



INTERNATIONAL

JOURNAL of HUMAN STUDIES

ULUSLARARASI İNSAN ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

ISSN: 2636-8641

Cilt/VOLUME 3

Sayı/ISSUE 5

Yıl/YEAR: 2020

Gönderim: 09-04-2020 – Kabul: 23-05-2020

**This is How I Feed My Child: An
Analysis about Social Media Moms on
Nutrition**

**Ben Çocuğumu Böyle
Besliyorum! Beslenme
Konusunda Sosyal Medya
Anneleri Üzerine bir
Değerlendirme**

**Rina HACHISUKA¹
Ceren AKSOY SUGIYAMA²**

Abstract

Social media has become a means for people to be able to express themselves to other people simultaneously. Mothers who are actively using social media are creating a virtual community by sharing the most intimate details from the challenges they endure while bringing up their children to how they nourish their children each day. On the other hand, within the feminist literature there is an ongoing discussion on how the motherhood is constructed socially and whether there is a possibility of performing different types of motherhood. In this respect

Öz

Günümüzde sosyal medya, insanların aynı anda pek çok kişiye kendisini ifade etmekte kullandığı bir araç haline gelmiştir. Sosyal medyayı kullananlar arasında hem kendi hayat tarzlarını hem de ne tür bir anneliği benimsediklerini göstermek amacıyla hesap açan genç kuşak anneler de yer almaktadır. Feminist literatür içerisinde anneliğin sosyal olarak nasıl inşa edildiği ve farklı anneliklerin olup olamayacağı üzerine pek çok tartışma yürütülmektedir. Çocukların beslenmesi konusunda annelerin yaptıkları tercihler ve benimsedikleri pratikler de

¹ Rina HACHISUKA, Yüksek Lisans Mezun, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antropoloji Bölümü, aksoy.ceren@gmail.com, Orcid: 0000-0001-7182-5518

² Ceren AKSOY SUGIYAMA, Doç. Dr., Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih – Coğrafya Fakültesi, Antropoloji Bölümü, aksoy.ceren@gmail.com, Orcid: 0000-0001-7182-5518

the way motherhoods are constructed through social media regarding the nourishment of children seems to be an important aspect of how motherhood is defined and reflected. As a result of this assumption, in this study, based on the stories, pictures and comments regarding the nurturance of children shared by the mothers through instagram who are considered to be popular within the social media based on the number of followers they have and also focusing on face to face interviews held with them, the type of motherhood that is brought into prominence, the sort of motherhood actively constructed by those mothers will be discussed. Furthermore, not only mothers' motivations and reasons to become visible in the social media through the ways they nourish their children but also the discourses they are channeling and creating through the internet will be discussed. Moreover, by conducting open ended interviews with mothers who are following those accounts, the ways they interpret instagram sharings will also be discussed. This evaluation is thought to reflect the dynamic interplay between hegemonic discourses regulating food and nutrition regimes of young generations based on a global biopolitical regime versus more traditionalist standpoints towards nutrition. While both discourses employ mothers as active practitioners of their own narrative, it is significant that the women still seek their visibility as the main care givers in the newest means of communications, they rarely seek an alternative to the hegemonic narratives and hardly resist to them.

Keywords: Social media, instagram, motherhood, nutrition, internet.

annelik tanımının içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda beslenme pratikleri çerçevesinde sosyal medya ortamlarında üretilen ve tüketilen anneliklerin feminist tartışmaların neresinde yer aldığı konusu önemli gözükmektedir. Bu araştırmada özellikle instagram hesapları olan ve takipçi sayısının fazlalığına bakılarak sosyal medyada belirli bir popüleriteye sahip olduğu düşünülen annelerin, çocuklu hayata dair paylaştıkları kesitler, yaptıkları paylaşımlar ve onlarla gerçekleştirilen görüşmeler çerçevesinde medya hesapları aracılığıyla nasıl bir anneliği ön plana çıkartmaya çalıştıkları, ne türden bir anneliği inşa ettikleri ve sosyal medyada hangi sebeplerle ve hangi tür paylaşımlarla görünür olmayı istedikleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Ayrıca bu hesapları takip eden diğer annelerle de açık uçlu mülakatlar gerçekleştirilerek onların yapılan paylaşımları nasıl yorumladıkları, bu paylaşımların kendi anlam dünyaları ile nasıl bir etkileşim içinde olduğu, çocuk beslenmesine dair sosyal medyada paylaşılanları kendi çocuk yetiştirme pratiklerine ne kadar dahil ettikleri de ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu tür bir çalışmanın genç nesillerin beslenmesini düzenleyen biyo-politik rejimler ve daha geleneksel beslenme yöntemleri arasındaki dinamik etkileşimi yansıtacağı düşünülmektedir. Her iki söylem de anneleri kendi anlatılarının aktif uygulayıcıları olarak işe koyarken, kadınların en yeni iletişim kanallarında dahi çocukları yetiştiren birincil kişi olarak kendi görünürlüklerini sağlamaya çalışmaları, kendilerini bu açıdan tanımlamaya çalışmaları ve hegemonik anlatılara nadiren alternatif arayıp onlara neredeyse hiç direnmemeleri de dikkate değerdir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, instagram, annelik, beslenme, internet.

Giriş

Günümüzde sosyal medya, insanların kendilerini aynı anda pek çok kişiye ifade etmekte kullandıkları bir araç haline gelmiştir. Son yıllarda sadece bloglar değil, instagram veya facebook gibi fotoğraf ve videoların paylaşıldığı pek çok uygulama genç ve orta yaştaki bireyler arasında yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Yalnızca Türkiye’de değil tüm dünyada sosyal medyayı kullananlar arasında genç kuşak anneler de yer almaktadır. Bu kadınlar hem kendi hayat tarzlarını hem de ne tür bir anneliği benimsediklerini göstermek amacıyla sosyal medyayı kullanmaktadırlar.

Annelik kavramı, pek çok çağdaş toplumda çeşitli sosyal ya da ulusal kalkınma vizyonlarına karşı çıkan bir mevki (Hryciuk, 2018) haline gelmiştir. Annelik sosyal bir değişim alanıdır (Glenn, 1994; Hryciuk, 2018). Anneliğin hangi kıstaslara göre tanımlandığı, kimlerin anne olarak görülüp tanınmaya değer bulunduğu farklı güç merkezleri tarafından belirlenmeye ve tanımlanmaya çalışılmaktadır. Annelik, özellikle yeni nesillerin yetiştirilmesi söz konusu olduğunda da çeşitli cinsiyetlerin (egemen, alt ve alternatif) imaj, uygulama ve söylemlerinin, çatışma alanı olarak ortaya konabilmektedir. Medyanın toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin hem sürdürülmesinde hem de önüne geçilmesinde önemli bir yeri olduğunun dile getirildiği gibi (Adaçay, 2018, s.353) sosyal medyanın da annelik konusundaki farklı söylem, uygulama ve temsilleri dolaşıma sokabilmek ve bunların karşılaşma alanı olması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Türkiye’de de pek çok anne, sosyal medya hesabı açıp, annelik sıkıntılarının çocuklarının o gün giydiği kıyafete kadar pek çok bilgiyi paylaşmaktadır. Hatta takipçi sayısının miktarına göre sosyal medyadaki paylaşımlarından reklam alan bu kanaldan çocuklarının yediklerini ve giydiklerini etiketleyerek³ firmalardan bunun karşılığında para kazanan, yine firmaların sponsorluğunda çeşitli reklam kampanyalarına annelik üzerine konuşmaya davet edilen ve kendileriyle çeşitli programlarda söyleşiler yapılan anneler de oldukça dikkat çekicidir. Bu durumun Türkiye’deki internet annelerinin yaşamlarını ve günlük hayatta yaşadıklarını sosyal medya aracılığı ile paylaşmayı önemsediklerinin bir göstergesi olduğu düşünülebilir.

Yapılan araştırmalar da annelerin sosyal medyadan bir şekilde etkilendiklerini göstermektedir. McDaniel vd., (2012) çalışmalarında genç kuşak annelerin günde yaklaşık üç saati internetin başında geçirdiğini belirtmiştir. Sosyal medya kullanımı yeni anne olanlar için sosyal bağ kurmayı ve destek almayı kolaylaştırmaktadır. Kendileri gibi yeni anne olmuş diğer kadınlarla bağlantıda bulunduğu hissiyatının, annelerin stresini azalttığı ve olası bir depresyonu olumlu yönde etkilediği gözlemlenmiştir. Japonya’da yapılan bir araştırmada kendi anne ve babasından çocuklarının bakımı ve ev işlerine yardım konusunda herhangi bir destek almaksızın uzakta ve başka şehirde yaşayan annelerin daha çok sosyal medya üzerinden anneleri ve hatta babaları ile iletişim kurduğu anlaşılmıştır. Öte yandan çalışan annelerin, anneliğe dair bilgi edinmek için sosyal medyayı kullandığı, ev hanımı olan annelerin ise başka anneler ile iletişim kurmak için sosyal medyada zaman harcadığı görülmektedir (Amagasa, 2011).

