015, s.334). Burada sunulan/pazarlanan ‘şey’ ürün, hizmet ya da mal olmaktan çıktığında kimi zaman kimlik inşası ile birlikte roller ve hatta sahiplikler üzerinden dahi kurulabilmektedir. Günümüzün en önemli

sorunları arasında yerini alan ve yaş düzeyleri uygun olmamasına rağmen ebeveynleri aracılığıyla sosyal ağlarda aktif bir şekilde var olan çocuklar da bu açıdan bir reklam öznesi haline dönüştürülebilmektedir. Tüketilen olarak konum alan çocuk bu açıdan kayıt dışı iş gücüne benzer şekilde dijital ortamda ebeveynleri tarafından sürekli içerik üretimi döngüsüne dahil edilebilmektedir.

Aktif bir şekilde dijital platformlarda ebeveynleri aracılığı ile yer alan çocuklar, aslında daha çok içinde bulunulan yaşamın ve sosyal mahremiyet açısından bakıldığında ise özel alanının başkalarının seyrine açılmasında işlev görmektedirler. Paha değeri yüksek olan ürün, hizmet ya da mallar sahiplik üzerinden çocuklar için gerçekleştirilen etkinlikler gibi bir sebep ile gösterilmekte hatta çocuklar bu sunumun birer öznesi haline dahi dönüştürülebilmektedir. Geleneksel aile modelinde özel alanın muhafaza edilmesi önemini korurken yeni nesil ebeveynlik modelinde kimi zaman ticari kaygılar ile yaşamlarına dair pek çok bilgiyi kimi zaman kişiselleştirilmiş gizlilik ayarlarını kullanarak kimi zaman ise ‘herkese açık’ modu üzerinden başkalarıyla paylaşılabilir. Ancak bu durumun modernlik ve modernleşme üzerinden okunması tartışmalı bir yerde durmaktadır. Yaşamını geleneksel kodlarla sürdüren ancak yeni medyayı aktif kullanarak neredeyse her anını sunum kaygısı ile yoğun bir şekilde paylaşan ebeveynlik yaklaşımında dijital teknolojiler modernleşmenin bir simgesi olarak değil yalnızca bu isteklere hizmet etmesi üzerinden değerlendirilebilmektedir. Böylelikle farkındalık beraberinde okuryazarlığını artırmayan ebeveynler yalnızca teknik imkanların artırılmasından ve yaygınlaştırılmasından faydalanmakta bununla birlikte özellikle çocukları ilgilendiren yönüyle önemli etik sorunlara kapı aralayabilmektedirler. Bu sorunsalın açıklanmasında Touraine’nin üretim ilişkileri üzerinden ele aldığı yabancılaşma yaklaşımı önemli bir bağlama sahiptir. Touraine, öznenin anlam arayışının imge ve imajlara bağlandığını öte yandan emekle kurduğu düşünsel ilişkinin geçmişle olan bağından farklılaştığını vurgulamaktadır.

Özne, öte yandan da nesneler dünyası, önceleri var olan bir toplum türünde sermayeyle emeği karşı karşıya getirenle aynı karşıtlık ilişkisi içinde yer almaz. Bu da, öznenin hem kanıtlanmasının, hem de reddedilmesinin üretim toplumunun yerini tüketim toplumunun almasıyla bağlantılı olduğunun ve bizdeki özne imgesinin, -Max Weber’in kavradığı biçimiyle- akılcılaştırıcı ve çileci özne imgesine yabancı kaldığının altını çizerek (Touraine, 1995, s. 281).

Günümüz hayran kültürü etkin biçimde, sosyal ağlar üzerinden özellikle dijital ünlüler tarafından yeniden üretilmektedir. Takipçilerin sayısının artırılmasına duyulan ilgi hem sosyalleşme hem de kazanç aracına dönüşebilmesi açısından dikkate değer bulunabilmektedir. Takipçi sayısının çokluğu ünlülerin reklam gelirlerini aynı oranda arttıran bir işlevi de hesap kullanıcılarına sunmaktadır. Buna bağlı olarak dijital ebeveynler ilgiyle karşılanan çocuk odaklı içerikler için daha istekli paylaşım gerçekleştirebilmektedirler.

Ebeveynler çocuklarını sosyal medya hesapları üzerinden “micro-celebrity” olarak ticari amaçlı kullanmaktan çekinmemektedirler. Micro-celebrity’ler internet aracılığıyla popülerlik kazanan fenomenlerdir. Ürettikleri içeriklerle bir ürün ya da haberi firma ya da marka etiketleyerek paylaşan

fenomenler, bu sayede takipçilerinin bazı hizmet ya da ürünlere yönelmesini sağlamaktadır (Çimke, Yıldırım Gürkan ve Polat, 2018, s. 264).

Reklamın odağına yerleştirilen çocuk perspektifinden bakıldığında ise bu konunun çocuk emeği sömürüsüne kadar uzanabildiği sorunsalı göz ardı edilmemelidir.

Çoktan çoğa iletişimin gerçekleştirilebildiği ortamlar olarak sosyal ağlar, pazarlama faaliyetlerinin yürütüldüğü etkin bir alan olma özelliğine sahiptir. Bu açıdan sosyal ağlar kullanıcıların sıklıkla reklamlar ile karşılaştığı ortamlar arasında yerini almaktadır. Günümüzde sık kullanılan sosyal ağlar arasında reklam ve pazarlama faaliyetleri yalnızca kurum ve kuruluşlar bazında değil aynı zamanda çok takipçili mikro/makro ünlü kullanıcılar tarafından da yoğun biçimde gerçekleştirilmektedir. Buna yönelik Instagram üzerinden gerçekleştirilen faaliyetler ‘Insta-ekonomi’ olarak tanımlanmaktadır.

Büyük şirketler ve ünlülerin dışında küçük işletmeler ve diğer kullanıcılar açısından da Instagram geniş bir kitleye ulaşarak kazanç elde etmenin bir yolu olarak görülmüş, “Insta-ekonomi” şeklinde adlandırılan bu süreçte uygulama, kolay kullanımı, görsel unsura dayanması ve farklı kitlelere ulaşabilme potansiyeli nedeniyle tercih edilmiştir (Ünal, 2018, s. 408).

Instagram sosyal ağının ticari amaçlar doğrultusunda kullanılabilir olması kimi zaman çok takipçili kullanıcıların iktisadi kazançlarını atırmalarında bir fırsat olarak değerlendirilebilmektedir. Insta-ekonomi’den yararlanan kullanıcılar arasında çok takipçili ebeveynlerden bazıları tanıtım faaliyetlerinde çocuklarına yer verebilmekte olup, bu konuda istekli olan ebeveynler çocuklarının özel anlarını ya da gündelik yaşamlarını bir yaşam sunumu üzerinden başkalarıyla paylaşabilmekteledir. Bu yaklaşımı ağırlıklı annelerin sergiliyor olmasından hareketle kavram Insta-mom olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım, anneliğin bu yeni görünümünün çocuk yararı merkezli bakış ile yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Yeni medya ve sosyal medya kültürü ise annelik ve anne-çocuk ilişkisine dair oldukça radikal değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Youtuberlık, blogger yazarlığı, instamom gibi yeni mesleklere yeni nesil annelerin de yöneldiği görülmektedir. Bu tür platformlarda hamilelik dönemi, doğum öncesi alışveriş, baby shower, doğum, bebek bakımı ve beslenmesi, uyku düzeni gibi pek çok bilgi ve tecrübenin interaktif bir şekilde paylaşıldığı görülmektedir (Ergül ve Yıldız, 2021, s. 612).

2014 yılında Unicef’in çocuklara yönelik olarak Türkiye’de yürüttüğü çalışmalar arasında Acil Durumlarda Çocuk Koruma Eğitimi Katılımcı El Kitabı’nda Türkiye’de ve dünyada çocuklar ile ilgili medyada yer alan kalıp yargıları sıralamıştır. Çalışmada çocuklara biyo-psiko-sosyal açıdan zarar veren yetişkin uygulamaları değerlendirilmiş ve buna yönelik olarak hazırlanmış olan kalıp yargılar şöyle sıralanmıştır:

- Çocukların ciddi bir şekilde ifade ettikleri görüşlerin yetişkinleri güldürmek için kullanılması,
- Habere cazibe katmak için şirin çocukların kullanılması,
- Çocuğun özsaygısı veya yetişkinin çocuğa olan saygısı adına hiçbir katkısı olmadığı halde, duygu sömürüsü yapmak için çocukların sefil durumlardaki fotoğraflarının ve tasvirlerinin kullanılması,
- Çocuklara büyüklük taşlanması ve tepeden bakılması,
- Çocuklar konuyu daha iyi bildikleri halde yetişkinlerin çocuklar adına konuşması,
- Çocuklara sirk hayvanları gibi gösteri yaptırılması,
- Yetişkinlerin çocukların bilgisizliğini ortaya sermesi,
- Yetişkinlerin çocukları kendi ağızlarında konuşturmaları veya sözlerini kesmeleri,
- Çocuklar pasif olmadıkları halde öyleymiş gibi gösterilmeleri,
- Genç insanların, “gençlik” adı verilen sorunlu bir grupta toplanarak adlandırılmaları,
- Kanunla ihtilaf, madde bağımlılığı, sokakta yaşama gibi durumlarda ise toplumun huzurunu “tehdit edenler” olarak gösterilmesi (Unicef, 2014, s. 88-89).

Çocuğun bu yöndeki davranış ve tutumlara üstelik ebeveynleri tarafından maruz kalması gelecekte hayal kırıklığı, güven sorunu ve çaresizlik gibi zincirleme problemleri de beraberinde yaşamasına neden olabilmektedir. Bu nedenle ebeveynlerin çocuklarının yalnızca gündelik sosyal yaşamlarına değil aynı zamanda dijital yaşam alanlarına saygı göstermesi hem çocuk sorunlarına yapıcı çözümlerin aranmasına yardımcı olacak hem de çocuk ebeveyn ilişkisini ve iletişimini güçlendirmede önemli bir rol oynayacaktır.

#### **1.3.1.4. Farkındalık Yaratma Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı**

Toplumsal kalkınmaya eşlik eden tüketim davranışları, birey ölçeğinde edinilen ekonomik kazanç ile doğru orantılıdır. Sanayi sonrası toplumu yüksek teknoloji ekonomisi üzerinden inceleyen Daniel Bell (1976), üretkenliğin yeni formlarını eski üretim biçimlerine göre daha olumlayıcı bir perspektifle değerlendirmektedir. Bell, sanayi sonrası toplumda yaşam standartlarının yükselmesi beraberinde kaynakların asgari maliyet ve emekle kullanımını usallık olarak tanımlamış, pek çok alanda gerçekleşen değişimi ve ulusal sınırların kaldırılışını sosyal ağlar ile imlemiştir. Bununla birlikte hızlı hareket eden, yüksek oranda sıkıştırılmış enformasyonla birlikte -fiziksel- zaman ve mekân algıları bozuma uğradığından Bell’in sanayi sonrası toplumu tanımı aynı zamanda bilgi üretiminin (düşünsel mal) materyal üretiminin (geleneksel anlamdaki mal) yerini aldığı toplumu ifade etmektedir (Laughey, 2010, s. 108). Bilgiye eşlik eden bir süreç ve gelişim ile internet erişiminin kişi düzeyinde erişime açılması pek çok olanağı beraberinde kılmış özellikle sanayi sonrası toplum döneminde çeşitli fırsatları bireysel ölçekte tüketicilere sunmuştur. Günümüz dijital teknolojisi de bu bağlamda tüketicilere sunduğu imkanlar ile kullanıcıların yaşam alanlarındaki pek çok işi ve ihtiyacı kitle iletişim araçları

vasıtasıyla hizmete sunmuştur. Ancak kullanıcıların bu olanaklardan nasıl yararlanılacağı aynı zamanda yeni medya ortamlarının içerdiği riskleri de bilme üzerinden yarar sağlamakta ve bu doğrultuda farkındalık kazanımının önemi daha açık bir şekilde kavranmaktadır. İnternet ortamının çok geniş bir alana sahip olması ve bunun beraberinde içerisinde gün geçtikçe katlanarak artan bilgi yığınlarının oluşması bu alandan yararlanabilmenin hem önünü açmakta hem de doğru bilgiye erişme noktasında süreci zorlaştırmaktadır. Dijital kitle iletişim araçlarının gündelik yaşam pratiklerini önemli ölçüde kapsadığı bu dönemde, ebeveynlerin yalnızca kişisel kullanımlarına yönelik olarak değil aynı zamanda çocuklarının erişim hakkı konusunda da farkındalıklarının gelişmiş olması yeni medyadan alınacak yararın düzeyini önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle dijital kitle iletişim araçlarının daha interaktif bir etkileşimi olanaklı kılması odak ya da kullanıcı çocuklar olduğunda daha hassas bir değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır. Unicef tarafından hazırlanarak hak temelli bir perspektif üzerinden düzenlenen medyanın çocuk haklarının gelişmesinde oynayabileceği olumlu tutum, Oslo Çağrısı'ndan hareketle beş rolde tanımlanmıştır. Bunlar;

- 1- Çocukların yeni medya da dahil olmak üzere, medyaya erişim hakkı,
- 2- Çocukların medya eğitime ve okuryazarlığına erişim hakkı,
- 3- Çocukların medyaya katılma hakkı,
- 4- Çocukların medyadan ve ekrandaki şiddetten korunma hakkı
- 5- Medyanın çocuk haklarını koruma ve tanıtmadaki rolüdür (Unicef, 2007, s.35).

Yetişkinler ebeveynlik rollerini yerine getirirken çocuk öz bakım ve yetiştirme süreçlerine yarar sağlayacak pek çok bilgiyi internet ortamından elde edebilmektedir. Bu bilgiler hali hazırda bir kaynak sitede yer alan veriler üzerinden elde edilebileceği gibi etkileşim temelli iki taraflı hatta çoktan çoğa iletişim yöntemleri ile de sağlanabilmektedir. Bu açıdan yeni medya ortamları, benzer yaşam deneyimlerinin ortaklaştığı ve beraberinde birlikte çözüm yollarının ve önerilerinin geliştirilebileceği bir paylaşım platformu haline dönüşebilmekte, bir sosyal destek mekanizması şeklinde işlev görebilmektedir. 2014 yılında gerçekleştirilen Michigan Üniversitesi C.S. Mott Çocuk Hastanesi Çocuk Sağlığı Ulusal Anket çalışması sonuçları arasında, ebeveynlere özellikle çocuklar ya da çocukları ile ilişkilerine yönelik sosyal medyayı kullanırken dijital çevrelerinden aldıkları destekler ile çevrimiçi ortamın ebeveynlere sağladığı faydalar listelenmiştir. Araştırmanın sonuç raporunda;

Bu ulusal ankete katılan ebeveynler, ebeveynlik tavsiyesi almak ve paylaşmak için sosyal medyayı kullanmanın, başta ebeveynlikle ilgili endişelerinde yalnız olmadıklarını hissetmek olmak üzere birçok faydasından bahsetmektedir. Fotoğraf ve anekdotların paylaşılması, uzaktaki akraba ve arkadaşların iletişim halinde kalmasına yardımcı olmaktadır. Gecenin bir yarısı uyanık olan başka bir ebeveynle bağlantı kurmak, izolasyon duygularını gidermeye yardımcı olabilir. Diğer ebeveynlerin tavsiyelerini istemek, yeni bir çocuk bakım sağlayıcısı seçimini kolaylaştırabilir. Diğer ebeveynler tarafından kullanılan stratejileri duymak, yürümeye başlayan bir çocuğun davranış

problemiyle başa çıkmak için pratik ipuçları sunabilir yönünde bilgi akışına yer verilmiştir (Mott Poll Report: Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting, 2015).

Dolayısıyla sosyal medyayı yalnızca kullanıcıların karşılaşabileceği sakıncalar ve olumsuzluklar üzerinden tanımlamak, özellikle ebeveynlik rollerinin desteklenmesi hususunda bakışın tek yönlü olmasına yönelik bir riski de içerisinde barındırabilmekte ve bu alandan sağlanması muhtemel faydalarının önünde saydam bir bariyer oluşturabilmektedir. Böylelikle kişisel bilgileri doğru olan ve alanında uzman olan kullanıcılar sosyal ağlarda çocuk bakımı konusu ile ilgilenen yetişkinlerle ya da ebeveynlerle doğrudan iletişim kurarak pek çok açıdan fayda sağlayabilmektedir. Bu faydanın yüksek düzeyde elde edilebilmesi için kullanıcıların farkındalıklarının yüksek olması ve bilinçli birer internet kullanıcıları olabilmeleri önemli bir yerde durmaktadır.

Bu durum ile ilişkili olarak resmi kanal üzerinden düzenlenen Federal Ticaret Komisyonu (FTC) çalışmalarının önerileri doğrultusunda ABD tarafından kabul edilen COPPA- Çocukların Çevrimiçi Gizliliğini Koruma Yasası (1998)'nda özellikle çocuklara yönelik üretilen içeriklere sınırlandırmalar getirilmiştir. İlgili yasa 2000 yılında yürürlüğe girmiş olup gelişmekte olan teknoloji ile birlikte günümüze kadar uzanan süreç içerisinde buna uygun olarak yasa içeriğinde de düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Bu düzenlemelerde özellikle ticari reklam sunumları hususunda hassas bir tavır içerisine girilmiştir. "COPPA en genç tüketicilerine adil ve hassasiyetle davranmaları için bir sosyal sözleşmeye bağlı kalmalarını isteyerek internette çalışan pazarlamacıların çocuklara yönelik hizmetlerin tasarımına gizlilik unsurunu eklemelerini sağlamalarına yardımcı olmuştur" (Montgomery, 2018, s.28). Bu doğrultuda 2019 yılında internet ortamının en çok kullanılan video yayıncılık platformu YouTube tarafından çocuk içeriklerine yönelik hazırlanan ciddi düzenlemeler kullanıcılara bildirilerek uygulamaya konulmuştur. COPPA ile YouTube'da 2019 yılı itibariyle çocukların yaşlarına uygun olmayan ve manipülatif reklam içerikleri ile karşı karşıya gelmelerini önlemek amacıyla çocuklara özel izleme ve oynatma sayfalarında bulunmayan özelliklerin listesini oluşturmuştur. Buna göre; YouTube'da çocuklar için; ana sayfada otomatik oynatma, kartlar veya bitiş ekranları, video filigranları, kanal üyelikleri, yorumlar, bağış düğmesi, canlı sohbet veya canlı sohbet bağışları, ürün ve bilet işlemleri, bildirimler, kişiselleştirilmiş reklamcılık, mini oynatıcıda oynatma, süper chat veya süper etiketler, oynatma listesine kaydetme ve daha sonra izleye kaydetme seçenekleri kaldırılmıştır. Bununla beraber çocuklara özel kanallarda, kanal üyelikleri, bildirimler, gönderiler ve hikayeler de kısıtlanmıştır (YouTube Yardım, t.y.). Çocukları doğrudan internet ortamının risklerine karşı korumayı amaçlayan bu düzenleme ile çocukların kişisel verilerinin de korunması yine önemli amaçlar arasında yer almaktadır.

Bu düzenlemeler hem yasalar ölçeğinde hassas ve dezavantajlı konumda yer alan bireyleri korumakta hem de ebeveynlerin zararlı içeriklere karşı çocuklarına koruma doğrultusunda alabileceği önlemleri kolaylaştırmaktadır. Bununla beraber yeni medya ortamlarını farkındalık odaklı bir yaklaşım üzerinden değerlendirmek yetişkinlerin/ebeveynlerin bu alanda nitelikli ve paylaşım temelli etkileşim halinde olmalarını, çocukların da internet ortamlarından güvenli ve verimli bir şekilde

yararlanabilmelerini sağlamaktadır. Son yıllarda gün geçtikçe artan yönüyle ebeveynlerin çocukları özelinde yoğun biçimde dijital içerik ürettikleri bir dönemin içerisinde yer alınmaktadır. Kimi içeriklerde çocuklar doğrudan gönderilerin öznesi konumunda yer alabilirken kimi zaman ise bir yaşam sunumunun aracı rolünü üstlenebilmektelerdir. Bu nedenle ebeveynlikleri özelinde öne çıkan yetişkinler, çocuklar ya da çocukları aracılığıyla bir statü ya da sahiplikler ile internet ortamını bir gösteri alanına dönüştürebilirken çocuklar farkında olmadan yetişkin yaşamlarının benlik sunumunda yardımcı rolü üstlenebilmektelerdir. Dolayısıyla dijital ebeveynliğin biçimleri arasında yer alan ben-odaklı yaklaşım, ebeveynliğin gösterilen/sunulan yönünü açıklamada önemli bir yerde durmaktadır.

### 1.3.1.5. Ben Odaklı Dijital Ebeveyn Yaklaşımı

Psikanalitik teorinin önemli isimleri arasında yer alan Alman psikanalist Erich Fromm, Freud'un gelişim kuramından da yararlanarak insan davranışlarını anlama ve kişilik yapılarını açıklama düzleminde bir bakış geliştirmiştir. Freud ise psikanalitik teoriyi insan davranışlarının haz ilkesi tarafından yönetilmesi üzerinden temellendirilmektedir. İnsanların artan dürtülerinin onlara rahatsızlık verdiğinde bundan kaçınmaya çalıştıklarını ifade eden Freud, oluşan gerilimi boşaltmaya yönelik tutumda insanların yine haz odaklı davrandıklarını öne sürmektedir (Freud, 2003, s. 41). Bunun beraberinde Freud, öne sürdüğü psikanalitik teoride insanın gelişim evrelerini çocukluk dönemi ile sınırlamakta ve kişilik gelişiminin önemli ölçüde bireyin çocukluk döneminde tamamlandığını belirtmektedir. Fromm, Freud'un psikanalitik kuramından önemli ölçüde etkilenmesine rağmen haz ilkesini önemsemekle birlikte Freud'un aksine insanın gelişim serüveninde belirli aşamalar ortaya koymamaktadır. Ayrıca, kişiliğin yetişkinlik döneminde de gelişmeye devam edebileceğini belirten Fromm, dış etkilerin daha yaşlı bir bireyi etkilemek için daha yoğun olması gerektiğini savunarak bu dönemde az da olsa etkilenebilir bir birey öne sürmekte ve bu açıdan Freud'un psikanalist yaklaşımından ayrılmaktadır. Böylelikle Fromm, öne sürdüğü teorik yaklaşımında bir karakter tipolojisi geliştirmiş ve bu oluşumda Freud, Alfred Adler ve Karen Horney'in kişilik kuramlarından örneklerle yönelimler ortaya koymuştur. Postmodern insanın psikanalizine önemli ölçüde ışık tutan bu yönelimler, üretken ve üretken olmayan karakterler olarak ikiye ayrılmaktadır. Fromm'un üretken karakter yönelimi, aktif üretken kişilik konumunda yer alırken, üretken olmayan karakter yönelimleri ise alıcı, sömürücü, biriktirici, pazarlamacı olarak dört grupta toplanmaktadır: **Alıcı** yönelim, Horney'in "insanlara doğru hareket etmesi" gibi, sürekli olarak başkaları tarafından seilmeyi ve beslenmeyi ister. **Sömürücü** yönelime sahip kişi, Horney'in "insanlara karşı hareket etme"sinde olduğu gibi, güç ya da kurnazlık yoluyla ödülleri elde etmeye çalışır. **Biriktirme** yönelimi cimrilik, zorlayıcı düzenlilik ve inatçılık ile gösterilir ve Freudyan anal-retentif karaktere ve Horney'in "insanlardan uzaklaşma"sına benzer. Adler'in sefil hazinelerini koruyan insanları tanımlamasında olduğu gibi, "istifçi karakter kendini kuşatılmış bir kale gibi deneyimler; dışarıya bir şey çıkmasını engellemeli ve içeridekileri korumalıdır". **Pazarlama** yönelimini benimseyenler kendilerini sosyal pazarda "satacak" ürünler olarak görürler. Bir miktar sosyal

uzmanlık ve cila arzu edilir olsa da, bu bireyler başkalarının olmalarını istediği şey olmak için kimlik ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarını bastırırlar (akt. Fromm, 2003, s. 137).

Robert G Dunn (1998) Identity Crises çalışmasında postmodernizme doğru evrilen dönemin kültürel dönüşümüne özellikle modern kültürün kalıplarında meydana gelen çözümlerin eşlik ettiğini savlamaktadır. Bu dönüşümün nedenleri arasından ilkinin ekonomik olduğunu belirten Dunn, tüketim kapitalizminde mal ve hizmet alışverişini farklılaştırma ve hızlandırma stratejisinin belirleyici olduğunu öne sürmektedir. Yoğunlaştırılmış tüketim sayesinde kültürel sembolizmin, sosyal statü ve sosyal anlam derinliği üzerinde değişken bir çekişme alanı haline geldiğini ifade eden Dunn, ekonomik önceliklerin üretimden yeniden üretime doğru göreceli olarak kaymasının teknolojik açıdan bu değişimlerle, özellikle de elektronik medya ve telekomünikasyon sistemlerine dayalı bir enformasyon tarzına geçişin etkilerine bağlanabileceğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte Dunn'a göre; mekanik ve elektronik yeniden üretim araçlarındaki büyümeyle birlikte, modernist beğeni, yargı ve değer kategorileri, hızla dolaşıma giren kitlesel bir mal ve imaj kültürü tarafından giderek daha fazla gölgede bırakılmakta ve kültürü sürekli genişleyen bir tüketilebilir imgeler dünyasına dönüştüren yeniden üretim teknolojisi, eski kültürel engellerin yıkılmasına katkıda bulunmaktadır. Böylelikle medya aracılığıyla kültür, imgenin gücünden türetilen bir etkiler, duyumlar ve zevkler sistemine dönüştürülmüştür (s. 139-140).

Post modern insanın psikanalizini açıklama da Fromm'un geliştirmiş olduğu karakter yönelimlerini temel alan Rainer Funk (2020), pazar ekonomisinin gelişimi beraberinde post-modern ben-odaklılığın oluşumunu teknolojik yeniliklerle birlikte değerlendirmektedir. Bu doğrultuda Funk'un analizinde özellikle günümüz sosyal ağlarda karşımıza çıkan iki temel 'Arzıcı Aktif Tip' ile 'Kullanıcı Pasif Tip' karakter yönelimi vardır. Funk, postmodern kişilik tanımlamalarından hareketle yeni benlik sunumlarının yaşam alanlarımızı nasıl kuşatmaya başladığının da üzerinde durmaktadır. Dolayısıyla Funk'a göre postmodern ben-odaklılığın oluşumunda üç temel etken söz konusudur. Bunlardan ilki, pazar ekonomisinin günümüzün kültür kapitalizmine dek gelişimi, ikincisi teknolojik ilerlemedir ki bu dijitalleşme ve medyadaki teknolojik yeniliklerin yol açtığı ve açmaya devam ettiği köklü değişimlerin 'toplumsal yaşam pratiği' üzerindeki etkileri, üçüncü ve son etken ise telkinin gücü ve insanın telkin edilebilirliğidir (s. 27).

Modernizm ile birlikte gittikçe endüstrileşen tüketim alışkanlıkları; değişimini yalnızca mal, ürün ya da hizmet pazarında değil aynı zamanda yaşam stilleri, alışkanlıklar, tercihler ve hatta tüketicilerin düşünsel dünyalarına etki edecek bir formda gerçekleştirmektedir. Gittikçe bireyselleşen bir yaşam tarzı post modern yaşam biçiminde insanların kendilerini tek, ayrıcalıklı ve özgü bir konuma yerleştirmelerini sağlarken aynı zamanda bir diğerini etkilemekle meşgul bir hal almıştır. Böylelikle Fromm'un üretken olmayan karakter yönelimini Funk, post modern insanın ben odaklı tavrı ile ilişkilendirmiş ve bu yaşam tarzını 'yapma' edimi ile birlikte değerlendirmiştir. Bu 'yapma' edimi aynı zamanda üretken olmayan bir yaşam tarzına gönderme yapmaktadır.

Mal ve hizmet üretmek yerine giderek artan bir ölçüde dünyalar üreten ve satan bir ekonomik sistem, postmodern ben odaklılığın üretken olmayışında belirleyici bir rol oynamaktadır. Dünyalar yaratan bir ekonomi öncelikle belli bir koşul altında gelişip güçlenmektedir; bu koşul, insanın şimdiye kadar kendi insani becerileriyle ürettiklerini, yani düşünceleri, duyguları, yaşantıları, ilişkileri, özdeğer yaşantısını, yaşama sevincini vb. “yapma” becerinin desteğiyle arz etmesi ve satmasıdır. Böyle yapmakla da insani beceriyi “yapma” beceriyle ikame etmekte, telkin ve yanılsamanın bütün araçlarıyla insanın kendi becerilerine başvurmak yerine, arz edilen “yapma” becerilere tutkuyla yöneldiği, üretken olmayan bir karakter oluşumunu desteklemektedir (Funk, 2020, s.116).

Tüm bu bilgiler ışığında Köksalan, Dunn’ın yaklaşımından türetilen postmodern kimlik özelliklerinin Rainer Funk’un ben-odaklı insan tipolojisine yönelen yaklaşım ile birleştirilebileceğini ifade etmektedir. “Funk, Fromm’dan hareketle günümüzün sorunlu öznesini postmodern toplumsal karakter olarak belirlemektedir. Fromm sosyal karakteri, belirli sosyal ve ekonomik koşullarla, kendi sosyo-ekonomik bağlamıyla sürekli etkileşim içinde olan birey olarak tanımlamaktadır” (Köksalan, 2022, s. 295). Böylelikle Funk’un önerdiği post modern insanın aktif ve pasif dikotomisi günümüz yeni medya teknolojilerinde sergilenen ben odaklı eylemleri ile daha görünür bir hal almıştır. Özellikle Funk’un sosyal ilişkisel, öz yaşantısal, davranışsal, algısal-duygusal, kültürel-toplumsal ve gündelik estetiksel bağlamlarda şematize ettiği post modern ‘arzcı aktif tip’in özellikleri, kendi yaşantısını gösteriye dönüştürmek için hevesli bir birey tanımına uygun düşmektedir. Bu yaşamın başkaları ile etkileşim halinde kılınması aynı zamanda bireyin kendisini gerçekleştirmesine de hizmet etmektedir. Debord’un gösteri tanımında yer alan, “kendini tartışılmaz ve erişilmez devasa bir olumlulukla sunan” ve “görünen şey iyidir, iyi olan görünür” söylemleri (Debord, 1996, s.16), bu açıdan arzcı aktif tipin gösteri tutumu ile uyumlu bir şekilde örtüşmektedir. Ancak özellikle yeni medya ortamlarında gösteriye dönüştürülen bu yaşam tarzının gerçekliği olduğu gibi ne kadar temsil ettiği ise tartışmalı bir yerde durmaktadır. Post modern insan yaşantısını sunarken alımlayıcının/kullanıcının görmesini ve inanmasını istediği türden bir tavır içerisine girip girmediği gerçeklik algısının bozuma uğratılmasında önemli rol oynamaktadır. Dolayısıyla sosyal ağlarda ben odaklı tutum üzerinden gösteriye dönüştürülen bu şaşalı yaşamlar aynı zamanda kişinin benlik sunumuna ve sosyal kimlik arayışına hizmet ederken kimi zaman sunulan yaşam tarzlarının bir tanıtım aracına dönüştürülebilmesine de fırsat sağlamaktadır. Dunn, bu açıdan televizyon, film, video ve bilgisayar gibi teknolojiler aracılığıyla anlamlandırmanın muazzam bir şekilde yayılmasına, üretilmiş imgelerin ve bilginin içinde yaşadığımız kültürde yaygınlık kazanmasını sağlayarak anlamın istikrarını tehdit etmesine ve gerçeklik duygumuzun sorunsallaştırılmasına sağladığı nedene eleştirel bir bakış geliştirmektedir (Dunn, 1998, s. 81). Nitekim makro ünlü olarak 2015 yılında 612 bin takipçi sayısına ulaşan Essena O’Neill, sosyal medyada sunulan yaşamın gerçek olmadığı belirterek ‘kurgulanmış mükemmellik’ için daha fazla zorluklara katlanmak istemediğini dile getirmiştir. İdealize edilmiş bir beden ile kusursuz bir yaşam sunmak için Instagram’da yüzlerce fotoğraf çektiğini ve gün içerisinde neredeyse hiç yemek yemediğini, yakın ilişkilerinde ve duygusal yaşantısında tükenmişlikle birlikte çeşitli problemler yaşadığını belirten O’Neill, bu nedenle

tüm sosyal medyadaki gönderilerini sildiğini ve bu platformda artık yer almak istemediğini açıklamıştır (Instagram fenomeni Essena O'Neill: Sosyal medya gerçek hayat değildir!., 2015).

Yeni medya çalışmalarında katılımcı kültür kavramı, bu ifadelerle denk düşen alımlayıcılar ile birlikte sergilenen etkileşim faaliyetine karşılık gelmektedir. Jenkins, bu açıdan dijital iletişim teknolojileri ile yaşamımıza dahil olan yeni medyanın, gelenekselden farklılaştığını ve pasif medya izleyiciliği kavramından ayrıldığını vurgulamaktadır. Böylelikle yeni medyadaki izleyicilik “yeni bir kurallar dizisine göre birbirleriyle etkileşime giren katılımcılar”ı ifade etmektedir (Jenkins, 2019, s. 20). Benzer şekilde katılımcı hayran kültürü kavramı da bu doğrultuda geleneksel medyadan yeni medyaya uzanan süreçte gösteri çalışmalarının merkezi konumunda yer almaktadır. Jenkins yeni medyada hayran kültürü kavramını değerlendirirken medya izleyicilerinin aktif yönüne vurgu yapmaktadır. Buna göre hayranlar yalnızca kendilerine verilenle yetinmeyi reddederek, tam katılımcı olma yönünde ısrar etmekte olup, Jenkins aslında bu tutumun yeni olmadığını yalnızca değişen hayran kültürünün görünürlüğü olduğunun altını çizmektedir (Jenkins, 2019, s. 200). Böylelikle Funk’un önerdiği arzıcı aktif tipin hedefinde yer alan kullanıcı pasif tipler de bu yöndeki katılımın bir parçası olmaktan ve bunun sürekli hale dönüştürülmesinde istekli davranmaktadırlar. Böylelikle içerik üreticileri, yeni medya ortamları aracılığı ile hali hazırda bekleyen tüketicilerine kolaylıkla ulaşabilirken ben odaklı bir yaşam biçimini de rahatlıkla sunabilmekteledir.

Sosyal ağlarda çocukların/bebeklerinin bir sunum aracına dönüşerek ebeveynliğin ben odaklı sunumuna işlevsel olarak katkı sağlayacak bir konumda kullanılması döngüsel bir paradigmada çocukların yeni medya ortamlarında daha görünür olmasına yol açmaktadır. Bu görünürlük anneliğin ya da babalığın sunumu ölçeğinde bir yarar sağlama, sosyal destek arama ya da paylaşım artırma doğrultusunda olmadığında kimi zaman kullanıcı öznenin yalnızca takipçi sayısını artırmada bir yöntem oluşturmaya yaramaktadır. Böylelikle çocuklar ben odaklı yaşam sunumunda bir nesne konumuna yerleşmekte ve gönderilerin öznesi olarak anne ya da babalık rolünü besleyen bir araç olarak dijital medyada var olmaktadır. Özellikle kimi dijital ebeveynlerin takipçi sayısını korumak ya da artırmak amaçlı özbakımlarından ve emniyetlerinden sorumlu olmalarına rağmen çocukları ile ilgili bilgileri sosyal ağlarda sürekli olarak paylaşması ebeveynliğe yönelen çeşitli problem ve eleştirileri de beraberinde kılmaktadır. Çocukların Goffman’ın deyişiyle ‘maske’ olarak konumlandırılması bazı durumlarda ben odaklı bireylerin kendilerini anne ya da baba rolü üzerinden tanıtmaya çabası “Daha ziyade herkesin her zaman ve her yerde, az çok farkında olarak belli bir rolü oynadığı gerçeğinin kabulü” sayılabilmektedir (Goffman, 2004, s. 31).

Dijital medyanın sosyal ağlarında aktif bir şekilde konum alan çocuklar için çeşitli riskler bulunmaktadır. Bu riskler ebeveynler tarafından oluşturulduğunda ise sorun alanı önemli ölçüde genişlemektedir. Ebeveynliğin sorumlulukları özelinde dijital paylaşımlarının art alanında yer alan faktörlerin açınlanması çocukların yalnızca dijital yaşamlarına değil aynı zamanda gündelik sosyal yaşamlarına olan etkilerini anlayabilmek için önemli bir yerde durmaktadır. Bu nedenle sharenting

olgusunu özel ve kamusal alan, mahremiyet, tüketim ve kimlik inşası bağlamında irdelemek dijital ebeveynliğe etraflıca bir bakış sağlanmasına kaynaklık edecektir.



## 2. DİJİTAL EBEVEYNLİĞİN SHARENTİNG BİÇİMLERİ

Dijital enformasyon çağında yaşamımıza dahil olan sosyal ağlar ile iletişim yeni bir boyut kazanarak anlık etkileşim çok daha hızlı ve elverişli bir şekilde yaşamımıza dahil olmuştur. Zamandan ve uzamdan bağımsız olarak internet ortamlarında milyonlarca bilgi kişiler ya da kitleler arasında dolaşıma girmektedir. Sosyal ağlarda da bu bilgiler kullanıcılar arasında yayılım gösterirken karşılaşılabilir riskler de aynı ölçüde büyüme kazanmıştır. Yeni medya iletişim ortamlarında bir ebeveyn pratiği olarak karşımıza çıkan sharenting kavramı da bu sorunsal ile ilişkili olarak internet ortamlarında çocukları ile ilgili paylaşımlar gerçekleştiren ebeveynlerin tutumları üzerine geliştirilmiştir. Daha çok sosyal ağları odağına alan bu kavram İngilizcede paylaşmak ‘share’ ve ebeveynlik yapmak ‘parenting’ sözcüklerinin birleşiminden türemiştir. Kapsamlı bir çevrimiçi sözlük olan Collins Dictionary’nin tanımına göre, “Sharenting” kelimesi sosyal medyayı düzenli kullanan bir ebeveynin çocuklarıyla ilgili haber, fotoğraf ve benzeri bilgi içeriklerini ayrıntılı olarak çok fazla paylaşması şeklinde tanımlanmıştır (Sharenting, t.y.). Kavram, Blogger (mom), Instagramer (mom), digitalparenting gibi tanımlamalarda benzer çerçevede kullanılmakta ve doğrudan ebeveynlerin kendilerini çocuklar üzerinden sunma davranışları üzerinden şekillenmektedir. Ebeveynlerin çocukları hakkındaki gönderilerinin sosyal paylaşım sitelerinde aşırı boyutlara ulaşması ise ‘oversharenting’ olarak tanımlanmaktadır. Oversharenting (aşırı paylaşanababalık), paylaşanababalık sorunsalının bir üst seviyesi olarak sosyal medyada çocuklar ile ilgili mahrem detayları paylaşmak olarak ifade edilirken bu eylemler doğumdan önce sosyal medya uygulamalarına gönderilen içerikler -örneğin Facebook ultrason görüntüleri ile başlayabilen ve ergenlerin utanç duymasına neden olacak sahte birinci şahıs Twitter paylaşımlarına kadar uzanabilir- şeklinde açıklanmaktadır (Oversharenting, t.y.).

Dijitalleşen çağda haberleşme, sosyalleşme, bilgi edinme ve eğlenme gibi pek çok aktivite için dijital kitle iletişim araçları etkin ve yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Ebeveynlik, özellikle sosyal yaşamın en önemli rol ve sorumlulukları arasında yer aldığından internet ortamında bu rolün olabildiğince olumlu bir şekilde yerine getirilmesi amacıyla sıklıkla bilgilendirici internet sayfaları, bloglar ve içerikler oluşturulmaktadır. Bunlardan öne çıkanları arasında hem bilimsel veriler ile desteklenmesi hem de yaygın biliniyor olması açısından her ay 32 milyondan fazla kullanıcının ziyaret ettiği “www.babycenter.com” sitesi yer almaktadır. Türkiye’de de benzer olarak çocuklara ve ebeveynlere yönelik çeşitli içerikler ile zenginleştirilmiş Keiki, Mini Psikoloji, Çocuk Akademi, Hikayelik, Mentalup, Novakid, Uppy vb. internet siteleri bulunmaktadır.

Dijital ebeveynlik bilinçli bir yaklaşım ile medya metinlerini doğru okuyabilme becerisini de beraberinde gerektirmektedir. Bu açıdan dijital ebeveynlik internet arama motorları üzerinden arama gerçekleştirebilmenin daha ötesinde faydalı ve doğru bilgiye erişim sağlanarak yanıltıcı içeriklerin ayırt edebilmesini de ifade etmektedir. Bu okuryazarlık bilgisine sahip olma durumu çocukların dijital güvenliklerini sağlama hususunu önemli ölçüde etkilemektedir. Bu açıdan dijital ebeveynlik yaklaşımı, var olan içerikleri tüketirken, çocuklar hakkında içerik üretebilme davranışını da içermektedir.

Ebeveyn olmanın etik yanı yalnızca gündelik yaşam ilişkilerini değil aynı zamanda internet ortamlarındaki eylemlerin niteliğini de ilgilendirmektedir. Bu açıdan öncelikle sharenting olgusunun, çocuk yararı merkezli bir bakış üzerinden eleştirel perspektif ile değerlendirilmesi gerekmektedir.

## **2.1. Sharenting Olgusuna Yönelik Eleştiriler**

Çocuklar doğdukları andan itibaren korunmaya muhtaç varlıklar olarak savunmasız grupta yer almaktadırlar. Aileye yeni katılan bireyin temel haklarını sağlamak ve gözetmek öncelikli olarak ebeveyn liderliğinde gerçekleşmektedir. Bu açıdan çocuğun güvenli bir ortama doğması beraberinde yalnızca fiziksel değil aynı zamanda duygusal gereksinimlerinin de bir arada gözetilmesini gerektirmektedir. Dolayısıyla çocuğun sağlıklı ve topluma kazandırılmış bir birey olabilmesinde ebeveyn farkındalığı kritik öneme sahiptir.

Olumlanan bağlamıyla ahlaki ve erdemli sayılabilen davranışların kazandırılmasına yönelik ilk adım bireyin sosyalleşme sürecinin başladığı ailede atılmaktadır. Birey, ağırlıklı bu sosyal kurumun önerdiği belirli etik kurallar çerçevesinde davranışlarını şekillendirmektedir. Dolayısıyla ebeveynin ya da ona bakım verenin çocuk üzerindeki sorumluluğu daha doğum öncesinde başlamaktadır. Foucault (2007)'a göre ahlaktan anlaşılan, kişilere ve gruplara, aile, eğitim kurumları, kilise gibi çeşitli buyurucu aygıtlar aracılığıyla önerilen bir değerler ve eylem kuralları bütünüdür (s.137). Bu açıdan ahlaki sayılabilecek değerler bu kurumlarda 'iyi' olanın kabul gördüğü ölçüde kazandırılmasını gerektirmektedir.

Çocuğun dünyaya gözlerini açtığı andan itibaren öncelikli hakları ilk adımda ebeveyn sorumluluğunda gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan insanın doğduğu andan itibaren temelde yaşam, gelişme, korunma ve katılım hakları yalnızca informal düzeyde değil aynı zamanda ulusal ve uluslararası sözleşmeler ile de güvence altına alınmıştır. Uluslararası sözleşmeler arasında öne çıkan bağlamıyla çocuğun yararı, taraf devletlerin katılımıyla 1989 tarihli Çocuk Haklarına Dair Sözleşme ile temin altına alınmış, çocuk hakları; yaşamsal, gelişme, korunma ve katılım özelinde tanımlanarak ebeveyn sorumluluğu öncelikli bağlamda hatırlatılmıştır. Bu sözleşmenin ön şartları arasında aileler tarafından, özellikle çocukların gelişmeleri ve esenlikleri için doğal ortamın oluşturulmasının gerekliliğine işaret edilmiş, toplum içinde kendilerinden beklenen sorumlulukların tam olarak yerine getirilebilmesine dikkat çekilerek taraf devletlerin bu koşulların sağlanabilmesi için gerekli koruma ve yardımı sağlama yükümlülüğüne vurgu yapılmıştır (Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, 1989). Bununla bağlantılı olarak her insanın en temelde hür, haysiyet ve haklar bakımından eşit doğması İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin ilk maddesinde belirtilmiştir (İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, 2004, s.4). Ancak buna rağmen en temel haklarından yoksun olarak yaşamını sürdürmeye çalışmakta olan çocukların varlığı günümüzde halen önemini koruyan bir sosyal sorundur.

Çocukların korunması ve gözetilmesi konusundaki temel problemler arasında ihmal ve istismar yer almaktadır. Bu sorunun kimi zaman korunmaya, gözetilmeye en fazla ihtiyaç duyulan aile ortamında

baş gösteriyor olması çocuğun gelişim sürecini kritik seviyede etkilemektedir. Aile ortamının ve bu ortamın içerdiği faktörlerin çocuğun onun istismar görme riskini etkilediğini belirten Kesayak (2018), aile kurumunun çocukların en çok güvende olabilecekleri yerlerin başında geldiğini ancak buna rağmen çocukların aile içerisinde istismara uğrama risklerinin oldukça yüksek olduğunu belirtmektedir (s. 46). Çocuk ihmal ve istismarının çocuk hakları ihlali olduğunu belirten Uluslararası Çocuk İstismarını ve İhmalini Önleme Derneği (International Society for the Prevention of Child Abuse and Neglect - ISPCAN) kavramı, ebeveyninin, ona bakım sağlayan kişinin ya da herhangi bir yetişkinin çocuğa yönelik fiziksel, duygusal ya da cinsel sömürüye varan, ölümlerle sonuçlanabilen eylemleri ya da kötü muameleleri olarak tanımlamaktadır (Child Neglect and Abuse, t.y.). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), bu tanımlamaya çocukların ticari amaçlı maruz kaldıkları sömürü şeklini de ihmal ve istismar türleri arasına dahil etmektedir (Child Maltreatment, 2022). Bu istismar türlerine bakıldığında çocuğun fiziksel istismarı, bir kaza olmaksızın fiziksel travma ve yaralanmalarla sonuçlanan herhangi bir davranışı ifade etmektedir. Duygusal istismar; çocuğun sistemli bir şekilde aşağılanması, yok sayılması ve değersizleştirilmesi gibi çocuğu ciddi bir biçimde etkileyen davranış kalıpları olarak nitelendirilebilirken, cinsel istismar çocuğun bir erişkinin cinsel gereksinimlerinin /isteklerinin karşılanması için cinsel nesne olarak kullanımı ya da buna göz yumulması biçiminde açıklanmaktadır (Uğurlu ve Gülsen, 2014, s. 10-11). İstanbul Üniversitesi'nin Çocuk Koruma Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin ifadesine göre ekonomik istismar ise çocuğa bakmakla yükümlü kişinin çocuğu maddi gelir kaynağı olarak görüp çocuktan maddi kazanç elde etme isteği olarak tanımlanmış olup ebeveynlerin çok para kazanma dürtülerini tatmin etmek için bu amaçla çocuklarını kullanabilecekleri belirtilmiştir (İstanbul Üniversitesi Çocuk Koruma Uygulama ve Araştırma Merkezi, t.y.).

İnsan haklarının önemli bir alanını “özgürlük” kavramı oluşturmaktadır. Bu anlamda, insanın “Bedeni Üzerindeki Hakkı”, “Eşitlik Hakkı” ve “Kişinin Maddi ve Manevi Varlığını Geliştirme Hakkı” başat konumda yer almaktadır. Ancak özgürlük ve serbestlik hakkı bir başkasının yaşam hakkına göre düzenlenmektedir. İnsanın özgürlük hakkı, “Kişilere diledikleri gibi davranma yetkisi vermez: Yaşam hakkı, eşitlik gibi kavramlar, somutlaşırsa, kişiyi serbestliğe değil, o hakların çerçevesi içinde davranmaya icbar (zorlama) dahi edilebilecek niteliklere bürünürler” (Mumcu ve Küzeci, 2003, s. 24). Ancak günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesinin beraberinde erişime sahip olan herkes için pek çok imkanla donatılan internet ağında kişi özgürlüklerinin görece algısı önemli bir sorunsaldır. Çocuklar bu ortamlarda hem tüketen hem de tüketilen konumda yer alabilirken kimi zaman içeriklerin öznesi kimi zaman ise içeriklerin hedef kitlesi olabilmektelerdir.

Yeni medya ortamlarında aktif tüketen konumda yer alan çocuklar internet erişiminden ağırlıklı olarak infotainment amaçlı yararlanmakta, iletişim teknolojilerini öğrenmek ve iyi vakit geçirmeye yarayan bir araç olarak değerlendirmektedirler. Bununla birlikte geçmişten günümüze sosyal oyunlarla gelişimleri desteklenen çocukların bugün dijital oyunlarla daha çok vakit geçirdiklerini söylemek mümkündür. Bu doğrultuda oyunlaşma dönemindeki çocukların güvenli alanlarda bu eylemi yerine

getirebilmeleri aynı zamanda onların sosyal hakları arasında yer almaktadır. Her ne kadar fiziksel bir ortamda bu güvenli alanı oluşturmak daha kolay ve elverişli görünse de dijital ortamda bu korunaklı alanı sağlamak daha zor görünmektedir. Çocuklar okuryazar dahi olsalar yaş ve gelişim düzeylerine uygun oyunlar oynamaları ve bu doğrultuda kendilerine uygun seçim yapabilmeleri her zaman mümkün olamayabilmektedir. Hatta çocuklar merakları gereği yaşlarına uygun olmayan içerikleri görüntüleyebilmekte ve Avrupa'nın çocuk düzeyine uygun olarak belirlemiş olduğu kategorilendirilmiş oyun sistemi (PEGI- Pan European Game Information)'nin dışında hareket edebilmektedirler. Bu açıdan ebeveyn denetimi ve sorumluluğu başat konumda yer almaktadır. Çocukların değişen oyun kültürleri konusunda gerçekleştirilen çalışmada, sanal alemin uçsuz bucaksız oyunlarının içerisinde bırakılan veya tamamen uzak tutulan her çocuğun bir anlamda, korumasız bırakılarak oyun hakkından da mahrum kalmış olabileceğinin altı çizilmektedir (Küçükali, 2015, s.2). Özellikle güvenli ağ oluşumu ve aile denetimleri çocuğun korunma hakkının gözetilmesi konusunda önemli bir yere sahiptir.

Çocuklar pek çok nedenle bilgi iletişim teknolojilerinden yararlanmaktadır. Yakın geçmişte yaşanan küresel çaptaki sağlık ve afet sorunları nedeniyle okullaşma dönemindeki çocuklar, temel eğitimlerini çevrimiçi ortam üzerinden karşılamışlardır. Bu açıdan çocuklar eğitim aldıkları çevrimiçi ortamlarda hem bilgi edinmekte hem sosyalleşebilmekte hem de yaratıcılıklarını destekleyebilmektedirler. Bu yapılırken çocuktan öncelikli sorumlu bireyler olan başta ebeveynler ve onlara bakım veren kişiler olmak üzere çocuklara internet ortamının çevrimiçi risklerinden de bahsetmeleri ve konu özelinde bilgilendirmeleri hem dijital hem de fiziksel güvenliklerini emniyete alabilmeleri için gereklidir. Dolayısıyla ebeveynlerin ya da çocuklara bakım verenlerin öncelikli olarak bu risklerin bilgisine ve farkındalığına sahip olması önemlidir. Ancak buna rağmen kimi zaman çocuklarının temel haklarını sağlamak ve korumakla yükümlü olan ebeveynler çocukları ile ilgili bilgileri yeni medya ortamları arasından sosyal ağlarda paylaşmaktadır. İnsan hakkı temelli bu sorunun özellikle ebeveynler tarafından ihlal edilmesi zincirleme problemleri beraberinde getirmektedir. Hatta çocukların ticari bir amaç doğrultusunda internet ortamında yerini alması günümüzün hem etik hem de yasal açıdan önemli bir sorunu haline dönüşmüştür.

Bu açıdan bakıldığında çocuklar, çeşitli amaçlar doğrultusunda yetişkinler tarafından internet ortamının tüketilen nesneleri haline dönüştürülmektedir. Çocukların en doğal edimleri olan oyun oynamak dahi ekonomik kaygılarla kimi zaman bir kazanç aracı olarak değerlendirilmekte ve çocuklar belirli ürün ya da hizmetlerin tanıtımı için kullanılabilmektedir. Özellikle ekonomik kaygılar nedeniyle öne çıkarılan çocukların benzer amaçlar doğrultusunda popülaritelerinin artırılması hedeflenebilmektedir. Bu durum ebeveynler tarafından gerçekleştirildiğinde ve çocukların kişisel ve duygusal verilerinin kamuya açılması söz konusu olduğunda hem süreç içerisinde hem de takip eden yıllarda ciddi güvenlik risklerinin oluşabileceğini söylemek mümkündür. Sonia Livingstone ve Alicia Blum – Ross bu açıdan ebeveynliğin çocuğun odağa alındığı ticari amaçlı dijital eylemlerini sorunsallaştırmaktadırlar.

Son yıllarda öne çıkan ebeveyn bloglarının kamusal görünürlük kazanması ile birlikte ebeveynliğin dijital ilgi alanlarını öne çıkarmış ve yeni tür ücretli emeği kolaylaştırmıştır. Ancak bu yapılırken ebeveynlerin çocuklarının çevrimiçi olarak paylaşımları ve bazı durumlarda bu görüntülerden ‘para kazanmaları’ konusu yeni endişeler yaratmıştır (Livingstone ve Blum- Ross, 2020, s. 102).

Bu endişeler çocukların kişisel veri güvenliği konusunda önemli bir yerde durmaktadır. Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin İşlenmesi ve Gizliliğin Korunması’na Dair Yönetmeliğin 4. maddesinde bu veriler kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi olarak tanımlanmış olup bu kişisel veri ihlali ise yasa dışı, yetki dışı ya da istem dışı olarak; kişisel verilerin tahrip edilmesine, silinmesine, kaybolmasına, iletilmesine, değiştirilmesine, depolanmasına veya başka bir ortama kaydedilmesine, işlenmesine, ifşa edilmesine ve söz konusu verilere erişilmesine neden olan güvenlik ihlali olarak belirtilmiştir (Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin İşlenmesi ve Gizliliğin Korunmasına İlişkin Yönetmelik, 2020). Dolayısıyla bu verilerin özellikle onları koruması ve gözetmesi gereken ebeveynler tarafından dijital ortamlar aracılığı ile kamuya açılması, başka problemlerin de göz önünde bulundurulmasını gerekli kılmaktadır.

Çocukların kişisel ve duygusal verilerinin başkaları ile paylaşılması durumu çocukların gelecekte hem sosyal hem de dijital yaşamlarında çeşitli sorunlarla karşılaşabilme olasılığını artırmaktadır. Üstelik onları korumakla sorumlu olan ebeveynleri tarafından gerçekleştirilen bu türden paylaşımlar çocukları tehdit ve tehlikelere karşı açık hedef haline getirebilmektedir. Blum Ross ve Livingstone (2017), ebeveyn bloglarında dijital benliğin sınırlarını incelediği ‘sharenting’ başlıklı çalışmalarında ebeveynlerin -savunmasız olan- çocukları hakkındaki bilgileri kamusallaştırdıkları için dijital ikilem içerisinde olduklarını ifade etmektedirler. Bu ikilemin yarattığı sorunlu bağlamlar üzerinden de kavramın ilişkisel ve bireyci kimlik, etik, mahremiyet ve sorumluluk kavramları üzerinden tartışılması gerektiğini ileri sürmektedirler (s. 112). Çocuklar, ebeveynleri tarafından mağduriyete uğradıklarında da sonraki süreçte güven problemi ile başa çıkma çabası işine girişebilmektelerdir. Boyd Webb (2011) bu açıdan bir çocuğun istismara uğradığında, istismarın tekrarlanabileceği korkusuyla tekrar yaşadığını belirtirken davranışsal olarak çocuğu olumsuz yönde etkileyebilecek mesafe koyma, ihtiyatlı davranma ve korku unsuru olan ebeveynlerden kaçınma gibi savunma mekanizmaları geliştirebileceğini ifade etmektedir (s. 402). Yaşanabilecek herhangi bir problemde çocuğun güvenilir olarak kabul ettiği ebeveynlerinden uzaklaşması, beraberinde farklı sorunlarla karşılaşılabilmesine neden olabilmektedir.

Bu nedenle Avrupa Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR), Avrupa Birliği vatandaşlarının kişisel veri güvenliğinin korunmasını amaçlayan önemli bir düzenleme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu düzenleme, çocuğun mahremiyet ve özel kimlik hakkını tanımak ve çocukların güvenliği ve korunması konusunu ele almak üzere yürürlüğe girmiştir. GDPR’da çocuğun mahremiyet ve güvenlik haklarını destekleyen bir dizi koruyucu önlem getirilmiştir. Bu tedbirler arasında reşit olmayan çocukların verilerinin işlenmesi için rıza gerekliliği, biyometrik verilerin işlenmesinin yasaklanması ve çocukların

veri taşınabilirliği, silme ve unutulma hakkı yer almaktadır. Ancak GDPR düzenlemesinin gerekçesi çocukların mahremiyetinin ve özel kimliğinin korunması ve güvence altına alınmasından yana olmasına rağmen, 'paylaşımın' öznesi olan çocukların ebeveyn paylaşımlarında mahremiyet ve özel kimlik haklarına değinilmemesi önemli kapsamda eleştirilmektedir (Donovan, 2020, s. 53).

Türkiye’de ise Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından 2021 yılında çocukların dijital mecralar üzerinden karşılaşabilecekleri risklerin tespit edilmesi ve önleyici çalışmaların gerçekleştirmesi amacıyla ‘Sosyal Medya Çalışma Grubu’ oluşturulmuş olup internet ortamında ve sosyal medyada yazılı veya görsel olarak çocukların gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek, ihmal, istismar ve suç unsurları bulunan içeriklerin engellenmesi veya kaldırılması için kurumlararası çalışmalar yürütülmektedir (T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2022). İhmal ve istismar davranışlarının yaratabileceği sonuçlar, uzun vadeli olarak çocuk bireyi yaşam boyu izleyebilmekte ve fiziksel ve zihinsel gelişimini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Child Welfare Information Getaway, 2019). Tüm bu ifadeler ile birlikte ebeveynlerin bakım sorumluluğun dışında aynı zamanda farkındalık temelli hareket etmelerinin önemi anlaşılmaktadır. Bu yapılırken ebeveynin yalnızca kendi gündelik, sosyal ve dijital yaşamına değil aynı zamanda bu alanlarda sorumluluğu bulunan bireyler adına gerçekleştirdiği eylemlerin etik yanı kritik bir yerde durmaktadır.

Dijital araçların özellikle aile ortamında yaygın olarak kullanılması, ebeveynlerin internet hakkındaki tutumlarına yönelik çeşitli yaklaşımlar geliştirmesini sağlamıştır. Turow ve Nir, bu bağlamda ebeveynlerin internet ortamına bakışları ve internet kullanım tutumlarına yönelik bir saha araştırması gerçekleştirmiş ve bu araştırmadan elde edilen verilerin sonuçlarına göre üç aile türü belirlemişlerdir. Çalışmada birinci aile türü çevrimiçi endişeliler (The Online Worriers), ikincisi inancını yitirmişler (The Disenchanted), üçüncüsü ise fazlasıyla istekli olanlar (The Gung Ho) olarak tanımlanmıştır. Çalışmaya göre çevrimiçi endişeli aileler, internet teknolojisinin olumlu yönlerini görmelerine rağmen internetin çocukları ve aileleri üzerinde yaratabileceği kötü etkilerinden endişe duymaktadırlar. İnancını yitirmiş aileler, internetin olumsuz sonuçlarından endişe duymakla birlikte eğitsel değeri konusunda da ikna olamamaktadırlar. Son olarak oldukça istekli/gönüllü olan ebeveynler ise internet hakkında son derece olumlu bir bakışa sahip olmakla birlikte internetin olumsuz etkileri hakkındaki görüşleri de reddetmektedirler (Turow ve Nir, 2000, s. 13) Bu türler arasından hem yeniliklere açık olmasıyla hem de internet ve sosyal medyayla sıkı ilişki kuran aynı zamanda içerik üretici olarak da konum almasıyla tanımlanan hevesli aile türünün, yeni medya ortamlarının örtülü riskleri ile karşılaşmaları konusunda açık konumda yer aldıkları anlaşılmaktadır. Aile ve ebeveyn tutumuna yönelik benzer bir sınıflandırma dijital ebeveynlik yaklaşımı odağında Livingstone ve Blum-Ross tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşım internet teknolojisi temelli içerikleri kabul etme – istekli bir şekilde- (embrace), denge (balance) ve direnç (resist) kavramları üzerinden kategorilendirilmiştir. Kabul edici yaklaşım, ebeveynlerin kendileri ve çocukları için aile hayatını kolaylaştırmak veya değerli mesleki beceriler kazanmak, ‘geleceğe hazır’ kimlikler ve yaşam tarzları

elde edebilmek için dijital iletişim teknolojilerini istekli bir şekilde kullandıklarını ifade etmektedir. Denge yaklaşımı, bu teknolojinin kapsadığı ve yararlı buldukları dijital uygulamaları kullandıkları ve aynı zamanda şu anda ya da gelecekte göze çarpan fırsatları ve riskleri tartarak değerlendirici tutumlarını tanımlarken son olarak direnç kategorisi, ebeveynlerin küçük bir zaman aralığı dahi olsa dijital teknolojilerin aile hayatında durdurulamaz gibi görünen istilasını engellemeye çalışmak şeklinde ifade edilmiştir (Livingstone ve Blum Ross, 2020, s. 11).

Lauricella, Wartella ve Rideout'un ebeveynlerin yeni iletişim teknolojileri kullanımlarındaki ekran süresinin çocukları üzerine etkilerini inceledikleri araştırmalarında öğrenme sosyal ve bilişsel öğrenme teorilerini referans alarak ebeveynlerin medya kullanım alışkanlıklarının küçük çocuklarının önemli ölçüde etkilendiğini ifade etmektedirler. Özellikle ebeveynler yoğun medya kullanıcısı olduklarında ise bu etki daha belirgin olmaktadır (Lauricella, Wartella ve Rideout, 2015, s. 12).

Mobil iletişim teknolojilerinin yaygınlık kazandığı günümüzde ebeveynlerin hem kendileri hem de çocukları için ekran süresini bilinçli bir şekilde yönetebilmeleri önemli bir yerde durmaktadır.

Ebeveynlerin internet kullanım süreleri ve sıklıkları arttıkça aileleri ile geçirdikleri zamanın azaldığı ve çevrenin bilgisayar başında çok vakit geçirdiklerinden şikayetlerinin artması, yine internet kullanım süre ve sıklıklarına bağlı olarak fizyolojik ve psikososyal sorunların artması gibi nedenler, ailelerin internet kültürünü sosyal yaşamla bütünleştirmekte sorunlar yaşandığını gözler önüne sermektedir (Kuzu, 2011, s. 28).

Yoğun ekran süresi tüketimi beraberinde yeni medya ortamlarında içerik üretimini ve içerik tüketimini de arttırmaktadır. Özellikle ebeveynlerin bu süre içerisinde bilinçli bir edim içerisinde bulunmaları prosumer deneyimlerine de yansımaktadır. Temel hakların gözetilmesi noktasında ebeveynlerin kendilerini geliştirmeye ayırdıkları süre oldukça önemlidir. Eğitime ayrılan zamanın yoğunluğu dijital medya araçlarının kullanımına da olumlu etki etmektedir. Özellikle yeni medya ortamlarının risklerini göz önünde bulunduran okuryazar ebeveynler etik kaygılar taşıma ve bu doğrultuda hareket etme noktasında da olumlu bir tutum içerisine girmektedirler.

Livingstone ve Blum-Ross ebeveynlerin ekran süresi kullanma konusunda tutarlı olmayan bir davranış doğrultusunda hareket edebildiklerine dikkat çekmektedir. Bu durumda ebeveynler, her ne kadar internet kullanımı konusunda bilinçli ve farkındalık temelli söylemler ile çocuklarını yönlendirmeye çalışıyor olsalar da kendi yaşamlarında ekran süresi döngüsünü yönetemiyor olmaları benzer şekilde çocuk yetiştirme biçimlerine olumsuz yönde etki edebilmektedir. Bu doğrultuda Livingstone ve Blum-Ross, çocukların dijital faaliyetlerini düzenleme konusunda bu durumun sorunlu aile dinamiklerine yol açtığını belirtmektedir. Çocuklar ebeveynlerinden göz teması beklerken ebeveynin çocuktan ziyade bilgisayar ya da telefon ekranına uzun süre bakması, bunu gözlemleyen çocuk tarafından tutarsız karşılanmakta ve bu nedenle ebeveynlerin çocuklarının teknoloji kullanımını kontrol etme çabaları daha da zorlaşmaktadır (Livingstone ve Blum-Ross, 2020, s. 102).

Çocuk odaklı bir perspektif üzerinden deneyimlenen ilgili ve sorumlu bir sunuşla yerini alan yeni nesil ebeveynlik yaklaşımları çocuk haklarının gözetilme çabasını içerisinde barındırmaktadır. Ancak sosyal ağlar arasında kullanıcıların ebeveynlik kimliklerini sunma çabası, daha çok içerik üretimini tetiklemektedir. Bu doğrultuda özellikle Instagram uygulamasında olduğu gibi daha fazla takipçi sayısına ulaşmanın öne çıktığı bir sistem içerisinde sosyal etkileşimin çok takipçili bir boyuta ulaşması, özellikle dijital sosyal ortamlarda var olduklarından bihaber olan çocukların güvenliklerini, kişisel verilerini ve mahremiyet alanlarını riske atmaktadır. Dolayısıyla bu bağlamda ebeveyn farkındalığı önemli bir yerde durmaktadır.

Sharenting basit bir şekilde çocuğa dair bilgilerin ebeveynleri tarafından internet ortamında başkaları ile paylaşılmasını ifade ederken aynı zamanda çocuğun mülkleştirilmesine benzer bir davranışa maruz kaldığını göstermektedir. Sorensen, dijital çağda çocuk mahremiyetini çocuk haklarının güvencesini temin etmekle yükümlü ebeveynler özelinde ele aldığı çalışmasında çocukların haklarını korumak için çocuk hukukunun teorik temellerinde bir değişim olması gerektiğini ifade etmektedir. Çocuk haklarına yönelik yeni yaklaşımların ebeveyn haklarının mülkiyet benzeri temellerini ortadan kaldırılmasını ve bunun yerine ebeveynlerin çocuklarının yüksek yararına hareket etmekten sorumlu vekiller olarak görülmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu durum ebeveynlerin, hemen alınması gereken kararlarda çocuklarının yüksek yararını gözeterik hareket etmeleri ve diğer kararları çocuklarının uygun yaşta vermeleri için saklamaları gerektiği anlamına geldiğini ve sosyal medya ile ilgili olarak bu yaklaşımın, ebeveynlerin çocukları hakkında internette paylaşımında bulunurken ihtiyatlı davranmaları ve ne tür bir çevrimiçi varlığa sahip olacaklarına ilişkin kararlarında, çocukların kendi çevrimiçi varlıklarına sahip olacak yaşa geldiklerinde de kararları kendilerinin vermelerinin gerekliliği üzerine uyarmaktadır (Sorensen, 2016, s. 176). Bu doğrultuda kişi, kendisine ait olan bir içeriğin, herhangi bir yeni medya ortamında yer almamasını isteyebilir. Bu içerikler, yanlışlıkla kendisi tarafından, kendisinin rızası dışında bir başkasının kararıyla veya çocuk yaşta iken bu ortamlara yüklenmiş olabilir. Dolayısıyla her bireyin sahip olduğu temel hak ve özgürlükler çerçevesinde içeriklerinin yeni medya ortamlarından kaldırılmasını talep etme hakkı vardır. “AB Mahkemesi Mayıs 2014’te, AB vatandaşlarının, söz konusu kişiyi ilgilendiren bilginin yanlış, geçmişte kalmış, alakasız ve yetersiz olduğu durumlarda, arama motorlarının arama sonuçlarındaki kişisel bilgileri kaldırmasını talep etme hakkı olduğuna karar vermiştir” (Lokke, 2018).

