



Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleriyle çocuklarının sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri arasındaki ilişki

The relationship between mothers' sharenting behaviors and their opinions on their children's social media use

Kevser KILIÇ¹, Kezban TEPELİ²

Makale Geçmişi

Geliş : 03.12.2024
Düzeltilme : 22.04.2025
Kabul : 29.04.2025
Çevrimiçi : 30.06.2025

Makale Türü

Araştırma Makalesi

Article History

Received : 03.12.2024
Revised : 22.04.2025
Accepted : 29.04.2025
Online : 30.06.2025

Article Type

Research Article

Öz: Paylaşan ebeveynlik güncel bir kavramdır ve sonuçları için daha çok araştırmaya ihtiyaç vardır. Ayrıca yaygın kullanımı olan sosyal medya sonucunda günümüzde, paylaşan ebeveynlik eylemlerinde bulunan annelerin çocuklarının sosyal medya kullanımları ile ilgili görüşlerinin bilinmesi de gereklilik olmaktadır. Bu kapsamda araştırma tarama modelinde ve kolay örnekleme kullanılarak 36-72 aylık çocuğu olan 410 annenin katılımı ile Türkiye genelinde çevrimiçi yürütülmüştür. Araştırma sonucunda paylaşan ebeveynlik eylemleri ölçeği puanları ile anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanları arasında anlamlı bir ilişki olduğu, paylaşan ebeveynlik eylemleri ölçeğinden alınan puanların, anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu, çocukların ve annelerin yaşı ile annelerin günlük sosyal medya kullanımları değişkenleri açısından anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Paylaşan Ebeveynlik, Sosyal Medya, Anne, Çocuk.

Abstract: Sharenting is a recent concept and more research is needed for its outcomes. In addition, as a result of the widespread use of social media, it is also necessary to explore the opinions of mothers who engage in sharenting behaviors about their children's social media use. In this context, the study was conducted online throughout Türkiye with the participation of 410 mothers of children aged 36-72 months using a survey research model and convenience sampling. As a result of the study, it was seen that there was a significant relationship between the scores of the sharenting behaviors scale and the scores of the parents' opinions on children's social media use scale. The study also found that the scores obtained from the sharenting behaviors scale were a significant predictor of the scores of the parents' opinions on children's social media use scale, and there was a significant difference in terms of child's age, mother's age and mother's daily social media use variables.

Keywords: Sharenting, Social Media, Mother, Child.

DOI: 10.24130/eccdjecs.1967202591595

¹Sorumlu yazar, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, kevserkilicx@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4479-2463

²Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Çocuk Gelişimi Bölümü, ktepeli@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3403-3890

SUMMARY

Introduction

Today, parents-to-be and parents frequently use social media. Parents sometimes share about their children on these platforms (Brosch, 2018). These shares refer to the sharing of all kinds of information, such as visuals, texts, and videos on social media (Collins Dictionary, 2013). This concept is called "sharenting" in English (Collins Dictionary, 2013; Cyberdefinitions, 2024), and in Turkish it is called "Paylaşan ebeveynlik" (Ayhan & Öztürk, 2021; Dursun, 2019). Sharenting is a new concept in the literature, and its outcomes are open to debate. Sharenting behaviors are known to be performed by both mothers and fathers, but mothers appear to engage in them more than fathers (Ammari, Kumar, Lampe, & Schoenebeck, 2015; Duggan, Lenhart, Lampe, & Ellison, 2015). According to Steinberg (2017) and Siibak and Traks (2019), the positive and beneficial aspects of sharenting behaviors are that parents share their children's growth stages with their environment, collect memories, and receive support from others in similar situations when they face a problem. However, the negative consequences include the expectation that parents should protect their children's privacy (Gligorijević, 2019) and the fact that children are vulnerable to abuse through social media platforms (Goanta & Wildhaber, 2019). Indeed, with such actions, digital footprints are created in the world of technology without the knowledge and consent of children (Kopuz, Turgut, & Aslan, 2022), and more recent research should be conducted to shed light on these issues.

In addition, considering the uncertainty of sharenting behaviors and their outcomes today, the opinions of parents who act regarding their children's social media use also gain importance as children are born into a world dominated by social media (Holloway, Green, and Livingstone, 2013). Children can spend long periods of time alone and face various dangers, such as online predators or cyberbullying (Livingstone, 2016). Based on this rationale, the aim of this study is to examine the relationship between mothers' sharenting behaviors and their opinions on their children's social media use. In addition, this study also aims to examine to what extent mothers' sharenting behaviors predict their opinions on their children's social media use. Additionally, it seeks to determine whether the scores mothers receive on the scales vary based on the child's age, the mother's age, and the mother's daily social media usage.

Method

The study employed the relational survey model. The study was conducted on a voluntary basis throughout Türkiye with mothers who have children between 36 and 72 months of age and use social media. In this study, the researchers used three data collection tools: The demographic information form they prepared, the Sharing Scale developed by Alemdar and Kahraman (2023), and the Scale of Parents' Opinions on Children's Social Media Use, which was developed by Karakaya Dohman and Ömeroğlu (2023), along with validity and reliability studies. Data were collected by the first author via Google Forms. The study informed

the participants beforehand and made it clear that participation was voluntary. The research process was carried out in accordance with ethical principles. Data were analyzed using the SPSS 22.00 statistical package program.

Results

When the first finding of the study was examined, it was seen that as the total scores of mothers' sharing behavior dimension, positive feedback effect dimension and sharenting scale increase, the score obtained from the opinions on children's social media use scale also increases. When the second finding of the study was examined, it was seen that the sharing behavior dimension, the positive feedback effect, and the negative feedback effect are significantly predictive of the scores of parents' opinions about children's social media use. When the third finding of the study was examined, it was seen that the difference according to the age of the children is greater in mothers whose children are 36–48 months old than in mothers whose children are 61–72 months old. The fourth finding of the study revealed the following ranking of the sharenting scale scores: Mothers aged 30 years and younger scored the highest, followed by mothers aged 31 to 40 years, while mothers aged 41 years and older scored the lowest. It was observed that the scores of parents' opinions on their children's social media use scale are as follows: Mothers under 30 years old outnumber those between 31 and 40 years old. When the fifth finding of the study was examined, it was understood that mothers can exhibit more sharing behavior as they spend more time on social media and express more positive opinions on their children's social media use.

