SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Journal of Institute of Social Sciences

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi- Journal of Institute of Social Sciences
DOI: https://doi.org/10.54558/jiss.1847635 Araştırma Makalesi / Research Article

Paylaşanababalık, Dijital Gizlilik ve Çocuk Hakları: Deutsche Telekom'un "Ella'nın Mesajı" Kampanyası Özelinde Bir Araştırma

Sharenting, Digital Privacy, and Child Rights: Research on Deutsche Telekom's "A Message from Ella" Campaign

Hediye AYDOĞAN[1]*

[1]Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, Antalya, Türkiye

***Sorumlu yazar/ Corresponding author:**
hediyeaydogan@akdeniz.edu.tr

Başvuru/Submitted: 23.12.2025
Kabul/Accepted: 12.02.2026

Atıf/Cite as:
Aydoğan, H. (2026). Paylaşanababalık, dijital gizlilik ve çocuk hakları: Deutsche Telekom'un "Ella'nın Mesajı" kampanyası özelinde bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17*(1), 344-361.

Öz

Amaç: *Bu çalışmanın amacı, Deutsche Telekom'un "Ella'nın Mesajı" kampanyasını paylaşanababalık (sharenting), çocuk mahremiyeti ve yapay zekâ etiği bağlamında inceleyerek, kampanyanın bu meseleleri nasıl çerçevelendirdiğini ve izleyicilerin bu çerçeveye nasıl tepki verdiğini ortaya koymaktır.*
Yöntem: *Araştırma, karma nitel bir tasarımla yürütülmüştür. İlk aşamada kampanya videosu, Entman'ın dört aşamalı çerçeveleme modeli doğrultusunda analiz edilmiştir. İkinci aşamada ise, videonun Almanca ve İngilizce versiyonlarına yapılan toplam 1.413 YouTube yorumu MAXQDA 2024 yazılımı kullanılarak tematik analize tabi tutulmuştur.*
Bulgular: *İngilizce ve Almanca dilindeki iki videoya yapılan toplamda 1413 YouTube yorumunun MAXQDA 2024 nitel veri analizi programı kullanılarak gerçekleştirilen tematik analizi, beş ana temayı ortaya koymuştur: dijital gizlilik ve YZ endişesi; çocukla empati ve duygusal özdeşleşme; ebeveyn sorumluluğu, direnç ve meşrulaştırma; kampanyanın estetik ve etik mesajına övgü; çocuk öznesine ilişkin açık bir söylemin bulunmaması. Bulgular, duygusal anlatıların yetişkin merkezli çerçeveleri güçlendirirken etik yansımayı nasıl harekete geçirebileceğinin altını çizmiştir. Bulgular, kampanyanın güçlü bir etik farkındalık yarattığını ancak çocuk hakları ve rıza meselesinin kamusal söylemde sınırlı kaldığını göstermektedir.*
Sonuç: *Çalışma, duygusal anlatıların yetişkin merkezli çerçeveleri güçlendirirken etik sorgulamayı tetikleyebildiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, çocukların dijital özne olarak konumlandırılmasına yönelik söylemsel bir boşluk dikkat çekmektedir.*
Özgünlük: *Bu çalışma, paylaşanababalık olgusunu yapay zekâ, derin sahtecilik ve izlerkitle alımlaması ekseninde birlikte ele alarak; kampanya metni ile kullanıcı tepkilerini bütüncül biçimde analiz etmesi bakımından özgün bir katkı sunmaktadır.*
Anahtar Kelimeler: *Paylaşanababalık, dijital gizlilik, yapay zekâ, çerçeveleme analizi, tematik analiz.*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Abstract

Aim: *This study aims to examine Deutsche Telekom's "A Message from Ella" campaign by exploring how sharenting, child privacy, and artificial intelligence ethics are framed and how audiences respond to these framings.*
Method: *A qualitative mixed-method design was employed. First, the campaign video was analyzed using Entman's four-stage framing model. Second, a thematic analysis was conducted on 1,413 YouTube comments posted under the German and English versions of the video using MAXQDA 2024 software.*
Results: *The framing analysis indicates that sharenting is constructed as a form of non-consensual digital exposure shaped by parental responsibility and AI-related risks. The thematic analysis reveals five main themes: (1) digital privacy and AI anxiety, (2) empathy and emotional identification with the child, (3) parental responsibility, resistance, and justification, (4) praise for the campaign's aesthetic and ethical message, and (5) the absence of explicit discourse on child agency. While the campaign effectively raises ethical awareness, children's rights and consent remain marginal in public discourse.*
Conclusion: *The findings demonstrate that emotionally charged narratives can mobilize ethical reflection while simultaneously reinforcing adult-centric perspectives. The positioning of children as active digital subjects remains limited.*
Originality: *By integrating framing analysis with audience reception and focusing on the intersection of sharenting and AI-driven risks, this study provides an original contribution to research on digital childhoods and ethical communication.*
Key Words: *Sharenting, digital privacy, artificial intelligence, framing analysis, thematic analysis.*

Giriş

Günümüz sosyal medya çağında çoğu ebeveyn, çocuklarının gündelik yaşamlarını çevrimiçi ortamlarda düzenli olarak paylaşmakta ve literatürde "*sharenting*" - yani paylaşanababalık - olarak isimlendirilen bir pratiği yerine getirmektedir. Paylaşanababalık kavramı 2010lu yılların başında "*share*" (paylaşmak) ve "*parenting*" (ebeveynlik) kavramlarının birleştirilmesiyle (Erişir ve Erişir, 2018, s. 53) oluşturulmuş bir terim olarak çocuklarının yaşamlarını sosyal ağlar ve bloglarda ebeveynlerin kamusallaştırmaları olgusunu ifade etmektedir. Anne karnındaki ilk ultrason görüntülerinden okuldaki ilk günlerini resmeden fotoğraflarına kadar yaşamlarının sayısız anlarında çocuklar rızalarını bile gösteremeden ebeveynleri tarafından yaratılan dijital ayak izleriyle büyümektedirler. Yapılan araştırmalar ebeveynlerin büyük çoğunluğunun ki bazı araştırmalarda araştırmaya katılan ebeveynlerin %75'inden fazlası çocuklarının fotoğraflarını veya videolarını sosyal medya platformlarında paylaşmaktadır. Birleşik Krallık'ta yapılan bir araştırma raporu *(Children's Commissioner, 2018*) bir çocuğun daha on üç yaşına basmadan önce ortalama 1300 çevrimiçi fotoğrafta görüntülendiğini bildirmektedir. Çocuklarının neredeyse her anını fotoğraf ve/veya videolar aracılığıyla sosyal medya platformlarına yansıtan ebeveynleri bu tür eylemlere yönelten motivasyonları arasında aileleri ve arkadaşlarıyla mutluluklarını ve hayatlarındaki dönüm noktalarını paylaşmak, ebeveynlik sürecinde sosyal destek arayışında olmak ve çocuklarının gurur verici anlarını ölümsüzleştirmek gibi görünürde iyi niyetlerin yer aldığı ifade edilmektedir (*Children's Commissioner, 2018*). Çoğu ebeveyn, paylaşanababalık pratiğinin çeşitli faydalarından söz etmekte; özellikle ebeveynlik sürecinin zorlayıcı dönemlerinde deneyimlerini paylaşmanın kendilerini daha az yalnız hissettirdiğini, bu yolla içsel bir rahatlama ve topluluk desteği bulduklarını ifade etmektedir. (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 115; Darling ve Steinberg, 2017, s. 161; Plunkett, 2019, s. 35). Ancak, algılanan bu faydalar dijital ebeveynlik davranışının bu yeni alanında gizlilik, güvenlik ve çocuk haklarına yönelik gittikçe büyüyen endişeleri beraberinde getirmektedir.

Paylaşanababalığın birçok açıdan ciddi riskler taşıdığına ilişkin görüşler veri gizliliği uzmanları, bilim insanları ve çocuk hakları savunucuları tarafından sıklıkla vurgulanmaktadır (Darling ve Steinberg, 2017, ss. 161-165). Özellikle çocukların kişisel bilgilerinin çevrimiçi ortamlarda paylaşılarak bir rutin hâlinde ifşa ediliyor olması çocuğun mahremiyetini ve özerkliğini baltalamaktadır (Autenrieth, 2018, ss. 219-221). Çocukların dijital kimlikleri, henüz kendileriyle ilgili söz sahibi olmadan ve kişisel çevrimiçi hesaplarını açmadan çok önce, doğdukları andan itibaren ebeveynleri tarafından şekillendirilmektedir. (Tosuntaş ve Griffiths, 2024, s. 547; Ugwudike vd., 2024, s. 503). Önceki kuşakların ad ve soyad, doğum günü, fotoğraf, okul ve konum bilgileri gibi tamamen kişisel kabul ettiği bilgiler, ebeveynler tarafından herkese açık platformlarda paylaşılmakta ve çocuklar için kalıcı bir dijital veri izi oluşturmaktadır. Bu tür erkenden oluşturulan dijital ayak izlerinin çocukları yetişkinliklerine kadar takip ederek itibarlarını ve istikballerine yönelik fırsatlarını etkileme potansiyeli taşıdıkları yönünde birçok araştırmacı uyarılarda bulunmaktadır (Darling ve Steinberg, 2017, ss. 162-163; Ugwudike vd., 2024, s. 503-504). Dahası, çocukların bu bilgileri kontrol etme veya silme konusunda rücu hakları yetersiz kalmaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 112; Lupton ve Williamson, 2017, s. 790). Ebeveynlerin paylaşımda bulunurken faydalandıkları ifade özgürlüğü haklarının çocuğun mahremiyet ve haysiyet hakkıyla kesişmesi etik bir ikilem oluşturmanın yanı sıra toplumun ve hukukun mücadele verdiği bir çatışmaya dönüşmektedir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 112; Choi ve Lewallen, 2018, s. 145; Lavorgna vd., 2023, ss. 474-475).

Müstakil olarak gizliliğin ötesinde güvenlik ve korunma noktasında oluşan tehditler de paylaşanababalık ile sıklıkla ilişkilendirilmektedir (Choi ve Lewallen, 2018, s. 144; Ugwudike vd., 2024, s. 504). Çevrimiçi paylaşılan fotoğraflar ve tanımlayıcı detaylar sayısız biçimlerde kötü niyetli kimseler tarafından kötüye kullanılabilmektedir (Baştemur ve Kurşuncu, 2022, ss. 2917-2918). Örneğin, ebeveynlerin çevrimiçi platformlarda ifşa ettiği doğum tarihi,

okul veya ev konumu gibi kişisel bilgiler veri simsarları ve siber korsanlar tarafından depolanabilmekte (Lupton ve Williamson, 2017, s. 788; Baştemur ve Kurşuncu, 2022, s. 2917; Ugwudike vd., 2024, ss. 503-504) ve çocuğun adı kullanılarak gerçekleştirilen kimlik hırsızlığı veya dolandırıcılık gibi, bireyin onurlu ve güvenli yaşam hakkını ihlal eden hukuka aykırı durumlara yol açabilmektedir. (Nottingham, 2019; Lavorgna vd., 2023). *Barclays Bank* tarafından yapılan bir analiz doğrultusunda 2030 yılına kadar çocukları etkileyen kimlik dolandırıcılığı vakalarının yaklaşık üçte ikisinin ebeveynler tarafından çevrimiçi paylaşılan kişisel verilerden kaynaklanacağı tahmin edilmektedir (Coughlan, 2018). Benzer biçimde, siber güvenlik uzmanları görünürde masum olan aile fotoğraflarının dijital çocuk kaçırma veya dijital korsanlık gibi vakalara yol açabileceğini ve hatta örneğin hırsızların çocuğun kimliğini kullanarak dolandırıcılık faaliyetlerini gerçekleştirebileceğini ve güvenlik sorularına yanıtları oluşturabileceğini (Lavorgna vd., 2023, ss. 475-476; Lupton ve Williamson, 2017, s. 790) not düşmektedir. Daha da rahatsız edici olan ise, çocukların sosyal medyada paylaşılan fotoğraflarının art niyetli kişiler tarafından cinsel istismar amacıyla kullanılabilmesidir.*Kayıp ve İstismar Edilmiş Çocuklar Merkezi [The National Center for Missing and Exploited Children - NCMEC]* tarafından yayınlanan raporda çevrimiçi dolaşımdaki istismarcı görsellerin önemli bir bölümünün esasen içeriklerinin nasıl yeniden kullanıldığından bihaber olan ebeveynler tarafından paylaşıldığı ileri sürülmektedir (Lanning, 2010). Çocukların cinsel istismarıyla mücadele konusunda faaliyet gösteren sivil toplum örgütü olan *Thorn*'un *Veri Bilimi Departmanı Müdürü* Dr. Rebecca Portnoff, özellikle herhangi bir görüntünün internette paylaşır paylaşılmaz nerede nasıl kullanılacağını kontrol etmenin oldukça zorlayıcı olabileceğine vurgu yapmaktadır (Saliba, 2023). Bazı durumlarda, art niyetli kimseler masumane fotoğrafları sosyal medya platformlarından edinerek Photoshop veya yapay zekâ (YZ) yoluyla değiştirip cinsel içerikli bir paylaşıma dönüştürebilmektedir. Bu tür risklerin yarattığı olumsuz etkiler, özellikle YZ araçlarındaki gelişmeler doğrultusunda şiddetini arttırabilmektedir. Yüz tanıma algoritmaları bir çocuğa ait görüntüleri tüm internette otomatik olarak belirleyebilmekte ve toplayabilmektedir (Saliba, 2023). Benzer bir biçimde üretken YZ araçları bir çocuğun herkese açık fotoğraflarını kullanarak derin sahte (*deepfake*) içeriklerini, yani aşırı gerçekçi sahte görüntü veya videolarını, üretebilmektedir (Lupton ve Williamson, 2017, ss. 783-784). Kısaca, paylaşanababalık pratikleri veri gözetiminin ve potansiyel istismarın daha geniş bir ekosistemini beslemekte ve gizlilik endişelerinin yanı sıra çocukları korumaya yönelik ciddi meseleleri de gündeme getirmektedir.