Yeni bilgi iletişim teknolojileri, pek çok iş ve eylemi kolaylaştırıcı etkisiyle günümüzün hemen her alanında kullanılan ilk başvuru araçları haline gelmiştir. Genişlemeye devam eden alanı ile internet ortamı aynı zamanda toplumsal rol düzleminde ebeveynlik deneyimlerine fayda sağlamakta çocuklar hakkında bilgi sahibi olabilmeyi, günceli takip edebilmeyi ve karşılaşılabilecek sorunlara yönelik çeşitli türden çözüm önerilerini araştırabilmeyi ulaşılabilir kılmaktadır. Dijital ebeveynliğin sharenting boyutu ebeveynlerin ‘yeni’ olanı takip edebilmesini, ortaklaşarak katılım sağlayabilmesini ve sosyal desteğe erişebilmesini mümkün kılmaktadır. Ancak sharenting aşırılığa yöneldiğinde tartışmalı bir boyuta

erişebilmektedir. Sharenting olgusu, ebeveynlerin kendilerinin ürettikleri içeriklerden kaynaklı olarak çocuklarının internet ortamlarında karşılaşılacakları potansiyel risklerin farkında olunmasını gerektirmektedir. Bu olgu ben odaklı performe edildiğinde çocuklar ebeveynlerin sunum araçlarına dönüşebilmektedirler. Bu nedenle sharenting olgusunun makul sınırları önemli bir yerde durmaktadır. Makul sınırlar, denildiğinde aslında çocuk yararına özellikle ebeveynleri tarafından insan hakları temelli özgürlük alanlarının korunmasından ve güvenli alanlarının gözetilmesinden söz edilmektedir. Bu açıdan sharenting, ebeveynliği desteklerken aynı zamanda çocukların güvenliğine yönelik çeşitli risk faktörlerini de içermektedir. Çocuk Hakları Bilgi Ağı (CRIN) tarafından Çocuk Haklarına Dair Sözleşme referans alınarak hazırlanan brifingde içerdiği riskler ölçeğinde bu haklar; mahremiyet hakkı ve unutulma hakkı, bilgiye erişim hakkı ve eğitim hakkı, istismara karşı korunma hakkı, ifade özgürlüğü ve sesini duyurma hakkı olarak tanımlanmıştır (Briefing: Children's rights in the digital age, t.y.). İlgili hakları ebeveynlerin sharenting doğrultusunda ihlal edebilmesi önemli bir olasılıktır. Bu nedenle ebeveynler, çocukların haklarını gözetme konusunda öncelikli sorumlu bireyler olarak çocuklarının yüksek yararını korumak durumundadırlar. Bunu yaparken de ebeveynlerin dijital ortamlarda sıklıkla içerik ürettikleri mekanlar arasından özellikle sosyal ağlar da gönderi paylaşırken çocuklarının kişisel veri olarak tanımlanabilecek bilgilerine yaygınlık kazandırmamaları önemlidir. Bu bilgiler çocuğa ve çocuğa erişime dair pek çok veriyi içermektedir. Çocuğun kimlik bilgileri, nerede yaşadığı, forma görüntüsü dahil olmak üzere okul bilgisi, çevrimiçi ya da gündelik yaşamda aktif olarak kullandığı iletişim bilgisi, dijital kullanıcı adları ve sıklıkla ziyaret ettiği coğrafi mekân adresi çocuğun kişisel verisini oluşturmaktadır. Bu bilgiler başkalarının çocuğa erişimini kolaylaştıracak bilgileri içerdiğinden doğrudan güvenlik alanını tehdit etmektedir. Gerekli gizlilik ayarları gözden geçirilmeden ebeveyninden kaynaklı olarak bu bilgiler farkında olunmayarak, iyi niyetli olmayan kişilere ulaştığında çocukların gündelik sosyal ya da dijital yaşamında zarar görme ihtimali doğmaktadır. Bu açıdan ebeveynler dijital ortamda paylaşımlarını gerçekleştirmeden önce tüm olasılıkları gözden geçirmelidir. Bunun için çocuklar özelinde bir gönderi paylaşmadan önce mümkünse gizlilik düzenlemeleri gerçekleştirildikten sonra çocuğun özel alanına ve birey olma durumuna saygı duyularak gönderi içerikleri hakkında - anlayabilecek bir yaşta ise- rızası alınmalıdır. Ancak hassas ve incinebilir bir grupta yer almalarından kaynaklı olarak çocuğun kolay ikna edilebileceği unutulmamalı, çocuğun yararına olmayan içerikler çocuğun izni dahi olsa paylaşılmamalıdır.

Tüm bunlar çocuğun birey olma durumunun göz önünde bulundurulmasını desteklerken aynı zamanda kontrollerinin dışında 'footprint' olarak adlandırılan kendi adlarına dijital ayak izi oluşturulmasının da önüne geçilmesini sağlamaktadır. Steinberg bu bağlamda, sosyal ağlarda çocuğun özel alanını incelediği çalışmasında yetişkinlerin sanal dünyada kişisel bilgilerini paylaşırken kendi parametrelerini belirleme imkanına sahipken, ebeveynlere sınırlamalar getirilmediği sürece çocukların kendi dijital ayak izleri üzerinde böyle bir kontrol imkanının bulunmadığının altını çizmektedir

(Steinberg, 2017, s. 844). Çocuğu gelecekte utandıracak ve rencide olmasına neden olacak içeriklere yer verilmemesi çocuğa duyulan saygıyı ifade etmektedir.

Türkiye’de yasal olarak yalnızca ebeveynler değil aynı zamanda eğitimciler de çocuğun gelişim ve öğrenme sürecinde mahremiyetinin ve özel alanının korumasında sorumlu kılınmıştır. 2017 yılında Milli Eğitim Bakanlığı Hukuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından ‘Okullarda Sosyal Medyanın Kullanılması’ konulu genelgede, mevzuat hükümleri doğrultusunda il, ilçe, okul ve kurum yöneticileri tarafından, okul veya kurumlarında görev yapan tüm personel ile öğrenim gören öğrencilerin, kişilerle ilgili her türlü ses, yazı, görüntü ve video kayıtlarının internette veya farklı dijital ya da basılı ortamda hukuka aykırı şekilde paylaşılması Anayasaya, uluslararası sözleşmelere ve 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu’na aykırı bulunduğu ifade edilmiştir. Bu fiillerin Türk Ceza Kanunu’nda suç olarak düzenlenmiş olduğu hususunda bilgilendirilmesi sağlanarak gerekli önlemlerin alınacağı belirtilmektedir. Ayrıca, kişilerin psikolojik ve sosyal yönlerine olumsuz etki yapacak her türlü ses, görüntü ve video kayıtlarının genel ağ ortamlarına yüklediği ve paylaştığı tespit edilenler hakkında ilgili mevzuat çerçevesinde gerekli yasal işlemler başlatılacağı bildirilmiştir (Okullarda Sosyal Medyanın Kullanılması, 2017).

Fransa hükümeti ise gerçekleştirdiği yasal düzenleme ile ebeveynin dijital eylemlerinden kaynaklı olarak çocuğun zarar görmesi halinde sıkı bir önlem almıştır. ‘Fransız ebeveynler çocuklarının fotoğraflarını internette yayınladıkları için hapse atılabilir’ başlıklı haberde çocuğun yüksek yararı üzerinde durulmuş ve doğrudan ebeveyn sorumluluğunu hatırlatan bağlamıyla, ebeveynler uyarılmıştır. Çocuklarının, mahremiyet haklarını ihlal ettikleri ya da güvenliklerini tehlikeye attıkları gerekçesiyle kendilerine dava açmaları ihtimaline karşı, çocuklarının fotoğraflarını sosyal ağlarda paylaşmamaları konusuna dikkat çekilmiştir. Habere göre Fransa’nın katı mahremiyet yasaları uyarınca ebeveynler, çocukları da dahil olmak üzere başkalarının özel hayatlarının mahrem ayrıntılarını onların rızası olmadan yayınlamaktan suçlu bulunurlarsa bir yıl hapis ve 45.000 € (35.000 £) para cezasına kadar varan ağır cezalarla karşı karşıya kalabilmektedirler (Chazan, 2016).

Çocukların dijital güvenliğini önemli bir biçimde tehdit eden bir diğer sorunsal ise ‘dijital çocuk kaçırma’ olarak tanımlanan ‘digital baby kidnapping’ suçudur. 2015 yılında gerçekleşen Danica Patterson olayı bu sorunun tartışılmasında önemli rol oynamıştır. Olay, bir annenin tanımadığı yetişkin bir erkek tarafından dört yaşındaki kızının fotoğraflarını Facebook profilinden kopyalaması ve kendi çocuğu olduğunu iddia ederek sosyal medyaya yüklemesi üzerinden vuku bulmuştur. Küçük kız çocuğunun fotoğraflarını paylaşan kişi gönderilerin altına kendi çocuğu olduğunu düşündürtmeyi amaçlayan açıklamalar yapmıştır. Yakınlarınca fark edilerek bir yabancı tarafından fotoğrafların kullanıldığı kendisine bildirilen anne ise Facebook ile hemen iletişime geçmiş ancak Facebook yönetimi paylaşımların topluluk kurallarına aykırı olmadığını belirterek bu eylemde bir sorun saptamamıştır (Robinson, 2015).

Grossmann, baby kidnapping sorunsalı üzerinden Instagram’da giderek yaygınlaşan bebek rolü oynama (Instagram role playing) trendine dikkat çekmiştir. Ebeveynlerin çocuklarının kendilerinden habersiz olarak paylaşılmasının ne hissettirebileceği üzerine düşünülmesi gerektiğini ifade eden Grossman, kendi çocuğu olmadığı halde başkalarının çocuklarının fotoğraflarının sosyal medyada paylaşılmasının zorluklarını etik ve yasal açıdan tartışmıştır. Sosyal medyada #babyrp hashtagi ile bu tür hesapları bulan takipçilerin bir araya gelerek konuya yönelik tartışma zeminin oluşturulduğunu belirten Grossman bu konuda, eski bir teknoloji gazetecisi ve internetle iç içe büyümüş iki çocuk annesi Lucy Sherriff ile de görüşme gerçekleştirmiştir. Sherriff, gerçek anlamda fiziksel bir zarar gelmeyecek olsa da birinin çocuğunu sahiplenmesi fikrinden hoşlanmayacağını ve buna eşlik eden yönüyle takip edilme konusunda da endişeleneceğini belirtmiştir. Özellikle akli dengesi yerinde olmayan birinin bir çocukla sahte ilişki kurması düşüncesinin ebeveyn olarak fazlaca tedirgin edici olduğunu belirten Sherriff, coğrafi bir yakınlığın söz konusu olması durumunda sürecin oldukça korkutucu bir hal alacağını söylemiştir (Grossman, 2015).

İnternet ortamlarında farkındalığın sürdürülebilir kılınması kritik öneme sahiptir. Dijital ortamlara bilinçli bir şekilde okur yazar olarak katılım sağlanması yalnızca olanaklardan yararlanmaya değil aynı zamanda risklerden kaçınmaya yönelik tedbirlerin de geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Dijital çağ üzerine araştırmalar gerçekleştiren Chatfield, çocukların konu özelindeki farkındalığını öğrenebilmek için sosyal ağları verimli ve güvenli kullanmanın ne anlama geldiği hakkında geliştirilen Six To Start oyununun yaratıcı bölüm yöneticisi Adrian Hon ile görüşme gerçekleştirmiştir. Görüşmede Hon sorunsalı şöyle ifade etmiştir;

Konuştüğümüz onlu yaşlarındaki neredeyse her genç internette mahremiyet, kimlik ve güvenlik gibi konularda her şeyi bildiğini sanıyor. Çoğu çocuk internette taciz edilerek ezilmek ve daha genel anlamda, toplumsal hiyerarşideki konumları hakkında kaygılı. Ve yine çoğunun, insanların internette haklarında neler biliyor olabileceği hakkında muğlak ve dile getirmesi zor bir huzursuzluk hissettiğini fark ettim. Facebook'un mahremiyet ayarları birkaç ayda bir değişiyor gibi duruyor ve bu ayarların hepsinin ne anlama geldiğini anlamak bizim için bile zor (Chatfield, 2012, s. 69).

Çocuk hakları üzerine çalışmaları bulunan Sorensen (2016) ise, çocukların haklarının korunması için çocuk hukukunun teorik temellerinde değişiklik yapılması üzerinde durmaktadır. Ebeveynlerin çocuk hakları üzerindeki mülkiyet benzeri temelli tanımlarının ortadan kaldırılması ve bunun yerine ebeveynleri çocukların yüksek yararına hareket etmekten sorumlu vekiller olarak görülmesi gerektiğini savlayan Sorensen, sosyal medya ile ilgili olarak bu yaklaşımda, ebeveynleri çocukları hakkında çevrimiçi paylaşım yaparken ihtiyatlı davranmaları ve ne tür bir çevrimiçi varlığa sahip olacaklarına ilişkin kararları, çocukların kendi çevrimiçi varlıklarına sahip olacak yaşa geldiklerinde vermeleri için uyarmaktadır (s. 176).

Dijital ebeveynliğin en önemli boyutu internet ortamları üzerinde gerçekleştirilen her türden eylemin çocuğun yararına gerçekleştirilmesi özelinde yatmaktadır. Öncelikli olarak çocuğa bakım

sağlamakla yükümlü bireyler dahil olmak üzere ebeveynler çocukların gizliliğini, güvenliğini ve mahremiyetini yeni medya ortamlarında korumakla yükümlü olarak düşünülebilirken bu sorumluluk aslında tüm yetişkinleri kapsamakta ve herhangi bir yetişkin tanıdığı ya da tanımadığı bir çocuğun kişisel veri güvenliğini farkında olmadan ihlal edebilmektedir. İstenmeden yaşanabilecek sorunlar, beraberinde zincirleme problemleri de doğurabilmekte ve farkındalık kazanımı eşliğinde eğitimin önemi anlaşılmaktadır. Medya okuryazarlığı temelinde geliştirilen yeni medya okuryazarlığı bu bağlamda internet risklerine karşı tüm bireyleri korumaktadır. Bu yaklaşımın referansını oluşturan geleneksel medya metinlerini okumak yeni medya farkındalığının geliştirilmesi ve sürdürülebilmesi açısından önemli görünmektedir. Bu açıdan Türkoğlu, geleneksel medya atfı üzerinden medya okur yazarlığını şöyle değerlendirmektedir:

Temel eğitim olanaklarından yararlanamamış, yurttaşlık haklarından haberdar olmayan; toplumu dönüştürücü örgütlenmeler içinde yer almayan; geleneksel dayanışma kalıplarını yaşamın hizmetine kullanmayan; sözlü kültürün incelikli telaffuzunu toplumsal belleğinden düşüren; dünya ile ilişkisini yalnızca televizyon üzerinden yaşayan izleyici ve okuyuculara, medyada görünenlerin doğal olmadığının yeniden öğretilmesi gerekir (Türkoğlu, 2006, s. 169).

Benzer şekilde günümüz sosyal ağlarda sunulan ‘mükemmel ve olağan üstü yaşantıların’ gerçek olduğuna yönelen inanç, yaygınlaşmakta ve ağırlıkla tüketime yönlendirilen büyük kullanıcı kitlesi arasından ebeveynler de nasibini almaktadır. Mükemmel çocuk yetiştirmenin parçaları gibi görünen ve kamuya açık paylaşılan gönderiler arasında sıklıkla eğlence partileri düzenleyen, çocukları ile yoğun olarak türlü etkinlikler yapan, en iyi mekanlarda en gösterişli kostümler eşliğinde kalabalığı etrafında toplayabilen anne-babalar ebeveynlik sunumunu en iyi gerçekleştirenlerden sayılabilmektedir. Ancak sosyal medya olmasaydı tüm bunların gerçekten çocuk yararı odaklı mı yapıldığı yoksa yaşam tarzı gösterisinin bir parçası mı olduğu ironik bir şekilde soru işaretidir. Bu nedenle internetin sunduğu olanakları ve riskleri ayırt edebilmenin beraberinde dijital medya metinlerini de doğru okumak yeni medya okuryazarlığının önemli bir bağlamını oluşturmaktadır.

Çocuk Hakları Bilgi Ağı (CRIN) dijital okuryazarlık üzerine gerçekleştirdiği bilgilendirme de çocukları koruma görevi beraberinde çocukların internete erişimlerin kısıtlanma riski ile karşı karşıya kalabileceklerine dikkat çekmektedir. İnternete erişimin bir hak olmasından hareketle çocukları koruma görevi ile internete erişim haklarının birbirine zıt olmadığı sonucuna varmaktadır. Çocukları dünyadan korumak için onları kendi dünyalarından koparmaya gerek olmadığı belirtilen bilgi ağında dijital okuryazarlık eğitimini bilgilendirilmiş rıza ilkeleriyle birleştiren hak temelli bir yaklaşım, çocukların korunma hakkı ile interneti özgürce kullanma hakkını bütünleştirilerek kazanılabileceğinin altını çizmektedir (Briefing: Children’s rights in the digital age, t.y.). Bu amaçla dünyanın dört bir yanındaki çocuklar ve gençler tarafından çevrimiçi teknolojinin daha güvenli ve daha sorumlu bir şekilde kullanılmasını teşvik eden Güvenli İnternet Günü (Safer Internet Day – SID) 2023 yılında 20. kutlamasını gerçekleştirmiştir. 2004 yılında AB tarafından finanse edilen SafeBorders projesinin bir

girişimi olarak ilk güvenli internet eylem planı kapsamında başlayan Güvenli İnternet günü daha sonra Güvenli İnternet Merkezleri Ağı Insafe tarafından yürütülmektedir. Bugünün hedef ve amaçlarına bakıldığında AB, ulusal ve uluslararası düzeyde karar alıcılar, sektör temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, eğitimciler ve ebeveynler gençlerin internet öğrenme, becerileri geliştirme, yeni yetenekler ve bilgiler edinme konusunda bir aracı rolü üstlenmektedir. Güvenli İnternet Günü'nün amacı farkındalığı artırmak ve aynı zamanda çocukların ve gençlerin çevrimiçi ortamda korunması ve güçlendirilmesi için somut adımlar atılmasını sağlamaktır (Safer Internet Day, t.y.).

Sonuç olarak günümüzde henüz doğmamış bebeklerin dahi ebeveynleri tarafından oluşturulmuş aktif olarak yönetilen Instagram hesaplarının olduğu bilinmektedir. Ebeveynlerin çocukları özelinde etik ve yasal çerçeveleri gözetmesi, onların kişilik haklarını dikkate almaları ve bu hakları korumaları doğrultusunda önemli sorumlulukları bulunmaktadır. Dolayısıyla dijital iletişim teknolojilerini kullanma konusunda tümenden reddedici ve yasaklayıcı bir bakış da bu teknolojinin olanaklarından yararlanabilmenin önüne geçebilecektir. Bu nedenle internet riskleri konusunda farkındalık odaklı bir yaklaşım ile ebeveynler, hem dijital iletişim teknolojilerinden verimli bir şekilde yararlanabilecek hem de kullanım amacına yönelik olarak bu alanı özellikle hassas grupta yer alan çocuklar için faydalı bir alana dönüştürebileceklerdir. Böylece bilinçli ebeveynler çocuklarına benzer tutum ve davranışları ile rol model oluşturabileceklerdir.

## **2.2. Sharenting Olgusuna Dair Etik Tartışmalar**

Aklı kullanabilme ve muhakeme edebilme yetisinden hareketle insanı diğer canlılardan ayıran özelliği onun iyi ya da doğru olan ile olmayanı ayırt edebilmesinde eyleyici kılmaktadır. Bu ifade de yer alan iyi ve doğru kavramları, davranışların anlamlarının kavranabilmesi, sonuçlarının değerlendirilebilmesi ve bireyin çevresi ile kurduğu farkındalığının ölçüsü ile bağlantılı olup etik araştırmalarının yanıtlarına odaklandığı sorular arasında yerini almaktadır. Bu anlamda öncelikle etik kavramı bireyin içsel yaşamından dış dünyasına kadar eylemlerinin niyeti ve sonuçları ile ilgilenmektedir. Sözcük anlamı olarak etik; ahlaki, töre ile ilgili olan bir bağlam üzerinden tanımlanmaktadır. Etiğin araştırma nesnesi ya da konuları arasında ise ahlaklılık ve erdem kavramları yer almaktadır. Bu doğrultuda ahlak ve erdem, belli zaman ve yerde yaşayan bir grup, cemaat veya toplumda kabul edilebilir olan davranış kodlarını ifade etmektedir (Erdoğan, 2006, s. 6). Dolayısıyla çevresi ile ilişkili olan birey davranışlarını da içerisinde yer aldığı toplumsal sisteme uygun olarak biçimlendirmektedir. Eylemlerini geçerli töreye uygun olarak eğitim yoluyla düzenlemeye alışkın kişi, genel kabul gören 'ahlak yasası' normlarını izlediği sürece etiğe göre davranmaktadır. Asıl anlamıyla etiğe göre eylemde bulunan ve davranan kişi, aktarılan eylem kurallarını ve değer ölçülerini sorgulamadan uygulamayıp; kavrayarak ve üzerinde düşünerek talep eden iyiyi gerçekleştirmek için onları alışkanlığa dönüştüren kişidir. Etik böylelikle karakter anlamını da almakta, erdemli olmanın temel tavrı olarak pekişmektedir (akt. Uzun, 2016, s. 20).

Kişisel ve toplumsal uyum çerçevesinde sözlü kurallar dizisinden oluşan etik ve ahlak kavramları birey ve toplum açısından yararlı sonuçları etrafında değerlendirilmektedir. Bireyin gerek kendisine gerekse topluma karşı doğru ve fayda içeren bir tutum içerisinde bulunması aynı zamanda genel iyi oluşu da desteklemektedir. Dolayısıyla ahlak yasası tanımlamalarında iyiye, doğruya, güzele ve faydaya giden yolda gündelik, sosyal, mesleki ve kişisel yaşamın etik ve ahlaki bir düzlem içerisinde kurulması, bireylerin güvenli alan sınırlarının gözetilmesini de elverişli kılmaktadır. Yaklaşımın bu boyutu bireylerin sosyal yaşamlarını referans alıyor gibi görünse de günümüzde özellikle dijital iletişim ağları aracılığıyla var olunan aktif dijital bir yaşamdan söz edilebilmektedir. Tüm bu alanlarda gündelik ve sosyal pratikler günümüzde dijital iletişim teknolojileri aracılığı ile yeni medya ortamlarında da karşılık bulmakta ve dijital yaşam sosyal yaşamdan tamamen bağımsız olarak konum alamamaktadır.

İletişim çalışmalarının önemli bir alanını yeni medya ortamlarındaki etik olgusu oluşturmaktadır. Yeni medya çalışmalarında bu alan, dijital iletişim teknolojilerinin kullanıcılarına yönelik sunduğu çeşitli türden olanaklar ile aktif eylem içerisinde bulunan kullanıcıların iletişim hakkı ve ihlaller karşısında nasıl bir yöntem izlenmesi gerektiği konusunda perspektif sunmaktadır. Bu doğrultuda “Yeni medya etiği, daha çok yeni medya ortamlarında ortaya çıkan etik sorunlar ve bu sorunlara yönelik farkındalık olarak kavranmalıdır” (Binark ve Bayraktutan, 2013, s. 25). Bu açıdan teknoloji insan yaşantısının pek çok alanında önemli ve kolaylaştırıcı işlevlere sahiptir. Ancak gelişen teknolojiye dijital aktivite halindeki eylemlerin yönü ve ortaya çıkardığı sonuçlar bu araçlardan nasıl yararlanıldığı konusunda etik bir bakış sunmaktadır. Bu doğrultuda herhangi bir sorunsala yönelik geliştirilen farkındalık ise internet risklerine karşı koruyucu bir işlev görmektedir.

Dijital ağlarda zamandan ve mekândan bağımsız, açık ya da örtülü kimlikler ile var olan bireyler nettaş (netizen) olarak tanımlanmaktadır. Nettaşların dijital ortamlardaki eylemleri aynı zamanda etik birtakım gereklilikleri de beraberinde kılmakta olup fiziksel yaşamdan tamamen bağımsız sayılamamaktadır. Bu nedenle dijital yaşamda da sosyal yaşamda olduğu gibi bir diğerinin sınırlarının ve en kritik olan boyutu ile bir diğerinin haklarının gözetilmesi önemli bir yerde durmaktadır. Timisi (2016), bu açıdan nettaşlık olgusunu yurttaş kavramı ile ilişkilendirmekte ve bu oluşumu yeni medyanın olanakları ile birlikte ele almaktadır. Timisi'ye göre nettaşlık, merkezi devlet, ulusal sınır, zorunlu aidiyet ve toplumsal/kültürel mekanla sınırlı belirlenmişlik gibi özelliklerinin tam karşısında; ademi merkezîyet, küresel aidiyet, sanal mekân, iradi seçim/aidiyet, sınırsız toplumsal/kültürel ilişkisellik imkanlarına izin veren dijital yeni bir var oluş olarak tanımlanmaktadır (s. 66).

Etik açıdan bakıldığında günümüzde özellikle dijital iletişim teknolojilerinin sunduğu olanakların bireylerin yaşamlarında, iyiye, doğruya ve olumlu kazanımlarla yer alması amaçlanmaktadır. İnternet teknolojisinin kötüye kullanımı günümüzde hala yeni medyanın riskleri başlığında tartışılan önemli sorunsallar arasında yer almaktadır. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) bu nedenle güvenli ağ hizmeti sunarak aynı zamanda kullanıcı düzeyinde bu ağın nasıl oluşturulabileceği ve internet teknolojisi ile yaşamımızda tehdit oluşturabilecek risklerden nasıl

korunulması gerektiğinin altını çizmektedir. BTK, internet ortamının risklerini; yanlış ve/veya zararlı bilgiye erişim, siber zorbalık, sanal dolandırıcılık, kişisel bilgilerin paylaşımı ve kimlik hırsızlığı (identity theft), zararlı yazılımlar, oltaama (phishing), pornografi / çocuk istismarı / fuhuş, yasadışı kumar, internet bağımlılığı, sağlık sorunları (internetin başında aşırı zaman geçirmeye bağılı olarak görülebilecek fiziki rahatsızlıklar), yabancılarla çevrimiçi ve çevrimdışı iletişim, şiddet / nefret / ırkçılık faaliyetleri , silah ve madde kullanımı, telif hakları ihlali olarak sıralamaktadır (BTK, 2019). Tüm bu risklerle birlikte yeni medya ortamlarında ulaşılan veriler, nitelik, anlam ve uygunluk açısından etik bir perspektif ile değerlendirilebilmelidir.

Yeni medyanın yaygınlaşmasının beraberinde dijital çağda etik sorunların yoğun şekilde tartışıldığı bir dönemin içinde bulunmaktadır. Teknolojik kazanımların ahlak sorunundan ayrı değerlendirilemeyeceğini ifade eden Lokke (2018), bu yeni kazanımların her zaman için bir de öteki yönü olduğunu belirtmektedir. Lokke'a göre, ahlaki değerlerden yoksun kişiler, teröristler ve suçlular da aynı teknolojiiden faydalanmaktadır. Bu yüzden topluma zarar verecek imkanlara sahiptirler. Bu sebeple, yeni bir teknoloji kullanılmaya başlandığında toplum her zaman ikilemlerle karşı karşıya kalacaktır. Teknoloji, zarar vermek isteyen insanlar tarafından her zaman kötüye kullanılabilir (s. 49). Postmodern Etik adlı çalışmasında, teknoloji ile birlikte bilginin daha çok kişiye ulaşabilmesinden hareketle Bauman (2011), "Yaptıklarımız başka insanları etkilediği için ve teknolojinin artan gücüyle yaptıklarımızın insanlar üzerinde ve eskisine göre daha çok insan üzerinde daha da güçlü bir etkisi olduğu için, eylemlerimizin etik anlamı artık eşi görülmemiş boyutlara ulaşmaktadır" (s. 263) uyarısına dikkat çekmektedir. Günümüzde yeni medya ortamlarındaki bu etik ihlalleri Binark ve Bayraktutan (2013); özel yaşamın gizliliği, telif/patent hakları, içeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi, üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması, kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamaması, veri madenciliği, dijital gözetim, haber ve ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi, yeni medya ortamındaki yoğun reklam içeriği, yanıltıcı etiketleme ve başlıklandırma, nefret söylemi, bireyin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması olarak sıralamışlardır (s. 39). Alanın önemli araştırmacıları arasında yer alan Charles Ess ise bu bağlamda, yeni medya etiğine internet teknolojilerinin uygulamısal alanındaki sorunsallar özelinde bir bakış geliştirirken aynı zamanda alanda yürütülecek araştırmaların etik boyutunda kültürel faktörlerin de değerlendirilmeye alınmasının önemine işaret etmektedir (Ess, 2014). Böylelikle kullanıcıların yeni medya ortamları arasında yoğun bir şekilde etkileşim içerisinde bulundukları sosyal ağlarda tüm bu ölçütlerin dikkate alınarak veri paylaşımının gerçekleştirilmesinin farkındalığı kavranmalıdır.

Sosyal ağlarda aktif bir eylem içerisinde bulunan kullanıcılar yeni medyanın olanakları dahilinde nonim ya da anonim kimlikler üzerinden içerik üretebilmekte ve diğer kullanıcılar ile etkileşim kurabilmektedir. Çeşitli konular ya da amaçlar doğrultusunda bir araya gelen kullanıcılar, bu ağlarda toplumu ya da doğrudan kendilerini ilgilendiren konularda bilgi paylaşımı gerçekleştirebilmektelerdir. Her ne kadar iletişim olanakları dijital ağlar vasıtası ile gerçekleştiriliyor olsa da kullanıcının kendisine

ait bilgilerinden oluşan nonim kimliği üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımları yalnızca kendisinin değil aynı zamanda paylaşımlarının öznesi olan diğer bireylerin de gündelik ve sosyal yaşamını etkileyebilmektedir. Bu açıdan sosyal ağlar kullanıcıların anlık ya da gelecek zamanda hem dijital hem de sosyal yaşama olumlu ya da olumsuz bağlamda etki edebilme potansiyeli bulunduğundan içeriğin insan hakları temelinde etik boyutu önemli bir yerde durmaktadır.

Etkileşimin ve içerik üretiminin öne çıktığı dijital çağda, kullanıcı tercihleri arasında sosyal paylaşım platformları hızlı bir yükselişe geçmiştir. Web 2.0 ile birlikte yaşamımıza dahil olan sosyal medya; kullanıcı türevli içerik, katılımcı medya gibi kavramlarla birlikte adlandırılırken, gerçekleştirilen tanımlarda yer alan ortak kullanımlar arasında; kolektif eylem, bağlantı/ağ, topluluklar, iletişim, iş birliği, oynama, paylaşma gibi çeşitli ifadelerle yer verildiği görülmektedir. Sosyal kelimesinin insan ortaklaşmasına yaptığı vurgudan hareketle Van Dijck, sosyal medyayı, “insan ilişkilerinin çevrimiçi kolaylaştırıcısı veya güçlendiricisi, sosyal değer olarak bağlanabilirliğini teşvik eden insanlar ağı” olarak tanımlamıştır (Fuchs, 2014, s. 54). Dolayısıyla sosyal ağlar belki de hiçbir zaman fiziki yakınlık üzerinden bir araya gelemeyecek insanların tek tuşla aynı mekânda etkileşim gerçekleştirebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında bu türden kurulan sosyalleşme mekanlarının; yalnızlığı giderme, arkadaş edinme, bağların kuvvetlendirilmesi gibi olanaklar doğrultusunda oldukça işlevsel bir konumda yer aldığını belirtmek mümkündür. Ancak yeni medyanın olanakları olduğu kadar risklerini de göz önünde bulundurmak ve karşılaşılabilecek sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak oldukça önemli bir yerde durmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyada gerçekleştirilen eylemler olumlu ya da olumsuz bağlamda yalnızca gönderiyi gerçekleştiren kullanıcıyı değil aynı zamanda o gönderiden etkilenen bireylerin yaşamlarına da etki edebilmektedir.

Özellikle 2000 sonrası dönemde yükselen bir trend haline gelen chat uygulamaları, internet erişiminin kişi düzeyinde erişilebilir olması ile birlikte giderek yaygınlık kazanmıştır. Khaled Mardam-Bey tarafından internet aktarmalı sohbet (Internet Relay Chat - IRC) olarak 1994 yılında geliştirilen dönemin popüler chat servisi MIRC, sosyal medyanın ilk oluşum basamakları arasında yer almaktadır. MIRC programı ile kullanıcılar nonim ya da anonim olarak karşılıklı iletişim gerçekleştirebilmiş ve bununla birlikte yeni mekân kültürleri arasında yer alan internet kafelerin sayısında artış gözlenmiştir. Beraberinde MIRC ile benzer olarak kullanıcılar arasında anlık mesajlaşabilme olanağı sunan ICQ, daha geliştirilmiş bir versiyon ile Mirabilis internet şirketi hazırlığında hizmete sunulmuştur. Kullanıcı temelli dijital etkileşimin ilk örnekleri arasında yer alan bu mesajlaşma servisleri ile birlikte geliştirilen sosyal medya uygulamaların sayısı giderek artış göstermiştir. Bunlardan öne çıkanlar arasında sırasıyla, Yonja, Hi5, MSN, Facebook, X (önceki adı ile Twitter), Connected2.me, WhatsApp, Snapchat, Pinterest, Instagram, Tiktok, Tinder, Okcupid ve WhatsApp en yaygın kullanılan sosyal medya uygulamalarıdır. Yonja, arkadaş ağı kurma amacıyla oluşturulan daha sonra tanışma amaçlı kullanılan ilk site özellikli uygulamalar arasında yer almaktadır. Ancak MIRC’tan 10 yıl sonra Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında “ilkokul arkadaşını bulma” ilgisi üzerinden özellikle yetişkin yaş

grubunun katılımını sağlayan daha sonra geniş bir yaş aralığında yüksek kullanıcı sayısına ulaşan Facebook, uzunca süre popüler bir sosyal medya uygulaması olarak yerini sabitlemiştir. Facebook paylaşım ağında daha çok nonim kimlikler üzerinden kullanıcı hesapları oluşturulmaktadır. Uygulamanın profil alanında kullanıcıya ait görseller yer alırken künye kısmında kullanıcının doğum yeri, çalıştığı kurum, öğrenim gördüğü okul vb. kişisel bilgiler bulunmaktadır. Kullanıcılar Facebook'ta ağırlıklı fotoğraf, video paylaşımı gerçekleştirebilirken, anlık yer bildirimlerinde de bulunabilmekte ve grup oluşumlarına da katılım sağlayabilmektedir. Kurucusu Mark Zuckerberg tarafından Facebook, diğer sosyal ağ uygulamaları Instagram, WhatsApp ve Messenger ile birleştirilmiş ve 2021 tarihinde bu uygulamalar bir çatı kuruluş olarak META altında toplanmıştır. Diğer sosyalleşme platformlarının yükselişe geçmesinin beraberinde popüleritesi azalmasına rağmen Facebook'un Google uygulama mağazasında 2023 itibarıyla 5 milyar indirme rakamına ulaştığı görülmektedir (Facebook Uygulaması, t.y.).

Etkileşimin yoğun biçimde gerçekleştirildiği bir sosyal paylaşım platformu olarak Twitter sosyal ağ uygulaması 2022 yılında Elon Musk tarafından satın alınmıştır. Musk bu süreçte pek çok yenilik gerçekleştirmiştir. İlk olarak Twitter sosyal ağ platformunun alan adını "X" olarak değiştirilmiş ve öncesinde 140 karakter sınırlaması ile bir mikroblog olma özelliği 280 karaktere yükseltilmiştir. Bu süreçte kullanıcı temelli deneyimler için entegrasyonlar, içerik geliştirmeleri ve takip özelliklerinde düzenlemeler yapılmıştır.

Son yıllarda Facebook'tan farklılaşan arayüzü ile Instagram'da ise diğer sosyal medya uygulamalarına benzer şekilde fotoğraf ve video paylaşımları gerçekleştirilmektedir. Instagram'ın diğer sosyal medya uygulamalarına göre yoğun bir şekilde tercih edilmesinin nedenleri arasında takipçi olgusu yer almaktadır. Kullanıcılar yüksek takipçi rakamlarına ulaşılabilirken gerçekleştirilen gönderilerin buna paralel şekilde beğeni sayılarını artırabiliyor olması, bir gönderiye dikkat çekilebilmesi için etiketlerden (hashtag) yararlanılabilmesi, diğer özellikler ile birlikte hikâye (story), 90 saniyeye varan videolar (reels) paylaşılabilir olması ve yorum yapma özelliği etkileşimin artırılabilmesi uygulamanın özellikle geniş yaş grubu tarafından tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Kısa format video paylaşım platformu olarak Tiktok ise yüksek kullanıcı sayısı ile popüler sosyal ağlar arasında yer almakta olup, bu mecrada en fazla 3 dakikalık videolara yer verilmektedir. Ancak Tiktok, kullanıcıların çoğunlukla 15 saniyelik içeriklerinin yer aldığı bir sosyal ağ uygulaması olarak öne çıkmaktadır.

Sosyal medya uygulamalarında çeşitli konularda oluşturulan içerikler, kimi zaman milyonlara varan kullanıcılar arasında dolaşıma girmektedir. Sosyal medya uygulamalarında oluşturulan bir içeriğin kişiler arası ya da kitle düzeyinde iletilmesi hususunda gerekli görülen uygunluk ölçütleri ise her bir uygulamanın kullanıcılarına hesap oluşturmadan önce sunmuş ve onaylatmış olduğu 'topluluk kuralları' ve 'kullanım koşulları' sözleşmesinde belirtilmektedir. Ancak yeni medya ortamları arasında en sık ziyaret edilen bu sosyal medya uygulamalarının kullanıcı sözleşmeleri ve hizmet şartlarının dikkat

çekici boyutta uzun ve okunması geniş bir zamanı gerektirecek şekilde hazırlanması bu okuma edimini güçleştirmektedir. Bu etik soruna dikkat çekmek için tasarımcı Dima Yarovsky 2018 yılında, İsrail Sanat ve Tasarım Akademisi'nin Infografik dersinde hazırladığı 'Kabul Ediyorum' isimli projesinde farklı sosyal medya uygulamalarının hizmet şartlarının sahip olduğu uzunluğu, A4 kâğıt rulolarında somutlaştırarak ziyaretçilerine sunmuştur. Bu projede Facebook, Instagram, Snapchat ve Tinder gibi popüler sosyal medya uygulamalarının hizmet sözleşmeleri eleştirel bağlamda görselleştirilmiştir (Taggart, 2018).



**Şekil 2. 1.** Popüler Sosyal Medya Uygulamalarının Hizmet Şartları Sözleşmeleri

Yarovsky'nin bu çalışmasında Instagram hizmet koşullarının bulunduğu görsel düzenlemenin diğerlerine göre en uzun sözleşmeyi içerdiği görülmektedir. Cullen Hoback'ın yönettiği 2013 yapımı "Hüküm ve Koşullar Geçerli Olabilir" belgesinde de konuyla ilgili internet üzerinde kabul edilen her bir sözleşmeyi okumaya kalkmanın her yıl bir ayı alabileceği ve her yıl bunun için 180 saat harcanmasının gerekli olabileceği yer almaktadır (Hoback, 2013). Okumayı zahmetli kılan bu sözleşmeleri Chatfield ise dijital pazarlama stratejileri bağlamında sorunsallaştırmıştır.

Son kullanıcı lisans anlaşmalarının sonsuz uzunluktaki okunmayan sayfaları, birçok hizmetten faydalandığımızda hangi haklardan feragat ettiğimizi, satın alma anlaşmaları ise birçok dijital ürünü satın alanların aslında ürünün kendisine değil, yalnızca kullanım hakkına sahip olduğunu açıkça belirtiyor. Bu durumda, gereken hizmet ya da destek kaldırıldığında, geriye kalan yalnızca âtıl ve kullanılamaz durumda bilgiler oluyor (Chatfield, 2012, s. 72).

Sosyal medya etiği konusunda Instagram, hesap oluşturmayı planlayan kullanıcılarına kullanıcı sözleşmesi içerisinde topluluk kurallarına uyma koşulu sunmaktadır. Instagram sunduğu koşulların kabul edilmesinin ardından ilgili maddelerden herhangi birine uyulmadığını tespit ederse, uygun gördüğü hallerde, kullanıcılarına hesaplarının silinmesine kadar varan çeşitli sınırlandırılmalar ile karşılaşabileceklerini belirtmektedir. Bu sistem başka kullanıcılar tarafından uygun olmadığı düşünülen içeriklerin Instagram merkezine şikâyet edilmesi üzerinden işlemektedir. Instagram, bu koşulların kamu

yararı odaklı düzenlendiğini ve insan haklarının korunması hususunda uluslararası sözleşmelerin referans alındığını ifade etmektedir. Bu doğrultuda Instagram ve kullanıcıları arasında onaya sunulan sözleşmede belirtilen kurallara bakıldığında;

- Instagram'daki herkese saygı duyulması.
- Kullanıcının yalnızca kendisinin çekmiş olduğu ya da paylaşma hakkına sahip olduğu fotoğrafların ya da videoların paylaşılmasına önem verilmesi,
- Geniş bir hedef kitle için uygun olacak fotoğrafların ve videoların paylaşılması,
- İnsanlara spam gönderilmemesi veya çıplaklık barındıran içeriklerin paylaşılmaması,
- Yasalara uyulması,
- İnsanları kendine zarar vermeyi benimsemeye teşvik edilmemesi ya da zorlanmaması ile birlikte bunu destekleyici bir tutumdan kaçınılması,
- Haber değeri olan olayları paylaşırken, şiddet içeren görsellerin sadistik amaçla veya şiddeti yüceltmek için paylaşılmaması yönündeki düzenlemeler sözleşmeye dahil edilmiştir (Topluluk Kuralları, t.y.).

Instagram üyelik şartlarına bakıldığında, META şirketinin 4 Ocak 2022 tarihinde güncellemiş olduğu kullanım koşulları dikkat çekmektedir. Veri ve çerezler ilkelerinde bazı verilerin çeşitli amaçlar doğrultusunda şirket tarafından kullanılabilmesi ve paylaşılabilmesi belirtilmektedir. Gerekçe olarak ise daha iyi hizmet sunabilmek adına kullanıcılara; kişiselleştirilmiş fırsatlar sunabilmek, pozitif, kapsayıcı ve güvenli bir ortam geliştirmek, hizmet teknolojilerini geliştirmek ve kullanmak, diğer meta şirketi ürünlerinin tamamında tutarlı ve kusursuz deneyimler sunmak, önemsenen marka, ürün ve hizmetlerle bağlantı kurulmasını sağlamak, araştırma ve yenilikler sunabilmek için bu verilerin topladığı belirtilmektedir. Öte yandan Instagram uygulamasında, verilerin işlenebilmesi amaçlı kullanıcılardan lisans alınmaktadır. Kullanıcılar bu lisansı verdikleri ve hizmet koşullarını onayladıkları takdirde Instagram bu veri işleme sürecini,

Fikri mülkiyet hakları kapsamındaki içerikleri (fotoğraflar veya videolar gibi) hizmette veya hizmetle bağlantılı şekilde paylaştığınızda, yayınladığınızda veya yüklediğinizde; içeriklerinizi barındırmamız, kullanmamız, dağıtmamız, değiştirmemiz, çalıştırmamız, kopyalamamız, herkese açık olarak sunmamız veya göstermemiz, çevirisini yapmamız ve türevlerini oluşturmamız için (gizlilik ve uygulama ayarlarınız doğrultusunda) bize münhasır olmayan, telifsiz, devredilebilir, alt lisanslanabilir ve uluslararası bir lisans vermiş olursunuz şeklinde bildirmektedir (Kullanım Koşulları, t.y.).

Buna ek olarak kullanıcılar hesap oluşturmadan önce onayladıkları bu sözleşme ile kullanıcı adını, profil resmini, ilişkileri ve eylemleri hakkındaki bilgilerini hesaplarla, reklamlarla ve sponsorlu içeriklerle birlikte kullanma iznini de vermiş olmaktadır.

Sosyal medya ağlarında yer alan bu koşulların veri etiği açısından değerlendirilmesi önemli bir yerde durmaktadır. Zwitter, belirli koşullar ile edinilen bu kadar bilginin büyük veride etik zorluklar yaratacağını “şeylerin interneti” kavramı üzerinden ifade etmektedir. Bu doğrultuda Zwitter, “Büyük veri, sosyal ağ analiz kombinasyonu ile birlikte, sadece kişinin özel hayatını ihlal etmekle kalmayan, rastlantısal beraber oluşumlara dayalı rastgele bağlantılar da oluşturabilen bilgiler toplayabilir” hatırlatmasını yapmaktadır (Zwitter, 2019, s. 167-170). Ayrıca Lokke, ücretsiz olarak yüklenip kullanılan sosyal medya uygulamalarında içerik üreten ve paylaşan kullanıcıların onaylamış oldukları bu sözleşmeler ile aynı zamanda bilgilerinin de birer metaya dönüşmeye başladığını ifade etmektedir. Lokke’a göre,

Dünyanın en değerli şirketlerinin bedava hizmetler sunuyor olması ilginç bir paradokstur. Mahremiyet sorunları, bir anlamda, şirketlerin bedava hizmetlerinden kaynaklanmaktadır. Ürün siz olduğunuzdan, hizmetler ücretsizdir. Sizin kişisel verileriniz, ücretsiz hizmetlerin karşılığını ödemenin bir yolu olarak anlaşılır. Ne yaptığınız, nerede olduğunuz, internetteyken neyin üzerine tıkladığınız ve ne satın aldığınız değer kazanır. Sizin verileriniz ve kendiniz, sizi ticari anlamda ilginç kılabilecek bir biçimde tümleştirir (Lokke, 2018, s. 70-71).

Ancak ne var ki, kullanıcıların tüm detayları ile bu sözleşmeleri okumasının zorluğu kimi zaman bu sözleşmelerin okunmadan onaylanmasına neden olmaktadır. Bu şekilde kullanıcılar yalnızca kendilerinin değil başkaları hakkında paylaştıkları içeriklerle de diğer kişilerin verilerini sosyal medya şirketlerine, topluluklara ve üçüncü tüzel kişilere sunmuş olmaktadır. Bu sorunsaldan en çok hassas gruplar arasında yer alan çocuklar etkilenmektedir. Üstelik çocuklar hakkında gerçekleştirilen paylaşımların çoğunluğu ebeveynler tarafından oluşturulmaktadır. Bu doğrultuda çocuklar kimi zaman haberdar dahi olmadıkları sosyal medya paylaşım platformlarında dijital olarak var olabilmekte ya da haberdar olsalar dahi sosyal medyada kendilerini bekleyen risklerin neler olabileceğini bilememektedirler.

Sosyal ağlarda çocuklarını ilgilendiren boyutta onlar hakkında sıklıkla paylaşım gerçekleştirme eylemini tanımlayan sharenting sorunsalı, etik perspektiften iki farklı boyutun değerlendirilmesini gerektirmektedir. Bunlardan ilki, sosyal ağ uygulamasının yazılım temelli teknik düzenlemelerini, diğeri ise aktif kullanıcılar olarak kullanıcı paylaşımlarının ahlaki yaklaşımlarını içermektedir. Sharenting ve etik üzerine araştırmalar gerçekleştiren Ugwuđike ve ark. (2024). Bu açıdan sosyal medyada yapay zekâ teknolojilerinden yararlanılarak etik zorlukların azaltılabileceği yeni önlemlere dikkat çekilmesi gerektiğini savunmaktadır. Buna yönelik belirli algoritmalar aracılığı ile hassas ve çocuk merkezli içeriklerin ön kontrole denetlenebileceğini önermektedir. Livingstone ve Blum-Ross’da buna benzer olarak dijital ortamların tasarım temelli yönetişimine ilginin artırılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu sorunsal üzerine; etik tasarım, gizlilik, veri koruma düzenlemesi, çocukların ve ailelerin çıkarları doğrultusunda işletmelerin düzenleme amaçlı gözetimi, teknolojik inovasyon ile çocukların kendileri dahil olmak üzere ifade hakları ve daha fazlasının öne çıkarılması gerektiğinin altını çizmektedirler

(Livingstone ve Blum-Ross, 2020, s.192). Nitekim sosyal medya uygulamalarının kullanım ve topluluk koşullarında bu ifadelerle yönelik düzenlemeler yerini almaya başlamıştır. Netiket<sup>2</sup> kurallarını içeren düzenlemeler ile henüz sakıncalı ya da hassas bilgilere duyarlı olmayan içeriklere yaygınlık kazandırılmasının kısmen de olsa önüne geçilebilmektedir.

Ek olarak çocukların güçlendirilmesine yönelik olarak ebeveynlerin bilgilendirilmesi sharenting paylaşımlarının yönünü önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Ahlaki, etik ve yasal açıdan çocuklarının korunma ve bakım hizmetlerinden sorumlu olan ebeveynler ya da onlara bakım verenler çocukların yalnızca sosyal ve gündelik yaşamlarının değil, aynı zamanda dijital ortamlarının da gizlilik, güvenlik, özel ve kişisel veri alanlarını korumakla yükümlüdürler. Gelecekte herhangi bir nedenle çocuklarda rahatsızlık hissi uyandıracak paylaşımların azaltılabilmesi için hak temelli çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu açıdan araştırmacılar ile birlikte politika yapıcıların sharenting farkındalığının artırılmasında iş birliği içinde çalışması gerekmektedir.

Ancak son yıllarda artan oranda çocukları adına kullanıcı hesapları oluşturan ve bu hesapları çeşitli amaçlar doğrultusunda yöneten ebeveynler görülmektedir. Sosyal medya uygulamalarında gerçekleştirilen düzenlemeler ile 13 yaş sınırlaması nedeni ile hesap kaydı oluşturamadıkları halde küçük yaşta çocuklar ebeveynleri aracılığı ile sosyal ağlarda yer alabilmektedir. Ebeveynleri tarafından tanınırlıkları arttırılan çocuklar için bu durum yeni sakıncaları beraberinde getirmekte ve özellikle çocukların sosyal ve dijital yaşamlarında güvenilirlikleri ile ilgili sorunlu bir yapının oluşmasına neden olmaktadır. McTigue (2021), buna yönelik etik açıdan sharenting sorunsalının gelecekte ebeveyn ve çocuk iletişimine de olumsuz etkilerinin oluşacağının altını çizmektedir (s. 3). Barnes ve Potter (2020), bu açıdan tamamı olmasa da pek çok ebeveynin, çocuklarının görüntülerini ve bilgilerini çevrimiçi ortamda paylaşmanın etik kaygıları ve pratiklikleri konusunda farkında olmadan öncülük ettiklerini ifade ederken çocukların dijital davranışlarını denetlemek ve yönetmek için kontrol paradigmasında önemli bir şekilde sorumluluk aldıklarını eklemektedir. Bu açıdan sosyal ağlarda paylaşım ve içerik üretme davranışı popülerliğini arttırırken, ebeveynlerin çocuklarının mahremiyet hakkını göz önünde bulundurarak 'anlatacakları hikâyenin' ne olduğunu ve nasıl belirlediklerinin anlaşılması gerektiğinin de önemi vurgulanmaktadır (s.12). Dolayısıyla ebeveynlerin çocuklarını paylaşma davranışları üzerine kimi zaman yararlı amaçlar doğrultusunda gerçekleşse de sharenting olgusunun art alanındaki faktörler çeşitlenmektedir.

### **2. 3. Sharenting Stratejilerinin Ardalanı**

Dijital yaşam gündelik sosyal yaşamdan bağımsız bir alan olmadığından yeni medya ortamlarında gerçekleştirilen eylemler, kişilerin fiziksel ve dijital yaşamlarını doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilme olasılığını barındırmaktadır. Bu açıdan uçsuz bucaksız bir yer olarak anlık

---

<sup>2</sup> “Günlük yaşamda toplumsal olarak belirlenen nezaket kurallarının etiket olarak adlandırılmasından ilham alınarak, İnternet kullanımındaki asgari nezaketi tarif etmeye yönelik oluşturulan kurallar netiket olarak adlandırılmıştır” (Binark ve Löker, 2011, s. 93).

genişleyen bir alan içerisinde kullanıcıların farkındalık odaklı bir yaklaşım üzerinden belirli sınırlar oluşturabilmeleri ve güvenli alanlarını koruyabilmeleri alınabilecek faydayı artırmakta ve bu alanı en verimli kılacak şekilde işlevselleştirmektedir. Özellikle gerek kullanıcı gerekse içerik öznesi çocuk olduğunda güvenli sınırların önemi daha da artmaktadır. Ebeveynler ise çocuklarını hem gündelik sosyal yaşamlarında hem de dijital yaşamlarında koruma ve güvenliklerini gözetme sorumluluğuna sahiptirler.

Çocukları özelinde dijital içerik oluşturan ebeveynler sosyal destek arayışı, ebeveynliklerini olumlamak ya da paylaşımı artırmak gibi olumlu bir bakışa ve amaca sahip olsalar da buna rağmen çocuklarının özel alanlarını korumaları gerekmektedir. Bu doğrultuda dijital ebeveynliğin özel ve kişisel kamusal alan, mahremiyet, tüketim ve kimlik inşası bağlamında incelenmesi sharenting olgusuna derinlemesine bir bakış geliştirilebilmesine yarar sağlayacaktır.

### 2.3.1. Özel Alandan Kamusal Alana Sharenting

Kitle iletişim araçları vasıtasıyla yenilik ve gelişmelerden haberdar olmak kolaylaşmakta, bilgi edinme süreci görsel ve işitsel medya metinleri aracılığı ile desteklenmekte aynı zamanda yeni medya ortamları aracılığıyla hoşça vakit geçirme ve farklı yaşam deneyimlerini öğrenebilme fırsatları elde edilebilmektedir. Pek çok görüş, fikir, tartışma ve müzakere ortamlarına kitle iletişim araçları vasıtasıyla erişilebilmekte ve katılım imkânı elde edilebilmektedir. Dolayısıyla kitle iletişim araçları ile oluşturulan içerikler bir yandan sağduyu ve bir aradalığı desteklemekte ve karşılıklı iletişimi de güçlendiren önemli bir yerde durmaktadır. Böylelikle dijital teknolojilerle kullanıcı hizmetine sunulan yeni medya ortamları aynı zamanda kamusal müzakere imkânı sağlamaktadır. Bu açıdan kamusal alan, iletişim ve etkileşim ortamlarının kurulması, sağlanması açısından önemli bir bağlama sahipken yalnızca kitlesel ölçekte tek bir mekanla da sınırlandırılmayacak kadar kapsamı geniş toplumsal alan olma özelliğine sahiptir.

Kamusallık, sadece eleştirel akıl yürütme, bilgi, norm, kural ve prosedür içeren toplumsal düzenlemelerin ürünü değildir; aynı zamanda ortak duyuşsal algılama, ifade, duygu, beğeni, boyun eğiş, itiraz, isyan, çatışma, anlaşma, yenilgi, tanıma, dayanışma, hatırlama, öğrenme süreçlerini içeren iletişim biçimlerine dayanır. Kamusallık sadece kitlesel medya dediğimiz ortamlar aracılığıyla kurulmaz; gündelik etkileşim mekanları ve yaşam pratikleri içindeki çok sayıda karşılaşmanın; çeşitli ihtiyaçlar, çıkarlar, emek kapasiteleri ve motivasyonlara dayanan, belirli ortak yaşam kurma ve sürdürme alışkanlıkları, yatkınlıkları ve arayışlarını içeren iletişim biçimleri ve pratiklerinin ürünüdür (Özbek, 2004, s. 445).

Kamusal alanın mekânsal bağlamına yönelen bu açıklamanın beraberinde kavramın kişisel özel alandan ayrılan tanımına Sennett (2013) tarihsel düzlemde bir bakış sağlamış ve anlamsal karşılığına açıklık getirmiştir. Sennett buna yönelik olarak ‘Kamusal’ ve ‘kişisel’ sözcüklerinin tarihini, Batı kültüründeki ‘kamu’ sözcüğünün İngilizcede bilinen ilk kullanımı üzerinden açıklamış ve ‘kamu’nun, ‘toplumun ortak çıkarı’ ile bir tutulduğunu belirtmiştir. 17. yüzyıla gelindiğinde “kamu” ve “özel” karşıtlığının bugünkü kullanımlarına benzer bir biçim almakta olduğunu belirten Sennett, “kamusal”

sözcüğü ‘herkesin denetimine açık olan’ anlamına karşılık gelirken, “özel” sözcüğü ‘kişinin ailesi ve arkadaşları ile sınırlanan mahfuz (saklı) bir yaşam bölgesi’ ni karşıladığını ifade etmektedir (s. 32).

Modernleşme ile birlikte kamusal alanda, bireylerin kendilerini ifade etme, duygu ve düşüncelerini iletme ve ortaklıklarını artırma çabalarına gelişen teknoloji etki etmiş ve fiziksel mekanlar, konuşma ve tartışma alanları dönüşüme uğramaya başlamıştır. Kamusal alanlar tartışma ve müzakere başlıklarına açık olmakla birlikte iletişim olgusu bu alandaki müzakerenin temel belirleyeni konumuna yerleşmektedir. Öte yandan Arendt (1994), kamu alanı kavramında yer alan ‘kamu’ teriminin birbiri ile yakından ilişkili ancak tümüyle özdeş olmayan iki görüngüye işaret ettiğini belirtmektedir. Birincisi, kamuda gözüken her şey herkes tarafından görülebilir ve duyulabilir ve mümkün olan en geniş açıklık olarak tanımlanmaktadır. Bu açıklama, kamu alanından gizliliği ve mahrem yaşamı olabildiğince dışlamaktadır. İkincisi ise, içinde özel olarak ‘biz’e ait olandan ayrı, herkes için ortak olan bir dünyayı ifade etmektedir. Ancak bu ortaklıkta bir aradalık bağlantısından pek söz edilememektedir. Bu alan, ortak dünyaya olan ilgilerini yitirmiş ve artık aralarında birleştirici ve ayırıcı olacak bir dünyanın bulunmadığını düşünen insanların topluluğu olarak tanımlanmıştır (s. 74-78). Dolayısıyla insanları birleştirecek ve bir aradalık duygusunu beslemeyi sağlayacak söylemler tarihsel süreç boyunca araştırılmış, insan ilişkilerinin geliştirilmesi için sarf edilen çabanın bir ürünü haline gelmiştir.

Habermas ise kamusal alanı daha çok toplumsal hareket ve söylem alanı ile ilişkilendirmekte ve burasının toplumsal yaşam içerisinde kamuoyuna benzer şekilde oluşturulabilecek bir alana işaret ettiğini ifade etmektedir. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınarak özel bireyler kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda kamusal alanın bir parçası olarak varlık kazanmış olmaktadır (Habermas, 2004, s. 95). Aynı zamanda Habermas bu açıdan günümüzde gazetelerin, dergilerin, radyo ve televizyonun kamusal iletişim araçları olduğunu belirtmektedir.

Mahremiyet açısından bakıldığında Weintraub, günümüzde geçerli olan farklı kamusal-özel ayrımlarının altında yatan temel ayırt edici (ve birbiriyle örtüşebilen) iki kriteri, ‘görünürlük’ (açıklık, erişilebilirlik, özdeşünümsellik) ve ‘kolektiflik’ (herkese ait olan, ortak olan) olarak tanımlamaktadır (akt. Özbek, 2004, s. 447). Görünürlük ve kolektiflik üzerinden -mahremiyete de gönderme yapılan- iki temel bağlam üzerinden gerçekleştirilen bu ayrım aynı zamanda özel ve kamusal olanın neye karşılık gelmediğine de açıklık getirmektedir. Habermas’ın kamusal ve özel alan kavramsallaştırması kamusala karşıt bir yerde konum almamaktadır. Habermas bu açıdan kültürü, ‘mahrem alanda temellenmiş öznellik ile kamusal alandaki öznelerarası ilişkileri birbirine bağlayan dolayım’ olarak ele almaktadır (Özbek, 2004, s. 448). Lokke’da benzer olarak mahremiyetin, kamusal olanın karşıtı olarak yorumlanmaması gerektiğine dikkat çekmektedir. Bunun nedenini açıklarken, insan biyolojisinin büyük ölçüde sosyal olduğuna, başka insanlarla sosyal ilişki kurma arayışı içerisinde olduğumuzdan kişisel bilgilerimizi, kamusal bağlamda da farklı derecelerde paylaşmak için doğal bir ihtiyaç duyduğumuzu belirtmektedir. O’na göre mesele, özel bilgiyi kimlerle paylaşacağımıza kendimizin karar verebilmesinde yatmaktadır. Özel hayat alanı, vatandaşların hareketlerinin, özel hukuk ilişkilerini

düzenlemek için toplumun koyduğu yasaları çiğnememesi koşuluyla, ilkesel olarak kamudan ayrı tutulmuş ve vatandaşların özgür ilişkisine bırakılmıştır. Çoğunluk, sosyal varlıklar olarak insanların hem özel hem de kamusal alanlara ihtiyacı olduğunu kabul etmektedir. Ancak bu alanlar birbirinin yerine geçmemekte, neredeyse birbirini tamamlarken birbiriyle örtüşebilmektedir de. Lokke bu açıdan keskin sınırları olan alanların yerine geçişli bölgelerin de olabileceğine değinerek tamamen kamuya ait olmayıp özele de ait olmayan genellikle yarı kamusal alanlar olarak anılan gri alanların söz konusu olabileceğini ancak tanımların net olmadığını ifadelendirmektedir (Lokke, 2018, s. 19).

Günümüzde dijitalleşme ile yeniden şekil almaya başlayan kamusal ve özel alanlar bu yeni medya oluşumlarının grileşen yönünü temsil etmektedir. Özellikle sosyal ağlarda kişisel olan ya da daha özelde mahrem olan her türden içeriğin gizlilik ayarlarının ‘herkese açık’ olarak düzenlenmesi, hangi bilginin özel hangilerinin ise toplumun geneline yönelik olduğunu muğlaklaştırmıştır. Kütükoğlu bu durumu buharlaşma olarak tanımlarken aynı zamanda kamusal ve özel alanın derinliğinin azaltılmasına yönelik bir eleştirel bakış geliştirmektedir.

Dijital medya bireysel yaşantının taşındığı yer olduğu için insanlar, dijital bir dünyada yaşar. Bu durum ise özel ve kamusal alan kavramlarının buharlaşmasına ve içinin boşaltılmasına neden olur. Her gün yaşanan gelişmeler ile medyatik bir alan haline gelen dijital dünya, özel alanı ve kamusal alanı yutarak ortadan kaldırır (Kütükoğlu, 2019, s. 280).

Dolayısıyla mahremiyet algısının da değişime uğramaya başladığı dönemde sosyal ağlarda görünür olma, öne çıkma, herkes tarafından bilinir olma arzusu, içerik üretimini pekiştiren yönüyle etkilemekte ve kimi zaman da içerik üreticilerinin dikkat çeken konu arayışlarına girmelerine neden olmaktadır. İlginç bilgilerin, olayların, hikayelerin, haberlerin vb. içeriklerin yaygın olarak paylaşıldığı sosyal ağlarda, olgu ya da olaylardan çok kendi yaşamını öne çıkarma isteğiyle ben-odaklı hareket eden çok sayıda kullanıcı türemiştir. Bu kullanıcılar çoğu zaman günlük aktivitelerini, gezdiği yerleri, kullandığı eşyaları, geçmiş anılarını, ilginç deneyimlerini, sahip olduklarını, sosyal çevrelerini ve daha pek çok içeriği herkese açık bir şekilde paylaşmaktadır. Dolayısıyla burada karşılıklı olarak izlenme ve izleme merakı eş zamanlı işlemektedir. Niedzwiecki (2010)’nin yeni medya ortamlarında bireylerin yaşamlarını diğerlerinin şahitliğine açmasını ve bu doğrultuda, “kendini sunmasını ‘Günlük hayatını herkese açmanın sıradanlaşması, devasa bir “Dikizleme Kültürü” deneyi gibi... Her şeyi paylaşmak bize mutluluk getirebilir mi? Bu yolla aramızda bağ kurulabilir mi? Hayatın anlamını keşfedebilir miyiz?” gibi sorularla açıklamaya çalışmıştır” (akt. Özşekerli, 2016, s. 67). Nitekim bu sorular insanın başkalarının gözünde değer yaratma çabasını, yaratılan bir değer var ise bunu arama mücadelesini hatırlatmaktadır. Instagram sosyal ağ uygulamasında gönderiler hikâye formatında paylaşıldığında gönderileri kimin incelediği ve kaç kişinin gördüğü sayısal verilerle birlikte kaynak üreticiye sunulmaktadır. İçerikler, genellikle Instagram hesaplarında belirli kimliklerin veya spesifik konuların öne çıkması üzerinden oluşturulmaktadır. Özellikle son zamanların yeni nesil ebeveynleri, anne-baba rol ve kimlikleri üzerinden hesap açarak takipçileri ile çocukları üzerinden çeşitli deneyimleri

paylaşmaktadırlar. Arakelyan bu alanlarda oluşturulan ağlarda yer alan kullanıcıların, annelik rolünün önüne getirilen sıfatlarla çoğaldığını, beslenmeden, diyet programlarına, kişisel gelişim kitaplarından, annelik rollerini sürekli üreten kitap ve dergilere, yaşam biçimlerinden, ideolojilere, dini yaklaşımlara kadar çeşitlilik oluşturduğunu belirtmektedir (Arakelyan, 2019, s. 49). Kişisel hesapların kime ait olduğunu belirten alanda ise kullanıcıların kendilerini öne çıkarmak istedikleri bir ön nitelime ile anne ya da baba olarak sundukları görülmektedir. Burada yapılan paylaşımlar genellikle sorumlu, mutlu, sabırlı, ideal, kutsal, iyi annelik ya da babalık sunumlarını öne çıkarmaktadır.

Günümüz dijital medya ortamlarında yoğun bir şekilde kullanılan sosyal ağlarda özel ve kamusal alanın grileşmesi/muğlaklaşması, ‘Kişisel Kamusal Alan’ (Personal Public Sphere) kavramının geliştirilmesine kaynaklık etmiştir. Kişisel kamusal alan olgusunun kavramsal bağlamı sınırların nerede başlayıp nerede sona erdiği ile ilgili belirsizliğe işaret etmektedir. Daha özelde sosyal ağlar üzerine çalışmaları bulunan ve yeni medya çalışmalarında bu belirsizliğe işaret eden yönüne ilk vurgu yapan araştırmacılardan Jan-Hinrik Schmidt (2011), bloglar üzerine gerçekleştirdiği araştırmasında kişisel verilere bilgi sahipleri tarafından kazandırılan yaygınlık sorunsalını değerlendirmiştir. Bunu bir ikilem olarak ele alan Schmidt, bloglar aracılığı ile kişisel önem taşıyan bilgilerin belirli bir süre sonra geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilmesi ve bunun bilgi yönetimindeki kontrolü üzerinde durmuştur. Schmidt, kavramı kullanırken Licoppe ve Smoreda’nın ele aldığı, ‘connected presence’ (bağlantılı varlık/mevcudiyet) kavramını referans almaktadır (s. 4). Bu yaklaşıma göre teknolojik araçlar ile erişim sağlanan kişisel ağların iletişim yöntemlerini şekillendirme işlevi ile sosyal bağların yeniden kurulması ve sosyal sınırların yeniden çizilmesi sağlanmıştır (Licoppe ve Smoreda, 2005). Ancak iletişim yöntemleri ne kadar değişirse değişsin insanların birbirleri arasında iletişimde kalma, sosyalleşme istekleri sabit bir gereksinimdir. Bu sosyalleşme süreci dijital iletişim teknolojileri aracılığıyla internet ortamında gerçekleştiğinde ise kullanıcı veri güvenliği önemli bir bağlama yerleşmektedir.

Ana Rita Morais (2012) ise eleştirel yeni medya çalışmaları alanında araştırmaları bulunan ve ‘kişisel kamusal alan’ kullanımını tersinden bir bakışla değerlendiren Ted Friedman’a (2005) referans vermiştir. Kamusal alanların yeni medya teknolojisi ile özel alanlara dönüşebileceğini ifade eden Friedman, “[kişisel mobil] teknoloji kullanımının bireyi daha büyük sosyal gruplardan izole etme, hatta kamusal alanları bile özel deneyimlere dönüştürme gücüne sahip olduğu sonucuna varıldığını” ifade etmektedir (akt. Morais, 2012). Böylelikle mahremiyet bilgisi çerçevesinde değerlendirilen alan bölge sınırlamalarının dijital alanda geçirgen bir yapıya evrilmesi beraberinde veri güvenliği sorunsalı gibi bilginin korunması hususunun yeniden gözden geçirilmesini gerekli kılmaktadır.

Kullanıcıların, kişisel olarak kendileriyle ilgili (gazetecilik haber faktörlerine veya haber değerlerine göre seçilen bilgiler yerine), güçlü veya zayıf bağlarla ilişkide bulunan hedef kitleye (kitle olarak düzenlenmiş kamusal alanların dağınık, bağlantısız ve bilinmeyen kitlesi yerine) sohbet etme amaçlı (tek yönlü yayıncılık modu yerine) önemli bilgilerini sundukları yer ve zamanda oluştuğunu belirtmektedir (Schmidt, 2011, s. 4). Bu açıdan kamusal alanda kişisel bilgiler üzerinden meydana gelen

belirsizliğe yasal düzenlemeler ile bir sınırlama getirilmeye çalışılmış ve Türkiye’de bu sınırlar ceza kanunda ifade edilen ayrıntılı yasalarla düzenlenmiştir. Kişisel alanın ihlali, Türk Ceza Kanunu’nun (TCK) 134. maddesinde yer alan “Özel hayatı gizliliğini ihlal” başlığı üzerinden Sulh Ceza Mahkemesi’nin ve Asliye Ceza Mahkemesi’nin kararları doğrultusunda belirli yaptırımlarla karşılanmaktadır. İlgili maddeye göre, kişilerin özel hayatının gizliliğini ihlal eden kimse, hapis veya adli para cezası ile cezalandırılmakta ve bu gizlilik görüntü veya seslerin kayda alınması suretiyle ihlal edilebilmektedir (Artuç ve Bayyurt, 2005, s. 234). Bu sorunla mücadele edebilmek ve özellikle çocukların internet ortamında kişisel verilerinin korunması amacıyla 2020 tarihinde 7252 sayılı kanun ile TBMM bünyesinde Dijital Mecralar Komisyonu kurulmuştur. Bu komisyon; kanunlara, bireylerin kişilik haklarına, özel hayatın gizliliğine ve diğer temel hak ve özgürlüklere aykırı yahut çocukların fiziksel ve psikolojik gelişimlerine zarar verici şekilde internet kullanımının önlenmesi amacıyla alınan tedbirler ile yapılan iş ve işlemler hakkında inceleme, görüşme, raporlama, tavsiye ve görüş bildirme işlemlerini yürütmek ve bu maddede belirtilen diğer görevleri yerine getirmek üzere çalışmalar yürütmektedir (Dijital Mecralar Komisyonu Kurulması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, 2020). Böylelikle kişisel veri olarak tanımlanan bilgilerin yayılması yasal bir incelemeyle karşılanmakta, kişinin bir başkasının yaşamını doğrudan olumsuz yönde etkileyecek bilgilerin izinsiz çoğalması önlenmektedir.