Conclusion and Discussion

The study found a strong link between the sharenting behaviors scale scores and the parents' opinions on children's social media use scale scores. It also showed that the sharenting behaviors scale scores can predict the parents' opinions on children's social media use. Additionally, there are important differences based on the child's age, the mother's age, and how much time the mother spends on social media each day. The findings and results are discussed within the framework of the literature. The results are discussed within the framework of the literature.

GİRİŞ

Günümüzde ebeveyn adayları ve ebeveynler sıklıkla sosyal medya kullanmaktadır. Bu durumun sebebi olarak; bilgi edinmek, deneyim paylaşımı ve duygusal destek görme (Gleeson, Craswell ve Jones, 2019), ile süreçte yaşanan sorunlara çözüm bulma (Blum-Ross ve Livingstone 2017) gösterilmektedir. Ebeveynler bu platformlar üzerinden bazen çocukları ile ilgili paylaşımlar yapmaktadırlar (Brosch, 2018). Bu paylaşımlar, her türlü bilginin yani görsellerin, yazıların, videoların sosyal medya üzerinden paylaşılmasını ifade etmektedir (Collins Dictionary, 2013). Bu kavram İngilizce’de “sharenting”, (Collins Dictionary, 2013; Cyberdefinitions, 2024); Türkçe’de ise “paylaştan ebeveynlik” olarak adlandırılmaktadır (Ayhan ve Öztürk 2021; Dursun, 2019). Ebeveyn ya da ebeveynler tarafından çocukları ile ilgili paylaşımların içeriklerine bakıldığında bu eylemin “paylaştan ebeveynlik” olarak adlandırılabilmesi için iki faktörün olması gereklidir. Bunlardan birincisi, paylaşımın ulaştığı ve aktif görüldüğü belirli bir kitlenin varlığı, ikincisi ise çocuğun tanınabilirliğinin olmasıdır (Brosch, 2018). Ancak bu durumlara ek olarak bir de çocuğun mahremiyet durumunun düşünülmesi gereği doğmaktadır ve bu durum da dahil edildiğinde MaltzBovy’e göre bu tanım eksiktir. MaltzBovy’e göre paylaştan ebeveynlik teriminin günümüzdeki en doğru ve kapsamlı tanımı “ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetini ihmal edecek şekilde ve çocuklarına yönelik ayrıntılı bilgi içeren metin, görsel, video vb. paylaşımlarının sosyal medya uygulamaları üzerinden geniş kitlelere ulaştırılması” şeklinde olmaktadır (The Atlantic, 2020). Paylaştan ebeveynlik eylemlerinin hem anneler hem de babalar tarafından gerçekleştirildiği bilinmekte; ancak annelerin babalara kıyasla daha fazla paylaştan ebeveynlik eylemlerinde bulunduğu görülmektedir (Ammari, Kumar, Lampe ve Schoenebeck, 2015; Duggan, Lenhart, Lampe ve Ellison, 2015).

Paylaştan ebeveynlik güncel bir kavram olarak alan yazında yer almaktadır sonuçları tartışmaya açıktır. Steinberg (2017) ile Sübak ve Traks (2019)’a göre, ebeveynlerin çocuklarının büyüme aşamalarını çevreleri ile paylaşarak anılar biriktirmeleri, bir sorunla karşılaştıklarında benzer durumda olanlardan destek görebilmeleri paylaştan ebeveynlik eylemlerinin olumlu ve faydalı yanlarıdır. Polonya’da yapılan bir araştırmaya göre de ebeveynler sosyal medya üzerinden çocukları ile ilgili paylaşımlar yapmanın çocukları açısından bir zarar oluşturmayacağını düşünmektedirler (Wiśniewska-Nogaj, 2019). Bu düşüncüyü destekler nitelikte farklı ülkelerden Almanya ve Avusturya’da yapılan bir araştırmada da anneler bu davranışın çocuklarına zarar vermeyeceğine inanmaktadırlar (Wagner ve Gasche, 2018). Ancak diğer taraftan sosyal medya platformları ile çocukların istismara açık hale gelmesi (Goanta ve Wildhaber, 2019) ise olumsuz sonuçlarından biri olarak belirtilmektedir. Yine alan yazında çocuklar ile ilgili paylaşımların geniş kitlelere ulaşmasının

etik boyutta sorunlara yol açabileceği (Blum-Ross ve Livingstone, 2017) ile ilgili endişeler bulunmaktadır. Nitekim bu tür eylemler ile çocukların haberi ve izni olmadan teknoloji dünyasında dijital ayak izleri oluşmaktadır (Kopuz, Turgut ve Aslan, 2022). Ebeveynlerin çocuklarına yönelik paylaşımında bulunmaları konusu ebeveynler ve çocuklar açısından tartışmalı bir konu olarak güncel alan yazında yerini her geçen gün daha fazla almaktadır. Bu konuların aydınlatılması için daha çok sayıda güncel araştırma yapılmalıdır.

Bunun yanında günümüzde paylaşan ebeveynlik eylemleri ve sonuçlarının bilinmezliği düşünüldüğünde, eylemde bulunan ebeveynlerin çocuklarının sosyal medya kullanımı ile ilgili görüşleri de önem kazanmaktadır. Çünkü günümüzde çocuklar sosyal medyanın hakim olduğu bir dünyaya doğmaktadırlar (Holloway, Green ve Livingstone, 2013). Burada tek başlarına uzun süreler zaman geçirebilmekte ve çeşitli tehlikeler ile karşı karşıya kalabilmektedirler (Livingstone, 2016). Bu durumların ayrıntıları ile bilinip, Azurmendi ve diğerleri (2021) ile Kravchuk (2021) tarafından da belirtildiği üzere her zaman çocuğun üstün yararı ilkesi gözetilerek hareket edilmelidir.