Türkiye’de yaşayan ve sosyal medyayı kullanan anneler, paylaşımlarını çoğunlukla instagram ve bloglar üzerinden yapmaktadırlar. Sosyal medya uygulamalarından biri olan instagramın fotoğraf

3 Burada etiketleme olarak kastedilen uygulamanın instagram ve twitter gibi uygulamalardaki karşılığı ‘hashtag’ olarak bilinmektedir. instagram ve twitter da daha fazla kitleye ulaşabilmek adına kullanıcılar hashtag kullanmayı tercih ederler. Bu sayede konu etiketi yapılan paylaşımların bu medya platformunu kullanan ve bu etiketlerle ilgili konulara alakası ve merakı olan daha çok sayıda kişiye, etiketi araçsallaştıran kişilerin ulaşılabilmesini sağlar.

paylaşım siteleri arasında kullanıcı ve etkinlik oranıyla öne çıktığı görülmektedir. Bu da ünlü isimler ve markalar için instagramı önemli kılmaktadır. Firmalar, satış ve hedef kitle belirleme faaliyetleri için instagramı aktif şekilde kullanmaktadır. Şov dünyasının ilgiyle izlenen ünlü yüzleri de instagram sayesinde, sosyal medyada popülerliğini sürdürmektedir. Instagram, dünyanın en hızlı büyüyen sosyal ağlarından biri olup, üç yüz milyon kullanıcı eşliğini geçmiştir. Aynı zamanda instagram aracılığı ile her gün yetmiş milyon fotoğraf paylaşılmaktadır (“Sosyal medyayı kim neden kullanıyor?”, 2014). Sosyal medyada yer alan internet anneleri, orada tüm deneyimlerini biriktirmekte ve daha sonra toplu olarak paylaşmaktadırlar. “Akademisyenler ve aktivistler için bu toplu paylaşımlar ikinci dalga feminizm gibi, sistematik modellerin eşitsizliğini ortaya çıkarma ve sosyal kıvılcım yaratma umudu taşımaktadır” (Lopez, 2009). Bloglar, sanal günlük olarak da adlandırılmaktadır. Blog kavramı ve internet kullanımı ile birlikte geçmişte yazılı olarak defterlere kayıt edilen duygu ve düşünceler geniş kitlelerin ulaşabileceği açık ortamlar haline gelmiştir. Bu ortamlar sadece duygu, düşünce ve deneyimlerin paylaşıldığı ortamlar olmayıp internet anneleri ve takipçileri arasında etkileşimin de yaşandığı yerlerdir. Bloglar aynı zamanda toplumlardaki değişen ve dönüşen annelik kavramlarının da gözlemlenme fırsatının yakalandığı ortamlardır (Gürçayır Teke, 2014).

Bu makalede özellikle instagram ve anne blogları gibi paylaşım siteleri çerçevesinde takipçi sayısının fazlalığı göz önünde bulundurulduğunda belli bir popülerliğe ulaşmış olan annelerin özellikle çocuklarının beslenmesi⁴ ile ilgili olarak yaptıkları paylaşımlara istinaden nasıl bir anneliği ön plana çıkarmaya çalıştıkları, ne türden bir anneliği yücelttikleri, sosyal medyada nasıl ve neden görünür olmayı istedikleri anlaşılmasına çalışılacaktır. Ayrıca bu hesapları takip eden diğer ‘takipçi’ annelerin paylaşılanları nasıl yorumladıkları, bu paylaşımların kendi anlam dünyalarını nasıl etkilediği, sosyal medyada paylaşılanları kendi çocuk yetiştirme pratiklerine ne kadar dâhil ettikleri de anlaşılmasına çalışılacaktır.

Amaç

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de sosyal medyada ünlü olan annelerin blogları ile instagram hesapları ve bu hesapları takip eden diğer anneler çerçevesinde, sosyal medya aracılığıyla bizzat anneler tarafından üretilen ve de tüketilen anneliğin aldığı halleri çocuk yetiştirmenin önemli bir alanı olan beslenme ile ilgili pratikler çerçevesinde ortaya koymaktır. Feminist literatür içerisinde anneliğin sosyal olarak nasıl inşa edildiği ve farklı anneliklerin olup olamayacağı üzerine pek çok tartışma yürütülmüş ve yürütülmektedir (Glenn, 1994). Bu bağlamda sosyal medya ortamlarında üretilen anneliğin, bu tartışmaların neresinde yer aldığını ortaya koyabilmek açısından bu araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Buna ek olarak internet dünyası ve bu dünyanın bir parçası olan sosyal paylaşım siteleri hızlı tüketilen ve tükenen medya araçlarıdır. On sene sonra belki de şu an üzerine konuşulan instagram, facebook veya twitter gibi uygulamalar, daha sonraki kuşaklar tarafından tercih edilmeyecek belki de hatırlanmayacaktır. Bu sebeple yapılan çalışmada kullanılan linkler bir zaman sonra güncelliğini

⁴ Bu makalenin içinden türetildiği “Sosyal Medyada Anneliğin Görünür Halleri” isimli yüksek lisans tez çalışması, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antropoloji Anabilim Dalı, Sosyal Antropoloji Programında 2018 senesinde tamamlanmıştır. Özgün tez içerisinde beslenme temasının yanı sıra; emzirme, uyku, çocuklara getirilen sınırlandırmalar ve oyun gibi temalar da ele alınmıştır. Bu makalede ise sadece beslenme temasına yer verilmiştir.

yitirecek olsa bile, internet annelerinin profillerinden yapılan doğrudan alıntılar, içinde bulunulan dönemin annelik eğilimlerini kayıt altına aldığı için bir değerinin olacağı düşünülebilir.

Yöntem

Araştırma, instagram ve blog gibi sosyal medya platformlarının nasıl bir annelik söyleminin yayılmasına imkân sağladıklarını ve bu platformları kullanan ve takip eden annelerin medyadaki annelikle kendi deneyimlerini nasıl uzlaştırdıklarını anlamak adına katılımlı gözlem ve yüz yüze görüşmeye dayalı nitel araştırma yönteminin ve çoğunlukla sanal ortamdaki elde edilen verilerin yorumlanması ile de netnografi yönteminin uygulandığı bir alan araştırması olarak tasarlanmıştır.

Bu araştırma da görüşülen anneler iki kategoride ele alınmıştır. İlk kategoriyi, sosyal medyada takipçi sayısı itibarıyla popüler olarak değerlendirilebilecek, dolayısıyla internet ortamında takipçileri nezdinde belli bir etki alanı yarattığı düşünülen ve araştırmanın ilerleyen bölümlerinde “internet annesi” olarak isimlendirilen anneler oluşturmaktadır. Araştırmaya dahil edilen internet anneleri takipçi sayıları göz önünde bulundurularak seçilmiştir. Ne kadar reklam yaparsa o kadar popüler olunacağı da görüşülen annelerden bazılarının paylaştığı bir varsayımdır. Bu nedenle özellikle paylaştıklarının çoğu reklam olan ve fenomen olarak nitelendirilen internet annelerine çalışmada daha çok yer verilmiştir. Bununla birlikte takipçi sayısı çok fazla olmasa da kendilerine ulaşmak için mesaj atıldığında hemen geri dönüş yapan internet anneleri ile de görüşülmüştür. İnternet annelerinin çoğu ile instagram üzerinden direkt mesaj sistemi kullanılarak iletişim kurulmuştur. Toplam kırk internet annesine araştırmanın konusu ve amacını anlatan mesaj gönderilmiş ve bunların arasından mesajlara geri dönüş yapılan internet anneleri ile yüz yüze ve görüntülü konuşma yöntemleri kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemin yanı sıra bazı internet anneleri vasıtası ile kendi iletişim ağları içerisinde olan diğer internet anneleri ile tanışıp görüşmelerde bulunmak mümkün olmuştur.

Görüşülen kişilerden ikinci kategoriyi ise araştırma süresince takipçi anne olarak isimlendirilen anneler oluşturmaktadır. Takipçi anneler, en az bir internet annesini aktif olarak takip eden kişilerden oluşmaktadır. Bu kategori içine dahil edilen ve görüşülen pek çok anneye kartopu örnekleme ile ulaşılmıştır dolayısı ile bu annelerin çoğunluğu birbirlerini tanımaktadırlar ve benzer sosyal çevrelere dahildirler. Her iki grupta yapılan görüşmeler çoğunlukla bir alışveriş merkezinin kafesinde, internet annelerinin iş yerlerinde/ofislerinde veya evlerinde yapılmıştır. Sosyal medya hesaplarını takip eden annelerin çoğu tam gün çalıştığı ve akşam da çocuklarına vakit ayırmaları beklendiğinden dolayı akıllı telefonun görüntülü konuşma sistemi ile konuşmayı tercih etmişlerdir. Farklı şehirde yaşayan internet anneleri ile yapılan görüşmelerde de görüntülü konuşma yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada, ele alınan internet anneleri ve takipçilerinin tamamı Ankara, İstanbul, İzmir ve Bursa gibi büyük şehirlerde yaşamaktadırlar. Hem görüşülen internet anneleri hem de takipçilerin bir kısmı çocuklarının bakımı için ücretli bakıcı çalıştırmaktadırlar. İnternet annelerinin birçoğu mobilya tasarımı, organizasyon, kafe işletmeciliği yapan girişimcilerdir. Ankara’da yaşayan internet anneleri daha çok orta sınıfın yaşadığı sitelerde ikamet etmektedir. Gözlem yapılan internet anneleri ise İstanbul’da site içinde veya bahçeli ve müstakil bir evde yaşamaktadırlar. Ev hanımı olan ya da çalışan internet annelerinin tamamı aynı zamanda internetten de ek gelir sağlamaktadırlar. İnternet annelerinin eşleri ise sanatçı, pilot ve aşçılık gibi çeşitli mesleklerde çalışmaktadırlar. İnternet annelerinin pek çoğunun bir yazılım şirketine ücret karşılığında yaptırdıkları kişisel web sayfaları mevcuttur. Sık sık profesyonel fotoğrafçı ile fotoğraf çekimi yapmaktadırlar.

İnternet annelerini takip eden annelerin bir kısmının sosyal medya hesapları erişime açık biçimdedir. Bu bireylerin eşlerinin çalıştığı ve kendilerinin ev hanımı olduğu görülmüştür. Diğer kısmının ise instagram üzerinden kendi el yapımı ürünlerini satarak gelir sağladıkları görülmüştür. Çocukları ile seyahat etmektedirler. Önemli günlerinde profesyonel fotoğrafçılar ile çalışan kişilerdir. Görüşülen takipçilerin çoğunluğu ise meslek sahibi ve eşi ile beraber tam gün çalışmaktadır. Az sayıda takipçi ev hanımıdır. Görüşme talep edilen takipçilerin bazıları doğum sonrası iznini kullanmaktaydı fakat yakın zamanda işe döneceklerdi. İnternet anneleri ve araştırma kapsamında görüşülen takipçiler daha çok orta ve orta üst sınıftan olduğu anlaşılan kişilerdir, sahip oldukları olanaklar söz konusu olduğunda homojen bir topluluktan bahsedildiği söylenebilir. Bu açıdan araştırmanın sınırlı bir kesimin annelik temsillerini ve bu temsillerin yine benzer sosyo-ekonomik düzeyden kadınlar tarafından nasıl anlamlandırıldığını yansıttığı araştırmanın sınırlıkları olarak not düşülmelidir.

Sosyal paylaşım sitelerinden yapılan alıntılarının metin içerisinde nasıl referans verileceği konusu da bir başka zorlayıcı ve sınırlandırıcı durumu ortaya çıkarmıştır. Bu konuda ortak bir format bulmak neredeyse imkânsızdır. Bu nedenle annelerin instagramda yaptıkları paylaşımların değerlendirildiği bölümde, dipnot olarak paylaşılan görselin-video veya resmin- linki ve erişim tarihi verilmiş olup; kaynakça kısmında ise sadece takip edilen profilin ana sayfasının linki verilmiştir. Instagramda sadece yirmi dört saat yayınlanan instagram “hikâye” paylaşımları için ise herhangi bir link verebilmek mümkün değildir, dolayısıyla metin içerisinde bu hikâyelerden bahsedildiğinde sadece hikâyenin hangi tarihte yayınlandığı belirtilecektir. Ayrıca araştırmada görüşülen internet anneleri ile hesapları takip edilen internet annelerinin karıştırılmaması için annelerin her biri metin içerisinde farklı bir kısaltma ve numara ile belirtilmiştir.⁵

Araştırmanın yönteminde 1990’lı yıllarda Robert V. Kozinets (2010) tarafından geliştirilen “netnografi yöntemi” yani internet veya ağ etnografisi de kullanılmıştır. Netnografi, internet üzerinde araştırmaya dayalı katılımcıların gözlemlendiği alan çalışmasıdır.

Sosyal Medyada Temsilin Halleri

“1970’lerin ve 1980’lerin feminist çalışmaları kadının imajı hem kitle iletişim araçlarında hem de “yüksek kültür” de çok sınırlı, zayıf ve pasif olarak bulunmaktadır” (Dobson, 2015: 26). Günümüzde kadınların sosyal medyayı kullanması kendini temsil etmesine büyük katkı sağlayabildiği söylenebilir mi? Bazı akademisyenler internet anneliğini, anneliğin geleneksel kültürel temsillerine bir meydan okuma olarak görüp, aynı zamanda topluluğun çerçevesinde “iyi anne” mitolojilerinin devam ettiğini belirtmektedir (Zappavigna, 2016). Bunun yanı sıra bazı araştırmalar, kadınların kendi başlarına medya üretimine girişi ve dijital olarak kendi temsiliyetlerinin artmasının, cinsiyet ideolojilerinde kalıcı veya derin kaymalara neden olmayabileceğini, temsillerin piyasalara ve kâr amaçlı sistemlere bağlı olduğunu ve cinsiyete dayalı kimliklerin ırksal kimlikler ve sosyoekonomik temelli konumlar ile kesiştiğini belirtmektedir (Dobson, 2015). “Annelik tecrübesine sahip sosyal medya kullanıcıları kendileri gibi anne olan diğer kadınlarla iletişim kurarak deneyimlerini paylaşmakta ve diğer katılımcı anneler de uzman ve bilgi sahibi annelerden çocuk gelişimi ve eğitimi konularında bilgi

⁵ Metin içerisinde İA, internet annesi anlamına gelmektedir ve İA1, İA2 olarak anneler numaralandırılmıştır. GİA, Görüşülen internet annelerini belirtmek için kullanılan kısaltmadır, Görüşülen takipçi anneleri belirtmek için ise, TA kısaltması tercih edilmiştir.

edinme amaçlı faydalanmaktadırlar” (Yazıcı ve Özel, 2017: 1719). Bu bilgiler doğrultusunda araştırmada, annelerin sosyal medya aracılığı ile temsil yetenekleri artarken gündelik yaşamlarında bu temsillerin kendi annelik deneyimleri ile nasıl bir karşılıklı ilişki içerisine girdiği ve annelerin kendi paylaşımlarıyla hangi tür bilgi kaynaklarının yayılmasını sağladıklarına da cevap aranmıştır. Bu sayede interneti aktif olarak kullanan annelerin çocuk bakımındaki tercihleri, bu tercihlerinin uzmanların söyledikleri veya kendilerinden önce gelen kuşaklarla ne ölçüde paralellik taşıdığı veya tüm bunları bilmeye hiç gerek olmadığını söyleyerek, daha deneysel doğaçlama bir tarzı benimseyip benimsemedikleri de ortaya konulabilecektir.

Instagram; beğenilme-beğenme ve gözleme-gözetlenme üzerine kurulu sosyolojik anlamda birincil ilişkilere dayanan bir etkileşim ortamı olmaktan çok, kullanıcıların paylaştıkları resim ve videolar üzerinden görselliği, fark edilmeyi, ilgi çekmeyi ve kendini görünür kılmayı öne çıkaran sanal bir paylaşım ortamı olarak işlev görmektedir (Türk ve Demirci, 2016).

Günümüz Türkiye’inde sosyal medya, insanların hayatında oldukça etkili olduğundan farklı annelik temsillerinin dolaşıma girmesine de katkı sağlamaktadır. İnternet ortamındaki anne gruplarının kadın-egemen destek alanı meydana getirdikleri söylenebilir ancak bu ortamda neden çocuklara bakması gerekenin anne olması gerektiği konusunda bir sorgulama yapmamaları da dikkat çekicidir. Bu durum aslında ilk bakışta sosyal medya ve anneliğin, süregelen toplumsal cinsiyetçi yapıları sürdürdüğü anlamına gelecektir. Kadınlar çocuk yetiştirirken karşılaştıkları sorunlara çözüm bulabilmek hem de diğerlerine yardım etmek için bu tür ortamlarda kendi annelik deneyimlerini ön plana çıkartır ve kullanırlar. Bu açıdan bakıldığında en azından görünürde anne gruplarının internet ortamını eril merkezli ortamdaki, dişil merkezli ortama dönüştürdüğü söylenebilir (Taylor 1996). Boneva ve Kraut, (2002)’a göre, anneler, “dişil” olarak adlandırılan etkileşimle, destek ve ücretsiz bilgi değişimini benimsemektedir. Anneler sosyal ağlarını devam ettirmek hatta büyütme için yeni teknolojiyi erkeklerden daha çok kullanmaktadır. Minic (2007: 285) bu durumu, “kadınların internetteki etkinliklerinin amacı, sadece internetteki kadınların temsiliğini arttırmak değil, aynı zamanda onların önemini de arttırmaktır” biçiminde ifade etmiştir.

Bu açıdan, Türkiye’de yaşayan anneler tarafından yapılan paylaşımları takip etmek anneliğin dijital platformlarda nasıl kurgulandığını, takipçilerin gündelik hayatları ve annelik deneyimleri ile nasıl kesiştiğini anlamak açısından önemlidir. Bir bütün olarak bakıldığında kadınların kendi bilgilerini paylaştıkları, bir destek grubu yarattıkları, kendi içlerinde bilgi alışverişine dayalı bir dayanışma içinde oldukları ve tüm bunların kadın kimliğini güçlendirici bir etkisi olduğu pek çok çalışmada ileri sürülse de kadınların yeni teknolojilerin yarattığı sosyal ortamlarda neoliberal ekonomik çarkın içerisine dahil oldukları da gözden kaçmamaktadır. Kadınlar kimi zaman bu durumu bir kar kapısı haline getirebilmekte ve bu anlamda aktif birer oyuncu haline gelebilmekte kimi zaman da belirli bir annelik ve eş tipini yücelterek hali hazırda varolan eşitsizliklerin ya da anlayışların daha da kızıştırılarak sürdürülmesine ön ayak olmaktadır. Van Cleaf (2015: 248) internet annelerinin her ne kadar sosyal medyanın kendi annelik deneyimlerini radikal bir biçimde yeniden şekillendirdiğini iddia etseler de aslında daha önceki kuşakla aynı motifleri içerdiği ve bu açıdan bir süreklilik taşıdığı konusunda uyarılmaktadır. Madge ve O’Connor (2006) ise internetteki diğer annelerden gelen sosyal desteğin; izolasyon hissini ve doğum izni süresi boyunca tecrübe edilen küçülen yaşam dünyasını hafiflettiğini veya etkisiz hale getirdiğini belirtmiştir. Fakat bir yandan da internet annelerinin anneliği nesneleştirdiği

ve apolitikleştirdiğini, aynı zamanda annelik değerinin anneler tarafından oluşturulduğunu ama medya platformunda sömürüldüğü de öne sürülmüştür.

Bu çalışmalar ve burada ele alınan araştırma da göz önünde bulundurulduğunda Türkiye’de takipçi sayılarına göre belirli bir popüleriteye sahip olduğunu ileri sürebileceğimiz internet annelerinin kendilerini ‘iyi anne’ ve ‘muhteşem anne’ kavramları ile tanıttığı gözlemlenmiştir. Herhangi bir feminist argümana angaje olmaksızın apolitik ve neoliberal bir söylemi içselleştirerek kendilerine dijital ortamda bir yer buldukları ve bu ortamdaki edindikleri takipçilere de feminist kaygılar taşımayan bu türden söylemleri ulaştırdıkları ve bir açıdan bu türden söylemlerin yeniden üretimi için bir kanal haline geldikleri de iddia edilebilir. Ulaştırdıkları anlatıların belirli bir güç alanını temsil eden birtakım uzmanların söylemlerinin yayılması olarak bakılıp bakılamayacağı ve bu paylaşılanların takipçiler tarafından nasıl anlamlandırıldığı ise araştırmanın özellikle alan araştırması kısmında verilen örnekler üzerinden tekrar anlaşılmalı çalışılacaktır.

Çocukların Beslenmesi Üzerine Annelik Deneyimleri

Çocuğun beslenmesinin ebeveyn hayatının en önemli kısımlarından biri olduğu çocuk yetiştirenler tarafından sıklıkla dile getirilmektedir. Çocukların büyüüp gelişebilmeleri, yaşamlarını devam ettirebilmeleri ve sağlıklarını geliştirip koruyabilmeleri için besin öğelerinin dengeli ve yeterli miktarlarda alınmasının gerekli olduğu sağlık kuruluşları, devlet kurumları ve uzmanlar tarafından sıklıkla hatırlatılmaktadır (Özçetin vd., 2017; Kobak ve Pek, 2015). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve Amerikan Pediatri Akademisi (AAP) bebeklerin 0-6 ay arasında yalnızca anne sütü ile beslenmelerini, altıncı ayda ek gıdalara geçilmesini ve emzirmenin iki yıl daha sürdürülmesini tavsiye etmektedir (WHO, 2013). Organik gıda tüketimi de dahil olmak üzere beslenme rejimlerini düzenlemeye yönelik tüm bu söylemlerin Foucault’nun (2007: 100-118) ‘biyoiktidar’ kavramı ile de sorunsallaştırılabilir.

Bu bölümde sosyal medyayı aktif bir şekilde bilgi alışverişi amacıyla kullanan annelerin için beslenme veyahut ‘sağlıklı’ besle(n)meden ne anladığını ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bölüm iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda, internet annelerinin bu temalarla bağlantılı ne türden paylaşımlarda buldukları ve takipçilerinden nasıl yorum aldıkları incelenmektedir. İkinci bölümde ise görüşülen takipçi annelerin bu temalara dair kendi deneyimleri ve internet annelerinden bu konularda ne türden bilgi edindikleri ve bunları kendi deneyimleri ile ne şekilde örtüştükleri anlaşılmalı çalışılmıştır. Aynı zamanda internet annelerinin sosyal medyada çocuk beslenmesi ile ilgili olarak neler paylaştıklarını, beslenme ile ilgili olarak sürekli yenilenen bilgileri ne derece sahiplendikleri ve uygulayabildikleri, kendilerinden önceki kuşaktan kendilerine aktarılmış olan bilgilerden faydalanıp faydalanmadıklarını da göz önünde bulundurarak yorumlamaya çalışılmıştır.

Beslemek ya da besleyememek işte bütün mesele bu!

Çocuklarının ne yediğine oldukça önem verdiğini vurgulayan anneler, çocuklar için beslenmenin sadece sağlıkları açısından değil yaşam kaliteleri için de önemli olduğundan bahsettiler. Bunu yaparken nelerin çocuklar için zararlı olduğuna da sık sık değiniyorlardı. Görüşülen annelerin yemek konusunda gösterdiği titizlik, internet annesi annelerin paylaşımlarında da kendini göstermektedir. İnternet anneleri de paylaşımlarında beslenme ve ek gıdaya önemli bir yer ayırma ihtiyacı hissetmektedirler. Beslenme ile ilgili paylaşımlarda kaynak göstermeksizin doğru ve ‘bilimsel’

olduğundan şüphe edilmeyen pek çok bilgi takipçilerle de paylaşılmaktadır. Bebeklerin ilk iki senede nasıl beslenmesi gerektiği ile ilgili bir paylaşımda bulunan İA6, blogunda şu şekilde yazmıştır:

“İlk 1000 gün bebek beslenmesinin (gebelikten 2 yaşına kadar) çocuğun ilerdeki bütün hayatını etkilediğini biliyor muydunuz. Obezite, kalp, tansiyon, şekerden tutun da psikolojik rahatsızlıklara kadar yaşamlarını etkiliyor. O yüzden bebek anne rahmine düştüğü günden itibaren ve emzirirken kendi yediklerimize, sonra da ek gıdaya başlayan çocuğun sağlıklı beslenmesine, meyve sebze tüketmeye alıştırmaya çalışmalıyız. Şekerden, tuzdan, paketlenmiş gıdalardan uzak tutmalıyız.”⁶

Birçok internet annesi özellikle ek gıda sürecinde yemek tarifleri tavsiye etmektedir. Bu aynı zamanda instagramda ve bloglarda yaygın bir şekilde yapılan paylaşımlardan biridir. Buradaki dikkat çekici nokta ise internet annelerinin sadece yemek tarifi vermekle kalmamaları; kullanılacak malzemeleri de tavsiye ederek neyin sağlıklı neyin sağlıklı olmadığı konusunda da bir standart belirlemeleridir. Ayrıca tek tek hangi besinin ‘en sağlıklı’ nasıl tüketilebileceğine dair uzman görüşlerini alan internet anneleri bu bilgileri de takipçileriyle paylaşmaktadırlar. Anneler arasında anne sütünün devamında hangi sütün verilebileceği, üstüne en çok tartışılan beslenme konularından birini oluşturmaktadır. Bu bağlamda İA2 çocuğuna sağlıklı süt içirtmek için beslenme uzmanına sormuş olduğu soruları ve bu bilgileri edindikten sonra süt ile ilgili hiç bilmediği veya bugüne kadar süte dair doğru bildiğini zannettiklerini şu ifadelerle paylaşmıştır:

*“M***’nin 6 aylıktan itibaren ek gıdaya geçince, sadece keçi sütü yoğurdu almasına çok dikkat etmiş ve inek sütünden yoğurt tüketiminden uzak durmuştum. Meğer keçi sütü alamadığım zamanlarda inek sütünden tüketmesi, tüketmemesinden çok daha iyiymiş bunu öğrendim. Bu yeni nesil annelerin birçoğunun yaşadığı bir durum bence.”⁷*

Annelerin sıklıkta şikâyetinde bulunduğu konulardan bir tanesi de son zamanlarda Türkiye’de hazır gıda tüketiminde olduğu düşünülen artış ile ilgilidir. İA7 ise kendi blogunda hazır et suyu yerine kemik suyunun kullanılabilirliğini bir üniversitenin araştırmasını kaynak göstererek anlatmaktadır:

“Son yıllarda yapılan birçok araştırma gösteriyor ki kemik suyu hem yetişkinlere hem de bebeklere yadsınmaz faydalar sunuyor. Mesela son olarak okuduğum Harvard Üniversitesi’nde yapılan bir araştırmada kemik suyunun birçok rahatsızlığın gerilemesinde faydalı olduğu ortaya çıkmış.”⁸

Bir başka instagram paylaşımında İA9, seyrettiği bir reklamdan etkilenerek organik yumurta almaya başladığını belirtmişti. Buna istinaden instagramda paylaşmış olduğu bir fotoğrafta masanın üstünde pet şişe içerisinde süt, yoğurt ve yumurta paketi var. Marka yazılmaksızın sergilenenlerin gayet doğal ürünler olduğu ima ediliyor. Resmin altına da şöyle bir not düşülmüş:

“Organik gezen tavuk yumurtası buldum sonunda. Her Salı bizim buraya geliyormuş, kapıya kadar teslim. Köy tavuğu, tereyağı, peynir ne isterseniz kapınız kadar getiriyor. Evdeki yoğurt biraz ekşimişti... yeni maya aldım... tatlı olsun yoğurt”

⁶ <http://yoncakunacav.com/2016/11/30/ek-gidaya-baslamak/> Erişim tarihi: 29 Ocak 2018

⁷ <http://www.imrengursoy.com/sut-iciyor-musunuz/> Erişim tarihi: 29 Ocak 2018

⁸ <http://www.begumturan.com/kemik-suyu-hazirlama-ve-dondurma/> Erişim tarihi: 29 Ocak 2018

Bir sonraki postta “Sütü kaynatıp yoğurt mayalamaya yeni sıra geldi” yazıp tencerenin fotoğrafını paylaşmıştı⁹. Yukarıdaki örnek aslında hem anneler hem de genel olarak özellikle kadınlar arasında son yıllarda giderek çarpıcı hale gelen bir “doğal”lık “doğa’ya dönüş” söyleminin bir tezahürü olarak okunabilir. Hayat kalitesinin, bu doğal besinlerle artacağı varsayılır. Bebeğin saf ve temiz olarak dünyaya geldiği varsayımı bedenine içine beslenme yolu ile girecek olanın da saf/temiz olmasını simgesel olarak dayatır. Sosyal medya söz konusu olduğunda da “organik” besin tüketmek, bilinçli anne olmanın vazgeçilmezlerinden biri olarak göze çarpmaktadır. Organik ürünlerin öncelikli olmasında öne sürülen neden ‘sağlıklı’ oldukları varsayımdır. Tüketiciler, yiyecek üretimindeki kimyasallardan uzak durmak için organik ürünler almak istemektedir. Gıda teknolojilerinin gelişmesiyle beraber özellikle hazır gıdaların raf ömrünü uzatmak için kullanılan ve bir açıdan teknolojinin nimeti olan koruyucu maddeler bu trend içerisinde bir anda istenmeyen, zararlı, insan yaşamını tehdit eden maddelere dönüşmüşlerdir. Organik gıda tüketimi genellikle, aktif çevrecilik, vejetaryenlik ve alternatif tıp içeren, alternatif yaşam tarzı ile de alakalıdır (Hughner vd., 2007). Araştırma esnasında görüşülen annelerden yola çıkarak adeta bir moda olarak nitelendirilebilecek olan bu “organik” furmasına belirli bir mesafe ile yaklaşan anneler de yok değildi. Her daim “organik” gıda peşinde koşan annelerin bu arayışlarının “gereksiz” ya da “saçma” olduğunu düşünen anneler de vardı. Mülakat gerçekleştirdiğim anne takipçilerden TA16 bu konudaki düşüncelerini şu şekilde ifade ediyordu:

“Çok dikkat etmeye çalışıyorlar, her şeyi organik alıyorlar filan, bana gereksiz geliyor çünkü her şeyi organik yediremeyeceğim ben bu çocuğa belki altı ay sonra değişecek her şey. Bir restorana gidiyoruz nerden bileceğim organik bir şey mi, o çocukta orada yiyecek yani elbet bir gün. O yüzden onları didik didik etmelerini garipsiyorum”.

Çocukların kötü beslenme alışkanlıkları edinmesinde sosyal medyanın olumsuz etki edeceğini düşünen annelere de sıklıkla rastlanmaktadır. İçinde gizli abur cubur reklamlarının yer aldığı youtube videolarını göstermeyen anneler olduğu gibi, takipçilerinin çocuklarına ‘bulaşıcı’ etkide bulunmaması açısından çocuklarının abur cubur yediği video veya resimlerini paylaşmamaya özen gösteren internet anneleri de var. İA15, *Evo Angel* adlı dergiye verdiği röportajda:

“Ben çips yemeyi seviyorum. Oğlum da çok seviyor. Ara sıra yemesine izin veriyorum. Ama sosyal medyada çips zararsızdır, çocuğunuza korkmadan çips yedirebilirsiniz diyemem. Beni takip eden çoğu kişinin tabii yeteneği olduğunu biliyorum, ben yedirin desem de yedirmeyeceklerdir ama yeni ziyaretçiler için bu bir risk oluşturuyor. Ben bu riski almayı doğru bulmuyorum (Demirciyan, 2017: 63)”

Diyerek paylaşımda bulunurken bu türden bir sorumluluk hissettiğini dolayısıyla da ‘zararsız’ olmadığını düşündüğü cipsi yerken çocuğunun herhangi bir fotoğrafını paylaşmaktan kaçınacağını belirtmiştir. İnternet annelerinin paylaşımlarından yola çıkarak çocuklarına neler yedirdiklerini sosyal medya aracılığıyla yansıttıklarına göz attığımızda; kahvaltı, öğlen yemeği, akşam yemeği ve ara öğünlerdeki atıştırma durumlarına kadar neredeyse çocukların ağızlarına giren her besinin paylaşıldığına,

⁹ Hikâye 30 Ekim 2017 tarihinde paylaşılmıştır.

ana öğün ve ara öğünlerin içeriğinin detaylı bir şekilde oluşturulduğuna ve uygulanmaya çalışıldığına tanık oluruz. Aslında bu paylaşımlarda gösterilmek istenen başka bir deyişle övünülen farklı farklı noktalar vardır. Annenin ne kadar bilinçli olduğundan, çocuklarının ne kadar iştahlı olduğuna ve yemek seçimi yapmaksızın kendi kendine yiyebildiğine kadar satır arasında verilmek istenen pek çok mesaj olabilir. Bunun yanı sıra sosyal medya bu videolarla annelerin ne kadar titiz ve özverili anneler olduklarını ve ne kadar çeşitli ve lezzetli yemekler yapabildiklerini gösterebildikleri bir platform haline de dönüşmektedir. Bu bağlamda ben de instagramdaki genel paylaşımları ve yirmi dört saat içerisinde otomatik olarak silinen hikâyeleri gözlemeye çalıştım. Paylaşılan hikâyeleri tercih etmemin bir sebebi de genel paylaşımlarda ürün reklamlarının daha sık olmasından kaynaklanmaktadır. İnternet annelerinin gündelik hayatlarında nasıl bir beslenme programı tercih ettiklerini göstermesi açısından hikâyelerin daha iyi referans olabileceğini düşünüyorum. Buna ek olarak, çocukların beslenme tarzlarının yaşa göre değiştiğini de göz önünde bulundurarak yorumlarıma çocukların yaşını da eklemeye çalıştım.

İA24 paylaşımında bebeğinin kahvaltı tabağını elinde tutarak, mama sandalyesinde bekleyen bir yaşındaki kızını gösteriyor. Tabakta mücver, peynir, zeytin, domates ve tahin pekmez var.¹⁰ Burada bebeğe güzel bir kahvaltı nasıl hazırlanır onu gösteriyor. Diğer bir paylaşımında ise İA24, su dolu pembe leğen içinde ıspanak, su şişesinin içinde yoğurt yapacağı süt, karnıyarık yapacağı patlıcan, bıçak ve kesme tahtasının fotoğrafını paylaşmış. Şu an yemek pişireceğini gösteriyor ve altına “Öğle yemeği h***(İA24’ün çocuğu)’a ıspanak. Akşama karnıyarık. Arkadaki arkadaş yoğurt olmayı bekliyor” diye yazmıştır. Sonraki paylaşımında ise bebek tabağında pişmiş ıspanak, mantı, içinde portakal suyu olan çay bardağı resmini paylaşmış ve “İspanağın yanına bu sefer mantı yaptım. Portakal mandalina sıktım” diye yazarak çocuğunun muhtemelen dengeli beslenmesi için ne kadar uğraştığını gösteriyor.¹¹

İA2 ise masada kahvaltı çeşitlerini göstererek pijama giyen oğlunun kahvaltı yaptığı bir videoyu paylaşmış. Masada çay, domates, çeşitli peynirler, zeytinyağı, zeytin, reçel, ceviz ve salatalık var. Oğlunun tabağında da salatalık, domates, soyulmuş mandalina ve omlet var. Oğlu çatal ile omlet yerken bir yandan da annesi ve babası ile konuşuyor. Açıklamada “İyi pazarlar. Günün nasıl geçti diyor:) Her zamanki yemek masası sohbeti” diye gülen emoji ile yazılmış.¹² Burada da zengin bir kahvaltı masasını ve ailece sohbet eşliğinde yapılan huzurlu bir pazar kahvaltısını gösteriyor. Başka bir paylaşımında İA2, üç yaşındaki oğlu ve onun erkek arkadaşını mutfaktaki masada yan yana oturup pankek yerken videoya çekmiş. Masanın ortasında dört tane reçel var ve oğlu pankeke kaşık ile reçel sürüyor. Arkadaşı da pankeki elleri ile yiyor. Açıklamada “Başbaşa pankek yemek istediler” yazmış ve annesi “Çok romantik yemekler” deyip dalga geçmiş.¹³ Çocuğunun yardımsız reçeli sürüp yiyebildiğini ve iki çocuğun da yaramazlık yapmadan doğur düzgün yemek yiyebildiğini ima ettiği söylenebilir. Kahvaltıda bebek sandalyesinde oturan bir yaşındaki kızı, beyaz tabağının içindeki kesilen salatalığı yanında çatal olmasına rağmen çay kaşığı ile yemeğe çalışıyor. İA28 açıklamada “diyetteyken ben” diye yazıp espri yapıyor ve çocuğunun sebze ile beslendiğini gösteriyor.¹⁴ Bir buçuk yaşındaki çocuğunun makarna yerken ki

¹⁰ Hikâye 16 Aralık 2017 tarihinde paylaşılmıştır.

¹¹ Hikâye 29 Aralık 2017 tarihinde paylaşılmıştır.

¹² Hikâye 24 Aralık 2017 tarihinde paylaşılmıştır.

¹³ Hikâye 24 Şubat 2018 tarihinde paylaşılmıştır.

¹⁴ Hikâye 28 Ocak 2018 tarihinde paylaşılmıştır.

videosunu paylaşan İA23, “Bazen çok geç uyanıyor evde yemek olmuyor o an bir kâse tarhana üstüne bir tabak makarna beni kurtarıyor” diye açıklama yapmış. Çocuğu masada oturup bazen annesine bakarak “Aaa” diye ses çıkartıyor sonra kendi kendine bebek çatalı ile makarna yiyor.¹⁵ Burada da kısa bir zaman içerisinde çocuğuna pratik ama sağlıklı bir yemeği nasıl çıkartabildiğini ve çocuğun da küçük olsa bile kendi kendine yemek yiyebildiğini gösteren bir anne var. Başka bir gün yine İA23, çocuğunun brokoli yerken bir videosunu paylaştı. Çocuk ağzını kocaman açarak haşlanmış brokoli yiyor. Sonra çiğneyerek siyah renkli bir içeceği içiyor. İA23 “iki gündür ilk kez yemeğe başladı” yazıp şükreden elleri emojisini sonuna koyup durumdan hoşnut olduğunu ima ediyor.¹⁶ Sebzeği özellikle çocukların zor yediği kabul edilen bir durumdur, bu nedenle brokoli veya ıspanak gibi sebzeleri çocuklara/bebeklere yedirebilmek bir başarı olarak paylaşımlarda yerini alıyor.

Dört yaşındaki bir erkek çocuk televizyon izleyerek çorba içiyor. Videoya çeken İA1 “Güzel olmuş mu?” diye ona sordu. Oğlu annesinin yüzüne bakıp “Evet, bu çorbayı çok seviyorum!” dedi. Sonra yine televizyonu izlemeye devam etti. “Sonra kek de yapalım mı birlikte?” diye İA1 sorunca televizyon izlerken evet dedi. Burada İA1 güzel yemek yaptığını ve beraber kek yaparak birlikte zaman geçireceklerini işaret ediyor. İA24’ün paylaştığı fotoğrafta mama sandalyesinde bir oyuncak ve beş gözlü olan bebek tabağının içinde bebek suluğu, kaşık, makarna ve kıymalı kabak var. Açıklamada bu şekilde yazdı. “H*** (İA24’ün çocuğu) a ne yedirdiğimi çok soran var. Bugün kıymalı kabak ve makarna var akşama da ıspanak kavurması yapacağım. Her gün sebze yedirmeye çalışıyorum. Çok çok yemese de yiyor yavaş yavaş alışıyor gibi zamanla göreceğiz ama vazgeçmiyorum inşallah sever”.¹⁷ Yine burada da sebze yedirdiğine ve çocuğun da yiyebildiğine yapılan bir vurgu dikkat çekiyor.

İA5 evdeki akşam yemeğinde karşılıklı oturan iki oğlunu balık ve salata yerken videoya çekip paylaşmış. Beş yaşındaki büyük oğlu annesine “Benim salatam bitti!” diyor. İki yaşındaki küçük oğlu televizyon izleyerek balığı eli ile yiyor. Camın yansımından İA5’in yanında onun eşinin oturduğu anlaşılıyor.¹⁸ Ailece sağlıklı beslendiklerini gösteriyor. Masada küçük parçalara ayrılmış somonu çatala yiyen çocuğunu videoya çeken İA23, ona “Güzel olmuş mu? Mis gibi del!” diyor. Çocuğu somonu çiğneyerek “Miss” diyor.¹⁹ Bu on beş saniyelik video çocuğun balığı kendi kendine yiyebildiğini ve internet annesinin yapmış olduğu lezzetli yemeğe bir gönderme olsa gerek. Sebzenin akabinde sağlıklı yemek yiyor olmanın bir diğer göstergesi de balık tüketmek olarak anlaşılmaktadır.

İnternet anneleri çocuklarının yemek yerken bol bol videolarını ve fotoğraflarını çekip paylaşmaktadırlar. Uzmanlar yemek yeme becerisinin çocuğun kendini yönetebilmesi yolunda attığı önemli bir adım olduğunu söylemektedir (Yavuzer, 2005). İnternet annelerinin instagramda çocuklarına kolay yemek yedirdiklerini göstererek bundan övünç duymaları yine instagramın genel paylaşımından ve hikâye kısmındaki paylaşımlardan anlaşılmaktadır.

Üç erkek çocuğuna sahip olan İA8 kahvaltıdaiken videoya çekmiş. Üç oğlu masada oturuyor. Tabakta salatalık, domates, ekme ve yumurta var. Dört yaşındaki ortanca oğlu ve iki yaşındaki en küçük oğlu ekmeğin arasına yumurta koyuyor. Yedi yaşındaki en büyük oğlu sandalyenin üzerinde

¹⁵ Hikâye 6 Aralık 2017 tarihinde paylaşılmıştır.

¹⁶ Hikâye 4 Ocak 2018 tarihinde paylaşılmıştır.

¹⁷ Hikâye 5 Aralık 2017 tarihinde paylaşılmıştır.

¹⁸ Hikâye 13 Ocak 2018 tarihinde paylaşılmıştır.

¹⁹ Hikâye 5 Ocak 2018 tarihinde paylaşılmıştır.

dizlerini toplayıp sadece ekmek yiyor. Onun tabağı bitmek üzere. Videoda İA8 kalp emoji koyup ve “Günaydın” yazmış.²⁰ Başka videoda en küçük oğlu etli kuru fasulyenin suyunu büyük bir kaşıkla içiyor. Biraz sonra annesinin videoya çektiğini fark edip kameraya gülüp dilini çıkartıyor. Sonra parmağını kuru fasulyeye daldırıp parmağını yalamaya başlıyor. Açıklamada “Kaşık güzel şey ama parmaklar daha tatlı” diye yazılmış.²¹ İA8 üç oğlunun hep kendi kendilerine yemeklerini yiyebildiklerini videoda gösteriyor. Çoğu çocuk kendi kendine yemek yemekte zorlandığı için onun çocuklarının yiyebildiğini görmek takipçileri de şaşırtıyor. Takipçiler bunu nasıl başardığını merak ediyorlar. Gelen soruları şu şekilde yanıtlıyor İA8:

“Yemiyorlarsa yemesinler seçenek sunmuyorum. Onlarda yiyor. Yemezlerse gerçekten beğenmediklerini anlarsam ara öğün daha doyurucu birşey yapıyorum”

Ona cevap olarak takipçi “Başarması güç bir tutum. Kutluyorum sizi” diyerek tebrik etti. Anne takipçiler bu şekilde sosyal medyada kendi çocuklarının yapamadığı şeyleri açıklayıp, türlü sorular sorup, internet annelerinden tavsiyeler almaktadır.

Bu tür paylaşımların yanı sıra tersine yemek yedirmekte zorlandığını söyleyen internet anneleri de vardır. Hatta yemek yedirmeyi anneliğinde en sevmediği şey olarak blogunda açıklayan internet annesi de var:

*İA10: “Ben miyim tek bu işten nefret eden bilmiyorum ama bebek-çocuk beslemek bu hayatta en çok zorlandığım işlerden biri. Annem yanımda olunca otomatik olarak görev onun oluyor. Soramıyor bile, K*** (İA10’un çocuğu) ne yesin, nerede yesin, nasıl yesin? Ne yaparsan yap, istemiyorsa da yemesin, çok ısrar etme’ diyor. Zaten ısrarcı bir anne olmamıştır asla. Ama ne yapar eder, oyunlar, şarkılar, türkülerle yemeği yedirir benim annem. Belki de K*** -çok aç olduğu anların dışında, benim stresimi hissettiğinden huysuzluk yapıyor ve yemek saati her ikimiz için de sıkıntılı geçiyor ve hatta geçmiyor. Acaba aç mı kalıyor, yeterli beslenemiyor mu, diye de düşünmüyor değilim zaman zaman. Babası bile benden daha iyi besliyor sanki. Tabi S*** (İA10’un eşi) 7/24 ona bakmaya başlasa üçüncü öğünde pes edebilir”²²*

İA10 içinde bulunduğu durumu bu şekilde açıklayıp kendi blogunda neden çocuğuna güzelce yemek yediremediğini kendine “Niye?”, “Nedir bu beslenme sorunumuz?”, “Peki ne yapmalı?” gibi sorular yönelterek sorgulamaktadır. Yorumun hemen altına da tavsiyeler sıralanmış. Başka internet anneleri de onun gibi yemek yedirirken çocukların yaramazlık yaptığını veya ağladığını videoda göstermektedir.

Mülakatlarda görüşülen internet annelerinden biri de çocuğuna yemek yediremediği için kendisini yetersiz hissettiğini üzülerek değil, gülerken pozitif bir şekilde anlatmaya gayret ediyordu:

İA3: “Yani yemek yemek istemeyebiliyor bazen yaptığım şeyleri, acaba ben yapamıyor muyum diyorum, çünkü okulda yiyormuş aynı yemekleri. Ama ben evde yaptığımda yemek istemeyebiliyor ya da çok zor yiyor, üzülüyorum. Dayakla falan dermişim. Nasıl çözüyorum, başka bir yemek yapıyorum, bir

²⁰ Hikâye 21 Ocak 2018 tarihinde paylaşılmıştır.

²¹ https://www.instagram.com/p/BY58H_uB2xj/ Erişim tarihi: 30 Ocak 2018

²² <http://www.slingomom.com/aile-2/anne-baba/anneligin-en-sevmedigim-seyi-yemek-saatleri/> Erişim tarihi: 31 Ocak 2018

şekilde karnını doyuruyorum, o şekilde çözmeye çalışıyorum. Ruhsal olarak bir eksiklik hissetmiyorum, fiziksel olarak bir eksikliğim var yemek yapma konusunda”.

Bu sorunu sosyal medyaya da taşıdığını söyleyen GİA3, takipçilerinden gelen önerilere de çözüm bulmaya çalıştığını söyledi.

“Storyde mesela geçen gün paylaştım, bezelye yerken onu. Önerilerde bulunuyorlar. Benim kızım balıktan nefret eder. Mesela şey önerdiler bana, kokmayan bir balık çeşidi yap, balık çorbasını önerdiler. Onu yer dediler, şimdi onu deneyeceğim”.

İnternet annelerinin instagram üzerinde çocuklarına yemek yedirirken paylaştığı videolar ara sıra takipçilerden olumsuz yorumlar gelmesine de neden olabiliyor. İA5, bağırarak ağlayan iki yaşındaki oğlunun ağzına erik tutup “Isır, ısır. Komple veremem” diyor. Bir yandan çocuğun ağzından salyası akıyor. Anne, eriği çocuğunun ağzından bir kez daha çıkardıktan sonra oğlu annesinin elinden kapıp bütün bir eriği ağzına attı ve ağlaması durdu. İA5 “Ama öyle olmaz. Isır. Isır, öyle olmaz” deyip ağzından eriği almaya çalışıyor. “Çıkartır mısın onu ağzından? Hemen!” diye biraz ifadesini sertleştirirse de oğlu eriği ağzından çıkarmadı. İA5 yanaklarından sıkarak çıkarttırmaya çalıştı. Oğlu mutlu bir şekilde güldü ama hala eriği çıkartmıyordu.²³ Bu paylaşımın altındaki yorumlarda: “Çok tatlı!” “Benim çocuğum da aynı şeyi yapmak istiyor” yazanlar varken İA5’i eleştirip başka bir deyişle anne utandırma yapanlar da oldu. Bu yorumlar annenin, çocuğun boğulma tehlikesinin farkında olamayacak kadar bilinçsiz olduğunu ifşa etmeye çalışan yorumlardı. Yapılan yorumlardan örnekler vermek gerekirse:

“Belli ki çocuk görmüş ve istemiş ama suç görende değil gösterende annesi belliki almaya uraşmış ama ne kadar da alsa o daha çok istüecek ve daha çok ağılyacak çocuk görmüş bile olsa minik parçalara kesip verebiliridiniz çocuk yutmadi umarim ama yutmuş olsaydi boğzunda kalabilirdi çocuklarinizıa bukadar büyük meyveler vermeyin”.

“Video çekmek için dabi bütün sekinde agzına almasına engel olmalisiniz. 1 saniyede boğazini tikar”.

“Çocuğnu ağılatacağına elindeki kamerayı birak çekmeyi çocuğa yedir Allah korusun ya bi anda kaçsa boğazına yazık değil mi çocuklarinizi bu kadar kamera ekranında tutuyosun nazır değer Allah korusun maşallah oğlunuza Allah'im nazardan saklasın”.

Takipçilerden bazıları da “Anne utandırma” yapan yorumlara karşılıklar yazmış. Bu yorumlarda da olumsuz yorumlara karşı eleştiriler getirilmiş ve video çeken anneye destekte bulunulmuş. İA5 ise her ne kadar bu paylaşımına gelen yorumlara cevap vermemiş olsa da sonraki paylaşımında oğlunun bir buçuk yaşındaki başka bir videosunu paylaştı. Videoda oğlu bir lokantada sert bir et parçasını yemeye çalışıyor. Resmin altındaki açıklamada:

²³ <https://www.instagram.com/p/BVScxnjgf7/> Erişim tarihi: 1 Şubat 2018

*“yakın zmn #tbt ile E***(LA5’in çocuğu)’nin erik videosunun yorumlarında saçmalayanlara toplu cevaptır, arz ederim. Herkes kendi vesvesesini kendine saklasın plz,ben kendi çocuklarımın neyi nasıl yapacağını ya da nasıl yapamayacağını sizden daha iyi biliyorum takdir edersiniz,kaldı ki eriği ağzına sokuşturup terketmedim. sonra bana F***(LA5) oğlum kızım yemek yemiyo napalım demeyin, siz kendi korkularınız yüzünden çocuğunuzun eline bişey vermezseniz riyasında mı öğrenecek çiğnemeyi yutmayı ya da siz ağzınızda çiğneyip vern oldu mu tışik.kirilir. Kibbaaaay”.*²⁴

Sözleri ile oğlunun altı ay öncesinde dahi eti çiğneyebildiğini dolayısıyla erik konusunda bir sıkıntı yaşamayacağını agresif bir dil kullanarak ve bu konuda olumsuz yorumlar yazan takipçilerine hadlerini bildirmek üzere bir açıklama yazmaktan geri kalmamıştır. Bu tür atışmaların takipçi sayısını artırmaya yönelik bir strateji olup olmadığı ise tamamen tartışmaya açık bir konudur.

Görüşülen anne takipçilerin çoğu sosyal medya üzerinde beslenme tavsiyeleri ile ilgilendiklerini ve özellikle de yemek tarifi önerilerini aldıklarını söylediler. Örneğin, çocuğu küçükken internet annelerinden yardım alan TA2, çocuğunun yemeklerini pişirme, çocuğuna daha sağlıklı yemekler hazırlama ve çocuğunun beslenmesi ile ilgili sosyal medyadan daha çok yararlandığını ifade etmiştir. Özellikle ek gıda ve katı gıdaya geçiş sürecinde çocuklara daha fazla seçenek sunabilmek adına pek çok tavsiye aldığını dile getirmiştir. TA20 de her ne kadar internet annelerinin yaptığı reklamlardan hoşlanmasa da bebek yemekleri tarif eden hesapları takip ettiğini ve bunları değerlendirdiğini belirtmiştir.

“Annelik üzerine tam değil de bebeklerin düzgün beslenmesi, emzirmenin faydaları, şunu yiysin bunu yemeyin, internetten o konuda özellikle sosyal medyadan çok destek aldım”.

TA10 ise çocuğu küçükken aynı şekilde beslenme ile ilgili sosyal medyadan bilgi aldığını söylemiştir:

“Fikir veriyor bir tecrübe gibi, yaşayanları görmüş olmak da yaşamış kadar insana destek sağlıyor, bu tarz şeyler. Ya da işte çocuklar küçükken mesela özellikle bir tane site var, çocukların beslenmesi ile ilgili öneriler aylara yönelik şeyler veriyor. Bu ayda şunlara başlayabilir, bu ayda bunları yiyebilir, şu yemeğe bunları bunları katabilirsiniz, şunları verebilirsiniz tarzı onlardan faydalanyordum fikir alıyordum”.

Buna ek olarak TA10, reklam yapmayan takipçi sayısı az olan anneleri daha çok güvenerek takip ettiğini de belirtmiştir. TA14 de beslenme ile ilgili konularda internet annelerinin yazdıklarının tandıq gelip hoşuna gittiğini fakat her şeyi de okuyup uygulamadığını şu sözlerle ifade etmiştir:

*“Aşağı yukarı akranlar yani 1-2 ay aralarında var hep takip ettiğim annelerin çocuklarıyla. Onların tepkilerini gözlemek hoşuma gidiyor. Mesela A***(TA14’ün çocuğu) biraz daha, benim biraz takıntımdan dolayı daha geç çatal bıçak tutmaya başladı. Çoğunlukla ben besliyorum hala. O zaman anne güdüsü olarak daha çok doydüğünü hissediyorum ama aslında öyle olmadığını da biliyorum içten içe. Okuyup da yapamadıklarımın biri bu”.*

²⁴ <https://www.instagram.com/p/BVXWD1teNcF/> Erişim tarihi: 1 Şubat 2018

Birçok takipçi anne beslenme önerilerinden faydalandığını söylerken, TA15 gibi internetteki bilgileri güvenilir bulmadığı için yemek tariflerini veya önerileri dikkate almadığını bu konuda mümkünse uzman görüşlerini almayı tercih ettiklerini vurgulayan anneler de var:

“Sosyal medyadan veya bloglardan ilaç tavsiyesi gibi şeyleri pek okumuyorum. Yemek tavsiyesi, ilaç tavsiyesi vs. O tarz şeylere güvenmiyorum çok. Çünkü çok fazla bilgi kirliliği olduğu için. O gibi durumlarda genellikle doktora soruyorum”.

Günümüz Türkiye’deki anneler hakkında sorduğumda kahkaha ile gülererek “Hasta onlar hasta!” diyen TA18, annelerin beslenme konusunda bazen gereksiz titiz davrandıklarını kendi yaşadığı bir durumu anlatarak örnekledi:

*“Hasta derken her şeyi çok didikliyolarlar. Geçen O*** (TA18’in çocuğu) daha küçüktü, O*** dişlerini, çubuk kraker var ya, onlarla çıkardı küçücük çocuk. Parka götürdüm ben O***’u çok küçük yaştan, altı aylığından beri parka gidiyor. Bir şeyi bilmese bile oradaki çocukları izliyordu. Orada çocuğun bir tanesi ben O***’a çubuk verirken bize baktı, ben de dedim ki sende ister misin, ama önce annesine sordum. Çubuk kraker verebilir miyim? Çok baktı elime yazık. Ay dedi, benimki daha hiç çubuk kraker yemedi. Ondan sonra ben de iyi halt etmişsin dedim içimden. Ama ona saygı duydum. Yedirmek istemiyor olabilir. Ya da şeker çikolata konusunda... Ay hiç şeker sürmedi ağzına, ya da hiç çikolata yemedi. Bu marifet değil. Çocuğa günde on paket çikolata yedirirsen tabi ki bu manyaklık yani. Ama günde bir tane ona yemek sonrası bir sürpriz ya da bir şeye teşvik etmek için belki yaparsan bunu mantıklı karşılayabilirim. Ama yok bunu kendine marifetmiş gibi mesela, hiç tereyağı kullanmadık biz daha ona, hiç tuş vermedik, ya da parka gider parktan daha çıkmadan sırtına havluları sokarlar çocukların, çocuk düşer aklını kaybeder kadın...”.*

TA18’in örneğinde gördüğümüz gibi Türkiye’deki anneler çocuklarının pek çok gıdayı tanınması konusunda oldukça titiz ve korumacı davranmaktadır. Sadece çocukların beslenmesinde değil Türkiye’de pek çok insan hazır yemeklere karşı koymaktadır. Dolayısıyla hazır gıdayı kullanmak annelerin çizmeye ya da olmaya çalıştığı ‘muhteşem anne’ temsilini bozan bir pratik olarak yorumlandığını ifade edilebilir. Sadece anneler değil kadınlar ne kadar çeşitli yemekler yapabiliyor ve organik gıda maddeleri ile bunu gerçekleştirebiliyorlarsa o kadar tatmin oluyorlar. Dolayısıyla anne blogların da yiyecek üstüne bu tür paylaşımları yapıyor olması bir tesadüf olmasa gerek.

İronik bir biçimde, çocukların hiç abur cubur yemediği de kesinlikle doğru bir gözlem olmayacaktır. Görüşülen internet anneleri de bir şekilde bu tür gıdalardan zaman zaman faydalandıklarını, ödül olarak kullandıklarını belirtmişlerdir fakat ‘muhteşem anne’ olmak, takipçilerinden gelebilecek herhangi bir eleştireye meydan vermemek veya takipçiler üzerinde olası bir yanlış yönlendirmeye sebep olmamak adına, ki bu motivasyonların hepsi annelik kavramı içerisinde kadını birincil sorumlu sayan benzer hegemonik anlatılar bağlamında iş görür, çoğu internet annesi çocuklarına hazır gıda veya abur cubur veriyor olsa bile sosyal medyada paylaşmadığını açıklamıştır. Araştırma süresince takip edilebildiği kadarıyla reklamlar dışında sosyal medyada çocukların abur cubur yediğine dair herhangi bir paylaşım yapılmamıştır. Bu durumun takipçilerden gelebilecek eleştirileri

savuşturmak için bir strateji olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle toplum baskısının Türkiye’deki sosyal medyada tezahürü olan “anne utandırma”²⁵ gibi olumsuz yorumlar bu kanıyı güçlendirmektedir.

SONUÇ

Alan araştırması esnasında annelik deneyimlerini paylaşmak üzere açılan sosyal medya hesaplarında takipçi annelerin içinden çıkamadıkları durumlarda veya kendi sıkıntılarına ortak aramak için sosyal medyaya başvurdukları gözlemlenmiştir. Üstelik neoliberal ekonomiyle beraber işleyen; zamanı verimli bir şekilde kullanmayı ve deneyimi paraya dönüştürmeye teşvik eden anlayışın sosyal medya anneleri tarafından da benimsediği ve kendi öznel deneyimlerini dolaşıma sokarak küresel sistemin bir parçası haline geldiklerine tanık olunmuştur. Bu açıdan bakıldığında kadınların en azından gündelik deneyimlerinden yola çıkarak kendi geçimlerini sağlayabilecekleri bir kazanç kapısı yaratmaları kadın güçlenmesi açısından önemli bir gelişme sayılabilir. Ayrıca bazı durumlarda belirli bir ortak deneyimin bir araya getirdiği kadınlar açısından, yapılan paylaşımların ve yorumların manevi bir güçlenmeyi beraberinde getirdiği iddia edilebilir. Fakat şu noktaları da göz ardı etmemek kaydıyla: İnternet anneleri, bebeklerinin ve çocuklarının beslenmesinde ne kadar bilinçli davrandıklarını gözler önüne sermektedirler veya başka paylaşımlarda gurur duydukları anları ve ne kadar uzun süre fedakârlıkta bulunup emzirdiklerini ortaya koymaktadırlar. Zorlukların paylaşılması ve takipçilerle bu konuda yapılan görüş alışverişleri, bir biçimde kadınların kendi aralarında birbirlerine destek olmaya çalıştıkları ve özgüven aşıladıkları anlamına gelmektedir. Bu türden dayanışmalar kadınları zorluklarla başa çıkarken yalnız olmadıklarına ikna etmede etkili gibi de gözükmektedir. Fakat emzirme veya sağlıklı beslenme gibi konularda uzmanların “nasıl ve ne yapırsa bilinçli anne olunur” konusundaki tavsiyelerinin internet anneleri tarafından benimsenip internet ortamında sergilenmesi, bu tavsiyelerin dışında hareket eden takipçi annelerin deneyimlerinin değersizleştirilmesine de neden olabilmektedir. Bunun ötesinde araştırmanın üzerine odaklandığı kadınlar aldıkları eğitim, sahip oldukları olanaklar göz önünde bulundurulduğunda her ne kadar belirli bir ‘sosyal kapital’e sahip olduğu varsayılan bir kitleyi temsil etse de var olan cinsiyetçi yapıların dışına çıkacak bir dili benimsemedikleri anlaşılmakta ve gündelik yaşamlarında da ve en azından sosyal medyada yansıttıkları haller ile bu yapılarla meydan okuyor gibi gözükmemektedirler.

Sonuç olarak, sosyal medyada aktif bir şekilde yer alan anneler kimi zaman yetersizliklerini vurgulamış gibi gözükseler dahi aslında ne kadar “iyi” ve “muhteşem” bir anne oldukları ve bunun için çabaladıkları izlenimi görünür kılmaya çalışmaktadırlar. Bu durumun hem takipçilerin kendi arasında hem sosyal medyada görünür olan annelerin arasında ve zaman zaman kızışan sanal ve gerçek ortamların birbirine karıştığı bir rekabet halini aldığı gözlemlenmiştir. Bu çerçevede içerisinde çalışmanın genç nesillerin beslenmesini düzenleyen çok bilinmeyenli biyo-politik rejimler ve daha geleneksel beslenme yöntemleri arasındaki dinamik etkileşimi yansıttığı söylenebilir. Feminist bir bakış açısından bakıldığında ise her iki söylem de kendi içerisinde beslenme deneyiminin kendisini bizzat kadınlık deneyiminin bir parçası olarak kodlayan, üstelik bu kodlanan deneyimi de eril bir dil ile konuşan

²⁵ İngilizcede “mom shaming” olarak kullanılan kelimenin çevirisi. Özellikle sosyal medyada bir çocuk sahibi bir kadının çocukları ile ilgili olarak yazdığı bir yorumun veya daha genel bir kullanım olarak sosyal medyada tanınan bir kadının çocukları ile ilgili yapmış olduğu bir davranışın, diğer kullanıcılar tarafından çok sert, rencide edici, onur kırıcı yorumlara maruz kalması anlamında kullanılmıştır.

uzmanın vesayeti altına sokan veya en iyi ihtimalle onun tarafından tasdik edilmek suretiyle onayan bir güce sahiptir. Anneleri kendi anlatılarının aktif uygulayıcıları olarak işe koyan bu söylemleri kadınların da çoğuş zaman benimsemesi, kadınların en yeni iletişim kanallarında dahi çocukları yetiştiren birincil kişi olarak kendi görünürlüklerini farklı stratejilerle sağlamaya çalışmaları, kendilerini bu açıdan tanımlamaya çalışmaları ve hegemonik anlatılara nadiren alternatif arayıp onlara neredeyse hiç direnmemeleri ise dikkate ve üzerinde daha çok düşünmeye değerdir.

Kaynakça

- Amagasa, K. (2018) ‘Kosodateni Okeru Support’ net Work to Social Media Riyouno Chiikiteki Saini Kansuru İkkousatsu”, *Gakuen, Ningen Shakaigakubukiyou*, No. 928: 23-34.
- Boneva, B. & Kraut, R. (2002) “Email, Gender, and Personal Relationships” ed. by: Wellman, B. & Haythornthwaite, C, Malden, In *The Internet in Everyday Life*, Boston: Blackwell Publishers.
- Burç, P. E. (2015) “Popüler Kültür ve Annelik: Anneliğin Farklı Görünümleri”, *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, Erişim adresi: <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/Pinar-Ezgi-Burc-14Eylul2015.pdf>.
- Demirciyan, L. (2017). “Çağla Dövençi Sönmez”, *Evos Angeles*, Erişim adresi: <http://www.evogrup.com/yayinlar/kasim17/#/52>. Erişim tarihi: 2 Ocak 2018.
- Dobson, A. S. (2015) *Postfeminist Digital Cultures Femininity, Social Media, and Self-Representation*, New York: Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. (2007) Cinselliğin Tarihi, Çeviren: Hülya Uğur Tanrıöver, 2. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Glenn, E. N. (1994) “Social Constructions of Mothering. A thematic Overview”, ed. by: Glenn, E. N., Chang, G. & Forcey, L. N., In *Mothering Ideology, Experience, and Agency*, New York: Routledge.
- Gürçayır Teke, S. (2014) “Dönüşen Anneliğe Yönelik Netnografik Bir Analiz: Blogger Anneler”, *Millî Folklor*, Yıl 26, Sayı 103.
- Hryciuk, R. E. (2010) “(Re)constructing Motherhood in Contemporary Mexico: Discourses, Ideologies and Everyday Practices”, *Polish Sociological Review*, No. 172, 487-502.
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz II, C. J. & Stanton, J. (2007) “Who are Organic Food Consumers? A Compilation and Review of Why People Purchase Organic Food”, *Journal of Consumer Behaviour*, 6: 1–17. DOI: 10.1002/cb.210.
- Kobak, C. & Pek, H. (2015) “Comparison of Mother and Child Health and Nutrition Habits of the Nursery School Kids in Preschool Period (Aged 3-6)”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)*, 30(2): 42-55.
- Kozinets, R. V. (2010) *Netnography Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications.
- Lopez, L. K. (2009) “The Radical Act of 'Mommy Blogging': Redefining Motherhood Through the Blogosphere”, *New Media Society*, 11: 729.
- Madge, C. & O’Connor, H. (2006) “Parenting Gone Wired: Empowerment Of New Mothers On The Internet?”, *Social & Cultural Geography*, April, DOI: 10.1080/14649360600600528.
- McDaniel, B. T., Coyne, S. M., & Holmes, E. K. (2012) “New Mothers and Media Use: Associations Between Blogging, Social Networking, and Maternal Well-Being”, *Maternal and Child Health Journal*, 16, 1509-1517. DOI: 10.1007/s10995-011-0918-2.
- Minic, D. (2007) “Feminist Media Theory and Activism: Different Worlds or Possible Cooperation”, ed. by: Rill, H., Smidling, T., & Bitoljanuu, A., In *20 Pieces of Encouragement for Awakening and Change: peacebuilding in the region of the former Yugoslavia*, Sarajevo: Centre of Nonviolent Action.
- Özçetin M., Khalilova F. & Kılıç A. (2017) “Beslenme Durumunun Değerlendirilmesinde Sıra Dışı Bir Yöntem”, *BİA Çocuk Dergisi*, 17(2):61-66.
- Taylor, V. (1996) *Rock-A-BY Baby: Feminism, Self Help, and Postpartum Depression*, New York: Routledge.

- Türk, G. D. ve Demirci, E. (2016) “Sanal Dünyada Dönüşen Mahremiyet Algısı; Instagram Örneği”, *1st International Academic Research Congress*, Ankara: Pegem Akademi.
- Van Cleef, K. (2015) ““Of Woman Born” to Mommy Blogged: The Journey from the Personal as Political to the Personal as Commodity”, *Women's Studies Quarterly*, Vol. 43, No. 3/4, THE 1970s (FALL/WINTER 2015), SS. 247-264, New York: The Feminist Press at the City University of New York.
- World Health Organization. (2013) *Global Strategy for Infant and Young Child Feeding: The Optimal Duration of Exclusive Breastfeeding*, Erişim adresi: http://www.who.int/nutrition/publications/gi_infant_feeding_text_eng.pdf.
- Yavuzer H. (2005) *Ana-Baba ve Çocuk*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yazıcı, T. & Özel, M. (2017) “Sosyal Medyada Anneliğın Eğitim ve Etkileşim Boyutu: Instagram Üzerine Bir İnceleme”, *International Journal of Social Sciences and Education Research Online*, Volume: 3(5).
- Zappavigna, M. (2016) “Social Media Photography: Construing Subjectivity in Instagram Images”, *Visual Communication*, Vol. 0(0) 1–22. DOI 10.1177/1470357216643220.
- Zappavigna, M. & Zhao, S. (2017) “Selfies in ‘Mommyblogging’: An Emerging Visual Genre”, *Discourse, Context & Media*, 20: 239–247.