Kişisel verilerin hangi bilgileri içerdiği ve bu kapsama hangi verilerin dahil olduğunun bilinmesi yalnızca dijital medya açısından değil gündelik sosyal yaşam alanı için de oldukça önemlidir. Bu açıdan kamusal, kişisel kamusal alan kavramları beraberinde kişisel verilerin neleri kapsadığı bilgisine sahip olmak bu alanların en verimli biçimde korunmasına yardımcı olacaktır. Bu nedenle kişisel veri denildiğinde bu bilgiler, “Kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgiyi” içerirken bu bilgilerin paylaşılması ve aktarılması 6698 sayılı kanunun ikinci bölümü olan Kişisel Verilerin İşlenmesi başlığı altında maddeler halinde belirtilmiş ve sınırlandırılmıştır (Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, 2016).

Özellikle ebeveynlerin dijital medya ortamlarında çocukları ile ilgili pek çok bilgiyi sosyal ağlarda ‘herkese açık’ olarak paylaşımları ve sosyal ağlarda kullanıcı kaydı oluşturmaksızın herhangi bir internet kullanıcısının bu gönderileri görüntüleyebiliyor olması bu alanın kişisel kamusal alanın dışında doğrudan kamusal bir nitelik kazandığını göstermektedir. Böylelikle kişisel kamusal alanın sınırları beraberinde mahremiyet ve özel hayatın huzuru ölçeğinde özellikle önemli bir sorumluluğu bulunan çocuklar açısından ihlali; sosyal, duygusal, yasal ve etik açıdan ciddi sorunları da beraberinde getirebilmektedir. Sonuç olarak Lokke, dijital yaşamda özel hayatın sınırlarını tanımlarken mahremiyetin hem kişilerarası hem hukuki hem de devletin kendi iş ve işleyişlerinde bireyin özgürlük alanının korunması çerçevesinde kritik bir bağlama sahip olduğunun altını çizmektedir. Bu açıdan bireyin, kişisel bilgilerini denetleyebilmesi ve bu bilgilerin akıbetine mümkün olabildiğince kendisinin

karar vermesi, başkalarının kendisi hakkında hangi bilgilere sahip olduğunu bilme hakkının beraberinde mahremiyetin önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedir (Lokke, 2018, s. 24).

### 2.3.2. Mahremiyet Olgusu Bağlamında Sharenting

Tanım olarak mahremiyet, hak temelli bir bakışla bireyin özerk alanını ifade etmektedir. Bu bakış bireyin kendi alanını korumayı amaçlarken aynı zamanda başkalarının haklarının gözetilmesine karşılık gelmektedir. Bu açıdan mahremiyet, “Kişilerin yalnız başına kalabildikleri, istedikleri gibi düşünüp davranabildikleri, başkalarıyla hangi yer, zaman ve koşullarda ne ölçüde ilişki ve iletişim kuracaklarına bizzat kendilerinin karar verebildikleri bir alanı ve bu alan üzerinde sahip olunan hakkı ifade eder” (Yüksel, 2003, s. 182). Mahremiyet olgusunda kişilerin hareket ve serbestlik alanlarının tanımlanması ve başkaları ile paylaşım konusunda belirli tanımlamalar yapılmaktadır. Enformasyon teknolojileri, gizlilik ve güvenlik alanlarında araştırmalar gerçekleştiren Profesör Fischer-Hübner’e (1998) göre mahremiyet üç yöne sahiptir. Bunlar; Bölgesel (mekânsal) mahremiyet, kişi mahremiyeti ve bilgi mahremiyetidir. Bölgesel (mekânsal) mahremiyet, bireyi çevreleyen yakın fiziksel alanın korunmasını; kişi mahremiyeti, kişinin fiziksel ya da ahlaki değerlerine yönelik haksız müdahalelere karşı korunmasını; Bilgi mahremiyeti ise kişisel verilerin toplanmasının, saklanması, işlenmesinin ve dağıtılmasının kontrol edilmesini ifade etmektedir (s. 422). Bilgi mahremiyetinin korunması kişinin dijital eylemleri arasında özellikle paylaştığı verilerin yaygınlık ölçüsüne bağlıdır. Bu açıdan kişi düzeyinde kontrol altına alınması gereken bilgi mahremiyeti, günümüzün dijitalleşen çağında internet teknolojisinin olanakları ile birlikte risklerinin de farkında olunması ile doğrudan bağlantılıdır. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından hazırlanan “Çocuklarda Mahremiyet Bilinci” adlı çalışma, bilgi mahremiyetinin korunması açısından ebeveyn sorumluluğuna dikkat çekmektedir.

Çocukların kişisel bilgilerini ellerinde bulunduran aktörler çocuklara kolaylıkla ulaşabilmekte ya da fotoğraf ve video gibi görseller ile çocukları istismar edebilmektedirler. Belirtilen nedenlerle ebeveynlerin de çocuklarının fotoğraf, video gibi görsellerini sosyal medya platformları üzerinden paylaşma öncesi olası riskleri göz önünde bulundurmaları, gerekirse paylaştıkları materyallere erişebilecek kişileri kontrol etmeleri önerilebilir (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2023, s. 49).

Mahremiyetin korunması ve gözetilmesi hususunda ebeveynlerin olduğu kadar devletlerin de vatandaşlarına yönelik geliştirdiği koruyucu önlemler söz konusudur. Ulusal ve uluslararası ölçekte korunan insan hakları, devletlerin her bir vatandaşı korumak ve gözetmekle yükümlü olduğu temel sorumlulukları arasında yer almaktadır. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından 10 Aralık 1948 yılında Türkiye’nin de içinde yer aldığı 48 devlet temsilcisi, İnsan Hakları Evrensel Bildirisi’nde yer alan ve tavsiye niteliğinde olan insan haklarını koruma altına almaya yönelik bildiri metnini imzalamıştır (Aybay, 2006, s.5-6). İnsan haklarının korunması ve bu hakların uygulanması açısından uluslararası ölçekte taraf devletlerin yükümlülüğünün bulunduğu bir diğer önemli anlaşma ise 1950 tarihli Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’dir. Bu sözleşme, 1948’de ilan edilen İnsan Hakları Evrensel Bildirisi’ni referans almaktadır. (Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, 2010). Her iki sözleşme de yaşam, özgürlük ve

kişi güvenliğinin sağlanması ve korunmasında ayırım gözetilmeksizin insan haklarının güvence altına alınmasını temin etmektedir.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından hazırlanan ve Türkiye'nin de 1989 yılında imzaladığı çocukların kişilik haklarının korunmasına yönelik Çocuk Hakları Sözleşmesi de çocukların temel haklarına sahip çıkılması ve korunması bağlamında önemli bir yere sahiptir. Bu sözleşmeye göre, 18 yaşının altındaki her insan çocuk sayılmakta ve 40 maddede çocukların adil yaşam hakkına sahip olabilmesi için her çocuğun ayırım gözetilmeksizin sosyal, kültürel, eğitim, bakım, sağlık gibi temel yaşam hakları, taraf devletlerinde imzasıyla garanti altına alınmıştır (Unicef, 2004). 2008 yılından bu yana küresel ölçekte faaliyet gösteren İnternet Hakları ve İlkeleri Dinamik Komisyonu (IRP), çevrimiçi ortamda ve internet politikası oluşturma alanları yelpazesinde insan haklarını korumak için çalışan birey ve kuruluşlardan oluşan uluslararası bir ağ olma özelliğini taşımakta IRP Koalisyonu, Küresel İnternet Yönetişimi Forumu'nda (IGF), bölgesel toplantılarda ve ilgili etkinliklerde internet yönetişimi için hak temelli ilkelerin teşvik edilmesinde aktif rol oynamaktadır. İnternet Yönetişim Forumu'nda internette insan hakları ve ilkelerine yönelik alınan kararlar açıklamalı olarak listelenmiştir. Bu kararlar hem kamu hem de özel sektördeki tüm aktörlerin ve internette insan haklarına saygı göstermesi ve bu hakların korunması konusunda elzem olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla İnternet Yönetişim Forumu hak temelli internet ortamı vizyonunun gerçekleştirilmesine yardımcı olmak üzere internetin insan haklarını mümkün olan en geniş ölçüde yerine getirecek şekilde işlemlerini ve gelişmesini sağlamak için on başlıkta hak ve ilkeler listesi oluşturmuştur. Bunlar hak ve ilkeler sırasıyla; evrensel eşitlik, haklar ve sosyal adalet, erişilebilirlik, ifade ve örgütlenme, gizlilik ve veri koruma, yaşam, özgürlük ve güvenlik, çeşitlilik, ağ eşitliği, standartlar ve düzenleme ve yönetim olarak maddelendirilmiştir (IRPC, 2014, s. 1-7).

Uluslararası düzenlenen ve ulusal ölçekte belirleyici bir konuma sahip olan tüm bu anlaşmalar ve sözleşmeler insan hakkı temelli bir perspektif üzerinden mahremiyet çatısı altında, kişisel bilgilerin ve özel alanın korunmasını önceleyen bir bağlamı işler kılmaktadır. Kişilerin özel hayatı ve başkalarının yaşam haklarına saygı, aynı zamanda kişisel özgürlük alanını da muhafaza etmektedir.

Teknolojinin ilerleme kaydetmesi ve sahip olduğu karmaşık yapısıyla internet kullanımında çocuk ve ebeveyn ilişkisinin ne ölçüde bilinçli bir yönlendirme izlediği, 2010 yılında EU Kids Online araştırması için Türkiye'de Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin yürütmüş olduğu Avrupa Çevrimiçi Çocuklar projesi ile ölçülmeye çalışılmıştır. Anket yoluyla yapılan değerlendirmede Türkiye'de yaşayan ve rastgele seçilen her bir evden bir çocuk ve bir ebeveynye ulaşılarak toplamda 1018 çocuk ve ebeveyn araştırma örneğine dahil edilmiştir. Projenin araştırma bulgularında çocuklar, İnternet'e erişim için kullandıkları bilgisayarı diğer aile fertleri ile paylaştığı halde, Türkiye'den çalışmaya katılan ebeveynlerin sadece %28,6'sının interneti kullandığı ve Avrupa genelinde, ebeveynlerin günlük internet kullanımlarına bakıldığında, en düşük internet kullanma oranının ebeveynler bazında Türkiye'de olduğu anlaşılmıştır. Ebeveyn farkındalığı ve gözetimi konusunda ise interneti sadece kullanmaya yetecek

kadar bilgiye sahip olan ebeveynler, çocuklarının teknoloji kullanımı sırasında elde edeceği olanakları anlamamakta, karşılaşılabilecekleri risklerin farkına varamamakta ve internette onları rahatsız edecek durumlarla başa çıkmalarını sağlayacak yardımı da sağlayamamaktadırlar (Kaşıkçı ve ark., 2014, s. 236-239).

Günümüze gelindiğinde ise İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi araştırmacıları bu doğrultuda 442 ebeveyn ile görüşme gerçekleştirmiştir. Çalışmaları 2019 yılında başlayan Prof. Dr. Oya Morva'nın yürütücülüğünü, Doç. Dr. Derya Gül Ünlü'nün ise araştırmacılığını üstlendiği, sharenting ve dijital ebeveynlik ekseninde gerçekleştirilen Çevrimiçi Ortamda Çocuğun Mahremiyeti: Sosyal Medya Ebeveyn Paylaşımları başlıklı proje ile çocuk mahremiyeti etrafında tartışılmıştır. Raoul Wallenberg Enstitüsü Türkiye İnsan Hakları Kapasite Geliştirme Programı desteğiyle geliştirilen proje, ebeveynlerin çevrimiçi ortamda kendi çocuklarına dair gerçekleştirdikleri sosyal medya paylaşımlarında çocuklarının dijital kimliğinin mahremiyetine ilişkin farkındalık düzeylerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Örneklemi Türkiye'de yaşayan ve en az bir tane kişisel sosyal medya hesabı bulunan, 0-18 yaş aralığında çocuğu olan anne ve baba olan bu araştırma da ebeveynlerin daha kişisel içerikleri en fazla Facebook ve Instagram sosyal medya uygulamalarında paylaştıkları anlaşılmıştır. Gönderi içeriklerini çocuklarına danışamayacakları durumlarda (yaş düzeyi gibi) ise çocukları yerine düşünen ebeveynlerin bu aşamada daha çok bir kontrol mekanizması olarak işlev gördükleri belirtilmektedir. Ebeveynler çocukları ile ilgili içerik oluştururken kişiselleştirilmiş gizlilik ayarları ile çocuklarının mahremiyetlerini gözettiklerini ifade etseler de paylaşımlarda çocuklarının kimliklerini gizli tutmaya ve çocuklarının kişisel bilgilerini paylaşmamaya özen göstermeye yönelik isteklerinin düşük olduğu görülmektedir. (İletişim Fakültesi Bilimsel Çalışmalar Dizisi: Çevrimiçi Ortamda Çocuğun Mahremiyeti Sosyal Medya, 2023).

Ulusal yasal düzenlemeler açısından bakıldığında yeni medya ortamlarında üre-tüketici olarak konum alan çocukları da ilgilendiren boyutuyla Türk Ceza Kanunu'nda veri güvenliğini de içerisini alan düzenlemeler geliştirilmeye devam etmektedir. Tüm sosyal medya uygulamalarında hesap oluşturma üyelik yaşı on üç sınırı üzerinden belirlenmektedir. Buna göre yasal olarak çocuk sayılan ancak 13 ile 18 yaş arası erişim yeterliliği dikkate alınan çocuk yaşıta bireyler sosyal ağlarda hesap oluşturabilmektelerdir. Çocuk bireylerin yetersiz bilgi sonucunda yeni medya ortamlarında faaliyet halinde iken niyet sorgulamadan tanıdığı veya tanımadığı kişilerle kolaylıkla temas kurabilme ve iletişime açık bir kanal oluşturabilme riski bulunmaktadır. Bu riskin neticesinde sosyal medya aracılığı ile iyi niyetli olmayan kişiler çocuklarla iletişime geçerek onların telkin ve ikna yoluyla mahrem bilgilerini öğrenebilmekte ve buna dair özel verileri (fotoğraf, video vs.) ele geçirebilmektelerdir. Bu içeriklerin kayda alınması ve kullanılması yoluyla da 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 226. maddesi uyarınca müstehcenlik suçu işlenebilmektedir (5237 sayılı Türk Ceza Kanunu, 2004). Ancak müstehcenlik suçu işlendiğinde uygulanacak cezai yaptırım beraberinde koruyucu bağlamda 5651 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi" hakkında kanunun 8. maddesi gereğince internet ortamında yapılan ve yeterli şüphe

sebebi bulunan yayınlarla ilgili olarak içeriğin çıkarılmasına ve/veya erişimin engellenmesine de karar verilebilmektedir (İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, 2007). Aynı zamanda bilişim suçları kapsamında sosyal medya kullanıcılarının başkalarının hesaplarına girilmesi ve bu hesaplardaki verilerinin bilgi ve rıza dışı elde edilmesi konusunda çalışmalarını sürdürmektedir. Bu hukuka aykırı eylemlerle elde edilen kişisel veri ve bilgilerin kaydedilmesi 5237 sayılı TCK. 135. maddesi gereği kişisel verilerin kaydedilmesi suçudur. Kişiye özel bilgilerin sosyal medya platformlarında yayılması, casus yazılımlarla ele geçirilmesi TCK'nın 136. maddesinde güvence altına alınarak kişisel verileri verme ve ele geçirme suçu olarak belirtilmiş ve düzenlenmiştir (5237 sayılı Türk Ceza Kanunu, 2004). Bu açıdan özel verilerin korunması sorunsalı, kişisel verilerin işlenmesi hakkındaki usuller ve esaslarla ilgili olup buradaki temel amaç mahremiyetin koruma altına alınmasıdır. Usullerin sebebi, her bir bireyin kendisi hakkındaki bilgilerin işlenişi üzerinde denetim ve gözlem yapabilmesini güvence altına almaktır. Bu kısım en kapsamlı yasal düzenlemelere tabii olmaktadır (Lokke, 2018).

Mahremiyetin ihlali sorunsalı yalnızca düzenlemeler açısından değil aynı zamanda özellikle sosyal gündelik veya dijital sosyalleşme mekanlarında karşılaşılabilecek problemlere yönelik farkındalığın kazanılması açısından da oldukça önemlidir. Özellikle sosyal medya hesap oluşturma yaşı 13 olmasına rağmen bu yaş sınırının altındaki çocuklar da doğru olmayan veri girişi üzerinden bu ortamlara katılım sağlayabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında çocuklara güvenli ağ kullanımı konusunda farkındalık yaratabilmek öncelikli sorumluluklar arasında yer almaktadır. Ancak bunun için hem ebeveynlerin hem de okulda sorumlu eğitimcilerin yeni iletişim teknolojilerinden bilinçli bir şekilde yararlanabilme bilgisine, dijital okur yazarlık becerisine sahip olmaları kritik öneme sahiptir. Livingstone ve Blum-Ross bu sorunsalı sosyal açıdan ebeveynin birden kendisini iç dünyasında bulabileceği ikilem üzerinden örneklendirmiştir. Bu örnekteki ikilem, ebeveyn Nina'nın Otizm Farkındalık Haftası'nda kendisi için bir rahatlama ya da iç dökme olarak tanımladığı blogunda çocuğu için kalem aldığı dokunaklı şiiri bir bağış kampanyasında bağışlaması üzerinden daha anlaşılır kılınmıştır. Örnekte yer alan ve ebeveyn rolündeki Nina, blogunun kısa bir süre içerisinde yoğun bir etkileşime girdiğini görmüş ve okurlardan bazılarının övgü dolu sözler ile onu karşıladığını bazılarının ise korkunç şiddette saldırgan olabildiğini deneyimlemiştir. Bu nedenle Nina, bir ebeveyn olarak kendi kimliğini temsil etmeye çalışırken diğer yandan çocuğu adına da konuştuğu için kendisini eleştirmiş ve bu durumdan duyduğu rahatsızlık, çocuğunun içerisinde bulunduğu savunmasızlık nedeniyle daha da derinleşmiştir. Dolayısıyla Nina bir ebeveyn olarak çocuğunun mahremiyetini korumaktan birinci derecede sorumlu olan kişi olup aynı zamanda onu bir olasılıkla gelecekte olumsuz yönde etkileyecek dijital bir eylem içerisinde bulmuştur (Livingstone ve Blum-Ross, 2020, s.139). Bu sorun sosyal ve fiziksel yaşamda yaşam alanını güvenceye almaya çalışan bir ebeveynin üstelik kendisini ifade etme konusunda daha incinebilir bir pozisyonu bulunan çocuğunu istemeyerek de olsa dijital ortamda savunmasız bırakması üzerinden somutlaştırılmıştır.

Georg Jellinek tarafından ayrımlanan ve literatürde Jellinek üçlüsü olarak ifade edilen bireyin devlet ile olan ilişkisindeki temel hak ve hürriyetleri üç ana başlık üzerinden sınıflandırılmaktadır. Buna göre temel haklar klasik fonksiyonlarına göre negatif, pozitif ve aktif statü olarak ayırıma tabii tutulmuştur. Kişinin devletle arasındaki demokratik fonksiyonlarına vurgu yapan negatif statü hakları bireyin kişi dokunulmazlığı, kişi hürriyeti ve güvenliği, özel hayatın gizliliği, düşünceyi açıklama özgürlüğü temel haklarını kapsamaktadır. Pozitif hakları, bireyin devletten çalışma, sağlık, konut, sosyal güvelik hakları gibi pozitif edimlerde bulunmasını isteme olarak ifade edilirken, aktif statü hakları ise vatandaşlık hakları olarak tanımlanmaktadır (akt. Gören, 2016, s. 3304). Bu bilgiye yönelen boyutuyla çocuk mahremiyeti konusunda Livingstone'un bir diğer çalışmasında ise çocukların dijital mahremiyetinin önemi hukuki boyutuyla ele alınmıştır. Livingstone bu açıdan dijital mahremiyetin çocukların negatif haklarına da giderek artan bir şekilde arabuluculuk ettiğini belirtmektedir. Mahremiyetin ihlalinin çocukları risk altına aldığını ve ayrıca çocukların pozitif haklarının kişisel özelliklerinin her parçası ve katılımı için gerekli ön koşul olduğunu ifade etmektedir (Livingstone, 2020, s. 65).

Avrupa Dijital Haklar Örgütü (EDRI) tarafından çocuklara yönelik eğlenceli bir sunum üzerinden hazırlanan Rehberiniz Dijital Kahramanlar isimli çalışma ile çocuklara internetteki içeriklerin nasıl kontrol altında tutulabileceği hakkında bilgiler aktarılmaktadır. Yetişkinlerin beraberinde çocuklarında mahremiyet kontrolüne sahip olması gerektiğini hatırlatan içerikte, mahremiyet alanı korunduğunda bireylerin kendilerini güvende hissedebileceği, özel bilgilerin yalnızca belirli kişiler (aile üyeleri ya da öğretmenler gibi) ile paylaşabileceklerinin altı çizilmektedir. Bununla birlikte dijital çocuk kullanıcılarına internet hakları hatırlatılarak Google, Facebook vb. diğer web sitelerine kullanıcıların haklarında hangi bilgilerin toplandığını sorma ve istenmeyen bilgilerin silinmesini talep etme olanaklarının bulunduğu bilgisi de verilmiştir (Avrupa Dijital Haklar, 2017).

Tüm bu bilgiler ışığında mahremiyet sorunsalı Petronio'nun (2013) önerdiği bağlamıyla korunması gereken önemli bir kontrol mekanizmasına ihtiyaç duymaktadır. Petronio'nun geliştirmiş olduğu İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi'nde (CPM), mahremiyetin kontrol altında tutulması belirli bileşenleri içermektedir (Petronio, 2013, s. 8). Böylelikle özel bilgiler güvenli alanın dışına çıkmadan içeride geliştirilmiş olan mekanizma ile muhafaza edilebilecektir. Petronio'nun ilk dört aksiyomu bilginin nasıl korunabileceğini ilk ve ortak sahiplikler üzerinden açıklarken sekizinci aksiyoma kadar kişisel verilerin yetkisinin üçüncü kişilerin eline geçmesi ile veri kontrolünün neredeyse mümkün olamayacağını vurgulamaktadır. Gizlilik kontrollerinin de güvenilir olamayacağını değerlendirilen Petronio, bunun önemli problemlere kapı aralayabileceğini belirtmiştir (Petronio, 2013, s.10). Bu durum özellikle sosyal ağların bilgi işleme sürecinde önemli güven sorunsallarının yaşanmasına neden olmaktadır.

Sosyal ağlarda gizlilik kontrolünü sıkı bir şekilde gerçekleştirdiğini düşünen kullanıcılar bu verilerin üçüncü kullanıcılar ile paylaşılmadığına inanmaktadır. Ancak gizlilik kontrolü hesap

kullanıcısının dışında ilgili uygulama sahibi ya da şirket tarafından değiştirilebilme olasılığını içerisinde barındırdığında özel bilgilerin kontrolü Petronio'nun tanımlaması ile asıl sahiplerin denetiminden çıkabilmektedir. Bu soruna emsal teşkil eden bağlamıyla Cambridge Analytica adlı bir danışmanlık şirketinin 50 milyon Facebook kullanıcısı hakkında ayrıntılı veriler elde ettiğini ve bu bilgilere yönelik gerçekleştirilen analizlerin Amerika başkanlık kampanyası dahil olmak üzere üçüncü taraflarla paylaşıldığı anlaşılmıştır. Amerika'nın tüketici gözlemcisi Federal Ticaret Komisyonu'nun (FTC) da Facebook'un gizlilik politikaları ve sosyal ağın kullanıcıları verilerinin nasıl paylaşıldığı konusunda bilgilendirmesini gerektiren 2011 tarihli bir onay kararnamesini ihlal edip etmediği konusunda bir soruşturma başlattığı bildirildikten sonra Mark Zuckerberg, Facebook'ta veri ihlali nedeniyle ABD kongresine ifade vererek kesilen 5 milyar dolar para cezasını ödemek durumunda kalmıştır (The Facebook scandal could change politics as well as the internet, 2018). Karşılaşılan bu türden sorunlar dijital iletişim teknolojileri aracılığıyla erişilen etkileşim platformlarının güvenilirliğinin sorgulanmasına, mahremiyetin ihlali doğrultusunda ciddi endişelerin oluşmasına neden olmaktadır. Nitekim mahremiyet ihlali denildiğinde ilk adımda akla kişinin özel hayatına dair kontrol altında bulundurulması gereken konuşmalar, görüşmeler, fotoğraflar, videolar veya anılar vb. olsa da sorunun temel kaynağı kişisel verilerin izinsiz kullanılması ve dağıtılmasında yatmaktadır. Dolayısıyla Cambridge skandalı, pek çok kullanıcının mahremiyet kontrolü hakkında endişe hissetmesine neden olmaktadır. Nitekim Chatfield, okuryazarlık düzeyinde kendisini geliştirme çabasında yer alan gençlerin bu konuda ciddi kuşku duyduklarını ve gençlerin gerçek kaygılarının tanımadıkları insanların cinsel teşebbüslerinden değil artık mahremiyet ayarları, etiketlenmiş fotoğraflar, cep telefonu numaraları ve doğum tarihleri bilgilerinin kontrol dışı kalmasından kaynaklanabileceğinin altını çizmektedir (Chatfield, 2012, s. 68). Tam da bu sorunsaldan yükselen bağlamıyla kişisel bilgilerin internet ortamlarında ebeveynler tarafından asıl sahiplerinden habersiz bir şekilde paylaşılması, ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetini ne kadar gözettiklerini tartışmalı yere konumlandırmaktadır. Bu probleme odaklanan yönüyle Deutsch Telekom şirketi "Share with care" kampanyası ile çocuk fotoğraflarının internet ortamında kullanmasında yer alan sorumluluğu hatırlatan boyutuyla ebeveynlere yönelik farkındalık çalışması gerçekleştirmiştir. "Ella'dan bir mesaj" başlığı ile deepfake videosu hazırlayan Deutsch Telekom şirketi, bir aile örneği üzerinden çocukların fotoğraflarını internette paylaşmanın olası sonuçlarını ele almıştır. Deepfake spotu ile "paylaşma" konusuna dikkat çekilen filmde 9 yaşındaki Ella, yapay zekâ teknolojisi ile yetişkin versiyonuna dönüştürülmüştür. Video 'yetişkin Ella'nın anne babasına gelecekte bir uyarı ileterek, onları çocukluk fotoğraflarının internette paylaşmalarının sonuçları ile yüzleştirmiştir. Ella burada bütün çocuk grubunu temsil etmektedir. Çocuk fotoğraflarının riskleri ve sonuçları hakkında ebeveynleri bilgilendirmeyi amaçlayan bu sosyal farkındalık çalışmasında, fotoğrafların çevrimiçi ortamlarda bilinçsizce paylaşıldığında çocukların istemeden de olsa, veri simsarları tarafından profil oluşturmaya, bilgisayar korsanlığına, yüz tanımaya, pedofiliye ve mahremiyet ve güvenliğe yönelik diğer tehditlere maruz bırakılabileceğinin altı çizilmiştir

(“ShareWithCare”: Telekom sensibilisiert für verantwortungsvollen Umgang mit Kinderfotos im Internet, 2023).

Türkiye’de ise 2023 yılında Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile Radyo, Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) arasında bu sorunu odağına alan yönüyle Ailenin Korunması ve Güçlendirilmesine İlişkin iş birliği protokolü gerçekleştirilmiştir. Bu protokolda 2023-2028 Türkiye Çocuk Hakları Strateji Belgesi ve Eylem Planı kapsamında bilgi teknolojilerine erişim ve güvenli internet kullanımı konusunda faaliyet planı oluşturulmuş ve bu doğrultuda “Gözünden Sakındığını Dijitalden Sakın” projesi geliştirilmiştir. Projenin amaçları arasında tanım olarak mahremiyet kavramının beden bütünlüğü, aile birliğinin ötesinde görsel temsilleri de içerdiği bilgisinin aktarılması yer alırken bu kapsamda aynı isimle kamuya yönelik bilgilendirme videosu hazırlanmıştır. Özellikle anne-babalara seslenen Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş, çocuk görsellerinin paylaşılmasının çocukları meta haline dönüştürebileceği riski taşıdığını ve bu nedenle çocukların sosyal medyada beğeni arzusunun öznesi haline dönüştürülmemesi gerektiğini ifade etmiştir (Ailenin Korunması ve Güçlendirilmesine İlişkin İş Birliği Protokolü İmzalandı, 2023).

Dijital teknolojilerin gelişmesi ve erişilebilir hale gelmesi yaşamın hemen her alanında gerekli olan iş ve uğraşlara önemli ölçüde kolaylık sağlayıp, etkileşimi kolaylaştırırken aynı zamanda kullanım amacı doğrultusunda çeşitli türden risklere de kapı aralayabilmektedir. Ebeveynler sosyal ağlarda çeşitli sebeplerle çocukları özelinde paylaşımlarını artırdıklarında aslında bu yönde pek çok kişisel veriyi de başkalarına açmakta, üçüncü kişilerle ‘ortak sahiplik’ oluşturmaktadırlar. Bu paylaşımlar ebeveynlerin kendi yaşamlarını, olanaklarını ve harcama alışkanlıklarını başkalarına sunma doğrultusunda gerçekleştirildiğinde ise dijital ebeveynliğin tüketim yönü öne çıkmaktadır. Bu açıdan sharenting olgusunun tüketim bağlamının daha derinlikli incelenmesi konuya yönelen bakışın geliştirilebilmesi açısından önemli bir yerde durmaktadır.

### **2.3.3. Tüketim Olgusu Bağlamında Sharenting**

Tüketim kavramı günümüzde yaygınlıkla maddi kazanç ve harcama alışkanlıkları üzerinden değerlendirilirken aynı zamanda kavram, toplumsal statüyü de besleyen işlevsel bir özelliğe sahiptir. Dolayısıyla bu olgu pazarlama stratejilerinin odağında yer almakta ve davranışların tüketim temelli yönlendirilmesine etki etmeyi amaçlamaktadır. Tüketim bu açıdan bakıldığında belirli toplumsal kodlarla birlikte düşünülebilecek bir yapıyı içerisinde barındırmaktadır. Yalnızca maddi kaynaklara erişim üzerinden sınırlandırılmayacak olan tüketim olgusu geniş bir yelpazeye sahiptir. Baudrillard’a göre, “Tüketim etkin ve toplumsal bir davranıştır, bir zorlama, bir ahlak ve bir kurumdur. Tüketim tam olarak bir toplumsal değerler sistemi, bu terimin grup bütünleşmesi ve toplumsal denetim işlevi olarak içerimlediği bir toplumsal değerler sistemidir” (Baudrillard, 2008, s. 95). Bu davranışa eşlik eden göstergeler dünyasındaki kodlarından beslenen tüketici, kendisine ön görülen biçimde yaşamını kurgulamaya ve bu düzlemde alışkanlıklarını düzenleme yoluna gidebilmektedir. Bu döngünün içerisinde yer alan birey kimi zaman kendisi ile kurduğu iletişimde dahi egemen toplumsal değerlerin

sözünden çıkmama çabasını gösterebilmektedir. Böylelikle özellikle tarımsal üretimden endüstriyel ekonomiye geçişteki modern insanın tüketimi, yalnızca maddi düzlemde değerlendirilemeyecek kadar kapsamlı bir alanda kendisine yer bulmaktadır. Bir tüketim toplumu modelinde hıza ve haza odaklanan yaşam tarzı doyumun da anında karşılanmasını beklemektedir. Bauman bu durumu anlık tüketim olgusu üzerinden açıklamaktadır.

Tüketime dayalı ekonomi mantığı, tüketicinin doyumunun *anında* olması gerektiğini söyler. Bu iki anlama gelir: Birincisi açıktır; tüketilecek mallar, uzun hazırlık çalışmalarının, bir beceri öğrenmeyi gerektirmemek, anında doyum sağlamalıdır; ama doyum da son bulmalıdır; hem de tüketim mallarının tüketilmesi için gereken zaman ‘dolar dolmaz’ ve bu zaman olabildiğince asgariye indirilmelidir (Bauman, 2010, s. 85).

Üretim ve tüketim sürecinde özellikle post-endüstriyel toplumsal ekonomide -toplumsallaşmayı dışarıda bırakmayan yönüyle- bireysellik geçmişe göre önemini artırmıştır. Üretim sürecindeki bu birey daha az zaman geçirmenin de yollarını aramış, arta kalan zamanda ise sahiplikler özelinde mutluluk ve hazzın değiş-tokuşu arayışına girmiştir.

Modern insan hayatını giderek daha az emek içinde üretimle, ama giderek daha fazla kendi ihtiyaçlarının ve refahının üretimi ve sürekli yenilenmesiyle geçirir. Modern insan tüketimci potansiyelliklerinin ve kapasitelerinin tamamını seferber etmeye odaklanmalıdır. Eğer bunu unutursa, kendisine mutlu olmama hakkına sahip olmadığı kibarca ve ısrarla hatırlatılır, Dolayısıyla modern insanın edilgin olduğu doğru değildir: Modern insanın sergilediği ve sergilemek zorunda olduğu sürekli bir etkinliktir. Aksi halde modern insan sahip olduğuyla yetinme ve toplumdışı olma riskiyle karşı karşıya kalacaktır (Baudrillard, 2008, s. 94).

Baudrillard’ın bu tanımı postmodern insanın aktif üretken birey tanımlamasıyla uyumlu bir şekilde örtüşmektedir. Bu birey yalnızca satın aldıkları ürün, hizmet ya da mallarla değil aynı zamanda tercihleri, alışkanlıkları ve yaşam stili ile de tüketici hatta üre-tüketici konumuna yerleşmektedir. Tüm bu yaşamların gösteriye dönüştürüldüğü en işlevsel alan ise günümüz dijital iletişim teknolojileri ile erişilebilen yeni medya ortamlarıdır.

Lytotard modern terimini, “tinin diyalektiği, anlamın yorumbilimi, rasyonel ya da çalışan öznenin özgürleşimi ya da zenginliğin yaratımı gibi temel anlatılara açık başvurularda bulunan bir meta söyleme gönderme” üzerinden kullanmaktadır (Lytotard, 1997, s.12). Modern insanın özgürleşme sürecinde dahil olduğu kültürel iklim dijitalleşme ile dönüşmeye ve şekil almaya başlamıştır. Modern dünyanın dijital kültürü Lyotard’ın modern tanımına karşılık gelen sayıltıları doğrudan karşılamaktadır. Dijital kültür olarak adlandırılan bu dönemde yeni iletişim teknolojileri ile etkileşim geçmişte hiç olmadığı kadar kullanıcıların hizmetine sunulmuş ve kişisel yaşamlarının neredeyse odağına yerleştirilmiştir. Dijital kültürün aktif eylemcileri yalnızca bireyler değil aynı zamanda kurumlar ve topluluklar da olabilmektedir. Dolayısıyla ortak kültür oluşumunda dijitalleşme neredeyse kilit konuma yerleşmiştir. Dijital kültür kavramını “siber kültür” kavramı özelinde irdeleyen Deuze (2006), kavramın

açıklanmasında yalnızca insanların ve makineler özelinden bir işlevsellikten bahsedilemeyeceğini bu kültürün oluşumunda küreselleşen bir dünyada giderek bireyselleşen bir toplum ifadesinden söz edilebileceğini belirtmektedir (s. 63). Buna yönelen bireyin eylemlilik halinde toplumsal değerlere bağlılığın yerini özneleşme almıştır. Birey bu açıdan bir yandan modern yaşamın sunduğu olanaklardan yararlanırken beraberinde zihinsel dünyasındaki düşünce aksı yön değiştirmeye başlamıştır. Touraine'nin ifadesiyle bu durum bireyin özneye dönüşmesinin bir tezahürüdür. “Özneleşme, bireyin aşkın değerlere tabi olmasının tam tersidir: Eskiden insan Tanrı'da kendi izdüşümünü buluyordu; ama artık modern dünyada kendisi değerlerin temeli haline gelir” (Touraine, 1995, s. 235). Ancak bu yapıda toplumsal değerlerden tamamen bir kopuştan söz edilmemektedir. Tüketici kapitalizmi tam da bu bağlam üzerinden işlerliğini arttırmaktadır. Bireyleri geçmişten tamamen koparmamakta ancak yeni olanın cazibesini artırırken bireysel yaşam ve tercihlerin belirlenmesinde tüketicilere yoğun bir şekilde mesaj aktarımı gerçekleştirilmektedir. Bu mesajlarda tanıtımı yapılan her ne ise buna erişimin kişiye sağlayacağı hazzın da sunumu bezenmektedir. Tüketim ilişkilerinin etkin bir şekilde sürdürülmesi için tüketicilerde istek ve ihtiyaç oluşturulması ve pazarlaması gerçekleştirilen ‘şeyler’in elde edilmesini çekici kılacak birer arzu nesnelerine dönüştürülmesi, ihtiyacın karşılanmasından ziyade ulaşabilmenin hazzına eşlik etmektedir.

Tüketici kapitalizminde tüketiciler iki biçimde sömürülür. Birincisi, bazı durumlarda ürünler için gerçek değerlerinden daha fazla ödemeye zorlanırlar. Kapitalistler arz ve talep çevrimlerini manipüle ederek bu sömürde bir rol oynarlar. İkincisi, tüketici toplumu hiper tüketimi cesaretlendirir. Gerçekte tüketiciye hiçbir yararı veya tüketicinin hiçbir ihtiyacı olamayan malların aşırı tüketimini mecbur bırakır (Ritzer ve Stepnisky, 2018, s. 561).

Bu özendirilmiş tüketim, üretici yönünden korunması gereken bir alanı çevrelerken aynı zamanda yeni tüketicilere yeni bağlantılarla kuşatmaktadır. İçerisinde yer alan çeşitlilikle tüketim davranışları her ne kadar bireye özgü, özelleştirilmiş gibi görünse de tüketicilerin belirli bir kalıba uygun davranmalarının sağlanması yönlendirilme olasılığını içerisinde taşımaktadır.

Dijital dünyanın kimi kullanıcıları yeni medya ortamları arasından özellikle sosyal ağlarda yoğun biçimde içerik üretirken aynı zamanda birer tüketici olarak popüler olanı takip etmekte, yaşamlarını daha iyi kılacak fırsatların arayışına girmekte ve bununla birlikte sahiplikler üzerinden daha iyi bir sunumu yakalamaya çalışmaktadırlar. Özellikle dijital ebeveynlik performansında, çocuğun aldığı rol hem tüketen hem de tüketilen bir konuma yerleşebilmektedir. Aktif arzıcı ebeveynler, internet ortamının geniş enformasyon alanından yararlanarak ebeveynlik rollerine fayda sağlıyor gibi görünse de bu rollerinin sunumunda destekleyici mekanizmaların tüketim odaklı çalıştırılması çocukların sosyal veya dijital yaşamlarına risk içeren boyutuyla etki edebilmektedir. Özellikle yeni nesil genç ebeveynler çocuklarının pek çok anını dijital ortamlarda toplumun geneline açarak bir ebeveynlik sunumu arayışı içerisinde yer alabilmekteledir.

Genç kuşağın hayatına dair birçok şeyi memnuniyetle ve kusursuzca internete aktardığı varsayımının insani diğer yüzü. Kimi ebeveynlerin giderek farkına vardığı üzere, onlu yaşlardaki gençlerin hayatlarında teknolojinin rolü, kendine özgü kaygılara, belirsizliklere ve durmadan kafalarını meşgul eden sorulara yol açıyor ve bunların nadiren dile getirilmesi, konuyla ilgili insanlara pek az yardımcı oluyor (Chatfield, 2012, s. 69).

Çocukların ebeveynleri tarafından tüketildiği bu hâkim kültürel iklim yapısında ebeveynlerin tutumu önemli bir yerde durmaktadır. Dijital iletişim teknolojileri çocukların ‘özne’ olarak birey olma durumlarını destekleyen bağlamıyla kullanılması hem gelecekte utanç duyabilecekleri içeriklerle karşılaşmalarını önleyecek hem de sosyal ve dijital kimliklerini kendilerinin kurup yönetebilmesinde onlara özgürlük alanı sağlayacaktır.

#### **2.3.4. Kimlik İnşası Bağlamında Sharenting**

Disiplinler arası bir kavram olarak ağırlıkla insan ve toplum bilimlerinin araştırma konusunu oluşturan kimlik olgusu kelime kökeninden de hareketle bireylerin kim olduklarını, aidiyetlik bağlarının kimler ve hangi yerler ile kurulduğunu, kimlerle dayanışma içerisinde bulunduklarını ifade eden temel bilgileri tanımlamaktadır. Buna uygun olarak Kongar, insanın kendi iradesi dışında doğumda edindiği kimlikleri beş kategoride ele almaktadır. Bunlar; aile kimliği, coğrafya kimliği, din ya da mezhep kimliği, ırk ya da milliyet kimliği ve vatandaş kimliğidir (Kongar, 2005). Bauman ise kimlik kavramını özkimlik arayışı etrafında tartışmaktadır. Bauman, özkimliği bireyin dış dünya yerine kendine yoğunlaşır yoğunlaşmaz, birlik ve tutarlılık için duyulan muazzam istek olarak ifadelendirmektedir (Bauman, 1999, s.110). Nitekim Gleason da tutarlılık açısından kavramı Locke’dan hareketle zihin ve beden problematiği arasında değerlendirmiştir. (Gleason, 1983, s. 911). Bu açıdan alt-kimlik ve üst-kimlik kavramsallaştırmaları tanımın etraflı değerlendirmesi açısından yarar sağlamaktadır. Kimliğin üst ve alt tanımlamaları doğrudan hiyerarşik ve statü göstergesi değil ifadenin kapsam alanı üzerinden geliştirilmiştir. Alt kimlik daha yerelde olana, çatı oluşumun altında yer alan ve ona bağlı olan aidiyetliklere işaret etmektedir. Erdoğan’ın yaşam alanları üzerinden gerçekleştirdiği örneklendirme ile kimi zaman yaşanan ilçe vatandaşların üst kimliğini işaret edebiliyorken, o kişinin ikamet ettiği sokak ise alt kimliğini tanımlayabilmektedir. Erdoğan alt kimliğin ‘ben’ ile kurulan yakın bağına dikkat çekmekte ve bireyin alt kimliği ile daha yoğun ve sıkı bağları olduğunu işaret etmektedir bu bağlamda alt kimliği neredeyse ‘ben’ ile eşitlemektedir (Erdoğan, 2006, s. 103). Ben kavramından türeyen benliği ise Bilgin, prototip, şema veya ağ olarak nitelemek, onu bir bilgi yapısı gibi görmek, insanın kendi hakkındaki bilgilerin bir organizasyonu gibi anlamak olduğunu ifade etmektedir. Benlik, böylelikle insanın kendi hakkında nasıl bir insan olduğuyla ilgili genellemelerini, algılarını ve duygularını, inançlarını ve tutumlarını az ya da çok etkileyerek davranış ve hareketlerini yönlendiren bağlama işaret etmektedir (Bilgin, 2009, s. 176).

Benlik kurulumu toplumsallıktan tamamıyla yalıtılmış ve tek başına oluşagelen bir süreçte sahip değildir. İçinde yer alınan toplumsal kimlikler aynı zamanda benliğe de etki edip, benliğin sunumunda

farklılaşmayı beraberinde kılarak zamanla dönüşmesine de katkı sağlayabilmektedir. Bauman bunun piyasa tarafından bilinçli olarak kimlik yapıcı araçlar ile organize edilebileceğini ve işlevselleştirilebileceği uyarısına dikkat çekmektedir.

Piyasa yoluyla kişi kendi yaptığı kimlik kartının, uyarlanmış benliğinin çeşitli öğelerini bir araya getirebilir. Kişi kendini modern, özgür, özenli bir kadın ya da düşünceli, akli basında, şefkatli ev kadını olarak; ileriye bakan, kendine güvenli bir kodaman; rahat, sevimli bir dost; gözü dışarıda, fiziksel olarak sağlıklı, maço bir erkek olarak ya da bütün bunların bir karışımı olarak nasıl ifade edebileceğini öğrenir (Bauman, 1999, s. 115).

Dunn bu açıdan tüketim kültürü doğrultusunda medyanın kimlik oluşumu rolüne vurgu yapmaktadır.

Dunn'a göre, metalaşmanın bir sonucu olarak, kimlik dönüşümü süreci dört temel şekilde ortaya çıkmaktadır. Öncelikle birey, temsili işaret ve imgeleri tüketen bir tüketici haline gelir. Çalışan, ebeveyn, öğrenci gibi mevcut sosyal kimlikler, bireyin sosyal yönelimlerini ve ilişkilerini giderek daha fazla şekillendiren ve koşullandıran, çoğunlukla medya güdümlü ortak tüketim kültürü tarafından ikame edilmektedir (akt. Köksalan, 2022, s. 294).

Aynı zamanda sosyal yönelimlerinin desteklendiği sosyal kimlik olgusu da kimliğin kazanılması sürecinde doğuştan kazanılan ve etkileşim halinde pekiştirilen davranış kodlarını içermektedir.

Timisi'nin (2016) ifadesine göre dijital benlik bireylerin çevrimiçi kimliklerine gönderme yapmaktadır (s. 43). Özellikle dijital dönüşümle birlikte bireyler özellikle sosyal ağlarda kimliklerini kurgularken bir benlik sunumu içerisinde yer almaktadırlar. “Charles Taylor’a göre benlikler, paylaşılan anlamların alanlarında, paylaşılan sorunların alanlarında ve paylaşılan değerlerin alanlarında ortaya çıkar” (Ritzer ve Stepanisky, 2018, 417). Özellikle sosyal ağlarda kullanıcılar belirli ortak oluşumları referans alan bağlamıyla kimi zaman aidiyet bağlarını kurdukları yerler üzerinden kimi zaman ise sosyal rol ve kimlikleri üzerinden bir araya gelebilmektelerdir. Instagram’da “@ankaralılar, @izmirililer\_toplulugu ya da @romanyada\_yasayan\_turkiyelililer vb.” başlıklı hesap kurulumları kullanıcıların mekânsal aidiyetlerini beslerken @teknolojik\_ebeveynler, @farkyaratan\_ebeveynlik ya da @dijital.ebeveynlik benzeri hesaplar ile ebeveynlik etrafında sosyal aidiyetlik bağları geliştirilebilmekte ve ortaklaşma arttırılabilmektedir. Bilgin bu bağlamı, kent kimliği ve kolektif kimlik etrafında açıklarken eşyalar gibi yerlerinde, grup kimlik ve aidiyetini tamamladığını ve böylece, grup üyeleri arasında belirli oranda bellek senkronizasyonunun sağlandığını belirtiyor olsa da günümüzde benzer durum dijital mekanlar ve oluşumlar için de geçerli denilebilmektedir (Bilgin, 2011, s. 32)

Köksalan, postmodern dönüşle ilişki içinde olan medya güdümlü kültürün, yeni bir özne ve kimlik oluşumu açısından bazı ontolojik yönere sahip olduğunu belirtmektedir (Köksalan, 2022, s. 294). Bauman bu bağlamı akışkan modern koşulların dinamiği üzerinden dönüşebilen yeni bir kimlik inşası ya da arayışı etrafında açıklamaktadır.

Bireyin sadece kendi kaynaklarını kullanarak (yani herkesçe tanınan ve kabul edilen bireyüstü güçler tarafından vaat edilen veya garantilenen kaynakların olmaması durumunda) birleştirmesinin mümkün olmadığı düşünülen şeyleri birleştirmektir. Adını koymak gerekirse, ne kadar kısa olursa olsun seçilmiş bir kimliğin güvenliğini, mevcut kimliğin çekiciliğini kaybetmesi ve güvensizleşmesi durumunda başka bir tanesiyle değiştirileceği kesinliği (veya yüksek olasılığı) ile birleştirmekte. Kısaca, bir kimliğe tutunabilme yetisiyle onu istediğinde değiştirebilme yetisini birleştirmek; kişinin “başka birisi olma” becerisinin yanı sıra “kendi olması”. Sıvı modern koşullar bu iki beceriye aynı anda sahip olunmasını gerektirir ve tüketici pazarlarının sağlamayı vaat ettiği şey de bu iki yetiyi de kullanabilmek için gerekli araçlardır (Bauman, 2014, s.102).

Birey o halde gündelik sosyal yaşamdaki kimliğini muhafaza ederken aynı zamanda dijital ortamda başkalarının zihin dünyasına karşılık gelen yeni bir kimlik oluşturma sürecine dahil olmaktadır. Bu kimlikler kimi zaman tutarlı bir yol izlerken kimi zaman kendi içinde çelişebilmektedir. Gündelik yaşamda herhangi bir kullanıcı suskun ve edilgen karakter yönelimi ile pasif bir davranış modeli sergilerken aynı kullanıcı dijital ortamda tam tersi yönde üretken ve aktif bir benlik sunumu içerisinde yer alabilmektedir.

Ulrick Beck, ‘bireyselleşme sürecinde içkin çelişiklere’ dikkat çekerek yeni bir bağımlılığa yol açan bu ikame olgusunu sosyolojik açıdan değerlendirmektedir: ‘*Geleneksel* bağların ve sosyal formların yerini, bireyi modaların, durumların, konjonktürlerin ve pazarların oyunağı haline getiren *ikincil* merciler ve kurumlar almaktadır. Bireyin bu etkenleri kontrol altına alamaması yeni bir bilinç biçimi olarak devreye girmektedir. Bireyselleşen özel yaşam böylece giderek daha açık ve belirgin bir biçimde hiçbir müdahaleye izin vermeyen durumlara ve koşullara bağımlı hale gelmektedir (akt. Funk, 2020, s.112).

Dijital medyanın önemli etkileşim ortamları arasında yer alan sosyal ağlarda ebeveynler kendi kimliklerini desteklemeye çalışan yönüyle henüz doğmamış çocukları adına dahi yeni hesaplar oluşturabilmekte ve onlar adına paylaşım gerçekleştirebilmektedir. Böylelikle henüz doğmamış olan bebekler ya da varlığından haberdar olmadığı bir alanda kendisine ait bir dijital kimliğe sahip olan çocuklar, ebeveynleri tarafından kurgulanmış olan bu alanda dijital ayak izlerine de sahip olmaktadır. Bu çocuklar gelecekte dijital dünyaya adım attıklarında inisiyatiflerinin dışında kendilerinin adına pek çok içerik oluşturulduğuna şahit olabileceklerdir. Böylelikle sosyal medyada nonim kimliği ile hesap oluşturup oluşturmayacağı ile ilgili seçme özgürlüğü bulunan bireyin bu imkânı ebeveynlerinin kendi adlarına aldıkları bu karar ile yeni bir başlangıç üzerinden gerçekleştirilemeyecektir. Dolayısıyla dijital ebeveynliğe yönelen boyutu ile yeni medya literatüründe ‘makul sharenting’ olarak tanımlanan bağlamda, çocuğun yaşı ve kendi dijital kimliği üzerinde ne düzeyde denetiminin olduğu makuliyet sınırlarının belirlenmesinde birincil hususlardan biri olarak ifade edilmektedir (İnan Kaya ve Kaya, 2017, s. 452).

Dijital ebeveynlik kimliği bu açıdan gündelik yaşamdaki rollerin internet ortamlarında aynı sorumluluk ile sürdürülmesini gerektirmektedir. Bu açıdan bakıldığında Livingstone ve Byrne (2018),

dijital ebeveyn kimliğine atfedilen rolleri; bağlantı, davranış kontrolü, bireyselliğe saygı, uygun davranışın modellenmesi ve koruma sağlama olarak ifade etmiştir Ebeveynler çocukları ile sağlıklı ve güven içerisinde bir bağlanma geliştirdiğinde çocukların hem gündelik hem de dijital deneyimlerini ebeveynleri ile paylaşabilme olasılığı yükselmektedir (s. 21-22). Çalışmaya göre dijital ebeveyn sorumluluğu küçük çocukların çevrimiçi faaliyetlerini onları korumak adına denetlemeyi ve çocukların dijital becerilerini desteklemeyi gerektirmektedir. Sağlıklı geliştirilen ilişki ile desteklenen çocuklar sorumluluklarının farkında olarak internet dünyasının yeniliklerini bağımsız bir şekilde keşfedebilir, yararlı ve zararlı içeriklerin ayırdına varabilmektedir. Bu süreçte ebeveynin dijital ortamlara yönelik tutumu da belirleyici bir öneme sahiptir.

Dijital kimliklerin oluşturulmasında ebeveynlik rolünün internet ortamlarındaki sunumu çocuklara yönelik bağlamı açısından önemli bir yere sahiptir. Livingstone ve Blum-Ross'un ebeveynlerin dijital benlik kurulumu ve sınırlarını inceledikleri çalışmada, küçük çocukların ve ergen dönem bireylerin, ebeveynleri ile özdeşleştiklerini belirtmektedir. Böylelikle ebeveynler boş zamanlarının çoğunu internet ortamlarında geçiriyorlar ise çocuklarında bunu yapma olasılığının yüksek olduğunu ifade edilmektedir. Bu bağlam doğrultusunda ebeveynlerin internet ortamında çok fazla bilgi paylaşımları durumunun çocukların da kendi kişisel bilgilerini veya arkadaşlarıyla ilgili bilgileri paylaşma şeklini ve sıklığını etkileyip etkilemeyeceği sorusu akla gelmektedir. Dolayısıyla çocuklar gelecekte 'sharenting' sorunsalı doğrultusunda buna yönelik bir bilinç geliştirdiklerinde ve ebeveynleri ile anlaşmazlığa düşebilmeleri güçlü bir olasılıktır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017).

Günümüzde annelik ya da babalık rolleri aynı zamanda kimlik kazanımının destekleyici bir unsuru olarak dijital ortamlarda da gerçekleştirilmektedir. Lupton ve ark. (2016), blog sayfalarının geleneksel rollerin kazanılmasında pekiştirici bir işlev gördüğünü belirtirken konuya toplumsal cinsiyet çalışmaları perspektifinden bakan araştırmacıların anne bloglarının ana akım medyada temsil edilen 'iyi' annelik ideolojilerini aktif olarak reddettiğini belirtmektedir. Anneliğe göre sayıca daha az içeriğe sahip babalık bloglarında ise özellikle genç ve ilk kez baba olan kişilerin kimlik oluşumunda benzer durumdaki diğer kişilerden destek arayışına odaklanıldığı ifade edilmiştir (s. 733).

Dijital medya ortamlarında kimlik olgusu güvenlik açısından da önemli bir bağlama sahiptir. Günümüzde kullanıcılar gerçek bilgileri üzerinden dijital hesaplar oluşturmakta ve gündelik yaşamlarının bir versiyonunu dijital ortamlarda da sürdürmektedirler. Günümüz etik ve yasal sorunları açısından en önemli sorunlar arasında deepfake olarak tanımlanan yapay zekâ tabanlı video ya da fotoğraf ekleme teknolojisinin kullanım alanları yer almaktadır. Deepfake teknolojisi ile kötü niyetli kullanıcılar dijital ortamda genellikle yüz değiştirme teknolojisini kullanarak bireylerin görsel ve işitsel verilerini kendilerinden habersiz kopyalayarak bir başka kullanıcıya yerleştirebilmektedir. Bu içeriklerle rencide edici, utanç verici, istenmeyen görüntüler oluşturulabilirken suç odaklı bir bakışla da kullanılabilir. Bu nedenle pek çok işi kolaylaştırmaya yarayan teknolojilerin hangi amaçla kullanıldığı önemlidir.

Dijital ortamlarda kimlik olgusu bağlamında en sık karşılaşılan bir diğer sorun ise kimlik avı dolandırıcılığıdır. Bu problemin oluşumunda da benzer şekilde kötü niyetli kullanıcılar esas kullanıcının çevrimiçi bilgilerini izleyebilmekte ve kişisel bilgilerini çalabilmektedir. Bu kişiler esas kullanıcı gibi davranarak ele geçirdiği kişisel verileri suç teşkil eden davranışlar için kullanmayı deneyebilmektedir. Bu nedenle bilinçli internet kullanımı hakkında bilgi sahibi olmak ve bu bilgilerin yaygınlaştırılarak farkındalığı artırmak güvenli internet ortamı için gereklidir.



### 3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

#### 3.1. Amaç

Yeni medya ortamları arasında sıklıkla ziyaret edilen ve pek çok kişi tarafından aktif biçimde kullanılan sosyal ağlar, çeşitli türden içerik paylaşımlarına olanak sağlamaktadır. Son yıllarda bu ağlar arasında popüler olan ve takipçi sayısı özelliği ile öne çıkan Instagram’da yoğun olarak fotoğraf ve video paylaşımı gerçekleştirilmektedir. Paylaşımların niceliği arttıkça niteliği de sorgulanmaya başlanmış ve bu paylaşımlarda kişilik haklarının ne ölçüde ihlal edildiği sorunsalı son zamanların tartışma konusu haline gelmiştir. Bloglar, vloglar ile birlikte yaşam deneyimlerinin herkese açık olarak paylaşılması durumu çeşitli sosyal ağlarda gerçekleştirilebilirken Instagram ölçeğinde de bu özellik yaygınlık kazanmıştır. Özellikle Instagram’da çok takipçili kullanıcıların kamuya açık olan hesaplarında yer alan gönderiler, binlerce hatta milyonlarca kişiye ulaşabilmekte ve bunun sonucunda da ticari anlaşmaların imzalanması ile çeşitli ürünlerin örtülü ya da açık tanıtımları gerçekleştirilebilir hal almıştır. Takipçi sayısına ve dijital kimliğine bağlı olarak farklı alanlarda öne çıkan bu durum son yıllarda ebeveynlik rolü üzerinden de popülerlik kazanmıştır.

Çocuklarının yaşamlarından oluşan pek çok anın, milyonlara varan kullanıcılarla paylaşılması ve bu paylaşımların gizlilik ayarlarının ‘herkese açık’ olarak düzenlenmesi; özel alan, kamusal alan ve mahrem alan sınırlarının bulanıklaşmaya başladığını göstermektedir. Bu bağlamda özel alana ait olanın kamusal aleniyet kazanması, Çocuk Haklarına Dair Sözleşme’nin 8. maddesi gereği çocuğun en temel hakları arasından korunma hakkını ihlal edebilmektedir (Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, 1989). Çocuğun en temel hakları arasından korunma hakkının ihlali, etik açıdan ebeveyn sorumluluğunun yerini hatırlatmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada öncelikli olarak etik kavramına değinilecek olup bu kavram, yeni medya etiği ekseninde ebeveynlik yaklaşımları üzerinden ele alınacaktır. Aynı zamanda bu çalışma ile yeni medya ortamları arasında yoğun biçimde kullanılan sosyal ağlarda aktif olarak içerik üreten dijital ebeveynlerin çocukları ile ilgili yaklaşımları ‘sharenting’ özelinde incelenerek alan yazına katkı sağlanmaya çalışılacaktır. Ancak bu inceleme yapılırken yeni medya okuryazarlığı üzerinden dijital ebeveynliğin çocuğun yararına işleyebileceği olasılığı da göz ardı edilmeyecektir. Çalışma kapsamında yeni medya ortamları arasından sosyal ağlarda değişmekte olan mahremiyet alanları ve bu alanların kamusallaşması sorunsalı çocuk hak ihlallerinin açıklanabilmesi bağlamında önemli bir yerde durmaktadır. Ele alınan örneklerin analiziyle ebeveyn yaklaşımlarının merkezinde yer alan çocuk odaklı bakış mahremiyet ve kamusal kavramları bağlamında tartışılacaktır. Böylelikle ebeveynlerin hak ihlalleri gerçekleştirip gerçekleştirmedikleri, yeni medyada dijital ebeveynlik olgusu dolayımında çocuk ve ebeveyn perspektifinden kapsamlı bir şekilde irdelenecektir.

Bu çalışma, yeni medya ortamlarında özellikle sosyal paylaşım ağları arasından Instagram’da yer alan dijital ebeveynlerin çocuklar özelinde gerçekleştirdikleri gönderiler arasında; hak ihlallerinin olup olmadığını, ebeveyn sorumluluğunun etik yanını, varsa kamusallaştırılan mahremiyet sorunsalını kapsamlı olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

### 3.2. Problem

Ebeveynlik sorumluluğu çocukların yalnızca gündelik yaşamlarında değil aynı zamanda dijital güvenliklerini de koruyabilmeyi de içermektedir. Bu nedenle üre-tüketici (prosumer) ebeveynler sosyal ağlarda kimi zaman çocuklarının kişisel ve duygusal verilerini kamuya açık bir şekilde paylaşarak, çocuklarının gizliliğini ve güvenliğini hem dijital ortamda hem de sosyal yaşamda farkında olmadan tehlikeye atabilmektedir. Çeşitli türden güvenlik riski içeren gönderilerin takipçileri tarafından olumlanabilme sorunsalı da önemli bir yerde durmaktadır. Sosyal ağlar arasında kullanıcı hesap sayısı ile öne çıkan Instagram'da, Türkiye ölçeğinde kamuya açık gönderi yayınlayan dijital ebeveynlerin gerçekleştirdikleri paylaşımların; çocuklara yönelik hak ihlallerini, mahremiyetin sınırlarını ve etik kuralları gözetken bir yaklaşımı yansıtır yansıtmadığını ebeveynlik yaklaşımları üzerinden incelemek bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır.

### 3.3. Yöntem

Son yıllarda sosyal ağlarda öne çıkan popüler dijital kimlikler arasında ebeveynlik sunumlarının artan boyutu dikkat çekici hale gelmiştir. Bu çalışmada da Instagram'da ebeveynlik yaklaşımları üzerinden yüksek takipçi sayısına sahip olan dijital ebeveynlerin herkese açık oluşturdukları gönderileri, Teun A. Van Dijk'ın geliştirmiş olduğu söylem çözümlemesi modeli temel alınarak incelenecek ve özellikle çocuklar ile ilgili gerçekleştirdikleri paylaşımların etik yanı kuramsal boyutta tartışılacaktır. Sosyal bilimler alanında söylem analizini literatüre bir araştırma yöntemi olarak geliştiren Zellig Harris, 1952 yılında Language dergisinde kaleme aldığı 'Söylem Çözümlemesi' adlı makalesinde bir metnin ne olduğundan ziyade neyi nasıl söylediğini ana biçim birimlerinin ve tekrarlama kalıplarının neler olduğunun söylem analizi yöntemi ile keşfedilebileceğini belirtmektedir. Belirli metinler veya belirli kişiler, stiller veya konular için kesin modellere ulaşılabileceğini belirten Harris, bazı durumlarda bir metindeki belirli morfem dağılımı modelinden resmî sonuçların çıkarılabileceğini ifade etmekte ve böylelikle çoğu zaman, farklı kişilerin, farklı tarzlarda veya farklı konulardaki söylemleri arasında tutarlı yapı farklılıklarını göstermenin mümkün olabileceğinin de altını çizmektedir (Harris, 1952, s. 1). Dolayısıyla bu çalışmada yararlanılan söylem çözümlemesi yöntemi, çeşitli türden ebeveynlik yaklaşımlarının farklı odaklarının temelde çocuk yararı merkezli bir bakışla ayrıntılı bir şekilde ele alınabilmesine ışık tutmaktadır. Çalışma betimsel yaklaşımla nitel bir yöntem olan söylem çözümlemesi ile gerçekleştirilecek olup, nicel veriler yalnızca çalışmanın verimliliğini destekleme ve tasnif yoluna gitme doğrultusunda araştırmaya katkı sağlayacaktır. Böylelikle çalışma süresince nicel verilere yalnızca sosyal ağlarda takipçi oranları ile öne çıkan dijital hesapların tespiti ve ölçülebilir etkileşim sayısının değerlendirilebilmesi amacıyla başvurulacaktır.

Sosyal ağlarda sıklıkla etkileşim miktarının ölçülmesi ve niteliksel sonuçlara varmada kullanılan rakamsal değerler, en çok kullanıcı hesaplarında yer alan takipçi bilgisi ile karşımıza çıkmaktadır. Yüksek takipçi bilgisi, kullanıcıların araştırmaya dahil edilmesi bağlamında kritik olarak

değerlendirilecektir. Bu hesapların kamuya açık gönderi paylaşıyor olması ise kamusalılık ve mahremiyet ilişkisinin sorgulanabilmesi açısından önemli bir problemi ortaya koymaktadır.

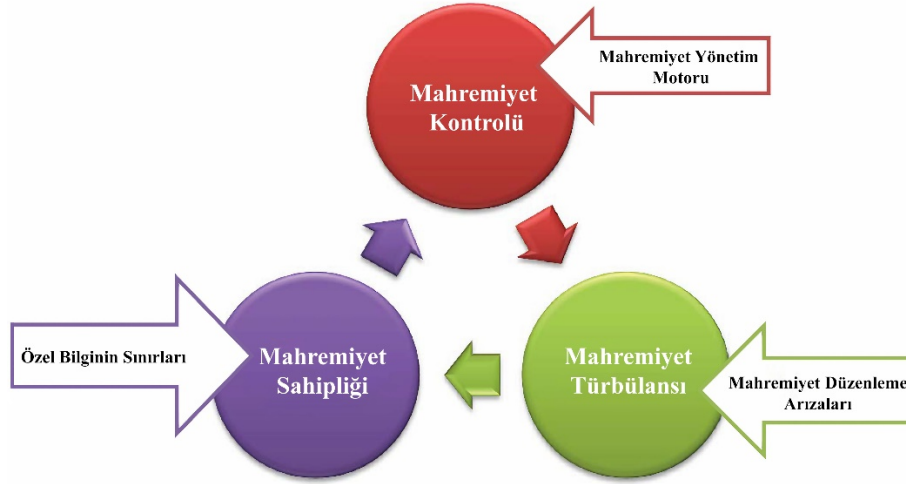
Araştırmanın veri toplama süreci boyunca ebeveynlik rolleri ile öne çıkan hesaplar incelenmiş ve bunların arasında farklı ebeveynlik yaklaşımları olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda amaçlı örneklem üzerinden belirlenmiş olan beş farklı dijital ebeveynlik yaklaşımı üzerinden analiz edilmiştir. Bu analiz ebeveynliğin dijital dönüşümünün sosyopsikolojik ve sosyoekonomik gerçeklikleri üzerinden;

- Sosyal olumlanma beklentisi,
- Bilgi paylaşımı,
- Ticari kazanç sağlama,
- Farkındalık yaratma ve
- Ben odaklı

Dijital ebeveynlik yaklaşımları doğrultusunda gerçekleştirilecek olup belirtilen yaklaşımlar dijital ebeveynliğin art alanındaki faktörler üzerinden derinleştirilecektir. Bu faktörler ise özel ve (kişisel) kamusal alan, mahremiyet, tüketim ve kimlik inşası olguları doğrultusunda seçilen örneklemeler üzerinden çözümlenecektir. İncelenen kullanıcı hesaplarında yer alan görsel ve yazılı bilgiler ile özellikle bu hesaplarda özne olarak konum alan çocukların, gönderilerde yer alan kişisel verileri araştırma etiği doğrultusunda çalışmaya dahil edilecek olup inceleme yeni medya etiğine uygun olarak gerçekleştirilecektir.

Araştırma yönteminin kuramsal dayanağını ise Petronio'nun (2004) geliştirmiş olduğu Türkçe alan yazınına İletişim Gizliliği Yönetimi olarak da çevrilen İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi, (Communication Privacy Management Theory/CPM) oluşturmaktadır. Petronio, kuramın oluşturulma ve geliştirilme sürecinde Altman (1973)'in Sosyal Penetrasyon Teorisi'nden yararlandığını ifade etmektedir (s. 194). Petronio, Kişilerarası ilişkilerin anlaşılmasını açıklayan bu kurama ek olarak İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi ile ifşa sorununun da açıklanabilmesini hedeflemektedir. Böylelikle mahremiyeti ve bilginin sınırları çerçevesini sorunsallaştıran Petronio, öz bilgi ile özel bilgiyi ayırmış ve geliştirmiş olduğu teori ile ifşanın altında yatan anlamı tam anlamıyla kavrayabilmek için dikkate alınması gereken iki yön üzerinde durmuştur. Bunlardan ilki açıklamanın içeriği (özel bilgiler), diğeri ise süreçtir. Başka bir deyişle süreci içerikten tanımlanabilir bir şekilde ayırmak ve ardından bunları tutarlı bir çerçevede yeniden birleştirmek gerektiği üzerine kurulmuştur (Petronio, 2004, s. 195).