Yukarıdaki bilgilerin önemi ile birlikte alan yazında annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri ile çocuklarının sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırmanın olmaması giderilmesi gereken bir ihtiyaç olarak görülmüştür. Araştırma bu özgün ve güncel yönleri ile önemli olmaktadır. Buradan hareketle bu araştırmanın genel amacı annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri ile çocuklarının sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu genel amacın yanında annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin çocuklarının sosyal medya kullanımına yönelik görüşlerini yordama düzeyi ve annelerin ölçeklerden aldıkları puanların çocuğun yaşı, annenin yaşı ve annenin günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenleri açısından farklılaşıp farklılaşmadığının incelenmesi araştırmanın diğer amaçları olmaktadır.

Araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

- Paylaşan ebeveynlik eylemleri ölçeği puanları ile anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Paylaşan ebeveynlik eylemleri ölçeğinden alınan puanlar, anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanlarının anlamlı bir yordayıcısı mıdır?
- Annelerin paylaşan ebeveynlik ölçeği ve anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanları çocukların yaşına, annelerin yaşına ve annelerin günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Araştırma ilişkisel tarama modeli ile yürütülmüştür. Model, birden fazla değişken arasında ilişki olup olmadığını gösteren, ilişki var ise ilişkinin gücü ve yönü hakkında bilgi veren bir araştırma modelidir (Fraenkel ve Wallen, 2009; Karasar, 2011).

Çalışma Grubu

Araştırma 36-72 ay arasında çocuğu olan ve sosyal medya kullanan anneler ile gönüllülük esasına dayalı olarak Türkiye genelinde yürütülmüştür. Çalışma grubuna ulaşmak için kolay örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolay örnekleme; katılımcılara ulaşımın kolay olması ve ulaşılması gereken örneklem sayısına ulaşılan kadar devam edilmesini sağlayan bir yöntemdir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017).

Tablo 1. Annelerin Demografik Bilgileri (n=410)

	f	%
Çocuğun yaşı (ay)		
36-48	128	31.2
49-60	111	27.1
61-72	171	41.7
Annenin yaşı		
30 yaş ve altı	90	22.0
31-40 yaş	261	63.7
41 yaş ve üzeri	59	14.4
Min-Max	20-55 yaş	
X±s.s.	34,57±5,21	
Annenin günlük sosyal medya kullanım süresi (saat)		
1-3 saat	286	69.8
3-5 saat	100	24.4
5-7 saat	19	4.6
8 saat ve üzeri	5	1.2

Tablo 1 incelendiğinde çocukların % 31.2'sin 36-48 ay arasında, % 27.1'inin 49-60 ay arasında, % 41.7'sinin 61-72 ay arasında olduğu görülmektedir. Annelerin % 22'sinin 30 yaş ve altında, % 63.7'sinin 31-40, % 14.4'ünün 41 yaş ve üstünde olduğu görülmektedir. Annelerin % 69.8'inin günde saat olarak 1-3, % 24.4'ünün günde 3-5, % 4.6'sının günde 5-7, % 1.2'sinin ise günde 8 saatten fazla sosyal medya kullanıyor olduğu anlaşılmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Demografik Bilgi Formu: Çocuğun yaşı, annenin yaşı ve annenin günlük sosyal medya kullanım süresi ile ilgili soruları içermekte olup, araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır.

Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği: Alemdar ve Kahraman (2023) tarafından geliştirilmiş olup, 17 madde içermektedir ve 5'li likert şeklinde derecelendirilmiştir. Ölçekte 4 alt boyut vardır. Alt boyutlar; Paylaşım davranışı: Ölçekte 1.-6. Maddeler ile ilgili olup, cronbach alfa katsayısı 0,86'dır. Sosyal karşılaştırma davranışı: Ölçekte 14.-17. Maddeler ile ilgili olup, bu maddeler ters puanlanmaktadır ve cronbach alfa katsayısı 0,89'dur. Olumlu geri bildirim etkisi: Ölçekte 7.-10. Maddeler ile ilgili olup, cronbach alfa katsayısı 0,88'dir. Olumsuz geri bildirim etkisi: Ölçekte 11.-13. Maddeler ile ilgili olup, bu maddeler ters puanlanmaktadır ve cronbach alfa katsayısı 0,84'tür. Ölçekten fazla puan alınması, paylaşan ebeveynlik eylemlerinin fazlalığını ifade etmektedir. Ölçeğin cronbach alfa katsayısı 0,73'dür.

Anne Babaların Çocukların Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşleri Ölçeği: Karakaya Dohman ve Ömeroğlu (2023) tarafından geliştirilmiş ve geçerlik güvenirlik çalışması yapılmıştır. Ölçek maddeleri geliştirilirken literatür çalışması yapılmış ve maddelerin yapı ve kapsam geçerliğini sağlamak için 5 alan uzmanından görüş alınmıştır. Ölçek maddelerinin faktör analizine uygunluğuna bakmak için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testleri yapılmış, KMO uyum ölçüsü değeri, 904 olarak hesaplanmış ve Bartlett Küresellik Testi değeri 3498,913 olarak bulunmuştur bu değer ,00 düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Yapılan faktör analizi neticesinde 26 maddeden oluşan tek faktörlü bir ölçeğe ulaşılmıştır ve faktör yük değerleri incelendiğinde, değerlerin 0,44 ile 0,82 arasında değiştiği bilgisine ulaşılmıştır. Ölçek toplamda 26 madde içermektedir ve tamamen katılırim (5) katılırim (4), kısmen katılırim (3), katılmam (2) hiç katılmam (1) şeklinde 5'li likert derecelendirilmiştir. Ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Ölçekten yüksek puan alınması, çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşlerin olumluluğunu belirtmektedir. Ölçeğe ilişkin hesaplanan Cronbach alpha katsayısı 0,95 iken McDonald ω katsayısı 0,96 olarak bulunmuştur.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Veriler birinci yazar tarafından Google Forms aracılığı ile toplanmıştır. Öncesinde katılımcılar araştırma hakkında bilgilendirilmiş, katılımın gönüllülük esasına dayalı olduğu iletilmiştir. Araştırma süreci etik ilkelere dikkat edilerek yürütülmüştür. Verilerin analizinde SPSS 22.00 kullanılmıştır. Verilerin normallik dağılıma uygunluğunu anlamak amacıyla Skewnes-Kurtosis analizi yapılmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Skewnes-kurtosis Analizi

