



Günümüz Toplumlarında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek

Assessment of Changing Forms of Motherhood in Today's Societies Based on Social Media Users

Gül AKTAŞ*

Öz

Geleneksel ve modern toplumlarda kadın ve erkeklerin çocuk sahibi olma arzuları; bireysel sorumlulukların artması, işsizlik ve yoksulluk sınırında yaşayan kişilerin sayısındaki artış, anne-baba olmanın beraberinde getirdiği yükümlülükler, hastalık-sağlık konusunda meydana gelen değişimlerden etkilenmektedir. Tıbbi ve teknolojik gelişmelerin ön plana çıkması, bilgi-iletişim ağlarının kolay ve hızlı ulaşılabilirliği sağlaması, doğum kontrol yöntemleri gibi birtakım tedbirlere başvurma imkanları, kadınların ve erkeklerin anne-baba olma düşüncesini yeniden gözden geçirmesini beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte günümüz toplumlarında mesleki birikimi artırmak, eğitim imkânlarından yararlanmak, mobil hareketliliği gerektirecek iş kollarındaki istihdamın artması özellikle kadınların anne olma düşüncesini ötelemelerine sebep olmuştur. Fakat son yıllarda sosyal medya kullanıcılarının artması ve televizyon programları ile bilgi-iletişim teknolojilerinin sunduğu yazın dünyası kadınları anneliğe ve özellikle de anneliğin değişen biçimlerine uyum sağlamaya davet etmektedir. Şöyle ki, sosyal medya ağlarından instagramda oluşturulan bloglarda kadınlar, anne olmaya karar verdikleri andan itibaren anne adaylarının ne yemeleri ne içmeleri gerektiği, hangi siteden alışveriş yapabileceklerine dair tavsiyeleri, bir taraftan kilo alırken diğer taraftan formlarını korumak için nelere dikkat etmeleri gerektiği gibi bir dizi yapıp etmeleri kadınlarla paylaşmakta ve en çok beğeni alan, en çok takip edilen listesi için adeta bir yarış içine girmektedirler. Bu durum kimi kadınlarda anneliğin arzulanan bir duyguya dönüşmesini sağlarken kimi kadınlarda tam tersine kaçınılan bir duygu ve davranış biçimine dönüşmektedir. Bu çalışma, özellikle günümüz toplumlarında kadınların annelik konusunda sosyal medya ağları üzerinden neleri takip ettikleri, bu konuda yapılan paylaşımların ön plana çıkan yönleri, çocuk bakımı ve sorunları ile ilgili kaygı ve problemlerin nasıl çözüleceği ve bununla ilgili uzman dışı kişilerin görüşlerine nasıl başvurdukları, sosyal medya ağlarından yaptıkları paylaşımlarla çocuk hakları konusunda doğabilecek sorunları nasıl görmezden geldikleri söylem analizi yöntemiyle irdelenmeye çalışılmıştır. Bunun için en çok kullanılan sosyal medya ağlarından facebook ve instagram kullanıcılarının anneliğe dair paylaşımları ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmıştır. Söz konusu bilgi-iletişim teknoloji ağları üzerinden hareketle annelik olgusunun kamusal alana hangi anlam ve pratiklerle taşındığı, takip eden kişilerin bu paylaşımlara karşı nasıl bir yorumsal dil geliştirdikleri de analiz edilerek irdelenmeye çalışılmıştır. Yapmış olduğumuz çalışmada, gündelik yaşam pratiklerini geniş kitlelere ulaştırabilen sosyal medyanın, diğer alanlarda olduğu gibi annelik kimliğinin dönüşümüne de sebep olduğu gerçeğine ulaşmıştır. Bununla birlikte çocukları ile ilgili paylaşımların kimi zaman çocuk haklarına zarar verebilecek boyutlara ulaştığı da gözlemlenmiştir.

Anahtar sözcükler: Annelik, sosyal medya, sosyal paylaşım siteleri.

* Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, e-posta: gaktas@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6424-4256

Abstract

In traditional and modern societies, the desire of women and men to have children are affected by the increase in individual responsibilities; increase in the number of people who are unemployed and living at the the threshold of poverty; liabilities related to parenthood; changes in diseases-health conditions. The prominence of medical and technological developments, easy and quick access to information-communication networks, the possibility to use certain measures such as birth control methods have caused women and men to reconsider their idea to become parents. In addition to this, women in today's societies particularly postpone their ideas for motherhood in order to enhance their professional capacities, to benefit from educational facilities, to be employed in jobs that require mobility. However, the increase in the number of social media users in the recent years and the world of information-communication technologies presented by television programmes encourage women to motherhood, and especially to adapt to the changing forms of motherhood. That is, in certain blogs created on Instagram, one of the social media networks, women share their ideas on various issues like what the expectant mothers should eat and drink; recommendations about the shopping places; the things that they can do to keep their form, and they almost compete with each other to receive most of the "likes" and to have most of the followers. While this situation makes motherhood a desired feeling for some women, it also makes it turn into a feeling and behavior that should be avoided. This study through discourse analysis method examines what women in today's societies follow on social media networks related to motherhood; the prominent aspects of the posts shared within this context; how they consult non-expert people to solve their anxieties and problems related to childcare; how they ignore the problems that may occur about children's rights in relation to the post they share on social media networks. For this purpose, a general assessment has been made on the posts about motherhood shared by the users on Facebook and Instagram, two of the mostly used social media networks. Based on these information-communication networks, the meanings and practices that brought motherhood to public sphere, and the interpretive language developed by the followers of these posts are analyzed and examined. In this study, we find that the social media, that can convey the daily life practices to a great number of people, similarly causes a transformation in the identity motherhood. In addition to this, it is also observed that the posts that they share about their children sometimes reach a point that might endanger children's rights.

Keywords: Motherhood, social media, social sharing sites.

Giriş

Kadınlar, var oluşlarından itibaren doğurganlıkları ile insan neslinin devamını sağlamış, aynı zamanda da üretkenlikleri ile çalışma yaşamında yer alarak ekonomiye katkıda bulunmuşlardır. Bu nedenle kadının özelde aile içinde, genelde ise toplumda sahip olduğu yerin önemi elbette ki tartışılmazdır. Kadın, toplum içerisinde bir birey olmanın yanında; evde anne olmak, eş olmak, ev kadını olmak gibi birçok rollere sahiptir. Diğer yandan toplumda cinsiyetçi rol dağılımı da, kadına benzer rol ve sorumluluklar yüklemektedir (Günay ve Bener, 2011, s. 167).

Kadının özellikle geleneksel toplumlarda birincil görevleri arasında görülen annelik olgusu, toplumsal yaşamın içinden beslenen, kimi zamanda o yapıyı besleyen bir gerçekliktir. Annelik, içinde yaşanılan sosyo-kültürel yapıyla anlam kazanır ve bir sonraki kuşağa aktarılır. Çocuk sahibi olmak kimi kültürlerde neslin devamına duyulan ihtiyaç, çocuğun ileride yaşlılık güvencesi olması ve kişilerin yalnızlığını azaltacak bir unsur olarak tanımlanırken kimi kültürlerde ise evliliğin sürdürülmesi için bir gerekçe, sosyal çevrenin baskısı olarak değerlendirilmektedir.

Badinter çocuk sahibi olmanın, hedonizmin kadının yaşamında ilk sıraya yerleşmesiyle doğru orantılı olduğundan bahseder. Ona göre aklın doğurma kararında çok az etkisi vardır. Buna karşılık çocuk doğurmama kararında aklın etkisi muhtemelen çok daha fazladır. Yalnız bilinçaltının tüm ağırlığıyla birine veya diğerine yüklendiğini kabul etmekten ziyade, ailelerin büyük bir çoğunluğunun neden çocuk

yaptıklarını bilmediklerini ve motivasyonlarının karanlık ve karmaşık olduğunu da kabul etmek gerekiyor. Aslında karar, avantaj ve sakıncaların rasyonel bir şekilde değerlendirilmesinden çok, duygusal ve normatif nedenlere dayanmaktadır. Duygusallığın etkisinden sık sık söz edilse de, en az duygusallık kadar önemli olan ve her birimizi etkileyen aile, arkadaş ve toplum baskısından pek de bahsedilmiyor. Bir kadının ya da bir çiftin çocuksuz olması, daima sorgulama gerektiren bir anormallik olarak görülüyor. Bir anneye neden anne olduğunu; anneliğin gerektirdiği olgunluktan ve sorumluluk duygusundan nasibini alıp almadığını sormak (ve ondan geçerli nedenler istemek) kimsenin aklına bile gelmezken çocuksuz insanlardan sürekli bunun gerekçelerini açıklamaları isteniyor (Badinter, 2017, s. 20).

Bu çerçevede çocuk sahibi olma ve annelik rollerini üstlenme konusunda kadınların annelik olgusuna ilişkin kültürel anlam kodları kendi içinde bir ayrışmayı zorunlu kılmaktadır. Örneğin aile ve toplumsal yaşamdaki sorumlulukları yerine getirmek isteyen kadın için anne olmak güç bir iştir ve ortak sorumluluklarla aşılabilecek uzun bir yolculuktur. Bu yolculukta anneler kadar babaların da sorumlulukları paylaşmaları istenir. Çocuğun gelişimi noktasında çok karmaşık sonuçların ortaya çıkmasına sebep olacağı düşüncesiyle kimi kadınlar çocuklarla ilgili sorun ve sorumlulukları anneanne, babaanne ve evin diğer kadınları (görümce, elti gibi) tarafından paylaşılmasını istemez. O yüzden çocuğun yetişmesinde anne ve babanın dışındaki akrabalık örüntülerinin devre dışı bırakılması istenir. Bu tarz bir sorunu çocuk yetiştirme açısından önemseyen bir kadın anne olma noktasında birtakım kararsızlıklar yaşayacaktır. Diğer taraftan günümüz dünyasında son yıllarda artan çocuk istismarları göz önüne alındığında çocuk sahibi olan ve kentlerde yaşayan kadınlar, çocuğuna bakabilecek güvenli kurumlara ihtiyaç duymaktadır. Bununla birlikte kadınların, kreş, gündüz bakımevi gibi yerlere çocuğunu bırakabilecek maddi imkanları yoksa güvenilir olması açısından aile üyelerinden destek alabilmektedir. Farklı bir çerçeveden baktığımızda ise, çocuk sahibi olmanın “kutsal bir görev” olduğuna inanan kadın eğer yakın sosyal çevresinden ve akrabalık bağlarından kaynaklı olarak “çocuklu kadın” olarak onay görmek isteyecekse çocuğun hangi akrabalık ilişkileriyle yetiştirildiği çok da birincil problem olmayacaktır.

Berber (2013, s. 246), özel sektörde çalışan yönetici kadın profilindeki on kadınla 2011 yılı boyunca yapmış olduğu derinlemesine görüşmelerde elde ettiği bulguları ortaya koyarken görüşmecilerin anneliği bir statü olarak görmediklerini ve kendilerini sadece annelik üzerinden tanımlamadıklarını belirtmiştir. Annelik rolünün getirdiği sorumluluklardan sadece çocuğun fiziksel ihtiyaçlarının karşılanmasının ötesinde daha çok çocukların duygusal ihtiyaçlarına vurgu yapmaları, annelik pratiklerindeki değişimlere işaret etmektedir. Katılımcılar, daha çok çocuk bakımını evdeki ücretli, hatta yatılı bakıcılar aracılığıyla gerçekleştirirken bakıcı organizasyonunu kendilerinin üstlendiklerini ve çok az kişinin annesinden yardım aldığını belirtmişlerdir. Berber'e göre, anne olanların kimliğini, varoluşunu annelik üzerinden kurmadan yaşamaya çalışmaları, anne olmayanların bunu mutlaka varılması gereken bir hedef olarak tanımlamamaları, görüşülen kadınların erkek egemen toplumun tanımladığı kadın kodlarının dışına çıktıklarının belirgin işaretlerini oluşturuyor.

Günümüz dünyasında bireysel ihtiyaç ve beklentilerin ön plana çıkması, eğitim ve kariyer hayatında yükselme arzusu, anne olmanın ruhsal ve fiziksel dünyasında meydana getireceği deformasyonlar kadınların annelik olgusuna karşı daha temkinli yaklaşımlarına neden olmaktadır. Buna ek olarak günümüzde mesleki açıdan “sehayat engeli olmama” koşulu istihdam edilen kadınların “anne olma” tercihlerini belirlemektedir. Ayrıca konut kiralarken çocuklu ve çocuksuz olmalarına göre kimi ev sahiplerinin çocuksuz aileleri tercih etme yönünde bir eğilim sergilemeleri, toplumsal değişmeye bağlı olarak çocuk yetiştirmenin ekonomik ve sosyal açıdan beraberinde getireceği sorunlar, kadınların karşısında çözüm bekleyen temel problemlerden bir kaçıdır.