Mahremiyetin yönetimi açısından özel bilgilerin düzenlenmesini sağlayan bileşenleri metaforik bağlam üzerinden tanımlayan Petronio (2013) bu bileşenleri; mahremiyet sahipliği (özel bilginin sınırları), mahremiyet kontrolü (mahremiyet yönetim motoru) ve mahremiyet türbülansı (mahremiyet düzenleme arızaları) olarak ifadelendirmiştir (s. 8). Petronio, bu bileşenler arasındaki döngüyü aşağıda yer alan diyagram üzerinden açıklayıcı bir şekilde somutlaştırmıştır.



**Şekil 3. 1. İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi Öğeleri**

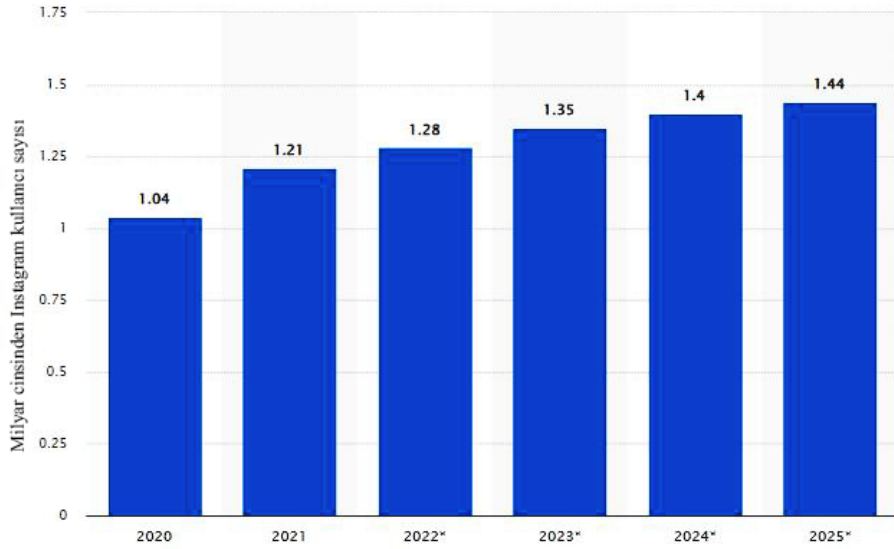
Petronio, çevrimiçi ortamlarda özel bilgilerin düzenlenmesi sorunsalını aksiyomlara ayırmıştır. Gizliliğin yönetilmesi ve ifşası sürecini sekiz aksiyom üzerinden tanımlayan Petronio, korunması gereken özel bilgilerin çevrimiçi ortamlardaki sınırlarının nerede zarar görebileceğini ve buna bağlı sızıntı kaynaklarını ele almıştır. Buna göre; Petronio mahremiyet mekanizmasında bireylerin nasıl bir tutum içerisinde bulunduğunu özellikle ilk dört aksiyomda açıklamaktadır. Buna göre Aksiyom #1’de, insanların özel bilgilerinin tek sahibi olduklarına inandıklarını ve bilgilerini koruma veya erişim izni verme hakkına sahip olduklarında ‘güven’ ön gördüklerini ifade etmektedir. Aksiyom #2’de "asıl sahipler"in başkalarına özel bilgilere erişim izni verdiklerinde, "yetkili ortak sahipler" haline geldiğini ve "asıl sahip" tarafından bu bilgilerin güvene dayalı sorumluluklarla karşılanarak algılanabildiklerini belirtmektedir. Bu kısım özel bilgilerin ortak sahipleri açısından kritik bağlama sahiptir. Petronio’nun ifadesinde kişisel verilerin yetkisi üçüncü bir diğer mekanizmanın kararlarına eşlenmiştir. CPM’in ikinci ana unsuru, özel bilgilere erişim izni verme ve vermeme koşullarını düzenleyen motoru simgeleyen ‘gizlilik kontrolü’dür. CPM Aksiyom #3’te, bireyler özel bilgileri üzerinde hak sahibi olduklarına inandıkları için, haklı olarak mahremiyetlerini kontrol edenlerin de kendilerinde olması gerektiğini düşünebilmektedirler. Bu varsayım, "yetkili diğer kişilere" erişim sağlandıktan sonra bile geçerliliğini korumaktadır. CPM Aksiyom #3 ile bağlantılı olarak CPM Aksiyom #4’ü, insanların özel bilgi akışını kontrol etme yolunun gizlilik kurallarının geliştirilmesi ve kullanılması olarak açıklamaktadır. Bu kurallar motivasyonlar, kültürel değerler ve durumsal ihtiyaçlar gibi karar kriterlerinden türetilmekte olup bu kriterlerin iki türe ayrılabilceğini savunmaktadır: temel kriterler ve gizlilik kuralı seçimlerini yönlendiren katalizör kriterler (Petronio, 2013, s.10). Aksiyom #5 ise aksiyom #4’ün öngörülebilirliği ve tahmin edilebilirliği üzerindeki kontrole gönderme yapmaktadır. Korunması gereken bilgiler tahmin edilemeyecek düzeyde yaygınlık kazanırsa ki bu durum mahremiyet sonrası ifşa kavramına karşılık gelir. Aksiyom #6, ifşa sonrasında yaşanabilecek sosyal sorunları işaret etmektedir. Ebeveyn-çocuk iletişiminde ebeveyn kaynaklı bir bilgi sızıntısının ifşası beraberinde yetişkin-çocuk ilişkine mal

olabilmektedir. #Aksiyou 7, ifşa sonrası bilginin kolektif etkileri ile ilgilenmekte olup bu kolektif mahremiyet sınırları olarak tanımlanan bu bağlamda sızan bilgilerden kimlerin ne kadar etkileneceği öngörülemez olmaktadır. #Aksiyou 8 ise diyagramdaki mahremiyet türbülansı sonrasındaki aşamadır. Aksiyoum bu aşamasında gizliliğin yönetiminde yaşanan sorunlar mahremiyet düzenlemesinin genellikle tahmin edilemez ve mahremiyet yönetim sisteminde kesintiler ve tam arızalanmalarla karşılaşılabilirliğini ifade etmektedir (Petronio, 2013, s. 9- 11). Bu durum çevrimiçi ortamlar özelinde düşünüldüğünde özel kalması gereken bilgi internet ortamında bir içerik haline dönüştürüldüğünde ortak sahipliklerin kontrolü beraberinde yönetilmesinin artık neredeyse imkânsız olduğuna işaret etmektedir.

Çalışmanın teorik çerçevesi, Petronio'nun İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi üzerinden geliştirilirken nitel araştırma yöntemi olarak Teun A. Van Dijk'ın söylem çözümlemesinden yararlanılmaktadır. Dijk'ın söylem çözümlemesi modeli teknik açıdan, teorisinin temellendiği bağlam üzerinden içeriğinin yorumlanabilmesine ve art alanındaki bilgilerin süreç içerisinde anlamlandırılabilmesine ışık tutmaktadır. Çalışmada, araştırmanın teorik kuramsal çerçevesinde irdelenen bilginin sınırları sorunsal, söylem çözümlemesi yönteminin sistemli inceleme yapısı ile makro ve mikro ölçekte ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmiştir.

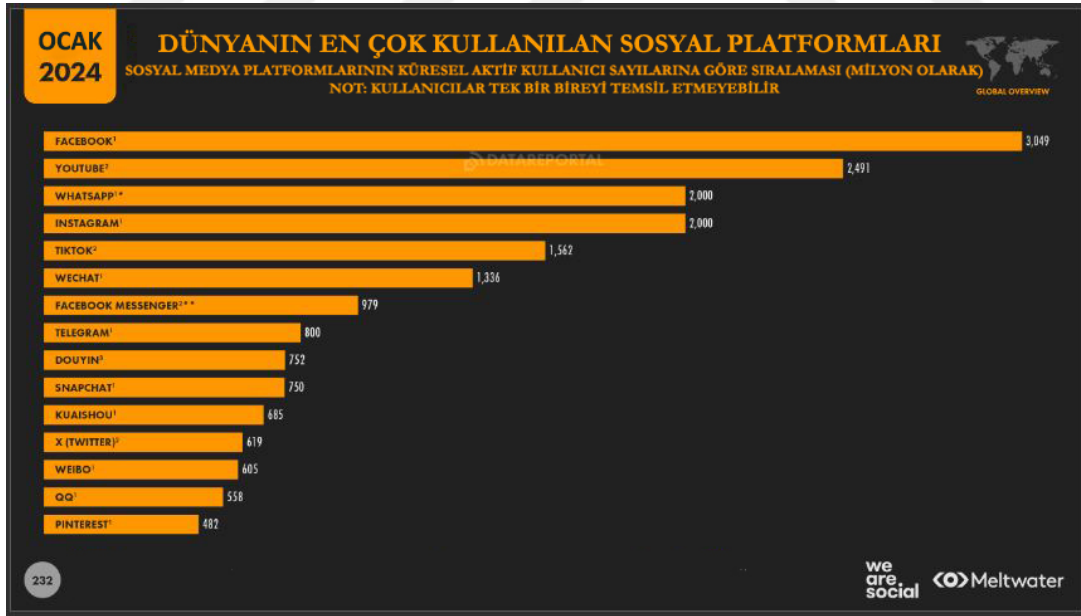
### **3.4. Veri Toplama Teknikleri**

Yeni iletişim teknolojilerinin bilgiye erişimi hızlı ve kolay kılması kullanıcılarına çeşitli açılardan fırsatlar sunmaktadır. Özellikle sosyal ağlar her türden iletişimin etkililiğini artıran ve üretüketicilerin kullanım amacına göre pek çok içeriğin kitlelere sunulabilmesine imkân sunan önemli bir sosyal ağ hizmetidir. Bir iletişim platformu olarak dünya çapında popüler olmasına rağmen ağırlıkla Hindistan ve Amerika Birleşik Devletleri dünyanın en büyük Instagram kitlelerine ev sahipliği yapmaktadır. Uygulamanın yaklaşık 330 milyon kullanıcısı Hindistan'da, 143 milyon kullanıcısı ise Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunmaktadır. Uygulama ayrıca Brezilya, Endonezya ve Türkiye'de de popüler olmakla birlikte genel olarak erkek kullanıcı yoğunluğundaki bu sosyal ağın dünya çapındaki kullanıcılarının yüzde 60'ı 18 ila 34 yaşları arasında yer almaktadır (Dixon, 2023, Ağustos). Türkiye'de ise giderek daha fazla kişinin sosyal medyada aktif olarak yer almaya başlamasının beraberinde 2027'ye gelindiğinde Instagram'ın 76 milyon kullanıcı sayısını aşması beklenmektedir (Dierks, 2023, Ekim).



**Grafik 3. 1.** 2020’den 2025’e Kadar Dünya Çapındaki Instagram Kullanıcı Sayısı (Milyar Olarak)

Dijital ortamlar arasından bir milyardan fazla yüklenme sayısı ile en popüler sosyal ağ olan Instagram, içerdiği verilerin yoğunluğu doğrultusunda herhangi bir araştırmanın kullanıcılar özelinde gerçekleştirilmesine önemli ölçüde imkân sağlamaktadır. 2024 verilerine bakıldığında Instagram hala en sık tercih edilen ve popüler olma özelliğini koruyan sosyal ağlar arasında yerini almaktadır. (Digital 2024: Global Overview Report, 2024, s.232).



**Grafik 3. 2.** Dünyanın En Çok Kullanılan Sosyal Platformları

Bu ağ üzerinden hesaplar arası etkileşim ‘takip’ özelliği ile gerçekleşebilmektedir. Takipçi sayısının yüksek oluşu, hesap sahibinin popülerleşme olgusu üzerinden gönderi paylaşımlarının yoğunluğunu ve sıklığını artırmada önemli rol oynamaktadır. En az bin takipçisi bulunan mikro ünlü hesap sahipleri on binleri bulan gönderi paylaşımı gerçekleştirebilmektedir. Çeşitli sosyal kimlikler

üzerinden hesaplarını yöneten bu kullanıcılar kendi yaşamları hakkında pek çok bilgiye de profillerinde yer verebilmektedir. Konu gerek sosyal gerekse dijital yaşamda önemli sorumlulukları bulunan ebeveynler olduğunda ise çocuklar hakkında pek çok bilginin sosyal ağlarda yer alıyor olması dikkat çekici bir boyuta ulaşmıştır. Bu nedenle farklı ebeveynlik yaklaşımlarına sahip, yöneticiliğini ebeveynlerin gerçekleştirdiği tespit edilen beş hesap, dijital ebeveynlik rollerinin öne çıktığı beş açık gönderi üzerinden söylem analizinden yararlanılarak derinlemesine çözümlenecektir.

### 3.4.1. Verilerin Toplanması

Instagram sosyal ağında yer alan hesaplar arasında etkileşimi yoğun olan hesaplar “onaylanmış rozeti”ne sahipse rozeti kaybetmemek için tüm gönderilerini kamuya açmak koşulunu kabul etmişlerdir. Ancak yaygın kullanıma bakıldığında takip sayısı yüksek olan hesapların “onaylanmış rozeti” olmaksızın yine hesap gizliliğini “herkese açık” olarak düzenlediği görülmektedir. Böylelikle ilgili herhangi bir hesap kamuya açık ise profil sayfasında görünenden daha fazla kullanıcı gönderilere kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu açıdan çalışmada farklı ebeveynlik yaklaşımlarını takipçilerine sunan kamuya açık yüksek takipçili hesaplar araştırma problemi doğrultusunda ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bunlar arasından ebeveyn yönetiminde yer alan beş hesap araştırmanın örneklemini oluşturmuş ve çocukları hakkında oluşturdukları gönderiler arasından etkileşimi yüksek olanlar değerlendirilmiştir. Araştırmada analiz edilen gönderiler, ebeveynlerin çocukları hakkında gerçekleştirmiş oldukları ve yüksek beğeni sayısına ulaşmış olma özelliği beraberinde ebeveynlik yaklaşımlarının mahremiyet, tüketim, kamusallaştırma ve kimlik sunumları etrafında ören ebeveynlerin yaklaşımları üzerinden sınırlandırılmıştır. Her bir hesap farklı bir yaklaşımı temsil ederken aynı zamanda ortaklaşan ve farklılaşan eğilimleri etrafında değerlendirilmiştir. Bu hesaplar, ifade edilen bilgiler doğrultusunda ayrıntılı bir incelemenin sonucunda belirlenmiş ve takip sayıları ile birlikte @mayabasol (2,3 milyon), @akademisyenanne (1,7 milyon), @sahangiller (1,5 milyon), @enbabavekizlari (20,5 bin) olarak seçilmiştir. Ayrıca incelenen hesaplar arasında yer alan ve 1 milyonun üzerinde takipçi sayısı bulunan @cagla adlı kullanıcının 2022 yılında ilgili hesabı kapatılmış olsa da incelemenin gerçekleştirildiği tarihte örneklem arasında kamuya açık verileri kayıtlı olduğundan analize devam edilmiştir. İlgili kullanıcı önceki hesabı ile aynı doğrultuda paylaşımlar gerçekleştirmeye devam ettiğinden yeni oluşturduğu @caglaa adlı hesabından da elde edilen kamuya açık veriler sınırlı da olsa incelemeye dahil edilmiştir.

### 3.4.2. Verilerin Analizi

Yeni medya ortamlarında mevcut olan veri yoğunluğu, son yıllarda araştırmacıların bu alanda çeşitli konu başlıkları altında çalışma gerçekleştirebilmesine imkân sunmuştur. Ancak bu verilerin nasıl ve hangi yöntemlerle ele alındığı özellikle araştırmacıların sahip olması gereken yeni medya ortamlarındaki etik bilinci zorunlu kılmaktadır. İnternet etiği konusunda çalışmaları bulunan Markham, internetin giderek yaygınlaşmasının beraberinde bu teknolojiler kullanılsa da kullanılmasa da sosyal ve mesleki – profesyonel yaşamları kuşattığını belirtmektedir. Niteliksel açıdan internetin sosyal araştırma

yürütmek için basit bir şekilde yeni araçlar ya da belirli mekanlar sağlamadığı gibi bu ortamlarda kimliklerin, ilişkilerin, kültürlerin ve sosyal yapıların nasıl inşa edildiğine dair önceden belirlenmiş kodlardan farklılaşabildiğini ifade etmektedir (Markham, 2011, s. 112). Bu nedenle İnternet Araştırmaları Birliği (AoIR) Etik Çalışma Komitesi'nce hazırlanan etik kılavuzlar, dönemin gelişmeye ve ilerlemeye devam eden olanakları ile yeniden ele alınarak belirli aralıklarla yayınlanmaktadır. Son olarak 2019'da yayınlanan alan İnternet Araştırmaları: Etik Kılavuz 3.0'un içeriğinde, araştırma düzeyinde öncelikli olarak etik normlar tanımlanmıştır. Daha sonra ise alana yönelik sınırlıklar, genel etik esaslarla birlikte açıklanırken araştırmacının korunmasına ve araştırmacının güvenliğinin tesis edilmesine yardımcı olacak yaklaşımlara da yer verilmektedir (Franzke ve ark., 2020). İlgili kaynak daha sonra 2020 yılında M. Burak Özdemir tarafından Alternatif Bilişim Derneği'nin katkıları ile Türkçeye çevrilmiştir (İnternet Araştırmaları Birliği, 2020).

Bu tez çalışmasında, etkin bir şekilde yeni medya ortamlarında dijital etkileşim halinde bulunan katılımcılar etnik kimliklerinden, yaşlarından, cinsiyetlerinden bağımsız bir şekilde değerlendirilmiş ve bu değerlendirme araştırma etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Amaçlı örneklem seçiminin temel bağlamı ebeveynliklerini kamuya açık bir şekilde nasıl sundukları üzerinden ilerlemiştir. Buna yönelik incelenen hesap yöneticilerinin herkese açık olarak paylaşmış oldukları gönderileri, etik perspektifle çocuk merkezli ve çocuk yararı odaklı bir yaklaşım üzerinden çözümlenmiştir. Bu amaçla araştırma etiğine uygun olarak çocukların yer aldığı görseller kişisel veri ihlaline sebebiyet verilmemesi amaçlı doku silme tekniği<sup>3</sup> kullanılarak yeniden düzenlenmiştir.

Gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte iletişim çalışmalarının odağında yer alan bireyler artık yalnızca gündelik sosyal yaşamları üzerinden değil aynı zamanda aktif eylem içerisinde bulundukları dijital yaşamları üzerinden de incelenmektedir. Bireylerin burada dijital kimliklerini nasıl inşa ettikleri ya da nasıl dijital temsillerini nasıl kurguladıkları iletişim çalışmalarının da odağında yerini alan yeni sayılabilen bir araştırma alanını oluşturmaktadır. Böylelikle yeni medya alanının araştırma odağında dijital kullanıcılar yerini almaya başlarken, dijital eylemlerinin yönü gündelik yaşama etkileri ile birlikte değerlendirilmeye başlanmıştır. Markham bu açıdan araştırmacının sosyal ve dijital yaşam arasında farkın göz önünde bulundurulmasını önermekte ve araştırmacının etik bir bakışla dikkatli davranması gerektiğinin altını çizmektedir.

Yeni medyayı iletişim için kullandığımız için, etkileşimsel zorluklar ve fırsatlar bize bu yöntemleri nasıl kullanacağımızı öğretebilir. Bireye uyum sağlamak başka bir seviyedir; yüz yüze bağlamlarda olduğu gibi, yetenekli bir araştırmacı, katılımcıların iletişim ortamını kavramsallaştırmasına ve kullanımına çok dikkat edecektir. Etkileşimin fiziksel olarak somutlaşmış sözlü olmayan özelliklerine erişim olmaksızın, internet tabanlı görüşmeler yürüten araştırmacı, söylemin

---

<sup>3</sup> Çeşitli teknik algoritmalar kullanılarak flulaştırma efektinin tersine çevrilebilir olması nedeniyle görsellerin yeniden düzenlenmesinde çocuk yüzleri ve örneklem dışında yer alan hesap isimlerine dair dokusal detaylara özellikle müdahale edilmiştir.

yorumlanmasına yardımcı olabilmeleri için katılımcılarla bu endişeleri kasıtlı olarak ele almak isteyebilir (Markham, 2011, s. 124).

Bu açıklama yeni medya çalışmalarının araştırma yöntemine doğrudan araştırmacının etik bağdaşmazlık içerisinde kalmamasını ifade etmektedir. Dolayısıyla farkındalık sahibi araştırmacı doğru bilginin kaynağına bilimsel temelli bir yöntem ile ulaşırken özdeşünümseelliği de süreç içerisinde koruyabilmelidir. Buna yönelik olarak, “Capuro ve Pingel’in evrensel etik kuralları değerlendirildiğinde araştırma konusuna duyarlı ve özdeşünümseelliğe önem veren bir etik anlayış önerdikleri görülmektedir. Araştırmacıların kendi kültürlerinden kaynaklanan ‘cinsiyetçi/ırkçı’ ön yargılı tutumların farkında olmaları gerekmektedir” (akt. Tunç, 2015, s. 179). Bu çalışmada da tüm bu bağlamlar göz önünde bulundurularak çalışma gerçekleştirilmekte olup, özellikle ebeveynlerin çocukları hakkında geniş bir topluluğa kamuya açık olarak paylaştıkları bilgiler, insan hakları temelli bir bakışla çocuk yararı odaklı incelenmiştir. Ebeveynlerin bu bağlamda dijital ebeveynlik yaklaşımları ise Petronio’nun İletişim Mahremiyet Yönetimi teorisi temel alınarak açıklanmıştır. Ebeveyni tarafından çocuk adına oluşturulmuş olan @mayabasol hesabının yalnızca isim bilgisi dışında çocukların kişisel verilerinin belirtilmediği tüm gönderiler, araştırma etiğine uygun olarak incelenmiştir. İlgili gönderiler Teun A. Van Dijk’in söylem analizi yöntemi üzerinden temellenirken Mutlu Binark tarafından derlenen Yeni Medya Araştırma ve Yöntemleri adlı çalışmada Çomu ve Halaiqa (2015)’nın Web İçerikli Metin Temelli Söylem Çözümlemesi başlıklı bölümlerinde yer alan çözümleme şablonlarından da yararlanılmıştır (s. 52-59). Bu şablonlar araştırmanın gerçekleştirildiği yıllarda iletişim ve eğlence temelli fotoğraf, video paylaşım ağları olarak öne çıkan Facebook ve YouTube üzerinden geliştirilmiştir. Geliştirilen bu şablonlar benzer bir yapıya sahip olan Instagram sosyal ağı özelinde de söylem çözümlemesinin gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Buna yönelik olarak aşağıda ilk sırada Facebook, ikinci sırada ise YouTube sosyal ağlarına yönelik geliştirilen uygulama modelleri yer almaktadır.

## **Facebook Ortamında Söylem Çözümlemesi Uygulama Modeli**

### **A. Makro Yapı**

#### **1. Tematik Yapı**

- a. Grup sayfasının adı
- b. Grup sayfasının tanımı (description)
- c. Grup sayfasının profil görseli (fotoğraf)

#### **2. Şematik Yapı**

- a. Durum tanımı
  1. Gönderinin anlatım dili
  2. Ardaan Bilgisi (önceki olay dahil olmak üzere)
  3. Bağlam Bilgisi

## B. Mikro Yapı

### 1. Sentaktik Çözümleme

- Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması
- Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması

### 2. Bölgesel Uyum

- Nedensel İlişki
- İşlevsel İlişki
- Referansal İlişki

### 3. Kelime Seçimleri

(Metafor, metonimi, yananlam, düzdeğişmece vb.)

### 4. Retorik

- Görsel/ler (grup tarafından paylaşılan fotoğraflar)
- İnandırıcı bilgiler

(Çomu ve Halaiqa, 2015, s. 58)

## Video Paylaşım Ağlarında Söylem Çözümlemesi Uygulama Modeli

### A. Makro Yapı

#### 1. Tematik Yapı

- Başlık
- Video tanımı (description)
- Etiket/ler

#### 2. Şematik Yapı

- Durum tanımı
  - Videonun anlatım dili
  - Sonuçlar
  - Ardalan Bilgisi (önceki olay dahil olmak üzere)
  - Bağlam Bilgisi

### B. Mikro Yapı

#### 1. Sentaktik Çözümleme

- Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması
- Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması

#### 2. Bölgesel Uyum

- Nedensel İlişki
- İşlevsel İlişki
- Referansal İlişki

#### 3. Kelime Seçimleri

(Metafor, metonimi, yananlam, düzdeğişmece vb.)

#### 4. Retorik

a. Görsel/ler (grup tarafından paylaşılan fotoğraflar)

b. İnandırıcı bilgiler

(Çomu, 2012, s.139)

### Araştırma Soruları

Sosyal ağlar arasında kullanıcı hesap sayısı ile öne çıkan Instagram’da, Türkiye ölçeğinde kamuya açık gönderi yayınlayan dijital ebeveynlerin gerçekleştirdikleri paylaşımlarda çocuklara yönelik hak ihlallerinin var olup olmadığını, mahremiyetin sınırlarının ne ölçüde genişletildiğini ve etik bağlamın ne kadar gözetildiğini incelemek bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Dijital ebeveynliğin ben odaklı, ticari kazanç sağlama, bilgi paylaşımı, farkındalık yaratma ve sosyal olumlanma amaçları doğrultusunda amaçlı belirlenen gönderileri bu çerçevede mahremiyet, tüketim, kimlik ve kamusal-özel alan kavramsallaştırmaları üzerinden söylem analizi yöntemi kullanılarak çözümlenecektir. Süren inceleme sonrası geliştirilen araştırma soruları aşağıda yer almaktadır.

1. Dijital ebeveynlik yaklaşımları nelerdir?
2. Sosyal paylaşım ağı Instagram’da incelenen dijital ebeveynler hangi sharenting yaklaşımlarını yansıtmaktadır?
3. Sosyal ağlar arasından Instagram’da dijital ebeveynlik rollerinin sharenting görünümüleri nasıldır?
4. Dijital ebeveyn yaklaşımları arasından sosyal olumlanma beklentisi, bilgi paylaşımı, ticari kazanç sağlama, farkındalık yaratma ve ben odaklı amaçlarına yönelik sharenting yaklaşımları sosyal paylaşım ağı Instagram’da nasıl yer almaktadır ve bu yaklaşımların diğerleri ile arasında farklılıklar varsa bunlar neleri içermektedir?
5. Dijital ebeveyn paylaşımlarının sharenting biçimlerini etkileyen faktörler nelerdir?
6. Instagram da kişisel kamusal alan, mahremiyet, tüketim ve kimlik unsurları bağlamında sharenting nasıl bir görünüm sergilemektedir?
7. Dijital ebeveynliğin çocuk yararı temelli etik bağlamı nasıl gerçekleştirilmeli ve neleri içermelidir?

### 3.5. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini yeni medya ortamları arasında yaygın olarak kullanılan iletişim platformu Instagram sosyal ağında yüksek takipçi sayısına sahip ve ebeveynlik rolü ile öne çıkan hesaplar oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleminde ise bu hesaplar arasında ebeveynlik rolü ile öne çıkan,

çocuklar ile ilgili kamuya açık paylaşım gerçekleştiren ve yüksek takip sayısına sahip beş dijital ebeveyn yer almaktadır.

Sosyal ağlarda aktif olarak içerik üretimi gerçekleştiren gönderi sahibi çok takipçili dijital ebeveynlerin dijital eylemleri etrafıca incelenmiş ve her bir ebeveynlik yaklaşımına karşılık gelen ebeveynler amaçlı örneklemeler arasına dahil edilmiştir. Bu yöntem ile gizlilik ayarları herkese açık olarak düzenlenen çok takipçili hesaplar bilgi paylaşımı, ticari kazanç sağlama, farkındalık yaratma ve ben odaklı dijital ebeveyn yaklaşımları ile incelenmiş bu paylaşımların ardaalanındaki faktörler mahremiyet, tüketim, kimlik ve kişisel kamusal alan çerçevesinde irdelenmiştir. Aşağıda yer alan tabloda farklı ebeveynlik yaklaşımları üzerinden ilgili dijital içerik üreticilerinin rollerini hangi bağlamlarda sundukları gösterilmektedir.

**Tablo 3. 1.** Teorik Çerçeve Üzerinden Belirlenen Örneklem Bilgisi

|                             | Sosyal Olumlanma Beklentisine Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı | Bilgi Paylaşımı Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı | Ticari Kazanç Sağlama Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı | Farkındalık Yaratma Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı | Ben Odaklı Amacına Yönelik Dijital Ebeveyn Yaklaşımı |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Kişisel Kamusal Alan</b> |                                                                 | @akademisyenanne                                          |                                                                 | @enbabavekizlari                                              |                                                      |
| <b>Mahremiyet</b>           |                                                                 |                                                           | @cagla<br>@mayabasol                                            |                                                               | @cagla                                               |
| <b>Tüketim</b>              | @sahangiller                                                    |                                                           | @cagla<br>@mayabasol                                            |                                                               | @cagla                                               |
| <b>Kimlik İnşası</b>        | @sahangiller                                                    | @akademisyenanne                                          |                                                                 | @enbabavekizlari                                              |                                                      |

Örneklemeler tematik içerik analizi çerçevesinde dijital ebeveynlik yaklaşımları üzerinden belirlenmiştir. Buna göre örnekleme yer alan beş dijital ebeveynin üretmiş oldukları Instagram gönderi içeriklerinin genel teması ve gönderi rakamları güncel hali üzerinden aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 3. 2.** Ayrıntılı Örneklem Bilgisi

| İncelenen Hesap Kullanıcı Adı | Öne Çıkan Tema                                              | Analizin Gerçekleştirildiği Tarihte İncelenen Hesap Kullanıcısının Yayınladığı Toplam Gönderi Sayısı |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| @cagla                        | Tüketim, Güzellik, Gündelik Yaşam Sunumu, Ebeveynlik, Çocuk | 11.484 (Ocak, 2021)                                                                                  |
| @mayabasol                    | Tüketim, Reklam, Çocuk                                      | 3.993 (Aralık, 2022)                                                                                 |
| @akademisyenanne              | Eğitim, Bilgi Paylaşımı, Kimlik, Ebeveynlik, Çocuk          | 5.119 (Eylül, 2021)                                                                                  |
| @enbabavekizlari              | Farkındalık, Gündelik Yaşam, Kimlik, Babalık, Çocuk         | 2.251 (Eylül, 2021)                                                                                  |
| @sahangiller                  | Tüketim, Reklam, Gündelik Yaşam Sunumu, Kimlik, Aile, Çocuk | 2.601 (Nisan, 2022)                                                                                  |

İlgili örneklem Instagram sosyal ağında yüksek takip rakamına ulaşmış, Türkiye’de ebeveyn kimliği ile öne çıkan ve kamuya açık içerik paylaşımı gerçekleştiren hesaplar arasından belirlenmiştir. Bu hesaplar aşağıda listelenmiştir.

@muhendisanne, @iletisimcianne, @guncelanne, @uzmananne, @kitapseveranneyim, @hassasanne, @rahatanne, @bir\_anne\_tavsiyesi, @nia\_akademicocuk, @muzikperisi, @oyuncuane, @serminyasarofficial, @blogcuane, @kokoshanne, @ollaluna, @annelinko, @pedagoganne, @akademisyenanne, @doctorandmom, @hemsireana, @hemfithemanne, @gozdebiber, @nihankayalioglu, @aylinanne, @esgimira, @gezengec\_anne, @gucluane, @iki.cocuklu.anne, @dinamikanne, @zamaneannesi, @psikologanne, @pembekoala, @imrengursoy, @gulkutevin, @gizemzzor, @puccito, @ezgiscom, @turuncubikiz, @anlatananne, @zynpzeze, @sebnemseckiner, @zeynepgozubuyuk, @sulealkis, @imrengursoy, @ozden.ozdogan, @arvenberen, @mayabasol, @serapoguztan, @sareenurdan, @sibeldemir.s, @pembekurdeleli, @tugbababaoglu\_, @annesinin\_prensi\_ve\_prensesi, @anneveserra, @anne.psikolog, @kariyerli\_anne, @elifadanin\_annesi, @anne\_hobisi, @funymumy, @annebigel, @baldan\_anne, @sevimkurucaycam, @melinasmom, @thetapist.mom, @v\_for\_momdata, @montessorimomm, @ikram\_mom, @mommamimom, @saglikci.mom, @dijitalbaba.orhantoker, @ucanbaba, @savasanbaba, @oyuncubaba, @dijitalbaba, @ucanbaba, @gazetecibaba, @psikologbabba, @babayimbaba, @soner\_yatgin, @enbabavekizlari, @baba\_okulu, @babaolmak, @blogbabba, @buyanowski, @babalar\_kizlari, @babalikyolculugum, @babadili.ismailyurtsever, @babalardaanlar, @babadan.blog, @internetbaba, @babaogulkesifte, @kalptenbaba, @entelbabaa, @oynayanbaba, @engelsizbaba, @banabirsehiranlatbaba, @babavekizleri, @bilgilibaba, @yeninesilaile, @sahangiller, @ugurluailiesii, @babiskoleji.

Araştırma örnekleme 2021 ve 2022 yılları arasında sharenting olgusu referans alınarak belirlenmiştir. Analizi gerçekleştirilecek olan örnekler belirlenirken, geriye doğru gerçekleştirilen taramalarda ilgili kullanıcının gönderileri incelenmiş ve sharenting olgusunu görünür kılanlar arasından amaçlı olarak seçilmiştir. Süreçte mikro ya da makro ünlü olarak tanımlanabilen, bunlar arasında çocukları ile ilgili kamuya açık paylaşım gerçekleştiren ve ebeveynlik rollerini öne çıkaran Instagram kullanıcıları incelenmiştir. Bu ebeveynlerin çocuklar ile ilgili eğilim ve hassasiyetleri üzerinden beş kategoride dijital ebeveynlik yaklaşımı tespit edilmiştir. Çocukları hakkında paylaşım gerçekleştiren ebeveynler ağırlıklı annelerden oluşuyor olsa da örneklem Instagram’da anneliğin ve babalığın sosyal ağ görünümüleri üzerinden belirlenmiştir. Tematik içerik analizi bu açıdan örneklem belirleme sürecinde araştırmaya katkı sağlamıştır. Çocuk temalı içeriklere ağırlıklı kadınlar yer veriyor olsa da örneklemde cinsiyet temelli bir yaklaşım referans alınmamıştır.

Örneklem seçiminde; Instagram kullanıcılarının ebeveynlerden oluşması, takipçi sayılarının yüksek olması ve gönderi içeriklerini herkese açık olarak gerçekleştirmeleri temel kriter olarak belirlenmiştir. Belirli bir grup tarafından tanınır olma özelliği kazanmış olan dijital ebeveynler üzerine

gerçekleştirilen araştırma sürecinde, ebeveynlerin sharenting gönderileri arasında farklılıkların bulunduğu anlaşılmıştır.

Bu farklılıklar arasında ben odaklı dijital ebeveynlerin mahremiyet sınırlarını, farkındalık yaratma ve bilgi paylaşımı yaklaşımlarında olduğu kadar korumadıkları, sürekli içerik üretiminde ise tüketicinin öncelendiği anlaşılmaktadır. Farkındalık yaratma ve bilgi paylaşımı amacına yönelik dijital ebeveynlik yaklaşımları bu açıdan çocuklar ile ilgili gönderi oluşumunda daha hassas ve bilinçli bir tutuma sahiptir. Buna karşın sosyal olumlanma beklentisine yönelik dijital ebeveynlik yaklaşımında ise çocukların görünürlüklerini artırma konusunda daha istekli davranılmaktadır.

Kimi kullanıcılar ebeveynlik rollerini bir sosyal olumlanma işlevi doğrultusunda, kimileri ise bu role duyulan ilgiyi farkındalık yaratma, takipçi sayısını artırma ya da ticari kazanç elde etme amaçlı değerlendirmektedir. Dijital ebeveynlerin yaklaşımları arası farklılıklar bu açıdan gönderi içeriklerine yansırken aynı zamanda bu ortamlarda çocukları ile ilgili bilgileri koruma ya da ifşa etme davranışlarına da etki ettiği görülmüştür. Bu durum ilgili gönderilerin mahremiyet, tüketim, kişisel özel ve kamusal alan ile kimlik olgularına yönelen bağlamı öne çıkarmıştır. Bu açıdan yaklaşımlarına göre benzer gönderiler oluşturan ebeveynler sosyal olumlanma beklentisi, bilgi paylaşımı, ticari kazanç sağlama, farkındalık yaratma ve ben odaklı olarak beş grupta ele alınmıştır. İnceleme boyunca elde edilen bu veriler ışığında geriye doğru yüksek etkileşime sahip olan ebeveyn gönderileri araştırmaya amaçlı örneklem üzerinden dahil edilmiştir. Tezin teorik çerçevesini oluşturan Petronio'nun İletişim Mahremiyet Yönetimi (CPM) üzerinden bu gönderiler, Teun A. Van Dijk söylem çözümlemesi yöntemi ile analiz edilmiş olup, temalar belirlenmiştir. İncelenen hesaplar çocuk merkezli bir bakışla veri güvenliği sorunsalı üzerinden değerlendirilmiş bu bağlamda ebeveyn sorumluluğu olgusu irdelenmiştir.

### **3.6. Önem**

Dijitalleşen dünyada kitleler düzeyinde geliştirilen yeni iletişim yöntemleri, yeni olanakları da beraberinde kılmıştır. Erişimi ve kullanımı kolay olan kitle iletişim araçlarının mobilize olmasının beraberinde üre-tüketiciler yaşamlarının pek çok anlarını yeni medya ortamlarında başkaları ile paylaşabilmektedir. Sosyal ağlar bu anların paylaşılabilmesine önemli ölçüde katkı sağlarken kullanıcılar; fikir ve düşüncelerini, önemsedikleri anlarını, beğenilerini ve yaşam stillerini bu ortamlarda kamusalılaştırmaktadırlar. Bu çalışma ise özellikle yeni medya disiplini çerçevesinde ebeveynlik yaklaşımları özelinde gerçekleştirilmektedir. Yeni medyanın olanakları ve riskleri doğrultusunda ebeveynlerin, ebeveynlik rollerini sunarken bu önemli sorumluluğu gerçekleştirme düzeyinde çocukları ile ilgili bilgileri nasıl ve hangi yönde paylaştıkları çalışmanın araştırma odağını belirlemektedir. Literatüre bakıldığında özellikle paylaşılanababalık yaklaşımı özelinde gerçekleştirilen çalışmaların niceliksel olarak sınırlı oluşu bu konunun derinlemesine ele alınarak incelenmesini gerekli kılmıştır.

Çalışmada çocuklarının gündelik yaşamda barınma, bakım, güvenlik gibi temel ihtiyaçlarını karşılamakla yükümlü olan ebeveynlerin, sosyal ağlarda bu sorumluluğu ihmal edebilme sorunsallarına

odaklanılmıştır. Dolayısıyla bu tez çalışması sosyal bilimler alanının medya çalışmalarında ele alınan dijitalleşen dünyanın yeni medya okur yazarlığına çocuk merkezli bir bakış sağlayacaktır. Ayrıca bu çalışma ile kimi zaman çocukların sosyal ağlarda dijital kimliklerini oluşturmaya kadar belirleyici bir rolde konum alan ebeveynlerin çocuklarının kişisel verilerini kamuya açık bir şekilde paylaşarak farkında olarak ya da olmayarak gerçekleştirdikleri bu eylemin sonuçlarının kavranabilmesine de ışık tutacaktır. Çalışmanın tek yönlü bir bakışa sahip olmaması amacı ile farkındalık sahibi ebeveyn rolünün bilinçli bir yaklaşımla nasıl gerçekleştirebildiği de belirlenen örneklerle değerlendirmeye dahil edilmiştir. Sonuç olarak çalışmada ebeveynlerin konu özelindeki farkındalıkları ile koruyucu ve önleyici yaklaşımları kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

### 3.7. Sınırlılıklar

Bu çalışmada sözü edilen kapsam doğrultusunda ilgili literatür taraması nitel söylem analizi yönteminden yararlanılarak gerçekleştirildikten sonra etik kavramı, normatif bir perspektif üzerinden ebeveynlik olgusu ile birlikte değerlendirilmiştir. Yeni medya ile değişmekte olan mahremiyetin sınırları kamusal olgusu bağlamında tartışılırken araştırmanın geliştirilmesinde yeni medya kuramları ile iletişim mahremiyet yönetimi teorisi yol gösterici olmuştur. Tüm bu başlıkları belirli bir çerçevede ele alabilmek için dijital ebeveynlik olgusu, günümüzde kullanıcı sayısı katlanarak artan ve en çok kullanılan sosyal ağlardan biri olarak öne çıkan Instagram üzerinden incelenmiştir. Instagram son yılların en çok kullanılan fotoğraf ve video paylaşım platformu olarak kullanıcıların görünürlüğünü artırdığı bir mecra haline gelmiştir. Özellikle dijital ebeveynler Instagram'ın elverişli uygulama özelliklerini kullanarak gerek takipçileri gerekse takip halinde bulundukları hesaplar ile etkileşim halinde kalabilmeleri için bu alanı aktif bir şekilde kullanmaktadırlar. Katılımın bu denli yoğun olduğu bu sosyal ağ oluşumu, araştırmanın yalnızca Instagram özelinde gerçekleştirilmesine olanak sağlamış ve farklı ebeveynlik stilleri burada somut bir görünüm kazanmıştır. Bu nedenle araştırma yalnızca Instagram uygulaması üzerinden yapılmış ve Türkiye ölçeğinde takipçilerine model oluşturma olasılığını içerisinde barındıran dijital ebeveynler, öncelikli olarak araştırmanın kuramsal bağlamına uygun olanlar arasından seçilmiş ve sınırlandırılmıştır. Çalışmada böylelikle dijital ebeveynlerin çocuklar ile ilgili gerçekleştirdikleri paylaşımlar ve yaklaşımlar arasındaki farklılıkların da ortaya konması Teun A. Van Dijk söylem analizinden yararlanılarak sağlanmış ve dijital ebeveynlerin çocuklar üzerinden kurdukları etkileşimin genel perspektifi sunulmuştur.

#### 4. SHARENTING EKSENİNDE INSTAGRAM HESAP GÖNDERİLERİNİN ANALİZİ

Sharenting olgusu çocukları hakkındaki bilgileri paylaşan ebeveynlerin dijital eylemlerini tanımlarken aynı zamanda farkındalık odaklı ebeveynliğin dijital ortamlarda nasıl yerine getirilmesi gerektiğini de ifade etmektedir. Bu açıdan sharenting olgusu tek başına sorunlu bir etkileşimi ya da sakıncalı içerik üretimini karşılamadığı gibi aynı zamanda makuliyeti çerçevesinde bilinçli ebeveynlik yaklaşımlarının bir çerçevesini de sunmaktadır.

Yükselen bir değer olarak tüketimin özendirilerek öne çıktığı sosyal ağlarda çocuklar da kimi zaman birer tüketim nesnesi haline dönüşebilmektedir. Toplumun savunmasız grubunda yer alan çocuklar böylelikle özellikle haberdar dahi olamadıkları bu dünyada ebeveynleri tarafından bir kimlik kazanmakta hatta adlarına dijital ayak izleri oluşturulmaktadır. Tezin önceki bölümlerinde yeni medyada sharenting olgusu kapsamlı olarak ele alınmıştır. Bu bölümde ise dijital ebeveynliğin tezin birinci ve ikinci bölümünün kesişimi doğrultusunda analizler gerçekleştirilecektir. Instagram sosyal ağında sıklıkla karşılaşılan dijital ebeveynlik yaklaşımları çocukların yüksek menfaatinin gözetilmesi üzerinden değerlendirilerek bu rollerin dijital ortamlarda yerine getirilmesindeki olumlu ve sakınca içeren bağlamları bu analizler ile birlikte görünürlük kazanmaktadır. Bu açıdan örneklemeler de yer alan @cagla, @mayabasol, @akademisyenanne, @enbabavekizlari ve @sahangiller hesapları temsil ile performe ettikleri farklı ebeveynlik yaklaşımları üzerinden belirlenmiş ve bu hesaplar içerdikleri sharenting biçimleri ile birlikte Teun A. Van Dijk'ın söylem analizi yönteminden yola çıkılarak çözümlenmiştir. Kişisel kamusal alan, mahremiyet, tüketim ve kimlik kavramlarının dijital ebeveynlik yaklaşımlarını açıklamak ve çözümlmek için kullanıldığı bu analiz de çocukların ebeveynleri tarafından nasıl sunuldukları ve ebeveynlerin bu süreçteki yaklaşımları, takipçi etkileşimleri ve açıklama bilgileri üzerinden etrafında değerlendirilmiştir. Dijk'ın mikro ve makro yapılar etrafında kurduğu analizi yöntemi, söylemin ard alanının açılmasında işlevsel bir yaklaşım olduğundan çözümlmelerde görünenden yola çıkılarak oluşturulan anlamların üzerine bir değerlendirme gerçekleştirilecektir.

Bu açıdan @cagla ve @mayabasol adlı kullanıcılarının incelenen gönderileri mahremiyet ve tüketim; @akademisyenanne ve @enbabavekizlari kişisel kamusal alan ve kimlik ve @sahangiller hesap gönderisi kimlik ve tüketim olgusu odağında analiz edilecektir.

##### 4.1. Sharenting Ekseninde Ben Odaklı Yaklaşım: @cagla Adlı Hesap Gönderisinin Mahremiyet ve Tüketim Olgusu Bağlamında Analizi

**Hesaba Genel Bakış:** @cagla isimli hesap dijital medyada “sosyal anne/ socialmom” olarak tanınan dijital içerik üreticisi Çağla Dövençi Sönmez tarafından yönetilmektedir. Kullanıcı yayınladığı yaklaşık 12 bin gönderi ile yoğun olarak içerik paylaşımı gerçekleştirmektedir. İlgili hesabın genel temasını hesap yöneticisinin gündelik yaşam sunumu ve çocukları oluşturmaktadır. Yeni medya ortamlarında ‘Socialmom’ olarak tanınırlığını artıran kullanıcı, Instagram sosyal ağında @cagla kullanıcı adı ile 700 bine yakın takip rakamına ulaşmıştır. İnceleme süreci devam ederken ilgili hesap kapanmış ve kullanıcı

tarafından @caglalondon olarak yeni bir hesap oluşturulmuştur. Ancak daha sonra kullanıcı yüksek takip rakamına ulaştığı @cagla adlı hesabına benzer bir isimlendirme ile @caglalondon olan kullanıcı adını @caglaa olarak yeniden düzenlemiştir. Kullanıcı yeni hesaplarında öncekiler ile aynı doğrultuda içerik üretmeye ve paylaşımlarına yaygınlık kazandırmaya devam etmiştir. Bu hesapların ortak teması çocuklar başta olmak üzere ailenin gündelik yaşamından anlar üzerine kurulmuştur. Bu nedenle araştırma, kullanıcının yeni hesapları üzerinde gerçekleştirilen inceleme ve taramalar ile devam etmiştir.

Kullanıcı gerek hikâye paylaşımlarında gerekse gönderilerinde çocuklarını öne çıkararak içerik oluşturmaktadır. Bu içerikler kimi zaman #işbirliği, #reklam etiketleri kullanılarak ticari olarak desteklenmekte ve kişisel deneyim öne çıkarılarak tanıtım gerçekleştirilmektedir. Bu yapılırken çocuk mahremiyeti kimi içeriklerde ihlal edilmiş ve çocukların pek çok anına herkese açık gerçekleştirilen gönderiler ile yaygınlık kazandırılmıştır. Tüketim odaklı bakış; yaşanan çevre, kullanılan ürünler, ziyaret edilen yerler ve yaşam alanındaki olanaklar ile görünürlük kazanmış, ben odaklı bir yaklaşım ile çocuklar da bu görünürlüğün öne çıkan unsurları arasında yerini almıştır. Sharenting sorunsalının belirgin şekilde yer aldığı bu hesap çocukların sosyal ağlarda görünürlüğüne örnek teşkil etmektedir. İlgili gönderi bu bağlamda kullanıcının sosyal ağlardaki aktif katılım ve etkileşimi üzerinden araştırma etiğine uygun olarak analiz edilmiştir.



**Gönderi ile İlgili Genel Bilgiler**

|                         |                                                                                                 |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Başlık</b>           | Süs püs işlerine 1,5 yaşında başladım oğlum ben 🐒🐒❤️                                            |
| <b>URL</b>              | <a href="https://www.instagram.com/p/CON_6jwh0jy/">https://www.instagram.com/p/CON_6jwh0jy/</a> |
| <b>Yüklenme Tarihi</b>  | 28 Nisan 2021                                                                                   |
| <b>İzlenme Sayısı</b>   | 216.352                                                                                         |
| <b>Beğenilme Sayısı</b> | 7.410                                                                                           |
| <b>Yorum Sayısı</b>     | 63                                                                                              |

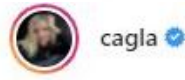
Bu gönderi, söylem analizi yöntemi üzerinden ben odaklı dijital ebeveyn yaklaşımının ağırlıklı olarak mahremiyet ve tüketim olgusu bağlamında incelenmektedir.

**- Makro Yapı**

Bu yapı etrafında @cagla profil hesap gönderisine yönelik genel bilgiler ele alınarak değerlendirilecek olup, gönderinin temasında başlık, video tanımı ve varsa etiket kullanımları içerdiği söylem üzerinden çözümlenecektir.

**- Tematik Yapı**

Instagram sosyal paylaşım ağının profil ana sayfasında yer alan kullanıcı bilgileri, gerçek kişi üzerinden tanımlanmış olup profili gönderileri, kullanıcının doğrudan kendi ismi ve fotoğrafı üzerinden oluşturulmaktadır. @cagla kullanıcı adına sahip ebeveynin **kişi/hesap tanımı** incelendiğinde kendisini “tanınmış kişi” olarak ifade ettiği görülmektedir. Bu kullanım Meta şirketinin belirlemiş olduğu kriterleri taşıyan ve ilgili koşulları kabul eden kullanıcılara verilmektedir.



Instagram sosyal ağında onaylı, tanınmış kişi kullanıcı özelliğine sahip olabilmek için “doğrulanmış rozeti” alabilmek gerekmektedir.

Doğrulanmış rozeti, aramada ve profilde Instagram hesaplarının yanında görünen bir onay “✓” simgesidir. Bu simge Instagram'ın bir hesabın tanınmış kişiyi, ünlüyü veya markayı temsil eden gerçek varlık olduğunu onaylamış anlamına gelmektedir. Instagram açıklama bilgisine göre doğrulanmış rozeti, insanların tanınmış kişi ve markalara ait gerçek hesapları bulmasına yardımcı olan bir araç olmakla birlikte bunun dikkate değer ve özgün bir Instagram hesabı olduğunun doğrulandığı anlamına gelmektedir (Instagramda doğrulanmış rozetler, t.y.).

Doğrulanmış rozeti alabilmek için ilgili kullanıcıdan Meta şirketi tarafından belirlenen kriterleri taşıma şartı aranmaktadır. Bu kriterler; özgün olmak, benzersiz olmak, eksiksiz olmak ve dikkate değer olmak şeklinde sıralanmıştır. Özgün olmak; gerçek bir kişiyi, tescilli bir işletmeyi veya kuruluşu temsil etmeyi karşılamaktadır. Benzersiz olmak, kişi veya işletmenin benzersiz varlığını temsil etmek, bir kişi veya işletmenin sadece bir hesabının doğrulanabildiği anlamına gelmektedir. Eksiksiz olmak, hesap erişiminin herkese açık olarak düzenlenmesi ve bununla birlikte biyografiye ve profil fotoğrafına sahip olması anlamına gelmektedir. Bu özelliğin bir diğer şartı ise başvurulduğu sırada hesabın aktif olması

gerekmektedir. Dikkate değer olmak ise hesabın tanınmış, sıkça aratılan bir kişi, marka veya kuruluşu temsil etmesini ifade etmektedir (Instagram'da doğrulanmış rozeti için başvuru gereklilikleri, t.y.). Tüm bunlar bir araya geldiğinde kullanılmış rozeti verilebilmekte ve bu sağlandığında hesabın gizlilik ayarlarının kullanıcının belirleyeceği seçeneklerle sınırlandırılması ve profil isminde herhangi bir şekilde değişiklik yapılması gibi eylemler kısıtlanmaktadır. Meta şirketinin doğrulanmış rozeti kullanımına yönelik sunmuş olduğu kriterlerin dışına çıkan kullanıcının rozeti Instagram tarafından geri alınabilirken hesabın kapatılması dahi söz konusu olabilmektedir. Böylelikle çok takipçisi olan hesapların kapatılma olasılığı kullanıcı sahibi tarafından önemli bir risk olarak değerlendirileceğinden bu durum kriterlere dikkatle uyma hassasiyetini beraberinde getirebilmektedir. İlgili kriterler arasında yer alan gönderi sınırlaması kuralı, paylaşımların tamamının herkese açık olma zorunluluğunu sürekli kılmaktadır. Hesap sahibi herkese açık olan gizlilik ayarlarını birçok kez ‘gizli’ olarak değiştirirse hesabının bir daha kullanamamak üzere kapatılabileceğini de kabul etmektedir (Instagram’da doğrulanmış rozetleri, t.y.). Paylaşımların herkese açık olması sorunsalı özellikle hassas gruplar arasından çocukların güvenliğini ve çocuklara ait bilgilerin gizliliğini tehdit etmektedir. Bu durum çocukların şimdi ve gelecek zamanda hem sosyal ve gündelik hem de dijital ortamlardaki yaşantısını risk açısından önemli ölçüde etkileyebilmektedir.

İlgili videonun yayınlandığı hesap, video içerisinde yer alan çocuğun annesine aittir. Hesap tanımı bu doğrultuda doğrudan ebeveynin kişisel bilgilerinden oluşmaktadır. Ebeveynin yüklediği videonun ana fikri bakımlı ya da ‘güzel’ görünmenin erken yaşlarda başlamasının önemi üzerinedir. Bu bağlamda başlıkta yer alan “Süs püs işlerine 1,5 yaşında başladım oğlum ben 🐒 🐒 ❤️” ifadesi doğrudan video içerisinde yer almasa da bu ifadenin gönderinin ana fikri ile uyumlu olduğu görülmektedir.

#### - Şematik Yapı

Şematik yapı ile @cagla adlı hesap kullanıcısına ait ilgili gönderi içeriğinde somut olarak değinilen tüm unsurlar söylem çözümlemesinin mikro yapıya geçişi öncesinde anlamsal karşılıkları üzerinden irdelenecektir.

#### - Durum tanımı

Bu başlık altında videonun anlatım dili, ulaştığı/varmak istediği sonuçlar, önceki yapı dahil olmak üzere ardalan bilgisi ve bağlam bilgisi genel çerçevede değerlendirilecektir.

#### - Videonun anlatım dili

Videonun anlatım dili didaktik yapıya sahiptir. Video içeriği, eğitici bir konumda yer alan ebeveynin, 1,5 yaşındaki çocuğuna ojenin nasıl sürülebildiğine ilişkin bilgi aktarmasını ve buna dönük yönlendirmelerini içermektedir. Banyo tezgahının üzerinde yeni yıkanmış olduğu anlaşılan bornozlu çocuğun oje sürme çabasını konu edinen video herkese açık olarak paylaşılmıştır. Ebeveynin çocuğuna

yönelik bu yaklaşımı konunun özel alanın kamusallaşması, mahremiyet, gizlilik, güvenlik, kimlik, tüketim vb. konu başlıklarının etik boyutuyla değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Günümüzde çocuklar ile ilgili gerçekleştirilen paylaşımların sayısı hızla artmaktadır. Instagram sosyal ağında çocuklar ile ilgili ve tüm dijital kullanıcıların erişebileceği hashtag ile '#child' aramasının 17 milyon 783 bin, (#child, t.y.), '#baby' arama sonuçlarının 23 milyon 317 bin, (#baby, t.y.) '#babyshower' hashtagi ile gerçekleştirilen paylaşımların ise 41 milyon 403 (#babyshower, t.y.) bin rakamına ulaştığı görülmektedir. Dijitalleşme ile birlikte sosyal ağlarda henüz doğmamış bebelere dahi ebeveynleri tarafından kullanıcı hesapları oluşturulduğu bilinmektedir. Özellikle çocuklar özelinde konunun etik ve yasal çerçevelerinin gözetilmesi çocukların temel haklarının korunması açısından kilit rol oynamaktadır. "İnternet kullanımının yaygınlaşması sebebiyle aile ilişkilerinin yeni bir boyut kazandığı ve çocuk-aile ilişkisini etkilediği görülmüştür. İnternetin sağladığı imkanların yanı sıra, yanlış kullanımı sonucunda bireysel, ailesel ve toplumsal sorunların ortaya çıktığı görülmüştür" (Temizdemir, 2018, s. 12). Bu bağlamda sosyal ağlarda ebeveynlerin farkındalık ve okuryazarlık düzeylerinin önemi bu hakların korunması doğrultusunda kritik bir yerde durmaktadır.

İncelenen gönderi tüm bu başlıklar etrafında değerlendirildiğinde çocuk mahremiyeti özelinde sorunlu bir alanın varlığına işaret etmektedir. Gönderinin ekran öznesi olarak konum alan çocuk, kamuya açılmış olan özel alanının dijital ortamdaki varlığından dahi haberdar olabilecek yaşta değildir. Farkına vardığında ise birey olarak gelecekte kendisinin banyo sonrası görüntüsünün sosyal ağlarda tanımadığı insanlarla paylaşılmasından rahatsızlık duyabilme olasılığı doğabilmektedir. Ayrıca sonraki zamanlarda gönderiyi gerçekleştiren ebeveyninden doğrudan kendisine ait olan bu anın paylaşılması hususunda anlaşılabilir bir gerekçe talep etmek isteyebilecektir. Dolayısıyla özellikle çok takipçili ve kamuya açık olan hesaplarda gizliliğin kontrollü bir şekilde korunması mümkün olamayacağı için dijital yaşamın gerçek yaşamdan tamamen bağımsız bir alan olmadığının farkında olmak gizliliğin, güvenliğin ve mahremiyet alanının gözetilmesi açısından önemlidir.

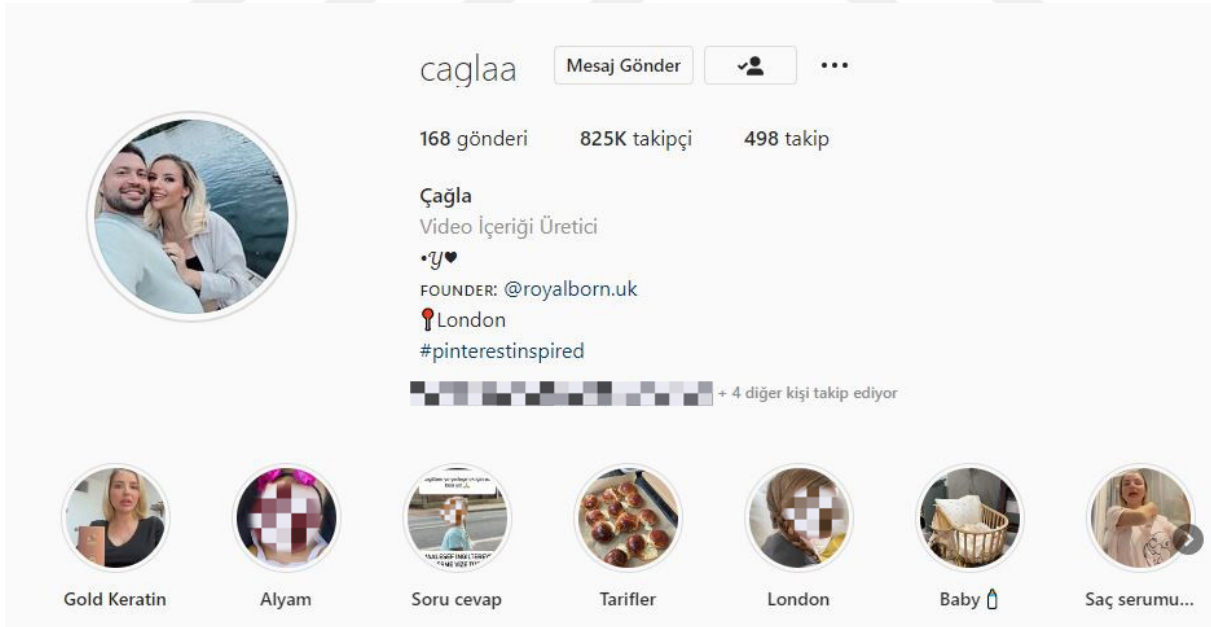
### - Sonuçlar

Gönderi, anne tarafından kızının çok küçük yaşlarda 'güzel olma' çabası ile gelecekte bakımlı biri olarak nasıl görüneceğine önem vereceği bir tahayyül üzerinden takipçilere sunulmuştur. Sosyal ağlarda takip etme ya da edilme davranışı, gönderiyi gerçekleştiren kullanıcının fikirleri, düşünceleri, idealleri, yaşam tarzı, desteklediği ya da eleştirdiği konular hakkında neleri önemseydiğinin öğrenilmesine de olanak sağlamaktadır. Gönderi sahibi ebeveyn, bu doğrultuda çocuğuna model olduğu izlenimini de uyandırmakta ve takipçilerinin ilgili gönderiye yönelik yapmış olduğu yorumlardan gerçekleştirilen davranışın olumlandığı sonucuna ulaşabilmektedir. Bu nedenle çocuğunun küçük yaşlarda güzel ve bakımlı görünme çabası geri dönütlerle birlikte değerlendirildiğinde, görünürde beğeni ile karşılanmış olup bu duruma yönelik ilgili gönderi ebeveynin olumlayıcı ve destekleyici yaklaşımını ifade etmektedir.

- **Ardalan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)**

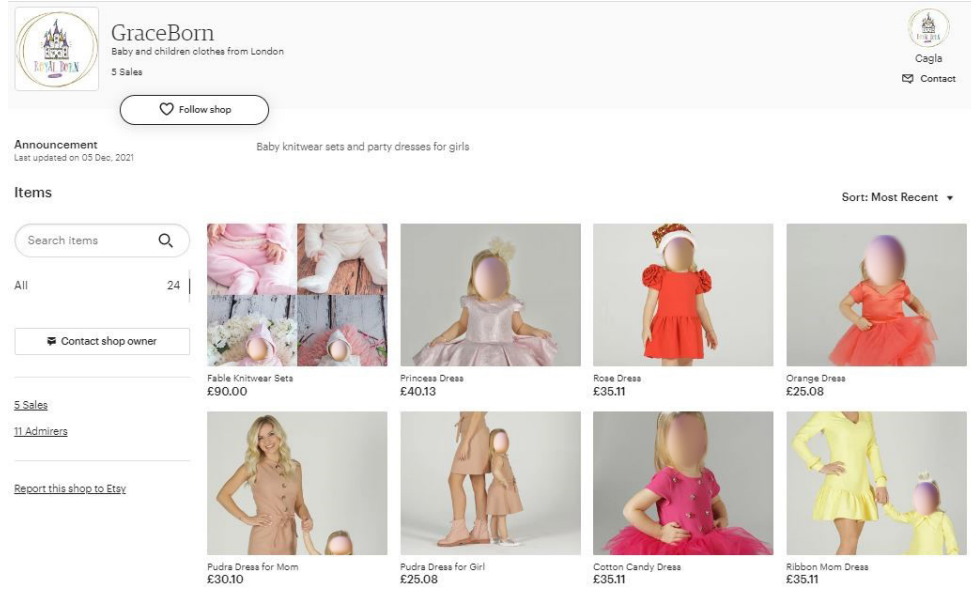
@cagla hesabını yöneten kullanıcının gerçekleştirmiş olduğu paylaşımların genel temasının ebeveynlik rolü çerçevesinde kurulduğu ve bu bağlamda profil sayfasında yer alan paylaşımlarda da çocukları ile ilgili çok sayıda gönderinin yer aldığı görülmektedir. Yaklaşık 12 bin gönderisi bulunan kullanıcı, gebelik dönemleri de dahil olmak üzere hesap profilinde çocuklarının büyüme sürecini de kapsayan ve çocukları ile ilgili bilgi içeren pek çok görsele ve videoya yer vermiştir. İlgili hesabın kapanmasının ardından yeni oluşturduğu kullanıcı profilinde de gönderiler önceki paylaşımlara benzer olarak düzenlenmektedir (Merhaba Lia Sönmez, 2024).

Hesap sahibi sosyal ağlardaki tanınırlığını 'socialmom' profil ismi üzerinden kazanmıştır. Kendisini geleneksel ve dijital medya ortamlarında sosyolog ve psikolog olarak tanıtan kullanıcı bu alanlarda takipçileri ile uzmanlık alanına yönelik fikir ve görüşlerini paylaşmaktadır. Dijital yayıncılık platformu olan YouTube'da çocuk gelişimi üzerine kısa bilgilendirme videoları da bulunan kullanıcı, doğru iletişimin nasıl kurulacağı, gebelikte ve emzirme döneminde anne beslenmesi gibi konu başlıkları hakkında takipçilerine bilgi aktarmaktadır. Kullanıcı diğer yandan aynı hesabı üzerinden güzellik, bakım üzerine tüketim ürünlerinin tanıtımını da gerçekleştirmektedir (Social Mom, t.y.). Benzer durum Instagram sosyal ağında da gerçekleşmektedir. @caglaa isimli Instagram profil sayfasında kendisini Video İçeriği Üretici olarak tanımlayan kullanıcı aynı zamanda Royalborn markasının kurucusu olduğunu belirtmekte olup diğer tüketim ürünlerine yönelik tanıtımlar gerçekleştirmektedir.



**Şekil 4.1.** @caglaa Profil Bilgisi

Kullanıcı profil sayfasında kurucusu olduğu markaya hipermetin aracılığı ile bağlantı oluşturmuştur. Bu sayede kolaylıkla markanın online sitesine ulaşılabilir. İlgili marka ziyaret edildiğinde ise çocuğunun model olarak pek çok ürünün tanıtımında yer aldığı görülmektedir.

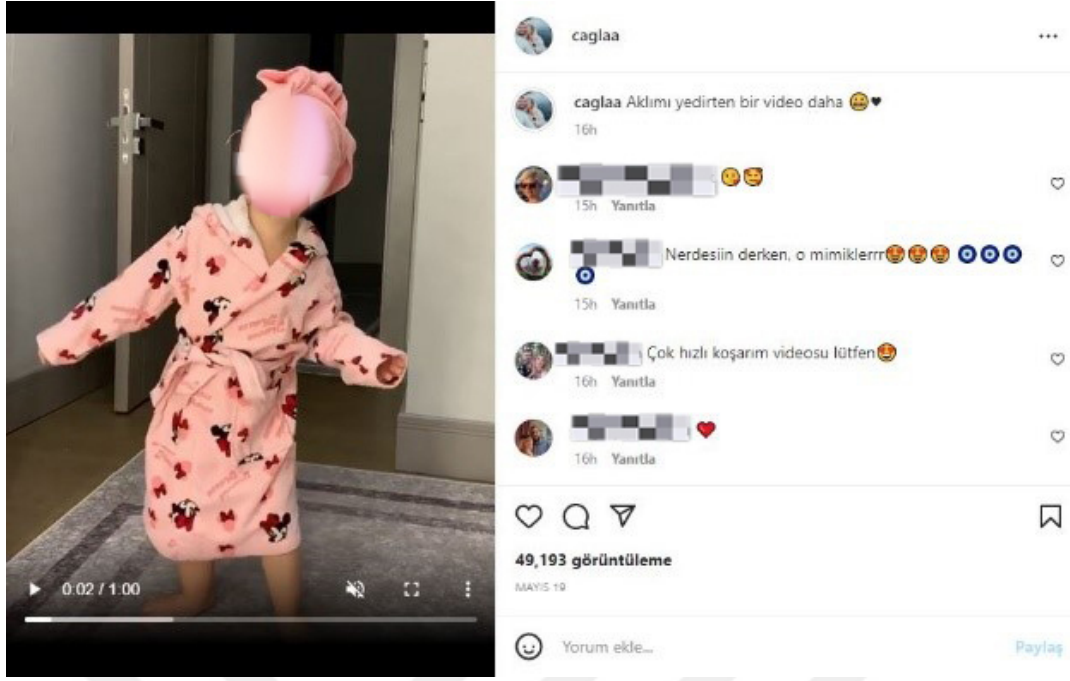


Şekil 4.2. Graceborn Shop

Kullanıcı Instagram sosyal ağına ünlendiği isim olan ‘socialmom’ ile katılmış olup daha sonra ismini @cagla olarak değiştirmiştir.