	Skewness	Kurtosis	X±s.s.
Paylaşım Davranışı Boyutu	,367	-,607	13,85±5,94
Sosyal Karşılaştırma Davranışı Boyutu	-1,043	,191	16,31±4,17
Olumlu Geri Bildirim Etkisi Boyutu	,729	-,676	9,08±5,05
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi Boyutu	-1,577	1,648	12,82±3,26
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği Toplam	,295	,039	52,05±10,05
Anne-Babaların Çocukların Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşleri Ölçeği	1,411	1,638	40,93±17,34

Skewnes-Kurtosis değerlerinin +1.96 ile -1.96 arasındaki aralıkta bulunması normal dağılım olarak kabul edilmektedir (George ve Mallery, 2010). Ölçek ve alt boyutların Skewnes ve Kurtosis değerleri normal aralıkta çıkmıştır. Sonrasında annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri ile çocuklarının sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacı ile korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon katsayısı pozitif değerde 0.00-0.29 düşük, 0.30-0.69 orta, 0.70–1.00 yüksek olarak ele alınmıştır (Büyüköztürk, 2002). Sonrasında annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin çocuklarının sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşlerini yordama düzeyini tespit için regresyon analizi uygulanmıştır. Daha sonra annelerin ölçeklerden aldıkları puanların değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığına bakmak amacı ile analizler yapılmıştır. Analizlerde Kabaca ve Erdoğan (2007) tarafından belirtildiği üzere değişkenin her biri için 30'dan az sayılarda non-parametrik testler uygulanmıştır.

Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmada Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Yayın Etik Kurulu'ndan 22.04.2024 tarihinde yapılan toplantı sonucunda 137 karar sayılı etik kurul izni alınmıştır.

BULGULAR

Tablo 3. Paylaşan ebeveynlik ölçeği ile anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanları arasındaki ilişki ile ilgili korelasyon analizi sonuçları

	Anne Babaların Çocukların Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşleri Ölçeği
Paylaşım Davranışı Boyutu	r ,324*
	P ,000
Sosyal Karşılaştırma Davranışı Boyutu	r -,051*
	P ,299
Olumlu Geri Bildirim Etkisi Boyutu	r ,340*
	P ,000
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi Boyutu	r -,171*
	P ,000
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği Toplam	r ,285*
	P ,000

(*) $p < 0,001$

Tablo 3 incelendiğinde anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeğinden alınan puan ile paylaşan ebeveynlik ölçeği alt boyutlarından olan paylaşım davranışı boyutundan alınan puan arasında $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde ($r = ,324$) pozitif yönde orta düzeyde ilişki olduğu; sosyal karşılaştırma davranışı boyutundan alınan puan arasında ($r = -,051$) negatif yönde orta düzeyde ilişki olduğu; olumlu geri bildirim etkisi boyutundan alınan puan arasında ($r = ,340$) pozitif yönde orta düzeyde ilişki; olumsuz geri bildirim etkisi boyutundan alınan puan arasında ($r = -,171$) negatif yönde düşük düzeyde ilişki; paylaşan ebeveynlik ölçeğinden alınan toplam puan arasında ise ($r = ,285$) pozitif yönde düşük düzeyde ilişki olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Paylaşan ebeveynlik ölçeği puanlarının anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşlerini yordamasına yönelik lineer regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	Beta	t	P
Sabit	27,848	2,060		13,519	,000
Paylaşım Davranışı Boyutu	,945	,137	,324	6,911	,000
$R = ,324$ $F_{(1,408)} = 47,756$ $p = ,000$	$R^2 = ,105$				
Sabit	44,425	3,465		12,821	,000
Sosyal Karşılaştırma Davranışı Boyutu	-,214	,206	-,051	-1,040	,299
$R = ,051$ $F_{(1,408)} = 1,081$ $p = ,299$	$R^2 = ,003$				
Sabit	30,358	1,659		18,296	,000

Olumlu Geri Bildirim Etkisi Boyutu	1,165	,160	,340	7,293	,000
R=,340	R ² =,115				
F _(1,408) =53,190	p=,000				
Sabit	52,609	3,430		15,336	,000
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi Boyutu	-,911	,259	-,171	-3,512	,000
R=,171	R ² =,029				
F _(1,408) =12,331	p=,008				
Sabit	15,317	4,341		3,529	,000
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği Toplam	,492	,082	,285	6,011	,000
R=,285	R ² =,081				
F _(1,408) =36,127	p=,000				

Tablo 4 incelendiğinde paylaşım davranışı boyutu puanlarının ($R=.324$ $R^2=.105$ $p<0.05$), olumlu geri bildirim etkisi boyutu puanlarının ($R=.340$ $R^2=.115$ $p<0.05$), olumsuz geri bildirim etkisi boyutu puanlarının ($R=.171$ $R^2=.029$ $p<0.05$) ve paylaşan ebeveynlik ölçeği toplam puanlarının ($R=.285$ $R^2=.081$ $p<0.05$) anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşlerinden alınan puan ile anlamlı ilişkiler verdiği anlaşılmaktadır. Ancak sosyal karşılaştırma davranışı boyutu puanlarının anlamsız ilişki verdiği bulunmuştur ($R=.051$ $R^2=.003$ $p>0.05$).