Tüm bunlardan yola çıktığımızda aslında günümüz toplumlarında kadınlar, sosyo-kültürel engeller ve bu engellerin doğurduğu sınırlılıklar nedeniyle kendi iç dünyalarında anne olma konusunda birtakım çelişkiler yaşamakta ve bunu yeniden üretmektedir. Fakat bu konu birazda kadının toplumsal yaşamı hangi açılardan anlamlandırdığı ve yorumladığına bağlıdır. Kırsal ve geleneksel toplumlarda kadınlar için mevcut sorunlar dayanışmayla çözülebilecek, nispeten endişe duymayı gerektirmeyecek bir konu iken kentli kadınlar için bu durum biraz daha zor bir süreçtir. Badinter (2017, s. 21)'e göre çok az kadın (çift) karar almadan önce zevk ve acıları, yarar ve sıkıntıları bilinçli bir şekilde hesaplamaya girişir.

Popüler kültürün üretilmesinde ve sürdürülmesinde önemli bir unsur olan medya ve özellikle de sosyal medya, “ideal annelik” olgusunun görsel paylaşımlar aracılığıyla aktarılmasını sağlarken günümüz

postmodern anlam kodlarının kadınlar arasında nasıl tekipleştiğini de gözler önüne sermektedir. Bu çerçevede çalışma, sosyal medya kullanıcılarından kadınların, kadınlık ve annelik rollerini hangi dil aracılığıyla aktardıklarını, bu mecralarda annelik deneyimlerini diğer kadınlarla nasıl paylaştıklarını, takipçi sayısını artırmak için ne tür reklam stratejileri kullandıklarını, bu reklamların anne adayları ve anneleri nasıl bir rekabetin ve tüketimin içine sürüklediğini analiz etmeye yönelik hazırlanmıştır. Bununla birlikte medyatik olma noktasında bilgi aktarımının fiziki mekânlarla zenginleştirilerek ve kimi zamanda gerçeği manipüle ederek nasıl iletildiğini facebook ve instagram kullanıcılarının kişisel sayfalarındaki paylaşımlar incelenerek analiz edilmeye çalışılmıştır. Böyle bir analiz, annelik kimliğinin aldığı yeni görünüm hakkında da genel bir çerçeve sunmuş olacaktır. Bunun için söz konusu sayfalar düzenli takip edilerek kadınlar/anneler arasında ne tür paylaşımların ve annelik konusunda ne tür bir bilgi alışverişinin yapıldığına bakılmıştır.

Mekânsal, Toplumsal ve Siyasal Düzlemde Annelik ve Anneliğe Dair

Kadınların öznel kimliklerini oluşturma süreci içerisinde “iyi bir anne olma”, “iyi bir eş olma”, “iyi bir evlat olma” gibi toplumsal gerçeklikler meslek edinme ve kariyer yapmanın yanında önemsenen diğer konulardır. Bu süreç yerel dinamiklerin oluşturduğu kültürel kodlarla bir sonraki kuşağa aktarılır. Bir başka ifadeyle bu kültürel kodlar yerel gerçekliklerin bir tezahürü olarak kadınların öznel kimliklerini oluşturma sürecinde toplumsal ilişkilerden beslenen önemli değerler sistemidir.

Annelik, kadınlara içinde buldukları sosyo-kültürel çevre tarafından aktarılan aynı zamanda genetik ve fizyolojik özellikler bağlamıyla da değerlendirilebilecek çok yönlü bir süreçtir. Welldon (2001, s. 42) kadınlığı annelik işlevinden ayırmanın son derece zor olduğunu bunun nedenini anneliğin doğasının yalnızca kadınlıkla bağlantılı fiziksel, biyolojik, hormonal, kültürel, sosyolojik ve fizyolojik etkenlerle iç içe geçmiş olmasına bağlar. Welldon’a göre annelik, kadın olmanın doğasında saklı olan ve ondan beslenen bir süreçtir.

Geleneksel yaklaşıma göre annelik bir görevdir, annelik içgüdüseldir ve annelik içgüdüsi sayesinde tüm kadınlar doğal olarak anneliği bilirler. Annelik içgüdüsi, hamilelikle birlikte çocuğuyla bir bağ geliştirmesine, hamileliğin tüm sıkıntılarını katlanmasına, yorucu da olsa doğumunu gerçekleştirmesine ve doğum sonrasında çocuğuyla ilgilenmesine sebep olmaktadır. Annelik kutsaldır ve iyi bir anne fedakâr ve şevkatli olmalıdır (Kılıçgün ve Kılıçkaya, 2016, s. 2868).

Annelik olgusuna ilişkin yaklaşımlar farklı disiplinler açısından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Tıbbi bir terim olarak annelik ile psikolojik ve sosyolojik bağlamda annelik farklı açılardan tanımlamaları ve yordamaları içinde barındırmaktadır. Annelik, pratik bir gerçeklik olarak toplumsal ve kültürel yapının içinden beslenen, o yapıdaki değişim ve dinamiklerden etkilenen bir niteliğe sahiptir. Sosyolojinin inceleme alanlarından aile sosyolojisinin çalışmalarına konu olan “annelik” olgusuna ilişkin bakış açısı farklı tarihsel dönemlerde farklı parametrelerle inceleme nesnesi olarak karşımıza çıkmıştır.

Bu bağlamda annelik ile ilgili tartışmalarda 1970’lerden önceki odak nokta, demografik bir olay olarak çocuk yapma (inceleme birimi tipik bir biçimde erkeklerden çok kadınlardı) ya da çocuk yetiştirme üzerineydi. İki durumda da ilgi merkezi, nüfusa sayısal bir ilave ya da toplumun potansiyel bir yetişkin üyesi olarak çocuktur. Bir taraftan doğurganlık modelleri (doğum yapma yaşı, doğumlar arasındaki süre, ailenin büyüklüğü, gebeliği önleyici yöntemler, gayri meşruluk vb.) incelenirken diğer taraftan da anne (ve daha küçük bir boyutta babanın) davranışının çocuk üzerindeki, dolayısıyla belirli bir zaman sonrasının yetişkini üzerindeki etkisi ele alınıyordu. Sosyolojik çalışmalar, çocuk yetiştirmeyi daha geniş bir toplumsallaşma sürecine yaşamın tüm aşamalarında bulunan ve yalnızca ebeveynleri değil, içinde bireylerin egemen toplumsal normları kabul etmek üzere yetiştirildiği bir dizi aktörü barındıran bir süreç yerleştirmişlerdir (Marshall, 1999, s. 31).

Amprik araştırmalar, çocuk bakımının çok büyük ölçüde kadınların omzuna yıkıldığını göstermiş olsa ve bu tabloyu yansıtmaya devam etseler de esas olarak çocuk bakımıyla ilgili iş bölümünü sorgulayan itki, 1970’lerde feminist hareketlerin sosyolojik annelik araştırmalarından gelmiştir. Dolayısıyla ikinci dönem olarak tabir edeceğimiz feminist kuramsal yaklaşımlar, anneliğin kadınların toplumdaki konumları ve cinsiyete dayalı iş bölümü üzerindeki etki ve önemine dikkat çekmiştir. Bununla birlikte feminist

yaklaşımlar anne olmak kadar babalığın da ele alınmaya başlamasına sebep olmuşlardır. Kadınların hem çocuk sahibi olma hem de çocuk yetiştirme deneyimi, anneliğin kadınların kimliği üzerindeki önemi ve çocuk sahibi olmanın yarattığı kültürel baskılar, Ann Oakley'in çalışmaları başta olmak üzere bir dizi ampirik araştırmada enine boyuna irdelenmiştir. Söz konusu araştırmaların çoğunda, kadınların çocuk sahibi olmak ve onlara bakmakla ilgili içgüdüsel arzuları olduğu şeklindeki yaygın varsayıma temelden itiraz edilmektedir. Yine, anne olmanın doğurduğu tatminsizlikler ve hüsranslar (özellikle eve kapanma söz konusuysa) sorgulanmıştır (Marshall, 1999, s. 32).

Üçüncü dönem olarak değerlendirebileceğimiz 1980'li yılların sonlarından itibaren sosyal, ekonomik ve kültürel yaşamda etkisini hissettirmeye başlayan ve günümüze kadar ivme kazanan küreselleşme süreci, aile ilişkileri ve çocuğa yüklenen anlamlar açısından yeni dinamiklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bununla birlikte kentleşme, göç, yoksulluk, mesleki yaşamda uzmanlaşma ve iş bölümünün çeşitlilik kazanması her alanda olduğu gibi kadınların yaşamında da önemli değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Kadınların iş hayatına başlamaları, mesleki formasyonlarını tamamlamak için farklı kentlere sehayat etmek ve orada ikamet etme gereklilikleri, kariyerlerini yükseltme arzusu, boşanma oranlarının artması, çocuk yetiştirme ekonomik ve kişisel sorumluluğu artırması gibi sebepler annelik/babalık konusunun çiftler arasında yeniden ele alınmasına sebep olmuştur. Özellikle sorumluluğun daha çok kadının omuzlarında olduğu annelik, kadın açısından zaman, enerji ve mekânın kullanımına dair süreçleri de kapsayan geniş kapsamlı bir yelpazeyi içine almıştır. Çalışmayan kadınlar için evde, çalışan kadınlar için ise ev ile işyeri arasındaki zamanın, mekânın ve enerjinin kullanımı birtakım zorlukları da beraberinde getirmiştir. Ancak burada önemli olan, bu zor işin kişi tarafından nasıl bir deneyim olarak değerlendirileceği hususudur. Anne olma acaba yaşamın diğer alanları gibi insan hayatına katkı sunan bir deneyim ve diğer deneyimleri de besleyecek bir süreç midir? Yoksa zaman, mekân ve enerjinin yaşamın birçok alanına paylaştırılmasından kaynaklı yaşanan zorluklar anne olma arzusunu gölgeleyen bir unsur mudur? sorusu kadınların annelik deneyimlerini yaşayıp yaşamamaları konusunda önemli bir karar basamağı olmuştur. Aslında kadınlar tam da bu noktadan başlamak üzere anne olmayı ya da olmamayı tercih etme konusunda eğilim sergilemektedirler.

İsmet Koç'un "Türkiye'de Aile Yapısının Değişimi: 1968-2011" makalesi Türkiye'de son 40- 45 yıldaki aile yapısının değişimini incelemektedir. Çalışmada, Türkiye'de 1968-2008 döneminde gerçekleştirilen dokuz demografik araştırmanın verileri ile 2006 ve 2011 yıllarında gerçekleştirilen "Türkiye Aile Yapısı Araştırmaları"nın verileri kullanılmaktadır. Çalışmanın sonuçları, Türkiye'de yaşanan sosyo-ekonomik değişimin bir sonucu olarak aile yapısındaki çekirdekleşme ve geniş aile yapısında, özellikle de ataerkil geniş aile yapısında gözlenen çözülme eğilimlerinin devam ettiğini göstermektedir. Bu değişime koşut olarak Türkiye'de dağılmış aile yapısındaki yaygınlaşmanın, özellikle de 1990'lar sonrasında tek kişilik aile ve tek ebeveynli aile yapılarındaki yaygınlaşmanın ivmesinde çok ciddi bir artış görülmektedir. Dağılmış aile yapısındaki hızlı artışın aile yapısının çekirdekleşmesi sürecini durağanlaştırdığı hatta geriletmediği gözlenmektedir. Daha ayrıntılı olarak bakıldığında, Türkiye'deki ailelerin çekirdek aile yapısını oluşturan alt-aile biçimlerinden çocuksuz çekirdek ailenin çocuklu çekirdek aileye göre daha hızlı arttığı; çocuklu çekirdek aile içinde ise Türkiye'de doğurganlığın düşmesine koşut olarak özellikle bir ve iki çocuklu ailelerde artış olduğu; üç veya daha fazla çocuklu ailelerde ise ciddi bir azalma olduğu görülmektedir. Son yıllarda ataerkil ailedeki çözülmenin hızlandığı, çekirdek aileye eklemleme biçiminde ortaya çıkan geçici geniş ailenin ise artma eğilimi içinde olduğu anlaşılmaktadır. Son 45-50 yılda gözlenen bu değişim dikkate alındığında, Türkiye'de gelecekte geniş aile yapılarındaki çözülmenin devam ederek bunların çekirdek ve özellikle de dağılmış aile yapılarına dönüşeceği öngörülmektedir. Mevcut eğilimden çıkarsanabilecek bir başka öngörü de boşanma hızlarının artmasına koşut olarak çekirdek aile yapılarının bir kısmının, özellikle tek kişilik ve tek ebeveynli dağılmış aile yapılarına dönüşmesidir (akt. TAYA, 2014, s. 19). Dolayısıyla sosyolojik bağlamda düşünüldüğünde aile yapılarının ve ailedeki ilişki biçimlerinin değişmesi, özellikle tek ebeveynli aile yapısındaki artış, kadın ve erkeklerin çocuk sahibi olma konusundaki kararlarını belirleyen temel etkenlerden biridir.