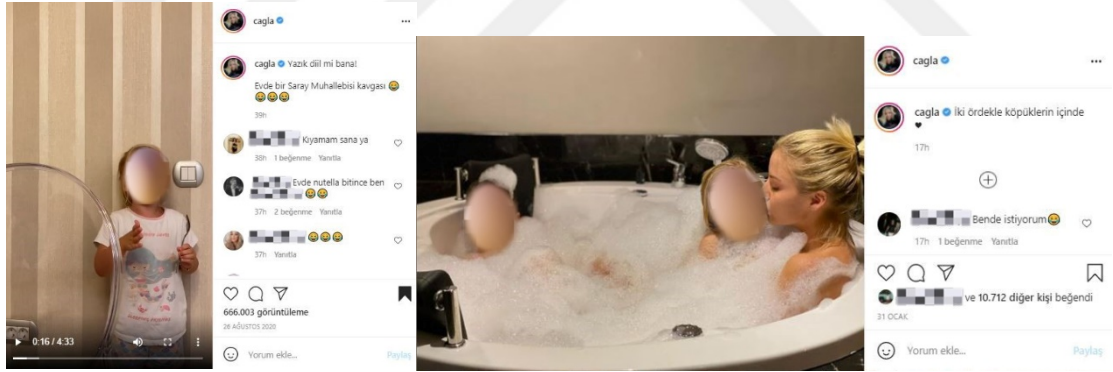
Araştırma süreci devam ederken incelemesi gerçekleştirilen @cagla adlı hesap kapanmıştır. Daha sonra yeniden aynı profil üzerinden bir süre aktif edilen hesabın tekrar kapandığı görülmüştür. Bunun üzerine ilgili kullanıcı @caglaa isimli ayrı bir hesap oluşturmuştur. Yeni hesabında yaklaşık 764 bin takipçi rakamına ulaşan kullanıcı, @caglaa isimli hesabının ardından @caglalondon isminde bir hesap daha oluşturmuştur (@caglalondon, t.y.). Instagram sosyal ağındaki ilk isimlerinden “@cagla” olarak geniş bir takipçi sayısına ulaşan hesap sahibi bu düzenlemesi ile ilk kullanıcılarının yeni hesabına yönecek takibini de ‘@caglaa’ isimlendirmesi ile kolaylaştırmıştır. İncelemesi gerçekleştirilen @cagla isimli hesabında daha önce yaklaşık 12 bin gönderisi yer alan kullanıcının açmış olduğu @caglaa şeklindeki yeni hesabında 614 gönderisi yer almaktadır (@caglaa, t.y.). Sonrasında @caglalondon hesabı, @caglaa isimli hesaba hipermetin şeklinde sabitlenerek kullanıcılara yedek hesap oluşturulduğu bilgisine yer verilmiştir. Son olarak ilgili hesabın güncel adlandırması @caglaa olarak sabitlenmiştir.

Kullanıcının yeni ve eski hesabı arasında çocuklarının görsellerine bu hesapta da yer vermesi açısından benzerlikler bulunmaktadır. Yeni hesapta ilgili kullanıcının önceki hesabından farklı olarak aile fotoğrafları ile birlikte kişisel gönderilerine daha fazla yer verdiği görülmektedir. İki hesabın benzerlikleri arasında kız çocuğuna ait olan bir başka bornozlu video @caglaa adlı yeni hesabında da yer almaktadır. Mayıs 2022 tarihinde yüklemesi gerçekleştirilen ilgili videonun yeni hesapta yaklaşık 50 bin izlenme rakamına ulaştığı görülmektedir.



Şekil 4.3. @caglaa Hesabında Yer Alan Banyo Sonrası Çocuk Videosu

Kullanıcının @cagla adlı önceki hesabında çocuklarının özel alanları olarak nitelendirilebilecek alanlarına yer verdiği görülmektedir. Bu yöndeki örnekler arasında çocukların ağlarken, eğlenirken ya da jakuzi içerisinde vakit geçirirken fotoğrafları ve videoları bulunmaktadır.



Şekil 4. 1. @cagla Hesabındaki Kamuya Açık Özel Alan Gönderi Örnekleri

Analizi gerçekleştirilen ve küçük bir çocuğun banyoda bornozlu bir şekilde ayaklarına oyun halinde oje sürdüğü videonun alt metninde ise bakımlı ve güzel görünmenin küçük yaşlarda başlayacağı ifade edilmektedir. Annesini rol model alan ve ojenin nasıl sürülebileceğini ebeveyninin yönlendirmeleri ile öğrenerek uygulayan çocuk, “yetişkin gibi” görünmenin ölçütlerini kavramaya başlamakta hatta bu durum erken dönemde ekilen ideal beden olumlamalarını da güçlendirmektedir.

#### - Bağlam Bilgisi

Video bağlamına bakıldığında bebekle ilgili her ne kadar -anne açısından- iyi bir anın kalıcı hale getirilmesi amacıyla banyo sonrası kaydı gerçekleştirilmiş olsa da video söyleminin alt metninin

olanaklar ve riskler açısından yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir. Bebeğin yaşadığı yerin mekan düzenlemeleri varsıllığı işaret ederken, sergilemesi gereken davranışlardaki toplumsal rollerinin informal inşası, güzelliğin öne çıkarılmasıyla sonuçlanmaktadır. Beğenilerin fiziksel görüntüyle ilişkilendirildiği yetiştirilme sürecinde annenin bakımlı olma bağlamındaki yol göstericiliği çocuğun yönergeler doğrultusunda kendisinden beklenen rolleri yerine getirme çabasına girişmesine neden olabilmektedir. Büyüme sürecinde çocuk küçük yaşlarda fiziksel görünümün öncelendiği bir yaşam tarzına hazırlanabilir. Connell’a göre bu durum öğrenme sürecinin önemli bir parçasıdır.

Çocuk büyürken toplumda, çocuğun önüne cinsiyete uygun kurallar, şablonlar ya da davranış modelleri dizisi koyulur. Belirli toplumsallaştırma etmenleri ya da failleri –özellikle aile, medya, arkadaş grupları ve okul- söz konusu bu beklentileri ve modelleri somutlaştırarak çocuğun bunları sahipleneceği ortamları hazırlar (Connell, 2019, s. 278).

Öğrenme burada rol-model etkileşimi içerisinde içselleştirilerek kazanılmaktadır. Bebeğin kişisel temizliğinin gerçekleştirildiği bu özel alanın annesi tarafından herkese açık olarak paylaşılması ise beraberinde mahremiyetin ihlal edilmesi riskini doğurmaktadır. Bu durum bebeğin gelecek yaşamında durumu normalleştirilmesi ve kendisinin de benzer bir davranışı sergileyebilme olasılığını içerebileceği gibi tersine rahatsızlık hissederek kendisi hakkında böyle bir görüntünün dijital medya ortamında yer almasını istemeyerek silinmesini de talep etmesi sonucunu doğurabilir. Ancak dijital ayak izi ile görüntüler silinmiş dahi olsa dijital medya ortamındaki verilerin kaydedilme ve indirilme özelliği nedeniyle bireyin bu içeriklerle yeniden karşılaşabilme olasılığı söz konusu olabilmektedir.

#### - Mikro Yapı

Mikro yapı da incelenen örnek daha detaylı olarak ele alınırken görünenin ardında ifade bulan anlamlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu açıdan sentaktik çözümleme cümle yapılarına; bölgesel uyum nedensel, işlevsel ve referansal ilişkiye; kelime seçimleri metafor kullanımına; retorik ise daha özelden tüm olasılıkların değerlendirildiği anlamsal düzlem ile ilgili olan yapıları derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır.

#### - Sentaktik Çözümleme

Videoda ebeveynin sözel olarak bebeğini yönlendirmek için “Ellerine de sür, üfle bi de. Bi de üfle. Oldu mu? Ayağına üflemeyi unuttun. Aferin sana.” şeklinde yönlendirici bir kullanım gerçekleştirdiği işitilmektedir. Burada ebeveyn tarafından aktif yapıda emir, soru ve övgü cümleleri tercih edilmiştir. Video içerisinde kısa, basit kurulumlu cümle yapıları kurallı ve kuralsız olarak yer almakta ve kullanımlar günlük konuşma diliyle oluşturulmuştur. Kurallı olarak soru ve övgü cümleleri, kurasız (devrik) olarak emir cümlelerinin kullanılmaktadır. Hatırlatma ve övgü cümleleri ile işin nasıl doğru yapılabileceği üzerine bilgi aktarımı olumlu bir yaklaşımla aktarılmıştır. Bu sayede elindeki araçlar gerçek olmasa da oyun yoluyla oje sürmeye çalışan bebek üzerinden bu eylem hakkında iyi ve doğru sonuç alınabilmesine yönelik iş basamakları takipçilere de öğretici bir dille iletilmiştir.

Burada kullanılan hakim dil ile toplumsal cinsiyete dair geleneksel tutum bebek üzerinden işletilerek güzellik kavramı, bebeğin sosyalizasyon sürecinde etkin bir konuma yerleştirilmiştir. Böylelikle ebeveyn olumlaması ile bebeğin içerisinde bulunduğu durum meşrulaştırılmış, kızlar için ‘süs püs işlerinin’ erken yaşta başlamasının gerekliliği hatırlatılmıştır. Ebeveynin bu konuda aktif ve olumlayıcı tutumu toplumsal cinsiyetin inşa sürecindeki etkinliği hakkında fikir vermektedir.

#### - Bölgesel Uyum

Videoda hiyerarşik bir yapı kurulmakta ve ilgili ebeveynin, çocuğunu yönlendiren ve onu bilgilendiren bir konumda yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda cümle bağlantıları kurulurken nedensel ve işlevsel ilişki korunmuştur. Referansal ilişki düzlemine bakıldığında yönergeleri yerine getiren bebeğin söylenenleri harfiyen uygulamasının ardından övgü cümle yapısı kullanılarak davranışı olumlanmaktadır. Dolayısıyla sonuca gelindiğinde bebek beklenen uygun davranışı başarıyla gerçekleştirmektedir. Böylelikle referansal ilişki de cinsiyet rolü üzerinden küçük bir kız çocuğunun bebek yaşta kozmetik bakım işlerini oyun yoluyla yerine getirebileceği ve taklide dayalı öğrenme sürecinde ebeveyn etkinliğinin güçlü olabileceği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu eylemi yerine getiren bebek, ebeveyni tarafından ‘akıllı’, ‘becerikli’, ‘zeki’, ‘söz dinleyen’ ve ‘uyumlu’ olarak sunulmakta ve bir bebekte aranan makro ve mikro beceriler güzellik eylemi üzerinden meşru bir zeminde ifade bulmaktadır.

#### - Kelime Seçimleri

Videoda kullanılan kelimelerin tamamı gerçek anlamda kullanılmıştır. Video süresi boyunca oje uygulamasının nasıl olacağı ebeveynin sözlü yönlendirmeleri ile işitilmektedir. Görüntü de yer alan bebek ise henüz konuşma becerisini geliştirmedikten yönergeleri davranış uyumu ile yerine getirmektedir.

“Süs püs işlerine 1,5 yaşında başladım oğlum ben 🐒🐒❤️” şeklindeki video tanımında yer alan ‘oğlum’ kullanımına bakıldığında kavramın tüm takipçileri kapsayarak eril bir dille oluşturulmuş olduğu görülmektedir. Video tanımını bebeğin annesinin gerçekleştirdiği bilindiğinden bu kullanım, hem ataerkil kültürel yapının içerisinde doğan bir dilin varlığına hem de kadın erkek ilişkilerinde heteroseksüel yapının referans alındığına işaret etmektedir. Bu tanımın ifadesine göre bebek yetişkinliğe evrilme sürecinde ulaşacağı bakımlı görüntüsünü bugünlerdeki kazanımlarından elde edecektir.

Günlük konuşma diliyle ve devrik (kuralsız) olarak oluşturulan video tanımının sonunda gülümseyerek gözlerini kapatan iki adet maymun emoji ve beraberinde bir siyah kalp yer almaktadır. İki maymun kullanımı “bunu görmek istemiyorum” demenin görsel bir yolu olsada aslında gülen ağız ifadesi “bunu yapıyorum, uygun değil ama mutluyum” bağlamında okunabilmektedir. Bu emoji kimi zaman içerisinde şaka barındıran utanç verici, komik ya da içinde yaşanan kültürde ayıp karşılanabilecek durumları sempatik bir dille anlatmak için de tercih edilebilmektedir. En sonda

kullanılan kalp sembolü ve video içeriğinde işitilen ‘aferin’ ifadesi bu açıdan video içeriğine yönelik, ebeveynin eylemi olumlayan yaklaşımı hakkında da fikir vermektedir. Tercih edilen emoji ve yer verilen “süs püs işleri” ifadesi sembolik anlamı açısından, çocuğunun erken yaşına rağmen ebeveynin durumdan duyduğu memnuniyete işaret etmektedir. Siyah kalp emoji genellikle ruhun karanlık tarafına ya da düşük moral düzeyine karşılık gelse de ebeveyn tarafından bu emoji videonun anlatım dilini desteklemek amaçlı kullanılmıştır.

Video herhangi bir etiket içermemektedir. Etiket kullanımı, konu veya kelime bazında aramaları spesifikleştirerek kullanıcıların ilgilendikleri gönderilere erişimini kolaylaştırmaktadır. Bu gönderi paylaşımında herhangi bir konuya ya da kelimeye adresleme yapılmamış olsada içeriğin herkese açık düzenlenmesi nedeniyle tüm kullanıcıların yayında kalma süreci boyunca ilgili içeriğe kolaylıkla erişebilmesi mümkündür.

#### - Retorik

Video ebeveyn-çocuk etkileşimi üzerinden oluşturulmuştur. Video içerisinde ebeveyn dış ses olarak yer alsa da tek planda gerçekleştirilen video kaydında bebeğin görüntüsünün dışında başka bir görüntüye yer verilmemiştir. Bebeğin oturmuş olduğu banyo tezgahının üzerine havlu serilmiş olması video çekimi öncesinde bir hazırlık aşamasının varlığına işaret etmektedir. Video bebeğin oyun yoluyla oje sürmesi ile başlamakta olup ilerleyen görüntülerde bebeğin bu davranışı ilk bakışta kendiliğinden gelişen bir eylemiş gibi görünmektedir. Ancak dikkatli incelendiğinde bebeğin özel bölgesinin kapatılması ya da oturduğu zemine havlu serilmesi gibi detaylar, önceden gerçekleştirilmiş planlama hakkında fikir vermektedir. Ebeveyninin yönergelerine uygun davranarak öğrenilmiş bir eylem içerisinde bulunması ise bebeğin bu davranışı ilk defa gerçekleştirmediği düşüncesini akla getirmektedir.

Gönderi bağlamında bebeğin neyi, neden yaptığından ziyade ebeveynin bu içeriği nasıl sunduğu da önem taşımaktadır. Bebek varsıllığa işaret eden bir mekanda, lüks düzenlemelerin arasında, modernizmin öne çıkan tüketim nesneleri arasından güzelliğin bir taşıyıcı olarak öne çıkmaktadır. Nitekim **tüketim kültürü** ile bedenin görünümüne yönelen ilgi artmış ve bireylerin nasıl görünmeleri gerektiği fiziksel bağlamın ötesine taşınmıştır. Baudrillard, Tüketim Toplumu çalışmasında bireyin yüksek statü özlemini, göstergeler dünyası aracılığıyla kimlik temsiline katkısı özelinde irdelemiştir. Baudrillard bu bağlamda, “Statü toplumunda yükselmenin dinamiğine rehberlik eder. Tüm özlemlerin kökeninde, doğumdan gelen statü, lütuf ve mükemmellik statüsüne duyulan ideal amaç yatar. Statü, nesneler dünyasının da yakasını bırakmaz” yönündeki söylemi ile statü olgusunun toplumsal derinliğini çözümlemiştir (Baudrillard, 2008, s. 66). Modern çizgilere sahip lüks bir banyoda beden ölçülerine uygun bornozu ile kız çocuğunun sahip olduğu neredeyse her ayrıntı, idealize edilmiş bir varsıllığın gösterisine eşlik etmiştir. Bununla birlikte ilgili videoda da ebeveyni tarafından olumlanan bir çocuğun davranışları takipçilere sempatik bir yolla sunulmuştur.

Bu video, yalnızca bebeğin öznel yaşamı üzerinde etki etmeyecek kadar geniş bir kitleye ulaşmıştır. Bu doğrultuda ebeveynlerin ‘makul’ olarak tanımlanabilen ve sınırlılıkların farkındalığı çerçevesinde sosyal medyada paylaşımlarını bu yönde gerçekleştirmesi ebeveynlik sorumluluğu doğrultusunda önemli bir yerde durmaktadır. Bu sorun alanı Goffman’ın benlik sunumu kavramsallaştırmasını akla getirmektedir. Goffman’ın **benlik** kavramsallaştırması, dramaturji terminolojisinden köklenerek gündelik yaşamda bireylerin kendilerini idealize bir biçimde nasıl sunduklarını ortaya koymaktadır. Gönderide sergilenen mekanın öğeleri sahiplik üzerinden tanımlandığında Goffman’ın vitrin ve set tanımlamalarına karşılık gelmektedir. Vitrin, kişinin performansının, gözlemcilere durumu tanımlamak için genel ve değişmez bir şekilde işleyen kısmı iken; önünde, içinde veya üzerinde sürekli sergilenen insan faaliyetlerine ortam ve sahne sunan mobilya, dekor, fiziksel tasarım ve diğer arka plan düzenlemeleri ise settir (Goffman, 2012: 33). Böylelikle varsıllığın işaretleri çocuğun kendisini sunma davranışı ile de bir uylaşım içerisinde. Bu tutum dijitalleşmenin post etkileri ile birlikte değişen ve dönüşen yaşam biçimleri üzerinden insan davranışlarına da etki etmektedir. Gönderide yer alan hesap sahibinin **ben odaklı** tutumu Funk’un geliştirdiği ‘arzıcı aktif tip’ tanımı ile örtüşmektedir. Funk’a göre aktif tip, “bir başka deyişle arzıcı tip *dış gerçeklikle ve başka insanlarla* ilişkisinde en derinden güdüleyen şey, gerçekliği yeniden üretmekten ve kurgulanmış bir yaşam dünyası olarak arz etmekten alınan keyiftir” (Funk, 2020, s.65). Gönderide çocuğun banyo sonrası video kaydından önce gerek fiziksel gerekse mekansal açıdan belirli düzenlemelerden geçtiği düşünüldüğünde gönderi sahibinin ben odaklı arzıcı yaklaşımının kurgulanmış bir gerçeklik ile bütünleşmektedir.

Kullanıcı pasif tipler ise yalnızca ebeveyn rolü ile değil aynı zamanda bir benlik sunumuyla da karşı karşıya kalmaktadır. Bu doğrultuda video paylaşım öznesinin kim olduğu ve hangi konumda yer aldığı önemli bir soru işaretidir. Video öznesinin ilk bakışta eylemleri yerine getiren bebeğin olduğunu düşündüren video, derinlemesine incelendiğinde, yaşamını idealize edilmiş bir şekilde sunan ebeveynin merkezde yer alma çabasını içerdiği anlaşılmaktadır.

Geniş alanlara yayılan yaşantıların ve yaşantı dünyalarının üretimi ve pazarlanması, duyguların ve duygu dünyalarının gösteriye dönüştürülmesiyle, arzıyla ve pazarlanmasıyla aynı anlama gelmektedir. Bu bağlamda en çok talep, bir yandan günümüz insanının eksikliğini en çok hissettiği sevgi, mutluluk, hoşnutluk, şefkat, yumuşaklık gibi ailevi duygulara, öte yandan da kendini büyük üstün, en iyi, incinmez mükemmel ve özel hissetmek gibi narsistik duygulardır (Funk, 2020, s. 40).

Böylelikle video öznesi bebek değil bu yaşamı sunan ve idealize eden ebeveyn olarak değerlendirilebilmektedir. Ayrıca ataerkil kültürün toplumsal cinsiyet olgusu bağlamında kimliklere atfettiği “güzellik kavramı” ağırlıklı olarak kadınlık ve kadın olmanın gereklilikleri üzerinden tanımlanmaktadır. Buna yönelen eylemler ise doğrudan kadınlık sunumu üzerinden ifade bulmaktadır. Dolayısıyla ebeveynin içselleştirdiği kadın kimliği burada kendisine atfedilen rollerin sürdürülmesi çabasını içerirken, bunun kişisel düzeyde hazırlanıp, gösteriye dönüştürülmesi süreci ise Goffman’ın

benlik sunumu üzerinden okunabilmektedir (Goffman, 2012). Beraberinde sosyal açıdan ‘iyi’ ve sorumlu bir ebeveyn olmanın öncelikleri arasında bebek bakımının düzenli olarak yapılması ve bebeğin temiz görünmesi önemli bir yerde durmaktadır. Burada gerek mekanın temiz ve düzenli oluşu gerekse bebeğin kişisel temizliğinin bakımlı ve özenli bir şekilde gerçekleştirilmesi ebeveynin annelik deneyimini de olumlu bir şekilde sunma çabasına karşılık gelmektedir. Bebeğe kendi bedenine uygun pembe bornozun giydirilmesi, parmağına çiçekli bir yüzük takılması ve bununla birlikte oyun da olsa oje sürme eyleminin annenin ifadeleriyle uygulanmaya çalışılması toplumsal cinsiyet rollerinin çok küçük yaşlarda kazanılmasına örnek olarak gösterilebilmektedir.

Literatürde de sıklıkla ele alınan boyutuyla çevrimiçi riskler bu gönderinin içerdiği sorunsalları arasında yerini almaktadır. Bu açıdan **Mahremiyet** sorunsalı gönderinin gizlilik ve güvenlik boyutu ile ayrıca değerlendirilmelidir. Ebeveyni tarafından paylaşılan videonun benzer olarak bebeğin gelecek yaşamını etkileyebilecek türden sorunlara kapı aralaması olasılığını içermektedir. Karşılaşılabilecek bu başlıca sorunlar arasında ilgili videonun pedofili kaynaklı sakıncalı internet ortamlarında yer alması, deep fake ile bebeğin başka bir bedene yüzünün yerleştirilmesi, digital kidnaping ile dijital kimlik hırsızlığı, ‘baby role play’ ile bebeklerin sanal ortamda bir başkasına evlatlık verilmesi vb. türden pek çok sorun sıralanabilmektedir.

Tüm bunlarla birlikte ilgili bebeğin, yetişkinliğe evrildiğinde kendisini ilgilendiren paylaşımların kamusala açılması ve mahremiyetinin ihlal edilmesi nedeniyle durumdan rahatsızlık duyabilme olasılığı bulunmakta olduğundan ilgili paylaşımlar bireyin sonraki yaşamında kurmak isteyeceği sosyal ve dijital kimlik inşasını olumsuz bağlamda etkileyebilme ihtimalini içermektedir. Ya da yine gelecekte doğru davranışı bu şekilde tanımladığında diğer bireylerin özel alanlarının ve sınırlarının nerede başlayıp nerede bittiğini doğru kullanımlar ile uygulayabilmek hususunda sorun yaşayabilecektir. Bu bağlamda karşılaşılabilecek sorunsalı Keith ve Steinberg, çocukların dijital medya ortamlarında gelecekte karşılaşılabilecekleri dijital riskleri göz önünde bulundurarak açıklamaktadır. Dijital iz kavramına işaret eden Keith, dijitalleşmeyle birlikte ebeveynlerin özellikle sosyal ağlarda farkında olmadan çocukları hakkında oluşturmuş ya da paylaşmış oldukları bilgilerin sakıncalı yönlerini ortaya koymuştur. Dijital izler aracılığı ile gerçekleştirilmiş olan paylaşımlar daha sonra çocukların karşısına çıkabilme olasılığını içerirken onları psiko-sosyal düzlemde etkileyebilme ihtimalini de daima bulundurmaktadır.

Ebeveynlerin çevrimiçi paylaşımlarında yaptıkları açıklama bilgileri, çocukları yetişkinliklerinde de takip edecektir. Bu yararlı bir durum gibi görülse de birçok ebeveyn tarafından tanınmayan potansiyel zararları da söz konusudur. Bu zararlar arasında öne çıkanlar; kimlik hırsızlığı, kötü amaçlı olarak bilgileri toplayan avcı sitelerinde bu bilgilerin korsan olarak yeniden paylaşılması, özel kalması gereken psikososyal bilgilerin paylaşılması ve başkaları tarafından kötüye kullanılabilecek açığa çıkarıcı veya utanç verici bilgilerin paylaşılması yer almaktadır. Bu avcı siteler arasında Avustralya hükümetinin e-Safety komisyonu tarafından yapılan bir araştırmada,

çocuklara ait görüntülerin yaklaşık %50'sini pedofili sitelerinde tespit etmiştir. Bu sitelerde paylaşılan fotoğrafların ise sosyal medya ağlarından alındığı ortaya çıkmıştır (Keith ve Steinberg, 2017, s. 413).

Bu sorun aynı zamanda Petronio'nun **iletişim mahremiyet yönetimi teorisinde** yetkili ortak sahiplik oluşturularak bilginin korunması aşamasında kontrolün kaybedilebileceği riskine işaret etmektedir. Aksiyom 7 ve 8'in bağlamı sürecin türbülansa girerek korunması gereken kişisel verilerin sızma ihtimalini içermekte ve bu bilgilerin nerede ve hangi amaçla kullanılabileceğinin öngörülememesi ciddi bir sorun olarak belirmektedir. Bu bağlamda internet kullanımında hevesli olarak nitelendirilebilecek bu dijital ebeveyn yaklaşımında gündelik sosyal yaşamın da etkilenebileceği olasılığı ebeveyn sorumluluğunu daha da artmaktadır. Bu açıdan iletişim mahremiyet yönetimi teorisi süreci, kişisel verilerin yaygınlık derecesi ve gizlilik ehemmiyetiyle değerlendirmektedir. Petronio'nun geliştirmiş olduğu bu teorinin yaklaşımına göre büyük veri ekseninde ekran öznesine ait gönderilerin kamuya açık olması ciddi bir kişisel gizlilik sorunsalı ile karşı karşıya kalındığını göstermektedir. META şirketi, 'onaylanmış rozeti'ne sahip olunabilmesi için tüm gönderilerin herkese açık olarak düzenlenmesi gerektiğini kullanıcı onayına ön koşul olarak sunduğundan iletişim gizliliği konusundaki riskleri hesap yöneticisinin kabul ederek almış olduğu ve gizlilik politikalarını okumuş olduğu varsayılmaktadır. Nitekim aynı kullanıcı yeni açmış olduğu @caglaa isimli Instagram hesabında henüz 'onaylanmış rozeti' bulunmadığı dönemde yayınladığı gönderilerin erişimini zorunluluğu bulunmamasına rağmen herkese açık olarak düzenlemiştir. Bu nedenle örnekteki ebeveynlik sorunsalı ben odaklı bir tutum üzerinden değerlendirilmiştir.

İlgili videoya çocuk menfaati açısından bakıldığında, her bireyin içine doğduğu dünyada negatif statü haklarına sahip olduğu bilgisi önemli bir hatırlatmadır. Özellikle İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin 3. maddesinde yer alan herkesin yaşam hakkı ile kişi özgürlüğü ve güvenlik haklarına sahip olması ilkesi bu video içeriğinin kişi haklarının ihlalini içeren riskler üzerinden yeniden değerlendirmesini gerekli kılmaktadır. Videoda yer alan bebeğin özel alanının kamuya açılması sorunsalı bebeğin doğrudan kişilik hakları arasında yer alan gizlilik, güvenlik ve mahremiyet haklarını ihlal eden ve etik açıdan tartışılmasını gerekli kılan kritik bir öneme sahiptir. Buradaki önemli sorun çocuklarının yararını gözetmekten birincil derecede sorumlu olan ebeveynin video içeriği oluşturmadaki tutumunda saklıdır. Bu nedenle etik bakış açısı gündelik sosyal yaşamın dijital eylemlere yansıyan boyutu ile göz önünde bulundurulması gereken önemli bir bağlamdır.

**Etik yaklaşım** insanın muhakeme yapabilmesi ve düşünce üretebilmesi üzerinde dururken bir diğerinin alanının ve sınırlarının gözetilmesi ile de ilgilenmektedir. Deontolojik açıdan Kant'ın ahlak yaklaşımındaki üç ahlak yasası insan aklı temelli olarak bu yetiyi kullanma boyutunda etik davranışın neleri içerdiği üzerine düşünce geliştirir. Kant her ne kadar ideasını devlet ve yurttaş hakları özelinde derinleştiriyor olsa da geliştirdiği ahlak yasası bireyin özgürlük alanı ve arayışına kılavuzluk etmektedir. Kant, ahlak yasasını geliştirirken hak düzenini temel alan bir ide üzerinde durmaktadır. "Bu ide de,

bütün insanlık ölçüsünde gerçekleştirilecek olan bir hak düzenidir; içinde her kişinin insanlık değeri ve onuruna, hak alanına saygı gösterilen bir ‘dünya yurttaşlığı’ durumudur. İde de Kant’a göre, kendisine yöneleceğimiz, eylemlerimizi kurallaştıran (regulatif) bir ilkedir, bizim için sonsuzlukta bulunan bir ödevdir” (Gökberk, 1962, s. 410). Kant’ın ahlak yasasında vurguladığı ide kurallı bir düşünsel yapıya sahiptir. Bu kural bir başkasının yaşam alanına saygı bir ödev üzerinden savladığında ilgili çözümlemede yer alan bebeğin alanının önemli ölçüde ihlal edildiği sonucuna kolaylıkla varılabilmektedir. Kendisine yöneltilen tüm yönergeleri olumlanmak üzere yerine getiren bebek hiç tanımadığı ve henüz algılayamayacağı dijital bir dünyada ebeveyninin buna yönelik fiilleri doğrultusunda aktif olarak yer alırken buna ek olarak kendisi adına ifade bulmuş bir yargı cümlesine dahi sahip olmuştur. Burada ebeveynin çocuğunun sınırlarını ihlal etmesi önemli bir etik problemi yansıtırken ebeveyn sorumluluğunun yerine getirilmesi hususunda sorunlu alanlar belirlemiştir. Bu sorun alanları, bebek açısından güncel süre dahil olmak üzere ilerleyen zamanlarda internet riskleri karşı karşıya kalınabilmesine kapı aralamış, sahip olunması düşünülen yüksek sosyo-ekonomik yaşamın gösterisi bir bebek üzerinden görünür kılınmıştır. Bu da ebeveynin hem gündelik sosyal yaşamda hem de dijital dünyada çocukları özelinde koruması ve gözetmesi gereken yükümlülükleri hatırlatmıştır. Ancak ilgili ebeveyn aktif arzu rolü ile sahip olduğu maddi olanakların gösterisini gerçekleştirirken aynı zamanda mülkleştirilme benzeri bir yaklaşım ile gönderilerinin temel bağlamında çocuklarının da temsili bir sunumunu sürdürmektedir.

Literatür dijital ebeveynlik tutumlarının ele alındığı bağlamlar referans alındığında örnekleme yer alan ebeveynin, dijital ebeveynlik yaklaşımlarında internet teknolojisinin özellikle sosyalleşme temelli avantajlarından yararlanma konusunda açık bir tutum sergilediği görülmektedir. Bu açıdan ilk hesabında yaklaşık 12 bin sayısına ulaşarak, yoğun içerik paylaşımı gerçekleştiren @cagla isimli ebeveyn, Turow ve Nir’in internet ve aile ilişkisini irdelediği çalışmasında ele alınan üç aile türü yaklaşımında “Fazlasıyla istekli olan aile” kategorisinde yer almaktadır. Çevrimiçi istekli ebeveyn yaklaşımı, dijital riskler konusunda duyarlılığı en az olan gruplar arasında bulunmaktadır.

Bir diğer açıdan tüketim ve etkileşim temelli bir tutum ile gönderilerini oluşturan @cagla isimli hesap kullanıcısı paylaşım sıklığı açısından ‘oversharenting’ kavramsal çerçevesi etrafında değerlendirilebilmektedir. Eski ve yeni hesapları dahil olmak üzere etkin olarak kullandığı hesaplarında etkileşimi dinamik tutma amacını da destekleyen boyutuyla ilgili kullanıcı yoğun bir şekilde içerik oluşturmakta bununla birlikte gerçekleştirilen bazı yorumları da yanıtsız bırakmamaktadır.

Video yorumlarına bakıldığında takipçilerin ağırlıklı olarak video gönderisini olumlayan bir tutum içerisinde bulunduğu görülmektedir. Çoğunluğunu kırmızı kalpler, nazar boncukları, kalp emojili gülen yüzler ve çiçeklerin oluşturduğu yorumların hiç birinde olumsuz ya da bebeğin özel alanı ile ilgili uyarıcı bir ileti yer almamaktadır. İlgili yorumlardan bazıları aşağıda görülmektedir.



**Şekil 4. 2.** @cagla Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -1

Gönderi başlığı altında 11 beğeni ile en çok etkileşimin bulunduğu “Ayyy bundan bitane daha doğursana bu çok çabuk büyüdü anlamadım 😊” yönündeki ileti dikkat çekmektedir. Çocuğun büyüme ve yetiştirme sürecinin ebeveynin gerçekleştirmiş olduğu paylaşımlar yoluyla sosyal medya kullanıcıları tarafından da ilgiyle takip edildiğini düşündürten bu yorumun öne çıkması konu özelindeki arz-talep döngüsünü de ortaya koymaktadır. Funk’un arzıcı aktif tip ile pasif kullanıcı tip kavramsallaştırmasına denk düşen bu durum ebeveynin oluşturacağı gönderilerin çocukları ile ilgili olmasında pekiştirici bir rol oynamaktadır. Bu durum kullanıcıların çocuk hakkında daha çok bilgiye sahip olmasını ve çocuğun kişisel verilerinin ve özel alanının daha çok kamuya açılabilme olasılığı taşıdığı anlamına gelebilmektedir. Funk’a göre, ben odaklı yaklaşım üzerinden bu yöndeki,

Aktif arzıcı tip, öz yaşantısının parlak, karizmatik ve sahici olması için sahnede boy göstermesi, ama bunu yaparken kendine özgünlükten yoksun olması gerekmektedir. Doğal olarak bunun sonucunda sahici olmak, inandırıcı bir biçimde boy göstermek ve kendi kaynaklarına el atmadan her düşündüğünü söylemektir (Funk, 2020, s. 67).

Aşağıda gönderi sahibinin incelenen paylaşımına yönelik en çok etkileşimde bulunduğu yorum yer almaktadır. Bu yorumlara getirilen geri bildirimler incelendiğinde aktif arzıcı tip olarak tanımlanabilecek bu kullanıcının Funk’un açıklamasına doğrudan karşılık geldiği görülmektedir. İlgili yorum beğeni ve yanıt etkileşimleri görsel ... ‘de yer almaktadır.



Şekil 4. 3. @cagla Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları-2

Hesap sahibinin yoruma verdiği yanıt annelik deneyiminde bakım hizmetlerinin gerektirdiği iş yükü hakkında fikir vermektedir. Yorumlara verilen yanıtlar ve etkileşimlere bakıldığında annelik deneyimi bir yandan olumlanmış diğer yandan da bu deneyim ironik bir şekilde zorlayıcı bulunmuştur. Burada kast edilen bakım yüküdür. Çocuğun kişisel alanı dahil olmak üzere verilerinin korunması yoluyla haklarının ve güvenliğinin emniyete alınması sorunsalı ebeveynlerin siber mekandaki sorumluluklarını hatırlatmaktadır.

Video gönderisindeki sayısal veriler değerlendirildiğinde 216.352 izlenme rakamına ulaşan videoda verilen yanıtlar dahil edildiğinde toplamda 67 yorumun yapılmış olduğu görülmektedir. Rakamsal veriler arasındaki sayısal açıklık ise tutarlılık dolayımında başka bir olasılığın söz konusu olup olmadığı hakkında soru işaretleri uyandırmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarında açıklama bilgileri de dahil olmak üzere yorumların gönderi sahibi tarafından kaldırılabilme özelliği bulunmaktadır. Böylelikle gönderiyi gerçekleştiren hesap kullanıcısı olumsuz yorumları silebilmekte hatta yorum yapmasını istemediği kullanıcıları engelleyebilmektedir. Bu gönderide görünen yorumların tamamı ebeveynin bu gönderisini beğeniyor olsa da kullanıcıların tamamının video içeriğini olumlayıp olumlamadıkları konusunda kesinlik söz konusu değildir.

Sonuç olarak bebeğin içinde bulunduğu durum, dijital bir veri olarak hem tüketim, hem mahremiyet hem de benlik sunumunun somut bir görünümü özelinde önemli bir örnektir. İlgili gönderi tüm bu ele alınan başlıklar etrafında sorunlu etik bir bakışı ebeveyn davranışı özelinde irdelenmiştir. İnsanın özgür ve güvenli yaşam hakkının bu açıdan yalnızca gündelik sosyal yaşamda değil aynı zamanda dijital dünyada da korunması gerekliliği ebeveyn sorumluluğu özelinde yeniden hatırlanmıştır. Bu açıdan çocukların güvenliğinin dijital yaşamda da korunması her türlü riskten kaçınılması açısından önemli bir yerde durmaktadır.

#### 4.2. Sharenting Ekseninde Ticari Kazanç Sağlama Amacına Yönelik Yaklaşım: @mayabasol Adlı Hesap Gönderisinin Mahremiyet ve Tüketim Olgusu Bağlamında Analizi

**Hesaba Genel Bakış:** Küçük bir kız çocuğunun gerçek isim bilgilerinin kullanıldığı @mayabasol adlı hesap ebeveyn @asyabasol tarafından yönetilmektedir. 4 binin üzerinde gönderisi bulunan ve “Tanınmış kişi” olarak tanımlanan hesabın genel temasını çocuğun yaşamından anlar, ziyaret edilen mekanlar ve bunlar ile birlikte ve reklam, iş birliği çalışmaları oluşturmaktadır. Hesap aktif olarak kullanılmakta ve gönderi, hikâye paylaşımları sık aralıklarla gerçekleştirilmektedir. İlgili hesap çocuğun bebeklik hallerinden itibaren çekilen fotoğrafları içerirken aynı zamanda aileye daha sonra dahil olan küçük kardeşin de büyüme sürecinden kareler yansıtılmaktadır. İlgili hesap öncesinde hazırlık sürecinden geçirilmiş olan her iki çocuğun da çeşitli anlardan pozlarına kamuya açık olarak sıklıkla yer vermektedir. Bu nedenle @mayabasol adlı hesap, bir ebeveyn tarafından yönetiliyor olduğundan sharenting olgusunun çocuk adına gerçekleştirilmesi sorunsalına belirgin örnek oluşturmaktadır.



|                  |                                                                                                 |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Başlık           | ❤️                                                                                              |
| URL              | <a href="https://www.instagram.com/p/CRWBdBhH82n/">https://www.instagram.com/p/CRWBdBhH82n/</a> |
| Yüklenme Tarihi  | 15 Temmuz 2021                                                                                  |
| Beğenilme Sayısı | 439.964                                                                                         |
| Yorum Sayısı     | Hesap sahibi tarafından yorumlar kısıtlandırılmıştır                                            |

Bu gönderi, söylem analizi yöntemi üzerinden ticari kazanç sağlama amacına yönelik dijital ebeveyn yaklaşımının ağırlıklı olarak mahremiyet ve tüketim olgusu bağlamında incelenmektedir.

#### - Makro Yapı

Bu yapı etrafında @mayabasol profil hesap gönderisine yönelik genel bilgiler değerlendirilecek olup, gönderinin temasında başlık, video tanımı ve varsa etiket kullanımları içerdiği söylem üzerinden çözümlenecektir.

#### - Tematik Yapı

Instagram sosyal paylaşım ağında yaklaşık 3 milyon takipçisi bulunan '@mayabasol' hesabı, erişim açısından tüm internet kullanıcılarına açık olarak düzenlenmiştir. Kamuya açık olarak 4 binin üzerinde gönderisi bulunan hesap, yedi yaşındaki bir kız çocuğu adına açılmıştır. Çocuk fotoğraflandığı tarihte ise altı yaşındadır. Hesabın yöneticiliğini annesi @asyabasol gerçekleştirmekte olup profil açıklaması alanında bu bilgiye yer verilmektedir.



Şekil 4. 4. @mayabasol Profil Bilgisi

Instagram sosyal ağı kullanım koşullarına göre uygulamanın kullanıcı düzeyinde kullanılabilmesine yönelik hesap oluşturma yaşının en az 13 olması gerektiği belirtilmiştir (Kullanım Koşulları, t.y.). Nitekim internet düzenlemeleri kapsamında çoğu internet platformlarında ve özellikle sosyal ağlarda bu yaş 13 olarak belirlenmiş ve Çocukların Çevrimiçi Gizliliğini Koruma Yasası (COPPA) referans alınarak dijital haklara erişim, bu yaşa göre düzenlenmiştir (Çocuklar İçin Dijital Medyada Yeni Bir Evre: 13 Yaş, 2024).

İncelenen hesabın aktif kullanıcısı bir yetişkin olmasına rağmen içerikler, yedi yaşındaki bir kız çocuğunun verilerden oluşmaktadır. Çocuk içeriklerini paylaşan aktif kullanıcının bir ebeveyn olması araştırmanın sharenting düzleminde incelenmesini gerektirmiştir. İlgili hesap bilgilerinde oyuncu olduğu belirtilen kız çocuğuna ait pek çok bilgiye yine profil açıklama alanı üzerinden erişilebilmektedir. Bu alanda yer alan hipermetin aracılığıyla çocuğun hem diğer sosyal medya hesaplarına ulaşılabilmekte hem de çocuğun ebeveyninin kişisel hesabına etiket bilgisi yoluyla doğrudan erişilebilmektedir. İlgili hesaplarda ebeveyne ait verilere bağlantı oluşturulmaktadır.

Analizi gerçekleştirilen görselin başlığı ise kahverengi bir kalp sembolü ‘❤️’ üzerinden oluşturulmuştur. Bu ibare ebeveynin çocuğuna yönelttiği duygusal bir ifadeyi karşılarsa da kalbin alışlagelmiş sunumu olan kırmızı ya da pembe kullanımının tercih edilmemesi çocuğa giydirilen leopar desenli elbisenin renk kullanımına karşılık gelmektedir. İlgili hesabın tüm gönderileri çocuğa ait görselleri içerdiğinden bu gönderi de hesabın genel ana fikri ile uyumludur.

Gönderi bilgisi kısmında herhangi bir etiketleme gerçekleştirilmemiş olsa da kullanıcı rozetine sahip olunması beraberinde hesap erişim ayarlarının kamuya açık olması, çocuk hakkındaki bilgilerin tüm gönderi ziyaretçileri ile paylaşılmasına imkân sağlamaktadır. Bu durum ise çocuğun ismi dahil olmak üzere yazılı ve görsel kişisel verilerine kolaylıkla erişilebileceği anlamına gelmektedir.

#### - Şematik Yapı

Şematik yapı ile @mayabasol adlı hesap kullanıcısına ait ilgili gönderi içeriğinde somut olarak değinilen tüm unsurlar söylem çözümlemesinin mikro yapıya geçişi öncesinde anlamsal karşılıkları üzerinden irdelenecektir.

#### - Durum tanımı

Bu başlık altında gönderinin anlatım dili, ulaştığı/varmak istediği sonuçlar, önceki yapı dahil olmak üzere ardaan bilgisi ve bağlam bilgisi genel çerçevede değerlendirilecektir.

#### - Gönderinin anlatım dili

Analizi gerçekleştirilen gönderide diz planda fotoğraflanan altı yaşındaki kız çocuğu doğrudan kameranın objektifine bakarak poz vermektedir. Giydirilmiş olan kıyafet ve saç modeli ile fotoğraf öznesinin çocuksu görüntüden uzaklaştırıldığı, bununla birlikte yapılan hazırlık ile yine çocuk bireye, yetişkin ve kadınsı bir görüntü kazandırıldığı söylenebilmektedir. Leopar desenli dar mini elbise çocuğun beden hatlarını takip eden bir kesime sahip olup bu elbisenin çocuk kimliğine atfedilen ‘safılığı’ ve ‘masumluğu’ perdelediği ifade edilebilmektedir.

#### - Sonuçlar

Gönderide, kız çocuğunun görüntüsüne bakıldığında bu fotoğraf için bir ön hazırlık aşamasından geçildiği anlaşılmaktadır. Hesap takipçileri mevcut yaş düzeyinin üzerinde bir görünüm kazandırılan kız çocuğu ile karşılaşmaktadırlar. Çocuk adına oluşturulan hesap ebeveyn tarafından yönetilmektedir. Gönderi içeriği ise açıklama bilgisi ile birlikte değerlendirildiğinde kullanılan kalp sembolü beraberinde ebeveynin, çocuğun içinde bulunduğu durumu olumlayıcı bir tutumla karşıladığını yansıtmaktadır.

#### - Ardaan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)

Hesap paylaşımları çocuğun pek çok anını içeren fotoğraf ve videoları içermektedir. Yaklaşık 5 bin gönderisi bulunan hesabın öne çıkan story bilgileri de örtülü ve açık olarak marka bilgilerini içeren

reklam paylaşımlarına yer vermektedir. Hepsiburada, Mercedes Benz, B&G Store bunlardan bazıları olup ‘linkler’ başlığı altında önce çıkarılmış sıralı storylerde daha pek çok farklı markanın tanıtımının gerçekleştirildiği görülebilmektedir.

Gönderiler ağırlıklı olarak çocuğun gündelik ve çalışma yaşamından kesitler sunarken çocuğun bulunduğu mekan bilgileri de gönderilerde yer almaktadır. Örnek olarak profil sayfasının rehberler kısmında, oteller dahil olmak üzere çocuğun ziyaret ettiği mekanların bilgisine hızlıca ulaşılabilir.

Hesap yöneticisi olan ebeveyn, çocuğa ait profil sayfasında kendi kişisel sayfasını hipermetin kullanarak belirtmiştir. Profilde çocuk görsellerinden sonra en çok paylaşılan gönderilerin anneye ait olduğu görülmektedir. Son paylaşımlarda çocuğun yeni doğan kardeşinin de fotoğraflarının yer aldığı gönderiler öne çıkmaya başlarken babanın ve ailenin bir arada bulunduğu görsellerin daha az sayıda yer aldığı söylenebilmektedir. Aktif olarak kullanılan bu sosyal ağ gönderilerinin öznesi çocuk olduğundan, hakkında daha çok bilgiye yer verilmiş olup bu durum çocuğun tanınırlığını pekiştirmektedir.

#### - **Bağlam Bilgisi**

Küçük yaşlardan itibaren ailesi tarafından modellğe ve oyunculuğa yönlendirilen çocuğun profilinde yer alan gönderilerde genellikle marka tanıtımlarına yer verilmektedir. Bu doğrultuda tanıtımı yapılacak ürünler özelinde çeşitli tarzlarda kıyafetler giydirilen çocuğun kimi fotoğraflarında çocukluk çağını yansıtmadığı görülmektedir. İncelemesi gerçekleştirilen gönderi de çocuğun ‘kadınısı’ özellikler atfedilerek seyirlik bir nesne olarak konum alması çocuk ve çocukluk konusundaki ebeveyn rolü ve sorumluluğunun sorunsallaştırılmasını gerekli kılmıştır. İlgili hesabın kamuya açık olması ve yaklaşık 3 milyon takipçisinin bulunmasından da hareketle gönderinin, mahremiyet, tüketim ve rol-model olgusu üzerinden yeniden değerlendirilmesini gerekmektedir.

#### - **Mikro Yapı**

Mikro yapı da incelenen örnek daha detaylı olarak ele alınırken görünenin ardında ifade bulan anlamlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu açıdan sentaktik çözümleme cümle yapılarına; bölgesel uyum nedensel, işlevsel ve referansal ilişkiye; kelime seçimleri metafor kullanımına; retorik ise daha özelde tüm olasılıkların değerlendirildiği anlamsal düzlem ile ilgili olan yapıları derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır.

#### - **Sentaktik Çözümleme**

Fotoğrafın açıklama bilgisinde herhangi bir kelime ya da cümle kullanılmamasına rağmen takipçilerle emoji kullanımı ile sembolik iletişim gerçekleştirilmiştir. Bu iletişim yönteminde kullanılan ‘❤️’ ibaresi, ebeveynin gönderiye yönelik olumlayıcı tutumu hakkında fikir vermektedir. Bu olumlayıcı tutum kalp sembolünün semantik karşılığı karşılık gelse de güçlü bir olasılıkla sonuç çıkarımları arasında çocuğun gerek saç modelinden gerekse kıyafetinden ancak bir yetişkin için tasarlanabilecek bu

kıyafetin altı yaşındaki bir çocuğa giydirilmesinden gelecek eleştirilerin görünür kılınmaması nedeniyle hesap yöneticisi ebeveyn tarafından gönderi yorumlarına kısıtlama getirildiği düşünülebilmektedir.

#### - Bölgesel Uyum

Gönderi bağlamındaki hiyerarşik yapı hesap yönetimi üzerinden kurulmaktadır. Hesap tanımı ve profil kişi bilgileri gönderilerin öznesi çocuğun kendisine ait olurken hesap yönetimi çocuk adına ebeveyn tarafından yapılmaktadır. Böylelikle ilgili hesabın yöneticisi konumundaki ebeveyn, çocuğu adına açtığı bu hesabı etkin bir şekilde kullanırken çocuk özelinde kontrol ve karar yine ebeveyne aittir. Hesap bölgesel uyumu hiyerarşik düzlemde ebeveyn ve çocuk özelinde kurulmuştur.

#### - Kelime Seçimleri

Hesabın diğer gönderilerine bakıldığında yorumların ağırlıklı olarak tüm kullanıcılara açık olduğu görülmektedir. Ancak incelenen gönderide yorumların kısıtlanmış olması çocuğa giydirilen kıyafetin uygunluğu hakkında karşılaşılabilecek bir eleştirilerin de önünü kapatmıştır. Yorumların hesap yöneticisi tarafından sınırlandırılabilir olması yine yalnızca seçilen iletilerin görünür kılınmasını sağlayabilmektedir. Bu doğrultuda çocuğun leopar desenli dişil bir görüntüyü öne çıkaran kısa ve dar olan elbisesi, fönlü saçları ile birlikte çocuğun beden duruşunun ve bakışının doğrudan seyirciye yönelen yanı ‘çocukluk’ olgusu çerçevesinde sosyal ağ kullanıcıları tarafından eleştirel bağlamda karşılanabilme olasılığını içerisinde barındırmaktadır. Böylelikle kelime seçimleri yalnızca sembolik olarak tamamlanmış ve annenin gönderi açıklama bilgisinde yer verdiği ‘❤️’ kahverengi kalp emoji, leopar desenli elbisenin hakim rengine ve bu görselleştirmeye yönelik beğeniye işaret etmektedir.

#### - Retorik

Ebeveynin çocuk adına yönettiği bu hesabın incelenen gönderisinde çocuğun fotoğraf çekimi öncesi görsel düzenlemesine yönelik bir hazırlık sürecinden geçirildiği anlaşılmaktadır. Çocuğun kameranın objektifine odaklanan bakışı ve üzerine çalışılmış postür duruşu, çocuğa kazandırılan imaja eşlik ettiğinde gönderi ilk bakışta merkeze alınmış bir çocuk model izlenimini uyandırmaktadır. Fakat içerik ayrıntılı olarak incelendiğinde çocuğun reklam öznesi olduğuna dair bir bilgi yer almamaktadır.

Gönderi öznesi çocuğa yönelik ilgili görsel çalışmanın ebeveyn izni ve onayı ile gerçekleştirilmiş olduğu ebeveynin ilgili gönderiyi doğrudan kendisinin paylaşıyor olmasından anlaşılmaktadır. Bu da çocuğu, yaşı itibarıyla doğrudan aktif hesap kullanıcı olamasa da dolaylı bir dijital kullanıcı haline dönüştürmektedir. Bununla birlikte ebeveyni tarafından oluşturulan içerikler yoğun ziyaretçi etkileşimi ve etiketlemeler beraberinde ilgili ebeveyni de bilinir kişi haline dönüştürebilmektedir. Bilinirliğin artması reklam ve pazarlama iletişimi açısından aktif kullanıcılara iktisadi kazanç açısından katkı sağlıyor olsa da odak çocuklar olduğunda karşılaşılabilecek riskler ve bu risklerin boyutunun değerlendirilmesi önem taşımaktadır. Buna yönelik olarak ebeveynlik sorumluluğunun çocuk yararı merkezli korunması temel belirleyici konumuna yerleşmektedir.

Günümüzde birçok ebeveyn çocuklarına özel sosyal medya hesapları açmakta, bazı ebeveynler ise durumu daha da ileriye taşıyarak moda ikonu şeklinde giydirdikleri çocuklarının olağanüstü çekilmiş fotoğraflarını “instagram ünlüsü” ya da ünlü bir “instagram annesi” olma hayalleri ile yayınlamakta, çocuğunu bu şekilde popüler bir ürün haline getirmekten keyif almaktadır (Çimke, Yıldırım Gürkan ve Polat, 2018, s.264).

Ebeveynlik yaklaşımı açısından hesabın yüksek sayıda gönderiye sahip olması yeni nesil dijital ebeveynin çevrimiçi hevesliler kategorisinde değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bu kategori içerik üretiminin sistematik ve yoğun bir şekilde gerçekleştirilmesini olanaklı kılarken diğer yandan sharenting yaklaşımını da desteklemektedir. Literatürde tartışıldığı boyutuyla sharenting olgusunun ebeveyn etkileşimi ve sosyal destek arayışı etrafında kullanıcılara olumlu etkileri bulunurken sık ve sürekli içerik paylaşımı beraberinde ciddi dijital risklerin de oluşmasına kaynaklık edebilmektedir.

**Tüketim** olgusu açısından gönderi değerlendirildiğinde günümüzde çocuk giyim modasının popülerleşmesi ve çocuklara yönelik alternatif tarzlarda üretilen kıyafetler, dijital iletişim teknolojileri aracılığıyla daha çok kullanıcıya ulaşarak yaygınlık kazanmaktadır. Ancak gönderi özelinde görülmekte olan kıyafet, çocuklara has uygunlukta bir tarzı yansıtmıyor olsa da beden ölçülerinin çocuğa uygun tasarlandığı anlaşılmaktadır. Çocuğun bu doğrultuda yetişkin gibi görünmek isteyip istemediği bilinmemektedir. Buna rağmen çocukluk dönemini yansıtmayan buna benzer düzenlemelerin olumlayıcı bir bakışla büyük bir çoğunluğa sunulması benzer durumun yaygınlaşma sorunsalı ihtimalini akla getirmektedir.

Herkese açık olarak gerçekleştirilen bu gönderinin mekân bilgisi alanında yer alan il ve ilçe adları ‘Beykoz, İstanbul’ olarak belirtilmiştir. İstanbul, Türkiye’nin en yoğun nüfusa sahip olması beraberinde içinde sunduğu yaşam fırsatlarının çeşitliliği ile en çok tercih edilen ili olma özelliğine sahiptir. Beykoz ise tarihi dokusu ve yüksek yaşam standartları açısından İstanbul’un özellikli sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik düzeyi yüksek sahil ilçeleri arasında yer almaktadır. Dolayısıyla bu semt aynı zamanda toplumsal statüyü destekleyen bağlamıyla, prestijli bir yaşam sunumunu desteklemekte ve kapalı siteleri ile içinde yaşayan insanların varsıllığına gönderme yapmaktadır (Yalçın ve Erkan Yazıcı, 2022). Bu da çocuğun statü temelli toplumsal kimliğini desteklemektedir. Tüketim olgusu burada ekonomik ve sosyal statüyü güçlendirmeye yarayan fonksiyonu üzerinden iş görmektedir. Ancak bir başka yönüyle gönderi bağlamından hareketle tüketim olgusunun Postman’ın (1995) ifadesi ile ‘Çocukluğun Yok Oluşu’ etrafında da değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Postman, kitle iletişim araçlarının gündelik yaşama etkilerini çocuklar özelinde irdelerken modern ailenin oluşumu ile çocukluğun da şekillendiğini belirtmektedir (s. 33). Modern orta sınıf ile aile yaşamındaki tüketim alışkanlıklarının değişmeye ve dönüşmeye başladığını ifade eden Postman, paralı olan ve bu parayı harcama arzusunda olan ve giderek büyüyen bir orta sınıfın oluştuğunu belirtmektedir. Postman Tarihçi Francis Robin Houssemayne Du Boulay’ın ifadesi üzerinden orta sınıf yeni modern ailelerin yeni tüketim davranışlarına dikkat çekmiştir. Buna göre Francis Robin Houssemayne Du Boulay bu ailenin

tüketim davranışını, “Mahrem yerler için ek odaları olan geniş evlere, kendilerinin rollerine ve ailelerine, eğitim ve giyim için çocuklarına yatırım yaptılar ya da harcadılar. Paranın arta kalan kısmı, çocuklarının gösterişçi tüketim nesneleri gibi kullanılmalarını olanaklı kıldı” şeklinde ifade etmiştir (akt. Postman, 1995, s. 33). Bu tanımlama günümüz tüketim davranışında benzerlik açısından paralellik bulunmaktadır. Çocukların bir tüketim nesneleri olarak konum almaya başladığı günümüz dijital dünyasında çocukların beğenileri, tepki ve davranışları, sahip oldukları hemen her şey bir gösteri, seyirlik şölen gibi sunulmaktadır. Gönderide vurgulanan yaşam alanı, kıyafet stili, beden duruşu dahil olmak üzere çocuğa kazandırılmış olan görüntü, yetişkin imajının olumlanarak öne çıkarılmasına hizmet etmektedir.

Hesap yöneticisi ebeveyn ilgili hesapta geniş bir takipçi kitlesine gönderi paylaşmaktadır. Dijital hesap kullanıcıları bu açıdan sahip oldukları büyük takipçi kitlesinin devamlılığını korumak ve tanınırlığı sürdürülebilir kılma çabası için içerik paylaşım sıklığını artırma ve güncel tutabilme çabası içine girebilmektedir. Bu kaygı nedeniyle kimi zaman yüksek takipçi rakamına ulaşmış çocukların tüm faaliyetleri veya sahip olduğu imkanlar bir yaşam sunumu üzerinden reklam aracına da dönüştürülebilmektedir. Bu amaçla çocuklar birer tüketim öznesi olabilirken aynı zamanda tüketim nesnesi olarak da konum alabilmekteledir. Bu çocuklar özellikle ünlüseler çocuklukları da birer sunum aracı haline dönüşebilmektedir.

Sıradan insanın micro-celebrity haline gelmesi, insanların medya üretimlerinin yanında kendi varlıklarını da inşa etme çabasını göstermektedir. Medyanın insanları tüketim ile kuşatan yaşam tarzı üretimleri, insanların zihninde doğallaştırılan yaşam algıları haline dönüşmektedir. Bu yaşam tarzları kendi varlığını kendi edimleri ile gerçekleştirmek isteyen micro-celebritylerde de görülmektedir. Böylece medyanın doğallaştırdığı yaşam tarzları micro-celebritylerin videolarında da görünür hale gelerek hem medyanın hem de reklam verenin memnuniyet duyduğu bir sürece dönüşmektedir (Sekmen, 2019, s. 3572).

Böylelikle özellikle özne çocuklar olduğunda süreci yönetebilmek ve reklam kaygıları eşliğinde takipçi kitlesinin yüksek beğeni beklentisini karşılayabilmek daha da önemli hale gelmektedir. Sonuç olarak çocukların yüksek yararının gözetilmesi aslında mutluluklarının sağlanması anlamına gelmektedir. Çocuklar için daha güvenli alanların oluşturulması ve bu alanların korunması için ebeveynlere önemli sorumluluklar yüklemektedir. Ancak yaşam standartlarının artırılması amacı ile çocukların bir tüketim aracı haline dönüştürülmesi ve belki de görünmeyen alanda çalıştırılıyor olması doğrudan hak ihlali temelinde değerlendirilebilmekte ve bunun sonucunda çocukların psikososyal gelişimlerine yönelik sağlıklarını riske atabilmektedir. Bu sorun ebeveyni tarafından çocuğun yüksek yararı açısından değerlendirilse de gerçekleştirilen eylemlerin aslında zararlı sonuçlanabileceği ihtimalini güçlendirmektedir.

Sosyal ağların bir diğer önemli sorunu ebeveynleri tarafından sürekli ve düzenli olarak içerik üretmek durumunda bırakılan çocuğun emeği sömürsüdür. Bu problem çocuğun oyun oynamaya ya da etkinlik yapmaya zorlanması olarak ifade edilebilirken çocuğun bu esnada mutlu ve eğleniyor

görünmesi önemlidir. Oyun oynama eyleminin ticari kazanç odaklı araçsallaştırılması, görünmeyen alanda zorlayıcı tutum ile birleştğinde çocuğun en temel hakkı olan oyunun mutsuzluk alanına eşitlenmesine neden olabilmektedir. Böylelikle çocuklar ebeveynleri tarafından bir tüketim nesnesi olarak gelirin artırılmasına kaynaklık eden bir yatırım aracına dönüşebilmektedir. Bu açıdan,

Sosyal medyada içerik üreten çocuklar hesaba katıldığında bu sömürü çok katmanlı bir hal almaktadır. Çocuğun zaman ve enerji harcayarak oluşturduğu içeriklerden hem sosyal medya platformlarının sahipleri hem reklam verenler hem de ebeveynleri kar elde etmektedir. Sosyal medyada düzenli olarak içerik üreten, abone kazanma, beğeni alma, reklam gelirlerini artırma endişesi yaşayan çocuk, çalıştırılan çocuktur (Atalay, 2019, s. 197).

Tüketim olgusu etrafında başat sorun alanı olarak değerlendirilebilecek bu durum aynı zamanda ilgili gönderinin mahremiyet ve etik bağlamlar özelinde de incelenmesini gerekli kılmaktadır. **Mahremiyet** açısından günümüzde kamusal ve özel alanların yeni medya ortamlarında yeniden şekillendiğine şahit olunmaktadır. Sosyal ağlarda kişisel olan ya da daha özelde mahrem olan her türden içeriğin gizlilik ayarlarının ‘herkese açık’ olarak düzenlenmesi, bilginin kişisel bağlamını muğlaklaştırmaktadır. Bu gönderide de çocuğa kazandırılmış görsel imaj, yaşına uygunluğu açısından tartışmalı bir yerde durmakta olduğundan zararsız gibi karşılanan dijital alanlar, kullanıcıların gündelik ve gelecek sosyal yaşamlarına da olumsuz yönde etki edebilme olasılığını barındırmaktadır. Valcke ve arkadaşları (2011) bu başlıkları genel bir çerçevede internet riskleri üzerinden tanımlamışlardır. Küçük çocukların güvenli internet kullanımına ilişkin geliştirdikleri çalışmada internet riskleri; içerik, etkileşim ve ticari olmak üzere üç başlıkta değerlendirilmiştir. İçerik riskleri, provakatif ve yanlış bilgiyi; iletişim riskleri, çevrimiçi ve çevrimdışı iletişimi; ticari riskler ise ticari sömürü ve istenmeyen kişisel bilgilerin toplanmasını içermektedir (s.1293). Bu riskler dijital ebeveynlik açısından değerlendirildiğinde çocuklarla ilgili gerçekleştirilecek olan gönderilerin ebeveynlere bakan yönünün en önemli yanının güvenlik ve bilgi mahremiyeti sınırlarını koruyabilmekten geçtiğini hatırlatmaktadır. Gönderi bu açıdan özellikle istenmeyen kişisel bilgilerin toplanması sorunsalına zemin hazırlamaktadır.

Bir diğer açıdan yeni medya ortamları arasından özellikle etkileşimin yoğun olduğu sosyal ağlarda çocukların mekân bilgisinin paylaşılması onların özel alanlarını içeren boyutuyla kişisel verilerinin başkalarına açılması anlamına gelmektedir. Bu nedenle çocuğun ne zaman, nerede bulunduğu gibi bilgiler, güvenliğin ihlali kapsamında bir sorun alanına işaret etmektedir. Özellikle herkesin görebileceği şekilde kamuya açık bu bilgilerle yaklaşık 3 milyon takipçisi bulunan bir çocuğun ne zaman, nerede olduğunun eş zamanlı bilinir kılınması güvenliğin gözetilmesini ve korunmasını zorlaştırmaktadır. “Özgürlüğü toplumsal bir ilişki olarak ele alan Bauman, insanların kuruluş amacı iletişim olan sosyal medyayı, yalnız kendilerini görecekları bir ayna olarak kullanıp, özgürlüklerini kendi kendilerine kısıtladıklarını ifade etmektedir” (Feridunoğlu, 2019, s. 161). Dolayısıyla her çocuğun saygıyı hak ettiği kabulü temelinden hareketle ebeveynler, sosyal medyayı bir özgürlük alanı olarak imleyip çocuğa ait kişisel verileri zarar gelmeyeceği düşüncesi ile paylaştıklarında aslında tam da

sorumlu oldukları yerden kendi ihmalleri doğrultusunda çocuklarının kişisel alanlarını korumamakta ve gizlilik haklarını ihlal etmektedirler. Petronio, **İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisinde**, bu sorunsalı dijital bilgilerin güvenilirlik alanları açısından değerlendirmektedir. Her ne kadar kullanıcılar hesap gizliliği kontrolünü ellerinde bulundurdıklarını düşünüyor olsalar da geliştirilen uygulamanın kullanılmaya başlanmasından itibaren yetkili diğer kişiler tarafından bilgi akışı artık başka sahiplikler üzerinden bir kontrole daha tabii tutulmaktadır. Aksiyom 3 ve 4'te bu durum gizlilik kontrollerinin sağlanabilmesinin ve düzenlenebilmesinin katalizör kriterlere bağlanmaktadır. Eğer kullanıcı gizlilik kontrolleri sınırlarını düzenlerken korunması gereken bilgilerin tahmin edilemeyecek düzeyde yaygınlık kazanmasına sebebiyet verirse ciddi bir ifşa sorunsalı ile de karşı karşıya kalılabilmektedir. Bu örnekte de benzer şekilde çocuğun kendi ismi ile oluşturulan bu sosyal ağ hesabında görsel verileri kamuya açık bir şekilde paylaşmakta ve kişisel bilgilerine kamusalılık kazandırılmaktadır. Bu açıdan ebeveynlerin çocukları ile ilgili gerçekleştirecekleri gönderilerin makullüğü, çocuğun yaşı özelinde kendi dijital kimliği üzerindeki denetimine karşılık gelmektedir. Yasal olarak 18 yaşın altındaki bireylerin çocuk sayılmasından hareketle özellikle 13 yaş altı küçük yaş grubundaki çocukların kendi dijital ve sosyal kimlikleri üzerinde etkinlikleri zayıftır. Bu nedenle çocuk adına alınabilecek kararlarda ebeveyn sorumluluğu ve bu sorumluluğun yerine getirilmesindeki etik bakış daha da önem kazanan ölçüde öne çıkmaktadır.

**Etik** perspektiften gönderi bağlamında ebeveyn sorumluluğu başat konuma yerleşmektedir. Ebeveynlik sosyal yaşamda toplumun bireylere yüklediği rol dizgesinin yanı sıra devlet hukuk düzenlemeleri açısından yasal kurallarla da sınırları belirlenmiş, yetki ve sorumlulukları tanımlanmış bir olgudur. Bu açıdan ebeveynlik normatif etiğin kural temelli bağlamı ile önemli ölçüde kesişmektedir. Deontolojist bir yaklaşım ile normatif etik, kabul gören, “normlarla ya da ilke ve kurallarla ilgili normatif bir disiplin olduğunu ve temel görevinin de “ya insanların ahlaksal eylem ve yargılarında başvurabilecekleri normlar getirme, yani “ne yapmamız gerektiğini söyleme” ya da normların değerlendirilmesine veya “rasyonel olarak” temellendirilmesine yarayacak meta-normlar türetme” doğrultusunda eylemlere kılavuzluk etmektedir (akt. Kart, 2006, s. 102). Bu eylemlerin kılavuzları toplumsal ahlak ve norm temelli, sözlü ya da sözsüz olarak bir sonraki nesle aktarılırken yasalarla da olumlanan değerler güvence altına alınarak korunmaktadır. Ebeveyn davranış ve tutumları toplumsal bilinçlenmeye de paralel olarak değişmektedir. Farkındalığı yüksek ve çocuk yararı merkezli bir bakış ile yetiştirme stilleri yaygınlaşırken dijital iletişimin olanakları ile birlikte bu yaklaşımlar görünürlik kazanmaktadır. Ancak durum tersine seyrettiğinde öncesinde fırsat olarak değerlendirilmekte olan eylemler, riske dönüşerek çocukların dijital güvenlikleri ile birlikte sosyal ve gündelik yaşam alanları da zarar görebilme ihtimali ile karşı karşıya kalabilmektedir.