Tüm bu hususlar bağlamında ebeveynleri ve toplumu "itinayla paylaşmak" konusunda bilinçlendirmeye yönelik kapsamlı faaliyetler gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. 2023 yılının ortalarında Almanya'nın en büyük telekomünikasyon şirketlerinden biri olan *Deutsche Telekom* şirketi, "*Ella'nın Mesajı*" olarak Türkçeleştirilebilecek "*Nachricht von Ella / A Message from Ella*" başlıklı bir yüksek profilli farkındalık kampanyasına (*A Message from Ella | Without Consent, 2023; Nachricht von Ella | Without Consent, 2023*) imza atmaktadır. Bir çevrimiçi kısa film formatında hazırlanan ve sosyal medya farkındalık girişimi olarak tasarlanan bu kampanya YZ çağında paylaşanababalık pratiklerinin tehlikelerini gözler önüne seren provokatif bir kültürel eser olarak topluma sunulmaktadır. Kampanyanın göbeğindeki iki buçuk dakikalık videoda Ella ismindeki genç bir kızın derin sahte teknolojisi kullanılarak gelecekteki yetişkinlik hâli canlandırılmakta ve Ella'nın gelecekteki yetişkin hâlinin çocukluğunda fotoğraflarını ve kişisel bilgilerini internette paylaşan gerçek ebeveynleriyle yüzleştiği anlar gösterilmektedir. Hikâye anlatıcılığının yoğun olarak kullanıldığı videoda Ella'nın bağımlılık düzeyindeki sosyal medya kullanıcısı olan ebeveynleri dokuz yaşındaki kızlarının YZ ile yetişkine dönüştürülen hâlini görmekte ve Ella onlara "sizler için bu resimlerin yalnızca birer hatıra olduğunu biliyorum, ancak başkaları için bunlar birer veri… belki de korkunç bir geleceğin başlangıcı" diyerek seslendiğinde ebeveynleri şaşkına dönmektedir. Duygusal anlatının hâkim olduğu bu video paylaşanababalığı gelecekten gelen bir tehdit olarak çerçevelendirmekte ve günümüzde ihtiyattan yoksun olarak paylaşılan gönderilerin çocuklar büyüdüğünde ciddi akıbetler doğurabileceği konusunda uyarılarda bulunmaktadır. Kampanya özellikle belirli beislere gönderme yapmaktadır ve Ella isimli karakterin monoloğunda çocukluk fotoğraflarının zorbalık, kimlik hırsızlığı ve hatta istismarcı içerik üretimi için birer silah olarak kullanıldığına yer verilmektedir. Böylelikle video bir çocuğun sanal olarak yetişkine dönüştürüldüğü ve derin sahtecilik pratiklerinin kullanıldığı ilk kampanya videolarından biri olarak YZ'nin yenilik ve acayiplik eksenindeki kesişiminden faydalanmaktadır. Aynı zamanda video hedef kitle için duygusal bir etki yaratacağı düşünülen çocuğun refah içinde yaşama hakkını sadece çocukluk dönemiyle değil, aynı zamanda ileriki yaşam dönemleriyle de ilişkilendirerek vurgulamaktadır. *Deutsche Telekom*'un *#İtinaylaPaylaş (#ShareWithCare)* etiketiyle taçlandırılan farkındalık mesajı daha güvenli çevrimiçi davranışları teşvik etmeye yönelik şirketin daha geniş dijital sorumluluk çabalarıyla da uyum göstermektedir. Hızla viral etki kazanan kampanyanın videosu *YouTube* ve diğer sosyal mecralarda milyonlarca görüntülenme almış ve hem Almanya genelinde hem de uluslararası bağlamda çeşitli tartışmaları gündeme getirmiştir (Saliba, 2023). Ebeveynlerin aşırı paylaşımlarıyla ve çocukların dijital haklarıyla alakalı endişelerin ana akım medyanın söylemine katılma biçimini en iyi yansıtan örnek kampanyalardan biri olarak addedilmiştir.

Konunun önemi dikkate alındığında, mevcut çalışma *Deutsche Telekom*'un "*Ella'nın Mesajı*" başlıklı kampanyasını bir vaka olarak ele almakta ve paylaşanababalık pratiği ile bu pratiğe eşlik eden riskleri çerçevelendirmektedir. İki katmanlı bir amaca sahip olan bu çalışmada, ilk olarak kampanya videosunun ebeveynlere, çocuklara ve teknolojiye ilişkin kullandığı anlatılar, değerler ve varsayımlar üzerinden paylaşanababalık pratiğini nasıl çerçevelendirdiği incelenmektedir. Ardından, bu çerçevelendirmeye yönelik kullanıcı tepkileri analiz edilmektedir.

Özellikle kampanyanın resmi *YouTube* kanalında yayınladığı İngilizce ve Almanca dillerindeki videolara kullanıcıların yaptığı yorumlar incelenmekte ve böylece paylaşanababalık, dijital mahremiyet ve çocuk hakları eksenindeki kamu algısı ve tartışmalar değerlendirilmektedir. İki farklı dildeki söylemlerin ele alınmasıyla kampanyanın mesajının insanlar tarafından yorumlanmasındaki kültürlerarası benzerlikler veya farklılıklara da dikkat çekilmeye çalışılmaktadır. Çalışmanın giriş bölümünde paylaşanababalık pratiğinin yükselişi ve ilişkili risklere yer verilmiştir. Bir sonraki bölümde çalışmanın kuramsal ve kavramsal çerçevesi ele alınmaktadır. Ardından araştırma yöntemi ve bulgular açıklanmakta; sonuç ve tartışma bölümlerinde ise bu bulgular kuramsal ve kavramsal çerçeve doğrultusunda değerlendirilmektedir.

Kuramsal ve Kavramsal Çerçeve

Ebeveynlerin sosyal medya ortamlarında çocuklarıyla ilgili içerikler paylaşması yalnızca çocuklarının yaşamını vitrine taşımanın bir yolu olarak değil, aynı zamanda birer yetişkin olarak öz-ifadelerinin ve kimlik oluşturma süreçlerinin bir biçimi olarak değerlendirilmektedir. Blum-Ross ve Livingstone'un (2017, ss. 110-111) ileri sürdükleri üzere, paylaşanababalık ebeveynler için "dijital öz temsillerini" sunmalarının bir yöntemi olarak anlaşılabilmektedir. Ebeveyn blogger'larla yürüttükleri araştırmalarında yazarlar ebeveynlerin sıklıkla kendi kimliklerinin ve topluluk aidiyetlerinin birer parçası olarak ebeveynliklerinin çevrimiçi bir suretini bilinçli bir biçimde yaratıp sergilediklerini belirtmektedir. Ebeveynlikleriyle ilgili anlarını çevrimiçi kanallarda paylaşmak anne ve babaların kendilerini diğerlerinin gözünde "sevecen ve yeterli bir ebeveyn" olarak konumlandırmalarına olanak tanırken, ayrıca diğer türlü izole bir deneyime dönüşebilecek olan ebeveynlik süreçlerinde destek bulmalarını kolaylaştırmaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 118; Baştemur ve Kurşuncu, 2022, ss. 2915-2916). Bu bağlamda düşünüldüğünde, çocuğun doğum günü partisinden veya futbol maçından bir kare paylaşmak sadece çocukla ilgili olmamakta, aynı zamanda ebeveynin kendi sosyal ağına "bu bir ebeveyn olarak benim" mesajını taşımaktadır. Kimliğin bu ilişkisel yönü merkezi bir konumda yer almaktadır ve bir ebeveynin benliği çocuğuyla iç içe geçmiş olduğundan çocuğunu sosyal medyada paylaşmak kaçınılmaz olarak ebeveynin ebeveynlik imajına da yansımaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 111).

Ancak ebeveynlerin çocuklarının görüntüleri aracılığıyla dijital öz temsillerini gerçekleştirmesi, mahremiyetin sınırları konusunda karmaşık meseleleri gündeme getirmektedir. Ebeveynler sorunların derinliğine inen çeşitli etik ikilemlerle mücadele vermektedir, çünkü kendi kimliklerini birer ebeveyn olarak konumlandırma çabaları çocuklarının hayatlarını kamusallaştırma meselesini kaçınılmaz olarak beraberinde getirmektedir (Darling ve Steinberg, 2017, s. 162; Tosuntaş ve Griffiths, 2024, s. 547; Ugwudike vd., 2024, ss. 514-515). Başka bir ifadeyle, bir ebeveyn ailesinin bir anını veya şirin bir aile fotoğrafını paylaşırken aslında çocuklarının da hayat hikâyesini paylaşmakta ve henüz kendi rızasının olup olmadığını bildiremeyen veya dijital medyaya nasıl yansıtıldıklarını belirlemekte ehliyeti bulunmayan çocuklarının birer birey olarak kişisel detaylarını rızasız olarak kamuya açık hâle getirme potansiyeli taşımaktadırlar. Bu bakımdan ebeveynin ikili bir rol barındırdığını söylemek mümkündür: bir yandan kendi anlatısının yazarı iken, diğer yandan çocuğunun mahremiyetinin vekili olmaktadır. Blum-Ross ve Livingstone (2017, s. 121) ihtiyatlı ebeveyn blogger'ların bu gerilimi "çok yönlü yükümlülükleri aynı anda dengede tutmak" biçiminde yorumladıklarını dile getirmektedir. Bu ebeveyn blogger'lar bir yandan kendi çevrelerine ve dijital topluluklarına, bir yandan kendilerine (örneğin, ebeveynliğin yarattığı zorluklar hakkında kendine karşı dürüst olmak) ve daha da önemlisi hem şimdiki hâlleriyle hem de gelecekteki hâlleriyle çocuklarına karşı yükümlülük hissetmektedirler. Bu blogger ebeveynlerin birçoğu anlatılacak hikâyelerinin ne olduğunun yanı sıra çocuğun kişisel alanını ihlal edebilecek sınırın ne olduğunu belirlemek konusunda kendilerine resmî olmayan kurallar belirlemektedirler. Örneğin, bu ebeveynler ilerde çocuğunu utandırabilecek paylaşımlardan kendilerini alıkoyma eğilimi sergilemektedir. Ancak, bireysel paylaşımı teşvik edip aşırı paylaşımı ödüllendirme meyili gösteren sosyal medyanın sunduğu olanaklar ve kolaylıklar ebeveynlerin sınırlara saygı duymaya yönelik niyetleriyle sıklıkla çatışmaya yol açmaktadır. Dijital platformlar kişisel çıkarlara ve görünürlüğe odaklanan bireyselci kimlik nosyonuna dayanmaktadır ki bu da herhangi bir kimsenin bir ebeveyn veya çocuk olarak içerdiği "ilişkisel özün" temelini çürütebilmektedir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 111). Burada 'ilişkisel öz', bireyin kimliğinin özerk ve atomik bir varlık olarak değil, bakım, sorumluluk ve karşılıklı bağımlılık ilişkileri içinde -özellikle ebeveyn-çocuk ilişkisi bağlamında- şekillenen bir varoluş olarak anlaşılmasını ifade etmektedir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, ss. 110-111). Bu tutarsızlık birçok ebeveyni ikircikli hissettirmektedir; çünkü ebeveynler bir yandan paylaşmaktan keyif alıp paylaşmanın beraberinde getirdiği birliktelik hissiyle dolup taşarken, öte yandan çocuklarının mahremiyetini veya güvenini ihlâl etmekten ötürü endişe duymaktadır. Özetlemek gerekirse, paylaşanababalık pratiği ebeveynlik kimliğinin uygulanmasına yönelik kimlik performansı ve sosyal normlar perspektifinden ele alınmalıdır; ebeveynler kendilerini iyi ve önemseyen ebeveynler olarak çevrimiçi ortamlarda resmetmeye çalışırken aslında çocuklarının çevresindeki "samimi görünümlü gözetim kültürünü" normalleştirmektedir (Leaver, 2017, s. 2; Barnes ve Potter, 2021, s. 9; Tosuntaş ve Griffiths, 2024, s. 552). Ebeveynlerin sosyal medyada sergiledikleri paylaşanababalık pratiklerine bu çerçeveden bakmak, ebeveynlerin yaptıkları paylaşımlara yönelik güdülerini ve gerekçelerini anlamak açısından kolaylık sağlamaktadır.

Riskleri dengeleme noktasında bazı bilim insanları tüm paylaşanababalık pratiklerinin aslında o kadar kötü olmadığına dikkat çekmektedir (Baştemur ve Kurşuncu, 2022, s. 2919; Ugwudike vd., 2024, s. 514). Birçok ebeveyn

paylaşımlarını kapalı, gizli gruplarla sınırlandırmakta veya ölçülü ve hassas bir davranış sergilemektedir. Aynı zamanda paylaşanababalığın olumlu sonuçlarına da değinilmektedir. Paylaşımda bulunan ebeveynler genişletilmiş aile bağlarını güçlendirebilmekte ve hatta çevrimiçi topluluklarından duygusal destek veya ebeveynlikle ilgili ipuçları edinebilmektedir (Baştemur ve Kurşuncu, 2022, ss. 2915-2916). Buradaki etik tartışma aslında paylaşanababalık sürecinde zararı azaltırken faydanın nasıl en yüksek düzeyde elde edilebileceği etrafında dönmektedir. Özellikle bu noktada Plunkett (2019) ebeveynlerin aileleri için kişisel veri etiği yaklaşımı olarak "*paylaşmadan önce düşün*" görüşünü benimsemeleri gerektiğine vurgu yapmaktadır. Plunkett (2019) ebeveynlere paylaşma güdülerini düşünmelerini ve paylaşanababalık pratikleriyle ulaşmaya çalıştıklarının onay mı yoksa tavsiye mi olduğunu belirlemelerini tavsiye etmektedir. Hatta aile üyelerine gönderilecek bir kartpostala veya tatil kartına aileleriyle ilgili bir fotoğraf veya bilgiyi basmalarının gerekmediğini düşünüyorlarsa, benzer şekilde bunu yapmanın internette de bir anlam ifade etmeyeceğini dile getirmekte ve bunu "tatil kartı testi" olarak adlandırıp paylaşmadan önce ebeveynlerin bu testi kendilerine yapmalarını önermektedir. Ebeveynin her bir çocuğu için geliştireceği bir "dijital dosyadan" da bahseden Plunkett (2019, s. 39), çocuğa dair paylaşılan her şeyin daha sonra o çocuğa ilişkin görüşler ve yargılar şekillendirilirken başkaları tarafından erişilebilir kalıcı bir arşive eklendiğini bildirmektedir. Ebeveynlerin çocuklarının verilerini bir sosyal sermaye biçimi olarak nasıl "harcayacaklarına" özellikle karar verirken çocukların gelecekteki özerkliklerine yönelik daha kapsamlı bir sınırlama getirmek ve saygı duymak gerektiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde Steinberg (2008, s. 437) gibi bilim insanları da çocuğu merkeze alan bir yaklaşımın benimsenmesi yönünde çağrıda bulunarak makul olan her zaman çocuğun izninin alınması, gönderilerde çocuğun kimliğinin anonimleştirilmesi veya kapatılması ve gönderinin kimler tarafından görüntülenebileceği konusunda sıkı gizlilik denetimlerinin uygulanması gibi iyi uygulamaları önermektedir. Bu tür iyi uygulamalar aynı zamanda çocuk sağlığı uzmanları ve çocuk hakları örgütleri (UNICEF, vs.) tarafından da dile getirilmekte ve dijital çağda çocukların mahremiyet ve haysiyet hakkının ebeveynlerin önem gösterdiği hususlar arasında olması gerektiği (Tosuntaş ve Griffiths, 2024, s. 553) vurgulanmaktadır.