Çocuk bakımı konusunda annenin daha fazla sorumluluk aldığı varsayımından hareketle kadın açısından önemli sorunsallardan biri erkeğin baba olarak sorumlulukları ne kadar üstlenebildiğidir. Özellikle dağılmış aile yapılarında anne ile çocuk(lar) arasındaki yakın ve zorunlu ilişkinin kültürel anlam

kodları aslında kadını çocukla birbirine bağlarken erkeği/babayı bu halkanın dışında bırakır. Bu durum kadın açısından annelik mesleğine ilişkin zor ve uzun bir yükümlülüğün tek başına taşınması konusunda bir gönüllülüğü doğurur. Dolayısıyla anne olma düşüncesi ve bu düşüncüyü hayata geçirme sadece kadının yaşam planının içinde olan bir şey değildir. Anne olmak kendini tamamlayan baba olmayı da gerektiren bir süreçtir. Bu süreçte kadınların eşlerinden gördükleri destek (çocuğun doğduğu andan itibaren kişisel bakımından yetişkinliğe kadar geçen zaman içinde yapıp ettikleri) anne olma istek ve tecrübelerini olumlayan bir noktadır. Aksi taktirde baba sadece çocukla oyun ilişkisi kuran ve akşam işten geldikten sonra kısıtlı zaman diliminde paylaşılan bir arkadaşlık ilişkisinden öteye gidememektedir. O yüzden annelik sosyo-mekânsal ve sosyo-kültürel açıdan bakıldığında emziren, besleyen, büyüten, çözüm üreten ve en önemlisi de fedakârlık eden bir birey olmanın ötesinde çok daha içkin anlamları içinde barındıran bir deneyimdir. Bu açıdan yaklaştığımızda ev içinde gösterilen dayanışma bağları, çocuk bakımı ile ilgili görev bölüşümü, tecrübe ve bilgi akışının anne-baba arasında sürekli paylaşımı kadının/annenin süreci daha sorunsuz atlatmasına da yardımcı olur. Kadınlar, annelik ile ilgili bilgi aktarımı sağlayabilecek köprüler kurabilir ve aile-akraba-komşuluk ilişkileriyle dayanışma ağları oluşturabilirlerse özel alanla ilgili iş yükü bir nebze de olsa rahatlayacaktır. Fakat baktığımızda pratikte özel alanın ve annelik ile ilgili sorumlulukların çoğunlukla kadınlara ait olduğunu, bu durumunda kadının yaşamsal fırsatlara ulaşmasını engellediğini görmekteyiz.

Anneliğin bireysel boyutunun yanında sahip olduğu sosyal ve politik boyutları annelik kimliğinin dönüşümündeki başat nedenlerden biridir. Anneliğin özel alana ait bir tanımlama ya da durum olmaktan ziyade sosyal kimi zamanda politik bir alan olduğu araştırmalar tarafından sıklıkla vurgulanır (Teke, 2014, s. 35). Türk modernleşmesinin gündelik yaşam pratiklerinden biri, annelik ve çocuk yetiştirme pratiği ile nasıl bir etkileşim içine girdiğini, bu pratik özelinde nasıl “yerelleştirdiğini” anlamaya çalışan Bora (2001, s. 78), “*Türk Modernleşme Sürecinde Annelik Kimliğinin Dönüşümü*” başlıklı çalışmasında, annelik kimliğinin toplumsal olanla bireysel olan arasındaki kesişme noktalarından biri, belki de en önemlisi olduğunu dile getirir. Çünkü, annelik, bir yandan bireyin (ister anne olarak ister bir anneye sahip olarak) en derin deneyimlerin odağında durur; ama bir yandan da toplumsal olana ait pek çok öğeyi içinde barındırır. Gül (2009:51), “*Refah Devleti’nin Dönüşümünde Kadın Haklarında Annelik Hakkından Çalışma ve Aile Sorumluluğuna Geçiş*” başlıklı çalışmasında, İkinci Dünya Savaşı sonrasında, anneliği sosyal bir görev olarak tanımlayan ulus-devletlerin kadınları, ulusal kalkınma sürecine anne olarak dâhil ettiklerinden bahseder. Bu süreçte refahın gelişiminde devlet ve aile öne çıkmış, ekonomik haklardan çok, sosyal bir hak olarak sosyal yardım hakkı ulus-devletler tarafından kadınlar için öncelik tanınan bir hak alanı olmuştur. Bu doğrultuda birçok ülkede büyük aileleri destekleyen, anne ve çocukların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sosyal politikalar geliştirilmiştir. Denilebilir ki, annelik kimliği sadece kadının sorumluluğunda olan ve özel alana indirgenemeyecek kadar önemli bir mevzudur ve kamusal olanı kapsayıcı bir politik alan olarak da toplum bünyesinde yer edinmiştir.

Devletin anneliğe dair geliştirdiği politikalar zaman içinde ve ülkeden ülkeye değişmektedir. Bu politikaların değişmesinde kapitalist devletin uzun dönemdeki gereksinimleri ile kısa dönemdeki gereksinmelerin çatışması rol oynamaktadır. Birçok ülkede, özellikle Kuzey Avrupa ülkelerinde nüfusun yaşlanması ve yaşam ömrünün uzaması sosyal güvenlik sistemleri açısından ciddi bir tehdit olarak görülmekte ve kadının doğurganlığı genç nüfus potansiyeli yaratabilmek adına desteklenmektedir. Doğum izni sürelerinin artırılması ve bu dönemde kadınların daha önceki ücretlerini büyük ölçüde almaya devam etmeleri bu amaca yönelik politikalar. Diğer taraftan yarı zamanlı çalışma seçenekleri de kadınların işgücü piyasasında kalmaları ve kapitalist sistemin en temel gereksinimlerinden olan işgücü piyasasının esnekliğine katkı sağlaması açısından önemlidir. Kapitalist toplumsal sistemde kadınların, çocuk bakımı ve ücretli çalışma saatlerini uyumlaştırmak için ihtiyaç duydukları öne sürülen esneklik aslında işgücü piyasalarının gereksinimidir. Dolayısıyla annelik ve çocuk bakımına yönelik politikalar her zaman işgücü piyasalarının gereksinimlerine öncelik vermektedir. Kapitalist toplumsal sistem, kendisinden önceki toplumsal üretim sistemlerinden devraldığı annelik ve kadınlığa dair değer yargılarını da anneliği düzenlemek için kullanmaktadır (Bahçe, 2008, ss. 80-81).

Sosyal Medyada Anneliğin Sunumu

Yeni medya olarak değerlendirebileceğimiz teknik özellikler ve kullanım açısından bireylerin yaşamlarına sirayet eden sosyal medya, onların yaşam tarzlarını biçimlendirme ve değiştirme özelliğine sahiptir. Bireylerin sosyal medyada görünür olmaları, eylemlerinin diğerleri tarafından gözetlenebileceği ve denetlenebileceği gerçeğini kabul etmeleri ile başlar. Bu noktadan yaklaştığımızda Foucault (2003, s. 23)'a göre iktidar, denetim mekanizması ve güç aygıtı olarak teknolojiyi kullanır ve bu haliyle bireylerin tohumuna kadar ulaşır. İktidar, bireylerin bedenlerine erişir, hal ve tavırlarına, söylemlerine, öğrenimlerine, gündelik yaşamlarına sindiği kılcal var olma biçimi yaratmış olur.

Günümüzde bireyin sadece iletişim araçlarının işgaline uğraması değil, bilakis bireyin kendisinin söz konusu işgali ürettiğini ve kendi iradesi ile bir denetim ve iktidar biçimi ürettiğini belirtmek gerekmektedir (Babacan, 2016, s. 537).

Dolayısıyla medya, var olan toplumsal ve kültürel statünün sürdürülmesinde koruyucu olarak yer almakla birlikte değişim ve dönüşüm için de kullanılabilir bir gücü bulunmaktadır. Medyanın kadınların eve ve aileye ilişkin rollerinin önceliğini vurgulayan basmakalıp imgeler kullanmakta olduğu bilinmektedir. Anneliğin öğrenilme sürecinde medyanın çok büyük önemi bulunmaktadır. Annelik ve bebek bakımıyla ilgili kitap ve gazetelerin eklerinden alınan bilgiler günümüzde kitle iletişim araçlarına taşınmıştır. Medya aracılığıyla elde edilen bilginin niteliği ve çeşitliliği kullanıcılarına büyük kolaylıklar sağlamıştır. Atabek'e göre, annelik rolü ve davranışları aile içinde anne tarafından, medyadaki film, reklam ve benzeri birçok sunum içindeki imgeler aracılığı ile öğretilmektedir. Kadınlar medyanın çeşitli alanlarında kendi seyredilişlerini izlerken, bir yandan da onlardan talep edilen "ideal" kadının ne olduğunu görmektedirler (Uğurlu, 2013, s. 1-9).

Özellikle sosyal medyanın gün geçtikçe daha fazla birey tarafından kullanılıyor olmasından yola çıkarak bu alanın önemli bir parçası olan bloglar ve facebooktaki paylaşımlara baktığımızda kadınlar tarafından moda, güzellik ve makyaj teknikleri, seyahat, dekorasyon, yeme-içme tarifleri, diyet ve annelikle ilgili soru ve sorunların paylaşıldığı bir alan olarak kullanıldığını görmekteyiz. Kullanıcısına istediği ve merak ettiği konularda fikir beyan etmeye ve yorum yapmaya imkân tanıyan, kendi yaşam alanından kesitler sunan ve bunlar hakkında takipçilerinden yorum bekleyen bloggerlar, kişisel sayfalarından düzenli olarak an'larını fotoğraf ve çeşitli sözlerle paylaşmakta, kişisel önerilerden merak uyandıran konulara kadar geniş bir yelpazede paylaşımlarda bulunan bir tablo sunmaktadırlar. Söz konusu kullanıcılar içinde annelik ile ilgili paylaşım yapanlar, hamilelik döneminde ve sonrasında takipçileri tarafından aldığı yorumlarla, sanal ortamdaki övgü dolu sözlerle "sanal mutluluklar" yaşamakta ve özel alanla ilgili paylaşımları ekonomik bir tatmin aracına dönüştürebilmektedirler.

İlginç olan ve tartışılması gereken önemli bir nokta vardır ki, o da doktorların belli bir yaşa kadar cep telefonu ve diğer dijital araçlardan uzak tutulmasını istedikleri çocukların tam da objektiflerin merkezinde baş rolde olmaları annelik konusundaki ironik tartışmaları da karşımıza çıkarmaktadır. Bununla birlikte günümüzde yaşanan temel bir sorunsal alan olan çocuk haklarının ihlali ekseninde bakıldığında, medyada annelerin çocukları ile ilgili paylaştıkları görsellerin tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Kadınların annelik deneyimlerini kazandıkları yer ilk olarak aile içi ilişkilerle örüntülenmiş özel alandır. Geleneksel toplumlarda, annelik deneyimi daha çok ailenin diğer kadınları ile paylaşılan ve çoğu zaman ailede yaş ve tecrübe olarak büyük olan kadınların, kızları/gelinlerine tecrübe ve bilgilerini aktararak gerçekleştirdikleri bir öğrenme süreci söz konusudur. Geleneksel aile yapısında kuşaklar arasında annelik deneyimi özel alanda, karşılıklı ve yüzyüze diyaloglarla ve sosyalizasyon süreciyle rol modeli alınarak aktarılmaktadır. Bununla birlikte annelik ile ilgili konular, akrabalık ve komşuluk ilişkileriyle paylaşılan, zaman zaman ev gezmeleriyle bilgi ve deneyimlerin karşılıklı aktarıldığı sosyo-kültürel ortamlar içinde gerçekleşir ve kadınlar açısından önemli bir sosyalleşme alanıdır. Bu anlamda kadınlar, çocuğun ne ile beslenirse gelişiminin hızlanacağı, aşılmasının yapılma dönemindeki sorunlarla nasıl baş edecekleri, çocukların kıyafet seçimlerinde, bebek bakım setlerini nerelerden temin edecekleri konusunda paylaşımlarda bulunmaları pratik bir bilgi kaynağı oluşturmaktadır. Kadınlar açısından bu paylaşımlar işlevsel bir öneme sahiptir. Artık geleneksel bağların çözülmesi ve sosyal medya aracılığıyla bilgiye kolay ulaşılabilirlik annelik deneyimlerinin sosyal medyaya taşınmasına sebep olmuştur. Her ne kadar bazı bölgelerde annelik deneyimleri geleneksel aile bağlarıyla kurulan yüzyüze diyaloglarla devam

etse de teknolojideki hızlı değişim anneliğe dair bilgi paylaşımını internet ortamına taşımıştır. Söz konusu mecralar çocuğun doğduğu ilk zamanlarda bir şekilde eve kapanan kimi kadınlar için bir rahatlama ve sosyalleşme alanı olabilmektedir.