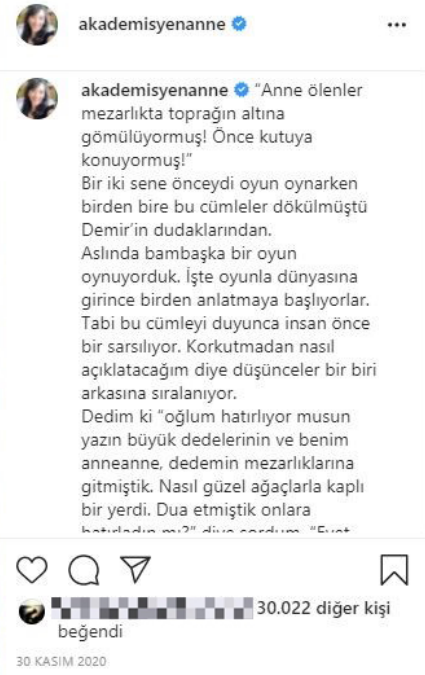
Çalışmanın kuramsal çerçevesinde değinildiği üzere yakınsama kültürü kavramı bu gönderide öne çıkan yaklaşımlar arasında yerini almaktadır. Çocuğun bilinen televizyon yapımlarında yer alması tanınırlığının arttırılmasında önemli bir faktördür. Günümüze kadar ünlü olarak tanımlanan kişiler

ağırlıkla geleneksel iletişim ortamları sayesinde bilinirlik kazanıyorken, kimileri de dijitalde tanınırlık kazanmalarının ardından geleneksel kitle iletişim araçları vasıtasıyla ünlerini arttırmaktadırlar. “Sosyal medya, bir yandan ünlünün performatif eylemlerini kolayca izlerkitesine ulaştırmasına olanak verirken, öte yandan izlerkitle ünlünün gündelik hayatı ‘erişilebilir’ hale gelir ve hayranları için sosyal medya ‘şimdi’ ve ‘burada’ olma hissini yaratan mecralara dönüşür” (Özarslan ve Zamandar Başoğlu, 2021, s.595). Yeni medya ortamları arasından sosyal ağlara bakıldığında ise bu sayede her iki iletişim kanalı hesap sahiplerinin takipçi sayısını arttırmada önemli role sahiptir. Takipçi sayısının artması reklam iş birliklerinin sağlanmasına aracılık ederken hayran kültürü etrafında tanıtımı gerçekleştirilen ürüne ya da hizmete olan ilgi ve merak da ilgilileri tarafından paralel olarak artabilmektedir. Böylelikle takipçi sayısında gözlenen artış reklam iş birliklerini pekiştirerek yeni iktisadi kazanç kapılarını aralayabilmektedir. Bu açıdan incelenen hesabın makro ünlü kategorisinde yüksek takip rakamına ulaşmış olması özellikle çocuklara yönelik ürün, mal ve hizmetlerin tanıtımı konusunda işletmecilerin dikkatini yönlendirebilmektedir. Makro Influencerlar, “Yüksek takipçi sayısına sahip Influencer’lar için kullanılır. Bu kişiler sosyal iletişim ağlarında daha geniş bir kitleye hitap ederler. Makro Influencer’ların markalar tarafından tercih edilme sebepleri erişim gücü ve görünürlük yaratma imkânlarıdır” (Kıran ve arkadaşları, 2019, s.103). Bu bağlamda eleştirilen temel yaklaşım bu iş birliklerinin sağlanabilmesi ve yeni kazanç kapılarının aralanabilmesi için ebeveynlerin çocuklarını ilgi odağı haline dönüştürme çabalarında yatmaktadır.

Tüm bu değerlendirmeler odağında ebeveyn dahi olsa hiçbir bireyin, çocuk üzerinde sınırsız bir karar alma ediminin söz konusu olmadığına anlaşılmaması ve çocuğun yüksek yararının her açıdan gözetilmesi sağlıklı ve fayda temelli bir gelecek için önemli bir yerde durmaktadır.

#### **4.3. Sharenting Ekseninde Bilgi Paylaşımı Amacına Yaklaşım: @akademisyenanne Adlı Hesap Gönderisinin Kimlik ve Kişisel Kamusal Alan Olgusu Bağlamında Analizi**

**Hesaba Genel Bakış:** @akademisyenanne adlı hesap, Hacettepe Üniversitesi Çocuk Gelişimi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Saniye Bencik Kangal tarafından yönetilmektedir. 6 bine yakın gönderisi bulunan hesabın genel teması; ebeveyn-çocuk iletişimi, çocuk merkezli bakış ve farkındalık içeren bilgi temelli tutum, rol ve yaklaşımlardan oluşmaktadır. İlgili hesap kullanıcısı çocuklar hakkında oluşturduğu içeriklere sharenting farkındalığı ile yer vermekte bu açıdan çocukların kişisel bilgileri dahil olmak üzere herhangi bir görsel veri kullanmamaktadır. Yönetilen Instagram hesabı, uzman ebeveynin tarafından üretilen içeriklere hızlı ve kolay bir yolla erişmek isteyen kullanıcılar için bir araç işlevi görmektedir. Böylelikle incelenen hesap ve gönderisi, sharenting açısından bilinçli ve farkındalık içeren ebeveyn tutumunun nasıl gerçekleştirileceğine de örnek oluşturmaktadır.



#### Gönderi ile İlgili Genel Bilgiler

##### Başlık

“Anne ölenler mezarlıkta toprağın altına gömülüyormuş! Önce kutuya konuyormuş!”  
Bir iki sene önceydi oyun oynarken birden bire bu cümleler dökülmüştü Demir’in dudaklarından.  
Aslında bambaşka bir oyun oynuyorduk. İşte oyunla dünyasına girince birden anlatmaya başlıyorlar.  
Tabi bu cümleyi duyunca insan önce bir sarsılıyor. Korkutmadan nasıl açıklayacağım diye düşünceler bir biri arkasına sıralanıyor.  
Dedim ki “oğlum hatırlıyor musun yazın büyük dedelerinin ve benim anneanne, dedemin mezarlıklarına gitmiştik. Nasıl güzel ağaçlarla kaplı bir yerd. Dua etmiştik onlara hatırladın mı?” diye sordum. “Evet hatırlıyorum” dedi.  
“O gün de söylemiştim sana ölenlerin adı bu taşların üzerine yazılıyor ve bu taşlara mezar taşı deniyor.” diye açıklarken “Anne kim yazıyor isimlerini?” diye sordu.  
“Mezar taşı yapanlar var oğlum. Onlar yazıyorlar.”  
“Peki onlar ölünce ne oluyor?” “Onlar ölmeden yeni mezar taşı yazanlar yetişiyor oğlum” dedim.  
“Peki o zaman ben büyüünce mezar taşı yazıcısı olacağım” dedi.  
“Olabilirsin tabi oğlum” dedim.  
“Peki ölenler toprağın altından nasıl çıkıyor” diye sorular devam etti.  
“Ölenler toprağın altından çıkmazlar oğlum.” dedim.  
Tabi sorular tükenmedi, yağmur gibi yağmaya devam etti.  
“Peki mezardan önce hastaneye gidilir değil mi anne?”  
“Sanırım sen büyük dede önce hastaneye gittiği için öyle düşünüyorsun ama her zaman öyle olmaz oğlum. Her zaman hastanede ölünmez. Her yerde olabilir.” dedim. Sonra onu rahatlattım. “Senin yaşındayken ben de bu konuları merak ederdim. İnşallah daha önünde upuzun bir ömür olacak. Her merak ettiğini bana sorabilirsin. Bilmediklerimi senin için araştırabilirim” dedim.  
Sonra sustu, yeni soruları bekliyorum bakalım...  
Allah evlatlarımızı ve bizleri korusun...

|                         |                                                                                                 |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>URL</b>              | <a href="https://www.instagram.com/p/CIOWOlKFjzV/">https://www.instagram.com/p/CIOWOlKFjzV/</a> |
| <b>Yüklenme Tarihi</b>  | 30 Kasım 2020                                                                                   |
| <b>Beğenilme Sayısı</b> | 30.023                                                                                          |
| <b>Yorum Sayısı</b>     | 281                                                                                             |

Bu gönderi, söylem analizi yöntemi üzerinden bilgi paylaşımı amacına yönelik dijital ebeveyn yaklaşımının ağırlıklı olarak kimlik ve kişisel kamusal alan olgusu bağlamında incelenmektedir.

#### - Makro Yapı

Bu yapı etrafında @akademisyenanne profil hesap gönderisine yönelik genel bilgiler değerlendirilecek olup, gönderinin temasında başlık, video tanımı ve varsa etiket kullanımları içerdiği söylem üzerinden çözümlenecektir.

#### - Tematik Yapı

2024 yılı itibarıyla yaklaşık 2 buçuk milyon takipçi rakamına sahip olan @akademisyenanne adlı kullanıcı, Instagram sosyal ağında aktif ve düzenli bir şekilde içerik üretimi gerçekleştirmektedir. Kullanıcı bu ağ ortamında sosyal yaşamındaki rolü ve mesleği ile internet mecrasındaki dijital kimliğini bir araya getirmiştir. Hesap sahibi Türkiye’de bir devlet üniversitesinin Sağlık Bilgiler Fakültesi’nin Çocuk Gelişimi programında akademisyen olarak görev yapmaktadır. Aynı zamanda bir çocuğu bulunan kullanıcının paylaşımlarına bakıldığında mesleğindeki yetkinliğinden yola çıkarak ebeveynlik deneyimini çeşitli örnekler ve olgular üzerinden değerlendirdiği ve takipçilerine bu yönde bilgiler aktardığı görülmektedir. Gönderilerini çoğunlukla akademik araştırmalarla destekleyen @akademisyenanne, takipçilerine farkındalık içeren paylaşımlar gerçekleştirmektedir.

Kişi/hesap tanımı alanına bakıldığında ilgili hesabın incelendiği dönemde ‘bilim insanı’ kategorisine dahil olduğu görülmektedir. Profesyonel bir işletme hesabı özelliği taşıyan bu profilde gönderilere erişim sınırlandırması gerçekleştirmek mümkün olmadığından içerikler tüm kullanıcıların erişimine açık özellik taşımakta ve böylelikle bu içeriklere kamusal bir nitelik kazandırılmış olmaktadır.



Şekil 4. 5. @akademisyenanne Profil Bilgisi

Profil bilgilerinin yer aldığı alanda kullanıcı; isim, soy isim, unvan, elektronik posta adresi ile birlikte çalıştığı kurum ve program bilgilerini de açıkça belirtmiştir. Yazarlığını gerçekleştirdiği kitapları da kişi/hesap tanımında belirten @akademisyenanne'nin yaklaşık 6 bin gönderisi bulunmaktadır. Kullanıcının profil görseli ise doğrudan kendisine ait olan fotoğrafından oluşmaktadır.

İncelenen gönderinin asıl teması çocuk merkezli bir yaklaşım ile doğru bilginin çocuklara nasıl aktarılacağı üzerinedir. Gönderinin yaşanmış bir deneyim üzerinden takipçilerle paylaşılmasındaki amaç ise çocukların sağlıklı öğrenme ve gelişme sürecinde bu hassasiyetin göz önünde bulundurulmasının gerekliliğini ifade etmek ve çözümçül bir yöntemi somutlaştırmaktır. Böylelikle benzer durumlarla karşı karşıya kalan takipçilerin çocuklarla iletişim kurarlarken yol gösterici örnek üzerinden hareket etmeleri sağlanabilmektedir. Dolayısıyla gönderi başlığında ifade edilen duruma yönelik örnek olay, hesap sahibinin ebeveyn deneyimleri ile akademik yetkinliğini ilişkilendirmesi doğrultusunda örtüşmekte ve hesap sahibinin tutumu ile gönderi başlığı tutarlı görünmektedir.

#### - Şematik Yapı

Şematik yapı ile @akademisyenanne adlı hesap kullanıcısına ait ilgili gönderi içeriğinde somut olarak değinilen tüm unsurlar söylem çözümlemesinin mikro yapıya geçişi öncesinde anlamsal karşılıkları üzerinden irdelenecektir.

#### - Durum tanımı

Bu başlık altında gönderinin anlatım dili, ulaştığı/varmak istediği sonuçlar, önceki yapı dahil olmak üzere ardaan bilgisi ve bağlam bilgisi genel çerçevede değerlendirilecektir.

- **Gönderinin anlatım dili**

Çözümlemesi gerçekleştirilen gönderinin ana fikri çocuklarla sağlıklı iletişimin nasıl kurulabileceği üzerinedir. Uzmanlığını çocuk gelişimi üzerine tamamlamış olan ‘anne’, yaşam ve ölüm arasındaki ilişkiyi olabildiğince çocuğuna korku salmadan anlatmaya çalışmaktadır. Küçük yaşta bir çocuğun ölüm üzerine ebeveynine yöneltmiş olduğu merak içeren soruları yanıtlayan @akademisyenanne, bir ebeveynin ifadelerinde nelere dikkat etmesi gerektiğini örtülü olarak kendi deneyimi üzerinden örneklemiştir. Böylelikle ebeveynin etkin dil kullanımı ile farkındalık içeren gönderisi, olumlayıcı ve çocuk merkezli bir ebeveyn tutumunu yansıtırken öte yandan takipçilerine yönelik dilek içeren “Allah evlatlarımızı ve bizleri korusun” ifadesi aktif etkileşimin bir göstergesi olarak değerlendirilebilmektedir.

- **Sonuçlar**

Hesap sahibinin çocuğu ile yaşamış olduğu örnek olay üzerinden oluşturulan gönderide çocuk yararı odaklı yaklaşım referans alınmıştır. Ebeveynlerin özellikle ‘ölüm’ gibi küçük yaşta çocukların anlamakta güçlük çekebileceği olayları dile getirirken hangi hassasiyetlerin göz önünde bulundurulması gerektiği uzman kişi tarafından öne çıkarılarak yalnızca çocukların değil aynı zamanda doğrudan çocukların bakım hizmetlerini yerine getiren kişiler olarak ebeveynlerin ya da bakımlarından sorumlu kişilerin bilgilendirilmesi amaçlanmıştır.

- **Ardalan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)**

Gönderilerinde ağırlıklı olarak çocuk gelişimi uzmanlık alanından hareketle çocuk merkezli bakışın yaygınlaştırılarak sağlıklı bir yolla desteklenmesi konusunda bilgi aktaran @akademisyenanne, buna yönelik olarak hedef kitlesine çeşitli etkinlik, fikir ve davranış önerileri sunmaktadır. Farkındalık amaçlı gönderilere yer veren hesap sahibi kimi zaman yalnızca metin odaklı paylaşımlarla kimi zaman ise görsel ve vektörel çizimlerle anlatımını desteklemektedir. Bazı gönderilerinde güncel, genel ya da tarihsel sorunlar üzerine tartışma platformu oluşturan kullanıcı, yorumlar kısmında takipçileri ile etkileşim halinde kalarak görüş ve fikir alışverişi gerçekleştirmektedir. Kimi gönderi görsellerinde çocuğuna da yer veren @akademisyenanne, görünürlük sorunsalı üzerinden bu türden içeriklerin nasıl paylaşılacağına yönelik takipçilerine referans oluşturmaktadır. Buna yönelik kullanıcı, yayınlamak üzere seçtiği fotoğraflarda çocuğunun yüzünün görünmediği ve arkası dönük bir duruşla pozisyon aldığı açıları kullanmaya özen göstermektedir.

- **Bağlam Bilgisi**

Gönderi çocuğun merakı üzerinden bir insanın öldükten sonra defnedilmesine kadar olan sürecin anlatılmasını ve sonrasında mezar yapımından isim yazımına değin gerçekleştirilen işlerin ayrıntılı olarak yöneltile sorularla ifade bulmasını konu almaktadır. Asıl anlatılmak istenen çocuğun anlayabileceği bir dil kullanılarak korkudan uzak, duyarlı ve hassas bir yaklaşımla ölümü ve

sonrasındaki sürecin bir çocuğa uygun bir şekilde nasıl aktarılacağıdır. Kullanıcı burada kendi yaşamı üzerinden duyarlılığın önemini vurgulayarak çocuk yararına ebeveyn yaklaşımını somutlaştırmış ve örneklendirmiştir. Dolayısıyla kullanıcı akademik bilgisini gündelik yaşamı ile birleştirirken temel yaklaşımını farkındalık yaratma üzerine kurmuştur.

#### - Mikro Yapı

Mikro yapı da incelenen örnek daha detaylı olarak ele alınırken görünenin ardında ifade bulan anlamlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu açıdan sentaktik çözümleme cümle yapılarına; bölgesel uyum nedensel, işlevsel ve referansal ilişkiye; kelime seçimleri metafor kullanımına; retorik ise daha özelden tüm olasılıkların değerlendirildiği anlamsal düzlem ile ilgili olan yapıları derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır.

#### - Sentaktik Çözümleme

Gönderide yer alan öykü/olay anlatım dili aktif cümle yapılarından oluşmaktadır. Ağırlıklı belirsiz geçmiş zaman kipinin yer aldığı bu ifade de hikâye anlatım dili şimdiki ve geçmiş zaman ile desteklenmiştir. Anlatımı derinleştirmek için ara ara soru cümlelerinin yer aldığı metinde tamamlanmamış, duraklı ve kesik ifadeler için üç nokta kullanımlarına yer verilmiş, anlatımın güçlendirilmesi için ise tırnak işareti ile vurguma yolu tercih edilmiştir. Böylelikle örnek olay, kullanılan görsel ile desteklenerek uygun söylemin nasıl üretileceği somutlaştırılmıştır. Gönderinin bu yaklaşımı içeren yönü, gönderi başlığında kullanılan kelime seçimlerinden ve cümle kurulumlarının karşıladığı anlam ve bağlam bilgilerinden anlaşılmaktadır. Çocuk odaklı ebeveyn yaklaşımı, aitlik ekleri olan “-ım, -im” ile desteklenirken, sıklıkla bu eklere cümle sonlarında kullanılan ve aynı zamanda hitabın kime yöneldiğini belirli kılan ‘oğlum’ ifadesi eşlik etmektedir. Böylelikle ebeveyn ve çocuk arasında karşılıklı ve etkin bir iletişimin nasıl kurulabileceği örnek anlatım üzerinden kullanıcılara sunulmuştur.

#### - Bölgesel Uyum

Gönderinin tarzı hikaye anlatımı üzerinden geliştirilmiştir. Bu nedenle cümle kurulumlarında hem nedensel hem de işlevsel ilişki bulunmaktadır. Gönderi açıklama kısmındaki cümleler arasında anlamsal düzlemde birbiri arasında bağlantı bulunurken sıralı yapı takip edilmiş ve giriş, gelişme, sonuca ek olarak takipçilere yönelik kullanılan temenni ifadesi ile metin sonlandırılmıştır. Oluşturulmuş olan nedensel ve işlevsel ilişki, takipçilerin konu bağlamını daha iyi kavramasını sağlamaya ve farkındalık amacının yerine getirilmesine yardımcı olmaktadır. Gönderi başlığı uzun bir metni içerdiğinden birden fazla referansal ilişki aranabilmektedir. Özellikle çocukların duygularının ve düşüncelerinin neler olduğunu daha açık ve rahat bir şekilde öğrenebilmek için oyun zamanının elverişli bir an olduğu bilgisi “Aslında bambaşka bir oyun oynuyorduk. İşte oyunla dünyasına girince birden anlatmaya başlıyorlar” ifadesi ile aktarılmaktadır. Çocukların beklenmedik anlarda soru sorabilme davranışlarını ise ‘birden bire’ kullanımı ile öne çıkarmış bununla birlikte uzman ebeveyn, gönderi

açıklama bilgisi üzerinden merak ve öğrenme isteği dolu çocuk dünyasının anlayışla ve doğru bilgi ile desteklenmesi ve karşılanması gerektiğini ifade etmiştir.

Bir diğer referansal ve işlevsel ilişki, ölüm gibi hassas bir konu söz konusu olduğunda, çocukların duygusal olarak incinebilir oldukları düşüncesi ebeveynin kendisine yönelttiği “korkutmadan nasıl açıklayacağım” şeklinde soruda aranabilmektedir. Benzer şekilde uzman ebeveyn, aynı nedenle çocuklara direkt soru sormak yerine takipçilerine doğru zamanı işaret etmekte ve oyun esnasında açık iletişimin etkili bir şekilde nasıl kurulabileceği konusunda yol göstermektedir.

#### - Kelime Seçimleri

Gönderi başlığı yalnızca metin kullanımından oluşmaktadır. Tırnak işareti ile belirtilen konuşma cümleleri, geçmişte yaşanan olayın anlatımında, anne ve çocuk arasındaki diyalogu dolaysız olarak yansıtmaktadır. Gönderi sahibi imla kurallarına özen göstererek oluşturduğu gönderide anlatımını desteklemek için yer yer ünlem işareti, üç nokta gibi duygu ifadelerini yansıtan noktalama işaretlerine yer vermiştir. Dijital iletişim ile bu amaç doğrultusunda duygusal ifadeyi destekleyen ve kolaylaştıran emoji kullanımı ise bu gönderi paylaşımında tercih edilmemiştir.

Çocuk ve ebeveyn arasında ele alınan konu, korku ve ölüm temasını içerdiğinden ebeveyn, iletişimin yönünü çocuk merkezli oluşturmuş ve duruma, gerçekçi bir bakışla yumuşak bir ifade kazandırmayı amaçlamıştır. Özellikle çocuk yaştaki bireylerin hassas, narin, kırılgan ve incinebilir olmasından hareketle ebeveyn-çocuk etkileşiminde çocuğun yönelttiği soruların önceki olayla bağlantısız olarak aniden gerçekleşmesi gönderi sahibi/uzman ebeveyn tarafından durumun “sarsıcı” olarak tanımlanmasına yol açmıştır. Betimlemelere yer verilen gönderide mezar yerleri, ‘güzel ağaçlar’ın bulunduğu bir ortam olarak tasvir edilmiştir. Konunun bağlamına göre çocuğun yönelttiği soruları olabildiğince olumlayıcı karşılayan ebeveyn, diyalog esnasında bir meslek dalı olarak mezar taşı yazıcılığından da söz etmiştir. Çocuğun karşılanmış olan merakı beraberinde kurduğu, “Peki o zaman ben büyüyünce mezar taşı yazıcısı olacağım” cümlesini ise ebeveyn “Olabilirsin tabi oğlum” şeklinde yanıtlamıştır. Ebeveynin verdiği bu yanıt ile gelecekle ilgili kararlarda çocuğuna seçim alanı tanıyan, müdahalelerden ve baskıcı yönlendirmelerden uzak bir tavırla çocuğun kendisini ifade edebilmesine olanak sağlanan bir yaklaşım öne çıkarılmıştır. Uzman ebeveynin gerçekçi tutumu çocuğun, “Peki ölenler toprağın altından nasıl çıkıyor” sorusuna verdiği yanıtta açık bir şekilde görülmektedir. Yanıtında ölenlerin toprağın altından çıkmadığını belirten ebeveyn, çocuğun ardı arkasına sorduğu her bir soruya itina ve sabırla karşılık verdiğini takipçilerine yönelik yazdığı “Tabi sorular tükenmedi, yağmur gibi yağmaya devam etti” ifadesiyle aktarmıştır.

Ebeveyn kimi zaman çocuğun yönelttiği soruları yanıtlarken konunun daha iyi anlaşılması için geçmiş deneyimlerden yola çıkarak örnek olaylarla somutlaştırma yoluna gitmiştir. Çocuğun ebeveynine yöneltmiş olduğu “Peki mezardan önce hastaneye gidilir değil mi anne?” sorusuna verilen

“Sanırım sen büyük dede önce hastaneye gittiği için öyle düşünüyorsun” yanıtı, geçmişle bağlantının somutlaştırılmasına açık bir örnektir.

Ebeveyn ve çocuk arasındaki diyalogların tamamında açık iletişimin kurulmuş olduğu görülmektedir. Çocuğun ebeveyni tarafından duygu durumunun ve bilişsel düzeyinin merkeze alındığı, anlayışlı ve sabırlı bir tutumla kendisini pek çok açıdan güvende hissedebileceği ifade yöntemi takipçilerin okuruna sunulmuştur. Uzman ebeveynin “Sonra onu rahatlattım. “Senin yaşındayken ben de bu konuları merak ederdim. İnşallah daha önünde upuzun bir ömür olacak. Her merak ettiğini bana sorabilirsin. Bilmediklerimi senin için araştırabilirim” şeklindeki cümleleri ise ebeveynin çocuğun ihtiyacını karşılama noktasında eksiksiz bir varlık olmadığını, onun da bazı soruların yanıtını öğrenebilmek için araştırma çabasına girişebileceğini ifade etmektedir. Bu ifade ile öğrenme olgusu desteklenirken ebeveynin çocuğuna iyi bir rol model olma konusunda nasıl davranılması gerektiği konusunda takipçilere yöntem sunulmaktadır.

#### - Retorik

Instagram sosyal ağında @akademisyenanne tarafından oğlu ile birbirlerine sarıldıkları anın fotoğrafı paylaşılmıştır. İlgili gönderinin detayları incelendiğinde, yanmakta olan soba, sıcak bir yuvayı; üstüste dizilmiş odunlar doğallıkla birlikte huzuru; birbirlerine sıkı bir şekilde sarılmakta olan anne ve çocuğu ise hane içerisindeki mutluluğu temsil etmektedir.

İlgili fotoğrafta çocuğun arkası dönük olarak annesine yönelen fiziki konumu nedeniyle yüzü tam olarak görünmemekte anne ise gözleri kapalı bir şekilde başını oğluna yaslamış gülümser bir ifade takınmıştır. Bu çerçeve doğrudan koruyucu, güven verici ve sevgi dolu bir anne-çocuk ilişkisini yansıtmaktadır.

**Özel-kişisel ve kamusal alan** bağlamı üzerinden gönderi söylemine bakıldığında, hesap sahibi ebeveyn-çocuk ilişkisini öne çıkaran ancak çocuğun da kişisel alanını gözetken bir yaklaşım sunmaktadır. 2 buçuk milyon takipçisi bulunan @akademisyenanne, paylaşımlarında gönderilerine erişim sağlayanları bilgilendirmeyi ve farkındalık yaratmayı amaçlarken kendisi de sosyal ağ kullanımında karşılaşabileceği riskler konusunda önlemler almaktadır. Bunlar arasında en belirgin olanı çocuğunun yer aldığı tüm gönderilerde yüzünü göstermekten kaçınması yer almaktadır. Pek çok ebeveynin çocukları adına daha doğmadan önce sosyal medya hesapları açtığı örneklerin yanında bu kullanım, takipçiler için çocuk odaklı kişisel veri güvenliğinin korunmasında bilgilencilerine yarar sağlamaktadır. @akademisyenanne pek çok açıdan bilinçli ebeveynlik yaklaşımını karşılayan bir tutumu yansıtmaktadır. Özellikle hem çocuğun içinde bulunduğu ana yönelik bir bilgilendirme temelli yaklaşım benimsendiği görülmekte hem de çocuğa yönelik onun sosyal ve dijital kimliğini olumsuz yönde etkilemeyecek bir görsel kullanım dikkat çekmektedir. Üstelik ilgili fotoğraf karesinde bu kullanım şefkat duygusuna eşlik eden yönüyle annenin çocuğa sarılması üzerinden öne çıkarılarak ebeveyn çocuk iletişimi desteklenmiştir. Sıralanan bu hassasiyetler dijital eylemler doğrultusunda çocuğun şimdi ve

gelecekte herhangi bir nedenle zarar görmesinin önüne geçecek davranışı yansıtırken, çocuk içeriklerinin sosyal ağlarda nasıl yer alabileceğine dair de önemli bir örnektir. Bilgi temelli bilinçli ebeveynlik yaklaşımı bu açıdan, “Proaktif olmayı, çocukları ve ergenleri gözetirken kısa ve uzun vadeli ihtiyaçlarının farkında olmayı ve şefkatli olmayı” temel bir yön olarak kabul etmektedir (Smith ve Dishion, 2013, s. 139). Gönderinin açıklama bilgisi alanında bu ifadelerin tamamını karşılayan bir ebeveyn tutum ve yaklaşımının benimsenmiş olduğu anlaşılmaktadır. Kullanıcı bilinçli farkındalık odaklı yaklaşımına paralel olarak çocuğun alanına saygıyı içeren yaklaşımı ve bu konudaki hassasiyetini çevrimiçi düzenlenen anne-baba ve çocuk gelişimi odaklı ‘Online Ebeveynlik Zirvesi’ eğitim programında da dile getirmiştir. Daha önceleri kendisi de çocuğunun yüzünü gizlemeden fotoğraflar paylaştığını belirten @akademisyenanne, aktif olarak kullanmakta olduğu hesabın takipçi sayısının artması ile birlikte hergün bir grup insanın çocuğunun fotoğraflarını görmesinden duyduğu rahatsızlıkla bu yöndeki fotoğraf ve videoları paylaşmayı bir anda kestiğini ifade etmiştir. Bunu yapmasındaki en önemli nedenin ise çocuğunun özellikle formal eğitim sürecine gireceği bir dönemden itibaren kimliğinin saklı kalmasının gerekliliği ile sokakta tanınır olmasının güvenlik riski oluşturacağını düşünmesinden kaynaklandığını belirtmiştir. Bununla birlikte özellikle çok takipçili açık hesaplarda çocuklara ait fotoğrafının, kimlik bilgilerinin, konumunun, forma dahil olmak üzere okul bilgileri gibi kamuya açılan verilerin paylaşımının, hem çocuğun kendi alanına müdahale edilebileceği anlamına gelebileceğini hem de pedofili gibi sakıncalı durumların oluşturulmasına zemin hazırlanabileceğini belirtmiştir. Çocuğun güvenliğinin sağlanması kadar duygusal açıdan da korunması gerektiğini dile getiren @akademisyenanne, aynı zamanda gelecekte onları utandıracak fotoğrafların da paylaşılmamasının gerekliliğinin altını çizmiştir (Bencik Kangal, 2021). Kişisel ya da sosyal alan sınırları açısından bu yaklaşım iletişim mahremiyet yönetimi teorisinin özel bilginin sınırları kontrolü aşamasına işaret etmektedir. Geniş bir takipçi kitlesine paylaşılan bilginin mahremiyet sahipliği özelindeki kontrolün yitirilebileceği bilgisinden hareketle hesap sahibi kullanıcı, gizliliğin yönetilmesi ile ifşa sürecini kendi denetiminde bulundurmak istemiştir. Kullanıcı kendi tanınırlığının artması beraberinde Petronio’nun belirtmiş olduğu aksiyom 5 ve 6 daki bağlama karşılık gelen haliyle korunması gereken bilgilerin yaygınlık kazanmasını önleyerek bir ifşa sorunsalı neticesinde öznenin sosyal sorunlar ile karşılaşmasını önleyecek tedbirler geliştirmiştir. Bu tedbirler arasında içerisinde çocuğunun yer aldığı tüm gönderilerde kullanıcı çocuğunun yüzünü saklayarak gündelik sosyal yaşamında tanınırlığını önlemeyi amaçlamaktadır. Diğer yandan herhangi bir dijital platformda çocuk fotoğraflarının paylaşılmasında sakınca görmeyen hesap sahibi bunun nasıl yapılması gerektiği konusunda gerçekleştirdiği paylaşımlar ile belirli sınırlar çizmekte ve bir model sunmaktadır. Bu tutum makul sharenting çerçevesinde değerlendirilebilmekte ve çocuğun yaşam alanına saygıyı içerisinde barındırmaktadır.

**Kimlik** inşası çerçevesinde çocuğun kişisel verilerinin başkalarıyla paylaşılmaması gelecekte oluşturmak isteyeceği dijital ve sosyal kimlik yönetimine olumlu katkı sağlayacaktır. Her ne kadar

ebeveynler çocuklarının yararına olduğunu düşünseler de aktif kullanıcısı oldukları kendi dijital hesaplarında çocuklarına ait pek çok bilgiyi başkalarıyla paylaşmakta ve hatta bu bilgilere kamusal özellik kazandırabilmektelerdir. Bilinçli olarak oluşturulmayan içeriklerde her ne kadar zararlı olmadığı düşünülse de çocukları gelecek yaşantılarında utandıracak ya da öfkelenmelerine neden olacak pek çok içeriğe ebeveynleri tarafından yaygınlık kazandırılmaktadır. Ebeveynler bunu çocuklarına zarar verme amacı ile yapmıyor olsalar da bu sorunsal çocuğun gelecekte kararını kendisinin vermek isteyeceği bir dijital kimlik kurulumunun önünde engel teşkil edebilmektedir. “Facebook, Instagram gibi sosyal paylaşım siteleri ve yine çocukların doğum öncesinden başlayarak günlüklerinin tutulduğu bloglar aracılığıyla ebeveynler, onlar için önemli anları, ebeveynlik deneyimlerini sosyal çevreleri ile paylaşmakta, ayrıca bu platformlarda ebeveynlik yaparken karşılaştıkları durumlar hakkında tartışmalara katılmakta ve görüşlerini paylaşmaktadırlar” (Kaya ve Kaya, 2017, s. 444). Bu açıdan makuliyeti düzeyinde ebeveynler sosyalleşme amaçlı olarak fikir paylaşımı gerçekleştirebilirler. Ancak ebeveyn tarafından bu makuliyetin sınırları çocuğun kişisel ve duygusal verilerinin güvenilirliği belirlenemeyecek ve risk teşkil edecek biçimde ihlal edilirse sharenting sorunsalı beraberinde pek çok problemin sıralanmasına da zemin hazırlayabilecektir. Bu açıdan ebeveynlik kimliği de benzer biçimde içinde bulunulan durumdan hem sosyal hem de dijital açıdan etkilenebilmektedir. Sosyal bir kimlik olarak ebeveynlik önemli biçimde ebeveynlere sorumluluk yüklemekte ve çocuğun biyopsikososyal ihtiyaçlarına duyarlı olmayı gerektirmektedir. Dijital iletişim ortamlarının özellikle çocuklara sağladığı, “Sosyal medya çocukların kendi kimlikleri ve yaratılışlarını tanımaları ve karakterlerini geliştirmeleri olanağı” benzer şekilde ebeveynlerin korumak ve denetlemekle yükümlü olduğu tutumlar arasında yerini almaktadır. Ebeveynler çocukların kendi alanları içerisinde olan bu durumu kendi sosyalleşme etkileşimlerini arttırmak için araştırdıklarında ebeveynliğin dijital ortamlardaki sorumlulukları da tartışmalı bir hal alabilmektedir. @akademisyenanne bu açıdan hem bilim insanı mesleğine uygun bir şekilde dijital ortamlarda karşılaşılabilecek risklere yönelik bir önlem üzerinden ilgili gönderiyi paylaşmış hem de sorumlu bir ‘anne’ kimliği ile korumacı bir tutumu yansıtmıştır. Dolayısıyla sosyal yaşama paralel olarak dijital ortamlardaki ebeveyn kimliğinin sağlıklı bir şekilde oluşturulabilmesi ebeveynin dijital eylemlerine bağlı görünmektedir.

Paylaşılan gönderi, ebeveynin takipçileri ile konu özelinde yoğun etkileşime girerek sosyalleşebilmesine katkı sağlamıştır. Hesap sahibi tarafından oluşturulan içerikte anlatılması ve ifade edilmesi zor olan konuların çocuklarda duygusal tahrip oluşturmada nasıl ifade edilebileceği gösterilmiştir. Bunu yaparken çocuğuna yönelik sevecen ve iletişime açık bir dil kullanımına özen gösteren @akademisyenanne takipçilerine de benzer bir tutumla seslenmektedir. “Yeni soruları bekliyorum bakalım... Allah evlatlarımızı ve bizleri korusun...” yönündeki temennisi, hesap sahibi ve takipçileri arasında olumlu bir etkileşimin kurulmasına katkı sağlamaktadır.

Gönderideki en çok etkileşim, 46 beğeni ile “Dün oğlum oturmuş ağlıyor. Neden ağlıyorsun dediğimde anneannem ve dedem yaşılanıyor sonra da ölecekler dedi 😞 yanına oturdum birlikte ağladık” yorumudur.



Şekil 4. 6. @akademisyenanne Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -1

Bu yoruma yönelen yanıtlar ile yalnızca hesap sahibi ve takipçileri arasında değil takipçilerin kendi aralarında da bir ortaklaşmanın söz konusu olduğundan söz edilebilmektedir.



Şekil 4. 7. @akademisyenanne Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -2

Gönderi altına benzer yorumların yapıldığı bu etkileşimde ebeveynler çocuklarını nasıl merkeze aldıklarını geçmiş deneyimlerinden de bahsederek örneklendirmektedir. Böylelikle gönderi altındaki diğer yorumlarla bu platform, anneler arasında neredeyse bir sosyal destek alanı haline dönüşmüştür. “Genellikle evde sıkışıp kalan anneler için teknoloji, destekleyici bir topluluk ve daha geniş bir topluma erişim sağlar” (Livingstone ve Blum-Ross, 2020, s. 102). Böylelikle benzer deneyimleri yaşayan bireyler için bu alanlar hem sosyalleşme hem de sorunların çözümüne yönelen farkındalık odaklı öneriler doğrultusunda dikkate değer bir etkileşim ortamı sunmaktadır.

Gönderinin ana teması dahil olmak üzere gerçekleştirilen etkileşimlerde çocukların hassasiyetlerinin gözetilmesinin önemi paylaşılmış, bu hassasiyetin korunabilmesinin zorlukları beraberinde ebeveynliğin zor bir süreç olduğunun altı çizilmiştir. Annelik, sanat benzetmesi üzerinden

yüceltilmiştir. Süreçteki tüm zorluklarına rağmen annelik, atfedilen rol beraberinde bireyin toplumsal değerini artıran önemli bir işleve sahiptir. Genel kabul gören ve popüler olan bağlamıyla,

Toplumda genelleştirilmiş ve olumlanmış kısmının yanı sıra görünmeyen yönleri de olan annelik olgusu, sosyokültürel etkiler nedeniyle oldukça kapsamlıdır. Kadın olmanın bir gereği olarak görülen annelik, kısırlığı karşı kutba itmiştir ve annelik üretkenlik, neslin devamını sağlama anlamlarına gelirken; kısırlık yetersizlik, hemen giderilmesi gereken eksikliği tanımlamaktadır (Burç, 2015, s. 6).

Bu açıdan bakıldığında gerçekleştirilen yorumlarda Badinter'in sorunsallaştırdığı bağlamıyla gönüllü çocuksuzluk konularına hiç değinilmediği görülmektedir.

**Etik** bağlamıyla @akademisyenanne kullanıcısı normatif etik yaklaşımına referans oluşturan bağlamıyla ideal bir dijital ebeveyn sunumu gerçekleştirmektedir. “Normatif etik doğru ve yanlış davranışı düzenleyen ahlaki standartlara ulaşmak olan daha pratik bir görev üstlenir. Bu, edinmemiz gereken iyi alışkanlıkları, takip etmemiz gereken görevleri veya davranışımızın başkaları üzerindeki sonuçlarını ifade etmeyi içerebilir” (Gezer Şen ve Sevim, 2021, s.373). Bu bağlamdan hareketle toplumun ebeveynlere atfettiği rollerin yerine getirilmesinde sorumlu ebeveynlik yaklaşımı ile araştırmacı kimliğini birleştiren kullanıcı bu tutumunu etik hassasiyet ile birlikte görünür kılmıştır. Nitekim bilgi paylaşımı odaklı bir yaklaşım ile deneyimlerini aktaran kullanıcı kendi özel yaşamında gözetmesi gereken rol ve sorumluluklarını birlikte değerlendirmiştir.

Çok takipçili kullanıcılar geniş bir kitleye anlık olarak ulaşabilmektedir. Bu erişim kimileri için bir reklam aracı olarak ticari kazanç unsuruna dönüştülüyor olsa da kimileri için uzmanlık alanları doğrultusunda insanları bilgilendirmenin kısa bir yolu olarak değerlendirilebilmektedir. @akademisyenanne de benzer şekilde hesap yönetimi sürecinde çocuğun yüksek yararını gözetken hem çocuk hem de ebeveyn odaklı çeşitli konularda görüş ve düşüncelerini paylaşmakta ve bunu yaparken bilimsel çalışmalarla da ifadelerini desteklemektedir. Bu açıdan doğru bilginin yaygınlaşmasına katkı sağlamakta, benzer konularda soru işaretleri bulunan kullanıcıları aydınlatmaktadır. Böylelikle @akademisyenanne uzman ebeveyn kategorisinde sosyal destek oluşumuna kaynaklık ve aracılık ederken aynı zamanda sosyal ağların bilgi temelli kullanılabilceği yaklaşımına örnek oluşturmaktadır.

#### **4.4. Sharenting Ekseninde Farkındalık Yaratma Amacına Yönelik Yaklaşım: @enbabavekizlari Adlı Hesap Gönderisinin Kimlik ve Kişisel Kamusal Alan Olgusu Bağlamında Analizi**

**Hesaba Genel Bakış:** @enbabavekizlari adlı hesap sosyal ağlarda ‘Enbaba’ olarak da tanınan Özgehan Omag tarafından yönetilmektedir. Yaklaşık 3 bin gönderisi bulunan hesabın yöneticisi gönderilerinde değişmekte olan babalık rolünü öne çıkarmaktadır. Gönderilerinin teması ağırlıklı olarak babalığın yeni görünümüleri üzerinedir. Bu açıdan hane içi bakım hizmetleri dahil olmak üzere çocuk yetiştirme sürecinde babaların neler yapması ya da nasıl davranması gerektiği konusunda takipçilerine bilgi aktarmakta ve bu konularda farkındalık çalışmaları gerçekleştirmektedir. Bu açıdan gönderilerinde çevrimiçi eğitimlerinden, ya da yazarlığını gerçekleştirdiği kitap çalışmasından bahsetmektedir. Kimi

zaman ise oluşturduğu gönderilerde ebeveynlik üzerine sohbet ve tartışma ortamı hazırlamakta, böylelikle benzer deneyimleri yaşayan bireylerin etkileşim sağlamasına olanak tanımaktadır. Bu açıdan ilgili kullanıcının incelenen gönderisi, sharenting olgusuna babalık deneyimi üzerinden bakış geliştirilmesine farklı ve belirgin bir örnek teşkil etmektedir.



### Gönderi ile İlgili Genel Bilgiler

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Başlık</b>           | Kapanma 1.gün aktivite önerisi:👍<br>-Cam silme, balkon düzenleme.<br><br>Dipnot:<br>Eşe dosta gönderebilirsiniz.<br>Ba ba ba adam cam siliyo 🤖😁👍<br>.<br><a href="#">#enbaba</a> <a href="#">#kapanmagün1</a> <a href="#">#yardımdeğişlikbölümü</a> <a href="#">#ikiçocukluhayat</a> |
| <b>URL</b>              | <a href="https://www.instagram.com/p/COSb50MDTbR/">https://www.instagram.com/p/COSb50MDTbR/</a>                                                                                                                                                                                      |
| <b>Yüklenme Tarihi</b>  | 30 Nisan 2021                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Beğenilme Sayısı</b> | 304                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Yorum Sayısı</b>     | 8                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

Bu gönderi, söylem analizi yöntemi üzerinden farkındalık yaratma amacına yönelik dijital ebeveyn yaklaşımının ağırlıklı olarak kimlik ve kişisel kamusal alan olgusu bağlamında incelenmektedir.

#### - Makro Yapı

Bu yapı etrafında @enbabavekizlari profil hesap gönderisine yönelik genel bilgiler değerlendirilecek olup, gönderinin temasında başlık, video tanımı ve varsa etiket kullanımları içerdiği söylem üzerinden çözümlenecektir.

#### - Tematik Yapı

Instagram sosyal ağında yaklaşık 20 bin takipçi rakamıyla aktif baba kimliği ile öne çıkan @enbabavekizlari isimli kullanıcı, hesap tanımlamasını doğrudan babalık rolü üzerinden oluşturmuştur. Kullanıcı, rolünü pekiştiren bir unsur olarak profil bilgileri alanında adı ve soyadının yanına ek parantez içerisinde ‘enbaba’ kullanımına yer vermiştir. Profil alanında ‘Babalar da çocuk bakabilir. 🧑🧒’, “Dikkat: bu hesap teori değil pratik uygulamalar içerir...” ibarelerine yer veren @enbabavekizlari adlı hesap kullanıcısı, #enbabayla20dakika hashtagi üzerinden deneyim sahibi ya da alanında uzman konuklarla ebeveyn pratikleri, çocuk bakımı ve sağlığı üzerine çeşitli güncel konularda 20 dakikalık sohbetler gerçekleştirmiştir. (#enbabayla20dakika, t.y.)



Şekil 4. 8. @enbabavekizlari Profil Bilgisi

İki çocuk babası, evli ve mühendis olan hesap sahibi, çalışma yaşamına hane içerisinde devam ederken aynı zamanda bu alandaki çocuk bakım hizmetlerini de yerine getirmektedir. Bir eş ve baba olarak doğum sonrası süreçte eşiyile birlikte yaşadıkları problemler ve çözümleri konusundaki deneyimlerini aktarmak için de bir eğitim platformu üzerinden ücretli kurs açan @enbabavekizlari, bu kursa yönelik erişim bilgilerini yine Instagram profil sayfasında hipermetin üzerinden takipçileriyle paylaşmaktadır.

Yaklaşık 3 bin gönderisi bulunan kullanıcı, profesyonel hesap kategorisinde kendisini dijital içerik üretici olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlama doğrultusunda ilgili hesapta kullanıcı rozeti olmasa da tüm gönderiler kamuya açık şekilde paylaşılmaktadır.

### - Şematik Yapı

Şematik yapı ile @enbabavekizlari adlı hesap kullanıcısına ait ilgili gönderi içeriğinde somut olarak değinilen tüm unsurlar söylem çözümlemesinin mikro yapıya geçişi öncesinde anlamsal karşılıkları üzerinden irdelenecektir.

### - Durum tanımı

Bu başlık altında gönderinin anlatım dili, ulaştığı/varmak istediği sonuçlar, önceki yapı dahil olmak üzere ardaan bilgisi ve bağlam bilgisi genel çerçevede değerlendirilecektir.

### - Gönderinin anlatım dili

İncelenen gönderinin anlatım dili şaka, espri ve eğlence içermektedir. Ataerkil kültürün cinsiyet kimliklerine atfettiği rollere yönelik ayrımlanan hane içi iş bölümünü konu alan hesap sahibi geleneksel bakışın iç sesini ironik olarak gönderi tanımına yerleştirmiştir. Cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık yaratma amacına yönelik oluşturulan içerik bu doğrultuda kullanılan hashtagler ile de desteklenmiştir. Böylelikle çocuk bakımı gibi benzeri hane içi iş ve hizmetleri erkeklerin de yerine getirebileceği olgusu hesap sahibi tarafından takipçilere doğallaştırılarak sunulmuştur.

### - Sonuçlar

Analizi gerçekleştirilen gönderide erkek egemen kültürel yapının kadını baskılayan ve ikincilleştiren bağlamı geleneksel rollerin tersinden oluşturulması ile sunulmuştur. Kadını özel alanda, erkeği ise kamusal alanda konumlayan geleneksel ataerkil kültür, aynı zamanda cinsiyetler arası tahakküm ilişkilerini de işler kılmaktadır. Böylelikle kadının hane içi ücretsiz iş yükü/emeği görünmeyen alanda konum alırken erkek artı değeri elinde bulundurmakta ve emeğini iktisadi boyutuyla da görünür kılmaktadır. Gönderide ise bu yapının sınırları ortadan kaldırılarak erkeklerin de hane içerisinde etkin bir şekilde bakım hizmetlerini karşılayabilecekleri somutlaştırılmıştır.

### - Ardalan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)

Hesap sahibinin aktif bir şekilde kullanmış olduğu Instagram sosyal ağındaki gönderilerinin hemen hepsinde çocuk bakımı ve hane içi uğraşlar konusunda kapsayıcı bir toplumsal cinsiyet teması hakimdir. Kullanıcı çocukların büyüme sürecinden başlayarak Covid-19 pandemi sürecinde de evinde çocuklarla verimli bir şekilde nasıl zaman geçirdiğine kadar olan tüm süreci çeşitli deneyimleriyle birlikte takipçilerine aktarmaktadır. Kullanıcı kimi zaman hesap sayfasında çocuğu merkeze alan konularda uzman konuklarla canlı yayınlar da gerçekleştirmektedir. Kullanıcı gönderilerinin genel temasında erkeklik rollerini hane içi bakım hizmetlerini yerine getirirken sunmaktadır.

@enbabavekizlari kullanıcısının incelenen gönderisi hesabın genel teması ile uyumludur. Gönderide çocukları ile birlikte cam silen baba, diğer yandan içinde yaşanan kültürel iklimin sosyal çoğunluğunun bakışını görünür kılmıştır. Böylelikle hesap sahibi herhangi bir ebeveynin cinsiyet

gözetmeksizin hem çocuk ihtiyacına cevap verme noktasındaki yetkinliğini ortaya koymuş hem de farkındalık odaklı yaklaşımını pratiğe dökerek somutlaştırmıştır.

#### - Bağlam Bilgisi

İçinde yaşanan kültürün eril bakışa sahip erkek egemen baskın yapısı gün geçtikçe değişmeye, dönüşmeye ve daha demokratik bir hal almaya doğru evrilse de erkeğin günümüzde kadın üzerindeki tahakkümünün sürdürüldüğü söylenebilmektedir. İşletilen hesabın temel bağlamı toplumsal cinsiyet temelinde geliştirilmektedir. Geleneksel kalıp yargıların kırılmasını hatta tersine çevrilmesini olumlayan bakış açısı ile oluşturulan gönderiler cinsiyet eşitliğini merkeze alan ve bu düşünceyi yaygınlaştırmayı amaçlayan bir bağlama sahiptir.

İncelenen gönderinin ana temasına bakıldığında ise benzer şekilde çocuklarına cinsiyet olgusunu belirleyici kılmadan yapılabilecek tüm işlerin birlikte üstesinden gelinebileceği gösterilmektedir. Bu çerçevede @enbabavekizlari, iş birliği içerisinde balkon düzenleme ve cam silme işlerini çocukları ile birlikte yapabildiklerini takipçileri ile paylaşmıştır. Covid-19 sürecinde paylaşmış olduğu gönderide yaptıkları işi, pandemi de çocuklarla yapılabilecek bir etkinlik şeklinde dile getirmiş ve cinsiyet ayırt etmeksizin tüm ebeveynlere bu eylemi bir faaliyet önerisi olarak sunmuştur.

#### - Mikro Yapı

Mikro yapı da incelenen örnek daha detaylı olarak ele alınırken görünenin ardında ifade bulan anlamlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu açıdan sentaktik çözümleme cümle yapılarına; bölgesel uyum nedensel, işlevsel ve referansal ilişkiye; kelime seçimleri metafor kullanımına; retorik ise daha özelde tüm olasılıkların değerlendirildiği anlamsal düzlem ile ilgili olan yapıları derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır.

#### - Sentaktik Çözümleme

Gönderide kullanılan dil aktif fiil cümlelerinden oluşmaktadır. Anlatım metin ağırlıklı kurulurken ifadeler sıklıkla emojilerle desteklenmiştir. Açıklamadaki ifade yargı gerekçesi cümle yapısı üzerinden kurulmuş ve metin içerisinde yapılacak olan açıklamayı belirtmek amaçlı üst üste iki nokta kullanımı ile bir liste sunulmuştur. Listelemeye madde işaretleri eklenerek imla kullanımına özen gösterilmiştir. Cümleler kurallı olarak oluşturulmakla birlikte metin konuşma havasında yazıya dökülmüştür. Kullanıcı toplumun alışılmadık bir durumu nasıl karşılayacağına yönelik bir tahmin yargısı geliştirerek bu yapıya taklit dili kullanarak yer vermiştir. Hesap sahibi, gönderi açıklamasındaki bu tutumunu önceki kullanımlarına benzer şekilde yine emojilerle desteklemiştir. Böylelikle üçüncü kişilerin duygu durumları hakkındaki kalıp yargılarını görünür kılan @enbabavekizlari, gönderisini ılımlı ve esprili bir dil kullanarak paylaşmıştır.

### - Bölgesel Uyum

Toplumsal cinsiyet farkındalığı üzerinden oluşturulan gönderinin nedensel ve işlevsel ilişki kurulumu arasında uyum söz konusudur. Cümleler birbiriyle bağlantılı olup ifade edilmek istenen duygu ve düşünceler kendi bağlamı içerisinde kalıp yargılardan uzak bir şekilde kurulmuştur. Referansal ilişkilerde ise aktivite önerisi temizlik ile, adam sözcüğü ise geleneksel bağlamda ‘erkek’ ile bağlantılandırılmıştır. Gönderi böylelikle bir erkeğin hane içi işlerle uğraşmasını normalleştirmeye yönelik bir yaklaşımla düzenlendiğinden cam silme eylemine hem sosyal hem de dijital alanda kamusalılık kazandırılmıştır. Böylelikle nedensel ve işlevsel ilişki arasında denge sağlanmıştır.

### - Kelime Seçimleri

Hesap sahibi gönderiyi oluştururken içinde bulunulan sosyal sorun vurgusu üzerinden açıklamasına başlamıştır. Covid-19 pandemisi nedeniyle koruyucu ve önleyici çalışmalar kapsamında uygulanan ‘evde kal’ sağlık kampanyaları ile toplum sağlığının sürdürülebilmesi amaçlanmış böylelikle büyük çoğunluk hijyen, temizlik, maske ve mesafe konularında hassas davranarak evlerinde vakit geçirmiş, yüksek önem gerektirmedikçe kamusal alana çıkmamıştır. Böyle bir dönemde içerik oluşturan @enbabavekizlari “Kapanma 1.gün aktivite:👉” tanımlaması ile hane içi bakım hizmetini görev alanından çıkararak etkinlik ve oyun aktivitesine dönüştürmüştür. Anlatımı güçlendirmek ve onay belirtmek için ‘baş parmak yukarıda’ emoji kullanılarak işin, kişinin kendi kanaatiyle yapıldığı vurgulanmıştır. Bu emoji övgü içeren durumlarda kullanılırken yapılan işin iyi ve güzel olduğu anlatımını da desteklemektedir.

Çocukları ile birlikte cam silen ve balkon düzenleyen baba, ataerkil toplumsal cinsiyet rolleri ve geleneksel kalıp yargılarını “Ba ba ba adam cam siliyo 🧑🏻👉👍” ifadesiyle vurgulamıştır. Bu yargı ironi, eleştiri ve olumlama içermektedir. Geleneksel rollerini içselleştirmiş bireylerin bir erkeği evinin camlarını silerken gördüğünde verebileceği tepkiyi, gönderi sahibi kendisi üretmiş ve bu toplumsal bakış açısını ironik bir dille eleştirmiştir. Emoji kullanımında korku ifadesi ile erkeklik olgusunun ‘kırılgan’lık yönüne örtülü bir gönderme yapan kullanıcı, bunun olumlanan bir durum olabileceğini gülme ve onaylama emoji ile bir araya getirmiştir.

Hashtag kullanımları tüm bu değerlendirmelerle uyumlu görünmektedir. “#enbaba, #kapanmagün1, #yardımdeğişbölümü, #ikiçocukluhayat” şeklinde yer verdiği etiketler ile yaptığı işi cinsiyet tanımlamalarının dışında tutan hesap sahibi, ‘asli’ ve ‘yardımcı’ kullanımlarına da eleştirel bir bakış geliştirmiştir. Hashtag kullanımı, hesap takipçilerinin dışında konu ile ilgilenen tüm kullanıcıların gönderiye erişebilmesine imkân sağlamaktadır. Böylelikle gönderi kapsamı ve erişimi hesap sahibi tarafından genişletilmiştir.

## - Retorik

Gönderi gündelik yaşamda çocukları ile birlikte ev içi temizliği faaliyetinde bulunan bir babanın fotoğrafı üzerinden oluşturulmuştur. Görselde hane içi bakım hizmetlerinin yerine getirilmesi konusunda cinsiyet temelli farkındalığın yaratılması amaçlanmış olup, çocuklarla birlikte gerçekleştirilen temizlik ve düzenleme işinin baba ve çocukları arasında iş birliği ve uyum içerisinde yapılabileceği, en çok kullanılan sosyal ağda paylaşılarak görünür kılınmıştır.

**Kimlik** inşası doğrultusunda geleneksel ataerkil toplumsal cinsiyet olgusunun cinsiyetler arası iş bölümlerinin cinsiyet eşitliği temelinde yeniden biçimleniyor oluşu, kadınların çalışma yaşamında aktif yer almalarından önemli ölçüde etkilenmiştir. Daniel Bell, sanayi sonrası toplumu incelediği çalışmasında kadınların iş hayatına katılımı ile kadın işgücünün artmaya devam edeceğini, aile yapılarındaki dönüşümün de her iki aile üyesinin çalışıyor olması beraberinde genç olmalarına rağmen daha az çocukla gerçekleşeceğini belirtmektedir. Bell, bu bağlamda hane halkı ‘reisi’ kavramının azalma eğiliminde olacağını ve kalıplaşmış iş bölümleri üzerinden cinsiyet rollerinin de değişeceğini ifade etmiştir (Bell, 1976, s. 578). Bu örnekte de benzer şekilde aile birliği çatısı altında iki çocuklu baba, geleneksel ataerkil kültürün cinsiyete dayalı kalıplaşmış iş bölümünün tersine hane içi sorumlulukları üstlenmiş, ailenin diğer üyesi anne de kamusal alanda ticari kazancı elde eden birey olarak konum almıştır. Ancak ‘güçlü’ ve iktidar ilişkilerinin merkezine yerleşen erkeklik kimliği, bedeni, hane dışında gerçekleştirilen bir iş yerine yerleştirmiştir. Eril erkeklikte, dijitalleşme ile yaygınlık kazanan ve herhangi bir iş yerine gidilmeden elde edilen ve hane içinden de gerçekleştirilebilen mekândan bağımsız kazanç yöntemini kolay kabul görmemiştir. Connell’a göre, erkeklik ile makinelerin işletilmesi arasında kurulagelen beylik bağlantı değişikliğe uğramaktadır.

Yeni bilgi iletişim teknolojileri masa başında yapılan (bilgisayar işletmenliği veya yazıcılık gibi) işlere daha fazla ihtiyaç duymaktadırlar. Bu tür işler başta kadın işi olarak sınıflandırılıyorlardı. Fakat kişisel bilgisayarların yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte bu iş kollarında yer alan mesleklerden bazıları da birer rekabet ve iktidar alanı olarak -teknik ve fakat işçi sınıfına özgü olmayan erkek işi olarak- yeniden anlamlandırılmaya başladılar (Connell, 2019, s. 117).

Hesap sahibi kullanıcı mesleki uğraşlarına aynı zamanda dijital içerik üretimi iş kolunu dahil etmiştir. Buna yönelik dijital faaliyetlerinin sayısını arttıran kullanıcı yeni iletişim teknolojileri sayesinde dijital akademi ortamlarında toplumsal cinsiyet farkındalığına yönelik eğitimler vermekte, duyarlı baba kimliğini öne çıkararak yazdığı kitabının tanıtım ve duyurularını gerçekleştirmekte ve farkındalık odaklı yaklaşımını “bu hesap teori değil pratik uygulamalar içerir...” ifadesi ile görünür kılmaktadır.

Geleneksel erkeklikten modern erkekliğe evrilen ve bununla beraber otoriterden demokratik baba tanımına uyan bağlamıyla babalık olgusu, içinde yer alınan sosyal değişimin de etkisi ile zamanla farklı ifadelendirmelerin öznesi haline gelmiştir. İlgili kullanıcı bu doğrultuda dijital dönüşümün etkileri üzerinden ‘baba 2.0’ kavramsallaştırmasının özelliklerini önemli ölçüde taşımaktadır. Baba 2.0. kavramı

blogcu babaların yılda bir kere bir araya geldikleri Baba 2.0 Zirvesi üzerinden ismini kazanmıştır. Baba 2.0. internet babalarını ifade etmektedir. Kavramın betimsel karşılığına bakıldığında babaların rolleri zaman içinde ahlaki karar odağı ve evin geçimini sağlamaktan bakıcı ve duygusal destekçiye doğru istikrarlı bir şekilde evrilmiş ve babalar eskiye kıyasla daha fazla çocuk bakımı ve ev sorumlulukları üstlenmeye başlamıştır. Baba 2.0. internet babaları olarak tanımlanmakta ve bu babalar çocuklarının yetiştirilmesinde aktif olarak yer almaktadır. Baba 2.0 hâkim söylem üzerinden geliştirilen ve tüketici pazarlamasının sürdürdüğü "bahtsız, beceriksiz" baba mecazına karşı durarak bu rollerini Facebook, Twitter, Blogger ve Reddit gibi sitelerdeki aktif katılımı yaymaktadır (Ammari ve Schoenebeck, 2015, s. 1905).

Örnekte öne çıkan babalık kimliği olumlanan bağlamıyla ortak iş bölümünü meşru bir zemine yerleştirilen ve bunun aile üyeleri arasındaki iletişimin demokratik ve uzlaşmacı bir parçası olarak somutlaştırılan yapısıyla kullanıcılara sunulmaktadır. Scott'tun ifadesi ile cinsler arası ilişkinin, sosyo-ekonomik yapılarla uyumlu bir şekilde ve bu yapılar aracılığıyla uyumlu bir şekilde işliyor olması üzerine görüşü (Scott, 2007, s. 20) günümüz post modern aktif özne ile tersine çevrilebilmekte ve bu tanımlama erkeğin görünmeyen emeği deneyimlemesi ile önemli ölçüde cinsiyet rollerindeki iş bölümü ortaklaşa bir paydada değerlendirilebilmektedir. Bu dönüşümün çevrimiçi kamusal alanda 'herkese açık' olarak paylaşılması cinsiyetçi iş bölümlerinin yeniden düzenlenmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Bu durum literatürde değinilen yeni nesil aile yaklaşımları arasında, evlilik dahilinde "ortak ebeveynlik" modeline karşılık gelmektedir. Çocukların biyopsikososyal ihtiyaçlarının farkındalık odaklı tutumunu yansıtan bu eylemsellik, yalnızca çocuklar özelinde bir cevap vermeyi değil aynı zamanda 'eş' dahilinde bütün olarak aile oluşumu etrafında ihtiyaçların dikkate alınması yaklaşımını içermektedir. Feinberg'in 'coparenting' olarak kavramsallaştırdığı bu olguda incelenen örnekte de somut olarak çocuk yetiştirme konularında anlaşma, iş bölümü, destek ve aile etkileşimlerinin ortak yönetimi anlayışı belirgin bir görünüm kazanmıştır.

Gönderi içeriğinde baba, çocukları ile birlikte evi temizlemekte ve düzenlemektedir. Böylelikle geleneksel rollerin nesilden nesile aktarımında cinsiyet eşitliği odaklı bir bakış sağlanmaktadır. Hane içi bakım hizmeti gerektiren ve çocuk yetiştirme sürecindeki işlerin geleneksel olarak kadınların gerçekleştirmesi beklenmektedir. Dijital yaşamda da buna benzer olarak çocuk yetiştirmeye veya buna göndermede bulunulan iş ve uğraşların bir blog ya da sosyal ağlarda kadınlar tarafından paylaşılması genellikle 'normal' karşılanan bir durumdur. Livingstone ve Blum-Ross burada da güçlü bir toplumsal cinsiyet boyutu olduğunu belirtmektedir. Bloglar üzerine gerçekleştirdikleri bir çalışmada blogcuların çoğunun küçük çocuk annesi olduğunu belirleyen araştırmacılar, bu doğrultuda yalnızca birkaç "blogcu baba" ile görüşebildiklerini belirtmişlerdir (Livingstone ve Blum-Ross, 2020, s. 102).

Aynı zamanda bu örnekte ilgili hesap sahibi, Funk'un arzcu aktif tipin postmodern özne kavramsallaştırmasındaki üretken kişilik tanımlamasına da uymaktadır. Hesap sahibi yalnızca sosyal ağlarda gönderi oluşturmamakta aynı zamanda oluşturduğu sohbet platformu ile konukları ile babalık

deneyimlerini paylaştığı eğitim programı üzerinden de kursiyerleri ile etkileşim kurmaktadır. (Eğitmen Özgehan Omag Mühendis-Baba, t.y.). Dolayısıyla bu yöndeki üretken bireylerin kişisel ya da sosyal ilişki yaşama biçimleri Funk'un postmodern ben odaklı karakter tanımı ile de örtüşmektedir.

Postmodern ben odaklı karakterin bir diğer dikkat çekici özelliği, ilişki yaşama biçimidir. Aktif ben odaklı karakter büyük ölçüde temas heveslisi, hoşsohbet, ilginç ve genellikle keyiflidir; hiç zorluk çekmeden ve sınır tanımadan kendinden söz edebilir ve başkalarıyla ilişkisinde sürekli sahne almayı ister (Funk, 2020, s. 95).

İlgili gönderi sahibinin farkındalık odaklı yaklaşımı ebeveynliğin gelişmekte olan yeni aile modelleri etrafında da değerlendirilebilmektedir. Hesap sahibi kullanıcı takipçilerine sunduğu izlenim de hem duyarlı hem de farkındalığı yüksek bir ana-babalık izlenimi sunmaktadır. Yeni nesil aile çalışmaları arasında yerini alan boyutuyla @enbabavekizlari, sunmuş olduğu kimlik inşasında yetkili anne-babalık yaklaşımını yansıtmaktadır. Bu yaklaşım, “Çocuklarıyla iyi vakit geçirme, yakınlık, sıcaklık özelliklerinin yanı sıra, sorun zamanlarında anlayış ve destek sağlayarak yalnızca denetim boyutunda değil, *ilgi* boyutunda da yüksek davranışlar gösterirler” (Yavuzer ve Demir, 2021, s. 68). Böylelikle hesap sahibi dijital ortamlarda çocuk yetiştirme stillerinin rol model olgusu etrafında farklı görünümünün ve uygulamalarının da var olabileceğini görünür kılmaktadır.

**Kişisel kamusal alan** olgusu bağlamında gönderi incelendiğinde, hesap sahibi kullanıcı, gönderi erişimine gizlilik ayarlarının herkese açık olması ve etiketleme yoluyla kamusalılık kazandırmıştır. Ebeveyn çocuklarının görünürlükleri ya da görüntüleri konusunda bir müdahale de bulunmamıştır. Ancak buna rağmen içerik çocukları gelecekte utandıracak ve onları rencide edecek bir bağlamla oluşturulmadığından ilgili kullanım makul sharenting özelinde değerlendirilebilmektedir. Fakat çocuklar kendi kararlarını alabildikleri yaşa eriştiklerinde sosyal ağlarda üyelik oluşturmak ya da görünür olmak istemeyebilmektedir. Bu durumda çocukların kendi iradelerinin dışında sosyal ağlarda konum almış olmaları, gelecekte ebeveynlerinin bu eylemine yönelik hoşnutsuzluk hissetmeleri ihtimalini akla getirmektedir.

Gönderi özelindeki mekân bilgisi, yalnızca şehir ismi özelinde takipçilerle paylaşılmış olup daha yerel düzeyde alan bilgisi tanımlaması gerçekleştirilmemiştir. Dış mekân ise hane içerisinde geniş bir alanın taranacak veya yaşanılan yerin nerede olduğunun tahmin edilebilecek düzeyde fotoğraflanmadığı görülmektedir. Çocukların yaşadığı yerin tam konum bilgisi paylaşılmadığından gönderinin sosyal yaşama etkileri açısından risk düzeyi düşük olarak değerlendirilebilmektedir. Ancak güvenlik hususundaki bu bilgi yalnızca incelenen gönderi açısından geçerli olduğundan paylaşımların genelinde özel alanın bilgisi ve tanımlamasında veri güvenliğinin korunuyor olması ve tüm gönderiler arasında bir tutarlılığın bulunması önemli bir yerde durmaktadır. Kullanıcı hesabının mekân bilgisi verisi paylaşımına bakıldığında ise adres bilgilerinin yalnızca şehir düzeyinde tanımlandığı görülmekte son gönderilerinde açık mekân bilgisinin dar bir mekânı kapsamadığı görülmektedir.

Tüm bu ifadeler ebeveynlik yaklaşımları arasından **pozitif ve farkındalıklı ebeveyn** yaklaşımlarını önemli ölçüde desteklemektedir. Kullanıcı pozitif ebeveyn bağlamında ebeveynlik rolüne yönelik bilgi temelli pek çok eylem içerisindedir. Babalık rolünü bilinçli ve fayda odaklı yalnızca ‘kadın işi’ olarak tanımlamadığı bir söylemle kimliğini öne çıkarmakta, gönderilerinin geneline bakıldığında gündelik yaşamın zaman planlamasını çocuk yararı merkezli olarak düzenlemektedir. “Farkındalıklı ebeveyn, çocuğunun duygusal durumlarının ve ihtiyaçlarının farkında olan, çocuğunun olumsuz davranışlarına daha az tepki veren, yargısız kabul eden, duyarlı ve çocuğuyla daha fazla etkileşimde bulunan ebeveyndir ve bu ebeveynlerin çocuklarının sosyo-duygusal uyum becerileri yüksek düzeydedir” (akt. Polat ve Özbek Ayaz, 2021, s. 114). Bu açıdan incelenen gönderide @enbabavekizlari hesabına yapılan yorumlarda duruma yönelik ironik ifadeler yer alıyor olsa da sosyal destek bağlamında da geri dönütlerin sağlandığı görülmektedir.