Tablo incelendiğinde anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeğinden alınan puanlarının toplam varyansının %11'ini paylaşım davranışı boyutu puanı, %12'sini olumlu geri bildirim etkisi boyutu puanı, % 29'unu olumsuz geri bildirim etkisi boyutu puanı %8'ini ise paylaşan ebeveynlik ölçeği toplam puanı açıkladığı görülmektedir.

Bu bilgilerden hareketle regresyon katsayılarının anlamlılığına yönelik t testi sonuçları incelendiğinde paylaşım davranışı, olumlu geri bildirim ile olumsuz geri bildirim etkisi boyutu değişkenleri ile paylaşan ebeveynlik ölçeğinin anlamlı derecede yordayıcı olduğu; sosyal karşılaştırma davranışı boyutu değişkeninin ise anlamlı yordayıcı olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5. Araştırmaya katılan annelerin paylaşan ebeveynlik ölçeği ve anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanlarının çocuklarının yaşına göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

	Yaş (ay)	n	$\bar{x}$	s.s.	F	p	Fark
Paylaşım Davranışı	36-48	128	15,03	6,103	4,081	,018	1>3
	49-60	111	13,66	5,551			
	61-72	171	13,08	5,952			
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	36-48	128	16,15	4,382	,177	,838	-
	49-60	111	16,32	3,871			

			61-72	171	16,44	4,204			
Olumlu	Geri	Bildirim	36-48	128	9,13	4,862			
Etkisi			49-60	111	8,78	4,986	,264	,768	-
			61-72	171	9,22	5,253			
Olumsuz	Geri	Bildirim	36-48	128	12,99	2,960			
Etkisi			49-60	111	12,88	3,597	,449	,639	-
			61-72	171	12,64	3,255			
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği			36-48	128	53,30	10,048			
			49-60	111	51,64	9,873	1,467	,232	-
			61-72	171	51,39	10,134			
Sosyal	Medya		36-48	128	41,39	18,047			
Kullanımlarına	Yönelik		49-60	111	40,59	17,831	,070	,933	-
Görüşler Ölçeği			61-72	171	40,81	16,553			

Tablo 5'te araştırmaya katılan annelerin çocuklarının yaşına göre paylaşan ebeveynlik ölçeğinin paylaşım davranışı boyutu puanları açısından farklara ait F değeri $p < 0.05$ için anlamlı ($F=4,081$ $p=.018$), sosyal karşılaştırma davranışı boyutu, olumlu geri bildirim etkisi boyutu, olumsuz geri bildirim etkisi boyutu, paylaşan ebeveynlik ölçeği ve sosyal medya ölçeği puanları açısından farklara ait F değerleri $p > 0.05$ için anlamsız çıkmıştır. LSD Post Hoc testi sonucu çocuğunun yaşı 36-48 ay olan annelerin paylaşım davranışı boyutu puanlarının, çocuğunun yaşı 61-72 ay olan annelerinkine göre daha fazla ve aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı görüldüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Annelerin paylaşan ebeveynlik ölçeği ve anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanlarının annelerin yaşına göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

	Yaş	n	$\bar{x}$	s.s.	F	p	Fark
Paylaşım Davranışı	≤ 30	90	15,42	6,019			
	31-40	261	13,85	5,950	8,295	,000	1>2-3
	≥ 41	59	11,44	4,970			
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	≤ 30	90	16,31	4,060			
	31-40	261	16,31	4,217	,000	1,000	-
	≥ 41	59	16,32	4,162			
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	≤ 30	90	10,07	5,429			
	31-40	261	9,01	4,987	3,538	,030	1>3
	≥ 41	59	7,85	4,502			
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	≤ 30	90	12,46	3,309			
	31-40	261	13,01	3,134	1,283	,278	-
	≥ 41	59	12,51	3,697			
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	≤ 30	90	54,26	10,154			
	31-40	261	52,18	10,080	6,900	,001	1-2>3
	≥ 41	59	48,12	8,656			
Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşler Ölçeği	≤ 30	90	44,41	18,928			
	31-40	261	39,31	17,077	3,327	,037	1>2
	≥ 41	59	42,80	15,129			

Tablo 6’da araştırmaya katılan annelerin yaşına göre paylaşan ebeveynlik ölçeğinin paylaşım davranışı boyutu ve olumlu geri bildirim etkisi boyutu, paylaşan ebeveynlik ölçeği ve sosyal medya ölçeği puanları açısından farklara ait F değerleri $p < 0.05$ için anlamlı, sosyal karşılaştırma davranışı boyutu ve olumsuz geri bildirim etkisi boyutu puanları açısından farklara ait F değerleri $p > 0.05$ için anlamsız çıkmıştır.

LSD Post Hoc testi sonucu yaş olarak 30 ve altındaki annelerin, 31-40 ve 41 ve üzeri olan annelere göre paylaşım davranışı boyutu puanlarının fazla olduğu ve aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı; 31-40 arasındaki annelerin, 41 ve üzeri göre paylaşım davranışı boyutu puanlarının daha fazla, aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı olduğu görülmüştür. 30 ve altındaki annelerin, 41 ve üzerine göre olumlu geri bildirim etkisi boyutu puanlarının daha fazla, aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. 30 ve altındakiler ve 31-40 arasında olan annelerin, 41 ve üzeri olanlara göre paylaşan ebeveynlik ölçeği puanlarının daha fazla, aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı olduğu görülmüştür. 30 ve altındaki annelerin ve 31-40 arasındakilere göre sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşler ölçeği puanlarının ise daha fazla, aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 7. Annelerin paylaşan ebeveynlik ölçeği ve anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanlarının günlük sosyal medya kullanım süre açısından kruskal wallis h testi sonuçları