Çocuk hakları perspektifinden ele alındığında, dijital çağda çocukların mahremiyeti, rızası ve aktörlüğü konusunda paylaşanababalık mevzusu önemli soruları gündeme getirmektedir. *Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Konvansiyonu'na göre (UN Convention on the Rights of the Child - UNCRC),* çocukların aile bağlamını da kapsayan birçok alanda mahremiyet hakkı (Madde 16) (*UN Convention on the Rights of the Child - UNCRC Article 16, 1989*), kendilerini etkileyen kararlarda dinlenme hakkı (Madde 12) (*UN Convention on the Rights of the Child - UNCRC Article 12, 1989*) ve zarardan korunma hakkı (Madde 19) (*UN Convention on the Rights of the Child - UNCRC Article 19, 1989*) gibi çeşitli hakları bulunmaktadır. Geleneksel ortamlarda çocukların çıkarlarına en iyi hizmet edecek biçimde bu hakları koruyup kollama görevi ebeveynlere verilmektedir. Çevrimiçi ortamlarda ise bu görev karmaşıklaşmaktadır. Bu görev karmaşasının sebebi, çocukların kişisel bilgilerini yayanların çoğunlukla ebeveynlerin kendileri olmasıdır. Dolayısıyla, ebeveynler bu yolla çocuklarının mahremiyet hakkını gasp etme potansiyeli taşımaktadırlar. Livingstone ve Third'ün (2017, s. 666) altını çizdiği üzere dijital çağda çocuk hakları bir şekilde göz ardı edilmiş durumdadır ve yalnızca araştırmacılar ile kanun yapıcılar için "gelişmekte olan bir gündeme" dönüşmektedir. Tarihsel düzlemde, internet yönetimi ve denetimi ile veri koruma odağındaki tartışmalar çocukların çıkarlarını en iyimser ihtimalle marjinal bir konu olarak ele almakta ve merkeze yetişkin kullanıcıları yerleştirmektedir. Livingstone ve Third (2017, s. 658) daha fazla çocuk odaklı bir yaklaşım gerekliliğinin altını çizmekte ve UNCRC'nin "önlem", "koruma" ve "katılım" hakları olarak lanse ettiği çocuklara atfedilen üç hakkın (Aruldoss, 2020, ss. 1201-1202; Campbell-Barr, 2021, s. 222) dijital bağlamda yeniden yorumlanmasına çağrıda bulunmaktadır (Livingstone ve Third, 2017, ss. 667-668). Örneğin çocukların mahremiyet hakkı hem çevrimiçi ortamlarda devlet ve şirket gözetiminden hem de çocukların verilerini paylaşma olasılığı bulunan ebeveyn ve akranlarının yaratabileceği mahremiyet ihlâlinden özgür kılınmayı içermelidir. Benzer biçimde katılım hakkı çocukların paylaşılan kendi kişisel bilgileri ve görüntüleri hakkındaki kararlarda söz söyleme hakkına gönderme yapmaktadır; ancak uygulamada oldukça yetersiz sayıdaki yasal çerçeveler ebeveynlerin paylaşımda bulunmadan önce çocuklarının rızasını aramalarını gerekli koşmaktadır. Kuşkusuz Darling ve Steinberg'in (2017, s. 168) paylaşanababalık konusundaki yasal çözümlemesi ebeveynlerin paylaşım hakkı ile çocukların mahremiyet çıkarları arasındaki güncel ve benzersiz çatışmayı gözler önüne sermektedir. Çocukların kendi dijital kimliklerini kontrol etme noktasında yasal veya ahlâkî düzlemde herhangi bir hakkının bulunup bulunmadığını ortaya koymaya çalışan Darling ve Steinberg (2017, ss. 165-166), ebeveynler tarafından paylaşılan verilerde çocukların aktörlüğünü korumaya yönelik mevcut yasaların sınırlı düzeyde kaldığı~~na~~ ve hatta neredeyse hiçbir şekilde yeterli olmadığı sonucuna ulaşmaktadır. Yasal düzlemde korunma hakkının neredeyse hiçbir karşılığının bulunmaması bulgusu, çocukların çevrimiçi özerkliklerinin ve haysiyetlerinin büyük ölçüde ebeveynlerinin sağduyusuna ve farkındalığına dayandığını göstermektedir ki ebeveynlerin sağduyu ve farkındalığına dayandırmak çocukların haklarının çaresiz bir çözüme bağlandığını işaret etmektedir (Steinberg, 2008, s. 438; Campbell-Barr, 2021, s. 225).

Çocukların kendi geleceklerini planlayıp kontrol edebilme haklarını ifade eden (Zwierlein ve Graf, 2010, s. 15) "açık gelecek" (*open future*) hakkı da paylaşanababalık mevzusunda ilgili kavramlardan biri olmaktadır. Etik alanında çalışan bilim insanları çocukların çocukluklarında yaratılan çevrimiçi kayıtlar yoluyla kısıtlanmadan kendi kimliklerini şekillendirerek büyüyebilmeleri gerektiğini savunmaktadırlar. Paylaşanababalık örneğin bir çocuğun utanç verici anları

veya hassas kişisel hikâyeleri internette sonsuza dek kalmaya devam ederse bu gerekliliği karmaşık hâle dönüştürebilmektedir.

Bazı durumlarda çocuklar ve ergenler ebeveynlerinin paylaşımlarına itiraz ederek karşılık vermektedir. Bu durumun en bilinen örneği, Avusturya'daki 18 yaşındaki bir çocuğun ailesini Facebook'ta rızasını almadan bebeklik fotoğraflarını paylaşmaları dolayısıyla dava etmiş olmasıdır (May, 2016). Benzer şekilde Roma Mahkemesi, bir annenin 16 yaşındaki oğluyla ilgili fotoğraf ve kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmasının çocuğa psikolojik zarar verdiğine hükmederek, annenin tüm içerikleri kaldırmasını ve yeni paylaşımları durdurmasını hükmetmiştir ~~emretmiştir~~ (Banterle, 2018). Bu tür vakalar aşırı görünse de yapılan araştırmalar birçok ergenin ebeveynlerinin paylaşımlarından huzursuz olduklarını ve ergenlerin %42'sinin ebeveynlerinin kendileriyle ilgili çevrimiçi ortamlarda aşırı paylaşıma gittiğinden bahsettiklerini (Beauchere, 2019) işaret etmektedir. Bu tür bulgular ve vakalar çocukların dijital ortamlarda nasıl temsil edildikleri konusunda söz söyleme hakkına sahip olduklarına yönelik büyüyen farkındalığı yansıtmaktadır. Buna istinaden birçok ülkede paylaşanababalık konusunda yasal düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. Örneğin Fransa'nın çocuk mahremiyetine yönelik 2023 yılında yürürlüğe giren yasal mevzuatı eğer ebeveynler çocuğun haysiyetini ihlâl edecek paylaşımlarda bulunurlarsa veya çocukların mahremiyet haklarının korunmasının bir gerekliliği olarak aşırı paylaşanababalık faaliyetini durdurma konusunda ebeveynler uzlaşıya varmazsa yargıçlara ebeveynleri kısıtlama yetkisi tanımaktadır (Taskin ve Yigit, 2024). Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) 2023 yılında yapılan bir yasal düzenleme, çocuklarla ilgili paylaşılan içeriklerde çocukların haklarını açıkça tanımakta ve fenomen ebeveynlerin çocuklarının elde edilen kazançlardan belirli bir pay alma hakkını güvence altına almaktadır. (Kindelan, 2023). Özetlemek gerekirse, çocuk hakları perspektifi paylaşanababalık faaliyetlerinin çocukların mahremiyet, katılım ve korunma hakları ile ebeveynlik hakları arasında bir denge kurulması gerektiğini vurgulamaktadır (Tosuntaş ve Griffiths, 2024, s. 553-554). Bu perspektife göre ebeveynler çocuklarının veri gardiyanlarıdır ve bu vasilik durumunun çocukların çıkarlarını en iyi biçimde ebeveynlerin korumalarıyla uyuşması (*UN Convention on the Rights of the Child-UNCRC Article 3, 1989*) gerekmektedir.

YZ ve algoritmik sistemler, ebeveynlik ve çocuk gelişimi bağlamında, Latzer ve Festic'in (2019) belirttiği gibi çocuk koruma filtreleri (örneğin Net Nanny) aracılığıyla zararlı içeriklerin engellenmesi veya eğitim algoritmaları sayesinde öğrencilerin akademik ilerlemesinin takip edilerek hedefe yönelik müdahaleler sunulması gibi önemli avantajlar sağlamaktadır, Ayrıca bu sistemler, kişiselleştirilmiş içerik önerileriyle kullanıcıların ilgi alanlarına uygun bilgilere veya ürünlere hızla ulaşmasını kolaylaştırarak bir tür güçlendirme (empowerment) sunmaktadır (Klimecka ve Vo Hoang Hoai, 2023, s. 15). Ancak bu teknolojiler, Klimecka ve Vo Hoang Hoai'nin (2023, s. 16) TikTok örneğinde vurguladığı üzere, özellikle gençler üzerinde bağımlılık yapıcı etkiler, dikkat süresinin kısalması ve zararlı viral trendlere maruz kalma gibi ciddi riskleri de beraberinde getirmektedir. Bax'ın (2026, s. 420) "algoptikon" olarak tanımladığı gözetim yapısı, eğitim ve sağlık gibi alanlarda çocukların sürekli izlenmesine ve davranışlarının verileştirilmesine yol açarak, onları gelecekteki fırsatlarını etkileyebilecek önyargılı profillemelerin ve tahminleyici denetim mekanizmalarının nesnesi hâline getirmektedir, Dahası, algoritmik sistemlerin şeffaf olmayan yapısı ve moderasyon eksiklikleri, çocukları duygusal manipülasyona, "filtre balonlarına" (Ross Arguedas vd., 2022, s. 6) ve Reynolds ile Hallinan'ın (2024, s. 5122) YouTube bağlamında işaret ettiği gibi kötü niyetli aktörlerin (predatörlerin) hedeflemesine karşı savunmasız bırakarak güvenlik ve mahremiyet sorunları (Barnes ve Potter, 2021, s. 17; Lavorgna vd., 2023, ss.476-477) doğurmaktadır.

Paylaşanababalığın dijital mahremiyet noktasında yarattığı riskler ve etik tartışmalar çerçevesinde paylaşanababalık mevzusu değerlendirildiğinde literatürde son yıllarda pek çok ampirik araştırmanın ve etik odaklı tartışmanın bulunması dikkat çekicidir. Ampirik açıdan yürütülen araştırmalar ebeveynlerin paylaşanababalık pratiklerinin birçok ülkede yaygın olduğunu ortaya koymaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 110; Tosuntaş ve Griffiths, 2024, s. 526). ABD'de 2021 yılında yapılan bir araştırma (Frew ve Petrino, 2025) sonucuna göre katılımcı ebeveynlerin %75'inden fazlası çocuklarını sosyal medya platformlarında paylaşmakta, bu ebeveynlerden %80'i çocuklarının gerçek ismini gönderilerinde yayınlamakta ve neredeyse %25'inden fazlası herkese açık bir profil yönetmektedir. Yine de ebeveynlerin rızaya ilişkin farkındalığı düşük görünmektedir. Öyle ki, araştırmaya katılan ebeveynlerin %24'ü çocuklarının paylaşımını yapmadan önce çocuklarının iznini istediklerini ve yaklaşık üçte birinin hiçbir şekilde izin istemediklerini dile getirmektedir (Frew ve Petrino, 2025). Bu bulgular Avrupa'daki araştırma bulgularıyla örtüşmektedir. Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde yapılan kapsamlı bir araştırmanın bulguları ebeveynlerin yarısından fazlasının çocuklarıyla paylaşanababalık konusunda hiçbir şekilde tartışma yapmadıklarını gösterirken çoğu çocuğun neyin paylaşıldığına dair bihaber olduğunu işaret etmektedir (Choi ve Lewallen, 2018). Bu tür araştırma sonuçları rıza ve tasdikle ilgili etik meseleleri tartışmaya açmaktadır. Küçük çocuklar resmî bir rıza gösteremezken ebeveynlerin en azından çocukların olası taleplerini dikkate almaları veya daha büyük yaştaki (örneğin on veya on iki yaşlarındaki, bilişsel yeterlilik kazanmış) çocuklarının onayını edinmeleri gerektiği tartışılmaktadır (Darling ve Steinberg, 2017, ss. 165-166).

Mevcut çalışma için önemli çağdaş perspektiflerden biri çocukların dijital mahremiyetiyle verileştirme (*datafication*), algoritmik gözetim ve YZ kesişimi olmaktadır (Lupton ve Williamson, 2017). Günümüzün çocukları doğumdan itibaren verileştirilen ilk kuşak olarak nitelendirilmektedir; başka bir tabirle, hayatlarıyla ilgili detaylı dijital

verilerin hem kurumlar hem de şirketler tarafından sürekli toplandığı, saklandığı ve analiz edildiği bir kuşak söz konusudur. Bu durum ebeveynlerin sosyal medya platformunda çocuklarını paylaşmalarıyla başlayıp her bir çocuk için hep birlikte dijital bir dosya oluşturan akıllı oyuncaklar, ev gözetimi kameraları, eğitici uygulamalar, sağlık kayıtları ve sayısız diğer kaynaklara kadar uzanmaktadır. Lupton ve Williamson (2017, s. 781) bu olguyu "verileştirilmiş çocuk (*datafied child*)" doğuşu ve çocukluğun en samimi yönlerinin bile dâhil olduğu tüm veriler yoluyla her tarafa yayılan gözetimin, yani "veri gözetlemenin (*dataveillance*)" yükselişi olarak adlandırmaktadır. Bu olguyu şu sözlerle açıklamaktadırlar: "günümüzde dijital hem kamusal hem de özel sektörün gözetim biçimlerini bir çocuğun hayatının mahrem alanına taşımakta ve doğumlarını, uykularını, oyunlarını, konuşmalarını, öğrenmelerini ve çok daha fazlasını takip etmekte". Özellikle algoritmik tahakküm, paylaşanababalık olgusuyla birleştiğinde, çocukları henüz kendi rızaları olmaksızın, Bax'ın (2026, s. 420) "algoptikon" olarak kavramsallaştırdığı görünmez, öngörüsel ve her yere nüfuz eden bir gözetim ağının veri nesneleri haline getirmektedir. Ebeveynlerin çevrimiçi paylaşımları, çocukların fiziksel varlıklarından bağımsız "veri çiftlerini" (data doubles) oluşturarak (Bax, 2026, s. 416), onların kişisel verilerini dijital ekonominin bir "para birimi" gibi işleyen (Larsson, 2018, s. 2) ve ticari çıkarlar doğrultusunda profillendiren bir sisteme veri sağlamaktadır (Larsson, 2018, ss. 2-3; Bax, 2026, s. 419). Bu durum, algoritmaların çocukları belirli içerik ve tüketim kalıplarına hapsederek "filtre balonları" yaratmasına (Ross Arguedas vd., 2022, s. 17) ve Izyumenko ile Senftleben'in (2025) belirttiği üzere, onların gelecekteki özerkliklerini ve seçim özgürlüklerini kısıtlamasına (s. 48) yol açmaktadır. Dahası, algoritmik tahakkümün şeffaf olmayan "kara kutu" yapısı (Larsson, 2018, s. 7) ve rıza mekanizmalarının çocuklar üzerindeki işlevsizliği, çocuğun mahremiyet hakkını ihlal ederken, onları ticari manipülasyona ve güvenlik risklerine karşı savunmasız bırakarak temel çocuk haklarıyla çelişen derin bir güç asimetrisi yaratmaktadır (Danaher vd., 2017, s. 2). Kısacası, ebeveynlerin ultrason resmini paylaştıkları veya bir bebek profili oluşturduğu andan itibaren çocuklar veri ekonomisine görünür kılınmaktadır. Lupton ve Williamson'un (2017, s. 786-787) da tartıştığı üzere, bu durum gizlilik ve bireyliğin geleneksel anlayışına meydan okumaktadır. Bireylerin kendi tercih ve iradeleriyle kamusal alana adım atmadıkları takdirde çoğu zaman özel alanlarında kaldığı düşünülmektedir, ancak günümüzde çocuklar herhangi bir şekilde kendi tercih ve iradelerine yönelik bir eylemde bulunmaksızın dijital görünürlüğün içine doğmaktadır. Lupton ve Williamson'un (2017, s. 788) acı bir şekilde ulaştığı sonuç, aslında çocukların güçlü olan başkalarının çıkarına olacak biçimde algoritmik topluluklar olarak yapılandırılmış olmasıdır. Başka bir ifadeyle, çoğunlukla ebeveynler aracılığıyla derlenen çocuklara ait veri izleri hedefli reklamcılık, tahmine dayalı tüketici analizleri ve hatta hükümet profillemesi gibi gayeleri bulunan üçüncü partilerin çıkarlarına hizmet etmek üzere algoritmalar tarafından toplanmakta ve işlenmektedir. Çocukların verilerinin bu şekilde metalaştırılması haklarını ve özerkliklerini baltalamaktadır. Livingstone ve Third'ün (2017, s. 665) gözlemlerine yansıdığı üzere, "çocuklar kendi sesleriyle konuşan özneler olmaktan uzaklaştırılıp, başkalarının onlar adına konuştuğu temsil nesnelerine dönüşmektedir" ve istemleri alınmadan kendileri hakkında toplanan veriler tarafından gittikçe daha çok tanımlanan kimlikleri ile baş başa kalmaktadır. İronik biçimde ebeveynler çocuklarını koruma niyetlerine rağmen bunun önünü açabilmektedir. Livingstone ve Third'ün (2017, s. 663) vurguladığı gibi ebeveynler UNCRC (*UN Convention on the Rights of the Child-UNCRC Article 3, 1989*) tarafından birincil koruyucu olarak konumlandırılmaktadır, ancak dijital çağda ebeveynler bu konumun gerektirdiği koruyuculuk rolünde oldukça güçsüzleştirilmiştir ve istemsiz bir şekilde veri maruziyetine katkıda bulunabilmektedir.

Paylaşanababalığın yarattığı riskleri kuvvetlendirmede YZ'nin oynadığı rol son zamanların odak noktalarından biri olmaktadır. Özellikle bu rolün iki yönü göze çarpmaktadır: görsellerin algoritmik analizi ve üretken YZ'nin sahte içerik oluşturabilme becerisi (Barassi, 2025, s. 14). Görsellerin algoritmik analizi açısından bakıldığında, yüz tanıma ve YZ'yle görsel çözümlemesi çevrimiçi ortamlarda paylaşılan çocukların fotoğraflarının otomatik biçimde tanınmasını, etiketlenmesini ve diğer mevcut bilgilerle eşleştirilmesini mümkün kılmaktadır. Teknoloji şirketleri fotoğraf etiketleri önermek ve görselleri düzenlemek için zaten yüz tanıma teknolojilerine başvurmaktadır ve aynı teknoloji bir yabancının veya algoritmanın bir çocuğu paylaşıldığı bağlam dışında da rızası veya farkındalığı olmadan tanımasına olanak sağlamaktadır (Barassi, 2025, s. 18). Bu durum anonimliği ortadan kaldırmaktadır. Hayatı yoğun biçimde çevrimiçi ortamlarda sergilenen bir çocuk platformlar arasında YZ tarafından kolaylıkla takip edilebilmektedir ve çocuğun dış görünüşü, ilişkileri ve faaliyetleri konusunda zengin bir profil bu yolla oluşturulabilmektedir. Dahası, ebeveynlerin herkese açık olarak paylaştıkları da dâhil olmak üzere görsellerin yer aldığı geniş veri setleri YZ algoritmalarını eğitmek üzere sıklıkla dijital kaynaklardan toplanmaktadır. Yüz tanıma sistemleri veya diğer YZ modellerini geliştirmek üzere bu veri setleri çocuğun veya ebeveynlerinin bilgisi dâhi olmadan etkin bir biçimde kullanılabilmektedir (Barassi, 2025, s. 25). Bu da YZ geliştiricileri tarafından çocukların verilerinin suistimal edilmesi ve bilgilendirilmiş rızalarının alınması hususunda soruları gündeme getirmektedir ki bu konu UNICEF'in Global İçgörü Ofisi (*UNICEF, 2025*) gibi dijital hak savunucularının işaret etmeye başladığı bir meseleye dönüşmektedir.

Üretken YZ'nin (örneğin, derin sahtecilik [*deepfake*] teknolojisi yoluyla) sahte içerik oluşturabilme becerisi ise potansiyel olarak yeni zararlara yol açmaktadır. Derin sahtecilik asla var olmayan olayları veya kimlikleri betimleyen, YZ tarafından üretilen sentetik görsel veya videoları ifade etmektedir (Barassi, 2025, s. 27; Chesney ve Citron, 2018, s. 1755). Şimdiye kadar derin sahteciliğe odaklanan söylemler daha çok siyasi sahte haberlere veya rızaî olmayan yetişkin pornografisine yönelse de çocuklar bu tehditten muaf tutulmamaktadır. Derin sahteciliğin kötüye kullanılma potansiyeli

düşünüldüğünde bireylerin görüntülenmeye yönelik hakları kadar dijital kimliklerinin korunmasına yönelik hakları da ihlâl edilmektedir ki bu durum özellikle çocuklar açısından ele alındığında iki yönlü sorun ortaya çıkmaktadır (Chesney ve Citron, 2018, s. 1792). İlk olarak çocukların dijital ayak izleri ebeveynlerinin aşırı paylaşımları dolayısıyla rıza göstermedikleri düzeyde gelecekteki yaşamlarını tehlikeye atacak duruma gelebilmektedir. Öyle ki derin sahtecilik yoluyla çocuğun görüntüleri başka biçimlere dönüştürülerek sonraki yaşamlarında (örneğin, iş hayatındaki mülakatlarda) bir soruna dönüşebilecektir. İkincisi, henüz bilişsel süreçleri gelişmemiş olan çocukların karşısına çıkan derin sahte içerikler çocukların gerçeklik algısını bozarak olayları farklı yorumlamalarına ve hayatlarını tehlikeye dâhi atabilmelerine yol açabilecektir (Chesney ve Citron, 2018, s. 1793).

Yöntem

Bu araştırmada kampanya videosunun çerçeveleme analizinin yanı sıra *YouTube* kullanıcı yorumlarının tematik analizinin gerçekleştirildiği karma yöntemli bir araştırma tasarımına başvurulmuştur. Bu yolla hem kampanya mesajının oluşturulmasına hem de izlerkitle alımlamasına dair iki yönlü bulgulara ulaşılması hedeflenmiştir. Çerçeveleme analiziyle *Deutsche Telekom*'un derin sahtecilik yoluyla tasarladığı "*Ella'nın Mesajı*" başlıklı videosunun paylaşanababalığı ve çocuk mahremiyetini nasıl tanımladığı ve resmettiği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Tematik analiziyle amaçlanan ise video alımlayıcılarının kampanya mesajına kendi ifadeleriyle nasıl tepki verdiğini keşfetmektir. Bu iki yöntemi bir araya getirerek kampanyanın yürüttüğü iletişim faaliyetine ilişkin daha kapsamlı bir anlayış geliştirilebileceği düşünülmüştür. Genel olarak keşfedici ve yorumsamacı niteliği bulunan araştırma tasarımı hem kampanya videosundaki anlatıları hem de tüketici yorumlamaları anlamaya yönelik araştırma amacıyla uyum taşımaktadır.

Veri toplama sürecinde ele alınan iki tür veri bulunmaktadır: Kampanya videosu ve *YouTube* yorumları. Çerçeveleme analizi kapsamında incelenecek olan "*Ella'nın Mesajı*" başlıklı videolar iki adet olup *Deutsche Telekom* tarafından hem Almanca hem İngilizce olarak hazırlanmıştır. Her iki video da yaklaşık 2 dakika 45 saniye sürmekte olup paylaşanababalık hakkında dramatize edilmiş bir anlatıyı içermektedir. Video akışında küçük kızı Ella'nın görüntülerini annesinin paylaştığı, bu görüntülerin daha sonra kimliği bilinmeyen taraflarca YZ kullanılarak kötüye kullanıldığı ve derin sahtecilik yoluyla yaratılan Ella'nın ergenlik çağındaki hâlinin annesinin çocukluk fotoğrafını yanlış kullanması dolayısıyla annesiyle yüzleştiği görülmektedir. Hem Almanca hem de İngilizce dillerinde benzerlik gösteren bu anlatı, çerçeveleme analizinde "metin" olarak ele alınmaktadır. Herkese açık olarak paylaşılan videonun yüksek kaliteli versiyonu *YouTube*'dan edinilerek hem dış sesin hem de diyalogların ve video yazılarının kelimesi kelimesine deşifrelemesi yapılmıştır.

Çalışma kapsamında incelenen videolara ait *YouTube* yorumları ise hem Almanca hem de İngilizce paylaşımlardan ayrı ayrı toplanmıştır. Bu süreçte *MAXQDA 2024* programına gömülü olan *YouTube Data Importer* eklentisi yoluyla Almanca videoya yapılan 386 yorum ve İngilizce videoya yapılan 1027 yorum olmak üzere toplamda 1413 yorum MAXQDA çalışma dosyasına aktarılmıştır. Toplanan tüm yorumlar halka açık yorumlar olup herhangi bir kişisel bilgiyi işaret eden veriye yorumların bulunduğu veri setinde yer verilmemiştir.

Kampanya videosunun analizi sürecinde Entman'ın (1993) çerçeveleme analizi modeline başvurulmuştur. Çerçeveleme analizinin paylaşanababalık ve çocuk mahremiyeti konusu etrafında kampanya videosunun anlamı nasıl yapılandırdığını anlamaya olanak sağlaması dolayısıyla çerçeveleme analizinin uygun olduğu düşünülmüştür. Entman'a (1993) göre çerçeveleme, bir metinde gerçekliğin belirli boyutlarının seçilerek daha belirgin ve görünür kılınması yoluyla, özgül bir sorun tanımı, nedensel atıf, ahlaki yargı ve/veya çözüm yöneliminin teşvik edilmesi sürecini içermektedir. Başka bir deyişle, medya dört temel işlevi yerine getirmeye çalışmaktadır: sorunları tanımlamak, nedenleri teşhis etmek, ahlaki yargılarda bulunmak ve çözüm önerileri sunmak. Entman'ın (1993) bu modeli, dijital çağda çocukların mahremiyeti konusunu kampanya videosunun nasıl çerçevelendirdiğini çözümlemek açısından sınırları net bir şema sunmaktadır. Bu çalışmada çerçeveleme modelinin basamakları araştırmanın analitik kategorileri olarak işlev görmektedir. Kampanya videosunun anlatısı çerçeveleme analizi modelindeki basamaklar açısından değerlendirilirken, merkezdeki sorun olarak hangi meseleye kampanya videosunda değinildiği hususu "sorunun tanımlanması" basamağında ele alınmış ve paylaşanababalık ve çocukların rızasının eksikliği sorununu videonun nasıl tanımladığı incelenmiştir. Nedensel atıf basamağında ise tanımlanan sorunun nedenleri veya aktörleri olarak kimlere atıfta bulunulduğu ele alınmıştır. Ahlaki yargılama basamağında soruna ilişkin hangi ahlaki yargılara veya duygusal tonlamaya başvurulduğu dikkate alınmıştır. Son olarak, çözüm önerme basamağında hangi önlem veya aksiyonların savunulduğuna dair inceleme yapılmıştır. Özellikle bu basamakta, kampanyanın hem sözel hem de yazılı mesajlarında açıkça hangi çözüm önerilerinde bulunulduğuna dair not alınmıştır.

Çerçeveleme analizinin akabinde kampanya videosuna yapılan *YouTube* yorumlarını çözümlemek için, metinsel verilerin içerdiği desenleri, yani temaları, belirlemek ve yorumlamak üzere esnek bir niteliksel veri analizi yöntemi olması dolayısıyla Braun ve Clarke'ın (2006) önerdiği altı aşamalı tematik analiz modeline başvurulmuştur. Braun ve Clarke'ın (2006) tematik analiz modeli, nitel verilerin sistematik fakat esnek bir biçimde analiz edilmesini sağlayan, altı aşamalı ve yinelemeli bir analitik süreç olarak tanımlanmaktadır. İlk aşamada araştırmacı, veriyle yoğun biçimde

etkileşime girerek metinleri tekrar tekrar okumakta ve ilk analitik notları alarak veriye aşinalık kazanmaktadır; bu aşama, anlam örüntülerinin fark edilmesi açısından önemli bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Braun ve Clarke, 2006). İkinci aşamada, veri setindeki anlamlı özellikler tümevarımsal ya da tümdengelimsel biçimde kodlanmaktadır; bu kodlar, temalara kıyasla daha dar ve esnek analitik etiketler olarak ele alınmaktadır. Üçüncü aşamada kodlar bir araya getirilerek, araştırma sorusuyla ilişkili daha geniş anlam örüntülerini temsil eden temalar taslak hâlinde oluşturulmaktadır. Dördüncü aşama, bu temaların hem kendi iç tutarlılığı hem de tüm veri setiyle uyumu açısından gözden geçirilmesini içermektedir; bu süreçte temalar birleştirilebilmekte, ayrıştırılabilmekte veya elenebilmektedir. Beşinci aşamada her bir temanın analitik özü net biçimde tanımlanmakta ve temalara, kapsadıkları anlamı açıkça yansıtan isimler verilmektedir; böylece betimleyici düzeyden yorumlayıcı düzeye geçilmektedir. Son aşamada ise temalar, seçilmiş veri alıntılarıyla desteklenerek kuramsal çerçeve ve ilgili literatürle ilişkilendirilen bütünlüklü bir akademik anlatı hâline getirilmektedir. Braun ve Clarke'a (2006) göre tematik analizin analitik gücü büyük ölçüde bu raporlama aşamasındaki derinliğe bağlıdır. Braun ve Clarke'ın (2006) önerdiği tematik analizdeki aşamalar izlenerek yorum verilerinden tümevarımsal olarak temaları geliştirmek üzere sistematik biçimde yorumların kodlanması süreci gerçekleştirilebilmiş ve önceden belirlenen kavramlardan ziyade yorum yapan kullanıcıların kendi ifadeleriyle temellendirilen bir analiz yürütülebilmiştir.

.

Bulgular

Bu çalışmada iki aşamalı yürütülen analiz süreci sonrasında elde edilen bulgular, kampanya videosunun çerçeveleme analizinden elde edilen bulgular ile videoya yapılan yorumların tematik analizinden elde edilen bulgular olmak üzere iki alt başlıkta sunulmaktadır.

Entman'ın (1993) çerçeveleme analizi kampanyanın reklamvereni olan *Deutsche Telekom*'un tutarlı ve yüksek etkiyi hedefleyen bir çerçeveleme stratejisini benimsediğini ve paylaşanababalığı dijital gözetimin, duygusal akıbetlerin ve ebeveyn sorumluluğunun şekillendirdiği çok yönlü bir risk olarak sunduğunu göstermiştir. "*Ella'nın Mesajı*" videosunda çerçeveleme analizi modelinin dört unsuru kolaylıkla fark edilebilir bulunmuştur.

Sorunun tanımlanması aşamasında paylaşanababalığın bir rıza ve teşhir krizi olarak sunulduğu tespit edilmiştir. Kampanya videosu çocukların ebeveynleri tarafından salahiyetsiz biçimde dijital teşhirini merkezi sorun olarak ele almıştır. Olay örgüsü, Ella'nın özellikle derin sahtecilik ve ses sentezi yoluyla teknolojik olarak yaşlandırılmış versiyonunun annesiyle karşı karşıya getirilmesiyle ve özel çocukluk görsellerini çevrimiçi ortamlarda paylaşması dolayısıyla yüzleştirilmesiyle başlatılmıştır. Bu tür bir canlandırma paylaşanababalığı yalnızca kötü sonuçları olan bir ebeveyn davranışı olarak değil, aynı zamanda çocuk için uzun vadede itibar ve psikolojik açıdan olumsuz sonuçları olabilecek bir eylem olarak tanımlamıştır. YZ tarafından üretilmiş bir çocuğun ebeveynleriyle yüzleştiği bir sahnenin kullanılmasıyla video, sorunu salt bir aşırı teşhir durumundan dijital kimliğin denetiminin kaybı durumuna taşımıştır. Bu çerçeve çocuklukta paylaşılan görsellerin özellikle YZ devreye girdiğinde tahmin edilemeyecek düzeyde kalmaya devam ettiğini ve yeniden karşılaşılabileceğini işaret etmiştir. Çocukların dijital izlerinin görünürlüğünün sürdürülebilirliği konusundaki literatürde yer alan endişelerle (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, ss. 120-122; Leaver, 2017, s. 3) bu çerçeve uyum göstermektedir.

Nedensel atıf aşamasında videonun hem ebeveynleri hem de YZ'yi zararın ikili aktörleri olarak tanımladığı dikkat çekmiştir. Bir başka ifadeyle, kampanya videosu hem ebeveynleri hem de teknolojiyi sorumlu olarak belirlemiştir. Burada ebeveynler sevginin, gururun veya sosyal medya kültürünün tetiklediği gelecekteki zarara farkında olmadan katkıda bulunan kimseler olarak tanımlanmanın yanı sıra, asla rızası alınmayan çocukların dijital ayak izlerini yaratma konusunda suç ortağı olarak ifade edilmiştir. YZ'nin sunduğu olanaklarla derin sahteciliğin kullanımı bir verinin çevrimiçi ortamda bulunur bulunmaz, artık ailenin kontrolünün ötesine geçerek algoritmik olarak yeniden kullanılmaya açık olacağını ileri sürmüştür. Burada nedensel atfın hem ebeveynlere hem de YZ'ye atanması hibrit bir nedenselliği yansıtmıştır. Bir yanda ebeveynlerin bireysel olarak nedenselliği varken, bir yanda ise teknolojik altyapının sistemik olarak nedenselliği söz konusu olmuştur ki bu da risklerin hem platformlar hem de kullanıcılar tarafından berabere oluşturulduğunu ileri süren Livingstone, Mascheroni ve Stoilova'nın (2023) görüşüyle örtüşmektedir.

Ahlaki yargılama aşaması bakımından incelendiğinde, paylaşanababalık kampanya videosunda ihanet ve sorumsuzluk olarak değerlendirilmiştir. Kampanya videosunun duygusal zirvesi Ella'nın çocukluğunu tüm dünyayla herhangi bir şekilde Ella'ya sormadan ve Ella'dan rızasını almadan annesinin paylaşması sebebiyle annesini suçladığı kısımda yaşanmıştır. Ella'nın ses tonu oldukça ciddi, kasvetli, suçlayıcı ve pişmanlık içermektedir. Ebeveynler şeytan gibi gösterilmemiştir ancak yaptıklarının sorumluluğu atfedilmiştir; bu da çerçevenin, koruma sorumluluğunu gösteri yapma eğiliminin önüne koyan bir ahlaki zorunluluğa dayandığını göstermiştir. Kampanya videosundaki duygusal yoğunluk ebeveynlerin suçluluğunu ve empatisini birleştiren dijital haklara yönelik kampanyalarda sıklıkla karşılaşılan (Choi ve Lewallen, 2018, s. 144-145) güçlü bir duygusal çerçeve yaratmıştır. Mutlu ve masum çocukluk fotoğraflarına kaygılandırıcı müziğin ve eleştirel monoloğun eşlik etmesi ahlaki çerçeveyi derinleştirerek sevgiye dayalı eylemlerin bile çocukların özerkliklerinin ihlaline yol açabileceğini vurgulamıştır.

Kampanya videosunun çözüm önerisi çerçevesinde çevrimiçi ortamlarda sorumluluğu önceleyen paylaşımlarda bulunmak bir vatandaşlık görevi olarak ele alınmıştır. Video sonunda *"#ShareWithCare"* ("*#İtinaylaPaylaş*") şeklindeki bir eylem çağrısına rastlanmıştır. Herhangi bir resmî çözüm önerilmemiş olsa da eylem çağrısındaki mesaj rızaya dayalı, kendi kendini denetleyen bir dijital ebeveynliğe doğru olan yönelimi vurgulamıştır. Paylaşmaktan uzak durmak yerine, kampanya görünürlük ve mahremiyet arasında bir denge kurulmasını önermiş ve bu şekilde Dobson ve Jay'in (2020) "etik olarak aracılanmış dijital mevcudiyet" nosyonuyla eşgüdüm sağlamıştır. Dijital ebeveynliği ahlaki bir sorumluluk ve bir vatandaş görevi olarak çerçevelendirirken *Deutsche Telekom* kendini teknoloji markalamasında yeni eğilimlerden biri olan veri etiğinin (Autenrieth, 2018, s. 220) kurumsal bir savunucusu olarak konumlandırmıştır.

Kampanya videosuna yapılan toplamda 1413 yorumun tematik analizinden her biri farklı alt temalar içeren beş temel temaya ulaşılmış ve bu beş temel temaya İngilizce ve Almanca yorumları içeren veri setinde çeşitli düzeylerde rastlanmıştır. Veri setinde yer alan yorumların ortak yönlerinden hareketle temalar ve alt temalar belirlenmiştir. Akabinde bu tema ve alt temaların veri seti içinde hangi sıklıkta yer aldığını belirlemek amacıyla frekansları hesaplanmıştır. Ancak temaları ve alt temaları belirleme noktasında frekans yerine veri setindeki yorumların odaklandıkları temel meseleler dikkate alınmıştır. Temalara ilişkin detaylı bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tema 1: Dijital Gizlilik ve YZ Endişesi

Bu temada özellikle üretken YZ gibi ileri düzey teknolojilerin çağında çevrimiçi ortamlarda çocuklara ait içeriklerin paylaşılmasına ilişkin yaygınlaşan kamu endişesine değinen yorumlara yer verilmiştir. Bu tema, yorumların genelinde ve özellikle İngilizce videoya yapılan yorumlarda en baskın temalardan biri olarak ortaya çıkmıştır. Bu tema kendi içinde üç adet alt temadan oluşmuştur: 1) Denetim Kaybı ve Verinin Kalıcılığı; 2) Derin Sahtecilik ve Sentetik Medya Korkusu; 3) Platformlara Yönelik Güvensizlik ve Gözetim.

Yorumları içeren veri seti içerisinde "denetim kaybı ve verinin kalıcılığı" alt teması kapsamında dijital verinin kalıcılığından kaynaklı yorum yapan kullanıcıların paylaştığı korkulara yer verilmiştir. Bu yorumlar özellikle herhangi bir şeyin çevrimiçi ortamlarda paylaşıldığında artık kontrol ve denetimin kaybedildiğine ilişkin düşüncelere işaret etmiştir. Örnek birkaç yoruma aşağıda yer verilmiştir:

"*Bu video bana internetin asla unutmadığını hatırlattı. (This video reminded me that the internet never forgets.)*"

"*Sanki çoktan verilerim üzerindeki kontrolümü kaybetmişim gibi hissediyorum. (Ich habe das Gefühl, dass ich längst keine Kontrolle mehr über meine Daten habe.)*"

Bu alt temada yer alan ifadeler, verilerin kalıcılığı ve dijital hayattaki geçici sınırlılıkların silinmesine ilişkin uyarıda bulunan önceki çalışmaların bulgularıyla (Kumar ve Schoenebeck, 2015; Livingstone ve Third, 2017; Tosuntaş ve Griffiths, 2024) örtüşmektedir.

Dijital gizlilik ve YZ endişesi içinde yer alan ikinci alt tema derin sahtecilik ve sentetik medya korkusuna temas eden yorumları içermiştir. Kampanya videosundaki Ella karakterinin sentetik sesinin kullanılması ve yüzünün değiştirilmesi şaşkınlıktan dehşete kadar oldukça çeşitli tepkileri doğurmuş ve YZ'nin paylaşanababalığın yarattığı algılanan riski ne kadar yoğunlaştırdığının altını çizmiştir. Bu alt temaya yönelik örnekleyici yorumlar aşağıda sunulmuştur:

"*Derin sahtecilik bunu daha da sarsıcı kılıyor. Sanki gelecekten gelen bir hayalet gibi. (The deepfake makes this hit harder. Feels like a ghost from the future.)*"

"*YZ rahatsız edici ölçüde gerçekçi. Görsellerin ne denli tehlikeli olabileceğini ortaya koyuyor. (Die KI ist beängstigend echt. Es zeigt, wie gefährlich Fotos werden können.)*"

Bu alt temada değerlendirilen yorumlarda kullanıcılar çoğunlukla YZ teknolojilerinin yeni ve daha ciddi zararlara sebep olduğunu ifade etmektedir ki bu mesele son zamanlardaki dijital etik araştırmalarında (Hanna ve Kazim, 2021; Peltz ve Street, 2020) geniş ölçüde yer bulan endişelerin kaynağını oluşturmaktadır.

Bu tema altında değerlendirilen üçüncü alt tema ise platformlara yönelik güvensizliği ve gözetimi kapsamıştır. Bu alt temayı oluşturan 41 yorumun genelinde kullanıcılar veri sömürgeciliğine imkân tanıyan veya bundan nemalanan teknoloji şirketlerinin ve dijital altyapıların rollerine dikkat çekerek bu kurum ve şirketleri eleştirmiştir:

"*Aşırı paylaşım yapmıyoruz-algoritmayı besliyoruz. (We're not just oversharing-we're feeding the algorithm.)*"

"*Bu platformlara zerre kadar güvenmiyorum. (Ich vertraue diesen Plattformen keinen Zentimeter.)*"

Platformlara yönelik güvensizlik ve gözetim konularını içeren bu alt temadaki yorumlar, aile verisinin metalaştırılması ve gözetim kapitalizmine ilişkin artan kamu endişesinin bir yansıması (Zuboff, 2019, s. 25; Peltz ve Street, 2020, s. 97; Hanna ve Kazim, 2021, s. 406) olarak yorumlanmıştır. Dijital gizlilik ve YZ endişesi teması, üretken yapay zekâ teknolojilerinin çocuklara ait çevrimiçi içeriklerin dolaşımını hızlandırmasının ötesinde, bu içeriklerin algoritmik sistemler aracılığıyla yeniden sınıflandırılması, öngörülmesi ve ekonomik değere dönüştürülmesine yönelik daha derin yapısal kaygıları yansıtmaktadır. Yorumlar, dijital ortamda paylaşılan verilerin kalıcılığı nedeniyle ebeveynlerin ve çocukların veri üzerindeki denetiminin zayıfladığını vurgularken, bu durumu yalnızca bireysel bir mahremiyet ihlali olarak değil, çocukların gelecekteki özerkliğini sınırlayan algoritmik bir tahakküm biçimi olarak kavramsallaştırmaktadır (Livingstone ve Third, 2017, s. 665). Özellikle derin sahtecilik ve sentetik medya

uygulamalarına yönelik tepkiler, YZ'nin çocuk temsillerini bağlamından koparark yeniden üretme kapasitesinin, platformların tahmin, yönlendirme ve görünürlük rejimlerini güçlendirdiğine işaret etmektedir. Bu bağlamda platformlara yönelik güvensizlik içeren yorumlar, çocuk verisinin gözetim kapitalizmi ve veri sömürgeciliği içinde algoritmik karar mekanizmalarına tâbi kılındığına dair eleştirel literatürle örtüşmekte; dijital platformların ebeveynlik pratiklerini bireysel tercihlerden ziyade algoritmik mantıklar üzerinden şekillendiren baskın aktörler hâline geldiğini göstermektedir (Beer, 2017; Zuboff, 2019; Hanna ve Kazim, 2021).

Tema 2: Çocukla Empati ve Duygusal Özdeşleşme

Kampanya videosundaki ana karakter olan Ella'nın deneyimleriyle kullanıcıların nasıl empati kurduğuna özellikle yoğunlaşan bu temada ebeveynlerin hissettikleri aydınlanma veya suçluluk duygusuna ilişkin yorumlar dikkat çekmiştir. Genel olarak veri setinde en sık karşılaşılan temanın bu tema olduğunu söylemek mümkündür. Bu temanın da "duygusal şok ve ebeveynlerin suçluluk duygusu", "Ella karakteriyle özdeşleşme" ve "kampanyaya yönelik duygusal minnettarlık" başlıklarında üç alt temadan oluştuğu görülmüştür.

Duygusal şok ve ebeveynlerin suçluluk duygusunu ele alan ilk alt temada bazı yorum yapan kullanıcıların hissettikleri duygusal rahatsızlık veya suçluluk gibi duygularını paylaştıkları, bazılarının da önceki davranışlarının farkına vararak pişmanlık duyduğuna ilişkin ifadelerde bulundukları anlaşılmıştır. Bu alt temayı temsil eden örnek yorumlara aşağıda yer verilmiştir:

"*İzin bile almadan paylaştığım onca şeyi düşününce gözlerim doldu. (I teared up thinking about all the stuff I've shared without asking.)*"

"*Bu beni resmen silkeleyip uyandırdı. (Das hat mich richtig wachgerüttelt.)*"

İkinci alt temada yorum yapan kullanıcıların kampanya videosundaki "Ella" karakteriyle özdeşleme kurdukları görülmüştür. Özellikle kendi çocuklarını Ella'nın yerine koydukları ve bunun üzerinden düşüncelerini ve duygularını paylaştıkları fark edilmiştir. Bu farkındalık, kampanyanın çerçeveleme stratejisinin kasıtlı olarak uyandırdığı duygusal durumu yansıtmıştır.

"*Sanki bütün bunları bana kızım söylüyormuş gibi. Burada kendimi görüyorum—ve utanıyorum. (It's like my daughter is telling me all this. I feel seen—and ashamed.)*"

"*Bu kızda kendi kızımı görüyorum (Ich sehe meine Tochter in diesem Mädchen.)*"

Kampanyanın Almanca ve İngilizce dillerindeki videolara yapılan yorumların önemli bir kısmında kullanıcıların kampanyadaki hikâyeyle aralarında kurdukları duygusal bağdan ötürü kampanyaya minnettarlık duyduklarını belirttikleri tespit edilmiştir. Özellikle insanların yaşamlarına ilişkin ciddi bir önemi bulunan bir meseleye yönelik "kullanıcıların "farkındalığını arttıracak düzeyde gözlerini açmalarına" ve "duyulması gereken mesajı kampanyanın yayma çabasına" büyük oranda övgüde bulundukları fark edilmiştir. Kampanyaya ve reklamverene yönelik destekler aşağıdaki örnek yorumlarda kendini göstermiştir:

"*Bunun için teşekkürler. Gerçekten düşünmemi sağladı. (Thank you for this. It really made me think.)*"

"*Telekom'a bu video için gerçekten minnettarım. (Ich bin Telekom für dieses Video wirklich dankbar.)*"

Kullanıcıların kampanyaya gösterdiği bu duygusal geri dönüşler etik düşünce biçiminin yaygınlaştırılması için ihtiyaç duyulan empati duygusunun yayılmasında (Chouliaraki, 2017) başarılı olunduğunu işaret etmiştir.

Tema 3: Ebeveyn Sorumluluğu, Direnç ve Meşrulaştırma

Paylaşanababalığın yarattığı risklerin anlatıldığı kampanya videosuna yapılan yorumların odaklandığı üçüncü tema ise "ebeveyn sorumluluğu, direnç ve meşrulaştırma" olarak adlandırılmıştır. Bu tema kampanya mesajı karşısında ebeveynlerin kendilerini nasıl konumlandırdıklarına odaklanmış olup yorumların bazılarının kampanya mesajını desteklediği görülürken diğerlerinin dijital davranışlarını meşrulaştırma çabasında oldukları gözlenmiştir. Bu tema üç alt temadan oluşmuştur: 1) Öz eleştiri ve kendine yönelik tepki; 2) Bağlamsal paylaşımların meşrulaştırılması; 3) Direniş ve kültürel norm olarak paylaşanababalık.

Öz eleştiri ve kendine yönelik tepki alt temasındaki yorumlarda kullanıcılar videoyu izledikten sonra ya eski içeriklerini sildiklerini ya da dijital alışkanlıklarını yeniden değerlendirdiklerinden bahsetmiştir. Bu alt temaya örnek yorum aşağıda sunulmuştur:

"*Bugün 300'den fazla gönderi sildim. Daha önce bunu hiç böyle düşünmemiştim. (I deleted over 300 posts today. Never thought about it like this before.)*"

İkinci alt tema olan bağlamsal paylaşımların meşrulaştırılmasına ilişkin yorumlarda bazı kullanıcılar çevrimiçi davranışlarını savunmuş veya güvenilir çevrelerine içerik paylaştıklarını ya da kimliklerine ilişkin bilgiyi açık etmeden paylaşım yaptıklarını vurgulamıştır. Bu alt temayı işaret eden iki örnek yorum aşağıda yer almıştır:

"*Yalnızca yüzlerin görülmediği resimler paylaşıyorum. Temkinliyim. (I only post pictures where faces aren't visible. I'm careful.)*"

"*Ailem yurtdışında yaşıyor - onlara başka nasıl çocuklarımızı gösterebilirim ki? (Meine Familie wohnt im Ausland - wie soll ich unsere Kinder sonst zeigen?)*"

Kampanya videosuna yapılan yorumlar arasında bazı kullanıcıların kampanyayı korku temelli veya gereksiz bulduğuna dair ifadeleri yer almış ve bu yorumlar "direniş ve kültürel norm olarak paylaşanababalık" alt temasında değerlendirilmiştir. Örnekleyici bir yoruma aşağıda yer verilmiştir:

"*Bu tamamen abartı. Çoğu ebeveyn sadece mutlu anları paylaşmak istiyor. (This is overkill. Most parents just want to share happy moments.)*"

Direniş ve kültürel norm olarak paylaşanababalık alt temasında yer alan yorumlar paylaşanababalık literatürde görülen zarara yönelik farkındalık ve paylaşım yapmanın kültürel olarak normalleştirilmesi arasındaki gerilimi (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 121; Choi ve Lewallen, 2018, s. 156; Tosuntaş ve Griffiths, 2024, s. 533) yansıtmaktadır.

Tema 4: Kampanyanın Estetik ve Etik Mesajına Övgü

Deutsche Telekom'un kampanya videosuna yönelik kullanıcılar arasında kampanyanın sanatsal kalitesi ve etik bakımdan netliği konusunda övgülerde bulunan kullanıcıların yorumlarına rastlanmıştır. Ayrıca, *Deutsche Telekom*'un bu konuda bir duruş sergilemiş olmasını da takdir ettikleri görülmüştür. Bu tema altında "sinematografik kalite ve hikâye anlatıcılığının takdir edilmesi", "kurumsal dijital sorumluluğun tanınması" ve "savunuculuk ve yaygınlaştırma" olmak üzere üç alt tema oluşturulmuştur.

Bu temada kullanıcıların özellikle kampanya videosunun sinematografik bakımdan kaliteli bulduklarını ve anlatı yapısını takdir ettiklerini gösteren yorumlar "sinematografik kalite ve hikâye anlatıcılığının takdir edilmesi" alt teması bağlamında ele alınmıştır. Örnek bir yoruma aşağıda yer verilmiştir:

"*Şimdiye kadar izlediğim, hikâyesi açısından en nitelikli ve güçlü bilinçlendirme kampanyalarından biri. (This is more sufficient and powerful in terms of its story than any PSA I've seen.)*"

Dijital ortamlarda kurumsal sorumluluklarını yerine getirdiğini düşünmeleri sebebiyle yorum yapan kullanıcıların ifadeleri "kurumsal dijital sorumluluğun tanınması" alt temasında değerlendirilmiştir. Yorum yapan kullanıcılar arasında dijital etik ve çocuk haklarına dikkat çekmesi dolayısıyla *Deutsche Telekom*'u aşağıdaki yorumlarda görüldüğü üzere tebrik eden kullanıcılara rastlanmıştır:

"*Bu meseleyi görünür hâle getirdiği için Telekom'a helal olsun. (Props to Telekom for making this issue visible.)*"

"*Telekom bu konuda iyi bir örnek teşkil ediyor. (Telekom geht mit gutem Beispiel voran.)*"

Bu yorumların dijital pazarlama alanında etik kurumsal hikâye anlatıcılığının yükselişine dikkat çeken çalışmaların (Jørgensen ve Boje, 2010; Wehmeier ve Schultz, 2011) bulgularıyla örtüştüğünü söylemek mümkün görünmektedir. Dördüncü temanın üçüncü alt teması olan "savunuculuk ve yaygınlaştırma" kapsamında kullanıcıların diğer kişilerle videoyu paylaştığını veya bu videoyu eğitim amaçlı kullanmayı planladıklarını belirttikleri yorumlar değerlendirilmiştir. Bu alt temaya örnek teşkil eden yorum aşağıda sunulmuştur:

"*Bu her okulda ve ana-baba sınıflarında gösterilmeli. (This should be shown in every school and parenting class.)*"

Tema 5: Çocuk Öznesine İlişkin Açık Bir Söylemin Bulunmaması

Kampanya videosunda Ella karakterinin kendisinin ağzından paylaşanababalık sürecine yönelik görüşleri sunulmuş olsa da çocukların dijital temsiliyetinde kendi özerkliklerinin olması gerektiğini ele alan yorumlara veri setinde oldukça az rastlanmıştır. Çocukların birer özne olarak kendi kararlarını ve yetkilerini uygulamaları konusunda açık bir söylemle karşılaşılmamış olması, ebeveynleri merkeze alan bir ahlâkî söyleme dikkat çekmiştir. Bu tema "rıza mekanizmalarına yönelik sessizlik," "merkezi ahlâkî özneler olarak yetişkinler" ve "çocuksulaştırma ve pasif koruma odaklı çerçeveleme" olmak üzere üç alt temayı içermiştir.

Çocukların özerkliklerine ve aktör/özne olma durumlarına yönelik açık bir söylemin eksikliğine eğilen beşinci temanın "rıza mekanizmalarına yönelik sessizlik" başlıklı ilk alt teması çocukların kendi kimliklerini işaret eden içeriklerinin dijital ortamlarda paylaşılmasına yönelik süreçlerde yetki ve kontrol sahibi olma durumuna odaklanmıştır. Burada özellikle yalnızca bir yorumun herhangi bir paylaşımda bulunmadan önce çocuklara sorulması gerektiğini açıkça savunduğu tespit edilmiştir. Bu yoruma aşağıda yer verilmiştir:

"*Dijital teşhire hayır demek konusunda çocuklarımı eğitmeliyiz. (We should teach our kids to say no to digital exposure.)*"

Yorum yapanlar arasında kendi korkularını, duygularını veya kararlarını merkeze alarak ifade eden kullanıcıların çocukları yalnızca endişe öznesi olarak görüp karar alıcı konumunda değerlendirmedikleri dikkat çekmiştir. Bu yönde görüş sergileyen kullanıcıların yorumları "merkezi ahlâkî özneler olarak yetişkinler" alt teması bağlamında ele alınmış olup örnek yorum aşağıda yer almıştır:

"*Yaptığım şey için şu an berbat hissediyorum. (I feel terrible now for what I've done.)*"

Son olarak kampanya mesajını destekleyen kullanıcıların yorumlarında da dâhil olmak üzere birçok yorumda çocukların kırılgan veya korumaya muhtaç varlıklar olarak konumlandırıldığı ve aktif birer dijital vatandaş olarak görülmediği anlaşılmıştır. Bu yorumların ele alındığı "çocuksulaştırma ve pasif koruma odaklı çerçeveleme" alt temasına ait iki örnek yorum aşağıda sunulmuştur:

"*Masumiyetlerini korumamız lazım. (We must protect their innocence.)*"

"*Çocuklarımızın internetten korunması lazım. (Unsere Kinder müssen vor dem Internet geschützt werden.)*"

Bu bulgular, çocukların dijital özerkliklerinin yetişkinlerin otorite kurma biçimleri lehine olacak biçimde sıklıkla hafife alındığı yönündeki Livingstone, Mascheroni ve Staksrud'un (2018) eleştirilerini destekler niteliktedir. İngilizce dilindeki yorumlarla Almanca dilindeki yorumların kıyaslamasında özellikle İngilizce dilindeki yorumların duygusal bağlanmaya, ebeveynlerin öz eleştiri yapmaları gerekliliğine ve videoya yönelik övgüye odaklandığı görülmüştür. Almanca dilindeki yorumlarda ise platformların üstlenmesi gereken etik uygulamalara, gözetim kaygılarına ve toplumsal görev ve sorumluluklara gönderme yaptığı fark edilmiştir. YZ ve gözetim konusunun Almanca yorumlarda daha açık bir biçimde kendini gösterdiği dikkat çekmiş ve bunun da veri gizliliğine ilişkin kültürel ve yasal duyarlılıkları yansıttığı düşünülmüştür.

Sonuç

Kampanya videosunun çerçeveleme analizi "*Ella'nın Mesajı*" başlıklı kampanyanın paylaşanababalık pratiğini ciddi bir dijital gizlilik sorunu olarak ele aldığını ortaya koymuştur. Entman'ın (1993) ifadesiyle sorunu tanımlama aşaması bir kez çevrimiçi ortamda paylaşıldığında çocuğun görsel ve bilgileri üzerindeki kontrolün kaybolduğuna odaklanmıştır. Video bu sorunu derin sahtecilik yoluyla oluşturulan erişkin Ella'nın ailesiyle karşı karşıya geldiğini gösterdiği sahnede göstermiş ve herhangi bir şekilde "rıza alınmadan" paylaşılan içeriğin kötüye kullanılabileceğini vurgulamıştır. Çocuktan rıza alma konusunda mevcut literatür, çocukların dijital bağlamlardan tam anlamıyla rıza verme yeterliliğine hangi yaşta ulaştıklarına ilişkin sabit bir yaş sınırı tanımlamamaktadır. Bunun yerine rıza verme kapasitesi yalnızca kronolojik yaşa indirgenemeyen; ilişkisel, karara özgü ve çocukların gelişen kapasiteleri ile iletişimsel yeterlilikleriyle yakından bağlantılı bir olgu olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşım Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin 12.maddesinde temellendirilmiş ve Çocuk Hakları Komitesi'nin dijital ortama ilişkin 25 numaralı Genel Yorumunda (UN Committee on the Rights of the Child, 2021) ayrıntılandırılmıştır. Dijital ve medya okuryazarlığı alanındaki çalışmalar da bu bakış açısını destekleyerek operasyonel beceriler ile eleştirel veya hak temelli dijital okuryazarlık arasında bir ayrım yapmaktadır. Söz konusu eleştirel okuryazarlık; izleyicinin farkında olmasını, verinin kalıcılığını, kimlik inşasını ve dijital paylaşımların uzun vadeli toplumsal sonuçlarını kavramayı içermektedir (Livingstone, 2004; Livingstone ve Helsper, 2010). Dolayısıyla paylaşanababalık bağlamında anlamlı bir rıza, yalnızca platformları kullanabilme becerisini değil, aynı zamanda eleştirel ve refleksif dijital okuryazarlığın gelişimini gerektirmektedir. Bu çerçevede ebeveyn rızası, çocukların sınırlı karar verme kapasitesi ve ebeveynlerin çocuğun üstün yararı doğrultusunda hareket etme yönündeki vekil (proxy) ve güvene dayalı yükümlülükleri temelinde bir vekâleten karar verme biçimi olarak kavramsallaştırılmaktadır. Ancak, sosyo-hukuki ve biyoetik literatür, vekil rızanın ne mutlak ne de statik olduğunu tutarlı bir biçimde vurgulamaktadır. Veri koruma hukuku alanındaki çalışmalara dayanarak Taylor ve meslektaşları (2018) ebeveyn rızasının zamansal olarak koşullu olduğunu ve çocukların yeterlilikleri geliştikçe giderek sınırlandığını vurgulamaktadır. Aynı zamanda özellikle söz konusu kararların zorunluluk veya koruma değil, kişisel veri ve kimlik ile ilgili olduğu durumlarda bu sınırlamanın daha da belirgin hâle geldiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, veri koruma hukukunda Gillick yeterliliği çerçevesinin kullanımı olgunluğun işlevsel ve karara özgü bir nitelik taşıdığını ve tek seferlik bir ebeveyn yetkilendirmesine dayanmak yerine sürekli yeniden değerlendirme gerektirdiğini göstermektedir (Taylor vd., 2018). Benzer şekilde McInroy (2016) çevrimiçi ortamlarda çocukların rıza verme yeterliliğinin erişilebilir ve çocuk merkezli iletişim uygulamalarıyla desteklenebileceğini ortaya koymaktadır. Ancak yaşa dayalı yetersizlik varsayımlarına karşı uyarıda bulunmaktadır (McInroy, 2016). Söz konusu literatür bütüncül olarak değerlendirildiğinde, ebeveyn paylaşımının zorunlu olmayan, ifade edici ve potansiyel olarak kimlik şekillendirici nitelik taşıdığı paylaşanababalık bağlamlarında, çocuklar eleştirel dijital okuryazarlık geliştirdikçe ebeveynlerin vekaleten rıza verme yetkisinin etik ve normatif kapsamının daraldığı görülmektedir. Bu nedenle çocuklar çevrimiçi görsel paylaşımının sonuçlarını kavrayabilecek düzeyde bir anlayış sergilediklerinde ebeveynler hukuken rıza verme yetkisini muhafaza etseler bile çocukların itirazlarının veya rızayı geri çekmelerinin normatif olarak belirleyici kabul edilmesi gerekmektedir (Steinberg, 2017; Taylor vd., 2018).

Kampanya videosu, çocuğun mahremiyet ve kendi kararını verme hakkına yönelik paylaşanababalığın ihlal gerçekleştirdiğini işaret etmiştir. Bu soruna yönelik nedensel atıf iki katmanlıdır: bir yanda ebeveynlerin ihtiyatsız biçimde aşırı paylaşımları muhtemel zararlar oluşturabilecek bir davranış olarak resmedilirken diğer yanda kampanya bu zararların etkisini artırabilecek YZ, derin sahtecilik ve veri madenciliği gibi teknolojik gelişmelere vurgu yapmıştır. Başka ifadeyle bir yanda ebeveynler paylaşımlar yoluyla farkında olmadan suça ortak olurken, bu sorunun daha derinde yatan sebebi paylaşımların suistimal edilebildiği dijital gözetime ve verinin kötüye kullanılmasına ortam hazırlayan

kontrolsüz teknolojik gelişmeler olarak sunulmuştur. Bu nedensel atıf Leaver'in (2017, s. 2) "samimi gözetimin" normalleştirilmesi olarak adlandırdığı durumu yansıtmaktadır. Leaver'a (2017, ss. 2-4) göre, kişisel verilerin yaygın biçimde gözlemlenmesi gündelik hayatın bir parçası hâline getirilmektedir ve bunu özellikle birbiriyle bağlantı kurma "gerekliliğini" şart koşan kültürel ortamlarda kişilerin sevdiği kimseler başlatmaktadır. Bu kampanya masum aile fotoğraflarının bile veri simsarlarından veri avcılarına kadar geniş bir gözetim ekosistemini beslediğini vurgularken bu kültürel bağlama gönderme yapmıştır.

Videoda ahlâkî değerlendirmeler oldukça açık biçimde sunulmuştur. Tedbir alınmaksızın paylaşanababalık sorumsuz ve potansiyel olarak zararlı bir davranış olarak tasvir edilmiştir. Ella'nın gelecekteki hâli ebeveynlerine duygusal bir ihtar çekerken dijital kimliğini korumamaları dolayısıyla ahlâkî sorumluluğu etkin biçimde ebeveynlerine atamıştır. Kampanyada her ne kadar kurgusal bir biçimde olsa da çocuğa söz verilmesi çocukların kişisel verileri konusunda hakları ve özerklikleri olduğu ilkesini desteklemiştir. Bu duruş Dobson ve Jay'in (2020) çocukların çevrimiçi bulunuşlarını ebeveynleri yönetiyor olsa bile gizlilik haklarının sahibi olarak çocukların tanınması yönündeki savlarıyla örtüşmektedir. Video çocukların dijital kimliklerine dair karar verme hakları olduğunu açık biçimde ifade ederken dijital çağda çocuk hakları çerçevesiyle uyumlu (Livingstone vd., 2023) bir duruş sergilemiştir. Kampanyanın sunduğu çözüm önerisi *#ShareWithCare* etiketinde özetlenmiştir. Ebeveynlerin derhal sosyal medya hesaplarını sonlandırmaya teşvik etmekten ziyade sorumlu paylaşımı savunmakta, ebeveynlerin dijital okuryazarlığına vurgu yapmakta ve aynı zamanda paylaşım yapmadan önce iki kez düşünmeyi önermektedir. Bu yüzden çözüm çerçevesi hem eğitim hem de tedbir ile ilgili görünmektedir. Ayrıca, bu çözüm çerçevesi teknolojiyi iki yüzlü bir madalyon olarak sunmaktadır. Öyle ki YZ'nin risklerine yönelik uyarıda bulunurken en son teknoloji olan YZ'yi kullanan kampanya bu şekilde yeni teknolojiye yönelik hayranlıkla birlikte korkunun altını çizmiştir. YZ'nin kendisi hakkında uyarıda bulunduğu anlatıda teknolojik gelişmelerin teknolojiden korkmak yerine daha kapsamlı bir ebeveyn ihtiyatını gerektirdiğini vurgulamıştır. Özetle kampanya çocuk refahına odaklı korumacı bir çerçeve (Cucchiara, 2021) benimsemiş olup çocuğu paylaşanababalığın gelecekteki muhtemel masum kurbanı, ebeveynleri iyi niyetli ama saf olması dolayısıyla rehberliğe ihtiyaç duyan özneler ve teknolojiyi de paylaşanababalığı özel bir aile meselesinden kamusal bir riske dönüştüren katalizör olarak betimlemiştir. Bu çerçeveleme stratejisi mesajın netliği ve duygusal çekiciliği bakımından etkili bulunmuştur. Öyle ki Ella'nın ebeveynlerinin yüzlerindeki şaşkın ve endişeli ifade izleyicilerin muhtemelen kendilerinin de hissedeceği suç ortaklığı duygusuna bir ayna tutmuş ve suçluluğun ve endişenin kuvvetli bir bileşimine zemin hazırlamıştır. Bu yaklaşım sıklıkla ahlâkî sorumluluğu teşvik edecek uyarıcı hikâyelere dayanan ve daha önce ileri sürülen çocukların çevrimiçi ortamlardaki güvenliği meselelerine yönelik medya çerçeveleriyle uyumlu görünmektedir (Cucchiara, 2021). Ancak, burada not düşülmelidir ki kurumsal bir girişim niteliğindeki kampanya dikkatli bir biçimde suçu teknoloji şirketleri veya platformlara yüklemekten kaçınmakta ve daha geniş yapısal çözümler (platform politikaları, yasal düzenlemeler) açıklıkla bahsedilmese de sorumluluğu ilk olarak "itinayla paylaşması gereken" kullanıcılara (ebeveynlere) yüklemektedir. Bu yönelim önemli bir bağlamsal nüansa işaret etmektedir: kampanya mesajı kurumun sosyal sorumluluk çabalarıyla uyumlu biçimde bireysel davranış değişikliğini ve farkındalık geliştirmeyi ön plana almakta, kullanıcı eğitiminin ötesindeki yasal veya teknolojik düzenleme ve düzeltmeleri geride tutmaktadır.

Yorumların tematik analizinde kullanıcı tepkilerinin kutuplaştığı, ancak çoğunlukla olumlu yönde şekillendiği görülmüştür. Yorumların büyük oranda kampanya mesajını desteklediği ve duygusal bir etkilenmeyi yansıttığı anlaşılmıştır. Kullanıcıların kendi tutum ve davranışlarını sorguladıklarını bildirdikleri yorumlar kampanyanın farkındalık yaratma konusundaki başarısının bir işareti olarak düşünülmüştür. Ancak kullanıcıların özellikle çocukların rıza verme noktasında yetersiz kaldığı ve bu nedenle ebeveynlerin kısıtlama uygulamaları gerektiği yönündeki ifadeleri kampanyanın çocuk odaklı çerçevesiyle çatıştığını göstermiştir. Bu da çocuğun kendi hakları konusundaki özerkliğini zedeler nitelikte değerlendirilmiştir. Lakin kendi davranışlarına yönelik bir öz eleştiri geliştirmeleri ve davranış değişikliğini desteklemeleri kampanyanın hedeflediği "sorumlu paylaşanababalık" nosyonuyla (Autenrieth, 2018, s. 223; Kumar ve Schoenebeck, 2015) uyumlu görülmüştür. Bu noktada özellikle sosyal medya platformlarından uzaklaşmak yerine davranışları sorumlu bir şekilde ilerletmeleri gerektiği yönündeki görüşleri paylaşanababalık konusunda "itinayla paylaşım yapmayı" teşvik eden kampanya mesajına uyum sergilemiştir. Özellikle Almanca dilindeki yorumlarda vurgulanan ebeveynlerin medya okuryazarlığının geliştirilmesine yönelik eğitimler dijital gizliliğin son derece değerli görüldüğü Almanya bağlamında kültürel bir tepki olarak yorumlanmıştır. Ayrıca dijital verilerin kalıcılığı noktasında videonun uyarısı doğrultusunda kullanıcıların sadece bireysel düzeyde değil sistemsel ve altyapısal düzlemde de ihtiyata davet eden yorumlara yer vermesi önemli bir farkındalık olarak değerlendirilmiştir. Çocukların gizliliğinin yalnızca bireysel kötüye kullanmadan değil, aynı zamanda yapısal verileştirme pratiklerinden kaynaklı olacak biçimde zarar gördüğü ve oldukça genç yaştan itibaren çeşitli kanalların çocuklara ait verileri mütemadiyen toplayarak ticari bir metaya dönüştürdüğü (Stoilova vd., 2020; Mascheroni ve Siibak, 2021) vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra videoda derin sahtecilik yoluyla Ella karakterinin gelecekteki hâlinin gösterilmesi yoluyla gelecekteki teknolojik gelişmelerin taşıdığı riskler yansıtılırken bir yandan da hedef kitle için soyut kalabilecek YZ kaynaklı kimlik hırsızlığı veya manipülasyon gibi konular somutlaştırılarak kampanya mesajı sağlamlaştırılmıştır. Kuramsal açıdan bakıldığında, bu durum medya çerçevelemesi ile duygulanımın kesişimine temas etmiştir — YZ tarafından üretilmiş gelecekteki bir benlikle karşılaşmanın yarattığı duygusal sarsıntı, gizlilik risklerini muhtemelen

daha akılda kalıcı hâle getirmiştir (Nabi, 2003; Nabi vd., 2003). Ancak bunu abartılı bulup korku çekiciliğiyle ilişkilendiren bazı kullanıcıların yaptığı yorumlar kuvvetli korku mesajlarının net ve uygun çözümler beraberinde sunulmadığı takdirde ters tepebileceği yönündeki literatür bulgusuyla (Witte, 1992; Lewis vd., 2007; Shin vd., 2017) uyumlu görülmüştür. Buna yanıt olarak bazı kullanıcıların kampanyayı destekleyerek kampanyanın konuya temas etmesinin bir başlangıç niteliği taşımasını takdir etmeleri uygulayıcılar açısından önemli bir çıkarım sunmuştur: herhangi bir konuda bilgilendirmek ile harekete geçirmek arasında doğru dengeyi kurmak dijital güvenlik kampanyalarında elzem bir rol üstlenmektedir. Taktikler konusundaki anlaşmazlıklara rağmen YZ'deki derin sahtecilik gibi gelişmelerin paylaşanababalık pratiklerinin getirdiği riskleri artıracağı yönündeki görüşün altı çizilmiş ve paylaşanababalığın önceden bahsedilen risklerini yeni teknolojilerin daha da ileriye götürdüğü yönündeki son çalışmalar (Erişir ve Erişir, 2018; Tosuntaş ve Griffiths, 2024) desteklenmiştir.

Medya ile çocukluk arasındaki ilişki, dijital çağla birlikte ortaya çıkan kopuşsal bir olgudan ziyade, çocukluğun modern toplumlarda nasıl tanımlandığı, temsil edildiği ve düzenlendiğiyle yakından ilişkili tarihsel bir süreklilik içinde ele alınmalıdır. Medya tarihi ve çocukluk sosyolojisine dayanan çalışmalar, sinema ve basın gibi erken dönem kitle iletişim araçlarında çocukların çoğu zaman kırılgan, mağdur ya da sembolik figürler olarak konumlandırıldığını; bu temsillerin dönemin toplumsal, ekonomik ve ideolojik yapılarıyla iç içe geçtiğini göstermektedir (Akdağ, Yetimova ve Eser, 2022). Bu tarihsel perspektif, dijital medyada ortaya çıkan paylaşanababalık gibi pratiklerin tamamen yeni riskler üretmekten ziyade, çocukların medyatik temsiline ve yetişkin denetimine ilişkin daha uzun erimli sorunların güncel teknolojik koşullar altında yeniden biçimlenmiş hâlleri olarak değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Bu çalışmanın sınırlılıkları birkaç boyutta ortaya çıkmaktadır. İlk olarak analiz yalnızca "*Ella'nın Mesajı*" kampanyasına ve *YouTube* yorumlarına odaklandığı için genelleme sınırlıdır; yorum yapan kullanıcılar öz-seçimli, küçük ve etkileşimi yüksek bir gruptur. Dil ve kültür farklılıkları bazı nüansların kaçırılmasına yol açmıştır. Nitel yöntemler yorumlayıcıdır; farklı araştırmacılar farklı çerçeveler veya temalar belirleyebileceği için gelecekteki çalışmaların bu konuya odaklanması önerilmektedir. *YouTube* yorumları zamanla değişebileceğinden veriler anlıktır, bu sebeple ileriki dönemlerde farklı yorumlar yapılabileceği için gelecekteki çalışmaların *YouTube* yorumlarını farklı araçlarla analiz etmesi önemli çıkarımlar sunabilecektir. Son olarak, çalışma söylemsel çıktılara odaklanmış, davranışsal etkileri ölçmemiştir; ilgili kampanyanın hedef kitleyi oluşturabilecek çocuk ve ebeveynler üzerindeki etkisini anlamak üzere niceliksel araştırma yöntem ve tekniklerine başvuran çalışmalara çağrıda bulunulmaktadır.

Kaynakça

A Message from Ella | Without Consent. (2023). [YouTube]. *Deutsche Telekom* Archiv. https://www.youtube.com/watch?v=F4WZ_k0vUDM

Akdağ, M., Yetimova, S. & Eser, H. (2022). Children's Victimization in Turkish Cinema between the 1970s and the 1980s. *Galactica Media: Journal of Media Studies, 4*(4), 189-209. https://doi.org/10.46539/gmd.v4i4.290

Aruldoss, V. (2020). Participation, Protection, and Provision Rights (Three Ps), UNCRC. İçinde D. T. Cook, The SAGE *Encyclopedia of Children and Childhood Studies* (pp. 1201-1203). SAGE Publications, Inc. https://doi.org/10.4135/9781529714388.n444

Autenrieth, U. (2018). Family photography in a networked age: Anti-sharenting as a reaction to risk assessment and behaviour adaption. İçinde G. Mascheroni, C. Ponte, & A. Jorge (Ed.), *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age* (pp. 219-231). Nordicom.

Banterle, F. (2018). *The Court of Rome orders a mother to stop publishing on social networks contents relating her underage son* [Internet]. IPLens. https://iplens.org/2018/01/29/the-court-of-rome-orders-a-mother-to-stop-publishing-on-social-networks-contents-relating-her-underage-son/

Barassi, V. (2025). Amplified visibility: Critical reflections on children's social media presence, sharenting and tech-abuse in the age of generative AI. İçinde T. Annabell, C. Fieseler, C. Goanta, & I. Wildhaber (Ed.), *The Hashtag Hustle* (pp. 13-31). Edward Elgar Publishing. https://doi.org/10.4337/9781035332816.00007

Barnes, R. & Potter, A. (2021). Sharenting and parents' digital literacy: An agenda for future research. *Communication Research and Practice, 7*(1), 6-20. https://doi.org/10.1080/22041451.2020.1847819

Baştemur, Ş. & Kurşuncu, M. A. (2022). Sharenting: Ebeveynler Çocuklarının Fotoğraflarını Sosyal Medyada Neden Paylaşır? *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD), 12*(3), 2911-2928. https://doi.org/10.48146/odusobiad.1137855

Bax, T. (2026). Rise of the algopticon: the algoptic gaze in the age of algorithmic governance and surveillance capitalism. *AI & Society, 41*, 415-427. https://doi.org/10.1007/s00146-025-02473-w

Beauchere, J. (2019). *Teens say parents share too much about them online - Microsoft study* [Internet]. Microsoft. https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2019/10/09/teens-say-parents-share-too-much-about-them-online-microsoft-study/

Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society, 20*(1), 1-13. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147

Blum-Ross, A. & 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

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Campbell-Barr, V. (2021). The Provision, Protection and Participation of Children's Rights in Professional Practice. İçinde A. Višnjić-Jevtić, A. R. Sadownik, & I. Engdahl (Ed.), *Young Children in the World and Their Rights* (C. 35, pp. 221-233). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68241-5_16

Chesney, R. & Citron, D. K. (2018). Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.3213954

Children's Commissioner. (2018*). Who knows what about me?: A Children's Commissioner report into the collection and sharing of children's data*. Children's Commissioner. https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2018/11/cco-who-knows-what-about-me.pdf

Choi, G. Y. & Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids!": Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications, 29*(2), 144-164. https://doi.org/10.1080/10646175.2017.1327380

Chouliaraki, L. (2017). Suffering and the Ethics of Solidarity. İçinde R. E. Anderson (Ed.), *Alleviating World Suffering* (C. 67, pp. 49-60). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-51391-1_3

Coughlan, S. (2018). *"Sharenting" puts young at risk of online fraud* [E-news]. BBC News. https://www.bbc.com/news/education-44153754

Cucchiara, M. (2021). "Sometimes you have to pop them": Conflict and Meaning-Making in a Parenting Class. *Social Problems, 68*(4), 1010-1025. https://doi.org/10.1093/socpro/spaa045

Danaher, J., Hogan, M. J., Noone, C., Kennedy, R., Behan, A., De Paor, A., Felzmann, H., Haklay, M., Khoo, S.-M., Morison, J., Murphy, M. H., O'Brolchain, N., Schafer, B. & Shankar, K. (2017). Algorithmic governance: Developing a research agenda through the power of collective intelligence. *Big Data & Society, 4*(2), 1-21. https://doi.org/10.1177/2053951717726554

Darling, N. & Steinberg, L. (2017). Parenting Style as Context: An Integrative Model. İçinde R. Žukauskienė (Ed.), *Interpersonal Development* (1. bs, pp. 161-170). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351153683

Dobson, M. & Jay, J. (2020). "Instagram has well and truly got a hold of me": Exploring a parent's representation of her children. *Issues in Educational Research, 30*(1), 58-78. https://doi.org/10.3316/INFORMIT.085767585327947

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Erişir, R. M. & Erişir, D. (2018). Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde "Sharenting" "Paylaşanababalık" Örneği. *Yeni Medya, 4*, 50-64.

Frew, P. & Petrino, G. (2025). *Parents' Social Media Habits: 2021* [Internet]. security.org. https://www.security.org/digital-safety/parenting-social-media-report/#:~:text=The%20vast%20majority%20of%20parents,media%2C%20according%20to%20our%20research

Hanna, R. & Kazim, E. (2021). Philosophical foundations for digital ethics and AI Ethics: A dignitarian approach. *AI and Ethics, 1*(4), 405-423. https://doi.org/10.1007/s43681-021-00040-9

Izyumenko, E. & Senftleben, M. (2025). Online Behavioural Advertising, Consumer Empowerment and Fair Competition: Are the DSA Transparency Obligations the Right Answer?. *Journal of European Consumer and Market Law, 14*(2), 46-59.

Jørgensen, K. M. & Boje, D. M. (2010). Resituating narrative and story in business ethics. *Business Ethics: A European Review, 19*(3), 253-264. https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2010.01593.x

Kindelan, K. (2023). *Illinois becomes 1st state to regulate kid influencers: What to know about the law* [Internet]. abcnews. https://abcnews.go.com/GMA/Family/illinois-1st-state-regulate-kid-influencers-law/story?id=102259218

Klimecka, N. & Vo Hoang Hoai, P. (2023). *How does algorithmic literacy challenge the utilisation of TikTok for global marketers, taking into account ethical concerns? A qualitative study on the TikTok algorithms, personalisation & ethics.* (Master's Thesis). Lund University.

Kumar, P. & Schoenebeck, S. (2015). The Modern Day Baby Book: Enacting Good Mothering and Stewarding Privacy on Facebook. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1302-1312. https://doi.org/10.1145/2675133.2675149

Lanning, K. V. (2010). *Child Molesters: A Behavioral Analysis—For Professionals Investigating the Sexual Exploitation of Children*. Federal Bureau of Investigation (FBI) & NCMEC. https://www.missingkids.org/content/dam/missingkids/pdfs/publications/nc70.pdf

Larsson, S. (2018). Algorithmic governance and the need for consumer empowerment in data-driven markets. *Internet Policy Review, 7*(2), 1-13. https://doi.org/10.14763/2018.2.791

Latzer, M. & Festic, N. (2019). A guideline for understanding and measuring algorithmic governance in everyday life. *Internet Policy Review, 8*(2), 1-19. https://doi.org/10.14763/2019.2.1415

Lavorgna, A., Ugwudike, P. & Tartari, M. (2023). Online sharenting: Identifying existing vulnerabilities and demystifying media reported crime risks. *Crime, Media, Culture: An International Journal, 19*(4), 472-490. https://doi.org/10.1177/17416590221148448

Leaver, T. (2017). Intimate Surveillance: Normalizing Parental Monitoring and Mediation of Infants Online. *Social Media + Society, 3*(2), 2056305117707192. https://doi.org/10.1177/2056305117707192

Lewis, I., Watson, B., Tay, R. & White, K. M. (2007). The role of fear appeals in improving driver safety: A review of the effectiveness of fear-arousing (threat) appeals in road safety advertising. *International Journal of Behavioral Consultation and Therapy, 3*(2), 203-222. https://doi.org/10.1037/h0100799

Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review, 7*(1), 3-14. https://doi.org/10.1080/10714420490280152

Livingstone, S. & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: The role of online skills and internet self-efficacy. *New Media & Society, 12*(2), 309-329. https://doi.org/10.1177/1461444809342697

Livingstone, S., Mascheroni, G. & Staksrud, E. (2018). European research on children's internet use: Assessing the past and anticipating the future. *New Media & Society, 20*(3), 1103-1122. https://doi.org/10.1177/1461444816685930

Livingstone, S., Mascheroni, G. & Stoilova, M. (2023). The outcomes of gaining digital skills for young people's lives and wellbeing: A systematic evidence review. *New Media & Society, 25*(5), 1176-1202. https://doi.org/10.1177/14614448211043189

Livingstone, S. & Third, A. (2017). Children and young people's rights in the digital age: An emerging agenda. *New Media & Society, 19*(5), 657-670. https://doi.org/10.1177/1461444816686318

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

Mascheroni, G. & Siibak, A. (2021). *Datafied Childhoods*. Peter Lang US. https://doi.org/10.3726/b17460

May, A. (2016). *18-year-old sues parents for posting baby pictures on Facebook* [Internet]. USA Today. https://www.usatoday.com/story/news/nation-now/2016/09/16/18-year-old-sues-parents-posting-baby-pictures-facebook/90479402/

McInroy, L. B. (2016). Innovative ethics: Using animated videos when soliciting informed consent of young people for online surveys. *Social Work Research, 41*(2), 121-128.

Nabi, R. L. (2003). Exploring the Framing Effects of Emotion: Do Discrete Emotions Differentially Influence Information Accessibility, Information Seeking, and Policy Preference? *Communication Research, 30*(2), 224-247. https://doi.org/10.1177/0093650202250881

Nabi, R. L., Biely, E. N., Morgan, S. J. & Stitt, C. R. (2003). Reality-Based Television Programming and the Psychology of Its Appeal. *Media Psychology, 5*(4), 303-330. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0504_01

Nachricht von Ella | Without Consent. (2023). [YouTube]. *Deutsche Telekom* Archiv. https://www.youtube.com/watch?v=bu-fR8nrwjs

Nottingham, E. (2019). 'Dad! Cut that part out!' Içinde J. Murray, B. Blue Swadener, & K. Smith (Ed.), *The Routledge International Handbook of Young Children's Rights* (1. bs, pp. 183-191). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780367142025-16

Peltz, J. & Street, A. C. (2020). Artificial Intelligence and Ethical Dilemmas Involving Privacy. İçinde Y. R. Masakowski (Ed.), *Artificial Intelligence and Global Security* (pp. 95-120). Emerald Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/978-1-78973-811-720201006

Ross Arguedas, A., Robertson, C., Fletcher, R. & Nielsen, R. (2022). *Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://doi.org/10.60625/risj-etxj-7k60

Plunkett, L. A. (2019). *Sharenthood: Why We Should Think before We Talk about Our Kids Online* (1. bs). The MIT Press.

Reynolds, C. & Hallinan, B. (2024). User-generated accountability: Public participation in algorithmic governance on YouTube. *New Media & Society, 26*(9), 5107-5129. https://doi.org/10.1177/14614448241251791

Saliba, E. (2023). *Sharing photos of your kids? Maybe not after you watch this deepfake ad* [E-news]. abcnews. https://abcnews.go.com/GMA/Family/sharing-photos-kids-after-watch-deepfake-ad/story?id=101730561#:~:text=While%20the%20video%20is%20fake%2C,cautionary%20message%20is%20very%20real

Shin, S., Ki, E.-J. & Griffin, W. G. (2017). The effectiveness of fear appeals in 'green' advertising: An analysis of creative, consumer, and source variables. *Journal of Marketing Communications, 23*(5), 473-492. https://doi.org/10.1080/13527266.2017.1290671

Steinberg, L. (2008). A social neuroscience perspective on adolescent risk-taking. Içinde K. M. Beaver (Ed.), *Biosocial Theories of Crime* (1. bs, pp. 435-463). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315096278-19

Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media. *Emory Law Journal, 66*(4), 839-884.

Stoilova, M., Livingstone, S. & Nandagiri, R. (2020). Digital by Default: Children's Capacity to Understand and Manage Online Data and Privacy. *Media and Communication, 8*(4), 197-207. https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3407

Taskin, E. & Yigit, S. (2024). *France tightens social media rules with children under 15 requiring parental consent to create accounts* [E-news]. Anadolu Ajansı. https://www.aa.com.tr/en/europe/france-tightens-social-media-rules-with-children-under-15-requiring-parental-consent-to-create-accounts/3435446

Taylor, M. J., Dove, E. S., Laurie, G. & Townend, D. (2018). When can the child speak for herself? The limits of parental consent in data protection law for health research. *Medical Law Review, 26*(3), 369-391. https://doi.org/10.1093/medlaw/fwx052

Tosuntaş, Ş. B. & Griffiths, M. D. (2024). Sharenting: A systematic review of the empirical literature. *Journal of Family Theory & Review, 16*(3), 525-562. https://doi.org/10.1111/jftr.12566

Ugwudike, P., Lavorgna, A. & Tartari, M. (2024). Sharenting in Digital Society: Exploring the Prospects of an Emerging Moral Panic. *Deviant Behavior, 45*(4), 503-520. https://doi.org/10.1080/01639625.2023.2254446

UN Committee on the Rights of the Child. (2021). General comment No. 25 (2021) on children's rights in relation to the digital environment. https://www.ohchr.org/en/documents/general-comments-and-recommendations/general-comment-no-25-2021-childrens-rights-relation

UN Convention on the Rights of the Child-UNCRC Article 3, 44/25 UN Convention on the Rights of the Child - UNCRC § Article Child-Adults must do what's best for me (1989). 20.11.1989 https://www.cypcs.org.uk/rights/uncrc/articles/article-12/

UN Convention on the Rights of the Child-UNCRC Article 12, 44/25 UN Convention on the Rights of the Child-UNCRC § Article 12-I have the right to be listened to and taken seriously (1989). 20.11.1989 https://www.cypcs.org.uk/rights/uncrc/articles/article-12/

UN Convention on the Rights of the Child-UNCRC Article 16, 44/25 UNCRC § UNCRC Article 16: I have the right to keep some things private (1989). 20.11.1989 https://www.cypcs.org.uk/rights/uncrc/articles/article-16/

UN Convention on the Rights of the Child-UNCRC Article 19, 44/25 UNCRC § UNCRC Article 19 I have the right to be protected from being hurt or badly treated (1989). 20.11.1989 https://www.cypcs.org.uk/rights/uncrc/articles/article-19/

UNICEF. (2025). *Our mandate* [Internet]. https://www.unicef.org/innocenti/our-mandate

Wehmeier, S. & Schultz, F. (2011). Communication and Corporate Social Responsibility: A Storytelling Perspective. İçinde Ø. Ihlen, J. L. Bartlett, & S. May (Ed.), *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility* (1. bs, pp. 467-488). Wiley. https://doi.org/10.1002/9781118083246.ch23

Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communication Monographs, 59*(4), 329-349. https://doi.org/10.1080/03637759209376276

Zuboff, S. (2019). Surveillance Capitalism and the Challenge of Collective Action. *New Labor Forum, 28*(1), 10-29. https://doi.org/10.1177/1095796018819461

Zwierlein, C. & Graf, R. (2010). Die Produktion von Human Security in Vormoderne und Zeitgeschichte/The Production of Human Security in Premodern and Contemporary History. *Historical Social Research, 35*, 721. https://doi.org/10.12759/HSR.35.2010.4.7-21.