**Etik** perspektiften incelendiğinde gönderi sahibi etğin uygulamısal boyutuyla öne çıkmaktadır. Pratik alanda geliştirilmiş olan ahlaki bakışta erkeklik algısının cinsiyet temelli tahakkümcü yaklaşımın karşısında konum alınarak hane içi roller yeniden inşa edilmektedir. Bu yaklaşım ödev bilinci beraberinde aile içi yaşam düzeninin yeniden tesis edilerek bir aradalığın korunabilmesi amacını yansıtmaktadır. Böylelikle kalıplaşmış, süregiden bir eril erkeklik sunumundan ziyade hane içi bakım işleri ile birlikte çocuk bakımının da geleneksel cinsiyet rolünün dışında tutulabileceği görünür kılınmıştır. Ahlak temelli bir yaklaşım ile bir aradalığa yönelik ‘iyi oluş’ desteklenirken, bununla birlikte hane içi rollerin çoğunluğun aksine yeniden düzenlenebileceği yaygınlık kazandırılmış olan bu paylaşım özelinde örneklendirilmiştir.

Gönderi yorumlarında içi işleri erkeklerin gerçekleştiriyor olması genel itibarıyla onaylanmış ve takdirle karşılanmıştır. Etkileşimli yorumlardan birinde ‘normallik’ vurgusu yapılmış, söylem tersinden üretilerek şaşkın ve nispeten alaycı bir ifade ile hane içi hizmetlerin zaten erkekler tarafından yapıldığı belirtilmiştir. Ancak burada aktarılan ifadenin ard alanı bu işe ‘normalde’ erkeklerin uygun olmadığını yansıttığından kullanıcı, yorum sahibini metaforik bir ifade üzerinden şaka yollu eleştirmiştir.



**Şekil 4. 9.** @enbabavekizlari Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -1

Bu yoruma yönelik dolaylı eleştiri, gönderinin altındaki en yoğun etkileşime sahiptir. Kullanıcı bir önceki yoruma atıfta bulunan bağlamıyla ‘cam silme’ işini ‘adamlık’ ile ilişkilendirmiştir. Cinsiyet eşitliği odaklı bu söylem ile hane içi işlerin yalnızca kadının işi olmadığı ve ortak kullanım alanı olarak imlenen hanenin temizliğinde erkeklerinde görev üstlenebileceği olumlanmıştır. Gönderi sahibi de bu yöndeki yaklaşımı paylaştığını ‘di mi’ yanıtı ve onay emoji ile belirtmiştir.



**Şekil 4. 10.** @enbabavekizlari Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -2

Sonuç olarak gönderi yeni nesil ebeveynlerin farkındalık içeren paylaşımları ile kişisel kamusal alanını herkese açarak yeni bir ebeveyn kimlik inşası üretmektedir. Kadınların geleneksel toplumsal cinsiyetlerine atfedilen kimliklerinde hane içi görünmeyen ‘asli’ işlerini dijital ortamlarda görünür kılan @enbabavekizlari, aynı zamanda çocuk bakımı konusundaki etkin rolüyle sosyal ağları işlevsel bir amaç doğrultusunda kullanmaktadır. Bunu yaparken ise çocuklarını değil ebeveynlik rollerini öne çıkarmaktadır. Kullanıcının toplumsal cinsiyet rollerine geleneksel bağlamdan farklı olarak görünürlük kazandırılması, çocukların güvenli alanların gözetiliyor olması aynı zamanda farkındalık odaklı bakışla pozitif sosyal ilişkilerin öne çıkarılması sharenting özelinde olumlu ve yararlı bir bağlama işaret etmektedir.

#### **4.5. Sharenting Ekseninde Sosyal Olumlanma Beklentisi Amacına Yönelik Yaklaşım:**

##### **@sahangiller Adlı Hesap Gönderisinin Kimlik İnşası ve Tüketim Olgusu Bağlamında Analizi**

**Hesaba Genel Bakış:** @sahangiller adlı kullanıcı profili bir kişiyi tanımlamayan ve aile oluşumunu temsil eden bir hesap olma özelliği taşımaktadır. İlgili hesap eşler tarafından yönetilmekte ve 3 binin üzerinde yayınlanan gönderiler ailenin gündelik yaşamından kesitleri içermektedir. Çoğunlukla eşlerin birbirleri ile olan iletişimlerinin mizahi bir sunumla yer aldığı video ve fotoğraflarda çocuklar da yer almaktadır. Yüksek takip rakamına ulaşmış olan aile kendilerine ait işletmelerin tanıtımlarını yaparken aynı zamanda diğer marka oluşumları ile iş birlikleri gerçekleştirmektedir. Ebeveynlerin bu tanıtım faaliyetlerinde çocukları da yer alırken 1,5 milyon takip rakamına sahip hesapta çocuklarının medyada görünürlüklerinin artırılması sağlanmaktadır. Bu durum araştırmada ilgili hesap üzerinden sharenting olgusuna -diğer örneklerden farklı olarak- aile hesapları özelinde bakış geliştirilmesini sağlamıştır.



### Gönderi ile İlgili Genel Bilgiler

|                         |                                                                                               |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Başlık</b>           | Özgür Efe okulda 😊                                                                            |
| <b>URL</b>              | <a href="https://www.instagram.com/p/CXgdFtpsyx/">https://www.instagram.com/p/CXgdFtpsyx/</a> |
| <b>Yüklenme Tarihi</b>  | 15 Aralık 2021                                                                                |
| <b>Beğenilme Sayısı</b> | 66.174                                                                                        |
| <b>Yorum Sayısı</b>     | 197                                                                                           |

Bu gönderi, söylem analizi yöntemi üzerinden sosyal olumlanma beklentisi amacına yönelik dijital ebeveyn yaklaşımının ağırlıklı olarak kimlik ve tüketim olgusu bağlamında incelenmektedir.

#### - Makro Yapı

Bu yapı etrafında @sahangiller profil hesap gönderisine yönelik genel bilgiler ele alınarak değerlendirilecek olup, gönderinin temasında başlık, video tanımı ve varsa etiket kullanımları içerdiği söylem üzerinden çözümlenecektir.

#### - Tematik Yapı

Instagram'da aile vurgusu üzerinden oluşturulan @sahangiller isimli hesabın yaklaşık 1,5 milyon üzerinde takipçi sayısı bulunmaktadır. İlgili hesap incelenen diğer ebeveyn profillerinden farklı olarak çoğul, aile kimliği üzerinden yönetilmektedir. “Şahangiller Ailesi 👨👩👧” ifadesiyle işletilen profil, profesyonel hesap kategorisinde dijital içerik üretici olarak öne çıkarılmıştır. Hesap kullanıcısı profilinde ilişkili olduğu ve doğrudan yöneticiliğini yaptığı diğer bağlantıları hipermetin aracılığıyla adreslemektedir. İncelenen süre içerisinde bağlantılar hesap kullanıcısı tarafından belirli aralıklarla değiştirilmekte ve yeni girişimler profil sayfasındaki yönlendirilmiş bağlantılar ile diğer kullanıcıların

bilgisine sunulmaktadır. 2023 yılının başlarında adreslenen hesaplar arasında “Şahangiller Espor” resmi Instagram hesabı yer almaktadır. Bir dijital oyunun takım oluşumları arasında yer alan “SHN ESPOR” oluşumuna profil ana sayfasından ‘@sahangillerespor’ bağlantısı üzerinden kolaylıkla ulaşılabilmektedir. Yönlendirilen bağlantıya E-spor alanının özellikle futbol dalında geliştirilen bir etkileşime sahip olduğu görülmektedir. Bu adresin hesap tanımlamasında doğrudan aile vurgusu yer almasa da “ŞHN” olarak ifade edilen Şahan soy ismi, ailenin Instagram sosyal ağındaki popüler hesabı ile arasındaki temsili bağlantıyı ifade etmektedir.



**Şekil 4. 11. @sahangiller Profil Bilgisi**

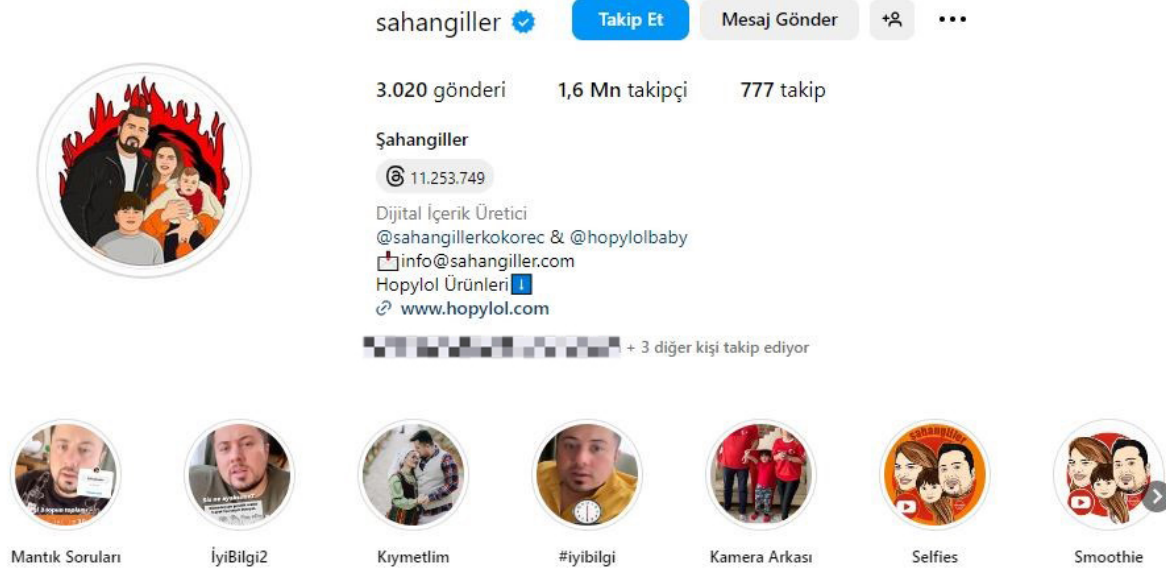
@sahangiller hesabının profil bilgileri alanında adreslemiş olduğu diğer bağlantıda ise ilgili ailenin bilinirliklerini arttırmış oldukları kendi soy isimlerine de yer verdikleri bir restoran hesabı bulunmaktadır. @sahangillerkokorec ile bağlantılandırılan bu hesap incelendiğinde fiziki bir işletmeye ait olan bu Instagram hesabını yöneten ebeveynlerin incelenen gönderiye benzer olarak oluşturdukları tanıtım görselli yer almaktadır.



**Şekil 4. 12.** @sahangillerkokorec İsimli Hesabın Tanıtım Görseli

Hesabın diğer hipermetin kurulumunda reklam ve iş birliği için bir elektronik posta bilgisi ve buna ek olarak yine aynı hesap yöneticisinin aktif olarak içerik ürettiği YouTube kanal bağlantısı

bulunmaktadır. Temmuz 2023 ve 2024 tarihlerine gelindiğinde ise ailenin yeni bir ticari girişiminin bulunduğu bilgisine profil sayfasına yerleştirilen bağlantı üzerinden ulaşılmaktadır. Hopylol isimli bebekler için geliştirilen kozmetik ürünlerinin tanıtımlarına yine hesap profil bilgileri alanında yer verilen @hopylolbaby, @hopyloltr ve [ty.gl/fw3d9ny3l0](https://ty.gl/fw3d9ny3l0) üzerinden erişilebilmektedir.



Şekil 4. 13. @sahangiller Güncel Profil Bilgisi

Tüm bu bağlantılar aracılığıyla ilgili hesap yöneticisi, hem dijital ortamda geliştirdiği kazanç araçlarını hem de sosyal yaşamdaki ticari oluşumlarını yaklaşık 2 milyon kişiye kolaylıkla duyurabilmektedir. Böylelikle sosyal kimliğini ebeveynlik üzerine kuran ve soy isimlerinden türettikleri adlandırma üzerinden yönettikleri diğer sosyal ağlarda çok sayıda aktif kullanıcıya ulaşan hesap yöneticisi, gün geçtikçe hem tanınırlığını artırmakta hem de bu sayede ticari girişimlerinin hedef kitlesine etkileşimli olarak kolaylıkla ulaşabilmektedir.

Instagram profil hesabında 3 binin üzerinde gönderisi bulunan @sahangiller profilinin öne çıkarılan hikaye/story başlıklarında ailenin bir arada olduğu anlar arasında ebeveynlerin kendi aralarında challenge olarak adlandırılan karşılıklı meydan okumaları, birbirlerine yaptıkları şakaları, ailenin gezdiği yerleri, doğrudan YouTube hesaplarına bağlantı içeren yönlendirmelerin yer aldığı videoları ile gönderi oluştururken çekimine başlanan ancak tamamlanamayan dijital içeriklerin kamera arkası görüntüleri yer almaktadır.

İfade edilen tüm bu bilgilerin öne çıkmasında ve diğer kullanıcıların aramalarında gerçek profil sayfasına kolaylıkla erişilebilmesi için geliştirilen “doğrulanmış rozeti”, @sahangiller hesabında bulunmaktadır. Böylelikle hesap içerisinde yer alan gönderiler ve profil bilgisinde bulunan bilgiler dahil olmak üzere gönderi içeriklerinden elde edilebilecek tüm verilerin erişimi “herkese açık” olarak değiştirilmemek üzere sabitlenmiştir. Böylelikle incelenen gönderide yer alan bilgilere erişim sağlayan kullanıcılar aynı zamanda kullanıcının diğer girişimlerden de haberdar olabilmektedir.

### - Şematik Yapı

Şematik yapı ile @sahangiller adlı hesap kullanıcısına ait ilgili gönderi içeriğinde somut olarak değinilen tüm unsurlar söylem çözümlemesinin mikro yapıya geçişi öncesinde anlamsal karşılıkları üzerinden irdelenecektir.

### - Durum tanımı

Bu başlık altında gönderinin anlatım dili, ulaştığı/varmak istediği sonuçlar, önceki yapı dahil olmak üzere araldan bilgisi ve bağlam bilgisi genel çerçevede değerlendirilecektir.

### - Gönderinin anlatım dili

İncelenen gönderi özelinde paylaşılmış olan görsel dört kişilik çekirdek ailenin biraradalık vurgusu üzerinden oluşturulmuştur. Görsel dikkatli incelendiğinde çocuklardan birinin dijital görüntü işleme yoluyla çerçeveye sonradan dahil edildiği kolaylıkla anlaşılmaktadır. Burada amaç ailenin fiziksel olamasa da istedikleri zaman dijital ortamda birarada olabileceklerini takipçilerine göstermektir. Dijitalleşmenin beraberinde hanelere ulaşan internet ağı ile kullanıcıların erişebildiği fırsatlar yeni medya ortamlarının etkin kullanımına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. “İnternetle birlikte, kullanıcı içeriği denetleme, seçme olanaklarına sahip olurken; aynı zamanda geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli iletişim süreci gerçekleşmektedir” (Yengin, 2015, s. 49). Bu etkileşim beraberinde pek çok olanağı da erişilebilir kılmıştır. Bu olanaklar arasında günümüzde en çok kullanılan görüntü üzerinde düzenleme yapmaya yarayan filtreler yer almaktadır. Bu filtreler aracılığıyla gönderi özneleri fiziki görüntülerinden farklılaştırılarak ya da estetize edilerek diğer kullanıcılara sunulmaktadır. Geleneksel medyada estetize edilmiş görüntüler kullanıcılara ağırlıklı olarak reklam özneleri özelinde sunuluyorken günümüzde bilgi iletişim teknolojilerinin güngeçtikçe daha da geliştirilmesinin beraberinde prosumerlar da fotoğraflar üzerinde eşanlı düzenlemeler gerçekleştirebilmektedir.

İncelenen gönderide yer alan üyelerin görsel dizilimine bakıldığında babanın kucağında bebeği ile konum alışı, annenin ise önde ve ilgili anı kayda geçirme noktasındaki proaktif tutumu diğer çocuk olmasa da hesap yöneticisi ebeveynlerin aile fotoğrafı temalı bir gönderi paylaşma konusundaki ısrarcı, istekli ve aceleci bir tutuma sahip olduklarını göstermektedir. Bu açıdan fiziki olarak çerçevede konum alamayan bir diğer çocuğun görseli dijital bir müdahale ile aile fotoğrafına yerleştirilmiş olduğundan ve takipçilere fiziki olmasa da dijital olarak da mutlu bir şekilde bir arada olunabileceğinin mesajı iletilmiştir.

### - Sonuçlar

Gönderi çekirdek ailenin bir aradalık vurgusu üzerinden kurgulanmıştır. Dijitalleşme ile birlikte sosyal yaşamın öne çıkan değerleri sosyal ağlarda yaygınlık kazanarak daha görünür bir hal almıştır. Instagram sosyal ağında yüksek takipçi sayısına sahip olan @sahangiller profilinin bir aile hesabı olarak yönetildiği görülmektedir. Profilin aile hesabı olarak yönetiliyor olması ve gönderilerin genel alt

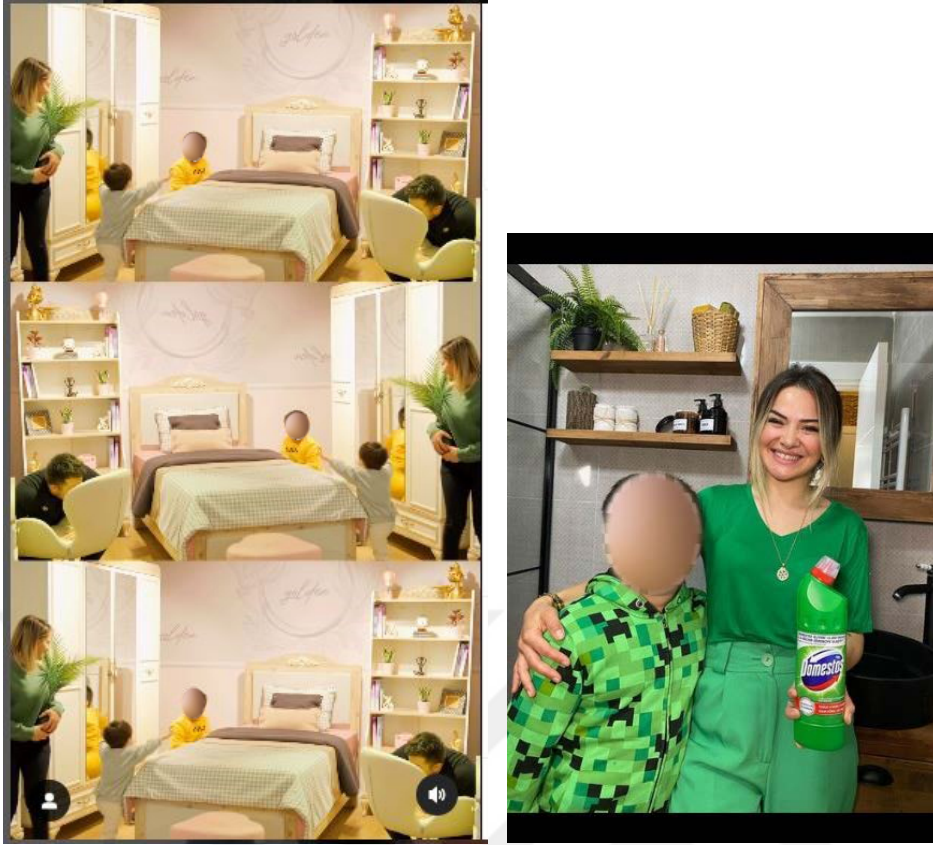
metninde konu edilen bir aradalık vurgusu, evlilik ve mutluluk arasında güçlü bir bağın bulunduğu düşünülmesine yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla idealize edilen yaşam, bir arada ve mutlu bir aile olma doğrultusunda olup fotoğrafın orijinalinde ailenin diğer üyesinin bulunamıyor olması bir eksiklik olarak tanımlanmamıştır.

#### - Ardalın Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)

İncelenen gönderinin ana teması aile bağları, ebeveyn olma ve mutlu yuva üzerinden kurgulanmıştır. Hesap yöneticisinin profil sayfasındaki diğer paylaşımlarda da analizi gerçekleştirilen gönderide olduğu gibi aile olma, mutlu yuva, biraradalık ve sevginin öne çıkarıldığı temaların yer aldığı görülmektedir. Bu doğrultuda oluşturulan gönderilerin izlenebilirliğini artırabilmek için içeriklere kimi zaman mizahi özellikler kazandırılmaktadır. Bazı gönderiler ise video klip şeklinde hazırlanmakta ve genellikle eğlenceli anlar öne çıkarılmaktadır.

1,6 milyon takipçi sayısına sahip olan hesapta ürün ve hizmet tanıtımları da gerçekleştirilmektedir. Tanıtımı gerçekleştirilen markalar arasında Cif, A101, Migros Yemek, Domestos, Tavuk Dünyası, Flo, Coca Cola, Solo, Bizim Toptan, Ansapharma, Puffy Yatak, Amazon.com.tr ve diğer markalar yer alırken sıklıkla kendi ticari oluşumları olan Şahangiller Kokoreç işletmesine yönelik paylaşımlar yapılmaktadır. İlgili örneklerin reklam özneleri ise aile üyeleri arasından özellikle ebeveynlerden oluşmaktadır. Yer yer çocukların da bu reklam özneleri arasında rol aldığı görülmektedir.





Şekil 4. 14. @sahangiller İş Birliği Çalışmaları

İncelenen gönderinin hesapta yer alan diğer gönderilerle “mutlu bir aile” vurgusu üzerinden uyumlu olduğu görülmektedir. Gönderilerin oluşturulduğu ve takipçilere sunulan mekan ise genellikle ailenin yaşadığı hanedir. Ailenin yaşadığı ev, ziyaret ettiği yerler, kullandıkları eşyalar, aldıkları hizmetler ve sahip oldukları imkan ve olanakların bilgisine 3 binin üzerinde paylaşılmış olan gönderiler üzerinden ulaşılabilmektedir.

#### - Bağlam Bilgisi

Gönderi bağlamı geleneksel aile kavramının dijitalleşme ile birlikte kazandığı yeni görünürlüğünü temsil etmektedir. Toplumsal olarak olumlanan ve sosyal değerler bakımından geçerliliğini önemli biçimde koruyan aile olgusu, incelenen profilin önemli bir sosyalleşme aracı olmuştur. Hesap gönderileri incelendiğinde aile içerisinde kadının ve erkeğin öne çıktığı dijital içerikleri birlikte ürettikleri ve teknolojinin olanaklarından faydalanan eşlerin aile görünürlüğünü birlikte artırdıkları bir sunumdan söz edilebilmektedir. Böylelikle dijitalleşmenin beraberinde sosyal yaşam daha görünür hale gelirken özellikle hane içerisindeki yaşantıların seyri çok sayıda kullanıcının erişimine açılmıştır. Bu yapılırken öne çıkan ailenin aktif olarak yönettiği sosyal medya hesabında diğer kullanıcılar ile aynı zamanda etkileşim sağlanmakta olup çocukların da dahil edildiği mizahi gönderiler ile takipçilere sempatik bir aile profili sunulmaktadır. İncelenen gönderide de benzer şekilde dört kişilik ailenin bir arada olmayan diğer üyesi anlaşılır biçimde dijital olarak fotoğrafa eklendiğinde kabul edilen

değerler üzerinden bir mizah teması yaratılmıştır. Böylelikle aile algısının bütünleştirici işlevi öne çıkarılmak amaçlanmıştır. Bu sayede hem temel değerlere verilen önem sergilenmiş hem de bu edimin dijital ortamda gerçekleştirilmesi ile dijital ortamda görünürlüğünü artıran yeni nesil aile profili oluşturulmuştur.

#### - Mikro Yapı

Mikro yapı da incelenen örnek daha detaylı olarak ele alınırken görünenin ardında ifade bulan anlamlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu açıdan sentaktik çözümleme cümle yapılarına; bölgesel uyum nedensel, işlevsel ve referansal ilişkiye; kelime seçimleri metafor kullanımına; retorik ise daha özelden tüm olasılıkların değerlendirildiği anlamsal düzlem ile ilgili olan yapıları derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır.

#### - Sentaktik Çözümleme

Gönderi bilgi kısmında yer alan “Özgür Efe okulda 😊” ifadesi fotoğraf görselinde yer alamayan aile üyesinin neden aralarında bulunamadığını açıklamaktadır. Basit cümle ile oluşturulan bu yapı aynı zamanda tamamlanmamış bir söz dizimi özelliğine sahiptir. Günlük konuşma dili içeren bu kullanımın sonunda yer alan kalpli gülen yüz simgesi ise mutluluk haline gönderme yapmaktadır. Bu mutluluk hali doğrudan aile birliğine, çocukların varlığına ve sahip olunan zenginlikleri ifade etmektedir.

Aile fotoğrafında fiziksel olarak okulda olduğu için bulunamayan çocuğun görüntüye dijital olarak eklenmesi yeni medya ortamlarında iletişim yöntemlerinin değişmeye başladığını ve farklı anlatım dili üzerinden bu birlikteliğin sağlanabileceğini ortaya koymaktadır. Ancak bu yeni yöntemlerin kullanılırken çocuğun isminin tamamına yer verilmesi, hesap profil bilgileri üzerinden de soy ismine kolaylıkla erişilebiliyor olmasından hareketle kişisel verilerin korunmasının ve gözetilmesinin gerekliliği üzerine yeniden düşünülmesini gerekli kılmaktadır.

#### - Bölgesel Uyum

Gönderide hesap kullanıcıları arasında doğrudan bir hiyerarşik yapı görünür kılınmamıştır. Ebeveynlerin fotoğraf diziliminde birinin çocuğu kucağında tutması diğerinin ise fotoğrafı çeken kişi olması dijital içerik üretiminde iş birliğine ve paylaşıma işaret etmektedir. Gönderinin ana teması doğrultusunda gerçekleştirilen hem görsel düzenleme hem de metin kullanımı ile referansal ilişki korunmuştur. Böylelikle hedefe yönelen ileti ile gönderinin dili arasında uyumlu bir yapı kurulmuştur.

#### - Kelime Seçimleri

Tüm kullanıcıların erişimine açık olan profil incelendiğinde çocuğun isim bilgisinin gönderide, soy isim bilgisinin ise doğrudan hesap tanımlamasında yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla çocuğun isim bilgisi tam olarak verilmese de kullanıcı hesabı üzerinden değerlendirildiğinde tam isim bilgisine kolaylıkla erişilebilmektedir. Görsele sonradan yerleştirilen çocuğun tam adres bilgisi doğrudan

belirtilmemiş olsa da nerede olduğu bilgisi herkese açık olan hesap üzerinden gerçekleştirilen bu gönderi ile paylaşılmıştır. Bu türden kullanımlar doğrudan kişisel veri güvenliği sorunsalına işaret etmektedir.

Gönderi açıklama bilgisinde metin sonunda kalpli gülen yüz emoji kullanılmıştır. Bu kullanım bir arada olabilmenin hissettirdiği mutluluğa işaret etmekte olup aile temelli olumlanan toplumsal değere sahip bakışı sunmaktadır.

Gönderi açıklama bilgisinde herhangi bir etiket kullanılmamasına rağmen doğrulanmış rozetine sahip olan bu hesap üzerinden tüm kullanıcıların içeriğe erişebilmesi mümkündür. Dolayısıyla her ne kadar çocuğun paylaşılan gönderide hangi okulda öğrenim gördüğü bilgisi aktarılmamış olsa da ailenin daha önceden paylaşmış olduğu yaşadığı yer, iş ve uğrak yerleri hakkındaki mekan bilgileri hakkındaki erişim kolaylıkla sağlanabilmektedir. Bu durum güvenlik açısından yüksek riskli bir sorunu işaret ederken özellikle gönderilerde eş anlı mekan bilgisi paylaşımı çok takipçili hesaplarda çocuklar üzerinde ciddi bir tehlikesi oluşturabilmektedir.

#### - Retorik

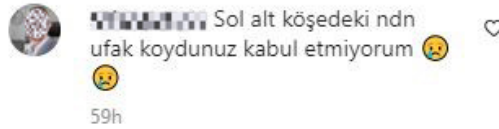
Geleneksel kitle iletişim araçlarının son geliştirilen bilgi teknolojilerine kıyasla sınırlı oluşu, kullanıcı tercihlerinde dijital iletişim aygıtlarının öne çıkmasına neden olmuştur. Dijital teknoloji ile birlikte daha hızlı ve kolay olan kitle iletişim, geri dönütün anlık gerçekleştirilebilmesine de olanak sağlamıştır. Böylelikle günümüzde bilgi edinme, haber alma, sosyalleşme gibi olanaklar, yaygın olarak mobil iletişim araçları üzerinden gerçekleştirilmektedir. Özellikle içerdiği yazılım teknolojileri üzerinden akıllı mobil telefonlara eklemenebilen çeşitli uygulamalar aracılığı ile fotoğraf ve video gibi görsel iletişim unsurlarına yine hızlı, kolay hatta anlık dijital müdahalelerin yapılabilmesi mobil cihazların kullanım tercihlerinde etkili olmuştur. Bilgisayar teknolojilerinde hali hazırda varolan ancak daha komplike olan uygulamaların nispeten basit bir kullanımla mobil telefonlar üzerinden gerçekleştirilebilmesi, bununla birlikte görsel-işitsel içeriklerin yine bu cihazlar aracılığı ile düzenlenebilmesi kullanım yaygınlığına da önemli ölçüde etki etmiştir. Manovich (2017), Instagram kullanıcılarının Photoshop ve/veya Adobe Lightroom'da bulunan yüzlerce farklı kamera, yüzlerce profesyonel ekipman parçası ve sonsuz olası düzenleme işlemleriyle ilgilenmek yerine, belirli bir uygulama üzerinden belirlenmiş sayıda kontrol ve filtreye tek bir kamera türü üzerinden erişilebilmenin mümkün olduğunu ifade etmektedir (s. 12). Benzer şekilde sosyal ağ uygulamalarında da görsel düzenlemeler mobil cihazların kameralarına erişerek eş anlı ya da daha sonra üzerine yazılacak biçimde gerçekleştirilebilmektedir. Bu da kullanım kolaylığı bakımından özellikle Instagram sosyal ağının cazibesini artırmakta ve yeni kullanıcıların eklenmesinde önemli rol oynamaktadır.

İncelenen gönderide üzerinde kısa süreli uğraş ile görsele sonradan dahil edildiği anlaşılan bir dijital müdahalenin gerçekleştirildiği görülmektedir. Fotoğraflar üzerinde yapılan kişisel düzenlemelerin gerçeğin yeniden üretiminde genellikle anlaşılmaması beklenirken bu gönderide yapılan dijital müdahalenin diğer kullanıcılar tarafından fark edebilmesi istenmiştir. Burada amaç, sosyal

olumlanma beklentisi etrafında fiziksel ortamda olamasa da aile biraradalığının dijital olarak sağlanabileceğinin takipçilere iletilmesidir. Böylelikle birbirini seven, mutlu ve örnek aile kimliği ebeveynlik rolleri üzerinden işler kılınmaktadır. Dolayısıyla gönderide ailenin bir aradalık vurgusu önemli bir yerde durmaktadır. Çocukların bu açıdan görünür olması ailenin özellikle önemsendiği bir durum olduğundan görselde fiziki olarak yer alamayan diğer çocuğun fotoğrafa dijital olarak sonradan eklenmesi ile birlikteliğin görünürlüğünün sağlanabileceği düşünülmüştür. Mizahi bir amaç doğrultusunda çocuğun sonradan fotoğraf karesine dahil edildiği anlaşılmakta olduğundan takipçiler tarafından da bu durum eğlenceli ve olumlanan bir bakışla karşılanmıştır.

**Kimlik** inşası açısından değerlendirildiğinde @sahangiller ailesi bu gönderi ile ebeveynlik üzerinden hem sosyal olumlanma beklentilerini pozitif geri dönütlerle karşılamış hem de sosyal kimlikleri üzerinden ebeveynlik rollerini yeniden üretmişlerdir. Böylelikle hesap yöneticilerinin sosyal kimliğin inşası ve yeniden üretimi sürecinde, motivasyonlarını ebeveynlik rolleri üzerinden kurarken bunun dijital kimliklerini besleyen ve öne çıkaran bağlamları kritik bir rol oynamaktadır.

Bu doğrultuda içeriğin bağlamı ve etkileşimin yönü arasında güçlü bir bağlantı bulunmaktadır. İncelemede ilgili gönderiye yapılan 196 yorumun tamamı takipçiler tarafından olumlanarak karşılanmıştır. Yalnızca bir yorum nispeten eleştirel olarak değerlendirilebilmektedir. Ancak bu eleştiri temelinde gönderinin paylaşılmasına yönelik bir itirazı içermemektedir. Takipçinin çocuğun görselinin diğer bireylere nazaran küçük boyutta yerleştirilmesine yönelik itirazı, dijital müdahalenin özensiz ya da daha az öneme işaret eden bağlamıyla yetersiz bir nitelikte gerçekleştirilmiş olmasına yönelmiştir.



**Şekil 4. 15.** @sahangiller Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -1

Gönderiye yönelik gerçekleşen en yoğun etkileşimin, çiftlerden bir diğerinin kişisel hesabı üzerinden yapmış olduğu yoruma ait olduğu görülmektedir. 165 beğeni ve 12 yanıt ile yapılan yorum, desteklenerek ailenin paylaşımları olumlanmıştır.



**Şekil 4. 16.** @sahangiller Profilinde Analiz Edilen Gönderiye Ait Kullanıcı Yorumları -2

Diğer ebeveynin kendi kişisel hesabı üzerinden yapmış olduğu bu yorum ile sosyal kimliğin ebeveynlik rolü ile yeniden pekiştirildiği görülmektedir. Nitekim üretilen içeriğin bağlamında görülen tüm yorumların olumlanan bir bakışa sahip olması amaçlanan beklentinin karşılandığını ifade etmektedir.

Bireysel kimliğin bir parçası olarak dijital kimliklerimiz kamusal alanda performans artışı sağlamak adına birer gösteri aracına çevrilmiştir. Sosyal medyada ortaya koyulan kimlikler çoğunlukla bireylerin ideal kimlikleridir. İdeal anne, ideal ev hanımı, ideal iş insanı, vb. kimliklerle kimlik inşaları gerçekleştirilmekte ve oluşturulan roller üzerinden “beğeni” beklentilerine girilmektedir (Esgin, Gezmen ve Özsürünç, 2022, s. 2081).

Tüm bunlara ek olarak yorumların hesap yöneticileri tarafından sınırlandırılabilceği ya da gerçekleştirilebilecek bir müdahale ile yalnızca belirli iletilerin görünür kılınabileceği bilgisi ise önemli bir yerde durmaktadır.

Sosyal ağlarda mahremiyet çerçevesinde değerlendirilebilecek **özel alanın kamuya açılması** yalnızca mekan dolayımında değil aynı zamanda kişilerarası ilişkilerle de mümkün olabilmektedir. İlgili hesapta, ağırlıklı evli bir çiftin gündelik yaşamlarından hareketle oluşturdukları mizah içerikli fotoğraf ve videolar paylaşılrken aynı zamanda çocuklar ile birlikte geçirilen çeşitli anlara da yer verilmektedir. Hesap kullanıcısının profil bilgileri ile birlikte ve herkese açık olarak paylaşılan diğer gönderileri dikkatli bir şekilde incelendiğinde ailenin nerede yaşadığı, üyelerinin kimler ve geçim kaynaklarının neler olduğu, nereleri ziyaret ettiklerine dair bilgilere ulaşılabilmektedir. Bu bilgiler aynı zamanda ebeveynlerin çocuklarına yönelik temel sorumlulukları olan koruma, gözetme ve kişisel verilerin gizliliği türünden sorunsalların yeniden değerlendirilmesinin önemine işaret etmektedir. Yasal ve etik açıdan çocukların güvenliğini ve güvenilir alanda kalmalarını sağlayacak sorumlu kişiler ebeveynlerdir. Ancak günümüzde ebeveynler çocukları ile ilgili pek çok kişisel ve duygusal veriyi sosyal ağlarda binlerce hatta milyonlarca kullanıcı ile paylaşabilmektedir. Bu durum özellikle çocukları önemli ölçüde güvenlik riski ile karşı karşıya bırakabilmektedir.

Çocuklar ile ilgili yapılan bu paylaşımlar taciz ve tecavüz gibi çocuk istismarının, bunun çocuklara yönelik şiddet ve öldürme gibi olumsuz durumların önünü açan nedenlerden olur. Art niyetli insanlar, özellikle herkese açık olan sosyal medya hesapları üzerinden küçük çocukların görsellerine ulaşabilir duruma gelmiştir (Kütükoğlu, 2019, s.274).

Bu sorun yalnızca üçüncü kişiler tarafından çocukların rahatsız edilmelerine değil aynı zamanda çocukların da kendileri hakkında gerçekleştirilen bu türden paylaşımlardan hoşnut olmamalarına neden olabilecektir. Gelecekte ebeveynlerine bunu neden yaptıklarına dair sorgulayıcı bir bakışla süreci anlamaya çalışarak olası bir şekilde durumu tepkisel bir yaklaşım ile karşılayabileceklerdir.

Gizlilik söz konusu olduğunda kullanıcıların dijital ortamlarda kendileri ve yaşamları hakkındaki pek çok bilgiyi herkesin görebileceği şekilde geniş bir çoğunluğa paylaşması bu konudaki bilgi eksikliğinin önemli bir göstergesidir. **İletişim Mahremiyet yönetimi teorisinin** ilk aksiyomu bu

bağlamda dijitalde güven olgusunun algılanma biçimine açıklık getirmektedir. Buna göre kullanıcılar özel bilgilerinin tek sahibi olduklarına inanmaktadırlar. Kullanıcılar özel bilgileri üzerinde hak sahibi olduklarına inandıklarından mahremiyetlerini de kendilerinin kontrol ettiğine inanmak isteme eğilimi içerisinde bulunabilmektelerdir. Ancak günümüz teknolojisinde kolaylığı beraberinde yaygın bir kullanıma sahip olan ekran görüntüsü alma davranışı ile ilgili içeriğe ‘indir’ ibaresi olmadan ulaşılabilmekte ve kaynağa bununla ilgili bir bilgi ulaştırılmamaktadır. Bu aşamada bilgi yayılabilme ve süresiz kaydedilebilme olanağına ya da riskine ulaşmaktadır. Kamuya açık düzenlenen bu gönderide ebeveynlerin sosyal ağ kullanımlarında ihtiyaç hissettikleri bu dijital müdahale, çocuklarının görsel verilerine istekli ve hevesli bir şekilde yer verdikleri anlamına karşılık gelmektedir. Bu yaklaşım ise veri güvenliği açısından önemli bir soruna işaret etmektedir. Paylaşılan bilginin, mahremiyetin sahiplik ve ifşa düzeyinde gizlilik kontrolünün neredeyse imkansız hale gelmesi gündelik yaşamdaki güvenlik kontrolünün sağlanmasında artı bir çabayı gerekli kılabilmektedir. Bu durumda gizliliğin hem dijital yaşamda hem de gündelik yaşamda güçlükle yönetilebilmesine neden olabilmektedir.

**Tüketim** bağlamı açısından değerlendirildiğinde @sahangiller ailesinin ticari kazanç sağlama amacına yönelik paylaşımlar gerçekleştirdikleri görülmektedir. Son yıllarda sosyal ağlarda öne çıkan trendler arasında ebeveynlerin bebeklerini/çocuklarını paylaşımları ile birlikte eşlerin bir mizansen üzerine kurarak birbirlerine yaptıkları şakalar ya da ev halleri yer almaktadır. Bu hesapta da 3 binin üzerindeki gönderilerin genel temasında her iki durum da açık bir şekilde görülmektedir. @sahangiller ailesi birden farklı sosyal ağ üzerinde hesapları bulunan ve bu hesaplarda aktif bir şekilde içerik üreten hesaptır. Kullanıcı bu hesaplarda aralıklarla ürün ya da hizmet tanıtımları gerçekleştirirken mizah dilinden de sıklıkla yararlanmaktadır. Bu paylaşım da tüketim açısından incelendiğinde; ilgili hesapta çeşitli ürün ve hizmetlerin tanıtımı gerçekleştirilirken aynı zamanda kendilerine ait olan işletmelerinin de hatırlatmaları yapılmaktadır. Mesleki açıdan bakıldığında,

İnsanlar çeşitli konularda farklı uzmanlık düzeylerine sahiplerdir. Ancak pazarlama söz konusu olduğunda bu gerçek genellikle göz ardı edilmektedir. Pazarlama hizmetleri çeşitli öğeleri tanıtmak için potansiyel fenomenleri aktif olarak aramaktadır. Bu fenomenler kullanıcılarını etkileme özelliği yüksek gençlerden, kanaat önderlerine kadar uzanırken aynı zamanda bu kişiler popüler halk figürleri de olabilmektedir (Cha ve ark., 2010, s.1).

Bu örnekte de benzer şekilde sosyal olumlanma beklentisine yönelik olarak mizahi içeriklerin üretildiği, eğlenceli video ve fotoğrafların yer aldığı mutlu bir dünya sunulurken genel olarak halk içerisinde sıradan ve ‘sempatik’ bir çiftin gündelik yaşamlarından çeşitli anlar görülmektedir. Instagram sosyal ağı aile kavramının öne çıkarıldığı bu kullanımla neredeyse hanenin dışarı açılan bir penceresi gibi bir işlev görmektedir. Bu açıdan incelendiğinde içerik üretiminin öne çıkması ve bu davranışın tüketim davranışını harekete geçirebilmesi için sürekliliğinin önemi dikkat çekmektedir. Bu durum Henry Jenkins’in katılımcı kültür kavramı ile sıradan halk figürlerinin ekonomik girişimlere yönelen tavrını açıklamaktadır. Jenkins’e göre, halkın ürettiklerinin pek çoğunun ticari kültürü örnek

alması, onunla diyalog içinde olması, ona olumlu-olumsuz tepkiler vermesi ve/veya ticari kültürden aldığı materyalleri başka amaçlara uygun şekilde değiştirmesi şartıdır (Jenkins, 2019, s. 209). Böylelikle sıradan halk figürlerinin reklam sponsorluklarına yönelen girişimleri ile maddi gelir elde etme arayışı bir kazanç aracı olarak değerlendirilebilirken asıl sorun bu kazancın öznel olarak savunmasız grupta yer alan çocukların etik, ahlaki ve yasal olarak uygun olmayan veriler ile birlikte bu tanıtım süreçlerinde yer almalarında yatmaktadır. Kopuz ve arkadaşlarının sharenting olgusu üzerine kavramsal bir çözümleme gerçekleştirdikleri çalışmaya göre belirli bir grup tarafından tanınırlık kazanmış olan ya da bu bilinirliklerini arttırmayı hedefleyen ebeveynler, ürettikleri içeriklere firma, marka, ürün etiketlemesi yaparak devlet kontrolü dışında, usulsüz bir şekilde maddi kazanç elde edebilmektedirler (Kopuz ve ark., 2022, s. 383). İlgili hesap tanıtımlar yoluyla mutlu yaşam sunumunu ticari iş birlikleri ile desteklemektedir. Burada Fromm'un aktif kişilik tipolojisi üzerinden desenlediği üretken karakter yöneliminin pazarlama temelli yaklaşımı akla gelmektedir. Bu karakterler etkin bir şekilde kendilerini hatırlatırken, hedefe yönelinen süreçte üretken olmayan karakter yönelimlerini de dinamik bir şekilde etraflarında toplamayı başarabilirler. Böylelikle dijital ortamda reklam ve iş birlikleri alınır, iktisadi kazanç araçlarına bir yenisi daha eklenir. Bazı durumlarda tanıtımı gerçekleştirilecek ürün ya da hizmetlerin tanıtımında çocukların kullanımına da yer verilmektedir. Burada hedef kitle bilgisi doğrultusunda ürünlerin kullanım alanları çocuklar ile birlikte paylaşılabilmektedir. “Çocukların kitleler tarafından takip edildiği diğer sosyal medya hesaplarında, ilgi ve beğeni toplamalarına yönelik oluşturulan sanal kimlikler üzerinden ticari faaliyetlerin gerçekleştirildiği görülmektedir. Ticari ürünlerin çocukların sevimli ve masum ifadeleri üzerinden pazarlanması da bir diğer istismar türü olarak karşımıza çıkmaktadır” (Duygulu, 2019, s. 442).

Bu durum **etik** açıdan da sorunlu bir yapıya işaret etmektedir. Deontolojik açıdan iyi ve erdemli bireyler olma yolunda bir aile kurarken, mutlu aile birliğinin tesis edilmesinde bir sorun görünmemektedir. Mutlu aile tablosu beraberinde fiziksel olarak sağlanamasa da dijital olarak küçük bir çocuğun ilgili gönderiye görsel olarak eklenmiştir. Çocuğun gönderide yer alması konusunda duyulan ısrarlı istek, kazanılması gereken imaja yönelik bir arzuyu içermektedir. Ancak bu aile birlikteliği araçsallaştırıldığında ‘doğrunun neliği’ üzerine yeniden düşünmek gerekmektedir. Normatif perspektiften, ödev bilimsel bir yaklaşım ile ebeveyn sorumluluğu çocukların güvenli bir alanda korunmasına yönelik verilerinin gizliliğinin gözetilmesini gerektirmektedir. Ancak burada herkese açık olarak gerçekleştirilen paylaşım ile çocuğun görünürlüğünün daha da artırılması ile durum tersine işletilmektedir.

Turow ve Nir tarafından aile ilişkileri ve internet kullanım yatkınlıklarının incelendiği çalışmanın eleştirel perspektifi tam da teknoloji ile kurulan bağda fazlasıyla hevesli ve istekli kullanıma dikkat çekmektedir (Turow ve Nir, 2000). Bu açıdan literatürde de etraflıca tartışıldığı ön görülemeyen tehlikeler nedeniyle yüksek risk teşkil etmektedir. Özne özellikle kamuya açılan içeriklerde çocuklar olduğunda gizlilik ve güvenlik boyutuyla durum daha da karmaşık bir hal almaktadır.

Sonuç olarak dijitalleşme ile birlikte yaygınlaşan mobil aygıtlar içerdiği pek çok özellik ile yaşamı kolaylaştırmakta, etkileşim temelli iletişimi kolaylaştırmaktadır. Geliştirilmiş yüksek teknolojiye sahip olabilen bu cihazların hangi amaçlar doğrultusunda kullanıldığı büyük önem taşımaktadır. Özellikle internet teknolojisinin yaygınlaşması ile başkaları ile gerçekleştirilen paylaşımlar gün geçtikçe artarken bu teknolojiler bir başkasının yaşam alanına izinsiz olarak müdahale edilemeyecek şekilde kullanılmalıdır. Aktif kullanıcılar ebeveyn olsalar da ve üzerinde yetki sahibi olduğu düşündükleri kişiler çocukları dahi olsa bu kullanım sorumlulukların yerine getirilmesinde daha iyi yöntemlerin geliştirilebilmesi amaçlı olarak değerlendirilmelidir. Bu amaçla masum olduğu düşünülen pek çok yetişkin paylaşımının; çocukların kimliklerine, yaşam alanlarına ve güvenli alanlarına sağlayacağı yarardan çok olası zararların boyutuna yönelen bağlamının göz önünde bulundurulması önemli bir yerde durmaktadır.



## SONUÇ

Dijitalleşme ile iletişim yöntemleri biçim ve teknik olarak farklılaşsa da kullanıcıya yönelik etkileri bakımından dijital eylemler gündelik yaşam pratiklerinden bağımsız değildir. Bu çalışma toplumsal yaşamda önemli bir sorumluluğu olan ebeveynlerin ya da bakım verenlerin dijital ortamlardaki eylemlerinin yükümlülüğünü yeniden hatırlatmaktadır. Toplumun en hassas grupları arasında yer alan ve pek çok risk ve tehditin potansiyel hedefi konumunda bulunan çocuklar, karşılaşabilecekleri tehlikelerden habersiz bir şekilde kendileri ya da başkaları tarafından yeni medya ortamlarında yer alabilmektedirler. Bu araştırmada da sosyal ağlarda dijital ebeveynlik olgusu anahtar konuma yerleştirilmiş ve dijital ebeveynlik yaklaşımları ile ardalandaki faktörler derinlemesine incelenmiştir.

Ebeveynlerin dijitalleşmeye yönelik yaklaşımları çocuklarını sosyal ağlarda sunma biçimlerine doğrudan yansımaktadır. Bu bağlamda dijital ebeveynlik, farkındalık odaklı bir bakışla yerine getirilebilirken beklentilerin çeşitliliğine göre ben odaklı ya da ticari kazanç sağlama amacına yönelik tüketim kaygısı üzerinden de gerçekleştirilebilmektedir. Ebeveynlerin yaklaşımlarına göre çocuklar ya sorumlu bir tutumla sosyal ağlarda korunarak var olabilmekte ya da kamuya açık birer tüketim nesneleri haline dönüştürülebilmektedir. Öte yandan ebeveynlik sorumluluğu, rolü gereği sürekli değişen yaşamda çocuk üzerinde oluşturulan denetimin güvenilir bir formülünü arama sürecine de evrilebilmektedir. Günümüz dünyasında “iyi ebeveyn olmak” kişisel ve toplumsal bağlamda; mükemmele ulaşmayı, pek çok imkânı bir arada sağlamayı, ihtiyaçlar listesini eksiksiz tamamlamayı ve kimi zaman ise bunu en iyi şekilde sunabilmek için sosyal olumlanma telaşını içerebilmektedir. Ancak çocuk yararına iyi niyetle de olsa gerçekleştirilen bu edim yeni medya ortamlarında ebeveynliğin bir göstergesi halini alabilmektedir. Bu nedenle çocuklar ile ilgili paylaşılan dijital içeriklerin pek çoğu ebeveyn ya da onlara bakım sağlayan kişiler tarafından gerçekleştirilmekte olduğundan bu içeriklerin etik, ahlaki ve hukuki boyutu doğrudan çocukların gizliliğini, güvenliğini ve kişisel alanını ilgilendirmektedir.

Sharenting olgusu bu açıdan önemli bir bağlama sahiptir. Çocukların gelişim ve bakım sorumluluğundan birincil derecede sorumlu ebeveynler tarafından üretilen içerikler etik tutum ve yaklaşımdan uzak oluşturulduğunda buna paralel olarak çocukların çeşitli boyutlarda zarar görme olasılığı da artmaktadır. Sharenting, yeni medya ortamları arasında en çok sosyal ağlarda ebeveynlerin çocukları hakkında gerçekleştirdikleri paylaşımları ifade etmektedir. Kavram, ebeveynlerin çocuklarını paylaşımları konusunda tamamen reddedici bir bakışa sahip olmamakla birlikte özellikle ebeveynliğin dijital bağlamı yalnızca içerik üretmekle sınırlanamayacağından, yeni medya ortamlarından nasıl yararlanıldığı da bu sorumluluğun yararlı bağlamını oluşturmaktadır. Bu açıdan, ‘sosyal ağlarda ebeveynlerin çocukları ile ilgili paylaşımlarda bulunmaları tamamen sakıncalıdır’ yönünde bir genelleme yapmak olumlu ve diğer olasılıkların gözden kaçırılmasına neden olacaktır.

Sharenting, çocuğun kişisel alanına duyulan saygının beraberinde etik, ahlaki ve yasal açıdan bir sorun teşkil etmediğinde ebeveynlerin ortaklaşabilmesine de katkı sağlayabilmektedir. Olumlu bir maksatla dahi olsa çocuk hakkında paylaşılan veriler çocuğun dijital kimliğinin oluşmasına etki edeceği için çocukları doğrudan içeriklerin öznesi haline getirme konusunda dikkatli davranılması gerekmektedir. Hatta çocukların gelişim dönemleri referans alınarak belirlenen ve dijital ortamlardan yararlanabilme imkanlarının genişletilerek uluslararası ölçekte kabul edilen 13 yaş düzeyini beklemek bilinçli internet kullanımının gereklilikleri arasında yerini almaktadır. Çocuk bireylerin yetişkinliğe evrildiklerinde belki de herhangi bir sosyal ağa üyelik oluşturmak istemeyecekleri tercihinin ebeveynler tarafından göz önünde bulundurulması çocuğa yönelen saygıyı ifade etmektedir. Ebeveynlerin dijital ortamlarda çocuklarına yönelik tutumu onların kendilerine ait gündelik sosyal ve dijital yaşamdaki kimliklerini yönetebilmesi ve hatta buna göre inşa edebilmelerinde önemli bir yere sahiptir. Ebeveynler ya da bakım verenler çocukların dijital alanlarına temas ettiklerinde aynı zamanda onların özel alanlarına ve kişisel yaşamlarına da dokunmaktadırlar. Diğer yandan ebeveynler belki de farkına dahi varmadan çocuklarına ait dijital ayak izi olarak adlandırılan bir veri bilgisi oluşturmaktadır. Sharenting, bu doğrultuda rahatsız edici boyutlara ulaşabilirken paylaşımların niceliksel olarak aşırı boyutlara ulaşması veri güvenliğini önemli ölçüde tehdit edebilmektedir. Böylelikle sharenting risk ve tehlike içeren bağlamıyla ebeveynlerin ya da çocuklara bakım sağlayan yetişkinlerin çocuklarına yönelik yalnızca etik ve ahlaki sorumluluklarını değil aynı zamanda yasal sorumluluklarını da hatırlatmaktadır.

Bu tez çalışmasının temel problemi ebeveynlerin sosyal ağ ortamları arasından Instagram'da çocuklarına yönelik sergiledikleri yaklaşımlar oluşturmaktadır. Araştırma süreci boyunca Instagram sosyal ağında çok takipçili ebeveynler incelemeye alınmıştır. İlk bakışta ebeveynler benzer nedenler ile çocuklarına dair içeriklere sosyal ağlarda yer veriyorken bu paylaşımların ardaalanları dikkatle incelendiğinde ebeveynlerin farklı amaçlar doğrultusunda çocuk içeriklerine yaygınlık kazandırdıkları görülmüştür. Bunun üzerine yaygın kullanım özelliğine sahip sosyal ağ olarak Instagram'da ebeveyn yönetiminde olan ve çocuklar ile ilgili içeriklere yer vererek kamuya açık paylaşım gerçekleştiren ebeveyn hesapları izleme alınmıştır. Bu izlem sonucunda araştırmanın temel soruları arasında yer alan temsil niteliğinde beş farklı dijital ebeveynlik yaklaşımı belirlenmiştir. Bunlar; ben odaklı, ticari kazanç sağlama, bilgi paylaşımı, farkındalık yaratma ve sosyal olumlanma beklentisine yönelik dijital ebeveynlik yaklaşımlarıdır.

Bu yaklaşımlar sosyalleşme, bilgi temelli iletişim ve ekonomik kazanç sağlama temelli olarak birbirinden ayrılmaktadır. Ben odaklı dijital ebeveyn yaklaşımı sahiplikler üzerine kurulu bir dünyanın tüketim arzusunu öne çıkarırken ticari kazanç unsuru diğer ebeveynlik yaklaşımlarına göre bu yaklaşımda daha fazla öne çıkmaktadır. Ancak bilgi paylaşımı ve farkındalık yaratma amaçlı dijital ebeveynlik yaklaşımlarında gerçekleşen etkileşim ağırlıklı sosyalleşme ve deneyim paylaşımını desteklemektedir. Bu açıdan bilgi paylaşımı ve farkındalık yaratma amaçlarına sahip dijital ebeveynler sharenting sorunsalına diğerlerine göre daha duyarlı olmakta, hatta bilinçli bir tutum ile gelecekte

çocuklar ile ilgili sakıncalı bir duruma neden olabilecek görsellere yer vermeme konusunda daha temkinli davranmaktadırlar.

Sosyal olumlanma beklentisi ise kimi zaman ebeveynlerde kabul görme ve onaylanma ihtiyaçlarını harekete geçirebilmektedir. Bu amaçla çocuk görselleri etkileşim miktarını arttıracığından bu yaklaşımda çocuklar ile ilgili içerikler daha çok kullanılabilmektedir. Benzer durum ben odaklı ve ticari kazanç sağlama amacına yönelik dijital ebeveyn yaklaşımları için de geçerli olmaktadır. Bu durum da çocukların ebeveynlerinden kaynaklı olarak dijital risklerle karşı karşıya kalabilmeleri olasılığını arttırmaktadır.

Dijital ebeveynlerin sosyal ağ ortamlarında çocuklarını paylaşma amaçlarına yönelik olarak belirlenen beş farklı ebeveynlerden ilki ben odaklı yaklaşımı ile @cagla adlı hesap kullanıcısıdır. İlgili dijital ebeveynin Instagram hesap profilinde bir örneği görüldüğü üzere yoğun paylaşım sıklığına sahip kullanıcıların on binlere varan yüksek gönderi rakamlarına ulaşmaları dikkat çekicidir. Periyodik olarak kamuya açık içerik üreten ben odaklı ebeveynler çocuklar ve onların gündelik yaşamları hakkında takipçilerine önemli ölçüde veri paylaşımı gerçekleştirmektedirler. Bu gönderilerin öznelerini ise çoğunlukla çocuklar oluşturmaktadır. @cagla adlı hesapta bir örneği görüldüğü üzere ben odaklı ebeveyn yaklaşımının paylaşım sıklığını etkileyen boyutlar arasında tüketim olgusu yer almaktadır. Bu tüketim doğrudan iktisadi kazancı destekleyebilirken aynı zamanda sahiplikler üzerine inşa edilen bir yaşam sunumunu da içermektedir. Konforlu yaşam tarzı, paha değeri yüksek zevkler, eşyalar, alışkanlıklar vs. benlik gösterisi üzerinden sunulurken bu yapıyı besleyen bir diğer önemli unsur, üreme/çoğalma merkezli bir bakışla dikkat çekici güzellikte çocuklara sahip olmaktır. Sahiplikler ilişkisi bu açıdan yalnızca maddi bir varsıllık ile sınırlandırılmamaktadır.

Ben odaklı dijital ebeveynin internet üzerinden çocuk paylaşımları konusunda istekli bir tutuma sahip olması, çocuklar ile ilgili üretilen içeriklerde veri ihlalleri, mahremiyet ve güvenlik sorunsalları ile karşı karşıya kalınmasına yol açmaktadır. Bu yaklaşıma sahip dijital ebeveynler tarafından yaşamın hemen her anı -banyo sonrası bornozlu görüntüler ya da jakuzi içerisindeki eğlenceli haller vs.- milyonlara varan kullanıcılara açılabilir. Doğrudan özel alana işaret eden bu anın başkaları ile paylaşılması hem dijital hem de gündelik yaşamda savunmasız bireyler olarak çocukları ve yetişkin dahi olsa ilgili kişileri ciddi risk ve tehlikelere açık hale getirebilmektedir.

Dijital ebeveynlik yaklaşımları arasında son yıllarda dikkat çeken boyutuyla çocukları adına sosyal medya hesapları oluşturan ebeveynler yer almaktadır. Adlarına hesaplar açılan çocuklar, kimi zaman yeni medya ortamlarından dahi haberdar olamayacak kadar küçük yaşta olabilmektedirler. Ebeveynleri tarafından açılan ve yönetilen bu hesaplar çocukların kendilerine ait gerçek bilgilerinden oluşmaktadır. Bu hesaplar kimi ebeveynler tarafından çocuklar henüz doğmadan önce de açılabilir. Bu yaklaşımı temsilen incelenen @mayabasol isimli hesap gönderisi, çocuk adına oluşturulmuş ve annesi tarafından yönetilen bir sosyal medya hesabı üzerinden belirlenmiştir. Bu

hesapta incelenen gönderi öznesi çocuk, konvansiyonel medya araçlarında gerçekleştirilen televizyon yapımları ve dijital alanlardaki varlığı ile tanınırlık kazanmıştır. Sosyal ağlara üyelik için gerçekleştirilen düzenlemeler çocukların nispeten karar alabilme ve doğru bilgiyi ayırt etmeye başlama yaşlarına karşılık gelecek olan 13 yaş üzerinden belirlenmiştir. Ancak gönderinin incelendiği sırada henüz 7 yaşında olan çocuk, ebeveyn desteği ve yönetimi ile sosyal ağlarda yer almaktadır. Bu hesap gönderisinde, çocuğun küçük yaşta sosyal ağlarda aktif kullanıcı haline dönüştürülmesi değil aynı zamanda çocuğun gönderi içeriğinde nasıl yer aldığı da ebeveyn sorumluluğu ve yaklaşımları üzerinden incelenmiştir. Yaş düzeyine uygun olup olmadığı tartışmaya açık bir kıyafet ile kamuya açık gerçekleştirilen paylaşımda çocuğun önceden hazırlık sürecine dahil olduğu anlaşılmaktadır. Buradaki etik sorun çocuğun mahremiyet alanlarına ebeveynleri tarafından müdahale edilmesinde yatmaktadır. Kimi zaman ise ebeveynler ticari kazanç sağlamak amacıyla da çocuklarına ait görselleri sosyal ağlarda paylaşmaktadırlar. Bu eksende tüketim odaklı ticari kazanç sağlama mefhumu mahremiyet temelinde sorunlu bir yapıyı görünür kılmaktadır.

Dijital ebeveynlik olgusunda kamuya açık gerçekleştirilen içeriklerde dikkat çeken bir diğer yaklaşım genellikle uzman kişiler tarafından gerçekleştirilen bilgi paylaşımı temelli bir tutumdur. Bilgi paylaşımı amacına yönelik dijital ebeveynlik yaklaşımı -çocuklar ile ilgili faydalı içeriklerin yaygınlaşmasına katkı sağlarken aynı zamanda bu içeriklerin geniş kitlelerle nasıl paylaşılabilceği konusunda da diğerlerine yol gösterici olmaktadır. Bu açıdan gerçekleştirilen incelemelerde @akademisyenanne bu yaklaşımı net ve anlaşılır bir şekilde görünür kılmaktadır. Bu temsil kamuya açık gerçekleştirilen içerik paylaşımında kişisel olanın kamusal görünümüne yönelik etik bakışı görünür kılmaktadır. Bu bakışta çocuklara dair üretilen içeriklerin onların gelecekteki kimlik inşa süreçlerine yansımaları dikkate alınmaktadır. Aynı zamanda dijital ortamlarda ebeveynler tarafından sağlanması ve korunması gereken güvenlik olgusunun ne kadar önemli olduğunu hatırlatmaktadır. Bunun nedeni dijital yaşamın gündelik yaşamdan bağımsız değerlendirilemeyeceği bilgisinde yatmaktadır.

Gerçekleştirilen incelemelerden farkındalık yaratma amaçlı dijital ebeveyn yaklaşımı toplumsal yaşamda hâkim değer ve tutumları yeniden düzenleyerek sunmaktadır. Dijital ebeveyn ve çocuk içerikleri denildiğinde ilk olarak akla kadınlar ve kadınlık rolleri gelmektedir. Ancak @enbabavekizlari çocuk merkezli bakışla çocuk yararı içerik üretmenin cinsiyet temelli bir bakış ile değerlendirilemeyeceğine önemli bir örnektir. Hesap kullanıcısının isim tanımlamasından da hareketle babalar hane içi bakım hizmetlerini yerine getirebilirken aynı zamanda çocuk ihtiyaçlarına cevap verebilmektedir. Çocuk yetiştirmek karşılıklı bir ebeveyn rolü olduğundan bu türden içeriklere babalar tarafından da yaygınlık kazandırılabilir. İlgili hesap kullanıcısı kimlik inşası boyutuyla hem yeni nesil babalık rolleri ve erkeklik görünümüne hem de kişisel kamusal alanın etik temelli yaklaşımına belirgin bir örnektir.

Son ebeveynlik yaklaşımı ise sosyal olumlama beklentisi ile ağırlıklı mizah temalı içerikler üreten ebeveyn yaklaşımıdır. Çok takipçili bu hesaplarda ebeveynler tarafından kendi gündelik

yaşamlarından kesitler sosyal medya hesaplarına taşınmaktadır. Bu içeriklere yaygınlık kazandırılan sosyal ağlar aynı zamanda ebeveynlerin iktisadi kazançlarını arttırmaya yarayan bir platform olarak değerlendirebilmektedirler. Sosyal ağlar ve daha genelde dijital çağın yeni teknolojileri ebeveynlerin geleneksel rollerini pekiştirmeye yarayan araçlar olarak kullanılmaktadır. Bu durumu en belirgin yansıtan hesaplar arasında @sahangiller yer almaktadır. Çok takipçili ve kamuya açık içerikler paylaşılan bu hesapta bir bakıma aile olumlaması öne çıkmaktadır. Aile birliğinin öne çıkarıldığı fotoğraf gönderileri arasında dijital müdahale ile karede yer almayan çocuklardan biri gönderi içeriğine yerleştirilmiştir. Bu örnekte çocukların sosyal ağlardaki görünürlüklerinin içinde bulundukları sosyo-kültürel iklim ile doğrudan ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

Literatürde tarihsel bağlamıyla değinilen Toffler’ın üre-tüketiciilik eylemselliği, @sahangiller, @mayabasol ve @cagla dijital ebeveyn profillerinin temsillerine bakıldığında günümüzde dijital iletişim teknolojileri temelli sosyal ağ kullanımlarında belirgin şekilde öne çıkmaktadır. Yeni medya araçlarının mal ve hizmet üretiminde kullanılarak iktisadi kazançta kaynaklık etmesi işlevsel bir yerde dururken dijital ebeveynlik perspektifinde bu kazançta yönelen eleştirel bakış pazarlama faaliyetlerinin öznesi olarak çocukların görünürlüğünün artırılmasında yatmaktadır.

Tüm bu incelemeler ile birlikte yeni medya ortamlarında farkındalığın kavranmasına yönelik bakışın önemi gerçekleştirilen çözümlemelerde etraflıca tartışılmıştır. İncelenen dijital ebeveynlerin sunmuş oldukları farklı türden yaklaşımlar, çocukların dijital ortamlarda yer alma biçimlerini doğrudan etkilemektedir. İlgili gönderiler Teun A. Van Dijk’ın söylem analizi modelinden geliştirilen sosyal ve video paylaşım ağlarında söylem çözümlemesi uygulama şablonu referans alınarak incelenmiş olup gerçekleştirilen gönderi analizlerinde çocuklar adına karar alarak içerik oluşturan dijital ebeveynlerin yaklaşımlarının belirgin bir şekilde farklılaştığı anlaşılmıştır.

Laughey’in üre-tüketici vurgusu üzerinden özetlediği “artık hepimiz kullanıcıyız” ifadesi günümüz sosyal ağ kullanımının temel belirleyeni konumunda yer almaktadır. Kullanıcılar ürettikleri dijital içeriklerin aynı zamanda kullanıcıları haline dönüşerek bir sistem döngüsü içerisinde hareket etmektedirler. Yeni medya ortamlarının yoğun içerik üre-tüketimi belirli bir takım amaç ve temalar etrafında şekillenebilmektedir. Özellikle çok takipçisi olan hesapların etkileşimlerini dinamik tutabilmek için sürekli içerik üretimi yaptıkları gözlenmiştir. Bu tezin ortaya koymaya çalıştığı bağlam, içeriklerin ardında yer alan söylem ve yaklaşımlar ile ebeveynlerin ürettikleri çocuk içeriklerinde nelere odaklandıkları hakkında bilgi edinmektedir. Örneğin farkındalık yaratma amacına yönelik dijital ebeveynlik yaklaşımı, duyarlılık temelli içeriklerin artırılmasına kaynaklık edebilirken ticari kazanç sağlamaya yönelik içeriklerde tanıtımı gerçekleştirilecek mal ve hizmetlerde çocuk hassasiyeti ikincil konuma itebilmektedir.

Adorno ve Horkheimer’in giderek hakimiyet alanını genişleten kültür endüstrisi kavramsallaştırması ile standartlaşan üre-tüketim olgusu, tüketim temelli dijital ebeveynlik tutumlarında

da benzer bir seyir izlediği tespit edilmiştir. İçerik üretimini tüketim amaçlı kullanan dijital ebeveynler çocuklara dair içerikleri, neredeyse tek tipleştirilmiş çocuk gönderileri ile görüntülemekte, üreticiler ise standartlaşmış bir yaklaşım ile paylaşmaktadırlar. Çocuklar, ürünü ya da hizmeti pazarlanacak olan ürünler için hazır edilir, hali hazırda kullanıyor/tüketiyor görünmeleri sağlanır ve mutluluk halinin görünür kılındığı bir görsel çalışma ile nihai kullanıcıya gönderiler servis edilir. Gönderilerin örnek çözümlemelerinde de ayrıntılandırıldığı gibi çocuklar, aynı zamanda varsılığın öne çıkarılmasında bir aracı rolünde konum alabilmektedirler. Çocukların sabitlendiği konum burada Goffman'ın vitrin kavramsallaştırmasına karşılık gelmektedir. Çocuklar ebeveynlerin sunabildikleri imkân ve olanaklarını sergilemelerini sağlayan bir aracı rolünü desteklemekte, aynı zamanda bir yaşam biçimini sunmaya yarayan aktörler halini alabilmektedirler.

Literatürde konu edilen Foucaultcu özne kavramsallaştırması tam da bu yapı etrafında zemin bulmaktadır. Çocuklar bu yapının organizasyonunda hem tüketen hem de tüketilen olarak konum almaya başlarken artık bir tüketim nesnesine de doğru bir yol almaktadır. Bu da pek çok sorunsalı beraberinde getirmektedir. Kendi kimliğini kurgulama özgürlüğü ellerinden alınmış yüzbinlerce hatta belki de milyonlarca çocuk varlığından dahi haberdar olamadıkları ortamların dijital kullanıcıları, aracıları, nesneleri haline dönüştürülmüşlerdir. Prensky'nin dijital yerli/göçmen kavramsallaştırması ile dijital ortamların hevesli dijital kullanıcıları çocukları üzerinden var olma çabası içerisine girmişlerdir. Adlarına açılan sosyal medya hesapları ile pek çok çocuk, ebeveynleri tarafından bu dijital ortamların aktif kullanıcıları haline dönüşmüşlerdir.