	Saat	n	$\bar{x}$	s.s.	F	p	Fark
Paylaşım Davranışı	1-3	286	13,01	191,49	16,298	,001	2-4>1
	3-5	100	15,53	234,41			
	5-7	19	15,42	232,21			
	8 ve üzeri	5	21,80	327,20			
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	1-3	286	16,55	211,34	7,438	,059	-
	3-5	100	16,09	199,36			
	5-7	19	13,53	140,84			
	8 ve üzeri	5	17,80	239,90			
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	1-3	286	8,73	199,07	7,056	,070	-
	3-5	100	9,72	217,27			
	5-7	19	9,42	209,18			
	8 ve üzeri	5	14,60	324,20			
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	1-3	286	12,94	211,10	8,339	,040	1-2>4
	3-5	100	12,81	202,38			
	5-7	19	11,58	165,55			
	8 ve üzeri	5	10,80	99,20			
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	1-3	286	51,23	197,41	10,329	,016	4>1-2
	3-5	100	54,15	227,69			
	5-7	19	49,95	180,50			
	8 ve üzeri	5	65,00	319,50			

Sosyal	Medya	1-3	286	39,90	200,09			
Kullanımlarına	Yönelik	3-5	100	41,52	206,14	9,538	,023	4>1-2
Görüşler Ölçeği		5-7	19	45,79	248,47			
		8 ve üzeri	5	69,80	338,90			

Tablo 7’de araştırmaya katılan annelerin günlük sosyal medya kullanım süresine göre paylaşan ebeveynlik ölçeğinin paylaşım davranışı boyutu ve olumsuz geri bildirim etkisi boyutu, paylaşan ebeveynlik ölçeği ve sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşler ölçeği puanları açısından farklara ait KW değerleri $p < 0.05$ için anlamlı çıkmış, sosyal karşılaştırma davranışı boyutu ve olumlu geri bildirim etkisi boyutu puanları açısından farklara ait KW değerleri $p > 0.05$ için anlamsız çıkmıştır.

Mann-Whitney U testi sonucunda sosyal medyayı günlük 3-5 saat ve 8 saatten çok kullanan annelerin 1-3 saat kullananlara göre paylaşım davranışı boyutu puanlarının daha fazla ve aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı çıktığı görülmüştür. 1-3 ile 3-5 saat kullananların ise 8 saatten çok kullananlara göre olumsuz geri bildirim etkisi boyutu puanlarının daha fazla ve aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı çıktığı görülmüştür. 8 saatten çok kullananların 1-3 ile 3-5 saat kullananlara göre paylaşan ebeveynlik ölçeği puanlarının daha fazla ve aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı çıktığı görülmüştür. 8 saatten çok kullananların 1-3 ile 3-5 saat kullananlara göre sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşler ölçeği puanlarının daha fazla ve aralarındaki farkların $p < 0.05$ için anlamlı çıktığı görülmüştür.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmada 36-72 aylık çocuğu olan ve sosyal medya kullanan annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri ile çocuklarının sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Aynı zamanda annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin çocuklarının sosyal medya kullanımına yönelik görüşlerini yordama düzeyi ve annelerin ölçeklerden aldıkları puanların çocuğun yaşı, annenin yaşı ve annenin günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenleri açısından farklılaşıp farklılaşmadığı ele alınmıştır.

Araştırmanın birinci bulgusuna bakıldığında, annelerin paylaşım davranışı boyutu, olumlu geri bildirim etkisi boyutu ve paylaşan ebeveynlik ölçeği toplam puanları arttıkça çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeğinden alınan puanın da arttığı anlaşılmaktadır. Araştırmanın bu bulgusu sonucunda paylaşan ebeveynlik eylemleri ölçeği puanları ile anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanları arasında anlamlı bir ilişki olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Buradan annelerin paylaşımcılık eylemleri sergilediği ve çocuklarının

da sosyal medya kullanımlarına yönelik olumlu görüşlerde olduğu yorumu yapılabilir. Lupton (2016) tarafından yapılan araştırma da annelerin paylaşımlarına gelen olumlu geri bildirimlerin endişelerini azalttığı belirterek araştırma bulgusunu desteklemektedir.

Araştırmanın ikinci bulgusuna bakıldığında, paylaşım davranışı boyutu, olumlu geri bildirim etkisi boyutu ve olumsuz geri bildirim etkisi boyutu değişkenlerinin anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri puanları üzerinde anlamlı derecede yordayıcı olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmanın bu bulgusu sonucunda paylaşan ebeveynlik eylemleri ölçeğinden alınan puanların, anne babaların çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ölçeği puanlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Bu durum davranış kuramı ile şu şekilde açıklanmaktadır; davranışın sonucu olumlu ise bireyin davranışı gerçekleştirme olasılığı artmaktadır; eğer davranışın sonucu olumsuz ise bireyin davranışı gerçekleştirme olasılığı azalmaktadır (Usta, 2016). Cino, Demozzi ve Subrahmanyam (2020) de bu bilgiyi desteklemektedir. Aynı zamanda annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin, çocuklarının sosyal medya kullanımları ile ilgili görüşlerini yordadığı görülmektedir.

Araştırmanın üçüncü bulgusuna bakıldığında çocukların yaşına göre farkın, çocuğunun yaşı 36-48 ay olan annelerin, çocuğunun yaşı 61-72 ay olan annelerinkine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan çocukların yaşı arttıkça annelerin çocuklarına yönelik paylaşım davranışlarının azaldığı anlaşılmaktadır. Chrostowska (2018) ile Steinberg (2017) ebeveynlerin bilgi ve destek ihtiyaçlarından dolayı paylaşım yapabildiklerini belirtmiştir. Küçük yaşta çocuğu olan ebeveynler düşünüldüğünde ileri yaşta çocuğu olanlara kıyasla daha çok bilgi ve destek ihtiyaçları olduğu görülmektedir. Bu durumlar araştırma bulgusu ile uyusmaktadır.

Araştırmanın dördüncü bulgusuna bakıldığında, paylaşan ebeveynlik ölçeği puan sıralamasının ise 30 yaş ve altındaki anneler ile 31-40 yaş arasındaki annelerde 41 yaş ve üstündeki annelerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Yani erken yaştaki anneler paylaşım davranışlarını ileri yaşlardaki annelere kıyasla daha fazla gerçekleştirmektedir. Burada erken yaştaki annelerin, destek görme Gleeson, Craswell ve Jones (2019) ve ilk dış çıkarma gibi ilklerini kutlama amacının Marasli ve diğerleri (2016) etkili olduğu düşünülmektedir. Anne babaların çocukların sosyal medya kullanım ölçeği puanlarının ise 30 yaş altındaki annelerde 31-40 yaş arasındaki annelerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Yani erken yaştaki annelerin çocuklarının sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri, ileriki yaştaki annelere göre daha olumludur. Bu durumun üzerinde Asmiarti ve Winangun (2018) tarafından teknolojik temelli uygulamaların bazılarının son yıllarda dil-bilişsel gelişim alanında, Neumann ve Herodotou (2020) tarafından ise ritim-müzik desteklenmesi gibi alanlardaki

katkısının etkili olduğu düşünülmektedir. Çünkü genç ebeveynler teknolojinin amaçlı kullanımı konusunda daha fazla bilgi sahibi olabilmekte ve bunun sonucunda da çocuklar uygulamalara daha fazla yönelebilmektedir. Annelerin görüşleri de bu kapsamda olumlu olabilmektedir.

Araştırmanın beşinci bulgusuna bakıldığında, günlük 8 saatten daha fazla kullanan annelerin ise 1-3 saat ve 3-5 saat kullanan annelere göre paylaşan ebeveynlik ölçeği toplam puanlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Günlük 8 saatten daha fazla kullanan annelerin 1-3 saat ve 3-5 saat kullanan annelere göre sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşler ölçeği puanlarının da daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırmanın bu bulgularından annelerin sosyal medyada zaman geçirdikçe daha fazla paylaşım davranışı sergileyebildiği ve çocuklarının sosyal medya kullanımlarına yönelik daha fazla olumlu görüş bildirdiği anlaşılmaktadır. Anneler sosyal medyada birçok sebepten dolayı vakit geçirebilmektedir. Sosyal medyada çok zaman geçiren bazı anneler paylaşan ebeveynlik eylemleri sonucunda aldıkları olumlu dönütler nedeni ile daha fazla paylaşım eyleminde bulunabilirler (Cino, Demozzi ve Subrahmanyam, 2020). Daha fazla eylemde bulunabilmek için de sosyal medyada daha fazla vakit geçirebilirler. Ek olarak Aktan ve Kayış (2018) ile Timurturkan (2019) annelerin destek olarak gördükleri, sosyal medya arkadaşlıklarını da içeren sosyal medya platformlarının çoğunun ebeveynlere ait ve yüksek sayıda takipçisi olan fenomenler tarafından yönetilen hesaplar olduğunu belirtmektedir. Bu durumun ebeveynler tarafından sosyal medyada daha fazla zaman geçirmeyi, beraberinde etkileşimde bulunarak ve paylaşım yapmayı gerektireceğine inanılmaktadır.

Bu araştırma kullanılan veri toplama araçlarının ölçtüğü özellikler ve 36-72 aylık çocuğu olan sosyal medya kullanan anneler ile sınırlı olmaktadır.

Alanyazın incelendiğinde paylaşan ebeveynlik eylemleri ve sonuçlarına yönelik sınırlı araştırma bulunduğu ve bu eylemin olumlu-olumsuz yönlerinin hâlâ tartışıldığı görülmektedir. Bunun yanında çocukların sosyal medya kullanımları ile ilgili çeşitli araştırmalar bulunmakta; ancak paylaşan ebeveynlik eylemlerinde bulunan annelerin çocuklarının sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri ile ilgili güncel bir araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırma bu yönleri ile önemli olmaktadır. Araştırmanın bir diğer önemli yanı ise erken dönemdeki 36-72 aylık çocukların anneleri ile yürütülmesi olmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda paylaşan ebeveynlik eylemleri ile ebeveynlerin çocuklarının sosyal medya kullanımları değişkenlerinin ilişkili olduğu diğer faktörler için;

Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin sebeplerine ve diğer yordayıcılarına yönelik,

Bebeklik, orta çocukluk gibi çeşitli yaş gruplarından çocuğu olan ailelere ve onlardan görüş almaya yönelik,

Anneleri paylaşılan ebeveynlik eylemlerinin olası sonuçları ile ilgili bilgilendirmeye yönelik,

Çocukları sosyal medya kullanımında süre sınırlaması ve bilinçli teknoloji kullanımı konusunda bilgilendirmeye yönelik,

Farklı sosyo-kültürel yapıda aileler için boylamsal araştırmalar,

Annelerin hangi sosyal medya araçlarında ne kadar süre geçirdiği ile ilgili ayrıntılı çalışmalar yürütülerek konu ile ilgili çeşitli güncel çalışmalar yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. ve Kayış, H.H. (2018). Sosyal medya ve değişim: Bloglar aracılığıyla anneliğin evrimi üzerine netnografik bir analiz. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 9(32), 39-54, <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.2.003.x>
- Alemdar, E. ve Kahraman, S. (2023). Annelerin paylaşılan ebeveynlik (sharenting) eylemlerini inceleyen ölçek geliştirme çalışması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 9(1), 70-82. <https://doi.org/10.24289/ijsser.1220169>
- Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C. ve Schoenebeck, S. (2015). Managing children's online identities: how parents decide what to disclose about their children online. In *Proceedings of the 33rd annual ACM Conference on Human Factors in Computing systems*. 1895-1904. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702325>
- Asmiarti, D. ve Winangun, G. (2018). The role of youtube media as a means to optimize early childhood cognitive development. In *MATEC Web of Conferences (Vol. 205, p. 00002)*. EDP Sciences. <http://dx.doi.org/10.1051/mateconf/201820500002>
- Azurmendi, A., Torrell, A. ve Etayo, C. (2021). Sharenting y derechos digitales de los niños y adolescentes. *Profesional de la información*, 30(4), <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.07>
- Ayhan, H. ve Öztürk, E. (2021). Dijital dünyada ebeveyn olmanın görünürde normal bir yansıması olarak paylaşılan ebeveynlik (sharenting): Geleneksel bir derleme. *Journal of Forensic Medicine and Forensic Sciences*, 18(2), 165–177. <http://doi.org/10.5336/forensic.2021-82082>
- Brosch, A. (2018). Sharenting – Why do parents violate their children's privacy? *The New Educational Review*, 54(4), 75–85. <http://dx.doi.org/10.15804/tner.2018.54.4.06>
- Blum-Ross, A. ve Livingstone, S. (2017). “Sharenting”, parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110–125, <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1223300>
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Chrostowska, B. (2018). Sharenting–skala i wielowymiarowość zjawiska (nierozważnego) ujawniania przez rodziców informacji o dzieciach w mediach społecznościowych. *Problemy Wczesnej Edukacji*, 4(43), 58-68. <https://doi.org/10.26881/pwe.2018.43.05>

- Cino, D., Demozzi, S. ve Subrahmanyam, K. (2020). "Why post more pictures if no one is looking at them?" Parents' perception of the Facebook Like in sharenting. *The Communication Review*, 23(2), 122–144. <https://doi.org/10.1080/10714421.2020.1797434>
- Collins Dictionary. (2013). *Sharenting*. <http://www.collinsdictionary.com/submission/11762/Sharenting>
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (9. Baskı)* Sakarya: Sakarya Yayıncılık
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C. ve Ellison, N. (2015). Parents and social media. *Pew Research Centre*. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/07/16/parents-and-social-media/>
- Dursun, C., (2019). Parents' exposure of their children on social media: Parents' exposure of their children on social media: an assessment in the context of children's rights. *Children and Civilization* (4)8, 195-208.
- Fraenkel, J.R. ve Wallen, N.E. (2009). *How to design and evaluate research in education, (7th Edition)*, New York: McGraw Hill Higher Education.
- George, D. ve Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update, (4th edition)*, Boston: Allyn & Bacon.
- Gleeson, D.M., Craswell, A. ve Jones, C.M. (2019). Women's use of social networking sites related to childbearing: an integrative review. *Women Birth* 32, 294–302, <https://doi.org/10.1016/j.wombi.2018.10.010>
- Goanta, C. ve Wildhaber, I. (2019). In the business of influence: Contractual practices and social media content monetisation. *Schweizerische Zeitschrift Für Wirtschafts-Und Finanzmarktrecht*, 91(4), 346–357. <https://www.szw.ch/de/artikel/2504-0685-2019-0033/business-influence-contractual-practices-and-social-media-content>
- Holloway, D., Green, L. ve Livingstone, S. (2013). *Zero to eight. Young children and their internet use*. LSE, London: EU kids online.
- Kabaca, T. ve Erdoğan, Y. (2007). Fen bilimleri, bilgisayar ve matematik eğitimi alanlarındaki tez çalışmalarının istatistiksel açıdan incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(22), 54-63.
- Karasar, N. (2011). *Araştırmalarda rapor hazırlama*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karakaya Dohman, N. K. ve Ömeroğlu, E. (2023). Anne-babaların çocukların sosyal medya kullanimlarına yönelik görüşleri ölçeği: geçerlilik güvenilirlik çalışması. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 43(2), 857-881. <https://doi.org/10.17152/gefad.1207419>
- Kopuz, T., Turgut, Y. E. ve Aslan, A. (2022). Sharenting: Kavramsal bir çözümleme. *Intermedia International e-Journal* 9(17), 379-390. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1169655>
- Kravchuk, N. (2021). Privacy as a new component of "the best interests of the child" in the new digital environment. *The International Journal of Children's Rights*, 29(1), 99–121. <https://doi.org/10.1163/15718182-29010006>
- Livingstone, S. (2016). Reframing media effects in terms of children's rights in the digital age. *Journal of Children and Media*, 10(1), 4–12. <http://dx.doi.org/10.1080/17482798.2015.1123164>
- Lupton, D. (2016). The use and value of digital media for information about pregnancy and early motherhood: a focus group study. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 16(171), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s12884-016-0971-3>

- 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 <http://dx.doi.org/10.1080/09720073.2016.11892031>
- Neumann, M. M. ve Herodotou, C. (2020). Evaluating youtube videos for young children. *Education and Information Technologies*, 25(5), 4459-4475. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10183-7>
- Papadamou, K., Papasavva, A., Zannettou, S., Blackburn, J., Kourtellis, N., Leontiadis, I., Stringhini, G. ve Sirivianos, M. (2019). Disturbed youtube for kids: Characterizing and detecting inappropriate videos targeting young children. *In proceedings of the international aaai conference on web and social media* (Vol. 14, pp. 522-533). <https://doi.org/10.48550/arXiv.1901.07046>
- Siibak, A. ve Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 11(1), 115–121, https://doi.org/10.1386/cjcs.11.1.115_1
- Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: children's privacy in the age of social media, *Emory Law Journal*, 66(839). 839-884.
- The Atlantic. (2020). *The ethical implications of parents writing about their kids*. Erişim tarihi: 28 Aralık 2020, <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/01/the-ethical-implications-of-parents-writing-about-their-kids/267170/>
- Timurturkan, M. (2019). Annelik, söylem ve iktidar: eleştirel bir tartışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 47(2), 64-78. <https://doi.org/10.35237/sufesosbil.630546>
- Usta, E. (2016). Öğretim teknolojileri ve davranışçılık. K. Çağıltay, ve Y. Göktaş içinde, öğretim teknolojilerinin temelleri (Teoriler, araştırmalar, eğilimler) ss. 160-176, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Wagner, A. ve Gasche, L. A. (2018). *Sharenting: Making decisions about other's privacy on social networking sites*. Erişim tarihi: 27 Mart 2024. http://mkwi2018.leuphana.de/wpcontent/uploads/MKWI_81.pdf
- Wiśniewska-Nogaj, L. (2019). Udostępnianie online zdjęć dzieci a problem pornografii dziecięcej w opinii matek. *Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 18(4), 65-83.