Teke (2014, ss. 34-38), kadınların açtıkları blogların, geleneksel annelik, modern annelik ve günümüz postmodern anneliğe giden yolda kadınlık hallerini keşfetme açısından önemli bir kaynak oluşturduğunu belirtir. Ona göre, kadınların sosyal medya mecralarında annelik deneyimlerini paylaşmaları, “kendileri için bir şey yapmak”, “çocuklarına dijital bir anı defteri bırakmak”, diğer “annelerle deneyimlerini paylaşmak”tır.

Denilebilir ki annelerin/anne adaylarının geleneksel sosyo-kültürel yapılarda başlayan ve ev gezmelerinde kendini gösteren buluşmalar modern zamanlarda artık sosyal medyanın sunduğu sanal ortamlarla yeni bir biçim kazanmıştır. Anne olmak isteyen ve anne olan kadınlar hamilelik öncesi ve sonrası nasıl beslenmeleri gerektiği, çocuklarını nasıl beslemeleri gerektiği, spor ve egzersiz olarak tercih ettikleri spor türleri, bebek için hangi siteden ne tür alışveriş yapacakları, doğum öncesi ve sonrası kilo artış ve kilo verme çabaları sosyal medyada instagramdaki bloggerlar ve facebook kullanıcıları tarafından paylaşmakta, takip listesi ve yorumlarla paylaşımlarını devam ettirmektedirler. İnternet teknolojisinin gelişmesi ve farklı yazılımların ortaya çıkması ile birlikte sunulan hizmetlerin içeriği ve şekli değişmiştir. Paylaşımında bulunan kişilerin artık kendi web siteleri olabilmekte ve kişisel sayfalarından belli bir tema üzerinden çok sayıda takipçiye ulaşabilmektedirler. Bu noktada internetin bilgiye kolay ve hızlı ulaşma fırsatı tanınması, kadınların öğrenmek ya da sormak istedikleri bir konuya karşılıklı diyaloglarla anında paylaşarak farklı çözüm önerilerinin sunulması geleneksel yöntemlerle bilgiye ulaşma sorunlarını ortadan kaldırmıştır.

Günümüz toplumlarında teknolojinin gelişmesi ile internetin sunduğu bilgi paylaşım ağlarının yaygınlık kazanması, kadınların annelik tecrübelerini sanal ortamda diğerleriyle paylaşması kadın açısından kolaylıklar sağlarken birtakım sorunları da kamusal alana taşımıştır. Örneğin birkaç aylık bir bebeğin an'larını fotoğraflayarak paylaşmak ve sürekli göz önünde olarak beğeni sayısını artırmak için yaptıkları çabalar ile çocuklarını bir reklam nesnesine dönüştürmeleri önemli bir toplumsal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla internet üzerinden tanımadığımız bir topluluğa yapılan paylaşımlar ve bu paylaşımlara ilişkin yorumlar sosyolojik bir bakışla incelendiğinde annelik kimliğinin tüketim aracılığıyla görünür kılınmaya çalışılması ve bu konunun kimi zaman medyatik olma kaygısını ön plana çıkarması önemli bir sosyal mesele olarak değerlendirilebilir.

Anne/anne adayları olan kadınların kişisel sayfalarından daha fazla kişiye ulaşma isteği; deneyimlerini aktarmak, diğer kadınların deneyimlerinden yararlanmak, çocuklarına gelecek için anı biriktirmek gibi geniş bir yelpazeyi kapsamakla birlikte zaman zaman kişinin tanınabilirliğini artırarak medyatik olma ve belirli bir kâr elde edebilme düşüncesini de beraberinde getirmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir mevzu vardır ki o da, paylaşım yapan kişi ve takipçilerin uzman olmadıkları bir konuda “uzmanmış gibi” bilgi aktarımı yaparak yanlış sonuçların doğmasına sebep olabileceği gerçeğini göz ardı etmeleridir.

Araştırmanın Yöntemi

İnternetin tüm dünyada hızlı bir şekilde yayılması söz konusu alanı veri girişi açısından oldukça üst noktalara taşımıştır. Bu mecraı kullanan kadınlar çok geniş bir kitleye bilgi ve tecrübelerini aktarırken nasıl bir dil geliştirdikleri ile bilginin alıcı tarafından nasıl yorumlandığı nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi ile incelenmiştir. Bu çerçevede sosyal medyada annelik ile ilgili kişisel sayfaları olan instagram ve facebook kullanıcılarının hesapları incelenmiştir. Bu hesaplarda yapılan paylaşımlar yaklaşık 5 ay boyunca düzenli olarak takip edilmiştir. Ayrıca annelerin yapmış olduğu paylaşımların dışında takipçilerin beğeni ve yorumları da araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Bu çerçevede kadınların annelik deneyimlerinin takip eden kişiler tarafından nasıl algılanıp yorumlandığına dair ipuçları elde edilmeye çalışılmıştır.

Bu bağlamda çalışmada 6 instagram hesabı ile 6 facebook hesabı olan kadınların annelik deneyimleri ile ilgili paylaşımlar incelenmiştir. Araştırmada zengin veri sunabilmek adına her bir paylaşımcı

kadının/annenin ortalama 50-60 arası paylaşımı detaylı olarak incelenmiştir. Instagram ve facebookta kişisel sayfası olan ve araştırma kapsamına giren annelerin paylaşımları detaylı olarak incelendiğinde kullanılan mekân, giyim tarzları, moda ve popüler kültür alanına ilişkin tüketim araçları, orta ve üst sosyo-ekonomik yapıya sahip iki farklı sınıftan olabilecekleri izlenimini vermektedir. Bu çıkarım araştırmacı tarafından görsel metinler ve söylemler incelenerek elde edilmiştir.

Araştırmanın Veri Toplama Süreci

Günümüz toplumlarında sosyal medya aracılığıyla bireyler “görselliği” ön plana çıkaran paylaşımlara daha fazla önem vermektedir. Bu görseller özellikle mekân kullanımı ile zenginleştirilerek paylaşılmakta ve kişiye özel hikayeler oluşturulmaktadır. Dolayısıyla bireylerin internet aracılığıyla daha fazla kişiye ulaşarak sesini duyurmak ve varlığını hissettirmek için farklı yöntemleri denemesi ve bunu görseller kullanarak yapması medya konusundaki sosyolojik çalışmalara da yeni bir boyut kazandırmıştır. Sosyal dünyada gündelik bilginin aktarım biçimleri modern yaşamın değişen ve dönüşen dinamiklerine göre yeni bir biçim almıştır. Bu açıdan yaklaştığımızda annelik olgusunun toplumsal ve kültürel olarak benimsenen değerler ikliminden uzaklaşarak nasıl bir içerik ve yeni bir görünüme kavuştuğunu sosyal medya kullanıcıları olan anneler üzerinden analiz etmenin popüler kültür öğelerini de yordamamız açısından önemli olduğu kanaatindeyiz.

Buradan yola çıkarak kadınların annelik ile ilgili bilgi ve tecrübelerini analiz edebilmek amacıyla 6 instagram, 6 facebook hesabı araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Paylaşımlarda kadınların anlatı ve kullandıkları görseller incelenmiştir. Paylaşım akışı gün içerisinde çok yoğun yapıldığı için hergün yapılan paylaşımlar akşam saatlerinde tek tek incelenmiş ve araştırmacı tarafından paylaşımlarla ilgili notlar alınmıştır. Aynı zamanda paylaşımları beğenen ve yorum yapan takipçi listelerinden en az 40 kişinin yorumları da araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Çalışmanın genel çerçevesi doğrultusunda popüler kültür ürünlerinden biri olan sosyal medyada anneliğin hangi dil ve anlatılarla aktarıldığını sosyolojik olarak çözümlenmek esas alındığından kişisel hakları korumak adına kullanıcıların hesap isimleri ve ilgili görseller verilmemiştir.

Sosyolojik araştırmalarda son yıllarda görsel veri kullanımının yaygınlık kazanması dikkate alındığında bu çalışmada veri toplama araçlarından görsel sosyolojinin bilimsel temellerinden yararlanılmıştır. Görsel sosyoloji, toplumun doğrudan gözlenmesi ve onun görsel dışavurumlarının –insan eylemleri ve maddi kültür ürünleri- çözümlenmesi ve kuramlaştırılması ile mümkün olabileceği düşüncesi üzerine temellendirilir. Görsel sosyoloji, toplumsal olguları tanımlamak, açıklamak ve incelemek amacıyla araştırma sırasında bulunan veya üretilen fotoğraflar ve diğer imgeleri veri olarak kullanmaktadır. Bu çerçevede görsel sosyologlar sıklıkla araştırma konusunu temsil ettiğini veya içerdiğini kabul ettikleri imgeleri veri olarak toplarlar ve bu imgelerin içeriğini çözümlerler (Görk, 2016, ss. 26-30).

Bu araştırmada toplumsal yaşamın önemli bir parçası haline gelen sosyal medya ve onun kullanımına ilişkin görsel iletilerin içeriklerinin kadınlar tarafından ne şekilde üretildiği, zaman ve mekân boyutunda iletilen mesajların fotoğraf ve videolara ne şekilde yansıdığı, nasıl ve kimler tarafından tüketildiği noktasında görsel veriler incelenmiştir.

Araştırma kapsamına dahil edilen annelerden bir kısmı annelik ve çocuk bakımı konusunda ağırlıklı olarak bilgi paylaşımında bulunurken diğer bir kısmı ise hamilelik süreci ve özellikle çocuklarının bir yaşını doldurmasından sonraki fotoğraf ve video paylaşımına daha fazla ağırlık vermişlerdir.

Araştırmanın uygulama kısmı 5 ay sürmüştür. Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği açısından paylaşımda bulunan kadınların farklı sosyo-ekonomik sınıfa mensup, annelik ile ilgili farklı paylaşım biçimleri benimseyen kadınlar/annelerden seçilmesine özen gösterilmiştir.

Araştırmanın Veri Analiz Süreci

Araştırmanın amacı doğrultusunda facebook ve instagramda paylaşımda bulunan kadınların kişisel sayfalarında, annelik ile ilgili paylaşımların içeriğini, paylaşımların geleneksel değerlerle örtüşen ve farklılaşan yönlerini, bilgi alışverişinin hangi noktalardan hareketle yapıldığı, yorumcuların paylaşımları

nasıl anlamlandırdıkları analiz edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca araştırmada, anne adayları olan kadınların hamilelik süreci, doğum öncesi-sonrası hazırlıklar, çocuğun ev içindeki hallerinin popüler kültürün etkisiyle hangi açılardan yansıtıldığı üzerinde de durulmuştur. Bu bağlamda, anneliğin farklı görünümünün gündelik yaşamımızın alışılacağıları arasına nasıl dahil edildiği söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Söylem, bir iletinin tüm boyutlarını –sadece iletinin içeriğini değil, onu dile getireni (kim söylüyor?), otoritesini (neye dayanarak?), dinleyiciyi (kime söyleniyor?) ve hedefini (neye ulaşmak için söyleniyor?)- kapsar. Söylem, belirli bir zaman diliminde belli insan grupları arasında olan ve diğer insan gruplarıyla ilişkili olarak geliştirilen fikirleri, ifadeleri ve bilgileri içerir (Punch, 2005, s. 215).

Söylem analizi, bir anlamda “anlam”ın çeşitliliğini ve değişkenliğini araştıran ileri düzey hermeneutik ve sosyal göstergebilim olarak görülebilir. Bu analiz yöntemi nitel araştırmalarda öne çıkan bir araştırma yöntemi olup insanların kendi algı dünyalarını yaratmak için günlük olaylarda dili nasıl kullandıkları üzerine odaklanan etnometodolojiyi kullanır. Söylem analizi, örneklem sorularını kapsayan geleneksel araştırma yöntemlerinden köklü bir şekilde ayrılır. Örneklem büyüklüğü söylem analizinde önemli bir konu değildir, çünkü analizde önemli olan az sayıda bireylerden elde edilen geniş kapsamlı dilsel malzeme ürünleridir. Söylem çözümlemesinin yürütülmesindeki bir görüş metindeki baskın-dominant temanın incelenmesidir (Çelik, Ekşi, 2013, ss. 105-111).

Bu çerçevede araştırmada sosyal medyada kişisel hesapları olan annelerin paylaşımları ve paylaşımların altındaki hikayeler okunarak ve görseller izlenerek en çok öne çıkan temalar kategorize edilmiştir. Buradan yola çıkarak araştırmanın konusu ve amacı doğrultusunda kadınların/annelerin bilgi ve görsel paylaşımlarla vermek istedikleri mesajın anlam içeriği araştırmacı tarafından yorumlanmıştır. Konuşma metinleri, fotoğraflar, videolar ve hikâye paylaşımları araştırmaya dahil edilen inceleme nesnelere dir.

Araştırma, instagram ve facebook hesabı olan toplam 12 kadının kullandıkları dil ve görsel malzemeler analiz edilerek gerçekleştirilmiştir. Instagram ve facebook hesabı üzerinden yapılan konuşma metinleri hiçbir değişiklik yapılmadan doğrudan alıntılarla verilmiştir. Görsel materyaller ise kişisel hakları korumak adına metin içinde doğrudan fotoğraflarla verilmek yerine araştırmacı tarafından betimlenerek verilmeye özen gösterilmiştir. Bu çerçevede sosyal medya hesabı olan kadınların annelik ile ilgili yazdıkları metinlerden ve görsel paylaşımlardan yola çıkarak anneliğe ilişkin anlam dünyalarını nasıl inşa ettiklerini, sosyal (etkileşen bireylerin birbirleriyle kurdukları diyaloglar) ve kişisel olanın (anneliği anlamlandırma ve aktarma biçimlerini) nasıl aktarıldığı alıntılarla zenginleştirilerek verilmiştir.

Bu çalışmada toplanan verilerin açıklanmasında ve anlamlandırılmasında görsel sosyoloji aracılığıyla elde edilen imgelerin içerikleri analiz edilerek çözümlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede araştırmanın amacı doğrultusunda paylaşımcıların fotoğraf, video ve bilgi içeren veri setleri birçok kez incelenerek en çok öne çıkan konular bağlamında temalar oluşturulmuştur. Bu temalar, anne adayları olduklarını ifade etme biçimleri, hamilelik süreci ile ilgili görsel metinlerin öne çıkan yönleri, geleneksel değerlerin değişen biçimleri, uzman olmayan kişilerin hamilelik süreci ve sonrası ile ilgili bilgi paylaşımlarındaki sorunsal alanlar ve çocuk hakları şeklinde kategorize edilmiştir. Kategorik olarak oluşturulan temalar altında paylaşımcıların ve paylaşımı takip eden kişilerin yorumları doğrudan alıntılarla verilmeye çalışılırken toplumsal bağlamla olan ilişkisi araştırmacı tarafından yorumlanmaya çalışılmıştır.

Araştırma bilimsel bir kaygıdan yola çıkarak hazırlanmış olup ticari bir kaygı gütmemektedir. Bu nedenle medya aracılığıyla annelik tecrübelerini paylaşan kadınların kullandıkları blogger ve facebooktaki kişisel sayfalarının doğrudan ismi verilmeden kodlar kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Şöyle ki, annelik paylaşımı yapan instagramdaki blogger sayfalarına B1, B2, B3 gibi kodlar verilirken facebook sayfalarından alınan paylaşım sayfaları da F1, F2, F3 şeklinde kodlanmıştır. Paylaşımlardan alıntılar yaparken tekrarlardan kaçınmaya özen gösterilmiştir.

Bulgular

Toplumda önemli bir yer edinmiş olan annelik olgusu, anne olmak için bir itici güç oluşturmuştur. Fakat bu itici güç, popüler kültürün etkisiyle değişim göstermeye başlayan anneliğin alternatifi olan ve ikili yapı gösteren kavramların ortaya çıkmasına engel ol(a)mamıştır. Gündelik yaşamın kültürü olan popüler kültür bağlamında, anneliğin görüntüsünün ve içeriğinin değişiyor/değiştiriliyor olması da bunun kanıtıdır. Popüler kültürün annelik olgusu üzerinden oluşturduğu yeni formülasyonlardan biri olan blogger anneler, kendilerini göstermek istedikleri şekilde ve miktarda sergilerler. Bu bağlamda ‘iyi anne’ olduklarını göstererek yaşadıkları psikolojik tatmin, onlara aynı zamanda gerçeği perdeleyerek sunma olanağı vermektedir (Burç, 2015, ss. 4-5).

Fakat burada bir gerçeğin altını çizmekte fayda var. Popüler kültür ürünlerinden sosyal medyayı kullanan ve hamilelik ve annelik olgusunu araçsallaştırarak toplumda tanınırlık elde etmeye çalışan kadınların varlığı kadar medya okur-yazarlığı olmayan ve bu mecralarla tanış(a)mamış kadınların varlığını da göz önünde bulundurmamak gerekir. Böyle bir gerçeğin altı çizildikten sonra sosyal medyada annelik olgusunun paylaşımı konusunda kadınlar arası bilgiye ulaşılabilirlik açısından farklılıkları da gözlemlemeye gerekecektir.

Anne Adayı Olduğunu İlan Etme Biçimlerine Yönelik Söylemler

Tolan (1991, s. 209)’a göre, “kadınlar, ancak analık rolü aracılığıyla toplumda statü sahibi olunabileceği normunu sorgulamak yerine, bu rolün gereklerini daha iyi uygulayabilmek için eğitim olanaklarının artırılmasını ister ve bu yönde çaba gösterirler.”

Kadın için annelik kimliği ve bu kimliğin aktarım dinamikleri kültürel öğretiler aracılığıyla kuşaklar arasında paylaşılır. Geleneksel toplumlarda annelik ve anne adaylığı olma yolundaki serüven daha kapalı bir sistem içinde işler. Bu sistem içinde anne adaylığı öğrenen kadın, hamilelik süreci ile ilgili bilgi ve tecrübeler konusundaki verileri mahremiyet sınırları içinde aile ya da akrabalık sistemiyle kurduğu ilişkilerden edinir. Çünkü geleneksel toplumlarda anne olduğunu öğrenen bir kadının bunu mahrem bir konu olarak görmesinden dolayı kendi anne babasına ve eşinin ailesine bildirmesi daha fazla özen göstermesi gereken bir süreçtir. Günümüz dünyasına geldiğimizde bilgi iletişim teknolojilerinin hızla yayıldığı ve sosyal medya dinamiklerinin hayatımızı çepeçevre sardığı zaman diliminde mahremiyet alanına ilişkin birçok yaşam pratikleri de dönüşüme uğramıştır. Artık günümüzde kadınlar, anne adaylığı olduğunu görsel sunumlarla sanal ortamda geniş kitlelere duyurmaya ve bu konuda beğeni ve tebrik mesajları alma yönünde beklenti içine girmektedirler. Anne adaylığı olan kişiler hamileliklerini değişik biçimlerde ifade etmektedirler. Bunlardan biri dar kıyafetler giymek, ellerini karnına götürerek kalp işareti yapmak, “*içimde bir kalp daha atıyor*”, “*içimde bir aşk büyüyor*” cümlesiyle durumu haber vermek, bebek eşyasından bir görselle (biberon, çocuk ayakkabısı vb.) hamile olduğunu paylaşmak son zamanlarda çok fazla karşımıza çıkan görsel sunum şekilleridir.

Bununla birlikte hamile kadınların özel fotoğrafçılar tutarak dış çekim yapmaları ve bu konuda eşlerini de çekime dâhil ederek sürecin “mutlu-evli-çocuklu” olarak sürdüğü konusunda mesaj verme çabaları da son yıllarda artış göstermektedir. Bir anlamda gündelik yaşamın popüler kültür öğeleri annelik olgusuna yüklenen anlam ve pratikleri radikal bir biçimde dönüştürmüştür. Artık annelik haberi alındıktan sonra sosyal medyayı yoğun olarak kullanan kadınlar annelik ile ilgili mutlu an’larını ve gündelik yaşam pratiklerini kesintisiz olarak paylaşmaktadırlar. Bu paylaşımlar, kadınlar açısından yüzyüze iletişim kurduğu sosyal çevrenin ötesine geçecek imkânlar sağlarken aynı zamanda daha geniş bir kitle tarafından ilgi ve beğeni konforu sunmaktadır.

Popüler kültür ürünlerinden biri olan ve tüketim nesnesi haline gelen sosyal medya aracılığıyla birey an’larını kamusal alana, insanların beğenisine sunar. Bu, aynı zamanda paylaşılan an’lara şahit olacak diğerlerinin de varlığını zorunlu kılar. Sosyal medya üzerinden yapılan bu paylaşımlara ilişkin beğeni ve yorumlar bireyin mutlu an’larının önemli pekiştiricileridir. Bu noktadan yaklaştığımızda Baudrillard (2008, s. 52) *Tüketim Toplumu* adlı eserinde şu noktalara değinir. Bütünsel ya da iç haz olarak mutluluk, başkalarının ya da bizim gözümüzde kendini görünür kılabilen göstergelerden bağımsız olan ve kanıtlara

ihtiyaç duymayan mutluluk, tüketim idelainden hemen dışlanır, çünkü bu idelade mutluluk öncelikle eşitlik talebidir ve bu yüzden kendini görünür ölçütler bakımından göstermek zorundadır. Dolayısıyla tüketim toplumunda, tüketim nesnesine yüklenen simgesel anlam ya da işlev nihai tahlilde derinliği olmayan ve genelde anlık hazlara yönelik bir anlayış barındırmaktadır. Tüketim toplumunda mutluluk, müsrif olma ile doğrudan ilişkili görülmekte ve kitleler daha çok tükettikçe daha mutlu olacaklarmış gibi sahte bir mutluluk algısı oluşturulmaktadır.

Tüketim toplumunun genel mantığı, gösterişçi tüketim anlayışının yaygınlaşmasıdır. Bu çerçevede özel an kutlamasına bizzat şahit olan ya da olmayan insanların da bu ana ait kareleri görmelerini ve beğenilerini sağlamak arzusuyla sosyal medya üzerinden bu tür anlara ait fotoğraf paylaşımlarının giderek yaygınlaşması da gösteriş amaçlı tüketimin önemli bir boyutudur (Anık, 2016, ss. 448-450).

Birey kendine ait gündelik yaşam alanından seçtiği kesitleri sosyal medya üzerinden izleyiciye sunmakta ve kendini var etme biçimi olarak sosyal medyada kendine yer edinmektedir. Aslında bu noktada Giddens'ın benlik tanımı akla gelmektedir. Giddens (2010, ss. 103-104)'a göre benlik, olduğumuz veya olmadığımız şey değil, aksine bizzat kendi yaptığımız bir şeydir. Birey kendisini ve geçmişini beklenen bir gelecek ışığında gözden geçirerek içselleştirir. Öyleyse bireyin oluşturduğu benlik tanımlaması kendine özgü bir tanımlamadır ve toplumla etkileşim sonucu bir anlam kazanır. Dış olaylar sadece benlik-gelişimine destek sağladıkları, engelleri ortadan kaldırdıkları ve karşılaşılabilecek belirsizliklerin bir kaynağı oldukları durumlarda davetsizce benliğe nüfus ederler. Bu noktada kendi benlik tanımlamalarını günümüz dünyasında medya aracılığıyla toplumla tanıştıran kadınlar orada aynı zamanda bir kimlikte edinirler ve böylece varolmayı diğerlerinin takip ve beğenileriyle sürdürürler.

Yaptığımız çalışmada paylaşımcılar, hamilelik sürecinde nelere dikkat ettiklerini, her ay ne kadar kilo aldıklarını, hamilelik sürecinde nasıl bir beslenme takvimi oluşturduklarını, hamilelik kıyafetlerini nereden temin ettiklerini, doğum sürecini kolaylaştırmak için yaptıkları sabah sporlarını takipçilerin beğeni ve ilgisine sunar. Bu paylaşımlara gelecek olan yorumların kimine cevap vererek hiç tanımadıkları bir alanda yeni ilişkiler ağı oluşturarak bundan memnuniyetlerini dile getirirler. Bu paylaşımlar neticesinde kendilerine yeni bir kimlik oluşturma alanı da sağlarlar. Yapılan paylaşımlarda blogger annelerden biri sayfasında şu bilgiyi paylaşır ve sorusunu sorar:

“Bugün kendime hamile tulumu aldım ve sizinle paylaşmak istedim. Nasıl olmuş?” (B1)

Sofrada balık-salata ikilisinden oluşan menünün fotoğrafını paylaşan blogger anne, *“ilk üç ayda bebeğin gelişimi için balık şart”* ifadesini resmin altına iliştiirmiştir. (B2) Böyle bir paylaşımın altına yorum yazan takipçiler *“ne kadar sıklıkla balık tükettiğini, hangi çeşit balığın çocuk gelişimine olumlu etkisi olacağını, başka ne tür besinler tükettiği”* sorusunu sorarak uzman kişiler yerine birbirlerinin beslenme programlarından yararlanma yoluna gitmektedirler. Ösaki anne adayının beslenme programını tüm kişilere genellemek çok da gerçekçi değildir.

Bir blogger anne spor sahasında çekilmiş fotoğrafın altına *“kolay doğum için spor yapanlar burada mı?”* sorusunu sorarak takipçilerinden yorum beklemektedir. (B3). Kendisinin yürüyüşe düzenli gittiğini söyleyerek *“bilinçli bir anne adayı”* olduğunu hatırlatmaktadır. Yorumlar içinde ilginç bir paylaşım vardır. Hamile olan bir kadın, düzenli yürüyüşe giden blogger annenin yaptığı paylaşımın altına *“keşke sizin yerinizde olabilseydim. Ama maalesef yoğun bir iş tempom var ve eve yorgun argın geliyorum, bu yüzden spor yapmaya vakit bulamıyorum”* yorumunu yapmıştır. Burada bir gerçeğin altını çizmek gerekiyor. Paylaşımında bulunan blogger anne, hamilelik sürecinden itibaren *“ideal anne”* olma yolunda çaba sergilerken diğer kadınların aynı imkân ve yeterliliklere sahip olamayacağı gerçeğini göz ardı etmektedir. Bu konuda yapılan bazı çalışmalar internet kullanıcılarının *“idealleştirilmiş annelik”* tanımlamalarını medyadan takip ederken kendi annelikleri konusunda sorgulama yoluna gittikleri ve bunun da depresyonu tetiklediği sonucunu çıkarmışlardır.

Çocuk sahibi olmanın ötesinde çocuğun cinsiyeti de sosyal medyada paylaşılan önemli bir konudur. Anne adayının doktor kontrollerinden sonra ultrason fotoğrafına sonradan fotomontaj ile iliştilmiş pembe kurdele ya da mavi kurdele ile bebeğin cinsiyeti hakkında bilgi veren paylaşımlarda oldukça popüler paylaşımlardır. Bu konuda Facebook ve Instagramda paylaşımında bulunan kişi, takipçilerinden bir isim bulunması konusunda da tavsiyeler istemektedir. Nihai karar anne-baba olacak çiftlere ait olsa da bu şekilde takipçi listesini önemsedğini ve onların görüşlerine ihtiyaç duydukları izlenimini vermesi bir anlamda sanal

ortamdaki “sanal yakınlığı” da beslemekte ve bu şekilde sempati kazanmaktadır. Bu çerçevede düşündüğümüzde söz konusu paylaşımlarda takipçilerine yakın, samimi ve doğal görünmek stratejik bir öneme sahip olmaktadır.

Hamilelik Süreci ile İlgili Görsel Metinlerin Öne Çıkan Yönleri

Blogger anneler bireysel bloglarında, kendileri hakkında bilgi vermekte, hamilelik dönemi ve sonrasındaki deneyimlerini paylaşmakta, çocuklarıyla neler yaşadıklarını anlatmakta, çocuk sağlığı ya da eğitimiyle ilgili deneyimlerine ve herhangi bir ürün kullanımından duyulan memnuniyet ya da şikayetlere yer vermektedirler. Dijital bir bebek günlüğü tutan anneler, hem anneler arasında bir dayanışma oluşturmakta hem de küçük çaplı bir reklam ve pazarlama örneği sergilemektedirler (Burç, 2015, s. 3). Sosyal medyadaki takipçi sayısını artırmak, kadınlar açısından daha popüler olma yolundaki süreci hızlandırırken aynı zamanda belirli firmalarla anlaşarak belirli ürünlerin reklamını yapmakta ve böylelikle bir kazanç elde edilebilmektedir.

Facebook kullanıcıları fotoğraf karesini kendi sayfalarından paylaşmakta fakat bu fotoğraflar Instagrama göre büyütüp detaylarıyla görebilme şansı vermektedir. Gerek Facebook'ta gerekse Instagram'da bazı anneler farklı hamile kıyafetleri ile dış çekim yaparak eşlerini de baba adayını bu karelere dahil etmektedirler. Bu görsellerin altına yazılan yorumlar ve beğenme bildirimleri anne adayını için bir geri bildirim özelliği taşımaktadır. Söz konusu bildirimler ekseninde zaman zaman yorumcuların talep ve eleştirilerini dikkate alan yeni paylaşımlar yapılmakta ve bir müddet sonra kendini tekrar eden kısır bir döngüye doğru gidilmektedir.

Kadınlar, annelik kimliğini toplumla sosyal medya aracılığıyla paylaşmak isterler ve bu paylaşım aynı zamanda beğenilme ve yorum alma beklentisini de beraberinde getirir. Bu çalışma kapsamında hamilelik ile ilgili görselleri paylaşan kadınlar kimi zaman özellikle karın bölgesini açıkta bırakan giysilerle ve ilgi çeken kıyafet ve makyajla bedenini görülebilir kılmakta ve takipçilerinden bu konuda yorum istemektedir. Burada yapılan paylaşımın altındaki yorumlara baktığımızda “*hamilelik bir kadına ancak bu kadar yakışabilir. Kıyafetinizi nerden aldınız acaba?*”, “*beş aylık hamile olmanıza rağmen ne kadar düzgün ve orantılı bir vücuda sahipsiniz, bu konuda neler yaptığınız konusunda bilgi verebilir misiniz?*” gibi yorum ve sorularla hem hamile kalıp hem de kiloyu korumak konusunda sorun yaşayan birçok kadın açısından merak konusu giderilmektedir. Paylaşım yapan kadın için övgü almak ve geniş kitlelerle üzerinde ilgi uyandırdığına olan inanç, paylaşımların devamlılığı ile ilgili bir pekiştirici görevini de görmektedir.

Popüler kültür ürünlerinden biri olan sosyal medyada anne olmayı ilan etme biçimleri kendi içinde çeşitlilik gösterse de aslında hepsi kamusal alandaki geniş kitlelerle hamilelik haberini paylaşmak üzerine kuruludur. Bu paylaşımların bir kısmı toplumsal norm ve değerler çerçevesinden uzaklaşarak gerçekleşmektedir. Örneğin paylaşımlarda rastlanan sıklıkla hamile olan anne adayının elbise giyerek karnının daha belirgin olması için eliyle göstermesi ve “*lahana kadar oldu*” (F3) benzetmesini yapması, aynanın karşısına geçerek yan profilden karnının ne kadar büyüdüğünü ve kaç hafta olduğunu (B2, F3) belirtmesi, “*burada bir melek var*”, “*burada bir aslan var*” (F4) gibi cinsiyete dayalı farklılığı kız çocuğunu meleğe, erkeği de aslana benzeterek ifade etmesi, doğum sonrasında bebeğin fotoğrafını yayınlarken “*yumurtadan çıkalı 7 ay oldu*” (B5) ifadesini bebeğin resminin altına ilaştırması, göbeğini açıkta bırakan bir fotoğrafla “*çatlaklar oluşmak zorunda mı?, krem önerileriniz var mı?*” (B4) sorusuyla takipçilerine seslenmesi çokta alışık olmadığımız ama zaman içinde görsel medya aracılığıyla normalleştirilmiş bir olguya dönüşmesi önemli bir sorunsal olarak karşımıza çıkmaktadır.

Paylaşımların anne olmayan kadınlar açısından doğurabileceği travmatik durumların gözden kaçırılmaması gerekmektedir. Özellikle oldukça yaygın bir şekilde paylaşılan annelik halleri söz konusu kişi için bir mutluluk ve heyecan sebebi iken anne olamayan ya da çocuğunu kaybetmiş, engelli çocuk doğurmuş anne için de yetersizlik duygularını besleyen bir sürece dönüşebilir. Bu açıdan baktığımızda kendini şanslı kategoriye koymayan, annelik duygusunu “*doyasıya yaşayamadığına*” inanan kadın açısından da sorunlu bir alan doğuracaktır. Popüler olanın peşinden giderken bu süreci zor ve sıkıntılı atlatan kadınların toplumdaki varlığını da görmezden gelmek gerçeklikle uyuşmamaktadır.

Annelik Paylaşımlarında Geleneksel Değerlerin Değişimi Üzerine Birkaç Söz

Sosyal medya ağları üzerinden paylaşımda bulunan anne adayları ya da anne olan kişilerin paylaşımlarını değerler üzerinden irdelemek önemli bir konudur. “İyi bir anne olmak”, “sağlıklı bir çocuğa sahip olmak”, “imkânlarını çocuk yetiştirmek için seferber etmek” yadsınamayacak konulardır. Paylaşımlar yapılırken toplumdaki dezavantajlı kadınların varlığı dikkate alınmadan ve empati yetisi geliştirilmeden birtakım hassasiyetlerin göz ardı edilmesi toplumsal duyarlılığın bir kenara bırakılmasına da sebep olacaktır. Şöyle ki yapılan çalışmada paylaşım yapan anne/anne adayları olan kişinin (B1, B6, F5), çocuk doğmadan önce hazırlık yaptığı bebek odası için aldığı her eşyayı ayrıntılı olarak fotoğraf karelerine taşıması, çocuğa aldığı kıyafetleri ve oyun malzemelerini görsellerle takipçileriyle paylaşması, tatilde çocuğun kumda oynarken ve sahildeki an’larını fotoğraf ve video kayıtları ile görüntülemesi bu imkânlarla sahip olmayan kadınların varlığı açısından dikkat edilmesi gereken önemli bir konudur. Bir taraftan çocuğunu büyütüp diğer taraftan uzun saatler çalışmak zorunda olan kadın için tatilin ve tatilde çocuğuyla çekilmiş fotoğrafların sayısı sınırlıyken sosyal medyadan paylaşılan görsellerin odak noktasına bu tarz tüketim nesnelere sıklıkla takipçilerine sunulması ve bireyi farklı bir yanılığın peşinden sürüklemesi sorunlu bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diğer bir değerler kümesi, mahremiyetin korunmasıdır. Bu, aynı zamanda kişisel verilerde gizliliğin sürdürülmesi gerekliliğini de beraberinde getirir. Bu alanın yıkımı toplumsal çözülmeye sebep olacağı için hassasiyet gösterilmesi gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat paylaşımlara baktığımızda, aile içi mahremiyet alanı kamusal alanda her açıdan objektiflere yansımakta ve sanal ortamda hiç tanımadıkları insanları evlerine davet etmektedirler. Geleneksel aile bağlarının güçlü olduğu dönemlerde insanlar evlerini ve evlerinin içinde olup bitenleri paylaşma konusunda daha itinalı davranırlardı. Herkes eve davet edilmez, çocuk ve eşle ilgili konular herkese anlatılmaz ve örfi-ahlaki konuların aile içi bireyler arasındaki paylaşımı bile belirli sınırlılıklarla gerçekleştirirdi. Özellikle instagramda sıkça karşılaştığımız yatakta uyuyan çocuğun sadece bebek beziyle çekilmiş fotoğrafı, küvette suyun içinde oynayan çocuğun resmini paylaşırken “*bizimki suyla oynamayı çok seviyor, ya sizinki?*” (B6) sorusunu sorarak ilgi ve yorumları merak etmesi ve böylece daha çok takipçi sayısına ulaşması, ailenin ve çocuk açısından mahremiyetin göz ardı edildiği dikkat çekici paylaşımlardır.

Sosyal medya ağları üzerinden bireylerin kendi gerçekliğinden uzaklaşmadan sağlıklı sosyal ilişkiler geliştirme yönünde bir çaba sergilemeleri ve paylaşımlarını bu doğrultuda gerçekleştirmeleri de arzulan konulardır. Günümüze baktığımızda aslında annenin hamilelik sürecinde yaşadığı sorunlar, hamilelik sonrası sağlık problemleri, çocukları için geceleri uykusuz kalması, eş desteğinden yoksun olmak ve bu yüzden kötü giden evlilikler, hayatımızın diğer bir gerçek noktaları iken bunu gerçekliğin manipüle edilerek anne-baba ve çocuk üçlüsünden oluşan özel an’larla paylaşılması konuyu farklı bir boyuta taşımaktadır. Aslında bu nokta bizi, Baudrillard’ın üzerinde durduğu gerçekliğin yitirilmesi sorunsalına götürmektedir. Baudrillard’a göre, “sosyolojik bir temele oturan tüketim, sürekli yeni nesnelere üretilmesi ve tüketime sunulması aracılığıyla bireyde diğerlerinden daha iyisini almak ve daha prestijli bir konuma yükselme itkisi yaratarak asla tatmin olmayacak ve yok edilemeyecek bir haz mekanizması yaratmaktadır. Dolayısıyla artık imajlar, taklitler ve simülasyonun hâkim olduğu bir toplumsal yapı içerisine adım atılmış olmaktadır. Kendini imgelerden oluşan bir evrenin içerisine hapseden modern birey, gerçekliğe ait her şeyi artık imgeler üzerinden değerlendirmektedir (Güzel, 2015, ss. 70-71).

Baudrillard (2011, s. 15,170)’a göre teknoloji sayesinde gerçeğin sonsuz sayıda üretimi - mümkündür. Bu yüzden, sentetik bir şekilde üretilmiş gerçek, diğer adıyla hipergerçeklik söz konusudur. Baudrillard’a göre, gerçek ya da hakikate özgü perspektifle bir ilişkimizin kalmadığını gösteren bu farklı uzama geçiş olayıyla birlikte tüm gönderen sistemlerinin tasfiye edildiği simülasyon çağına girilmiştir. Burada *aslı yerine* göstergeleri konulmuş bir gerçek, bir başka deyişle her türlü gerçek süreç yerine işlemsel ikizini koyan bir caydırma olayı söz konusudur. Gerçeğin tüm göstergelerine sahip, gerçeğin tüm aşamalarına kısa devre yaptıran kusursuz, programlanabilen, göstergeleri kanserli hücreler gibi çoğaltarak dört bir yana savuran bir makineden. Ona göre, gerçek bir daha asla geri dönmeyecektir. Simülasyon ilkesinin belirlediği günümüz dünyasında gerçek modelin kopyasından başka bir şey olmamaktadır.

Bu açıdan baktığımızda, annelik tecrübelerinin aktarımına yönelik paylaşımlar bir müddet sonra ticari bir kaygı mekanizmasına dönüştüğü an gerçeklik ve imgeler birbirine karışmaktadır. Anne olmak ve annelik duygusunu çocuk ile kurduğu bağ üzerinden temellendirmek kadın açısından en önemli unsurdur. Fakat evdeki gündelik hayatın ve sosyal yaşam alanındaki tecrübelerin içine sızmış olan reklam üzerinden ticari bir kaygıya dönüşmesi annelik ile ilgili gerçeklik algısının da yitimine sebep olmaktadır. Bu bağlamda Instagram üzerinden yapılan paylaşımlarda bu tespitlerin izlerine rastlamak mümkündür. Şöyle ki, sürekli çocuğuyla sahil kenarında ya da bir tatil beldesinde “*martuları izliyoruz, bir sonraki gezimizi bir arkadaşınızı etiketleyerek bilin, hediye çekilişi var*” (B2), “*Denizi ve suyla oynamayı çok sevdi. Sizde bir arkadaşınızı etiketleyerek çocuğunuzun en sevdiği oyunu paylaşın*” (B3), gibi söylemler ve hediye çekilişleri daha fazla takipçi sayısını artırmaya yönelik çabalardır.

Sosyal Medya Aracılığıyla Uzman Olmayan Kişilerin Annelik Deneyimleri ile İlgili Bilgi Aktarımındaki Sorunsal Alanlar

Anneliğe geçiş stres ve değişimi birlikte getiren geçiş dönemlerinden biri olarak bilinmektedir. Maternal roldeki yeterli olma anne olmaya geçişi kolaylaştıran önemli bir etkidir. Geçiş dönemi annelik rolünü anlamayı, bebeğin ve kendinin ihtiyaçlarını nasıl karşılayacağını öğrenmeyi, fiziksel ve psikolojik değişikliklere uyumu içerir. Anneliğin beraberinde getirdiği kaçınılmaz yeni görev ve öncelikler anne tarafından stres faktörü olarak algılanabilmektedir. İlk gebeliğini yaşayan kadınların bebek bakımı, bebeğin davranışları ve hastalıklara ilişkin yeterli bilgisinin olmaması ankisiyete yaşanmasına sebep olurken, bu kadınlarda annelikten memnuniyet azalabilir ve anne-bebek bağlanması olumsuz etkilenebilir (Deliktaş, Körükçü ve Kukulu, 2015, s. 276).

Anne olma sürecinin zorlu yolculuğunda kadınlar, çocuğun beslenmesi, fiziksel ve ruhsal gelişiminde eğitim ve sağlık kurumlarından, yakın sosyal çevresinden ve bunlara ek olarak son yıllarda sosyal paylaşım sitelerinden yardım almaktadırlar. İnternetin özellikle günümüzde ebeveynler arasında yaygın olarak kullanıldığını görmekteyiz. Bilgiye hızlı bir şekilde ulaşmak isteyen kimi kadınlar Facebook'taki kapalı gruplara katılma yolunu tercih ederken kimileri de blogger anneleri takip etmektedir. Bunun arkasında kadınların doğum sonrası çocuğun bakım aşamasında yaşadığı sosyal izolasyondan, fiziksel ve psikolojik değişimin ortaya çıkardığı yalnızlık duygusundan kurtulma düşüncesi yatabilir. Buraya kadar söylenenler kadınların gündelik ihtiyaçlarının bir sonucu olarak ortaya çıkarken yanlış ve bilimsel olmayan bilgi, söz konusu sorunları ortadan kaldırmak yerine onları büyütebilir. Örneğin Facebook'ta annelik paylaşımlarının yapıldığı kapalı grupta yeni anne olmuş bir kadın, “*26 günlük bebeğim var ve gaz sorunumuz var. Gaz damlası kullanıyorum, zeytinyağı içiriyorum ama geçmiyor. Kuzum durmadan ağlıyor, ne yapmam gerek?*” (F4), sorusunu gruba üye kadınlara soruyor. Yorum yapan kadınlar ise, “*Çocuğun ağzına ilk olarak bir damla nar ekşisi damlatın, sonra ayaklarını sıcak tutun*”, “*Acı elma yağı iyi geliyor, aktardan al dene*”, “*Rezene çayı yap, bir-iki damla içir*”, “*Kimyonu kaynat birkaç damla suyunu içir*”, gibi bilgi paylaşımında bulunuyor.

Memedan çocuğunu nasıl keseceğini soran ve takipçilerinden bu konuda bilgi isteyen bir blogger (B1)'a yorum yapan takipçi ise şu ifadeyi kullanmıştır: “*Ben acı sos sürmüştüm. Belki bir anne için bunu yapmak yanlış ama şartlarda her zaman çocuk yetiştirme pedagojisine uymuyor.*”

Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür. Yeni anne olmuş kadınların kendilerinden önce anne olmuş ve birtakım tecrübeler edinmiş diğer kadınlarla bilgi paylaşımı çok sık rastlanan ve olması gereken bir konudur. Burada asıl sorun, her bebeğin/çocuğun fiziki, zihinsel gelişimi, genetik kodları aynı olmadığı için annenin ortaya çıkabilecek olumsuz sonuçları önceden öngörememesidir. Tıbbi olarak kanıtlanmamış ya da alternatif bitkisel yöntemin o yaş grubu için doğruluğu ispatlanmamış bilgiyi aktarmak bazı anne-babalar için risk faktörü olabilir. Bu yüzden elbette ki yaşanarak edinilen ve büyüklerin tecrübelerinden süzülen bilginin yerine göre kıymeti olabilir. Fakat bu tarz alternatif yöntemleri bebekler üzerinde deneyen anne, belki de patolojik bir sorunu bu şekilde ertelemiş ve gelecekte daha büyük bir sorun yumağına sebebiyet vermiş olacaktır. Kadınlar arasındaki bilgi ağı, dayanışmayı pekiştirmiş ve iyi niyet duygularıyla yola çıkmayı sağlamış olsa da bazen istenmeyen

sonuçlara kadar gidebilmektedir. Bu çerçevede uzman kişilerin de belirttiği gibi zaman zaman internetteki “bilgi kirliliği” insanların yaşamına mal olacak sorunlar ortaya çıkarabilmektedir.

Paylaşımların Çocuk Hakları Üzerindeki Olası Etkileri

Dünya Sağlık Örgütü’nce, “çocuğun sağlığını, fiziksel gelişimini olumsuz yönde etkileyen bir yetişkin, toplum veya ülkesi tarafından bilerek veya bilmeyerek yapılan davranışlar” çocuk istismarı olarak kabul edilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü çocuk istismarını, çocuğun hayatına, sağlığına, gelişimine, güven, sorumluluk ve becerilerle ilgili genel değerlerine zarar vermek şeklinde de tanımlamaktadır. Çocukların, ana-babalarının ya da başkalarının bakımında iken “bedensel ve zihinsel şiddetin her türünden” korunmaları gerektiği, ülkemizin de taraf olduğu Çocuk Haklarına dair Sözleşme’de de yer almaktadır (UNICEF, 2010).

Çocuk Hakları Bildirisi’nde belirtildiği gibi, “çocuğun gerek bedensel gerek zihinsel bakımdan tam ergenliğe ulaşmamış olması” nedeniyle doğum sonrasında olduğu kadar doğum öncesinde de uygun yasal korumayı içeren özel güvence ve koruma gereksiniminin bulunduğu” hatırdta tutulmalıdır.

Çocuk Hakları Sözleşmesi’nin 17. Maddesi gereği, çocuğun özellikle toplumsal, ruhsal ve ahlâki esenliği ile bedensel ve zihinsel sağlığını geliştirmeye yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi ve belge edinmesi sağlanır. Çocuğun esenliğine zarar verebilecek bilgi ve belgelere karşı da korunması gerekir (TUSEB, 2018).

Yapılan bir çalışmada ebeveynlerin %68’i çocuklarının mahremiyetine zarar vereceğini, %67’si çocuğun fotoğraflarının başkaları tarafından tekrar paylaşılacağını, %52’sinin de çocuk büyüdüğünde bu resimlerden dolayı utanabileceğini düşünmesine rağmen, annelerin %84’ü, babaların % 70’i çocuklarının resimlerini sosyal medyada paylaşmaktadır. Yine aynı çalışmada ebeveynlerin %72’si sosyal medya kullanımının kendilerini daha az yalnız hissettirdiğini, %62’si ise sosyal medyanın çocuğu ile ilgili endişelerinin azalmasına katkıda bulunduğunu belirtmektedir (Çimke, Gürkan ve Polat, 2018, s. 264).

Sosyal medya paylaşımları incelendiğinde annelerin, çocukların yatakta uyurken, küvette yıkanırken, mutfakta yemek yerken her anını paylaştıkları gözlenmiştir. Söz konusu fotoğraf kareleri ve çekilen videolar ile takipçi listesini artırmak ve daha fazla beğeni almak isteyen kadınların bu tür paylaşımları anneliğin pedagojik formasyonu ile çelişmektedir.

Bu konuyla ilgili facebook paylaşımlarından biri (F6) oldukça düşündürücüdür. 4 yaşındaki bir kız çocuğunu tabureye oturtarak omuzlarını açığa çıkaran bir model kıyafet ve kısa bir etek ile bacaklarını ön plana çıkaran fotoğrafa “*annesini gibi süslü olacak elbet*” diyerek emoji bırakması ile blogger hesabı olan kullanıcının (B6), çocuğunun sabah yataktan kalkmış pijamalı fotoğraflarını yayınlarken “*bugün de bizim evin halleri*” açıklamasını yapması aslında farkında olmadan çocuk istismarına da sebebiyet vermektedir. Bu şekilde çocuğun özel olan her anını sosyal medyada görünür kılmak ve anne olarak mutluluğunu süslü cümlelerle ifade etmek belki de çocuk açısından çok önemli temel sorunlara yol açacaktır. Aslında bu paylaşımlar daha çok annelerin kendi kişisel doyumlarını, diğerleri ile rekabet etme yollarını, beğenilme ve özel kılınma isteklerini kolaylaştırırken belki de çocuklarına yönelik bir bencilliği de doğurmuş olacağı kanaatindeyiz. Paylaşımlar incelendiğinde çocukların yüz ifadelerinden de anlaşılacağı üzere objektifler karşısında bulunmaktan duydukları memnuniyetsizlik belki de ileride ebeveynler ile farklı çatışma tiplerinin ortaya çıkmasına neden olacaktır.

Gerek facebookta gerekse bloglarda ebeveynlerin, çocuklarının ev içindeki hallerini takipçileri ile paylaşımları pedagoğlar ve psikologlar tarafından eleştirilen ve tartışılan konulardan biridir. Bu durumu sadece bir istismar değil bir ihmal olarak değerlendirmek bu konuda ortaya çıkabilecek yanlışları da bertaraf etmeyi sağlayacaktır. Özellikle çocukların ebeveynleri ile güvenli bağlanması, kişisel ve sosyal kimliğini en sağlıklı şekilde edinmesi, gerek ev içinde gerekse sosyal yaşam alanlarında çocukların haklarını korumakla mümkün olacaktır. Aksi takdirde kendilik algıları yıkıma uğrayacak ve çevresindeki diğerlerine karşı güvensiz bağlanma ilişkisi geliştirecektir. Çocukların parkta oyun oynarken, sofrada yemek yerken, yatakta uyurken sürekli medyatik malzeme olarak kullanılması öncelikli olarak ebeveynlerin sorumluluklarında olan bir konudur. Bununla ilgili ilginç bir dava Haziran 2017 yılında haberlere konu olmuştur. Habere göre, ünlü bir blogger annenin eşi, “çocuklarını reklam malzemesi yapıp

para kazanıyor, istismara davetiye çıkarıyor” diyerek anneye dava açmıştır. Mahkeme babayı halklı bularak hem babanın boşanma talebine ilişkin dava süreci başlatmış hem de dava devam edene kadar çocukların velayeti mahkeme tarafından babaya verilmiştir (NTV, 2018).

Bu haberden de anlaşılacağı üzere kadının yaşamında önemli basamaklardan biri olan anneliğin ve annelik deneyimlerinin diğerleri ile paylaşılması ya da farklı pencereden baktığımızda “mutlu an’ların paylaşılması” elbette yadsınamaz bir durumdur. Bu yüzden anneler sayfalarında çocukları için dijital bir günlük tutmaktadırlar. Fakat bu paylaşımlarda ebeveynlerin belirli sınırlılıkların da farkında olması önemli bir konudur. Çocuğun ev içi hallerini paylaşırken seçici olmak ve bu yönde görselleri takipçilerine sunarken çocuğun haklarını istismar etmeden gerçekleştirmek daha sağlıklı sonuçların ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

Sonuç

Sosyal medya, bireylerin özgürce iletişim ve etkileşime girdiği, mekânsal ve zamansal sınırlılıkların olmadığı, farklı insanlarla sınırlı düzeyde de olsa sosyalleştiği ve öğrenme sürecini yenilediği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel anlamda sosyal medyanın kendi içinde farklı paylaşım siteleriyle (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube vb.) insanlara etkileşim ortamı sunması ve son yıllarda bu mecraların insanların katılımıyla giderek genişlemesi, sadece uyum ve etkileşimin paylaşıldığı alanlar olmanın yanında çatışma ve farklılaşmanın da alanı haline gelmesi farklı platformlarda tartışılmaktadır. Sosyal paylaşım sitelerinde çeşitli konular üzerinden paylaşımında bulunan bireylerin değişik kültürden ve aynı kültür içinde farklı yaşam biçimlerinden gelmiş olmaları dikkate alındığında bu tarz çatışma ve farklılaşmaların varlığı olağan değerlendirilebilir.

Günümüzde bilgi alma kanallarının yaygınlık kazanması her konuda olduğu gibi annelik konusunda da bilgi akışını artırmıştır. “İdeal annelik” modeli üzerinden kadınlar daha fazla bilgi edinme yollarına başvurumaktadırlar. Şaşırtıcı bir biçimde, anne olma istek ve çabaları sosyal paylaşım sitelerindeki sunumlarla özendirilmekte ve kadınlar açısından bir etki alanı oluşturmaktadır. Örneğin instagramda kadın doğumcuların açtığı bloglar, anne olan veya olma yolunda karar basamağında olan kadınların açtığı bloglar, dolaylı yollardan diyetisyenlerin açtığı bloglarda hamile kadınlar için diyet listeleri ve egzersiz videolarının sunumu ve facebooktaki kapalı gruplar kadın açısından annelik süreci ile ilgili zengin veriler sunmaktadır.

Küreselleşme ile birlikte hesaplanabilirlik, sayılabilirlik gibi nicel verilerin ön plana çıkması annelik ile ilgili karar süreçlerine de sirayet etmiştir. Şöyle ki, kadınların doğum yapacağı tarihi eşiyile müzakere etmesi ve burç takvimine göre çocuğun doğum tarihini belirlemesi, mevsimlere bakarak hangi mevsimde doğum yapmanın iyi olacağına karar vermesi, iş ve askerlik gibi mevzuları dikkate alarak askere gidip-dönme ve işyerinde kariyer yapma durumuna göre çocuk sahibi olmayı erteleme ve sonrası için bir takvim belirleme bunlardan sadece birkaçıdır. Kadınlar artık geleneksel toplumsal yapılarıdaki hazırlıksız ve hesap etmeden anne olmalarının aksine rasyonelleşmiş hesaplanabilirlik ve ölçülebilirlik noktasında “planlı anne olmayı” tercih etmektedirler. Bu günümüz kadınlar açısından görece zor bir durumdur.

Kadınlar, akrabalık, komşuluk ilişkileri ile çözemeyeceği ve imkânı olmadığı durumlar göz önüne alındığında her an özel bir doktorun kontrolüne ulaşamayacağı için, bilgi iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlardan yararlanarak sorunlarına ya da sorularına çözüm bulma yoluna gitmektedir. Bilginin kolay ve hızlı iletişimi sağlaması bu noktada anne/anne adayları için pratik bir çözüm olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte dijital teknolojinin bireye var olma ve kendi kişisel yaşantısı hakkında bir kimlik oluşturarak bunu diğerleri ile paylaşma olanağı sağlaması özellikle çalışmayan ve sürekli ev içi ile sınırlı alanda yaşamını idame ettiren kadın açısından bir sosyalleşme mecrası oluşturabilmektedir. Fakat bu mecralar zaman zaman kadın ve çocuk açısından sorunlar yumağının da başlangıcı olabilmektedir. Özel alanın kamusal alana taşınması ile birlikte mahremiyetin bilinçsiz olarak paylaşılması özellikle çocukların gelecekte birtakım sorunlar yaşamasına sebep olabilir. Toplumda anne olmak isteyip de farklı sebeplerden dolayı anne olamamış kadınların göz ardı edilmeden paylaşımlarda “diğerinin ne hissedeceği” konusu dikkate alınması gereken diğer bir hassas konudur.

Sosyal medya, annelik ile ilgili bakış açısına farklı bir yaklaşım getirmiştir. Çalışma sırasında özellikle Instagram’da karşılaştığımız bir durum annelerle birlikte erkeklerin/babaların da paylaşımlara

ortak olmasıdır. Babanın kucağında çekilmiş bir bebek fotoğrafı, çocuğuna yemek yediren babanın videosu, babayla oyun oynayan çocuk fotoğrafı görece beğeni ve yorumları artıran paylaşımlardır. Burada şu iki soru akla gelmektedir. Acaba babanın da paylaşımlara davet edilmesi beğeni ve takipçi sayısını artırmak için midir? Yoksa babaların çocuk bakımı ve çocukla ilgilenme konusunu kadınla eşit paylaşması gerektiği gerçeğini vurgulamak için midir? Aslında paylaşımlara baktığımızda bu iki soruya da evet cevabını verecek ipuçlarına rastlamak mümkündür. Çünkü artık modern yaşamın beraberinde getirdiği anlayış, anne ve babaların çocuğun fiziksel, zihinsel ve duyuşsal gelişimini artırdığı düşüncesiyle çocuklarıyla ailece ortak zaman geçirmenin gerekli olduğu kanaatidir. Bu bağlamda babanın da anne kadar aile içinde çocuk ile geçirdiği zaman dilimleri önemsendiği için sosyal paylaşım sitelerindeki alanlara taşınmıştır. Böylelikle “ideal anne-baba rol modeli” sosyal paylaşım sitelerinde takipçileri ile buluşmaktadır. Bu konuda dikkat çeken bir husus, zaman zaman takipçilerin babayı paylaşımlarda göremedikleri zaman blogger anneye “eşinizden ayrıldınız mı?, baba neden paylaşımlarda yok?” soruları yöneltilmekte, paylaşımcı ise, takipçilerin yanıldığını ifade eden bir açıklama ve popülasyonu düşürmemek gayreti ile “düzenli aile hayatı algısını” oluşturmak ve böylece takipçi sayısını devam ettirmek adına yeni bir paylaşımda bulunmaktadır. Bu açıdan yaklaştığımızda “anne, baba ve çocuk/çocuklardan” oluşan tablonun varlığı takipçiler tarafından önemsenmektedir.

Son olarak denilebilir ki annelik deneyimleri ve bunun geniş bir kitle ile paylaşılması kadınlar için önemli bir veri bankası oluşturmaktadır. Fakat sosyal medyada paylaşım yapılırken çocuk haklarını ihlal etmeden, annelik olgusunu istismar etmeden, özel alandaki anne-baba ve çocuk ilişkisini bir tüketim nesnesi haline getirmeden gerçekleştirmek arzu edilen bir durumdur. Bu nedenle kadınların anneliği tercih etmeleri kadın olmanın farkındalığı ile birlikte değerlendirilmelidir.

Kaynakça

- Anık, M. (2016). Aykırı bir düşünür olarak J. Baudrillard ve gösteriş amaçlı tüketim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(47), 441-453.
- Babacan, M. E. (2016). Yeni medya ve toplumsal iktidar bağlamında özne. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 519-542.
- Badınter, E. (2017). *Kadınlık mı annelik mi* (A. Ekmekci, Çev., 3. bs.). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Bahçe, K. S. (2008). Kapitalizm ve annelik. *Mülkiye Dergisi*, 258(32), 71-86.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim toplumu söylenceleri/yapıları* (H. Deliceaylı ve F. Keskin, Çev., 3.bs.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Simulakrlar ve simülasyon* (O. Adanır, Çev., 6.bs.). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Berber, N. (2013). Özel sektörde yönetici kadınların cinsiyet kimliği ve feminizm algısı. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 12, 242-261.
- Bora, A. (2001). *Yerli bir feminizme doğru* (A. İlyasoğlu ve N. Akgökçe, Yay. Haz., 1. bs.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Burç, P. E. (2015). Popüler kültür ve annelik: Anneliğin farklı görünüşleri. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1-15.
- Çelik, H. ve Ekşi, H. (2013). Söylem analizi. *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27(1), 99-117.
- Çimke, S., Gürkan, Y. D. ve Polat, S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakları ihlali: Sharenting. *Güncel Pediatri Dergisi*, 16(2), 261-267.
- Deliktaş, A., Körükçü, Ö., ve Kukulcu, K. (2015). Farklı gruplarda annelik deneyimi. *Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(4), 274-283.
- Foucault, M. (2003). *İktidarın gözü: Seçme yazılar 4* (I. Ergüden, Çev., 3. bs.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2010). *Modernite ve bireysel-kimlik geç modern çağda benlik ve toplum* (1. bs.). İstanbul: Say Yayınları.
- Görk, R. V. (2016). Bir yöntem, yöntembilim ve/veya bir sosyoloji alanı olarak görsel sosyoloji. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 15, 25-40.
- Gül, S. S. (2009). Refah devletinin dönüşümünde kadın haklarında annelik hakkından çalışma ve aile sorumluluğuna geçiş. *TODAYE İnsan Hakları Yılığ*, 27, 49-74.
- Günay, G. ve Bener, Ö. (2011). Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15(3), 157-171.

- Güzel, M. (2015). Gerçeklik ilkesinin yitimi: Baudrillard'ın simülasyon teorisinin temel kavramları. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 65-84.
- Kılıçgün, M. Y. ve Kılıçkaya, A. (2016). Geleneksel annelik ölçeği'nin psikometrik özellikleri: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 2867-2881.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü* (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Yay. Haz., 1 bs.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- NTV. (2018, Şubat 25). Mahkeme çocuklarını reklam malzemesi yapan blogger annenin iki çocuğunu babaya? (kaynağı bulamadım).<https://www.ntv.com.tr/turkiye/mahkeme-cocuklarini-reklam-malzemesi-yapan-blogger-annenin-iki-cocugunubabaya-adresinden-erisildi>.
- Punch, K. F. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş nicel ve nitel yaklaşımlar* (E. Türközü, Yay. Haz., 1. bs.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- TAYA (2006). *Türkiye aile yapısı araştırması: Tespitler, öneriler*. Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayınları.
- TAYA (2011). *Türkiye aile yapısı araştırması: Tespitler, öneriler*. Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayınları.
- TAYA (2014). *Türkiye aile yapısı araştırması: Tespitler, öneriler*. Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayınları.
- Teke, G. S. (2014). Dönüşen anneliğe yönelik netnografik bir analiz: Blogger anneler. *Milli Folklor Dergisi*, 26(103), 32-47.
- Tolan, B. (1991). *Aile, cinsiyet ve roller, Türk aile ansiklopedisi* (Cilt 1). Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları.
- TÜSEB. (2018, Mart 25).
http://www.tuseb.gov.tr/tacese/yuklemeler/ekitap/UA_kuruluslar/%C3%87ocuk%20Haklar%C4%B1na%20Dair%20S%C3%B6zle%C5%9Fme.pdf adresinden erişildi.
- Uğurlu, E. G. (2013). Annelik rolünün öğrenilme sürecinde medyanın yeri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(34), 1-24.
- UNICEF. (2010). *Türkiye Çocuk İstismarı ve aile içi şiddet araştırması*. <http://www.unicef.org.tr/files/bilgimerkezi/doc/cocuk-istismari-raporu-tr.pdf> adresinden erişildi
- Welldon, E. (2001). *Anne: Melek mi, yosma mı? Anneliğin idealleştirilmesi ve alçaltılması* (C. Kurultay ve S. K. Akbaş, Çev., 1. bs.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.