Dijk'in ağ temelli yaklaşımı ile dijital ebeveynler diğer kullanıcılar ile sosyal bağlantılarını ebeveynlik teması üzerinden geliştirmektedirler. Benzer amaçlar doğrultusunda bir araya gelen kullanıcılar benzer temalarda içerik üretimi gerçekleştirebilmekte ve bu etkileşim bir sosyalleşme aracı haline dönüşebilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde sosyal ağların salt bir tehdit alanı olarak imlenmesinin önüne geçilebilmektedir. Sosyal ağlar, farkındalık temelli kullanıldığında sosyal ilişkilerin geliştirildiği, yardım, destek ve duyuru mekanizmasının verimli bir şekilde işletilebileceği alanlardır. Dolayısıyla temel sorun aracın kendisi değil üretilen içeriğin bağlamıdır.

Ebeveynler tarafında gerçekleştirilen içerik paylaşımlarının etik boyutuna yönelen bağlamı çocuğun rızasının gözetilmesinde de yatmaktadır. Erken çocuklukta bu durum pek mümkün olamasa ebeveynler her durumda çocuklarının geleceğinde karşılaşılabilecekleri riskleri en aza indirmeye gayretinde bulunmalıdırlar. Bir bireyin çocuk yaşta olması onun özel ve sosyal alanlarının ihlal edilebileceği anlamına gelmediğinden bu bilincin yalnızca ebeveynlik rolleri özelinde değil tüm insanlar ağı etrafında farkındalıkla karşılanmasının gerekliliği yaygınlaştırılmalıdır. Bu amaçla bilinçli internet kullanımı tüm toplumda kazandırılması gereken önemli bir bilgi alışverişini içermektedir.

İlgili paylaşımlar hesap sahibi kullanıcı ünlü olduğunda önemini daha da arttırmaktadır. Çalışmanın evrenini oluşturan Instagram sosyal ağında takip özelliği ile kullanıcılar yüksek takipçi

rakamına sahip hesaplarda çeşitli ortak beklenti ve ihtiyaçlar doğrultusunda bir araya gelebilmektedir. Bu hesap sahiplerinin kimileri kendilerini genellikle profil bilgileri kısmında “Dijital İçerik Üretici” olarak tanımlamaktadırlar. Bu türden hesaplarda çocuklar ile ilgili oluşturulan içerikler kamuya açık paylaşıldığında öncelikli olarak çocuklara ve genel itibariyle topluma yönelik sorumluluk daha da artmaktadır.

Bu tez çalışmasında sharenting olgusunun sorunsallaştırılmasının en önemli nedeni çevrimiçi risklerin çocukların fiziksel yaşamlarına da etki edebilecek ölçekte geniş yaygın etkisinin bulunmasıdır. Bu riskler kapsamında en sık tartışılan kullanımlar arasında çocukları dijital ortamda fiziksel, duygusal ve cinsel istismara açık hale getiren pedofili sitelerinin potansiyel tehdididir. Surface web olarak da adlandırılan açık erişim üzerinden kullanılan ağın dışında, internet ortamlarının derin ağlarında kullanıcılar farkına varmaksızın paylaşmış oldukları çocuklarının verilerinin depolanabileceği ihtimalini akıllarına dahi getiremeyebilirler. Bu nedenle riskler görünmeyen alanlarda kaynak üreticiden habersiz bir şekilde yaygınlaştırmaya devam edebilmektedir. Bunun yanı sıra yapay zekâ tarafından üretilen deepfake teknolojisi ile görüntü ve videoların birer sahte versiyonları internet ağlarında dolaşıma girebilmektedir. Tüm bunlara ek olarak dijital kidnapping (dijital çocuk kaçırma) olarak adlandırılan sorunsal da başkasına ait olan çocuklar, iyi niyetli olmayan kişiler tarafından kendi çocuklarıymış gibi dijital ortamlarda konum alabilmektelerdir.

Dijital eylemi gerçekleştiren açısından ruhsal bağlamda iyi olmama haline işaret eden bu sorun aynı zamanda çocuğun gündelik yaşamını tehdit edebilecek düzeye erişebilme ihtimalini barındırmakta ve bu durum fiziksel güvenlik konusunda ciddi bir rahatsızlık kaynağına dönüşebilmektedir. Bu nedenle ebeveynin farkına varmadan eşanlı olsun ya da olmasın tanımadığı insanların da yer aldığı dijital ortamlarda gerçekleştirdiği konum paylaşımı, etiketler gibi erişimi kolaylaştıran bilgiler çocukların emniyetli alanlarını önemli ölçüde tehdit etmektedir. Bu nedenle özellikle çocukların ebeveynlerinden ayrı oldukları mekanlar arasında yer alan okulların isim bilgilerinin paylaşılması, bu mekanların doğrudan konum ve kimlik bilgilerini içeren karne paylaşımlarının da gerçekleştirilmemesi kritik öneme sahiptir. Bu risklere işaret eden bir başka sorun alanı ise çocukların ya da bebeklerin görsel bilgilerinden yararlanılarak üretilebilecek olan reborn baby/dolls satışı uygulamasıdır. Gerçek bebek görüntüsü ve ağırlığı ile oluşturulan bebekler, sağlık alanında terapi amaçlı ya da sinema sektöründe çekim esnasında gerekli sahnelerde gerçek bebekler yerine kullanılabilirler. Ancak bu bebeklerin özellikle sosyal ağlarda paylaşılan bebek yüzlerinden hareketle üretilip üretilmediği ise önemli bir soru işaretidir.

Çocuklar ile ilgili üretilen dijital içeriklerde ilk adımda göz önünde bulundurulmayan bir diğer bağlam ise çocuğun gelecek yaşamında bu sorun alanına yönelik duygusal cevabıdır. Kendisine ait olan bilgilerin tıpkı mülkiyetleştirme benzeri bir yaklaşımla özellikle ebeveynleri tarafından başkalarına sunulmasından kaynaklanan rahatsızlık, çocuğun gelecekte duygusal olarak mutsuz olmasına neden olabilme ihtimalini barındırmaktadır. Bu nedenle ebeveynlerin ‘sahip oldukları çocuklarını’ başkaları ile paylaşmaları ve bunu sıklıkla gerçekleştiriyor olmaları günü geldiğinde yetişkin olan bireyin dijital

tercihlerine yapılmış bir müdahale anlamına da gelebilmektedir. İfade edilen riskler hiç gerçekleşmeme olasılığını içeriyor olsa da yüksek beğeni sayısına sahip olmanın buna değer olup olmadığını yeniden düşünmek, risk terazisini yeniden gözden geçirmeyi gerekli kılmaktadır. Çocuğun görsellerinin dijital ortamlardaki yüksek yoğunluk ve sayıda paylaşılmasının ‘iyi ebeveynlik göstergesi’ olmayacağı, aksine tüm risklerin farkında olarak tam da hassas bilgileri paylaşmama davranışının onu korumak anlamına geldiğinin yaygınlaştırılması farkındalık faaliyetleri açısından dikkate değer bir yaklaşımdır. Yalnızca ebeveynin kendi yaşamı özelinde değil herhangi bir çocuğa ait fotoğrafların bu riskler etrafında izinsiz paylaşılması gerekmektedir. Fotoğraf öznesinin çocuk olması konunun ciddiyetini daha hassas bir konuma taşımaktadır. Bağlamın mahremiyetin sınırları ile kurulması gereken yönü karşılaşılabilecek tüm bu risklere karşı geliştirilebilecek fikri önlemlere de kapı aralayabilecektir.

Bu nedenle çocuklar ile ilgili paylaşımlar gerçekleştirilirken;

- ✓ Çocukların isim, soy isim, yaşadığı yer, eğitim aldığı okul ve karne bilgilerinin gizlenmesine;
- ✓ Gelecekte rahatsız olabileceği ihtimali göz önünde bulundurularak küçük yaş grubu çocukların ağlarken, yemek yerken ya da duygusal yoğunluk anlarında güçsüzlüklerinin kayda alınmamasına, alınmış olduğunda ise bu içeriklere yaygınlık kazandırılmamasına;
- ✓ Kişisel mahremiyetin korunabilmesi için bilgilendirme amaçlı dahi olsa çocukların tuvalet eğitimleri dönemlerine dair görseller, banyo sonrası ya da duş esnasındaki görüntülerinin paylaşılmasına dikkat edilmesine;
- ✓ Çocuk yaşta bireylerin fotoğraflarının ebeveynlerinden izinsiz ve karar alabilme düzeyine erişmiş çocukların rızası olmadan fotoğraf ve videolarının paylaşılması kritik öneme sahiptir. Bu hassasiyet her yaşta birey için gözetilmelidir.

Sınırları bugün ölçülemeyecek kadar genişlemiş olan bu devasa dijital evrende okuryazarlık olgusu bugün önemini güçlü bir şekilde hissettirmektedir. Her bir internet kullanıcısının üretici olması fark etmeksizin birer yeni medya okuryazarı haline gelmesi olası hataların ve etik ihlallerin önüne geçilmesinde önemli katkılar sağlayacaktır. Böylelikle kişisel verilerin güvenliğinin hangi koşullarda saklı kalabileceği hakkında bilgi sahibi olunabilecek, doğru ile yanlış bilgi ayırt edilebilecek, kullanıcı sözleşmelerinin bağlayıcılığı dikkate alınabilecek, belirli aralıklar ile gizlilik kontrolleri gerçekleştirilerek koruyucu önlemler alınabilecek ve böylelikle yeni medya ortamının olanaklarından en verimli şekilde yararlanılabilecektir.

İyi bir dijital okuryazar olmak doğru bilginin ayırt edilebilmesi açısından önemli bir yerde durmaktadır. İnternet erişimi her ne kadar hızı ve anlık iletişim olanaklarını mümkün kılrsa da bilgi yığınları arasından manipüle edilmiş, yanıltıcı bir nitelik kazandırılmış, ironik olarak oluşturulmuş bilginin ayırdına varılması dijital okuryazarlık bilgisine sahip olmayı gerektirmektedir. Bu açıdan hem üretici hem de tüketici olarak her birey dijital ortamlardaki doğru bilgiye nasıl erişebileceği konusunda bilinçlenmeli ve doğru bilgiye erişim yollarını öğrenmelidir. Bu durum kişisel merak veya gelişim

araştırmaları ile ya da okullaşma sürecinde ya da özel ve kamu kurumlarının farkındalık geliştirme program ve faaliyetleri ile desteklenebilmektedir.

Günümüzde ulusal ve uluslararası hukuki düzenlemeler ile çocukların dijital ortamlardaki güvenlikleri korunmaya çalışılmaktadır. Tezin birinci bölümünde çocukların sosyal ve dijital ortamlarındaki hakları detaylı bir şekilde ifade edilmiştir. Günümüzde bu haklara dair düzenlemeler uluslararası kuruluşların çalışmaları ile de desteklenmektedir. 2021 yılında deklare ettiği bir çağrıda UNESCO çocukların dijital ortamlardaki güvenliklerine dair Şiddete Son Ortaklığı, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği, UNICEF, UNODC, WeProtect Küresel İttifakı, ABD Dünya Çocukluk Vakfı ve Dünya Sağlık Örgütü'ne her türlü şiddete son verilmesi çağrısında bulunmuştur (UNESCO welcomes new international instrument on children's rights in relation to digital environment, 2021).

Özdüşünsel bir yönü de içeren bu tez çalışması sosyal ağlar dahil olmak üzere yeni medya ortamlarında çocuk fotoğraflarına hiçbir şekilde yer vermemek yönünde bir yaklaşımı önermemektedir. Dolayısıyla çalışmada bu türden içeriklere nasıl ve hangi amaçla yer verileceğine yönelik bir çerçeve sunulurken aynı zamanda belirli hassasiyetlerin gözetilmesi gerektiği hususunun da altı çizilmektedir. Bu hassasiyetle, çocukların özel alanlarına, kişisel ve duygusal verilerine, güvenli alanlarına ve her şeyden önce mutluluklarına zarar verme olasılığı taşıyan içeriklerin yalnızca ebeveyn ya da onlara bakım verenler özelinde değil; genel bir perspektiften kişi ve toplum duyarlılığı ile karşılanmasının gerekliliği vurgulanmaktadır.

Bugün Instagram gibi gelecekte farklı bir isimle kurulacak sosyal platformlarda bireyler farklı amaçlar doğrultusunda dijital olarak bir araya gelecek olabilir. Burada önemli olan hassas gruplara yönelik üretilen içeriklerin etik bir bakışı içermesi gerekliliğinin kavranmasıdır. Bu açıdan bir yasaklama söylemi ile değil etik bir tutum ile gizliliğin korunarak gerekli güvenlik önlemlerinin alınması ile çocukların anda ve gelecekte rencide olmayacağı içerikler yararlı amaçlar doğrultusunda paylaşılabilir. Ebeveynler sosyal ağlarda bir araya gelerek sosyal destek amacıyla bilgi ve deneyimlerini paylaşabilirler. Çocukları ile geçirdikleri güzel anılar, sosyal rahatlama ile birlikte kişilere moral motivasyon desteği sağlayarak bireylerin mutluluk hallerine olumlu etki yaratabilir. Ancak bu istek iktisadi kazanç sağlama aracı ile çocuğun tüketilmesine karşılık geliyorsa sorun alanı gittikçe genişleyen problemlere de kapı aralanabilmektedir.

Alanda gerçekleştirilecek bilimsel çalışmaların artması bu yönde oluşması ve yaygınlaşması, gereken farkındalığa önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Çocukların görsel verilerinin paylaşılmasının yüzeysel bir bağlam içermediği art alanında pek çok risk olgusunun bulunduğu bilgisi toplum geneline aktarılmalıdır. Bu çalışmanın, dijital risklerin çocuk yararına bir bakış ile bilinçlenme düzeyine katkı sağlamasını ve yeni medya araştırmalarında gerçekleştirilebilecek okumalara kaynaklık etmesi umudunu paylaşmaktadır.

## KAYNAKLAR

- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2023). *Çocuklarda Mahremiyet Bilinci*. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Yayınları.
- Akçay, H. (2011). *Dönüşen Kimlikler ve Sosyal Medyada Ben'in Sunumu Sosyal Medyaya Etik Bir Bakış*. (M. Yağbasan ve G. Çetindağ Süme, Ed.). II. Medya ve Etik Sempozyumu: "Medya-Kültür İlişkisinde Etik" (ss. 435-444) içinde. Elâzığ Üniversitesi.
- Ammari, T. ve Schoenebeck, S., (2015). *Understanding and Supporting Fathers and Fatherhood on Social Media Sites. Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* içinde (ss. 1905-1914). Association for Computing Machinery.
- Andersson, L. (2012). There is no alternative: The critical potential of alternative media for challenging neoliberal discourse. *TripleC*, 10 (2). 752-764.
- Arakelyan, M. (2019). *Yeni ebeveyn olmuş genç yetişkinlerin anneliğe ve babalığa ilişkin söylemleri* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Arel Üniversitesi.
- Arendt, H. (1994). *İnsanlık Durumu*. (B. S. Şener, Çev.). İletişim Yayınları.
- Arkan, B. & Üstün, B. (2010). Ebeveyn eğitim programlarını değerlendirme rehberi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi*, 3 (2), 102-107.
- Artuç, M. ve Bayyurt, Y. (2005). *Gerekçeli, karşılaştırmalı, tablolu, eski ve yeni kanun metinleriyle 5237 sayılı TCK tablolu 5271 sayılı CMK tablolu 5275 sayılı CGİK*. Kartal Yayınevi.
- Atalay, G. E. (2019). Sosyal medya ve çocuk: "Babishko family fun tv" isimli YouTube kanalının eleştirel bir analizi. *Erciyes İletişim Dergisi Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı*, (1), 179-202.
- Avrupa Dijital Haklar, (2017). EDRi: *Rehberiniz Dijital Kahramanlar ve Veri Casusları-Çocuklar İçin Mahremiyet*. (N. Turan ve U. Ergün, Çev.). Ankara Barosu.
- Aybay, R. (2006). *Açıklamalı İnsan Hakları Evrensel Bildirisi*. Türkiye Barolar Birliği.
- Badinter, E. (1992). *Annelik Sevgisi: 17. Yüzyıldan Günümüze Bir Duygunun Tarihi*. (K. Çelik, Çev.). AFA Yayıncılık.
- Badinter, E. (2011). *Kadınlık mı? Annelik Mi?*. (A. Emekçi, Çev.). İletişim Yayınları.
- Baloğlu, E. (2023). Instagram çağının dijital ebeveynleri: Sharenting bağlamında bir inceleme. *TRT Akademi*, 8 (19), 766- 785.
- Bare, C. (2020). *The Undisclosed Dangers of Parental Sharing on Social Media: A Content Analysis of Sharenting Images on Instagram* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. East Tennessee State University.
- Barnes, R. ve Potter, A. (2020). Sharenting and parents' digital literacy: an agenda for future research. *Communication Research and Practice*, 1-15.
- Barry, E. (2008). Celebrity, cultural production and public life. *International Journal of Cultural Studies*, 11(3), 251-258.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu: Söylenceleri Yapıları*. (H. Deliceçaylı ve Ferda Keskin, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauer, A. T., Serttaş, A. ve Helvacıoğlu, Ç. A. (2023). *Türkiye'deki Fenomen Annelerin Instagram Paylaşım Pratikleri Üzerinden Dijital Kimlik İnşasının İncelenmesi: Sharenting*. (Ş. Işıklı ve Dalgahidere S. Ed.). *Uluslararası Felsefi Boyutlarıyla İletişim ve Teknoloji Sempozyumu* (ss. 101-106) içinde. Marmara Üniversitesi.
- Bauman, Z. (1999). *Sosyolojik Düşünmek*. (A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*. Ayrıntı Yayınları.

- Bauman, Z. (2011). *Postmodern Etik*. Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2014). *Modernite, Kapitalizm, Sosyalizm: Küresel Çağda Sosyal Eşitsizlik*. Say Yayınları.
- Baumrind, D. (1971). Current patterns of parental authority. *Developmental Psychology Monograph*, 4 (1), 1-103.
- Bencik Kangal, S. (2021). *Çocuğumun Beyninde Neler Oluyor?*. Vera Etkinlik Ebeveynlik Zirvesi.
- Bilgin, N. (2009, Kasım) Kültür Değişimleri ve Kimlik Sorunları. *Aramızdan Ayrılışının 40. Yılında Prof. Dr. Mümtaz Turhan Sempozyumu*. 161-188. Gazi Üniversitesi Rektörlüğü yayınları.
- Bilgin, N. (2011). Sosyal Düşünce Kent Kimliği. *İdealkent*, 3, 20-47.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. Kalkedon Yayıncılık.
- Binark, M. ve Löker, K. (2011). *Sivil Toplum Örgütleri için Bilişim Rehberi*. STGM.
- Blum-Ross, A. ve Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Boyd Webb, N. (2011). *Çocuklarla Sosyal Hizmet Uygulaması*. (E. Erbay, Çev.). Nika Yayınevi.
- Boz, N. (2012). *Yeni iletişim ortamlarında dijital kimlik ve benlik sunumu* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Burç, P. E. (2015). Popüler kültür ve annelik: Anneliğin farklı görünüşleri. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1-15.
- Castells, M. (2016). *İletişimin Gücü*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cha, M., Haddadi, H., Benevenuto, F., & Gummadi, K. (2010, Mayıs). Measuring user influence in twitter: The million follower fallacy. *Proceedings of the international AAAI conference on web and social media (ICWSM 2010)*, 4(1), 10-17. Association for the Advancement of Artificial Intelligence.
- Chatfield, T. (2012). *Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız*. Sel Yayıncılık.
- Choi, G. Y. ve Lewallen, J. (2017). "Say Instagram, Kids!": Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 1-21.
- Clarkson, A. ve Zierl, L. (2018). An online parenting program grows digital parenting skills and parent-school connection. *Journal of Extension*, 56 (5), 1-7.
- Cohen, L.J. (2022). *Oyuncu Ebeveynlik*. (B. S. Haktanır, Çev.). Görünmez Adam Yayıncılık.
- Connell, R. W. (2019). *Erkeklikler*. Phoenix Yayınevi.
- Connell, R.W. (2019). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Toplum Kişi ve Cinsel Politika*. (C. Soydemir, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Çelik, Y. (2017). Özel hayatın gizliliğinin yansıması olarak kişisel verilerin korunması ve bu bağlamda unutulma hakkı. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, (32), 391-410.
- Çimke, S., Yıldırım Gürkan, D. ve Polat, S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakkı ihlali: Sharenting. *Güncel Pediatri*, 16(2), 261-267.
- Çomu, T. (2012). *Video paylaşım ağlarında nefret söylemi: YouTube örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Çomu, T. ve Halaiqa, İ. (2015). *Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi*. (M. Binark Ed.). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* içinde. (ss. 26-87). Ayrıntı Yayınları
- Dahlberg, L. (2011). Re-constructing digital democracy: An outline offour 'positions'. *New media & society*, 13(6) 855-872.
- Daniel Bell (1976) The coming of the post-industrial society. *The Educational Forum*, 40 (4), 574-579.
- Debord, G. (1996). *Gösteri Toplumu*. (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

- Demir, A. (2020). Aşırı ebeveynlik, ençoklamacı karar verme eğilimleri ve kariyer kararsızlığı ilişkisi: Sinop örneği. *AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8 (25), 1-14.
- Deuze, M. (2006). Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture. *The Information Society*, 22(2), 63-75.
- Donovan, S. (2020) “Sharenting”: The Forgotten Children of the GDPR’. *Peace Human Rights Governance*, 4 (1), 35-59.
- Dönmez, D. (2019). *Yeni nesil ebeveynlik ve sosyal medya bağlamında blogger anneler* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Drentea, P. ve Moren-Cross, J. L. (2005). Social capital and social support on the web: The case of an internet mother site. *Sociology of Health & Illness*, 920-943.
- Dunn, R. G. (1998). *Identity Crises: A Social Critique of Postmodernity*. University of Minnesota Press.
- Duygulu, S. (2019). Sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşımlarının mahremiyet ihlali ve çocuk istismarı açısından değerlendirilmesi. *TRT Akademi*, 4 (8), 428- 487.
- Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin İşlenmesi ve Gizliliğin Korunmasına İlişkin Yönetmelik. (2020). *Elektronik Haberleşme Kanunu*. 31324 sayılı resmî gazete. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/12/20201204-13.htm> (24 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.)
- Erdoğan, İ. (2006). Kimlik sorunu: Kendini sevmeyenin kimliğindeki kendi olmayan kendi. *Demokrasi Platformu*, 5, 93-115.
- Ergül, G., ve Yıldız, S. (2021). Sosyal medyada sosyal annelik: Instagram anneliği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 611-627.
- Erk, M. A. ve Fırat, S. (2020). Web 3.0’da çocukların sanal mahremiyetine adli bir bakış. *Adli Tıp Bülteni*, 25 (1), 44-50.
- Esgin, Y., Gezmen, B. ve Özsürünç, R. (2022). Sosyal medyada ebeveynlerin dijital yerlilere yönelik içerik paylaşımlarının dijital kimlik inşasındaki rolü. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 21(4), 2079-2102.
- Ess, C. (2014). *Digital Media Ethics*. Polity Press.
- Fay, J. ve Cline, F. (2020). *Parenting Teens with Love and Logic*. NavPress.
- Feinberg, M. E. (2003). The internal structure and ecological context of coparenting: A framework for research and intervention. *Parent Sci Pract.*, 3 (2), 95-131.
- Feridunoğlu, İ. C. (2019). Zygmunt Bauman Metinlerinde Sosyal Medya ve Özgürlük Olgusu. *R&S-Research Studies Anatolia Journal*, 2(5), 161-171.
- Fischer-Hübner, S. (1998) Privacy and security at risk in the global information society. *Information, Communication & Society*, 1(4), 420-441
- Floridi, L. (2009). Web 2.0 vs. Semantic Web: A Philosophical Assessment. *Episteme*, 6(01), 25-37.
- Foucault, M. (2007). *Cinselliğin Tarihi*. Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2014). *Özne ve İktidar*. Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2015). *Michel Foucault: Öznenin Yorumbilgisi*. (F. Keskin, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Frankenberger, R. (2008, Temmuz). The Postmodern I-Am-Me Orientation: A representative survey on postmodernity and personality in Germany. *ISPP 31st Annual Conference*, Paris, 1-16.
- Franzke, A., S., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C. ve Association of Internet Researchers (2020). *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>

- Freud, S. (2003). *Psychoanalysis*. (R. B. Ewen, Ed.). *An Introduction to Theories of Personality* (ss. 11-46) içinde. Lawrence Erlbaum Associates.
- Friedman, T. (2005). *Electronic Dreams: Computers in American Culture*. New York University Press.
- Fromm, E. (2003). *The Escape From Freedom*. (R. B. Ewen, Ed.). *An Introduction to Theories of Personality* (ss. 129-144) içinde. Lawrence Erlbaum Associates.
- Fuchs, C. (2014). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*. (D. Saraçoğlu ve İ. Kalaycı, Çev.). Nota Bene Yayınları.
- Funk, R. (2020). *Ben ve Biz: Postmodern İnsanın Psikanalizi*. (Ç. Tanyeri, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ütopya Yayınevi.
- Gezer Şen, B. ve Sevim, Y. (2021). Aile Eğitiminde Etik Okuryazarlık. *Marifetname*, 8 (1), 369-392.
- Gleason, P. (1983). Identifying identity: A semantic history. *The Journal of American History*, 69 (4), 910-931.
- Goffman, E. (2012). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (B. Cezar, Çev.). Metis Yayıncılık.
- Gökallıler, E. ve Özer, A. (2019). Baba 2.0: Dijital dönüşüm ile değişen baba rolü üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 48, 388-403.
- Gökberk, M. (1962). *Felsefe Tarihi*. Remzi Kitabevi.
- Gören, Z. (2016). Aktif statü hakları. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22(3), 3303-3322.
- Güler, D. ve Ulutak, N. (1992). Aile kavramının tarihsel gelişimi ve Türk toplum yaşantısında aile. *Kurgu Dergisi*, 11, 51-76.
- Gültekin, E. (2018). Çocuğun kişilik hakkının ana-baba tarafından sosyal medya aracılığıyla ihlalinin hukuki görünümü. *Çocuk ve Medeniyet*, 1, 103-143.
- Habermas, J. (2004). *Kamusal Alan*. (M. Özbek, Ed. ve Çev.). *Kamusal Alan* (ss. 95-102) içinde. Hil Yayınları.
- Haim G. Ginnot (1969). *Eltern und Teeanger*. Macmillan Company.
- Harris, Z. S. (1952). Discourse analysis. *Language*, 28 (1), 1-30.
- Horkheimer, M. ve Adorno, T. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği*. (N. Ülner ve E. Öztarhan Karadoğan, Çev.). Kabalcı Yayıncılık.
- Iliadis, A. ve Russo, F. (2016). Critical data studies: An introduction. *Big Data & Society*, 3 (2).
- IRPC. (2014). *The Charter of Human Rights and Principles For The Internet*. Internet Governance Forum, United Nations.
- İnan Kaya, G. ve Kaya, U. (2017). *Bir Ebeveyn Pratiği Olarak 'Sharenting'*. (O. N. Akfırat, D. F. Staub, ve G. Yavaş, Ed.). *Current Debates in Education* (ss. 443-456) içinde. IJOPEC Publication.
- İnternet Araştırmacıları Birliği. (2020). *İnternet Araştırmaları: Etik Kılavuz 3.0*. (M. B. Özdemir, Çev.). Alternatif Bilişim Derneği.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2019). *Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. İletişim Yayınları.
- Kabakçı-Yurdakul, I., Dönmez, O., Yaman, F., ve Odabaşı, H. F. (2013). Dijital ebeveynlik ve değişen roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12(4), 883-896.
- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-based interventions in context: Past, present, and future. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10(2), 144-156.

- Kağıtçıbaşı, Ç. (1982). *The Changing Value of Children in Turkey*. East-West-Center.
- Kale Özçelik, F. (2020). Çocuğun özel yaşamına saygı hakkının avrupa insan hakları sözleşmesi kapsamında değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, XXIV (2), 425-451.
- Karadağ, E. ve Öney, A. (2006, Eylül). Okul yöneticilerinin stres düzeyleri-nin öğretmenlerinin stres düzeylerine etkisinin incelenmesi. 14. Ulusal Psikoloji Kongresi'nde sunulan bildiri. Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü, Ankara.
- Kart, B. (2006). Erdem Etiği Normatif Midir? *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 101-108.
- Kaşıkcı, D. N., Çağıltay, K., Karakuş, T., Kurşun, E., ve Ogan, C. (2014). Türkiye ve Avrupa'daki çocukların internet alışkanlıkları ve güvenli internet kullanımı. *Eğitim ve Bilim*, 39 (171), 230-243.
- Kaya, Ö. M. ve Güngör Aytar, A. (2012). Okul öncesi eğitim öğretmenlerinin çocuk merkezli yaklaşım uygulamalarının değerlendirilmesi. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 53, 27-75.
- Keith, B. E. ve Steinberg, S. (2017). Parental sharing on the internet child privacy in the age of social media and the pediatrician's role. *JAMA Pediatrics*. 171(5), 413-414.
- Kesayak, Y. (2018). *Ailede Çocuk Haklarının Uygulanma Düzeyine İlişkin Ebeveyn Görüşleri* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kastamonu Üniversitesi.
- Kılınç Özüölmez, P. ve Duruel Erkiş, S. (2022). *An Analysis of Children's Content on YouTube in the Context of Sharenting: Case Study From Turkey*. (F. Özsungur, Ed.). *Handbook of Research on Digital Violence and Discrimination Studies* (ss. 291-314) içinde. IGI Global.
- Kıran, S., Yılmaz, C. ve Emre, İ.E. (2019). Instagram'daki Influencer'ların takipçiler üzerindeki etkisi. *Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi*, 3(2), 100-111.
- Kohn, A. (2022). *Koşulsuz ebeveynlik: Ödül ve cezaları tek edip sevgi ve akılcılığa yönelmek* (Y. Ataman, Çev.). Görünmez Adam Yayıncılık
- Köksalan, M. E. (2022). The Strategies Beneath Postmodern TV Hereos as -I-am-Me Oriented Personalities: A Descriptive Analyze of Survivor Turkey. *Intermedia International e-Journal*, 9(17), 292-305. Doi: 10.56133/intermedia.1163622.
- Kumar, P., ve 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* (ss. 1302-1312) içinde. CSCW'15.
- Kuzu, A. (2011). İnternet ve aile. *İnsan ve Toplum*, 12(7), 9-32.
- Küçükali, A. (2015). Çocukların oyun oynama hakkı ve değişen oyun kültürü. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ERZSOSDE)*, VIII (I), 1-14.
- Küçükali, A. ve Serçemeli, C. (2019). Çocukların sosyal medyadaki mahremiyet hakları ve “sharenting” üzerine bir uygulama: Atatürk üniversitesi örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (68), 1176-1186.
- Kütükoğlu, E. (2019). *Sosyal Medyada Çocuk Mahremiyeti: Annelerin Mahremiyet Algısı Üzerine Bir Araştırma*. (A.M. Kırık Ed.). *Yeni Medyada Çocuk ve İletişim* (ss. 273-300) içinde. Çizgi Kitabevi.
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları: Teoriler ve Yaklaşımlar*. Kalkedon Yayınları.
- Lauricella, A.R., Wartela, E. ve Rideout, V. J., (2015). Young children's screen time: The complex role of parent and child factors. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 36, 11–17.
- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., & Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day-to-day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(4), 1-10.

- Leo, P. (2020). *Çocuklarla El Ele Ebeveynlik*. (A. Yasa, Çev.). Gün Yayıncılık.
- Licoppe, C., ve Smoreda, Z. (2005). Are social networks technologically embedded?: How networks are changing today with changes in communication technology. *Social Networks*, 27(4), 317-335.
- Livingstone, S. (2020). *Çocuklar: Mahremiyet için özel bir durum mu?*. (F. Aydoğan Ed.). *Yeni Medya Kuramları II* (ss. 51-68) içinde. DER Yayınları.
- Livingstone, S. ve Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shape Children's Lives*. Oxford University Press.
- Livingstone, S. ve Byrne, J. (2018). *Parenting in the Digital Age The Challenges of Parental Responsibility in Comparative Perspective*. (G. Mascheroni, C. Ponte ve A. Jorge. Ed.). *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age* (ss. 19-30) içinde. Nordicom, University of Gothenburg.
- Lokke, E. (2018). *Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat*. (D. Başak, Çev.). Koç Üniversitesi Yayınları.
- Lupton, D., Pedersen, S. ve Thomas, G. M. (2016). Parenting and Digital Media: From the Early Web to Contemporary Digital Society. *Sociology Compass*, 10 (8), 730–743.
- Lyotard, J. F. (1997). *Postmodern Durum: Bilgi Üzerine Bir Rapor*. (A. Çiğdem, Çev.). Vadi Yayınları.
- Manovich, L. (2007). Alan Kay's universal media machine. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 5(1), 39-56.
- Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N. H., ve Cok, F. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: Sharenting. *The Anthropologist*, 24(2), 399-406.
- Markham, A. N. (2011). *Internet Research*. (D. Silverman Ed.). *Qualitative Research: Theory, Method, and Practices 3rd. Editions* içinde. (ss. 111-127). Sage Publications.
- Marsh, j., Brooks, G., Hughes J., Ritchie, L., Roberts S. ve Wright, K. (2005). *Digital Beginnings: Young Children's Use of Popular Culture, Media and New Technologies*. The University of Sheffield.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Marwick, A. (2015). *You may know me from youtube: (micro)-celebrity in social media*. (P. D.Marshall ve S. Redmond Ed.). *A companion to celebrity* (ss. 333 - 350) içinde. Wiley Online Library.
- Marx, K. (2003). *Kapital I: Kapitalist Üretimin Eleştirel Bir Tahlili*. (A. Bilgi, Çev.). Eriş Yayınları.
- Mascheroni, G., Ponte, C., ve Jorge, A. (2018). *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age*. Nordicom, University of Gothenburg.
- McTigue, M. (2021). Communication ethics of "sharenting": a content analysis of instagram mom meso-influencers. *Student Res.* 37, 1–31.
- Mermer, P. (2014). *Yavaş Ebeveynlik*. Altın Kitaplar Yayınevi.
- Montgomery, K. (2018). "Büyük Veri" Devrinde Çocukların Gizliliğinin Korunması. (A. Aksakal, Çev.). *Çocuk ve Medeniyet*, 1, 23-46.
- Morais, A. R. (2012). *New Media Technologies and the Transition to Personal Public Spheres: Exploring the Circuit of Mobile Device Use Model*. [Master of Degree] York University.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: How Not to Liberate the World*. Allen Lane.
- Mumcu, A. ve Küzeci, E. (2003). *İnsan Hakları & Kamu Özgürlükleri: Kavramlar, Evrensel ve Ulusal Gelişimleri, Bugünkü Durumları*. Savaş Yayınları.
- Mutlu, E. (2004). *İletişim Sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Özbek, M. (2004). *Giriş: Kamusal-Özel Alan, Kültür ve Tecrübe*. (M. Özbek Ed. ve Çev.). *Kamusal Alan* (ss. 443-500) içinde. Hil Yayınları.

- Özel, F. B. ve Mumyalmaz, A. (2018). Max Horkheimer ve Theodor W. Adorno'da modern insan ve tüketim ideolojisi. *Akademik Hassasiyetler*, 10 (5), 61-82.
- Özer, A., Gürkan, A. C. ve Ramazanoğlu, M. O. (2006). Oyunun çocuk gelişimi üzerine etkileri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 54-57.
- Özşekerli, T. (2016). *Ne kamusal ne özel alan: yeni medya* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ege Üniversitesi.
- Özyurt, C. (2016). *Erich Fromm'un İnsan ve Toplum Anlayışı*. Hece Yayınları
- Parlak, N. (2004). Sanayi ötesi toplum teorilerinin eleştirel bir değerlendirmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 95-125.
- Parsa, A.F. ve Akmeşe, Z. (2019). Sosyal medya ve çocuk istismarı: Instagram anneleri örneği. *Kadem Kadın Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 163-191.
- Petronio, S. (2004). Road to developing communication privacy management theory: Narrative in progress, please stand by. *Journal of Family Communication*, 4(3-4), 193-207. Doi: 10.1080/15267431.2004.9670131
- Petronio, S. (2013). Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory. *Journal of Family Communication*, 13 (1), 6-14.
- Polat, Ö. ve Özbek Ayaz, C. (2021). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Liderlik Becerilerinin Yordayıcısı Olarak Ebeveynlerinin Bilinçli Farkındalık Düzeyleri. *Uluslararası Karamanoğlu Mehmetbey Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 113-128.
- Postman, N. (1990). *Televizyon Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. Ayrıntı Yayınları.
- Postman, N. (1995). *Çocukluğun Yok Oluşu*. İmge Kitabevi.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently?. *On The Horizon*, 9 (6). 2-6.
- Ritzer, G. ve Stepnisky, J. (2018). *Modern Sosyoloji Kuramları*. (H. Hülür, Çev.). De Ki Basım Yayın.
- S. B. Steinberg. (2017) Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal*, 66 (839), 839- 884.
- Sancar, S. (2011). *Erkeklik: İmkânsız İktidar: Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*. Metis Yayınları.
- Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*, MIT press.
- Schmidt, J. H. (2011). (Micro)blogs: Practices of Privacy Management. (Trepte, S. ve Reinecke, L. Ed.). *Privacy Online* içinde. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Scott, J. W. (2007). *Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi*. (A. T. Kılıç, Çev.). Agora Kitaplığı
- Sears, W. ve Sears M. (2022). *Doğal ebeveynlik*. (A Birkan, Çev.). Doğan Yayınları.
- Sekmen, M. (2019). "Çocuk YouTuber"larda sorunlu bir alan: Tüketim ile mahremiyetin yitimi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (4), 3566-3584.
- Selwyn, N. (2019). *Çocuklar ve Gençlerin Dijital Yaşamla Mücadeleleri*. (H. F. Odabaşı, Ed.). *Dijital Yaşamda Çocuk*. (ss. 1-18) içinde. Pegem Akademi.
- Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and Community in The Age of Social Networks*. Peter Lang.
- Sennett, R. (2013). *Kamusal insanın çöküşü*. (S. Durak ve A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Serçemeli, C. (2020). Ebeveynlerin sosyal medyadaki "over-sharenting" davranışlarının hukuki açıdan değerlendirilmesi. *Turan-Sam*, 48, 229-237.
- Silverstone, R. (1999). What's new about new media?. *New Media & Society*, 1(1), 10-12.

- Smith, J. D., ve Dishion, T. J. (2013). Mindful parenting in the development and maintenance of youth psychopathology. *Transdiagnostic Mechanisms and Treatment for Youth Psychopathology*, 138-160.
- Sorensen, S. (2016). Protecting children's right to privacy in the digital age: Parents as trustees of children's rights. *Children Legal Rights Journal*, 36 (3), 156-176.
- Stiffelman, S. (2022). *İnatlaşmadan Ebeveynlik*. (A. Cebenoyan, Çev.). Doğan Kitap.
- Temizdemir, H. A. (2018). *Ebeveyn çocuk internet kullanımı, aile içi iletişim, çocukların uyku kalitesi ve sosyal becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Üsküdar Üniversitesi.
- Tezel Şahin, F., ve Cevher, F. N. (Eylül, 2007). *Türk toplumunda aile çocuk ilişkilerine genel bir bakış*. ICANAS 38 (38. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi). Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Timisi, N. (2016). *Dijital: Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler*. Kalkedon Yayınları.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. Bantam Books.
- Touraine, A. (1995). *Modernliğin Eleştirisi*. Yapı Kredi Yayınları
- Tunç, S. (2015). *Yeni Medya Ortamlarında Araştırma Etiği ve Özdeşimsellik*. (M. Binark Ed.). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* içinde. (ss. 164-194). Ayrıntı Yayınları.
- Turow, J. ve Nir, L. (2000). The internet and the family: The view from parents, the view from kids. From Report Series. No. 13, The Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania.
- Türkoğlu, N. (2006). *Okuryazarlıktan Medya Okuryazarlığına: Şifrelerin Ortaklığını Aramak*. (Türkoğlu, N. Ed.). *Medya Okuryazarlığı* içinde. (ss. 166-170). Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.
- Ugwudike, P., Lavorgna, A., ve Tartari, M. (2024). Sharenting in digital society: Exploring the prospects of an emerging moral panic. *Deviant Behavior*, 45 (4), 503-520.
- Uğurlu, Z. ve Aksoy Gülsen, İ. (2014). Çocuk hakları ve hukuki bağlamda çocuğun ihmal ve istismardan korunması. *Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 1-24.
- UNICEF, (2007). *Çocuk Hakları ve Gazetecilik Uygulamaları: Hak Temelli Perspektif*. Dublin Teknoloji Enstitüsü.
- UNICEF, (2014). *Acil Durumlarda Çocuk Koruma Eğitimi Katılımcı El Kitabı*, (Hazırlayan Yrd. Doç. Dr. Kâmil Kurtul). Ankara Yayınevi.
- UNICEF. (2004). *Çocuk Haklarına Dair Sözleşme*. Unicef Türkiye.
- Uzun, R. (2016). *İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar*. Dipnot Yayınları.
- Ünal, R. (2018). Medya ekolojisinde yeni hikâye anlatım biçimi olarak Instagram: Bbc News ve Cnntürk örneği. *E-Kurgu*, 26(3), 403-421.
- Ünal, R. ve Taylan, A. (2017). Sağlık iletişimde yalan haber-yanlış enformasyon sorunu ve doğrulama platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, 14, 81-100.
- Üstündağ, A. (2023). Annelerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarının ve çocuklarının dijital mahremiyetlerine ilişkin davranışlarının değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 56-67.
- Valcke, M., De Wever, B., Van Keer, H., ve Schellens, T. (2011). Long-term study of safe Internet use of young children. *Computers & Education*, 57 (1), 1292-1305.
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. Kafka Epsilon Yayıncılık.

- Yalçın, H. (2021). Karl Marx ve Michel Foucault'da iktidar, özgürlük ve mücadele kavramları: Karşılaştırmalı bir inceleme. *Esam Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (1). 89-108.
- Yalçın, Y. F. ve Erkan Yazıcı, Y. (2022). "Sınır"ın İki Yüzü: Beykoz. *FBU-DAE*, 2 (1), 56-65.
- Yasak, İ. A. (2023). *Unutulma Hakkı* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Yavuz, C. (2020). Sosyal medya ebeveynliği ve çocukların unutulma hakkı. *İzmir Barosu Dergisi*, 15-51.
- Yavuzer, H. (1979). 6-12 yaş çocuklarının psikososyal gelişmesi. *Psikoloji Dergisi*, 5, 20-24.
- Yavuzer, H., ve Demir, İ. (2021). *Yeni Kuşak Anne-Babalar ve Çocukları*. Remzi Kitabevi.
- Yengin, D. (2015). Yeni medyanın olanakları: Semantik web. *Turkish Online Journal of Design, Art & Communication*, 5(1), 44-53.
- Yıldırım, D. (2021). Erich Fromm "Özgürlükten kaçış" çerçevesinde "Özgürlük" kavramı. *Toplumsal Değişim*, 3 (1). 122-127.
- Yurtsever-Kılıçgün, M. (2015). Çocuk haklarına yönelik ebeveyn tutumları ile ebeveynlik rolleri arasındaki ilişki. *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*, 1, 511-522.
- Yüksel, M. (2003). Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58, 181-213.
- Zencirkıran, M. (2020). *Sosyoloji*. Dora Yayınları.
- Zwitter, A. (2019). *Büyük Veri Etiği*. (T. Durna, M. Binark ve G. Bayraktutan Ed.) *İletişim Hakkı ve Yeni Medya: Tehditler ve Olanaklar* (ss. 161-174) içinde (Ş. Karataş Özaydın, Çev.). Um:ag.

#### İnternet Kaynakları

- #baby. (t.y.). Instagram. <https://www.instagram.com/explore/tags/baby/adresinden> 5 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- #babyshower. (t.y.). Instagram. <https://www.instagram.com/explore/tags/babyshower/> adresinden 25 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- #child. (t.y.). Instagram. <https://www.instagram.com/explore/tags/child/> adresinden 5 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- #enbabayla20dakika. (t.y.). Instagram. <https://www.instagram.com/explore/tags/enbabayla20dakika/> adresinden 24 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- @akademisyenanne, (2022). Instagram. <https://www.instagram.com/akademisyenanne/> adresinden 31 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- @amazon.tr ve @sahangiller iş birliği. (2022). Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cl32KDpjh1a/> adresinden 25 Ocak 2023 tarihinde alınmıştır.
- @cagla hesabındaki kamuya açık özel alan gönderi örnekleri. (2020). Instagram. <https://www.instagram.com/cagla/> adresinden 28 Mayıs 2021 tarihinde alınmıştır.
- @cagla profilinde analiz edilen gönderiye ait kullanıcı yorumları, (2021). Instagram. [https://www.instagram.com/p/CON\\_6jwh0jy/](https://www.instagram.com/p/CON_6jwh0jy/) adresinden 28 Mayıs 2021 tarihinde alınmıştır.
- @cagla profilinde analiz edilen gönderiye ait kullanıcı yorumları-2. (2021). Instagram. [https://www.instagram.com/p/CON\\_6jwh0jy/](https://www.instagram.com/p/CON_6jwh0jy/) adresinden 28 Mayıs 2021 tarihinde alınmıştır.
- @cagla, (2021). Instagram. <https://www.instagram.com/cagla/> adresinden 28 Mayıs 2021 tarihinde alınmıştır.
- @caglaa hesabında yer alan banyo sonrası çocuk videosu. (2022, Mayıs). Instagram. <https://www.instagram.com/p/CdwAxIDFzXy/> adresinden 15 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.

- @caglaa profil bilgisi. (t.y.). Instagram. <https://www.instagram.com/caglaa/> adresinden 23 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- @caglaa, (2022). Instagram. <https://www.instagram.com/caglaa/> adresinden 31 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- @caglaa. (t.y.). Instagram. <https://www.instagram.com/caglaa/> adresinden 19 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- @caglalondon. (t.y.). Instagram. <https://www.instagram.com/caglalondon/> adresinden 19 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- @domestosturkiye ve @sahangiller iş birliği. (2022) Instagram. [https://www.instagram.com/p/CjIICs\\_DONk/](https://www.instagram.com/p/CjIICs_DONk/) adresinden 24 Ocak 2023 tarihinde alınmıştır.
- @enbabavekizlari profil bilgisi. (2024). Instagram. <https://www.instagram.com/enbabavekizlari/?g=5> adresinden 16 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- @enbabavekizlari. (2022). <https://www.instagram.com/enbabavekizlari/> adresinden 31 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- @lajivertgencodasi ve @sahangiller ücretli ortaklık. (2024). Instagram. <https://www.instagram.com/p/C2e-ugEMOGh/> adresinden 25 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- @mayabasol profil bilgisi. (2024). Instagram. <https://www.instagram.com/mayabasol/> adresinden 10 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- @mayabasol. (2022). Instagram. <https://www.instagram.com/mayabasol/> adresinden 31 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- @sahangiller güncel profil bilgisi. (2024). Instagram. <https://www.instagram.com/sahangiller/> adresinden 25 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- @sahangiller profil bilgisi. (2022). Instagram. <https://www.instagram.com/sahangiller/> adresinden 31 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- @sahangillerkokorec isimli hesabın tanıtım görseli. (2023). Instagram. <https://www.instagram.com/p/CWIZS0CI8h0/> adresinden 6 Ocak 2023 tarihinde alınmıştır.
- @soloturkiye ve @sahangiller iş birliği. (2022). Instagram. <https://www.instagram.com/p/CmbnIwTpjtN/> adresinden 24 Ocak 2023 tarihinde alınmıştır.
- “Çocuklara özel” içerikleri izleme. (t.y.). YouTube Yardım. <https://support.google.com/youtube/answer/9632097?hl=tr#:~:text=%C3%87ocuklar%C4%B1n%20%C3%87evrimi%C3%A7i%20Gizlili%C4%9Fini%20Koruma%20Yasas%C4%B1,Ana%20sayfada%20otomatik%20oynatma>, adresinden 23 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- “ShareWithCare”: Telekom sensibilisiert für verantwortungsvollen Umgang mit Kinderfotos im Internet, (2023, Temmuz). Deutsche Telekom. <https://www.telekom.com/de/konzern/details/share-with-care-1041638> adresinden 11 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu. (2004). Resmî Gazete. No. 25611. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5237.pdf> adresinden 10 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Aile Merkezi Nedir? (t.y.). Instagram Yardım Merkezi. [https://help.instagram.com/454886756318459/?helpref=related\\_articles](https://help.instagram.com/454886756318459/?helpref=related_articles) adresinden 11 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Ailenin Korunması ve Güçlendirilmesine İlişkin İş Birliği Protokolü İmzalandı. (2023, Eylül). T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü. <https://www.aile.gov.tr/chgm/haberler/ailenin-korunmasi-ve-guclendirilmesine-iliskin-is-birligi-protokolu-imzalandi> adresinden 17 Ekim 2023 tarihinde alınmıştır.

- Anderson, N. (2006, Mayıs). Tim Berners-Lee on Web 2.0: “nobody even knows what it means”. <https://arstechnica.com/information-technology/2006/09/7650/> adresinden 18 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Projesi Özet Bulguları. (2010). EU Kids Online. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/participant-countries/turkey/TurkeyExecSum.pdf> adresinden 10 Ekim 2022 tarihinde alınmıştır.
- Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi. (2010). 11. ve 14. Protokoller ile değiştirilen metin. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.yargitay.gov.tr/documents/AIHM.pdf> adresinden 7 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2019, 12 Haziran). İnternetin Riskleri ve Zararları. <https://internet.btk.gov.tr/internetin-riskleri-ve-zararlari> adresinden 27 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Briefing: Children’s rights in the digital age, (t.y.). Child Rights International Network-CRIN. <https://home.crin.org/issues/digital-rights/childrens-right-digital-age?rq=digital%20age> adresinden 17 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Brosio, P. (Nisan, 2013). Teaching Philosophy. <http://www.prembrosio.com/philosophy.html>, adresinden 27 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- Chazan, D. (2016, Mart). French parents 'could be jailed' for posting children’s photos online. The Telegraph. <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/france/12179584/French-parents-could-be-jailed-for-posting-childrens-photos-online.html> adresinden 17 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Child Maltreatment. (2022, Eylül). WHO. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/child-maltreatment> adresinden 3 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Child Neglect and Abuse. (t.y.). Ispcan. <https://www.ispcan.org/the-issue/> adresinden 4 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Çocuk Haklarına Dair Sözleşme. (1989). Unicef. <https://www.unicef.org/turkiye/%C3%A7ocuk-haklar%C4%B1na-dair-s%C3%B6zle%C5%9Fme> adresinden 3 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Çocuklar İçin Dijital Medyada Yeni Bir Evre: 13 Yaş. (2024). İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi. <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2019/11/25/cocuklar-icin-dijital-medyada-yeni-bir-evre-13-yas/> adresinden 10 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- Çocuklara Yönelik Sosyal Medya İçerikleri Bakanlığın Takibinde. (2022, Ekim). T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2022). <https://www.aile.gov.tr/haberler/cocuklara-yonelik-sosyal-medya-icerikleri-bakanligin-takibinde/> adresinden 24 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
- Dierks, Z. (2023, Ekim). Social media in Turkey - statistics & facts – Statista. <https://www.statista.com/topics/9412/social-media-in-turkey/#topicOverview> adresinden 5 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Digital 2024: Global Overview Report. (2024, Nisan). We are Social. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> adresinden 30 Nisan 2024 tarihinde alınmıştır.
- Dijital ebeveynlik haritası. (2021, Ekim). <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/zeynep-isman/dijital-ebeveynlik-haritasi-6610520> adresinden 28 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Dijital Mecralar Komisyonu Kurulması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun. (2020). Resmî Gazete. No. 31199. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=7252&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5> adresinden 7 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.

- Dixon, S. J. (2023, Ağustos). Instagram- Statistics & Facts – Statista. [https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicHeader\\_\\_wrapper](https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicHeader__wrapper) adresinden 5 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Eğitmen Özgehan Omag Mühendis-Baba (t.y.). Udemy. <https://www.udemy.com/user/ozgehanomag/> adresinden 16 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- Ekonomik İstismar Tanım. (t.y.). İstanbul Üniversitesi Çocuk Koruma Uygulama ve Araştırma Merkezi. <https://cocukkoruma.istanbul.edu.tr/tr/content/cocuk-istismari-8hakkinda/ekonomik-istismar> adresinden 7 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Facebook Uygulaması. (t.y.). Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.katana&hl=tr&gl=US> adresinden 28 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Facebook Yardım Merkezi. (t.y.). <https://www.facebook.com/help/392235220834308> adresinden 4 Ocak 2024 tarihinde alınmıştır.
- Findlay, C. (2015, Temmuz). When parents overshare their children's disability. <https://www.smh.com.au/lifestyle/when-parents-overshare-their-childrens-disability-20150724-gijtw6.html> adresinden 1 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Gerçeklik Nehri: Gerçek Olduğundan Emin Ol. (t.y.). Interland. [https://beinternetawesome.withgoogle.com/tr\\_all/interland/acilis/reality-river](https://beinternetawesome.withgoogle.com/tr_all/interland/acilis/reality-river) adresinden 14 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Google Family Link. (t.y.). Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.kids.familylink&hl=tr&gl=US> adresinden 14 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Graceborn Shop. (t.y.). Etsy. <https://www.etsy.com/uk/shop/GraceBorn> adresinden 23 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- Grossman, W. (2015, Ekim). Online ‘baby role-playing’: between casual fantasy and real-life obsession. <http://eprints.lse.ac.uk/76296/> adresinden 18 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Hoback, C. (2013, Temmuz). Terms and Conditions May Apply (Hüküm ve Koşullar Geçerli Olabilir) - Türkçe Altyazılı Belgesel [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=D4oWbyW8Awk> adresinden 29 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Instagram fenomeni Essena O'Neill: Sosyal medya gerçek hayat değildir!. (2015, Kasım). Hürriyet Kelebek. <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hayat/instagram-fenomeni-essena-oneill-sosyal-medya-gercek-hayat-degildir-40009403> adresinden 4 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Instagram’da doğrulanmış rozetleri. (t.y.). Instagram Yardım Merkezi. [https://help.instagram.com/854227311295302/?helpref=hc\\_fnav](https://help.instagram.com/854227311295302/?helpref=hc_fnav) adresinden 19 Temmuz 2022 tarihinde alınmıştır.
- Instagram'da doğrulanmış rozeti için başvuru gereklilikleri. (t.y.). Instagram Yardım Merkezi. [https://help.instagram.com/312685272613322/?helpref=related\\_articles](https://help.instagram.com/312685272613322/?helpref=related_articles) adresinden 19 Temmuz 2022 tarihinde alınmıştır.
- İletişim Fakültesi Bilimsel Çalışmalar Dizisi: Çevrimiçi Ortamda Çocuğun Mahremiyeti Sosyal Medya. (2023). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pV6HHyew6l8> adresinden 10 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi. (2004). Unicef. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cocuk.ombudsman.gov.tr/anasayfa/contents/files/YasalDuzenlemeler/BM\\_Insan\\_Haklari\\_Evrensel\\_Beyannamesi.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cocuk.ombudsman.gov.tr/anasayfa/contents/files/YasalDuzenlemeler/BM_Insan_Haklari_Evrensel_Beyannamesi.pdf) adresinden 3 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.

- İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun. (2007). Resmî Gazete. No.26530. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/05/20070523-1.htm> adresinden 10 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Kişisel Verileri Koruma Kurumu. (2021). Unutulma Hakkı (Unutulma Hakkının Arama Motorları Özelinde Değerlendirilmesi). [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://kvkk.gov.tr/SharedFolderServer/CMSFiles/11b6fd99-d42a-45b1-a009-21f2d36ded21.pdf](https://kvkk.gov.tr/SharedFolderServer/CMSFiles/11b6fd99-d42a-45b1-a009-21f2d36ded21.pdf) adresinden 4 Ocak 2024 tarihinde alınmıştır.
- Kişisel Verilerin Korunması Kanunu. (2016). Resmî Gazete. No. 29677. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6698&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5> adresinden 7 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Kişisel Verilerin Silinmesi, Yok Edilmesi veya Anonim Hale Getirilmesi Hakkında Yönetmelik. (2017). Resmî Gazete. No. 30224. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/10/20171028-10.htm> adresinden 4 Ocak 2024 tarihinde alınmıştır.
- Kongar, E. (2005). Aydınlanma: Alt kimlik-üst kimlik. [https://www.kongar.org/aydinlanma/2005/499\\_Alt\\_Kimlik-Ust\\_Kimlik.php](https://www.kongar.org/aydinlanma/2005/499_Alt_Kimlik-Ust_Kimlik.php) adresinden 17 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Kullanım Koşulları. (t.y.). Instagram. <https://www.facebook.com/help/instagram/581066165581870> adresinden 29 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Long-Term Consequences of Child Abuse and Neglect. (2019, Nisan). Child Welfare Information Getaway. [https://www.childwelfare.gov/pubpdfs/long\\_term\\_consequences.pdf](https://www.childwelfare.gov/pubpdfs/long_term_consequences.pdf) adresinden 24 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
- Manovich, L. (2017). Instagram and Contemporary Image. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image> adresinden 5 Ekim 2023 tarihinde alınmıştır.
- Merhaba Lia Sönmez, 2024. Instagram. [https://www.instagram.com/reel/CjsePvrDIR6/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/CjsePvrDIR6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==) adresinden 9 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- Mott Poll Report: Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting. (2015). National Poll on Children's Health. <https://mottpoll.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting> adresinden 23 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Number of Instagram users worldwide from 2020 to 2025(in billions). (2023). Statista. <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/> adresinden 5 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Okullarda Sosyal Medyanın Kullanılması, (2017). 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu. Sayı: 14168703-10.06.02-E.2975829. <http://mevzuat.meb.gov.tr/dosyalar/1833.pdf> adresinden 17 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Oversharenting. (t.y.). Collins Dictionary. <https://www.collinsdictionary.com/submission/7785/Oversharenting> adresinden 11 Ekim 2022 tarihinde alınmıştır.
- Özarslan, Z., ve Zamandar Başoğlu, A. B., (2021). Pandemi Döneminde Ünlülerin Sosyal Medya Paylaşımları: Instagram Örneğinde Bir İzlerkitle Araştırması. (N. Güngör Ed.). 8.Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda Kriz İletişimi Sempozyumu (ss. 593-613) içinde. Üsküdar Üniversitesi.
- Pedagog Görüşü Dava Seyrini Değiştirdi, (Temmuz, 2017). Cumhuriyet. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/pedagog-gorusu-dava-seyrini-degistirdi-mahkemeden-blogger-anneyi-sevindiren-karar-788721> adresinden 22 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.

- Robinson, W. (2015 Temmuz). Mother sickened to find random man had stolen photos of her four-year-old daughters from Facebook and re-posted them as his own child... but site says he didn't violate any guidelines, Mail Online. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-3155738/Mother-sickened-random-man-stolen-photos-four-year-old-daughters-Facebook-posted-child-site-said-didn-t-violate-guidelines.html> adresinden 17 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Safer Internet Day, (t.y.). Shaping Europe's digital future – European Commission. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/safer-internet-day> adresinden 19 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Sharenting. (t.y.). Collins Dictionary. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sharenting> adresinden 26 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
- Sharenting. (t.y.). Macmillan Dictionary. <https://macmillaneducation.my.salesforce-sites.com/> adresinden 19 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Sharenting. (t.y.). Urban Dictionary. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Sharenting> adresinden 19 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Social Mom. (t.y.). YouTube. <https://www.youtube.com/c/socialmomtv> adresinden 22 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı. (t.y.). e-Okul Yönetim Bilgi Sistemi. <https://e-okul.meb.gov.tr/> adresinden 14 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Taggart, E. (2018). Artist Visualizes the Lengthy “Terms of Service” Agreements of Popular Social Media Apps. <https://mymodernmet.com/social-media-policy-infographics-dima-yarovinsky/> adresinden 28 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- The Facebook scandal could change politics as well as the internet. (2018, Mart). The Economist. [https://www.economist.com/united-states/2018/03/22/the-facebook-scandal-could-change-politics-as-well-as-the-internet?utm\\_medium=cpc.adword.pd&utm\\_source=google&ppccampaignID=18151738051&ppcadID=&utm\\_campaign=a.22brand\\_pmax&utm\\_content=conversion.direct-response.anonymous&gclid=CjwKCAjw-7OlBhB8EiwAnoOEKxfxywEFbReFm0rD3rZ45vjOLP4k\\_TR5EKKHLc\\_FmBsgUwhysMqkIRoCR0sQAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.economist.com/united-states/2018/03/22/the-facebook-scandal-could-change-politics-as-well-as-the-internet?utm_medium=cpc.adword.pd&utm_source=google&ppccampaignID=18151738051&ppcadID=&utm_campaign=a.22brand_pmax&utm_content=conversion.direct-response.anonymous&gclid=CjwKCAjw-7OlBhB8EiwAnoOEKxfxywEFbReFm0rD3rZ45vjOLP4k_TR5EKKHLc_FmBsgUwhysMqkIRoCR0sQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds) adresinden 11 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- The pros and cons of 'sharenting'. (Mayıs, 2023). The Guardian. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2013/may/18/pros-cons-of-sharenting> adresinden 19 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Topluluk Kuralları. (t.y.). Instagram. <https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119> adresinden 29 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Ugwudike, P. (2023). AI ethics and new digital cultures: the case of sharenting-LSE. <https://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2023/11/01/ai-ethics/> adresinden 30 Nisan 2024 tarihinde alınmıştır.
- UNESCO welcomes new international instrument on children's rights in relation to digital environment. (2021). UNESCO. <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-welcomes-new-international-instrument-childrens-rights-relation-digital-environment> adresinden 30 Nisan 2024 tarihinde alınmıştır.
- Yüksel, S. (2020, Şubat). “EU Kids Online 2020” Anket Sonuçları. <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2020/02/28/eu-kids-online-2020-anket-sonuclari/> adresinden 11 Ekim 2022 tarihinde alınmıştır.

## BENZERLİK RAPORU ÖZET SAYFASI

### DİJİTAL EBEVEYNLİK OLGUSU OLARAK SHARENTİNG

#### ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

|   |                                                    |     |
|---|----------------------------------------------------|-----|
| 1 | acikbilim.yok.gov.tr<br>Internet Source            | 1%  |
| 2 | dergipark.org.tr<br>Internet Source                | 1%  |
| 3 | issuu.com<br>Internet Source                       | 1%  |
| 4 | www.scribd.com<br>Internet Source                  | <1% |
| 5 | ailevecocuk.net<br>Internet Source                 | <1% |
| 6 | docplayer.biz.tr<br>Internet Source                | <1% |
| 7 | www.researchgate.net<br>Internet Source            | <1% |
| 8 | Submitted to Hacettepe University<br>Student Paper | <1% |
| 9 | 9lib.net<br>Internet Source                        | <1% |

## ÖZGEÇMİŞ

**Adı ve Soyadı**

**Doğum Tarihi**

**E-mail**

**Öğrenim Durumu : Doktora**

| Derece        | Anabilim Dalı/ Bölüm/Program | Üniversite          | Yıl  |
|---------------|------------------------------|---------------------|------|
| Lisans        | Radyo, Televizyon ve Sinema  | Mersin Üniversitesi | 2012 |
| Yüksek Lisans | Kadın Araştırmaları          | Mersin Üniversitesi | 2016 |
| Doktora       | Radyo, Sinema ve Televizyon  | Mersin Üniversitesi | 2024 |

**Görevler :**

| Görev Unvanı | Görev Yeri                                                                                                           | Yıl        |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Öğr. Gör.    | Toros Üniversitesi                                                                                                   | 2015-2017  |
| Öğr. Gör.    | Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü Sosyal Hizmetler Programı | 2021-Halen |

## ESERLER

### Ulusal ve Uluslararası Araştırma Makaleleri

Ardıç Çobaner, A., Kılınç Özüölmez, P., & Alkan, N. (2022). Construction of Moral Panic on Twitter About Giving Children Covid-19 Vaccines: The Example of “#DenekDegilBebek”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(2), 587-607.

Özüölmez, P. (2019). Michel Foucault’nun İktidar ve Özne Kavramsallaştırmasına Gözetim Sorunu Üzerinden Bakmak: Black Mirror-Arkangel. *Selçuk İletişim*, 12(2), 630-655.

Özüölmez, P. (2019). Yeni İletişim Ortamı Olarak Dijital Oyunlarda Deneyim İçerikli Yeni Bir Reklam Uygulaması: Skillful Finger Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (2), 1383-1404.

Özüölmez, P. (2019). Televizyon Çocuk Programlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Yeniden Üretilmesi Üzerine Bir Değerlendirme: Çocuktan Al Haberi. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü E-Dergisi*, 2(1), 25-39

### **Uluslararası Kitap Bölümleri**

- Kılınç Özüölmez, P. & Duruel Erkıılış, S. (2022). *An analysis of children's content on Youtube in the context of sharenting case study from Turkey*. (F. Özsungur Ed.). *Handbook of Research on Digital Violence and Discrimination Studies* içinde, IGI Global International Academic Publisher.
- Ülken, F. B., & Özüölmez, P. (2018). *Reklamlarda feminist söylemin kullanılmasına eleştirel bir bakış: “Nike – Bizi Böyle Bilin”*. (E. Doğan & E. Geçgin Ed.). *Current Debates in Public Relations Cultural & Media Studies* içinde. (ss. 287 - 309). IJOPEC Publication.
- Dönmez, S. C. & Özüölmez, P. (2018). *Teun Van Dijk’ın söylem çözümlemesi modelinin “Sosyal Anne” uygulamasına uyarlanması*. (Gürhan T. & Aslıhan D. T. Ed.). *II. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi içinde* (ss. 96-116). Akademisyen Kitabevi.

### **Ulusal ve Uluslararası Bildiriler – Bilimsel Toplantılar**

- Kılınç Özüölmez, P. & Dural Tasouji, C. (2024). *Zorbalığın Sosyal Medyada Görünümü: Bir Eşitsizlik Deneyimi Olarak Akran Zorbalığı Hikayeleri*, 15-17 Mayıs 2024, İstanbul, Türkiye.
- Özüölmez, P. (2018). *Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu. Televizyon Çocuk Programlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Yeniden Üretilmesi Üzerine Bir Değerlendirme: Çocuktan Al Haberi*, 18 – 19 Ekim 2018, Mersin, Türkiye.
- Özüölmez, P. (2018) *Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu. Yeni İletişim Ortamı Olarak Dijital Oyunlarda Deneyim İçerikli Yeni Bir Reklam Uygulaması: Skillful Finger Örneği*, 18 – 19 Ekim 2018, Mersin, Türkiye.
- Dönmez, S. & Özüölmez, P. (2018) *II. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi. Teun Van Dijk’ın Söylem Çözümleme Modelinin “Sosyal Anne” Uygulamasına Uyarlanması*, 4 – 5 Mayıs 2018, Adana, Türkiye.
- Özüölmez, P. (2014) *Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Konut Reklamlarının İncelenmesi. Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları Öğrenci Kongresi*, 24-25 Nisan 2014, Ankara, Türkiye.

### **Ödüller**

- Haber Birinciliği – “İyi ki Varsın Futbol”. Türkiye Spor Yazarları Derneği. 28 Mayıs 2008, İstanbul. Türkiye.

## **Verdiği Dersler**

### **Mersin Üniversitesi (2021 – Halen)**

- Sağlık İletişimi – Tıp Fakültesi
- İletişim – Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü / Pazarlama Programı
- Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Hakları – Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü / Sosyal Hizmetler Programı
- Toplumsal Cinsiyet Eşitliği – Mersin Üniversitesi Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi (MERKAM) Ders Koordinatörlüğü
- Dijitalleşme ve Toplumsal Cinsiyet – Mühendislik Fakültesi / Bilgisayar Mühendisliği Bölümü
- Sosyolojiye Giriş – Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü / Sosyal Hizmetler Programı
- Psikoloji – Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü / Sosyal Hizmetler Programı
- Aile, Çocuk ve Sosyal Hizmet – Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü / Sosyal Hizmetler Programı
- Sosyal Hizmet Kuramları – Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü / Sosyal Hizmetler Programı
- Sosyal Sorunlar – Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü / Sosyal Hizmetler Programı
- Madde Bağımlılığı ve Sosyal Hizmet – Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü / Sosyal Hizmetler Programı

### **Toros Üniversitesi (2015-2017)**

- Görsel İletişim – Tasarım Bölümü /Grafik Tasarım Programı
- Grafik Üretim Teknikleri – Tasarım Bölümü /Grafik Tasarım Programı
- Yetişkin Eğitimi ve İletişim Becerileri – Mülkiyeti Koruma ve Güvenlik Bölümü / İş Sağlığı ve Güvenliği Programı
- Konukla İletişim – Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü /Aşçılık Programı
- Diksiyon ve Beden Dili – Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu
- Stres Yönetimi – Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu