

SOSYAL MEDYADA
ANNELİK:

DEĞİŞEN ROLLER VE
YENİ DENEYİMLER

DR. TUĞBA KIZILŞİMŞEK

SOSYAL MEDYADA ANNELİK: DEĞİŞEN ROLLER VE YENİ DENEYİMLER

Dr. Tuğba Kızılsimsek

Öğretim Görevlisi Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi
ORCID: 0000-0001-7417-2612
tugbakizilsimsek@sdu.edu.tr

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Kübra Konca Nam

Kapak Tasarımı: Durmuş Ali Gürtoklu

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 76780

E-ISBN: 978-625-385-362-4

1. Baskı, Ekim 2025

Kütüphane Kimlik Kartı

SOSYAL MEDYADA ANNELİK: DEĞİŞEN ROLLER VE YENİ DENEYİMLER

Dr. Tuğba Kızılsimsek

X+175 s., 160x240 mm

Kaynakça var, dizin yok.

E-ISBN: 978-625-385-362-4

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mechanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM
yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah.
Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok,
No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42
bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.
10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
+90 332 499 90 00
bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr
bilgi@kitapmatik.com.tr

EĞİTİM YAYINEVİ
GRUBU

EĞİTİM
yayınevi

SALON
yayınevi

Kitapmatik
yayınevi

kitapmatik
İnternetKitapçısı

EĞİTİM
kitabevi

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER DİZİNİ.....	V
TABLOLAR DİZİNİ.....	VI
KISALTMALAR DİZİNİ.....	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
GİRİŞ.....	1

1. BÖLÜM

TOPLUMSAL CİNSİYET ROLÜ OLARAK ANNELİK ROLÜ VE DÖNÜŞÜMÜ

1. TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİNİN ANLAMI, İŞLEVİ VE DÖNÜŞÜMÜ	5
1.1. Toplumsal Cinsiyet Roller ve Sosyalleşme	9
1.2. Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Temel Yaklaşımlar	12
1.3. Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Değişim ve Dönüşümü.....	20
2. BİR TOPLUMSAL CİNSİYET ROLÜ OLARAK ANNELİK.....	23
2.1. Annelik Rolünün Önem ve İşlevi	23
2.2. Tarihsel Bağlamda Annelik Rolünün Değişim ve Dönüşüm Süreci	27
2.3. Annelik Rolünün Günümüzde Genel Görünümü ve İşlevi.....	43
2.4. Türkiye Özelinde Geçmişten Günümüze Annelik ve Annelik Pratikleri	52
3. SOSYAL MEDYA MECRALARINDA SOSYALLEŞME VE ANNELİK	63
3.1. Sosyal Medya ve Sosyalleşme	63
3.2. Sosyal Medya ve Annelik Rolünün Dönüşümü	68
4. SOSYAL MEDYA ETKİLEYİCİSİ ANNELER VE TÜKETİM	74
4.1. Sosyal Medya Etkileyicileri ve Annelik	74
4.2. Sosyal Medya Etkileyicisi Anneler ve Tüketim İlişkisi	77

2. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	88
2. ARAŞTIRMANIN ÇALIŞMA GRUBU	89
3. ARAŞTIRMANIN DESENİ	93
4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	93
5. ARAŞTIRMANIN ETİK KURUL KARARI VE İZİNLERİ	93
6. ARAŞTIRMACININ ROLÜ	93
7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, VERİ TOPLAMA VE DEĞERLENDİRME SÜRECİ ...	94
8. GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK.....	97

3. BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

1. ANNELERİN KENDİLERİNİ TANIMLAMA BİÇİMLERİ	99
2. ANNE OLDUKTAN SONRA YAŞANAN DEĞİŞİMLER.....	103
2.1. Fiziksel Değişimler.....	104
2.2. Duygusal Değişimler.....	105
2.3. Psikolojik Değişimler.....	106
2.4. Anneliğe Adaptasyon Süreci	108
3. ANNELERİN BEBEKLERİNİ BÜYÜTÜRKEN ETKİLENDİĞİ KİŞİ VE KAYNAKLAR	109
3.1. Yakın Çevre	110
3.2. Uzmanlar	112
3.3. Sosyal Medya	113
4. ANNELERİN ANNELİK ROLLERİNE İLİŞKİN ETKİLENME KONUSU VE ALANLARI.....	116
5. ANNELİK SONRASI YAŞANILAN OLUMLU-OLUMSUZ DURUMLAR	118
5.1. Olumsuz Durum Algılama	120
6. ÇOCUKLARIN BÜYÜME BİÇİMLERİ.....	122
6.1. Nitelikli Zaman Geçirme.....	123
6.2. Ebeveyn Harici Bakım Verme	126
6.3. Teknolojik Aletlerle Büyüme	127
7. ANNELERİN 'ANNELİK ROLÜ' TANIMLAMA BİÇİMLERİ.....	128
8. ÇOCUK BÜYÜTÜLÜRKEN EN ÇOK DİKKAT EDİLENLER.....	132
9. ANNELERİN KENDİ ÇOCUKLUKLARINI DEĞERLENDİRMESİ.....	136
10. MELEZ ANNELERİN INSTAGRAM'DAKİ DİJİTAL İÇERİK ÜRETİCİ ANNELERDEN ETKİLENME DURUMU.....	140
11. MELEZ ANNELERİN DİJİTAL İÇERİK ÜRETİCİ ANNELER İLE İLGİLİ ALGILARI	143
12. DİJİTAL ANNELERİN INSTAGRAM'DA SAHİP OLDUKLARI HESABA YÜKLEDİKLERİ MİSYON.....	146
13. DİJİTAL ANNELER TAKİPÇİ ANNELERİ NE YÖNDE ETKİLİYOR?	149
14. DİJİTAL ANNELERİN İÇERİK ÜRETİRKEN DİKKAT ETTİĞİ UNSURLAR.....	151
15. DİJİTAL ANNELERİN TAKİPÇİ ANNELERDEN ALDIKLARI GERİ DÖNÜŞLER.....	153
16. DİJİTAL ANNELERİN INSTAGRAM HESABINA YÖNELİK GELECEK BEKLENTİLERİ	155
SONUÇ.....	160
KAYNAKÇA	166

ŞEKİLLER DİZİNİ

Resim 1: Ana Tanrıça Heykelciği (Kulaçoğlu, B., Gods and Goddesses, s.40-41)	28
Şekil 1. Annelerin Kendilerini Tanımlamalarına İlişkin Kavram Haritası.....	99
Şekil 2. Annelerin Anne Olduktan Sonra Hayatlarında Yaşadıkları Değişimlere İlişkin Kavram Haritası.....	104
Şekil 3. Annelerin Bebeklerini Büyütürken Etkilendikleri Kişi veya Kaynaklara İlişkin Kavram Haritası.....	110
Şekil 4. Annelerin Bebeklerini Büyütürken Etkilendikleri Kişi veya Kaynaklardan Hangi Konularda Etkilendikleri ve Ne Şekilde Uyguladıklarına İlişkin Kavram Haritası.....	116
Şekil 5. Annelerin Anne Olduktan Sonra Ne Gibi Olumlu ve Ne Gibi Olumsuz Durumlar Yaşadıklarına İlişkin Kavram Haritası.....	119
Şekil 6. Çocukların Geçmişte ve Günümüzde Nasıl Büyüdükleri Görüşlerine İlişkin Kavram Haritası.....	123
Şekil 7. Annelerin Anneliği Tanımlama Biçimi ve Annelik Rolünün Kendilerine Ne İfade Ettiğine İlişkin Kavram Haritası.....	129
Şekil 8. Annelerin Çocuklarını Büyütürken Dikkat Ettikleri Durum ve Olayların Kavram Haritası.....	133
Şekil 9. Annelerin, Anneliklerini Kendi Çocuklukları ile Kıyasladıklarında Nasıl Bulduklarına İlişkin Kavram Haritası.....	137
Şekil 10. Melez Annelerin Instagram'daki Dijital Annelerden Etkilenme Durumuna İlişkin Kavram Haritası.....	141
Şekil 11. Melez Annelerin Dijital Anneler ile İlgili Algılarına İlişkin Kavram Haritası	143
Şekil 12. Dijital Annelerin Instagram'da Sahip Oldukları Hesaba Yükladıkları Misyonu İlişkin Kavram Haritası.....	147
Şekil 13. Dijital Annelerin Takipçi Anneleri Nasıl Etkilediklerine İlişkin Kavram Haritası.....	149
Şekil 14. Dijital Annelerin Instagram Hesaplarında İçerik Üretirken Dikkat Ettikleri Unsurlara İlişkin Kavram Haritası.....	151
Şekil 15. Dijital Annelerin Ürettikleri İçeriklerde Anneliklerine Dair Aldıkları Geri Dönüşlere İlişkin Kavram Haritası	153
Şekil 16. Dijital Annelerin Instagram Hesabı ile İlgili Gelecek Beklentisine İlişkin Kavram Haritası.....	155
Şekil 17. Dijital Annelerin Instagram Hesaplarından Ne Türden Bir Kazanıma Sahip Oldukları ve Hesabın Bunu Ne Şekilde Kazandırdığına İlişkin Kavram Haritası....	158

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Geleneksel Annelere Ait Demografik Veriler	90
Tablo 2. Melez Annelere Ait Demografik Veriler	91
Tablo 3. Dijital Annelere Ait Demografik Veriler.....	92

KISALTMALAR DİZİNİ

TDK	:Türk Dil Kurumu
DA	:Dijital Anne
MA	:Melez Anne
GA	:Geleneksel Anne
IGTV	:Instagram Televizyonu
TÜBİTAK	:Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
s.	:Sayfa Numarası

ÖNSÖZ

Bu kitabın ilk filizleri, kızım Bilge'nin dünyaya gelmesiyle birlikte içimde kök salmaya başladı. Anne olmadan önce, anneliğin büyüğü, kusursuz ve doğal bir süreç olacağını hayal etmişim. Çevremdeki çoğu kişi anneliği bir “mucize” olarak tarif ediyor, sanki her şey kendiliğinden yoluna girecekmiş gibi anlatıyordu. Oysa kızım doğduktan sonra hayatımda bir mucize olmadı.

Kadın atalarımın aktarılan bilgilerle, çevremdeki beklentilerle ve sosyal medyada karşılaştığım “mükemmel annelerle” kendi deneyimim çelişmeye başladı. Sabahları bakımlı hâllerıyla gülümseyen, tertemiz çocukları ve düzenli evleriyle poz veren anneler, bende eksiklik hissi yaratıyordu. Zamanla anladım ki, mesele bende değil; mesele, dayatılan annelik kalıplarındaydı. “Yeterince iyi annelik” kavramıyla tanıştığımda, yalnız olmadığımı fark ettim. Araştırmam, bu farkındalıkla birlikte yalnızca akademik bir çalışma olmaktan çıkıp kendi içsel yolculuğumun da bir parçası hâline geldi.

“Kendime ait bir oda”m olmadan çıktığım bu yolculuk, zaman zaman karanlıktı. Kimi zaman kör, kimi zaman dilsiz, kimi zaman da sağır olarak ilerledim. Anneliğin tarihsel, toplumsal ve dijital izlerini sürerken, kendi kadın atalarımın yüzleşmek, onların annelik serüvenlerini anlamaya çalışmak, bu yolculuğun en sancılı ama aynı zamanda en dönüştürücü kısmı oldu.

Bu süreçte, yapıcı eleştirileri ve kapsayıcı yaklaşımlarıyla yolumu aydınlatan hocalarım, Prof. Dr. Mustafa Zihni Tunca ve Prof. Dr. Ömer Kürşad Tüfekçi'ye ve sevgili Prof. Dr. Nilüfer Negiz hocama, şefkatli desteği, sabrı ve yönlendirmeleri için en derin teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca, beni her zaman anlayan, cesaretlendiren ve bilgi birikimiyle yoluma ışık tutan Doç. Dr. Nedret Çağlar'a da minnettarım.

Bu süreçte, evlerini, kalplerini ve hikâyelerini benimle paylaşan, içtenlikle konuşan, fikirlerini ve deneyimlerini paylaşmaktan çekinmeyen tüm kadınlara sonsuz teşekkür ederim.

Elbette en büyük teşekkürü, hayatım boyunca en büyük şansım olan aileme borçluyum. Bana hayatı veren, desteklerini esirgemeyen anneme ve babama; her zaman yanımda olan, sevgisiyle ve öngörüsüyle bana güç veren canım eşim Aykut Kızılışımşek'e ve bu kitabın gerçek ilham kaynakları olan çocuklarıma...

Onlara rağmen değil onlardan aldığım güçle çıktığım bu yolda, beni ilk kez anne yapan, yaptığı resimlerle, anlattığı hikâyelerle bana cesaret veren, umut ışığım ve bu fikrinin tohumlarını eken gözümün nuru kızım Bilge'ye; önce karnımda, sonra kucağımda ve her daim kalbimde olan, tatlı varlığıyla bana

eşlik eden, bana ikinci kez bu duyguları yaşatan gözümün nuru oğlum Ege'ye varlıkları öğrenciliğime gösterdikleri sabır için sonsuz teşekkür ederim.

Bu kitap, hem onların ilhamıyla hem de tüm kadınların sesiyle yazıldı. Gururla sonucuna ulaştığım bu kitabı yeryüzündeki tüm kadınlara, annelere ve tüm kız çocuklarına adıyorum.

Bu kitap; Süleyman Demirel Üniversitesi İşletme bölümü YÖK 100/2000 projesi kapsamında “Sosyal Medya Çalışmaları” tematik alanında hazırlanmış olup, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından onaylanan ve Danışmanlığı Prof. Dr. Celalettin VATANDAŞ tarafından gerçekleştirilen “Anneliğin Değişim Süreci ve Sosyal Medya” başlıklı tezden üretilmiştir.

GİRİŞ

Toplumda birden fazla rol ve statü bulunur. Bu rol ve statüler kadın ve erkekler için farklılıklar göstermektedir. İçinde yaşanılan toplum, kadın ve erkeğe farklı davranmakta, onlara farklı sorumluluklar, davranışlar, özellikler ve görevler yüklemektedir. Bireylerin cinsiyetine göre yüklenen bu davranış ve sorumluluklar toplumsal cinsiyet rollerini oluşturmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolü bir kültürün kadınlar ve erkekler için ayrı ayrı nasıl davranmaları, hangi görevleri yerine getirmeleri veya nasıl giyinmeleri gerektiğine ilişkin beklentileri ifade etmektedir (Connel, 1998, s.168). Kadının toplumsal cinsiyetlendirilmesi ise içinde bulunulan toplumun ve kültürün kadına yönelik belirli rol ve statülerin oluşturulması süreci olarak açıklanabilmektedir.

Birçok toplumun kültürüne bakıldığında, kadınların, çoğunlukla annelik, ev içi roller, çocuklara duygusal destek sağlama, aile birliğini ve dirliğini koruyucu rolleri üstlendiği görülmektedir. Bu kapsamda annelik, çoğunlukla kadınların toplumda üstlendiği bir rol olarak kabul edilmektedir. Birçok araştırmacıya (Kağıtçıbaşı, 1982, s. 73; Günindi Ersöz, 2016, s. 83; Tan, 1979, s. 18; Abadan Unat, 1982, s. 3) göre, kadının aile ve toplum içindeki rolü her zaman annelik ve doğurganlıkla ilişkilendirilmiştir. Toplum, günlük pratikler içerisinde kadına yaşamı boyunca ‘annelik’ ve ‘ev kadınlığı’ rollerini hatırlatmakta, kadın iş yaşamında üstün başarılar gösterse dahi onu görmezden gelinen bir anlam olarak toplumsal yaşam içerisinde konumlandırmaktadır. Araştırmalar, kadına yüklenen toplumsal cinsiyet rolünün, tarım toplumundan sanayi toplumuna geçerken, küreselleşme ve kentleşme gibi olgular etrafında şekillenmiş ve değişim göstermiş olduğunu ortaya koymaktadır. 1970’lerde başlayan feminist hareketler, kadınların toplumdaki rollerini sorgulamaya ve cinsiyet eşitliği için mücadele etmiş ve farkındalık yaratmaya odaklanmıştır. Bu hareketler, kadınların yaşadığı eşitsizlikleri ve ayrımcılığı gündeme getirerek, toplumu kadın hakları ve toplumsal cinsiyet rolleri konusunda bilinçlendirmeyi amaçlamışlardır (Butler, 2017).

Annelik ile ilgili literatürde yapılan tanımlamalara genel olarak bakıldığında bu tanımlamaların üçe ayrıldığı görülmüştür. Tanımların bir kısmının anneliğin biyolojik yönünü, bir kısmı içgüdüsel yönünü, diğer kısmının da anneliğin toplumsal ve sosyo-kültürel yönünü vurguladığı belirlenmiştir. Anneliğin biyolojik yönüne vurgu yapan (Laurence, 1988), tanımlar genellikle doğum, hamilelik, emzirme gibi fizyolojik süreçlerden hareketle anneliği açıklamaktadır. Anneliğin içgüdüsel yönünü vurgulayan çalışmalara göre ise, annenin, bebeğiyle daha karnındayken bağ kurduğu, ona bakma becerisinin kendisine verili olduğu

ve bu becerinin de içten geldiği düşüncesini varsaymaktadır. Anneliği içten gelen ve içgüdülere dayandıran araştırmacılara (Bağlı ve Sevim, 2007; Hager, 2011, s. 35; Donath, 2015, s. 349; Montaigne, 2011, s. 66; Öz, 2004, s. 134; Miller, 2020, s. 63) göre, annelik ve çocuğun bakımına ilişkin bilgi ve beceriler içgüdüsel bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Anneliğin toplumsal ve sosyo-kültürel yönünü vurguladığı (Miller, 2010, Uluğtekin, 2002) tanımlamalar ise anneliğin tamamen toplumsal bir süreç olduğuna, kültürel kodlarla bağlantısının bulunduğu ve buna yönelik anlamlar barındırdığına işaret etmektedir.

Annelik tek tek kalıplara sığdırılamayacak kadar kadının kendi yolculuğuna ve çocuğu ile arasındaki ilişkiye özeldir. Annelik sadece kadına özgü bir durum da değildir. Annelik, tüm kadınların taşıdığı bir potansiyel olmasının yanı sıra bir süreçtir ve öğrenilmektedir. Uzel'in (2008, s. 62) de belirttiği gibi, annelik, bebeğin doğmasıyla başlayan biyolojik bir süreçken doğumdan sonra başlayan bakım verme ise bir toplumsallaşma sürecidir. Buna ek olarak bir Afrika Atasözü, anneliğin toplumsallaşma süreci olduğunu "Bir çocuk büyütmek için bir köye ihtiyaç vardır" diyerek de doğrulamaktadır. Sadece anne, sadece baba veya sadece bakım verenin değil toplumun her kesiminden bireyin yardımına ve desteğine ihtiyaç vardır. Bu bağlamda, kadının rollerinde çeşitli kırılmalar olmuş olsa da annelik rolü birçok değişkene rağmen sürdürülmeye devam etmiş ancak rolün uygulanış biçiminde çeşitli değişim ve dönüşümler yaşanmıştır.

Yeni iletişim teknolojileri, dijitalleşme, özellikle sosyal medya olarak adlandırılan sanal iletişim ve paylaşım platformları, yaşanan değişim ve annelik rolündeki dönüşümün kendini hissettirdiği alanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu iletişim teknolojileri, bireylerinsınırları aşarak birbirleriyle bağlantı kurmasını sağlamaktadır. Sosyal medya, bu anlamda bireylere eşit katılım ortamı sağlayan, etkileşimi teşvik eden, bireylere sosyalleşme ortamı sunan, bilgi edinme ve öğrenme süreçlerini destekleyen imkânlar yaratmaktadır. Anneler için, özellikle yeni anneler için diğer anneler ile etkileşim ve iletişim halinde olmak, kendi deneyimlerine ve becerilerine güvenlerini artırdığı gibi kadının üzerindeki fiziksel ve duygusal stresi azaltabilmektedir. Yapılan araştırmalarda, (McDaniel vd. 2012; Gürçayır Teke, 2014; Chae, 2015; Orton-Johnson 2017; Sine ve Parlak Yorgancı, 2017; Kaplan 2018; Ergül ve Yıldız, 2021) yeni anne olmuş kadının kendilerinininkine benzer hikâyeye sahip olan annelerden destek aradıklarını göstermektedir. Dolayısıyla annelerin teknolojik avantajları kullanarak sosyal medyanın bilgi ve destek sağlama potansiyelinden yararlandıklarını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Günümüzde anneliğin uzmanların rehberliğinde ilerleyen bir süreç olduğu görülmektedir. Tarihsel süreç içerisinde irdelendiğinde, çocuk, sadece fiziksel ihtiyaçlarıyla var olan bir varlık olmaktan çıkıp evlerin iktidarı konumuna yükselmiştir. Ebeveynlik ise çocuğun fiziksel ve zihinsel gelişimine ilişkin son

güncellemelere hâkim olmayı ve bir uzman kadar uzman bilgisine sahip olmayı gerektirmektedir. Ebeveynler özellikle de anneler tıpkı bir kariyer gibi kendi ‘annelik kariyer’lerini inşa etmektedir. Modernleşme ile birlikte, geleneksel deneyim ve bilgi birikiminden ziyade bilimsel ve uzman bilgisi ön plana çıkmıştır. Özellikle sosyal mecralardan yükselen uzmanların popülerleşen sesi annelik rolü nazarında farklı algılama ve uygulamalara sebebiyet vermektedir. Bugün anneler, ‘ideal anne’ye uzmanlardan edindikleriyle ve bilimsel bilgiyle ulaşmayı amaç ve hedef edinmektedir. Bu kapsamda yapılan literatür taraması sonucunda, ailenin, çocuğun anlam ve değerinin, bununla beraber ‘anne’nin rolü ve ‘anne’ye atfedilen toplumsal algıda yaşanan değişim ve dönüşümün sosyo-kültürel, teknolojik ve küresel etkilerle bağlantılı olduğu saptanmıştır. Çalışma, küreselleşme, kentleşme, sanayideki ilerlemeler ve dijitalleşmenin de katkısıyla annelik rolünün ve çocuğun değerinin nasıl evrildiğine odaklanmaktadır.

Geçirilen bu evrime odaklanırken katılımcı anneler ile yapılan ön görüşmeler sonucunda geleneksel ve dijital annelik olarak tanımlanan annelik türlerinin arasında kalan yeni bir annelik türü olduğu dikkati çekmiştir. Literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında, ‘geleneksel annelik’ ve ‘dijital annelik’ tanımlamalarına sıkça yer verildiği görülmüştür. Geleneksel anneliği kısaca, çocuklarını herhangi bir teknolojik aletten ve ilerlemeden yararlanmadan büyüten anneler oluştururken, dijital anneliği ise çeşitli sosyal medya mecralarında, yüksek takipçili hesaplarından annelik ve annelik pratiklerine ilişkin içerik ve paylaşımlarda bulunan anneler oluşturmaktadır. Bu hesaplara sahip olan dijital annelerin takipçileri ile yüksek etkileşim düzeyleri bulunmaktadır. Ancak yapılan görüşmeler sonucunda, bazı annelerin ortaya koyduğu pratiklerin bu iki anneliğin dışında kaldığı dikkati çekmiştir. Başka bir deyişle, geleneksel ve dijital annelik olarak tanımlanan annelik türlerinin arasında kalan yeni bir annelik türü olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada, hem geleneksel bilgi ve tecrübeden beslenen hem de sosyal medyadan edindikleri bilgi ve tecrübeleri annelik pratiklerine yansıtan ve her iki annelik türünün arasında kalan annelik ‘melez annelik’ olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu kapsamda, yeni bir annelikten bahsetmek mümkündür. ‘Melez annelik’ olarak kavramsallaştırılan ve her iki annelik türünün de belirli yönlerini alan bu annelik, ortaya koyduğu annelik pratiklerinde gelenekseli dışlamayan bir tavır izlediği gibi sosyal medyadan da beslenmektedir. Melez annelik, geleneksel ve dijitalin bir karışımı olmakla birlikte, geçmiş bilgi ve tecrübeleri kendi atalarından edinen ve bu bilgileri sosyal medyadan edindikleri pratiklerle harmanlayan bir yol çizmektedir. Görüşmeler sonucunda edilen bulguların da ‘melez anneliği’ desteklediği görülmüştür.

Çalışmanın ilk bölümünde toplumsal cinsiyet rollerinin tarihsel süreç içerisinde kazandığı anlam, işlev ve dönüşüm, annelik rolünün önemi ve işlevi,

tarihsel süreç içerisinde geçirdiği değişim ve dönüşüm irdelenmiştir. Günümüzde annelik rolünün genel durumu, sosyalleşme ve sosyal medya etkileyicisi annelik dijitalleşme bağlamında tartışılmıştır. Anneliğin günümüzde kazandığı anlam, dijitalleşmenin de getirileriyle sosyal medyada nasıl inşa edildiği ve inşa edilen bu anneliğin tüketim bağlamında ilişkisi irdelenmiş ve tüketici davranışlarına olan etkisi ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, çalışmanın metodolojik bilgilerine, veri toplama araçlarına, saha araştırmasına ilişkin bilgilere, görüşme gruplarındaki katılımcıların demografik verilerine ve bu görüşme gruplarının hangi ölçme kriterlerine uygun olarak belirlendiğine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Araştırmanın bulgularına yer verilen son bölümde ise, görüşmelerde elde edilen bulgular literatürde yer alan bilgiler üzerinden tartışılmıştır. Annelik bilgi ve deneyimlerinin geçmiş zaman aktarıcısı olan ‘geleneksel annelik’, günümüz annelik deneyim ve pratiklerinin ortaya konduğu ‘dijital annelik’ ve bu iki türden anneliği harmanlayan ‘melez anneliğin’ bakış açıları ve anneliği nasıl tanımladıkları ele alınmıştır. Geçmişten günümüze annelik pratikleri, dijitalleşmenin ve teknolojik ilerlemenin de getirisiyle kadınların anneliği ele alış, uygulayış ve anlamlandırma süreçlerinin ne yönde etkilendiği görüşme bulguları vasıtasıyla betimlenerek irdelenmiştir.

1. BÖLÜM

TOPLUMSAL CİNSİYET ROLÜ OLARAK ANNELİK ROLÜ VE DÖNÜŞÜMÜ

Bu bölümde tarihsel süreç içerisinde anneliğin, annelik pratiklerinin hem dünyada hem de Türkiye’de nasıl anlamlandırıldığı ve nasıl değişip dönüştüğüne ilişkin bilgiler yer almaktadır. Bu bağlamda öncelikle toplumsal cinsiyet rollerinin anlamı, işlevi, dönüşümü ve bir toplumsal cinsiyet rolü olarak anneliğin sosyal medyayoluyla dönüşümü ele alınmıştır.

1. TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİNİN ANLAMI, İŞLEVİ VE DÖNÜŞÜMÜ

İnsanlar biyolojik olarak kadın veya erkek olarak dünyaya gelmektedir. Bu kapsamda cinsiyet, bireye o daha doğmadan verili olan bir özellik olarak anlam kazanmaktadır. Toplumsal cinsiyet ise içinde yaşanılan toplum ve kültür gibi etmenler tarafından edinilen bir özelliktir. (Vatandaş, 2007).

Toplumsal cinsiyet kavramı ilk kez 1968 yılında yayımlanan *Sex and Gender: The Development of Masculinity and Femininity* (Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet- Erkeklik ve Kadınlığın Gelişimi) isimli eserde Amerikalı psikiyatrist ve psikanalist Robert Stoller tarafından kullanılmıştır. Stoller çalışmasında ilk defa kadınlık ve erkeklik durumlarını ayırt etmek için toplumsal cinsiyetin biyolojik çağrışımlarından ziyade psikolojik veyahut da kültürel çağrışımlara sahip olduğunu ifade etmiştir. Stoller (1984) cinsiyeti ifade eden ‘kadın’ ve ‘erkek’ terimlerine karşılık gelen kavramların ‘eril’ ve ‘dişil’ olduğunu belirtirken toplumsal cinsiyetin, bir kişide bulunan kadınlık veya erkeklik düzeyi olduğunu ifade etmektedir. Stoller: “Birçok insanda her ikisinin karışımı varken, normal erkek erkekliğe, normal dişi ise kadınlık üstünlüğüne sahiptir” demektedir.

Toplumsal cinsiyet terimini sosyolojiye kazandıran isim ise 1972 yılında yayımladığı *Sex, Gender and Society* (Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet ve Toplum) eseriyle Ann Oakley olmuştur. Oakley, toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl öğrenildiği ve diğer insanlara nasıl öğretildiğine ilişkin tespitlerde bulunmaktadır. Oakley’e (1985, s.16) göre, ‘cinsiyet’ (sex) biyolojik olarak erkek veya kadın ayrımını anlatırken, ‘toplumsal cinsiyet’ (gender) erkeklik ile kadınlık arasındaki toplumsal olarak eşitsiz bir bölünmeye gönderme yapmaktadır. Oakley bu durumu cinsiyet ve toplumsal cinsiyeti farklı şekilde ifade ederek açıklamaktadır. Ona göre cinsiyet, kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılıklara işaret ederken; toplumsal cinsiyet, kültürle ilgili

olduğu kadar ‘erkeklik’ ve ‘kadınlık’ konusundaki sosyal sınıflanmaya da işaret etmektedir. Sosyolojik düşünce sözlüğünde (Boudon, vd. 2011, s.795) kavram, ‘cinsiyetler arasındaki ilişkilerden hareket ederek, eril ve dişi düşünceler oluşturma iradesinin gösterilmesi’ olarak açıklanmaktadır. Edgar ve Sedgwick (2007, s.151), cinsiyetin evrensel olduğunu ve doğa kanunlarına dayandığını ancak kadın veya erkeğin kendi kadınlık veya erkekliklerine ilişkin başvurdukları ifade yollarının kültürden kültüre değiştiğini söylemektedir. Edgar ve Sedgwick (2007) bunun değişebileceğini belirtmiş ve bunu toplumsal cinsiyet olarak tanımlamıştır.

Birçok araştırmacıya (Scott, 2007, s. 11; Butler, 2017; Beauvoir, 1975; Illich, 1996) göre, toplumsal cinsiyet inşa edilen bir süreçtir. Bireyin doğuştan getirdiği özellikler toplum tarafından şekillenmekte ve birey o toplumun ve kültürün kendisinden beklentisi yönünde davranışlar sergilemektedir. Scott (2007, s.11), toplumsal cinsiyeti, kadın erkek rollerinin toplumsal olarak türetildiğini ve kültürel inşalara işaret etmenin bir yolu olarak görmektedir. Ona göre toplumsal cinsiyet, “*cinsiyeti olan bir bedene zorla kabul ettirilmiş bir toplumsal kategoridir.*” Antropolog Condar P. Kottak, yetişkin olarak sahip olunan vasıfların, hem genler hem de büyüme ve gelişme döneminde içerisinde bulunulan çevreler tarafından belirlendiğine işaret etmektedir (2008, s. 442). Judith Butler (2017, s. 52) *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi* isimli kitabında bunu şu şekilde özetlemektedir: “*Toplumsal cinsiyet, verili bir cinsiyetin üzerine kültürün anlam işlemesi olarak anlaşılmamalıdır yalnızca. Toplumsal cinsiyet aynı zamanda, cinsiyetleri tesis eden üretim mekanizmasının ta kendisini belirtmelidir.*” Simone de Beauvoir’e göre ise toplumsal cinsiyet inşa edilen bir süreçtir. Beauvoir, “*İnsan kadın doğmaz: sonradan olur*” (1975, s. 257) sözünü 1975 tarihinde yayınlanan¹ bir televizyon programında dile getirmiştir. Beauvoir ‘Neden Feministim’ başlıklı söyleşisinde toplumsal cinsiyetin bireyi şekillendiren ve inşa eden bir ‘gerçek’ olduğunu şu şekilde ifade etmektedir:

“İnsan kadın olarak doğmaz, ona dönüşür. Bu tüm teorilerimin temelidir. Anlamı da çok basittir. Kadın olmak doğal bir gerçek değildir. Bu belli bir tarihin sonucudur. Kadını kendi başına tanımlayan biyolojik veya psikolojik bir kader söz konusu değil. Kadın öncelikle medeniyet tarihinin bir ürünüdür. Ve böylece şu anki konumuna gelmiştir. Daha sonrasında ise birey olarak her bir kadın kendi kişisel tarihinin, özellikle de çocukluğunun ürünüdür. Bu şekilde o, kadın olarak tanımlanır ve doğuştan gelmeyen veya özü bulunmayan “ebedi kadın” veya kadınlık denilen şey onun içinde yaratılmış olur.”

Illich’e (1996,s. 27) göre, cins ve cinsiyet bireylerin genital organlarını toplumsal bir gerçekliğe dönüştürmektedir. Giddens’a (2012) göre ise toplumsal cinsiyet, toplumsal olarak kurulmuş erillik ve dişillik kavramlarıyla

¹ 1975 tarihli “Simone de Beauvoir: Neden Feministim?” isimli televizyon programı. Erişim Tarihi: 04.06.2021 <https://www.youtube.com/watch?v=SxOoPkbbT-s>

bağlantılıdır ve bireyin biyolojik cinsiyetinin doğrudan bir sonucu olmak zorunda değildir (2012, s. 478). Genel itibariyle bakıldığında yukarıdaki tanımlamalar, cinsiyet ile toplumsal cinsiyetin birbirlerinden ayrı özellikleri işaret ettiğini ve farklı anlamlara sahip olduğu ifade edilmektedir. Bu ayrımı işaret edenler, biyolojik özellikler ile toplumsal özellikler arasında hiçbir doğal bağın bulunmadığı gerçeğini yinelemektedir. Ancak erkeği kadından ayıran hususun tam olarak ne olduğu konusunda da tam bir uzlaşma sağlanabilmiş gibi görünmemektedir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet, o toplumun kültüründen, tarihsel değerlerinden ve daha birçok değişkenden etkilenecek şekilde şekillenmektedir. Örneğin bebekler henüz doğmadan önce ebeveynler kız ve erkek bebekler için farklı renk türlerinde hazırlıklar yapmaya başlamaktadır. Kız bebeklere pembe renk ağırlıklı giysi ve oyuncaklar seçilirken erkek bebekler için ise mavi renkte kıyafet ve oyuncaklar seçilmektedir. İçinde yaşanılan toplum, ebeveynler tarafından renkleri belirlenen çocuklardan artık o renklere uygun olarak davranışlar sergilemelerini beklemektedir. Örneğin pembe kıyafetler giydirilen kız çocuğu büyüdüğünde ondan daha tatlı dilli, daha güler yüzlü olması, çok hareketli olmaması ve uslu olması beklenirken; erkek çocuklarının daha yerinde duramayan, hareketli ve sert olması beklenmektedir.

Sex and Temperament in Three Primitive Societies (Üç İlkel Toplumda Cinsiyet ve Mizaç) (1977) başlıklı eserinde Antropolog Margaret Mead, üç Yeni Gine kabilesi üyelerini bebeklikten yetişkinliğe kadar geçen sürede inceleyerek cinsiyetler arasındaki farkın kültürel olarak hangi ölçüde belirlenip belirlenmediğini ortaya koymuştur. Arapesh, Mundugumor ve Tschambuli kabilelerindeki erkek ve kadınları inceleyen Mead, Arapesh kabilesinde, erkek ve kadınların Batı kültürüne ait cinsiyet rollerinden farklı bir erkek ve kadın davranış modeline sahip olduğunu gözlemlemiştir. Buna göre Arapesh kabilesi üyeleri arasında hem erkekler hem de kadınlar için nazik, duyarlı ve işbirlikçi bir mizacın bulunduğunu aktarmıştır. Arapesh kabilesinde, kadınlar ve erkekler için ayrı iş bölümü bulunmazken, kadınlar ve erkekler her iki cins de bahçe ile ilgileniyor, avcılık yapıyor ve çocuk yetiştirmek ile uğraşmaktadırlar. Mundugumorkabilesinde ise erkek ve kadın cinsiyetine sahip olan bireylerin her ikisinde saldırgan tavırlar sergilediğini ve kadın bireylerin ‘güç’ ve ‘konum’ arayışında olan, ‘şiddet yanlısı’, ‘saldırgan’ özellikler gösterdiğini belirtmektedir. Mead, Tschambuli kabilesinde ise erkek ve kadın mizaçlarının birbirlerinden farklı olduğunu belirtirken kadınların ‘baskın’, ‘bireysel olmayan’ ve ‘yönetsel’, erkeklerin ise daha ‘az sorumlu’ ve duygusal olarak daha ‘bağımlı’ olduklarını ileri sürmüştür. Mead, bu kabiledeki kadınların ‘erkeklik’, erkeklerin ise ‘kadınlık’ niteliklerini benimseyebildiklerini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Oakley’in de belirttiği gibi ‘erkek’ ya da ‘kadın’ olmak, ‘oğlan’ ya da ‘kız’ olmak, belirli bir üreme organına sahip olmak kadar ‘elbise’, ‘davranış biçimi’, ‘meslek’, ‘toplumsal ağlar’ ve ‘kişiliğin’ de bir işlevidir (1985, s. 158).

‘Cinsiyet rolü’ kavramını açıklamadan önce ‘rol’ kavramını açıklamakta fayda bulunmaktadır. Rol kavramı tiyatroya ait bir kavramdır. Rol kavramını sosyolojiye kazandıran kişi Sosyolog George H. Mead olmuştur. Terim, ilk defa Mead tarafından 1934 yılında yayımlanan *Mind, Self and Society* (Zihin, Benlik ve Toplum) isimli eserinde ‘bireyin toplumun bir üyesi olarak sahip olduğu özelliklerin temel bir unsuru’ olarak tanımlanmış ve bu şekilde ön plana çıkarılmıştır (1972). 1936’da yayımlanan *The Study on Man: An Introduction* isimli eserinde Amerikalı Antropolog Ralph Linton, bireyin toplumsal hayattaki durumunu, hak ve sorumluluklarını gerçek yaşama aktarırken ‘rol’ oynadıklarını belirtmiştir. Linton’a (1936, s. 114) göre, birey, sosyal olarak bir statüye atanmakta ve diğer statülerle ilişkili olarak roller işgal etmektedir. Rol, model ve statü, bu anlamda birbirlerine bağlı kavramlardır. Linton’un terimi bu anlamda kullanmasından sonra ‘rol’ sözcüğü sosyolojinin temel kavramlarından birisi haline gelmiştir. Sosyolog Linda L. Lindsey (2016, s. 2), *Gender Roles A Sociological Perspective* (Roller Sosyolojik Bir Bakış Açısı) isimli eserinde rol sözcüğünü şu şekilde tanımlamıştır: Rol, bir durumla ilişkili beklenen davranıştır. Roller, belirli durumlarda insanların davranışlarına rehberlik eden toplumsal olarak paylaşılan kurallara göre gerçekleştirilir”. Fichter’e (2012, s. 110) göre, birey, kendisine atfedilen bu roller vasıtasıyla toplum tarafından “kendi rolünü oynaması” beklenen biri olmaktadır. Türk Dil Kurumu (2011) ise sözcüğü tiyatrodaki kullanılan anlamının dışında, “Bir işte, bir kimse veya şeyin üstüne düşen görev” şeklinde tanımlamıştır. Dolayısıyla roller, bireyin cinsiyet ayırt etmeksizin toplumsal yaşamda üzerine düşen sorumluluklarını ifade etmektedir.

Birbirleri ile yakın ilişkili olan ve birbirlerine çok benzeyen bu tanımlamalardan da anlaşılacağı gibi rol, bireyin toplum içerisinde gösterdiği eylem ve davranışlardır. Vatandaş’a (2007) göre, toplumun bireyden beklediği roller, birey özelinde davranışa dönüşmekte ve yine birey vasıtasıyla toplumsal hayata etkide bulunmaktadır. Başka bir deyişle birey hem tek başına hem de toplumsal grupların bir üyesidir ve toplumsallaşma sürecinde tüm temel toplumsal rolleri çeşitli toplumsallaşma kurumları vasıtasıyla öğrenmiştir.

Sosyolojik ‘toplumsal cinsiyet’ kavramı ile yine sosyolojik ‘rol’ kavramının birleştirilmesiyle ortaya konan ‘toplumsal cinsiyet rolü’, genel itibarıyla erkek ve kadına yüklenen veya beklenen farklı sorumluluk ve davranışları ifade etmektedir (Illich, 1996). İçinde yaşanılan toplum kadın ve erkeğe farklı davranmakta, onlara farklı sorumluluklar, davranışlar, özellikler ve görevler yüklemektedir (Dökmen, 2010). Bireylerin cinsiyetine göre yüklenen bu davranış ve sorumluluklar ‘toplumsal cinsiyet rolleri’ni oluşturmaktadır. Buna göre ‘toplumsal cinsiyet rolü’ kavramını bir kültürün her bir cinsiyete yüklediği görev, faaliyet ve davranışlar olarak tanımlamak mümkündür. Illich’e (1996, s. 104) göre, toplumsal cinsiyet rolü, kazanılmış bir şeydir ve üzerinde başka

rollerin inşa edildiği bir temele benzemektedir. Evrim'e (1972, s. 102) göre, toplumsal cinsiyet rolleri, kişilerin topluma katılma imkânlarını ve tarzlarını; toplumdaki cinsiyetlere ait iş bölümleri de kadın ve erkeklerin hayatlarının değişik yaş kademelerindeki kategorileri ve rolleri tayin etmektedir. Tan'a (1979, s. 158) göre, toplumsal cinsiyet rolü, genel olarak kişinin sırf kadın ya da erkek olması nedeniyle kendisinden beklenen ya da kendisinin gerçekleştirdiği eylemleri anlatmakta kullanılmaktadır. Kottak (2008, s. 444) ise toplumsal cinsiyet rolü kavramını, kültürün cinsiyete uyarladığı görevler ve etkinlikler olarak tanımlamaktadır. Bu tanım da diğer tanımlar gibi cinsiyeti doğrudan sosyo-kültürel bağlama yerleştirmektedir. Daha özel kapsamda ifade etmek gerekirse toplumsal cinsiyet rolü geleneksel olarak kadın ve erkekle ilgili olduğu kabul edilen rolleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Bir erkeğe uygun olduğu düşünülen davranışlar erkeksi (maskülen), bir kadına uygun olduğu düşünülen davranışlar ise kadınsı (feminen) olarak isimlendirilmektedir. Dolayısıyla kadınlık ve erkeklik bir karşıtlık ilişkisiyle kurulmaktadır. Gündüz Vassaf'a (2020, s.100) göre ise toplumsal cinsiyet rolleri, birer "üniforma"dır. Vassaf, bireyin hem kendi rolünü hem de diğer bireylerin rollerini ezbere bildiğini bu 'Cinsel Üniformalar'ın hiçbir zaman çıkarılamayacağını ve bu üniformalar ile bireyler arasında yapılanayrımın, birey bu dünyadan göçüp gidene dek sürdüğünü ifade etmektedir.

1.1. Toplumsal Cinsiyet Roller ve Sosyalleşme

Toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili yapılan tanımlamalar genellikle biyolojik bir oluştan ziyade toplumsal varoluşa gönderme yapmaktadır. Margaret Mead'in (1977) Yeni Gine kabilelerini araştırdığı çalışmasını buna örnek olarak verilebilmektedir. Biyolojik olarak kadın cinsiyetinde doğmuş insanlar, kültürün de etkisiyle toplum onlara hangi sorumluluk ve görevleri veya hangi davranış kalıplarını öğretiyorsa o şekilde davranmaktadır. 'Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri' (Kalıpyargı) ve 'Toplumsallaşma' kavramları toplumsal cinsiyet rollerinin işlevini ve yaygınlığının anlaşılabilmesi için önemli bir noktada bulunmaktadır.

Stereotipler, yani kalıp yargılar bir konu veya duruma ilişkin zihinlerde canlanan durum, olay ve imgelerle ilgilidir. Kavram ilk kez, Gazeteci-Yazar Walter Lippmann tarafından, 1922 yılında yayımlanan *Public Opinion* başlıklı eserinde günümüzde yaygınlaşan 'kalıp yargılar' anlamıyla kullanılmıştır. Lippmann, streotipleri 'kafamızdaki fotoğraflar' olarak tanımlamaktadır. Lippmann'a (1998, s. 96) göre, fotoğraflar, önceki zamanlardaki kelimelerin ve ondan önce söylenen sözün hayal gücü üzerinde kurduğu otoritedir. Tamamen gerçek görünmektedirler ancak stereotiplerden oluşan bir yargı tarafsız değildir. Bir stereotip, bir topluluk veya bireyin tutum, davranış ve beklentilerine ilişkin aşırı basit ve genellikle değer yüklü bir görüştür (Edgar, 2007, s. 353). Daha

basit olarak ifade etmek ve toplumsal cinsiyet ile ilişkilendirmek gerekirse, stereotipler, toplumun kadın ve erkeklerin göstermelerini beklediği, özellik, tutum, davranışlardır. Aile, okul ve kitle iletişim araçları gibi araçlar da stereotiplerin yaygınlaştırılmasında ve toplumsal olarak sürdürülmesinde rol oynayan kurumlardır (Dökmen, 2010). Bunun yanında örneğin, oyun ve oyuncaklar, reklamlar, filmler, kitaplar gibi basılı ve görsel yayınlar da stereotiplerin yaygınlaşmasında rol oynayabilmektedir. Toplum tarafından erkeklere mavi kızlara ise pembe renklere sahip kıyafetler giydirilirken aynı zamanda erkek ve kız çocuklarına karakter olarak da birbirinden farklı özellikler yüklenmektedir. Konuya ilişkin olarak Vanda Lucia Zammuner tarafından 1987 yılında yayımlanan *Children Sex Roles Stereotypes: A Cross-Cultural Analysis* başlıklı çalışmada, İtalya ve Hollanda’da yaşayan ve yaşları dört ila on arasında değişen çocukların oyuncaklara ilişkin yargıları ile oyuncak tercihi arasındaki ilgi test edilmiştir. Çalışmada hem çocuklara hem de onların ebeveynlerine, kız ve erkek çocuklarına hangi oyuncakların uygun olduğu sorulmuştur. Çocuklar ve ebeveynler sorulan sorulara neredeyse aynı cevabı vermişlerdir. Araştırmanın sonuçlarına göre, ortalama olarak, İtalyan çocuklar, Hollandalı çocuklara nazaran cinsiyete göre değişen oyuncaklarla daha fazla oynama eğilimi içerisinde oldukları bulgulanmıştır. Zammuner, İtalyan kültürünün, Hollanda kültüründen cinsiyet farkları üzerine daha geleneksel bir bakışı benimsemekte olduklarına dikkati çekmektedir. Zammuner’e (1987, s. 273)göre, cinsiyet farklılığı çocuklara dışarıdan dayatılmaktadır.

Bu yargılar çocuğa koyulan isimden başlanılmak üzere oyuncaklar, kıyafetler, saç stilleri, ebeveynlerin sosyalleşme uygulamaları, çocuk kitaplarının içeriği, televizyon programları, reklamlar, okul, öğretiler ve akran sosyalleşmesi ile devam ederek yerleşmektedir. Örneğin, kadınlar için evlenmek ‘anne’ olmak demek iken; erkekler için, evin ve ailenin reisi olmak demektir. Burada kadın için ‘anne’ olmak ilk sıfatken erkek için ‘baba’ olmak ilk akla gelen sıfat olmamaktadır. Toplumun bireyler üzerinden zihinlere yerleştirdiği kodlamalar o toplumun stereotipleridir. Dökmen’e (2010,s. 98) göre, stereotiplerin yani kalıp yargıların bazı işlevleri vardır. Dökmen (2010) bunları şu şekilde açıklamaktadır:

Ana-baba tarafından onaylanmak, arkadaşlar tarafından beğenilmek gibi bazı psikolojik ihtiyaçların karşılanmasına yardım edici kıstaslardır. Bireysel kendilik değerini artırmayı ya da olumlu toplumsal kimlik oluşturmaya (iç grup- üyesi olunan- için olumlu ve dış grup -üyesi olunmayan grup- için olumsuz kalıp yargılarla); sosyal gruplara ilişkin olumsuz tutumları haklı çıkarma ihtiyacını karşılarlar; toplumsal çevreye ilişkin algıların belirginleşmesini, kolayca biçimlenmesini, bilgi verici olmasını ve zenginleşmesini sağlarlar. Stereotipler kolayca değiştirilemez bir özelliğe de sahiptir.

Toplumsal cinsiyet rollerinin işlevini ve yaygınlığının anlaşılabilmesi için değinilecek diğer önemli kavram ise ‘toplumsallaşma’dır. Bireyin çevresi ve toplumla etkileşim süreci olarak tanımlanan toplumsallaşma, iki şekilde, hem toplum açısından hem de birey açısından ele alınabilmektedir. Toplum birey üzerinde bir etkide bulunurken birey de verdiği tepkilerle topluma etki edebilmektedir (Giddens, 2012). Nesnel olarak toplumsallaşma, toplumun kültürünün bir kuşaktan diğerine geçirildiği ve bireyin, sosyal yaşama uyarlandığı süreç olarak ifade edilebilmektedir. Öznel olarak ise bireyin çevresindekilere uyarlanması sırasında bireyde meydana gelen bir öğrenme süreci olarak tanımlanabilmektedir. Giddens (2012, s. 201) toplumsallaşmayı, “yardıma gereksinimi olan bebeğin, yavaş yavaş içerisinde doğduğu kültür için geçerli olan becerileri edinerek kendi bilincinde olan, bilgili bir kişi haline gelmesi süreci” şeklinde tanımlamaktadır. Dolayısıyla birey, içinde yaşadığı toplumun alışkanlıklarını edinmektedir. Başka bir deyişle toplumsal araçlar tarafından toplumsallaşan birey hem etkilenmekte hem de etkide bulunmaktadır.

Toplumsallaşma, en erkenbireyin içine doğduğu ailede gerçekleşir (Vatandaş, 2007). Aile, bireyi, doğduğu andan itibaren içinde bulunduğu toplumun kuralları, normları ve davranış kalıplarına ve tutumlarına uygun bir şekle ulaştırmaya çalışmaktadır. Kimilerine (Crespi, 2003, s. 2; Giddens, 2012) göre, bu süreç çocuğun, çevrenin yasalarına, normlarına ve geleneklerine saygılı bir birey haline geldiği süreçtir. Toplumsallaşma da stereotipler gibi çeşitli toplumsallaşma araçları vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Bunlar, aile, okul ve kitle iletişim araçlarıdır. Tüm çocukların okullarda belirlenmiş olan kurallara uymaları, sessiz olmaları ve buna benzer tek tip davranışlarda bulunmaları beklenmektedir. Toplumsallaşmanın diğer araçları ise arkadaşlık, akranlık ve akrabalık ilişkileridir. Ortaylı’ya (2001, s. 116) göre, çocuk okuldan önce mahallede, akraba yanında ve komşular arasında toplumsallaşmaktadır.

Çocuklar, içinde yaşadıkları toplumun toplumsallaşma araçları vasıtasıyla edindikleri bilgileri, toplumsal kuralları, normları, davranışları ve beklentileri içselleştirme eğilimindedirler. Başka bir deyişle kültürel ve toplumsal olarak üretilen toplumsal cinsiyet farklılıkları, biyolojik olarak belirlenmemektedir. Buna göre, toplumda cinsiyet eşitsizlikleri meydana gelmekte ve bu eşitsizliklerinnedeni de erkeklerin ve kadınların farklı rollere göre toplumsallaşmasıdır. Dolayısıyla dünyaya aynı anda gözlerini açan kız çocuklar ile erkek çocukların toplumsallaşma süreçleri ve biçimlercinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir. Oakley, cinsiyetin, toplumsal cinsiyeti ‘doğal’ bir biçimde belirlemediğine ilişkin örnekler vermektedir. Örneğin, erkek cinsiyet organına sahip olmadan doğan oğlan çocukları ‘erkek’lik özelliklerini takınmaya devam edebilirken yumurtalıkları olmadan ‘erkeklik’ organı ile doğan kız çocukları kadınlık özellikleri ve davranışlarını edinmeyi sürdürebildiklerini ifade etmektedir (1985, s. 161). Kağıtçıbaşı ve Kansu (1991, s. 105) tarafından

1969 yılında ailede toplumsal cinsiyet rollerinin sosyalleşmesine ilişkin yapılan *Cinsiyet Rollerinin Sosyalleşmesi ve Aile Dinamiği: Kuşaklararası Bir Karşılaştırma* başlıklı çalışmaya göre, erkeklere oranla kadınların toplumsal rol beklentilerini daha kolay benimsedikleri belirlenmiştir. Yani kadınlar kendilerinden beklenen rollere daha fazla uyum sağlayıp daha fazla içselleştirme eğilimindedirler. Günindi-Ersöz'ün (2016, s. 84) de belirttiği gibi, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin davranışları kapsayan çalışmalarda ortaya çıkarılan bulgularının ortak özellikleri kadın ve erkek rolleri arasındaki farklılaşmadaki keskinliği göstermiş olmalarıdır. Kadından 'eş', 'anne' ve 'ev kadınlığı' rolleri beklenilmesine karşın, erkekten 'başarı', 'evin geçimini sağlama' ve 'koruma' rolleri beklenilmektedir. Kadınlar, toplum tarafından kendisine yakıştırılan rolleri daha kolay kabul etmektedir. Bu sonuç yapılan çeşitli çalışmalarla ortaya konmuştur. Kamusal alan ile özel alan arasında gidip gelen kadın, 'annelik' ve 'eşlik' rolleri sebebiyle özel alan içerisine sıkışıp kalmaktadır. Kadınlara biçilen rol, beklentiler ve davranış biçimleri kadını kamusal alandan uzaklaştıran faktörlerdendir. Tüm bu faktörler nedeniyle de kamusal alanı erkeğe bırakmak zorunda kalan kadın, bu sebeplerden çalışma yaşantısına adapte olamayacak ve ileriye dönük beklenti ve hedeflerini gerçekleştirmede zorluklar yaşayacaktır.

1.2. Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Temel Yaklaşımlar

Biyoloji, psikoloji ve antropoloji gibi bilim dalları cinsiyet ve toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili tutum ve davranışlara yönelik açıklamalar sunmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili literatür ve tartışmalar günümüze kadar süregelmiştir. Bu açıklama ve tartışmalar toplumsal cinsiyet rollerinin kazanılması ve bireyin şekillendirilmesiyle ilgilidir. Peki, cinsiyet rolleri aslında nasıl gelişmekte ve bireyde nasıl şekillenmektedir? Bu soruya birbirinden farklı kuramlar farklı açıklamalar getirmiştir. Bu kuramlar esas itibarıyla cinsiyet rollerinin farklılaşması sürecine ilişkindir. Bu kuramlar Psikolojide 'Sosyal Öğrenme Kuramı' ile Sosyolojide; 'Yapısal-İşlevselci Kuram', 'Çatışmacı Kuram', 'Sembolik Etkileşimci Kuram' ve 'Feminist Kuram'dır.

Bandura (1977) tarafından ortaya konan 'Sosyal Öğrenme Kuramı'na göre, cinsiyet farklılıkları bir başka kişinin davranışlarının gözlemlenerek öğrenilmesi sonucunda şekillenmektedir. Sosyal öğrenme kuramında iki tür öğrenmeye önem verilmektedir. Bunlardan biri 'edimsel koşullanma' diğeri ise 'model alma ve taklit'tir. Edimsel olarak cinsiyetine uygun davranışlarda bulunan çocuklar ödüllendirilir, cinsiyetine uygun olmayan davranışlarda bulunan çocuklar ise cezalandırılır (Bandura, 1977). Örneğin bebeklerle oynayan bir erkek çocuğu cinsiyetine uygun bir oyuncak ile oynamadığı için ceza alabileceği gibi arabalarla oynadığı için övgüler alabilmektedir. Kız çocukları için de bu ve buna benzer şeyler söz konusu olabilmektedir. Örneğin, ağlamak kız çocuklarına

daha çok yakıştırılıyorken erkek çocuklarının ağlamasının pek hoş karşılandığı söylenemez. ‘Erkekler ağlamaz’ sözü toplumda sık ve yaygın olarak daha çocukluktan erkek çocukların zihinlerine yerleştirilmiş stereotiplerden biridir. Bunu küçüklükte öğrenen erkek çocukları, ağlamanın işlerini çözmediğini anlayınca ağlamayı sürdürmeyip ilerleyen zamanlarda da hiç ağlamamaları gerektiğini öğreneceklerdir. Ancak kızlar tarafından yapılmasında sakınca görülmeyen bu eylem, kız çocukları tarafından sürdürülmeye devam etmektedir. Yani her iki durumda da çocuk, cinsiyete dayalı oyuncakları seçmeyi öğrendiği gibi cinsiyete dayalı davranış ve tutumlarda bulunmayı da öğrenmiş olur. Model alıp taklit ederek öğrenmede ise genellikle, anne, baba, öğretmen gibi kişiler model alınıp taklit edilmektedir. Cinsiyet rolleri kazanılırken çocuklar, çoğunlukla kendisiyle aynı cinsiyette olan yetişkini taklit etmektedirler. Diğer bir deyişle kız çocuğu annesini taklit ederken erkek çocuk ise babasını taklit edebilmektedir. Ancak çocuklar sadece anne ve babalarını taklit etmemekte öğretmen, babaanne, dede gibi başka rol modeller de edinebilmektedirler.

Yapısal-işlevselci kuram, toplumu, içerisinde barındırdığı parçaları ile birlikte bağlantı içerisinde olan ve bu parçalar da kendi içerisinde dengedeleyen işleyen ve üreten bir yapı olarak görmektedir (Giddens, 2012, s. 515). Kuramın öncülerinden Talcot Parsons, toplumsal sistemdeki düzenin sağlanması için cinsiyet rollerinin farklılaşması gerektiğini ileri sürmektedir. Parsons ve Bales, *Family, Socialization and Interaction Process* (1955) başlıklı ortak eserlerinde anne ve babanın toplumsallaştırma aracı rolünü üstlendiklerini ve bununla beraber toplumun diğer yapılarında bulunan rollerle de iç içe geçmekte olduklarını belirtmektedir. Buna göre çocuk, toplum içerisinde kendisinden beklenen davranış kalıplarını öğrenerek toplumsallaşmaktadır. Aile kurumu da aile tarafından gerçekleştirilen toplumsallaştırmanın odak noktasında bulunmaktadır. Parsons ve Bales’e (1955) göre, kadınlar, yani anneler çocuklara ilk olarak fiziksel bakım vermel, güvenliklerini sağlamalı ve onları duygusal olarak destekleyerek *dışavurumsal* roller üstlenmelidir. Öte yandan, erkekler yani babalar ise evi geçindiren, ekonomik olarak ailenin kalkınmasını sağlayacak *araçsal* roller üstlenmelidirler. Bu rolün doğası gereği, kadınların *dışavurumsal* rolleri ve bakıcılık eğilimleri erkeklerin sakinleştirilmesi ve rahatlarının sağlanması için de kullanılmalıdır. Kadın ve erkek cinsleri arasındaki biyolojik ayrıma dayalı bu iş bölümü, aile içinde dayanışmayı en yüksek düzeyde tutacak ve bu dayanışmanın devamını sağlayacak ana esas olarak ortaya konmaktadır. Erkeğin kendisine atfedilen *araçsal* rollerde uzmanlaşmasını ailenin toplumdaki statüsünün erkeğe göre belirlenmesi olarak açıklayan Parsons ve Bales, toplumun sistemli bir parçası olan ailenin fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için erkeğin para kazanması ve çalışması gerektiğine işaret etmektedir.

İşlevselci yaklaşım, kadınların özel alanda üstlendikleri annelik ve eşlik gibi roller vasıtasıyla kadınların bu rollere odaklanmaları gerektiğini ileri sürerken erkekleri ev dışında yani ‘kamusal alan’da resmetmektedir. Bunu ise toplumsal olarak örgütlenmenin sağlanabilmesi için en mantıklı yol olarak ortaya koymaktadır. Günümüzde, ekonomik ve sosyal alanlarda beklenen değişim ve ilerlemeler vasıtasıyla cinsiyete dayalı iş bölümü yeniden şekillenebilmektedir. Ancak, kadına toplum tarafından ‘uygun’ düşünülen roller ve bu rollere ilişkin davranış ve beklentilerin, sosyal ve ekonomik olarak sürekli değiştiği gözlenen koşullara nazaran daha yavaş değiştiği gözlenmektedir. Bu kapsamda, Coleman vd. (2003, s. 279) göre, Yapısal-İşlevselci Kuram, kültürel olarak toplumda bir açık yaratmakta bu da cinsiyet ayrımcılığı sorununun temel kaynağını oluşturmaktadır. Dolayısıyla yapısal-işlevselci perspektiften bakıldığında, cinsel rol ve cinsiyete dayalı iş bölümü toplumun ihtiyaçlarıyla doğru orantılı olmadığına sosyal bir sorun ortaya çıkmaktadır (Sullivan, 2015, s. 211).

Sembolik etkileşimciliği, sembollerle temellendirilmiş dil şeklinde tanımlamak mümkündür. Amerikan felsefecisi G. H. Mead’ın (1863-1931) çalışmaları sembolik etkileşimcilik bakış açısı yoluyla, önemli bir etkide bulunmuştur. Sembolik Etkileşimci bakış açısına göre, insanlar, belirli bir kültür veya toplum içinde sosyal anlamı olan semboller temelinde birbirleriyle ilişki kurmaktadır. Bu sosyal anlamlar bireyler günlük olarak yüz yüze birbirleriyle etkileşime girdikçe oluşturulmakta ve pekiştirilmektedir. Etkileşimci yaklaşıma göre biyolojik cinsiyet doğuştan kazanılır, toplumsal cinsiyet ise sonradan toplum ve kültürün etkisiyle öğrenilmektedir, dolayısıyla da sosyaldır (Sullivan, 2015, s. 212). Sembolik etkileşimci araştırmacılar, toplumsal cinsiyet temelli tabakalaşmayı gündelik yaşamdaki davranışlar çevresinde inceleme eğilimindedir. Bu yaklaşımdaki en önemli unsur, toplumsal cinsiyetin gündelik etkileşimler sırasında toplumsal olarak kurulmasıdır. Bu yaklaşım ile yapılan cinsiyet araştırmalarında, bireylerin cinsiyetlerinin gündelik etkileşimleri başlatma ve devam ettirmede ne kadar etkili olduğu üzerinde durulmaktadır. Sembolik etkileşim yaklaşım gücünü, toplumsal cinsiyetin günlük deneyimleri şekillendirmede nasıl bir rol oynadığının anlaşılmasına yardım etmesinden almaktadır. Macionis ve Plummer’e (2013, s. 345) göre bu yaklaşım, bireylerin toplumsal cinsiyeti kişisel ‘performanslarının’ bir parçası olarak kullanıp, deneyimledikleri gerçekliği, toplumsal olarak ortaya koyduklarını ileri sürmektedir. Etkileşimci yaklaşıma sahip olanlar, kadınlara yönelik ayrımcılığın ve önyargının, sosyalleşmedeki farklılıklardan kaynaklandığına dikkati çekmektedir (Coleman vd., 2003, s. 282). Yüz yüze etkileşimin odak kaynaklarından biri olan sembolik etkileşim kuramı toplumsal cinsiyet rollerinin anlaşılması ve anlamlandırılmasına destek olmaktadır.

Çatışma kuramcıları, toplumdaki dikotomileri incelemektedir. Baskın ve dezavantajlı gruplar arasındaki gerilimleri ve onlar arasında kurulmuş

kontrol ilişkilerinin nasıl kurulduğu ve nasıl işlediğine dair açıklamalar sunma gayretindedir. Çatışma kuramı, toplumsal cinsiyet bakımından ele alındığında ise kadın erkek arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Çatışmacı teorisyenlere göre, kadın ve erkek arasındaki ilişki, erkeklerin kadınlar üzerinde kurdukları tahakküm ilişkisine dayanan, geleneksel olarak eşitsiz bir iktidar ilişkisini çağrıştırmaktadır. Çatışma kuramı, toplumsal cinsiyet farklılaşmalarını, bir grubun (erkeklerin) diğer gruba (kadınlara) boyun eğdirmesinin bir yansıması olarak görür (Schaefer, 2013, s. 278). Bu bağlamda toplumsal cinsiyet tabakalaşması teorisini geliştiren Engels (1987), erkeklerin toplumda daha çok değer gören, yöneticilik gibi işlerde performans sergilediğini belirtirken kadınların buna nazaran daha değersiz işlerde performans sergilediğini ileri sürmektedir. Engels, bu durumun toplumda erkek egemenliğine dayalı bir yapının ortaya çıkmasına sebebiyet verdiğini vurgulamıştır. Engels, toplumsal cinsiyet tabakalaşmasını ekonomik ve sınıfsal tabakalaşmanın bir sonucu olduğunu belirtmekte bunun da sınıf mücadelesiyle birlikte ortadan kalkacağını ifade etmektedir. Ona göre, özel mülkiyetin sonu toplumsal cinsiyet eşitliğinin başlangıcı olacaktır.

Engels'e (1987) göre, erkek egemenliğini daha güçlü kılan şey kapitalizmdir. Ona göre, zenginliğin babadan oğula geçmesi, erkeklerin kadınlar üzerindeki tahakkümünü ve kontrolünü bir yandan artırırken diğer yandan da sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Kapitalizmin erkek egemenliğini artırdığını savunan Engels (1987), bunun yolunun üç şekilde olduğunu ifade etmekte ve bu yolları şu şekilde açıklamaktadır:

İlk olarak kapitalizm, gelir elde eden ve mülkiyet sahibi erkeklerle büyük oranda güç sağlayan, daha fazla zenginliği yaratmaktadır. İkincisi, büyüyen bir kapitalist ekonomi, insanları, özellikle de kadınları, ürünler satın alarak ve kullanarak kişisel tatmin sağlamaya çalışan tüketicilere dönüştürmeye dayanmaktadır. Üçüncü olarak ise, toplum erkekleri fabrikalarda çalışmaları için özgür kılmak adına kadınları ev içinde görevli kılmaktadır.

Genel olarak ifade etmek gerekirse çatışma kuramcılarının cinsiyet rollerindeki eşitsizliğin nedenini kapitalist üretim ilişkilerinde aramaktadır. Öte yandan Randall Collins 1971 yılında kaleme aldığı *A Conflict Theory Of Sexual Stratification* başlıklı makalesinde kadın ve erkeğin kendi doğasında bir çatışma olduğunu ve cinsiyet rollerinin bir grubun diğerine hükmettiği bir mekanizma olduğunu ileri sürmektedir. Collins'e (2019, s. 7) göre, cinsel tabakalaşmanın temel özelliği, 'cinsel mülkiyet' kurumudur. Bu kurumda ise cinsel mülkiyetin temel biçimi erkeklerin kadınlara sahip olmasıdır. Buradan bakıldığında toplum erkeklerin kadınlar üzerinde kurduğu tahakkümden beslenmekte ve kadınların çoğunluğu da genel itibarıyla erkeklerin egemenliğini kabul etmeyi öğrenip içselleştirmektedir. Sullivan'a (2015, s. 211) göre, kadınlar böyle bir egemenliğe inandığından yaşamındaki ikincil konumu uygun, hatta arzu edilebilir bulur ya

da başka hiçbir seçeneği olmadığı duygusunu taşımaktadır. Başka bir deyişle toplumda kendisine uygun bulunmuş bu rolü kolaylıkla içselleştirip kabul etmektedir.

Feminist kuramın ne olduğunu açıklamadan önce Feminizmin ne olduğunun açıklanmasında fayda görülmektedir. Çaha'ya (1996, s. 41) göre, feminizm, kadın ve erkek arasındaki erkek egemen üstünlüğü sona erdirmeyi ve yerini kadınsı değerlere bırakmayı amaçlayan siyasal bir harekettir. Macionis'e (2012, s. 347) göre ise feminizm, kadın ve erkeklerin deneyimlerine toplumsal cinsiyetin merceği içerisinde bakmaktadır. Mitchel'e (2006, s. 20) göre, feminizm, bütün kadınları bütünsel bir 'ezilmişlikte' birleştirir. Feminizmin odak noktasını, kadınların erkeklere boyun eğdiği inancından aldığını belirten Edgar & Sedgwick'e (2007, s.137) göre feminizm, kadınları bu boyun eğmişlikten kurtarmaya, ataerkilliğe son vermeye ve kadınların istek ve hedeflerini kapsayan bir kültür inşa etmeye çalışmaktadır. Benzer bir şekilde Ritzer'e (2013, s.223) göre ise feminizm, dünyaya kadınların gözünden bakmaktadır. Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere feminizmin, kadın ve erkek arasındaki ilişkiyi toplumsal alandan tarihe, kültürden siyasete, ekonomiden eğitime kadar bütün alanlarda sorgulayan ve var olan düzeni değiştirmeyi amaçlayan bir hareket şeklinde açıklamak mümkündür.

Feminizm, toplumun her basamağında kadının erkek egemen normlar tarafından kuşanmış ve bu normlara hapsedilmiş olmasını eleştirmektedir. Feminist kuram da buradan yola çıkarak kadının içerisinde bulunduğu bu durumun kuramsallaştırılmış hali olarak karşımıza çıkmaktadır. Feminist kuram, kadın erkek ilişkilerindeki erkek üstünlüğünü sorgularken bu üstünlüğün biyolojik yani 'doğal' olmadığını ortaya koymaya çalışmaktadır. Çak (2010, s. 105) feminist kuramı, kadına yönelik baskıyı kurumsallaştırırken, cinsiyeti kadın olan bireye yönelik geliştirilen bir kuram olarak tanımlamaktadır. Feminist kuram, toplumsal cinsiyet stereotipleri sayesinde bireylerden beklenen kadın ve erkek rolleri, kültürden kültüre ve dönemden döneme değişiklik göstermiş olduğu çoğunlukla kabul edilen bir görüş olsa da, genelde ataerkil yapıya sahip birçok kültürde kadına yüklenen rollerin yıpratıcı özelliğine dikkati çekmektedir. Genel olarak feminist kuramlar, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini 'cinsiyetçilik', 'ataerkillik' ve 'kapitalizm' gibi bir dizi toplumsal süreç vasıtasıyla açıklamaya çalışmışlar bu süreçlerin de toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini ve kadınların ikincil konumunu sürdürdüğünü iddia etmişlerdir (Giddens, 2012, s. 517). Kadınların, erkek egemen toplum ve kültür içerisinde yer alan bastırılmış konumlarının eleştirisi bu zamana kadar yapılmış birçok eser ile ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmalar arasında Simone De Beauvoir'ın *İkinci Cins* (1975), John Stuart Mill'in *The Subjection of Women* (Kadınların Bağımlılığı) (2009), Juliet Mitchell'in *Psychoanalysis and Feminism: A Radical Reassessment of Freudian Psychoanalysis* (Psikanaliz

ve Feminizm: Freudcu Psikanalizin Radikal Bir Yeniden Değerlendirilmesi) (2000) ve Fredrich Engels'in *The Origin of the Family, Private Property, and The State* (Ailenin, Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni) (1987) isimli yazarlar ve kitapları sadece birkaç örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. *Bu eserlerin odaklandığı temel nokta, kültür ve toplum içerisinde kadın cinsinin erkek cinsi karşısındaki dezavantajlı konumudur.

Feminist bakış açısının pek çok şeye karşı olmalarına rağmen ortak paydaları 5 maddede özetlenebilmektedir (Macionis, 2012, s. 347):

1. Eşitliği artırmak için çalışmaktadırlar. Feminist düşünce siyasaldır; fikirleri eylemle birleştirilir.
2. Bireylerin seçeneklerini genişletmek istemektedirler. Feministler, toplumsal cinsiyetin kültürel kavramlarının, insanoğlunun niteliklerini iki karşıt ve sınırlayıcı alana böldüğünü tartışmaktadır: Duyguve iş birliğinin kadınlara ait dünyası ile rasyonellik ve rekabetin erkeklere ait dünyası gibi dikotomilere karşı çıkmaktadır.
3. Toplumsal cinsiyet tabakalaşmasını ortadan kaldırmaya çalışmaktadırlar. Kadınların eğitimini, gelirini, iş olanaklarını sınırlayan yasalara ve kültürel normlara karşı çıkmaktadır.
4. Cinsel şiddeti sonlandırmak istemektedirler. Feministler ataerkilliğin; tecavüz, ev içi istismar, cinsel taciz ve pornografi biçiminde kadına yönelik şiddeti teşvik ederek kadınlar ve erkekler arasındaki ilişkileri bozan her türlü şiddeti ortan kaldırma düşüncesine sahiptirler.
5. Cinsel özgürlüğü teşvik etmektedirler. Kadınların cinsellikleri ve üremeleri üzerinde kontrol sahibi olmalarını desteklemektedirler.

Feminist bakış açısı içerisinde de farklı akımlar oluşmuştur. Bu akımlardan her biri toplumsal olaylara farklı perspektif yöntemleri geliştirmiştir. Bu oluşumlargenel hatlarıyla 'liberal', 'sosyalist' ve 'radikal' feminizm olarak adlandırılmaktadır. Liberal feminizm, cinsiyet eşitliğini ön plana çıkaran ilk kuramdır. Bu görüş, kadın ve erkeğin aynı olmadığını kabul etmekle beraber toplumda meydana gelen eşitsizliğin de toplumsal cinsiyet temeline dayanmaması gerektiğine dikkati çekmektedir. Toplumsal bir grup olarak aileye saygı duymaktadırlar fakat çalışan ebeveynler için daha geniş ölçüde annelik ve babalık izni ve çocuk bakımının da içerisinde yer aldığı haklar talep etmektedirler. Dolayısıyla liberal feministlere göre, 'toplumsal cinsiyet temelli' farklılaşmanın ortadan kaldırılması, kadınlar için olduğu kadar toplumun tamamı için de gelişme sağlamaktadır. Çünkü bireysel başarı yoluyla hem kadınlar hem de erkekler, toplumsal engelleri ortadan kaldırdığı müddetçe kendi yaşamlarını geliştirme becerisine sahip olurlar (Macionis, 2012, s. 348). Liberal feministler, kadınlar ile ilgili birçok konuda büyük ilerlemeler kaydetmiş ve buna ilişkin ilerlemelere büyük bir katkı sunmuş olsalar dahi

bazı konularda ağır eleştirilere maruz kalmıştır. Giddens'a (2012, s. 517) göre, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin kökleriyle mücadele etme konusunda başarısız olmakla ve toplumda kadına uygulanan baskının dizgesel doğasını kavrayamamakla itham edilmişlerdir.

Sosyalist feminizm Karl Marx ve Friedrich Engels'in fikirlerinden beslenerek ortaya çıkmıştır. Bu bakış açısına göre, erkek egemen toplumda, erkeklerin kadınlar üzerinde kurduğu tahakküm ataerkilliği güçlendirmektedir. Dolayısıyla da liberal feminizmin desteklediği yeniliklerin yeterince uygulanmadığını ve yeterli olmadığını savunmaktadırlar. Sosyalist feminizmin bakış açısına göre, kapitalizm, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve ayrımcılığının en temel nedenidir. Engels'e (1987, s.62) göre, genellikle ev içi rollerde resmedilen kadın aşağılanmış ve erkeğin kölesi olmuştur. Kamusal alanda olduğu gibi, evde de yönetimi elinde tutan erkek olmuştur. Abadan Unat (1982, s. 5) sosyalist düşünürlerin bir kadın sorununun olmayacağı noktasından yola çıktıklarını belirtirken, kadın sorunundan bahsetmenin kadını inceleme nesnesi haline getirmekten ibaret olduğunu ifade etmektedir.

Sosyalist feminizm gibi radikal feminizm de liberal feminizmi toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda yetersiz bulmaktadır. Radikal feministler, kadının annelik rolünü eleştirmekte ve anneliğe bir son verilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu anlamda kadınları toplumun yarattığı bu baskıdan özgürleştirmek gerekmektedir. Radikal feminizm, kadınların kendilerini bastırılmış bir sınıf olarak görmeleri gerektiğini ifade etmekte ve kendilerine baskı uygulayanlara karşı mücadele etmeleri gerektiğini salık vermektedir. Donovan'a (2019, s. 266) göre, radikal feminizm ayrıca erkeklerin ve kadınların temelde farklı oldukları, farklı üsluplara ve kültüre sahip oldukları ve kadınların tarzının gelecekteki herhangi bir toplumun temelini oluşturması gerektiği düşüncelerini içermektedir. Radikal feministlere göre kadınların ezilmiş ve bastırılmışlıkları toplumun temel sorunlarından biridir. Onlara göre bu ezilmişliğin sorumlusu da ataerkilliktir. Aile içerisinde kadının çocuk bakmak, ev içi rollerinin getirdiği sorumlulukların bir hayli fazla olması kadını kamusal alandan soyutlayıp eve, yani özel alana itmektedir. Genel olarak ataerkil toplumlarda görülen bu durumla günümüzde de sıkça karşılaşılmaktadır. Ecevit ve Karkiner'e (2011, s. 14) göre ise radikal feministler, Sigmund Freud'un 'anatomi kaderdir' düşüncesinden ilerleyerek, kadınların ezilmelerini onların anatomileriyle ilişkilendirmektedirler: Cinsellik, Üreme ve Annelik. Kadınların büyük çoğunluğunun aile kurumu ve evlilik nedeniyle üretimden ve iş hayatından uzak kalmasının nedenlerinden biri olarak gören radikal feminizm, evlilik kurumunun kadınları ezmenin en temel yolu olduğu görüşünü de savunmaktadır. Kadının ataerkil ilişkiden kurtuluşunu sadece ekonomik koşullar ve yapıda meydana gelecek değişikliklerde görmeyen radikal feministler, kamusal alan

ile özel alanı birleştirmeye çalışır. Buna ilişkin yapılan birçok çalışmada da dil ve ataerkillik arasında ilişki kurularak kadınların kendi dilformlarını ve anlamlandırmalarını kurmaları gereğine dikkat çekilmektedir (Kamanlioğlu, 2007). Feminist hareketi savunanlar dünyanın çeşitli bölgelerinde maruz kalınan toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ile ilgili konularla mücadele etmektedirler. Feminist teoride ev işi ve ev içi emek önemli araştırma konularından biridir. Genellikle karşılığı ödenen ücretli işlerin erkeğe ait olduğu, ev işleri, evde çocuk ve hasta bakımı, gönüllü hizmetler gibi karşılığı ödenmeyen işlerin ise kadınlara ait olduğu görülmektedir (Başak, Kınır ve Yaşar, 2013, s. 20).

Feminist yaklaşımların veya teorilerin hemen hemen hepsinde iki kavrama dikkat çekilmektedir. Bunlardan birincisi 'kültür'dür. Feminist çalışmalar içerisinde cinsiyet eşitsizliği kültürel boyutlarda da incelenmiştir. Kültür, kadınları içerisine alıp hapsedebilen bir unsur iken onları bu durumdan çıkarabilecek bir unsur olarak da karşımıza çıkmaktadır. Kırca'ya (2001, s. 27) göre, feminist kültürel çalışmalar sonucunda kültürün kadınlar için bir ayrımcılık aracı oluştururken aynı zamanda kadınlara özerk bir alan açarak içinde bulundukları durumdan kurtulabilmelerine imkân sağlayan bir araç olarak da kullanılabildiğini göstermiştir. Bir diğeri ise 'ataerkillik'tir. Toplumsal yapı olarak dünyanın hemen hemen birçok yerinde var olan model, erkeklerin kadınlar üzerinde tahakküm kurduğu bir örgütlenme şekli olan ataerkilliktir. Macionis'e (2012, s. 330) göre, ataerkilliğin kanıtı, bir cinsiyetin doğal olarak diğerinden üstün olduğu savı yani cinsiyetçiliktir. Ataerkil sistem içerisinde kadınlar da kendilerine bir yer edinebilmekte, bir yer bulabilmektedirler. Ancak yine de kuralları belirleyenler erkekler olmaktadır. Kadınlar, ataerkil sistem tarafından konulmuş kuralları benimsemek ve bu kurallar doğrultusunda davranmak zorundadır (Günindi Ersöz, 2016, s. 33). Deniz Kandiyoti'nin bu noktada *ataerkil pazarlık* kavramsallaştırması, konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olması bakımından önemli bir noktada bulunmaktadır. Kandiyoti (1997, s. 114), *ataerkil pazarlık* kavramı ile şunu anlatmaktadır: Bazı kültürler, kadınlara mücadele etme ve iktidar olma imkânı ve bunun olabilmesi için de imkân yaratacak alanlar açabilmekte ve sunabilmektedir. Örneğin, ataerkil bir toplumdaki erkek egemenliğinde sürekli olarak baskılanmış bir kadın, yeri geldiğinde oğlu vasıtasıyla bir geline sahip olup iktidar olma fırsatını deneyimleyebilecektir. Anne, oğul ve gelinden oluşan bu yapıda kadınlar, tek denetleyebilecekleri ve iktidar olacakları bu yapıya evli oğulları vasıtasıyla ulaşabilmektedirler. Kandiyoti (1997)'ye göre *ataerkil pazarlıklar*, tarihin dışında yer almazlar ancak tamamen sabit de değildirler. Kadınlar, belli durumlarda belli kazanımlar sağlayacak ve tarihsel olarak bu ataerkil yapıda kendilerine çeşitli direniş unsurları arayacaklardır. Dolayısıyla ataerkil kültüre sahip toplumlarda erkek tahakkümünden söz ederken kadınların kendilerine mücadele alanları oluşturduğu söylenilebilmektedir.

1.3. Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Değişim ve Dönüşümü

Toplumsal cinsiyet rollerinin değişim ve dönüşümünden bahsedebilmek için öncelikle toplumun değişim ve dönüşümünü incelemek gerekmektedir. Toplumun değişim ve dönüşümünü kavrayabilmek için ise *toplumsal değişim* olgusunu ele almakta fayda görülmektedir. Toplumsal değişim ile ilgili farklı düşünürlerin birbirinden farklı yaklaşımları bulunmaktadır. Örneğin, Karl Marks'a göre, toplumsal değişimin kaynağı öncelikli olarak ekonomi iken; Max Weber, ekonomik etkenleri toplumsal değişimin kaynaklarından biri olarak görmemektedir. Giddens (2012, s. 103) ise toplumsal değişmeyi bir toplumun tüm kurumları ile birlikte kültürünün de zamanın etkisiyle dönüşüme uğraması şeklinde tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra düşünce ve inançların da toplumsal değişim üzerinde etkili olduğu söylenebilmektedir.

Toplumsal değişim, toplumlar o zaman diliminin içerisinde yaşarken fark edilememektedir. Toplumsal yapı bir bütündür fakat bu bütünün parçaları diğer parçalarından bağımsız olarak farklı yönlerde değişime uğrayabilmektedir. Kıray'ın (2006, s. 95) da belirttiği gibi, toplumsal yapı denilen bütünün her bir derecesi belirli yönlerde değişikliğe uğramaktadır. Değişim, kendisini toplumun her kademesinde zincirleme tepkiler şeklinde gösterebilmektedir. Toplumda derece derece kendisini gösteren bu değişimin, belirli bir noktaya geldiğinde ise tümüyle bir bünye değişikliği gösterdiği ifade edilebilmektedir. Toplumsal değişim, içerisinde birçok dinamikten etkilenmektedir. Ekonomik oluşumlar, toplumsal rol ve statülerdeki değişimler, nüfus artış hızındaki değişimler ve bu hızı etkileyen faktörlerdeki değişimler, üretim ve tüketim alışkanlıklarının ve bunlar arasındaki ilişkinin değişmesi gibi birçok değişim faktörünün bir arada bulunduğundan bahsetmek gerekmektedir. Macionis'e (2012, s. 627) göre, toplumsal değişimin 4 özelliği bulunmaktadır. Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- 1- Toplumsal değişim süreklidir.
- 2- Toplumsal değişim bazen kasıtlı olarak gerçekleşebileceği gibi çoğunlukla plan olmaksızın gerçekleşir. Örneğin sanayi devrimi toplumlarda öngörülenden daha fazla ve çeşitli miktarda değişimin öncülüğünü yapmıştır.
- 3- Toplumsal değişim karşıtlık içerir. Bazı kesimler sanayi devrimini olumlu bir olay olarak karşılarken işçiler makinelerin beden gücünün önemini yitireceği kaygısıyla sanayi devrimine karşı direniş göstermişlerdir.
- 4- Bazı değişimler diğerlerinden daha fazla öneme sahiptir.

Başaran'a (1984: 145) göre, bu zamana kadar hiçbir toplumda eskiyi yok edip yerine yepyeni bir düzen kurmak mümkün olmamıştır. Çiğdem Kağıtçıbaşı (1988, s. 275) toplumsal değişmeyi *modernleşme* olarak tanımlandığını belirtmekte ve modernleşmeyi ise hem toplumsal yapıda hem de bireysel

düzeyde tutum ve davranış biçimlerini içeren karmaşık bir görünümde olduğundan söz etmektedir.

İnsan toplulukları, tarihsel olarak her dönemde çeşitli değişim ve dönüşümler yaşamıştır. İnsanlar, avcı-toplayıcı toplumlardan tarım toplumuna, tarım toplumundan sanayi toplumuna ve dijital topluma ulaşana dek büyük değişimler ve atılımlar göstermiştir. Tarihsel olarak bakıldığında toplumlarda yaşanan bu değişim ve dönüşümlerin, toplumların ancak bilgi sahibi olduktan sonra ilerleyebildikleri görülmektedir (Kottak, 2008). Avcı ve toplayıcı toplumlarda insanlar, ihtiyaçlarını avlanarak, tarımsal gıdaları topraktan toplayarak ve belli bir bilgi birikimi neticesinde yapabilmektedir. İnsanlar, tarım toplumunda, toplayıcılıkla uğraşmışlar ve daha sonraları kendi besinlerini kendilerinin yetiştirebileceğini keşfetmişlerdir. Kullandıkları araçların azlığı nedeniyle ilk zamanlarda çok fazla verim alamamış olsalar da zamanla bu durum da düzene girmiş ve bir süre sonra da artı ürün elde edebilmişlerdir. Artı ürünün biriktirilmeye başlanmasıyla diğer gıda ve hizmetlerin üretimine alan açılması sağlanmıştır. Kottak'a (2008) ve Childe'ye (2001) göre, toplumların yaşadığı bu dönüşümlerin, büyük bir atılım olmasının yanı sıra sanayi öncesi toplumların ortaya çıkışında ilk tohumları atılmıştır. Sanayi öncesi toplumlar ve büyük teknolojik atılımlarla sanayi toplumu ve sonrasında da dijital topluma dönüşüm yine toplumların bilgi seviyelerinde meydana gelen artış ile bağlantılı olarak dönüşümün kalbinde yer almaktadır.

Kültürel, toplumsal, siyasal ve iktisadi etmenlerden etkilenebilen bir olgu olan toplumsal cinsiyet rolleri de yukarıda sayılan olgular etrafında zaman zaman değişimler gösterebilmektedir. Yapılan antropolojik ve arkeolojik araştırmaların sonuçlarına göre, birçok kültürde toplumsal cinsiyete bağlı iş bölümüne rastlanmıştır. Çoğu avcı-toplayıcı kültürde cinsiyet tabakalaşması düşükken bazı avcı ve toplayıcı ana soylu kültürde tabakalaşma belirgin olarak gözlemlenebilmektedir. Bu toplumlarda belli roller, diğerlerinden daha fazla cinsiyetle bağlantılıdır. Örneğin erkekler genellikle hem avcı hem de savaşıdır. Çünkü erkekler aynı popülasyon içindeki kadınlardan ortalama olarak daha iri ve güçlüdürler. Bu da ilk iş bölümünün cinsiyet sınırları dâhilinde oluştuğunun bir göstergesi olarak ortaya konmaktadır. Kottak'a (2008, s. 445) göre, toplayıcılık genellikle kadın işidir; erkekler çoğunlukla avlanırlar, balık tutarlar. Ancak Lee ve Gonzales'e² göre ise bu durum bu kadar net ve katı sınırlarla çizilmemiştir. Lee ve Gonzales (2020), yaptıkları araştırmalar neticesinde eski Moğolistan'da bazı kadınların savaşçı olarak eğitildiklerini ifade etmektedirler. Fakat genel kanı bu dönemde kadınların besin sağlama, toplama ve pişirme gibi işlevlere sahip oldukları yönündedir. Bu görevler önemli sayılmaktadır. Bu nedenle de kadınlar toplumda yüksek bir statüye sahip olmaktadır. Bu dönemde, besin toplayıcılar arasında saldırganlık yoktur,

hiyerarşi ve ayrışma en az seviyededir ve rekabet engellenmektedir. Hakların, etkinliklerin ve kadının ve erkeğin etki alanlarının en çok örtüştüğü toplumlar, besin toplayıcılarıdır.

Tarım toplumuna geçildiğinde ise kadınlar temel üretici konumlarını yitirmiştir. Toprağa yerleşikliğinin gelişmesi ve sabanın keşfedilmesi ile birlikte toplumda erkekler daha üstün bir konuma yükselmiştir. Kottak'a (2008, s. 453) göre, tarla tarımı ile birlikte kadınlar ilk kez üretimden kopmuştur. Toplumsal inanç sistemleri ve kültür, kadının artık değersiz görülen ev içi rolünü, erkeğin değerli ev dışı emeğiyle karşıt hale getirmektedir. Dolayısıyla kadınların toplayıcı olarak besin sağlama konusundaki kontrolü sona ermektedir. Böylece özel alan (ev) ve kamusal alan dikotomisi güçlenmiş ve toplumsal cinsiyet tabakalaşması daha da belirginleşen bir hale bürünmüştür. Tarihte önemli bir değişimi başlatan sanayi devrimi aynı zamanda toplumsal cinsiyet rollerinde de kırılmalara ve değişimlere neden olmuştur. Kırkpınar'a (2001, s. 20) göre roller, yeni koşullar içinde kadınlar ile erkekler arasındaki ilişkilere göre yeni karakter almaktadır. Sanayi devrimi, kadınların tarihinde ve toplumsal yaşamında en büyük kırılmalardan bir diğeridir. Kadınlar, bu kırılmaları adeta birer çatlak olarak görüp toplumsal cinsiyetlendirilmiş toplumda, kendilerine kültürel olarak biçilmiş gömleklerini değiştirmeye başlamıştır.

Sanayileşme sonrasında üretim etkinliklerinin artması ile birlikte üretimin zamansal ve uzamsal boyutu iş, üretim, fabrikalar, dükkânlar ve bürolara taşınmıştır. Kadınlar, sanayileşme ile birlikte özel alanlarından çıkıp kamusal alana giriş yapmıştır. Kadın için özel alan-kamusal alan arasındaki keskin dikotomi kısmen de olsa sanayileşme ile birlikte yavaş yavaş silikleşmeye başlamaktadır. Kadın, ev dışında da çalışmaya başlamış, hem ev içinde hem de kamusal alanda emek üreten konuma gelmiştir. Kadının statüsündeki bu değişim sonrasında toplumsal cinsiyete ilişkin tutumlarda da değişimler görülmektedir. Ancak kadınlar, kendi üstlerine giydikleri toplumsal rollerden tam anlamıyla sıyrılabilmiş sayılmazlar. Sanayileşme ile birlikte iş yaşamına atılan kadın, kamusal alanda ücretli olarak çalışmış olsa dahi, ev kadını, anne ve eş rollerini sürdürmeye devam etmektedir. Kandiyoti (1984, s. 28), sanayi toplumunda kadının rolünü şöyle açıklamaktadır:

“Sanayi, toplumlarında ailenin üretimdeki merkezi yerini kaybettiği ve ücret getiren, piyasaya yönelik işlerle, ücretsiz ev emeğinin birbirinden oldukça kesin çizgilerle ayrıldığı bilinmektedir. Aile ücrete dayanmayan hizmetlerin yer aldığı tek kurum olarak ortaya çıkmakta ve genellikle bu hizmetlerin hep bir grup insan tarafından üstlenildiği görülmektedir. Bunlar ev kadınlarıdır.”

Bütün toplumlarda kadın ve erkeğe yüklenen statü ve roller bellidir. Kadın ve erkek, bu rolleri toplumsallaşma sürecinde öğrenmektedir. Toplumsallaşma sonucunda, bireyler, toplumun bireyden beklentisine,

normlarına ve kurallarına uyum sağlamayı öğrenmektedir. Dolayısıyla bunun sonucunda bireyler kendilerinden beklenen cinsiyet rolüne ilişkin davranış ve tutumlar geliştirmektedir. Bunun sonucunda da geleneksel aile düzeninde toplumsal cinsiyet stereotiplerine uygun rollerden oluşan hiyerarşik bir yapı ortaya çıkmıştır. İmamoğlu'na (1993, s. 58) göre, aile içinde ekonomik gücü temsil eden erkek belirleyici bir rolde bulunurken kadın düzenleyici bir rolde konumlanmaktadır. Bazı yazarlara (Kağıtçıbaşı, 1982, s. 73; Günindi Ersöz, 2016, s. 83; Tan, 1979, s. 18; Abadan Unat, 1982, s. 3) göre, kadının aile ve toplum içindeki rolü her zaman annelik ve doğurganlıkla ilişkilendirilmiştir. Kadın ev içi rollerde toplumsal cinsiyetlenirken, erkekler daha çok dış mekânlarda ve eve para getiren, aile reisi konumunda betimlenmektedir. Toplum, günlük pratikler içerisinde kadına yaşamı boyunca daima 'annelik' ve 'ev kadınlığı' rollerini hatırlatmaktadır.

Başaran (1984, s. 145-160), ailede cinsiyet rolleri ile ilgili tutum değişimlerine ilişkin yaptığı çalışmada, toplumsal değişim sürecinde kadın ve erkeğin rollerine ilişkin de değişim ve dönüşümlerin olduğunu ortaya koymuştur. Bu değişimler, kadın ve erkeğin özel ve kamusal alandaki rolleri ile baba ve anne olarak rollerinde gözlenmiştir. Araştırmanın sonucuna göre, kadın ve erkeğin cinsiyet rollerine ilişkin tutumları ya değişmiş ya da modernleşmiştir. Benzer olarak İmamoğlu (1991, s. 833) tarafından, aile içi rollerin değişmesine ilişkin yapılan araştırmada, sanayi toplumuyla birlikte kadının iş hayatına atılması sonucu kadın ve erkeğin aile içi rollerinde bazı değişimlerin yaşandığı belirtilmektedir. Araştırmada, kadının iş hayatına atılmaya başlamasıyla birlikte geleneksel aile düzenin dayandığı kadın ve erkek rollerinin yerine, paylaşıma dayalı cinsiyet rollerine geçildiğini, ev işleri konusunda para kazanma gibi olumlu bir tavrın davranışa yansımadağı ifade edilmektedir. Bu durumun temelinde yatan sebep ise ev işlerinde kadınlık ve erkekliğin algılanışına ilişkin zihinlerde var olan stereotiplerdir.

2. BİR TOPLUMSAL CİNSİYET ROLÜ OLARAK ANNELİK

Bu bölümde annelik rolünün önem ve işlevi, tarihsel bağlamda annelik rolünün değişim ve dönüşüm süreci, annelik rolünün günümüzde genel görünümü ve işlevi ve Türkiye özelinde geçmişten günümüze annelik ve annelik pratikleri başlıklarına yer verilmiştir. Annelik rolü toplumsal cinsiyet bağlamında açıklanmaya çalışılacak olup, tarihsel olarak nasıl ve ne yönde dönüşüme uğradığına ilişkin bilgiler sunulmuştur.

2.1. Annelik Rolünün Önem ve İşlevi

Toplum, toplumsal yaşam içerisinde kadına çeşitli roller vermektedir. Örneğin, evli kadın 'eş', çocuk doğuran kadın ise 'anne' olmaktadır. Kadınlar, biyolojik olarak tarihin her döneminde çocuk doğurmakta ve anne olmaktadır.

Geleneksel olarak kadına tanımlanan roller, çeşitli araştırmaların sonuçlarıyla da ortaya konulmaktadır. Christine Oppong ve Katharine Abu'nun *A Handbook for Data Collection and Analysis on Seven Roles and Statuses of Women* başlıklı ortak çalışmaları kadınların toplumda bilinen rollerini ele almaktadırlar. Oppong ve Abu'ya (1986, s. 7) göre, kadınların temel olarak toplum içerisinde yedi rolü bulunmaktadır. Bu roller, *annelik*, *eşlik*, *ev içi rol* (ev kadınlığı), *akrabalık*, *mesleki*, *topluluk* ve *bireylik*dir. Belirtilen roller incelediğinde kadına ait 7 rolden 4'ünün aile içi roller olduğu görülmektedir. *Annelik rolü*; çocuklarını yetiştirmesi, gelecek nesle hazırlaması ve toplumsallaştırması ile ilgili olarak kadının asli ve yegâne görevine dikkati çekmektedir. *Eşlik rolü*; kadının bir erkeğin partneri olarak bulunduğu pozisyonundan kaynaklanan konumsal bir roldür. *Akrabalık rolü*; kadınların teyze, büyükanne, hala, yenge, yeğen vb. olarak oynadıkları akrabalık rollerinin tamamına işaret etmektedir. *Ev içi rol*; kadının içinde yaşadığı ev ile ilgili göstermiş olduğu tüm davranışları ve görevleri ifade eder. *Mesleki rol*; kadının üretici konumuna işaret etmektedir. Kadının gelir getirici faaliyetleri ile ilgili oynadığı roldür. *Topluluk rolü*; zaman içinde belirli bir noktada ikamet ettiği bağlam açısından tanımlanmakta ve kadının içinde yaşadığı ve aile ve mesleki rolünün dışındaki rolünü betimlemektedir. *Bireylik rolü*; kişinin kendi kişisel gelişimi, kendini ifade edebilmesi, bireysellik duygusu ile ilgili faaliyetlerinin yönünü kapsar. Kadının burada en dikkat çekici rolü ise anneliktir. Çünkü anne olan kadın, bu rolünü kuşaktan kuşağa aktarmaktadır (Chodorow, 1978). Bu kapsamda annelik sadece kadın tarafından yaşanan ve algılanan bir deneyim değildir. Kuşaklar boyu devam eden bir süreçtir. Chodorow 'Kadın Anne' tanımlamasıyla bunun altını çizmektedir. Dolayısıyla kadınlar, sadece kendi çocuklarına bakım veren kişi olmayıp, birer anneye dönüşüvermektedir (Donath, 2022, s. 29).

Literatür incelendiğinde, sosyolojik ve psikolojik açıdan annelik rolüne ilişkin araştırmalara olan ilginin zamanla arttığı gözlenmiştir. Marshall'a göre (1999) bilim olarak sosyolojinin annelik konusuna; bir süreç olarak *anneliğe* ve bir durum olarak *anne olmaya* ilgi zamanla şekillenerek bugünlere gelmiştir. 1970'li yıllardan önceki sosyolojik çalışmalar, anneliği, çocuğun büyümesine destek olmayı daha çok fiziksel bir yön olarak incelemekteyken; o yıllardan sonra daha geniş bir toplumsallaşma süreci içerisinde incelenmeye başlanmıştır. Tarihsel olarak en büyük kırılma 1970'lerde baş gösteren feminist hareketler olmuştur. Bir anne olarak kadının omuzlarına binen yük sorgulanmış, kadın ve erkek arasındaki toplumsal, kültürel ve daha birçok konudaki eşitsizlik, feminist hareketlerle beraber ele alınmaya başlamıştır. Feminist hareketler sonucunda vurgu 'çocuk üreticisi anneden' bizzat annenin kendisine yapılarak kadının toplum içerisinde önemine dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Kağıtçıbaşı (1986) *Status of Women in Turkey: Cross-Cultural Perspectives* başlıklı çalışmasında, aile içi rollerde değişime direnen faktörün çoğunlukla geleneksel

(kültürel) değerler olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla kadının annelik rolü, toplumların hemen hemen tümünde onun sosyal yaşamını belirleyici bir konumda bulunmaktadır.

Kadının birincil rollerinden kabul edilen annelik, Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlükte (2011) şu şekilde tanımlanmaktadır: “Çocuğu olan kadın, ana, valide, koca karı, mader, nene, aba.” Julia Kristeva *Seule Une Femme* (2013, s. 146) isimli çalışmasında anneliği, bir işlevden daha çok bir tutku olarak tanımlamaktadır. Marshall (1999, s. 31) ise anneliğin, anne olmanın tüm gerçekliklerini ve toplumsal olarak içerisinde taşıdığı önemi kapsayan bir terim olduğunu ifade etmektedir. Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı gibi annelik, hem bireysel hem de toplumsal bir olgudur. Bireysel olarak aile içinde kalacağı gibi bir bireyin büyümesine destek olduğu için topluma gönderme yapmaktadır. Nitekim tarihsel sürece yakından bakıldığında annelik, genellikle sadece çocuğun doğumu ve fiziksel olarak bakımını karşılayan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü tüm canlılar içerisinde sadece insan yavrusu hayatının ilk iki yılını bir ebeveynine bağımlı olarak geçirmektedir. İsviçreli Psikiyatr Carl Gustave Jung, Dört Arketip isimli eserinde ‘anne’ arketipinden bahsederken anneliği de tanımlamaktadır. Jung’a (2005, s.22) göre, annelik, sihirli, aklın ötesinde bir bilgelik aynı zamanda ruhsal bir yücelik ve iyilik, bebeğinebakıp büyümesine yardımcı olan, onu taşıyan ve büyüten, yararlı içgüdü ya da itkiye sahip olan; gizli, karanlık olan, zehirleyen, korku uyandıran ve kaçınılmaz olandır.

Annelik ile ilgili literatürde yapılan tanımlamalara genel olarak bakıldığında bu tanımlamaların genel itibariyle üçe ayrıldığı görülmüştür. Tanımların bir kısmının anneliğin biyolojik yönüne, bir kısmının içgüdüsel yönüne, diğer kısmının da anneliğin toplumsal ve sosyo-kültürel boyutlarına vurgu yaptığı anlaşılmaktadır. Anneliğin biyolojik yönünü vurgulayan tanımlar genellikle doğum, hamilelik, emzirme gibi fizyolojik süreçlerden hareketle anneliği açıklamaktadır (Pernoud, 1988; Marshall, 1999). Anneliğin içgüdüsel yönünü vurgulayan çalışmalara göre, anne, bebek henüz karnındayken bebeğiyle arasında bir bağ kurduğu ve çocuğun doğumundan sonra da ona bakma becerisinin kendisine verili olduğu ve bu becerinin içten geldiği düşüncesini varsaymaktadır. Anneliği içten gelen ve içgüdülere dayandıran kimi görüşe (Bağlı ve Sevim, 2007; Hager, 2011, s. 35; Donath, 2015, s. 349; Montaigne, 2011, s. 66; Öz, 2004, s. 134; Miller, 2020, s. 63) göre, annelik ve çocuğun bakımına ilişkin bilgi ve beceriler içgüdüsel bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Anne ve bebek arasındaki ilişki anne, bebeğe hamile kaldığı andan itibaren başlamakta ve bebek doğar doğmaz anne bebeğe bakma becerisini ve bilgisini kendisinde hazır bir vaziyette bulmaktadır. Montaigne (2011, s. 66) bu içgüdüsel bilgiyi *Denemeler* isimli eserinde şu şekilde ifade etmektedir:

Eğer gerçekten doğal bir yasa, yani bir biçimde hayvanlarda olduğu kadar insanlarda da evrensel biçimde ve her zaman bulunan belirli bir içgüdü varsa, size diyebilirim ki, kanımca, hayatta kalma ve zarar gelecek olandan kaçma kaygısı, doğuranın yavrularına duyduğu şefkate göre ikinci sırada gelir.

Alice Miller (2020, s. 63), annelik içgüdüsünün varlığını, kadınların bebeklerini, besleme, sevmeye, koruma ve desteklemenin annelere bir haz duyma yeteneği verdiğini ve bu yetenek ile donatıldıklarını belirterek ifade etmektedir. Kimi araştırmacılara (Miller, 2010, s. 177; Badinter, 2020, s. 18; Beauvoir, 1975; Kristeva, 2013, s. 146; Kaya, 2018, s. 173; Kestenberg, 1956, s. 160) göre ise annelik içgüdüsi diye bir şey yoktur. Doğum yapmış kişi bebeği doğar doğmaz ‘annelik’ duygusunu taşıyamaz, bebeğini hemen nasıl doyurup, nasıl bakacağını bilemez. Annelik içgüdüsi kültürle ilgilidir ve doğal değildir. Bu durumda kastedilen içgüdü kelimesinin anlam olarak konuyu tam anlamıyla yansıtmadığıdır. Çünkü içgüdü kelime anlamı olarak TDK’ye (2011) göre, “Bir canlı türünün bütün bireylerinde akıl ve düşünceden bağımsız olarak doğuştan gelen bilinçsiz her türlü hareket ve davranış, insiyak, sevitabii”dir. Bir canlı türünün tüm bireylerinden bahsetmek yalnızca insanlara özgü olmadığı anlamına gelmektedir. İnsanlarda ise güdüden bahsetmek gerekmektedir. Örneğin bir tavuğun yumurtasının üstüne oturması içgüdü olarak tanımlanabilmektedir. Dolayısıyla insan türüne bakıldığında anne olamayan, gönüllü olarak anne olmak istemeyen, anne olup çocuğuna karşı sevgi beslemeyen hatta fiziksel ihtiyaçlarını bile karşılamayan annelerden bahsetmek gerekmektedir. Her kadın anne olma potansiyelini taşıdığı gibi anne olmama tercih hakkına da sahiptir. Dolayısıyla bütün kadınların annelik ile ilgili rolü söz konusu olduğunda aynı davranmadığı ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle bir içgüdüden bahsetmek doğru olmayacaktır. Çünkü bu içgüdü’nün tanımına da uymamaktadır. Badinter’e (2020) göre, kadının annelik üzerinden tanımlanması doğal değil, kültürle ilgili bir durumdur. Badinter (2020, s. 61), kadının anneliğini nasıl yaşayacağı konusunun kültürle çok yakından ilişkili olduğunu vurgulayarak bunu desteklemekte ve içgüdü ile annelik davranışının ortaya konma çabasının kadının ‘doğası’ nı zayıflattığını ifade etmektedir. Kadının bedensel yazgısının analıkla tamamlandığını belirten Simone de Beauvoir (1975, s. 173) ise kadının vücut yapısının tam anlamıyla insanlığın devam etmesine yönelik olduğunu söylerken; analık ‘içgüdü’ diye bir şeyin olmadığını ifade etmekte ve bu sözcüğün insan türüne uygulanamayacağını bildirmektedir. Kestenberg (1956, s. 160) ise annelik içgüdüsünü toplumsal hafızada insanların belleklerinde bir anne olan kadına ilişkin ideal resimler olarak belirtmekte, bu resimlerde bebeğiyle ne yapacağını sadece sezgileriyle bilen, her şeye gücü yeten bir annenin olduğunu ifade etmektedir. Başka bir deyişle, toplum annenin içgüdüleriyle bebeğine her konuda yetmesini beklerken; bu deneyimi daha önce hiç yaşamamış anne nasıl annelik yapacağını bilememektedir.

Anneliğin sosyo-kültürel boyutlarının vurgulandığı (Miller, 2010, Uluğtekin, 2002) tanımlamalar ise anneliğin bireysel değil toplumsal bir süreç olduğuna, kültürel kodlarla bağlantısına ve buna yönelik anlamlar barındırdığına dikkat çekmektedir. Anneliği tek tek kalıplara sığdırma çabası sonuçsuz kalmaktadır. Çünkü annelik sadece kadına has bir durum da değildir. Bir baba, annelik yapabilmekte, biyolojik annesi olmayan bir bebeğe annelik yapan bireyler bulunmakta, bir kediye, bir köpeğe annelik yapılabilmektedir. Dolayısıyla annelik, tüm kadınların taşıdığı bir potansiyel olmasının yanı sıra bir süreçtir ve öğrenilmektedir. Uzel (2008, s. 62)'in de ifade ettiği gibi, annelik bebeğin doğmasıyla başlayan biyolojik bir süreçken; doğumdan sonra başlayan bakım verme ise bir toplumsallaşma sürecidir. Buna ek olarak bir Afrika Atasözü bu toplumsallaşma sürecini 'Çocuk büyütmek için bir köye ihtiyaç vardır' diyerek açıklamaktadır. Sadece anne, sadece baba veya sadece bakım verenin değil toplumun her kesiminden bireyin yardımına ve desteğine ihtiyaç vardır. Bunun toplumsal olarak da bu bir doğum olduğunu ifade etmek mümkündür. Çünkü yeni doğan birey, toplumun bir parçası olacaktır. Bu kapsamda kadının 'annelik' rolü her anlamda önem taşımaktadır. Annelik rolüne tarihsel süreç açısından bakıldığında da her dönemde bir kutsallık atfedildiğini görmek mümkündür. Bu kutsiyet anneyi yüceltiyor, onu toplumda iyi bir konuma çıkarıyor gibi görünmesine rağmen aslında insan olarak anneyi, gücünün ve varlığının çok üzerindeki yüklerle sınamaktadır. Toplumsal olarak bir rolden fazlası olan annelik rolü, tarihsel süreçte değişime uğramıştır. Ancak değişmeyen tek şey, anneliğe atfedilen kutsiyettir. Annelik, güzel ve eşsiz bir süreç olmasının yanı sıra sadece bir toplumsal rolden daha fazlası olarak algılanmakta ve algılanılmaktadır. Anne insandır, annelik insanıdır. Ünlü Türk Ozan Neşet Ertaş'ın da belirttiği gibi, "Kadın insandır, erkek insanoğlu."

2.2.Tarihsel Bağlamda Annelik Rolünün Değişim ve Dönüşüm Süreci

Kadın her denemde annelik rolüyle özdeşleşmiştir. Hangi toplumda olursa olsun, ister tarih öncesi dönemler ister antik çağda ister modern toplumlarda, kadın öncelikle annelik rolüyle tanımlanmaktadır. Anaerkil veya ataerkil toplum fark etmeksizin kadının öncelikli ve birincil görev ve rolü 'annelik'tir. Annelik, tarihsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde birçok dönemde bolluk, bereket, kutsal olan, üreten gibi kavramlarla beraber anılmıştır. Kadın 'doğuran', 'var eden' olduğundan toprak ile özdeşleştirilmiştir. Bereketi temsil eden toprağa, 'Toprak Ana' denmesi de buradan gelmektedir. Eski çağlarda, ana tanrıça tapımının hüküm sürdüğü topraklarda, tanrıçalar, insanlar için oldukça önemlidir ve onlara şöyle isimler verilmektedir: Hattiler'de Kubaba, Hititler'de Kubala, Frigler'de Kibele ve Efesliler'de Artemis (Ünsal, 2007, s. 49). Mitolojideki en eski anne formunun, tarih öncesi Akdeniz bölgesi kültürlerinin yanı sıra birçok Kızılderi kültürü tarafından da tapınan 'Dünya Ana' veya 'Ana

Tanrıça' figürünün olduğu bilinmektedir (Dönmez, 2000). Trevino'ya (2010, s. 882) göre, bu tanrıçalar, dünyanın doğurganlığının, mevsimsel rejeneratif yeteneklerinin, flora ve faunasının sembolleridir. Bu sembollerin birçoğunun üreme ve annelikle ilişkilendirilmesinin sebebi yine doğurganlığa gönderme yapmasından ileri gelmektedir. Arkeologlar, tarih öncesi Paleolitik ve Neolitik dönemlere ait alanlarda yapılan arkeolojik kazılarda, kadının, doğumdan evliliğe, üremeye ve ölüme kadar tüm yaşam döngüsünü temsil eden eserlere ulaşmıştır. Çorum'da bulunan antik Catalhöyük bölgesinden tanrıça figürleri ve kadın yaşam döngüsü temsillerinde doğum yapan bir anneyi içeren 'Ana Tanrıça Heykelciği' ismi verilen bir figüre rastlanmıştır.



Resim 1: Ana Tanrıça Heykelciği (Kulaçoğlu, B., Gods and Goddesses, s.40-41)

Bulunan bu figürleri pek çok bilim insanı, doğurganlık figürü olarak yorumlayarak, ilk insan zamanlarında üremeye verilen önemi gösterdiğini ifade etmektedir. Eski Mısır'da, popüler kadın yaratılış ve aşk tanrıçası İsis, sadık bir eş ve anne rolüyle bilinmektedir (Trevino, 2010, s. 519).

Taş Devri Çağı olarak da bilinen Neolitik dönem, insanlık tarihi açısından birçok önemli gelişmeye sahne olmuştur. Tohum ekmek, tarla sulamak, toprağı kendi yararına olacak bir şekilde kullanmak gibi becerilerin edinildiğı bu dönemde insanlık, birçok değişim geçirmiştir. Geçimlerini avcılık ve toplayıcılık ile sağlayan insanların yerleşik düzene geçebilmek için gerekli bilgilerin çoğuna sahip olunduğı, bu bilgilerin ise kadınlar tarafından edinildiğı düşünülmektedir. Kadınlar tarafından yiyecekler toplanmakta, toplanan bitkilerin zehirli olup olmadığının bilgisi de yine kadınlar tarafından edinilmektedir. 'Anaerki' fikrinin de bu şekilde doğmuş olduğunu belirten

Eldem'e (2006, s. 44) göre, o dönemde kadınlarla erkekler arasında birbirine üstün gelme mücadelesinden ziyade koşulların gerektirdiği bir dayanışma bulunmaktadır. Reed (1994, s. 101), "Uygarlık kendi kendisini yaratmış değildir; yaşamak için gerekli araçlarını üretirken kültürel bir üst yapıyı da üreten insanların yaratımıdır. İnsanı analar tarafından beslendiği ve korunduğu bebeklik döneminden başlayarak tehlikelerden uzak tutan, giydiren, doyuran ve avutan kadın cinsidir" diyerek kadının bu dönemdeki yerine ve önemine işaret etmektedir. Bu tanımlamada bahsedilenin 'anaerkil' yapı olduğu görülmektedir.

Tarım toplumuna geçmeden önce 'anaerkil toplum'dan bahsetmekte fayda görülmektedir. Tarımın ilk olarak Milattan Önce 12 binlerde Ön Asya'da gerçekleştirildiği düşünülmektedir. Bu zamana kadar ise tarihsel olarak elde edilen bulgular, ilk insanların yaşamlarını avcılık ve toplayıcılık ile idame ettirdikleri yönündedir. Üretim öncesi bu dönemde erkekler genellikle avcılık yaparken kadınlar daha çok toplayıcılıkla ilgilenmek zorunda kalmışlardır. Çocuk doğurduğu ve çocukların bakımını üstlendiği için kadınlar, av faaliyetleri için gereken hareketlilikten yoksun kalmış, esasta göçebe olan avcı topluluklar içinde onlara kısmen bir yerleşiklik sağlamıştır. Özbudun'a (1995, s. 83) göre, kadınlar bu yerleşikliklerini fırsata çevirerek, çevredeki kök-bitki ve meyveleri toplayıp, ısınma, korunma ve barınmada asli görevler üstlenmiş, çocukların bakımının yanı sıra el dokumacılığı, sepet örücülüğü, elde çanak, çömlek yapıcılığı vb. faaliyetlerde bulunmuştur. Eldem'e (2006, s. 51) göre, bu dönemde kadınlar tartışılmaz bir biçimde soyağacının temel direği ve toplumun öncüleri sayılmaktadır. Kadınların toprağın sırrına erdiğini ifade eden Eldem (2006) bunu şu şekilde ifade etmektedir:

Hepsi anneden kıza aktarılan bir eğitimle 'toprağın sırrı'na vakıftı, hem de sahip oldukları doğurganlık özelliği, toprağın verimliliği ve bereketiyle bağdaştırılıyor ve bu da doğal olarak, gördükleri saygıyı artırıyordu; bu kadar basit. Sözü edilen model, günümüzdekinin aksine kadının 'ezen', erkeğinse 'ezilen' olduğu bir toplumsal yapıyı değil, kamusal alandaki kritik kararları 'bilge kadın'ların aldığı, buna karşın cinsiyetler arasında bir ayrımcılık ya da eşitsizliğin yaşanmadığı nitelikler sergiliyordu.

Antropolog ve arkeologlar, yukarıdaki gibi sebeplerden dolayı kadınların toplumsal yaşamda önemli bir konumda bulunduklarını ve sabanın bulunmasına kadar geçen dönemde toplayıcılık ve bahçecilik ile ilgili önemli katkılarda bulunduklarını dolayısıyla da ilk aile tipinin anaerkil aile tipi olması gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Bu dönemde kadınlar, kendi yetenekleri ile üstünlüklerini göstermiştir. Reed'e (1994, s. 151-153) göre, doğurganlıkları sebebiyle bereketin sembolü olarak anılan kadınlar, toprağın işleyicileri ve besin sağlayıcıları olarak da bu dönemde birçok konuda denetimi ellerinde tutarak toplum içinde üstünlüklerini korumuşlardır. Briffault'a (1990, s. 204) göre, ilk tarım toplumlarında erkeğin çok az bir etkisi olurken kadın büyük bir servet

üretmektedir. Ona göre, birçok işin üstesinden kadın gelmesi ve soyun devamını da doğuran kadın üstlenmesi kadına toplumda önemli bir yer vermektedir. Ayrıca tarımın kadınların elinde gelişmesiyle kadınların ekonomik üstünlüğü de büyük bir biçimde artış göstermiştir. Bu dönemde avcılık yapan erkeğin değeri Uhlig'e (2007, s. 30) göre, rastlantılara ve şansa bağlıyken, kadınların önemini annelik rolünde aramak gerekmektedir. Çünkü kadın, çocuk doğurmakta, onu beslemekte ve günlük hayatın zorlu şartlarına hazırlamaktadır. Yani hayatın akışını, sürekliliğini ayarlayan da meydana gelebilecek sorunlarla mücadele edip çözüm bulan da kadındır. O, doğuran ve koruyan annedir. Reed'e (1994) göre, bu dönemde babanın çocukları üzerinde hiçbir nüfuzu bulunmamaktadır. Çocuklar analarıyla beraber kalmaktadır ve doğal olarak da ana soy zinciri izlenmektedir. Çünkü evi kuran da, toprağı kazıp ürünü elde eden de, çömlek yapıp ürünü saklayan da, ilk dokumacı da, ilk sepet örücü de kadındır (Kalkan, 2010, s. 106). Bu görüşlerin tam tersi yönde görüşler de bulunmaktadır. Örneğin Firestone'a (1979, s. 94) göre, anaerkil dönemde bile kadın ezilmeye devam etmiştir. Kadının ezilmesinin engellenemediği bu dönemde toplumsal düzen, genel olarak kadını sadece ona özel olan çocuk doğurma yetisinden ötürü ayrı bir tür olarak tanımlamıştır. Firestone (1979), kadının, başlangıçta ve sonraki dönemlerde de ezilmesine yol açan şeyi doğrudan onun bedensel yapısına bağlamaktadır. Başka bir deyişle kadının eziliyor oluşu doğurgan oluşuyla eş anlamlıdır.

Toprağın profesyonel anlamda ekip biçilebildiği bir konuma gelindiğinde ise kadın ve erkeğin rollerinde bir takım değişimler de beraberinde gelmiştir. Tarım toplumunda aile ve kadının annelik rolüne ilişkin bilgiler kısıtlı kalmaktadır. Ancak toprağı yerleşilmesi ile birlikte toplayıcılık, toprağın çapalanması ve sabanın bulunması ile birlikte tarım işleri ön plana çıkmıştır. Bu da ailede erkeğin statüsünü ve önemini artıran bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla kadının gıda tedarik etme yani toplayıcılık görevi sonlandığı için toplumdaki sosyo-ekonomik öneminde de azalma meydana gelmiştir. Erkeğin tarımda gerçekleştirdiği keşiflerin yanı sıra çanak-çömlek yapımı ve yeni tekniklerin icadıyla, çoğu toplumlarda ailede patriarkal (ataerkil) bir yapıya geçilmiştir. Teknik aletlerin, özellikle sabanın bulunması bu konuda çok etkili olmuştur. Saba sürme işinin erkekler tarafından yapılmaya başlaması genellikle kadınlar tarafından yapılagelmiş olan otların ayıklanması sürecini ortadan kaldırmıştır. Kottak'a (2008, s. 453) göre, kadınlar tarihte ilk kez tarla tarımı ile birlikte üretimden kopmuştur. Bahçe tarımında kadınların %50'sinin daha aktif olduğu ortaya konmuşken tarla tarımının yapıldığı toplumlarda ise kadınların yalnızca %15'inin asıl üreticiler olduğu ortaya çıkmıştır. Bahçecilikle uğraşan toplumlarda erkekler üretimde sadece %17'lik bir rol oynarken, tarım toplumlarında erkeğin üretimdeki yeri %81'e ulaşmaktadır. Dolayısıyla erkeğin

toplumsal yaşam içerisinde yeri ve öneminin arttığı görülmektedir (Kottak, 2008).

Kottak’a (2008, s. 453) göre, kadınların üretimden kopması, dönem olarak ataerkil döneme geçildiğini göstermektedir. Engels (1987, s. 62), kadının üretimden kopmasını ‘analık hukukunun yıkılışı’ olarak açıklarken bunu da kadının o zamana kadarki en büyük yenilgilerinden biri olarak nitelendirmektedir. Kadının artık değersiz görülen ev içi rolü, erkeğin değerli ev dışı emeğiyle karşıt hale gelmiştir. Ancak bahçe tarımının yapıldığı toplumlarda kadının durumu için büyük umutsuzluklardan bahsedilmemektedir. Çünkü toplumsal cinsiyet tabakalaşmasının daha çok saban tarımıyla bağlantılı olduğu ileri sürülmektedir. Tarımsal ekonominin hâkim olduğu dönemde, kadının cinselliği de gözetim altına alınmıştır. Kadınların evde kalma oranlarının artması çocuk sayısında artış meydana gelmesinde etkili olmuştur. Bu nedenle kadının bu dönem itibarıyla en birincil rolü anneliğin yanı sıra artık ev kadınlığıdır. Cemal (1996, s. 61), kadının çocuklarına sadece annelik yapmadığını *toplumsal analık* işlevini de üstlendiğini öne sürmekte ve kadını: ‘ya gebe, ya emzikli, yani çocuklu-insan olarak, besleyip büyüten ve uzun süre eğiten ana’ olarak tanımlamaktadır. Anne, çocuğunu büyütürken aynı zamanda toplumun da yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Başka bir deyişle çocuğun yetiştirilmesi toplumun da yeniden üretilmesidir. Cemal’in, buradaki ‘çocuklu-insan’ nitelemesi, kadının sadece toplumun yeniden üretiminde cins olarak duruş biçimini ifade etmektedir (1996, s. 61). Arkeolojik ve antropolojik veriler tarihteki ilk üleşme (bölüşme, paylaşım) işleminin de yine anne ile evladı arasında yapıldığını varsaymaktadır. Anne, sadece kendinde olanı bebeğiyle paylaşmamakta onu toplumsallaştırma görev ve sorumluluğunu da üstlenmektedir. Cemal’e (1996, s. 65) göre, uzun yıllarını annesinin yanında geçiren çocuk, dili ve diğer birçok şeyi öncelikle annesiyle girdiği ilk etkileşim içerisinde öğrenmektedir. Yani, doğum bilgisine sahip olan kadının, çocuğun bakımının bilgisini de edinmek zorunda olduğu görülmektedir.

Antik döneme gelindiğinde ise kadının yine başlıca görevi çocuk doğurmak ve doğurduğu çocuğa bakmaktır. Antik döneme ait en eski yazılı metinlerde tanrıçaya basitçe ‘anne’ ya da ‘dağların annesi’ gibi isimler verildiği bilinmektedir. Ersoy’a (2017, s. 22) göre, Antik Yunan’da ‘Ana Tanrıça’, ‘yaratıcılığı’, ‘bereketi’, ‘cinselliği’, ‘doğumu’, ‘çocuk büyütmeyi’ ve ‘gelişme’ döngüsünü temsil eden ‘annelik simgesi’ olarak tanımlanmaktadır. Eldem (2006, s. 18), Kybele’den çoğunlukla ‘büyük anne’ diye bahsedildiğini şu şekilde ifade etmektedir: “Kybele, tanrıların, insanın, dağların ve aslanların annesi. İsis gibi, o da doğulu bir tanrıçaydı. Tarih öncesi çağlardaki varlığı süresince Kybele, ‘dünya anne’ olarak anılmıştır.”

Antik dönemin toplumsal yaşamı demokratik düzen ile tanıştırdığı Atina örneğinde de kadının ev ve aile içi roller ile sınırlı olduğu görülür. Kadına, yine

üreten kimliği ile bu toplumda da Neolitik dönemde olduğu gibi doğurganlığından kaynaklı olarak kendisine bir kutsiyet atfedilmiştir. Bunu Pagan inancında da yer alan kadın tanrıçalarda da görmek mümkündür. Hera, Afrodite ve Demeter bu örneklerden bazılarıdır. Atina toplum yaşamında kadın özel alanında evinden ve çocuklarından sorumludur. Kamusal yaşamda yer verilmeyen ve vatandaş tanımlamasına alınmayan bir yerde konumlandırılmıştır. Roma çağına gelindiğinde de bu durumun en erken hali olan kent devletlerinden imparatorluk düzenine kadar hatta bu düzende de devam ettiği ifade edilebilmektedir (Negiz ve Sallangül, 2024).

Antik dönemde kadının statüsü erkeğin statüsüne göre belirlenmektedir. Antik Roma’da kadının annelik rolü baskındır ve kadın özel alana yani eve ait olarak görülmektedir. Trevino (2010, s. 491) ve Pantel’e (2005) göre, Antik Roma’da evli kadının kaderi, meşru evlatlar doğurmak ve anne olmakla ilişkilendirilmektedir. Aile içerisinde kadının birincil rolü annelik olmakla birlikte diğer rolleri ev hizmetlerinde bulunmak, yün eğirmek, dokuma yapmak olarak ifade edilmektedir. Bu dönemde annenin bebeğine karşı en büyük sorumluluğu onun sadece fiziksel ihtiyaçlarını karşılamaktır. Annenin bebeğini emzirmesi en büyük görevlerinden biridir. Ayrıca bu dönemde anne sütünün, bebeğin beslenmesi açısından önemi bilinmektedir. Bu kapsamda annenin bebeğini iki yıl kadar emzirmesi gerekmektedir. Trevino’ya (2010, s. 491) göre, emzirmenin bebeğin besin kaynağı olmasının yanı sıra; Romalı erkekler, eşlerinin çocukları emzirmesinin gelecekteki sadakatlerini de sağlayacağına inanmaktadır. Antik Roma’da toplum tarafından annelerden, çocuklarını gelecekte edinecekleri rollere göre yetiştirmeleri de beklenmektedir. Trevino (2010, s. 492), Roma’daki annelerin annelik yapma pratiklerine ilişkin onları ‘katı disiplinçiler’ olarak nitelendirirken çocukları güçlü ve daha sağlıklı olabilmelerini öne sürerek onları soğuk sularla yıkadıklarını aktarmaktadır. Antik Roma’nın aksine bu dönemde Mısır ve buna benzer toplumlarda kadınların annelik pratiklerinde çocuklarına daha çok şefkatli oldukları bilinmektedir. Anneler daha sevecen ve çocuk bakımı konusunda daha besleyici bir yaklaşım benimsemektedir. Trevino’ya (2010) göre, Mısır gibi toplumlarda anne ve babalar, çocuklarına mutlu ve kaygısız bir çocukluk sağlamak için vicdanlı bir şekilde çalışan, sevgi dolu ebeveynlerdir. Çocuklara çeşitli oyuncakların sağlandığına dair kanıtlar da bulunmaktadır.

Orta Çağ’a gelindiğinde diğer dönemlerde de olduğu gibi evlilik ile annelik doğrudan birbiri ile ilişkili olarak algılanmaktadır. Kadın eşittir anne demektir. Orta Çağ’da anneliğe ilişkin bilgilerin yer aldığı makalesinde Opitz (2005, s. 270), anneliğin açıkça bir kadın alanı olduğunu ve kadınların annelikle özdeşleştirilmesinin Orta Çağ yaşam görüşünün temelini oluşturduğunu belirtmektedir. Orta Çağ’da kadınların genellikle statüsü ya da serveti ne olursa

olsun, kadının öncelikli rolü mensubu olduğu aileyi kalkındırıp hizmet etmektir. Neredeyse ‘doğal’ sayılan bir sıklıkla çocuk doğuran anneler, çocuklarını tek başlarına ya kendileri ya da ekonomik olarak güçleri yetiyorsa bir dadının veya sütannenin yardımı ile büyötmektedir. Bebekleri emzirmek, yıkamak ve uyutmak bir annenin değişmez görevlerinden sayılmaktadır. Anne (ya da sütanne) yeni doğan bebeğı ya memesiyle ya da başlangıçta boynuzdan ve daha sonra pişmiş topraktan ya da camdan yapılan biberon ile beslemektedir (Piponnier, 2005, s. 310). Bu dönemde bir kadın için doğum yapmak genellikle tehlikelidir. Hem anne hem de bebek için doğum, yüksek oranda ölümle sonuçlanabilmektedir. Trevino’ya (2010) göre, bu dönemde bebek ve kadın ölüm oranlarının çeşitli sebeplere bağılı olmak kaydıyla hayli yüksek olduğu görölmektedir. Doğum sonrasında ilk aylarda bebek kaybedilmezse salgın hastalıklar, bakımsızlık gibi çeşitli sebepler nedeniyle daha sonrasında hayatını kaybetmektedir.

Orta Çağ için annenin bebeğıne karşı tutumu kimilerine (Vecchio, 2005; Opitz, 2005) göre, sevgi dolu ve şefkatliken; kimilerine (Beck ve Beck Gernsheim, 2012) göre tam tersidir. Bu dönemde annelerin bebeklerini sevdiğini ve onlara şefkatle yaklaştığını belirten Vecchio’ya (2005) göre, anne sevgisi görev sayılmaz, bu zaten verili bir histir. Anne ile çocuğun paylaştığı yakın fiziksel ilişkisi düşünöldüğünde, bu son derece doğaldır ve bir annenin sevgisi çocuğına karşı şefkatli olmanın yanı sıra fedakârlığa eğilimlidir. Anne sürekli çocuklarının selametiyle ilgilendiğı için rolü çocuklara öğretmekten çok onların ahlaki davranışlarını ve dinsel pratiklerini gözetmektir. Bu dönemde Opitz’e (2005) göre, tüm anneler aynı sevecenlik, şefkat ve fedakârlıkta değildir ve çocuk sahibi olmak istemeyen kadınlar da bir hayli fazladır. Opitz, Orta Çağ’da yaşamış birçok azizenin biyografisini, neredeyse annelik karşıtı olan risalelere benzetmektedir. Beck ve Beck Gernsheim’e (2012) göre, anneler, bebeklerine yeterince sevgi dolu değildir ve onları dünyaya getirmelerinin nedenleri arasında ekonomik sebepler büyük bir yer tutmaktadır. Orta Çağ’da çocuğı öncelikle ekonomik nedenlerle ihtiyaç duyulmaktadır. Ebeveynler çocuklarına bakıp büyötmekte ve sonrasında onları iş gücü olarak kullanmaktadır. Çocuk çiftlikte iş gücü, yaşlandıklarında ebeveynlerine bakacak bir sigorta ve soyadının sürdürölmesini sağlayacak varisler olarak görölmektedir. Özellikle mülk sahibi olan ebeveynler için çocuğun finansal anlamı hayli büyüktür (Beck ve Beck Gernsheim 2012, s. 203).

Günümüz ile karşılaştırıldığında, şimdiye ilişkin anne pratiklerinin Orta Çağ annelik pratikleri ile pek uyum içerisinde olmadığı görölmektedir. Günümüzde temel annelik pratiklerinden biri olan emzirme, o dönemlerde genellikle sütanneler tarafından icra edilmektedir. Ayrıca o dönemlerde annelerin, çocuklarının tüm fiziksel ve entelektüel ihtiyaçlarının tek sorumlusu olmaları ekonomik duruma göre belirlenmektedir. Üst sınıflarda emzirme,

banyo yaptırma ve alt değiştirme, doyurma ve gözetme gibi günlük işleri yapan sütanneler ve hizmetçiler bulunmaktadır. Öncelikle aristokrat sınıfa özgü olan bu durum yavaş yavaş toplumun diğer kademelerinde de etkisini göstermiştir. Köylü ailelerde, emzirme, alt değiştirme ve günlük bakım, daha sık olarak bizzat anneler tarafından yerine getirilmektedir. Ancak bir annenin çocuk bakımı ile ilgili görevleri, yoğunlukla diğer sorumluluklarıyla çatışmaktadır. Bu dönemde zanaatkâr ve köylü sınıflardaki, yüksek bebek ölüm oranlarının bir sebebi de diğer ev işleri ve mesleki sorumlulukların öncelenmesidir. Opitz'e (2005, s. 273) göre, annelerin bebek bakımıyla günlük işleri birbiriyle çatışmakta ve bu çatışan iş ve çocuk bakımı açmazı, çok sık olarak çocuğun aleyhine çözülmektedir. Örneğin; o dönemlerde anneler, bebeklerini kendileriyle birlikte tarlaya götürüp, daha sonra işlerine devam etmek için bebeklerini bir kenara bıraktıklarında, bebekler yaban hayvanlarının saldırılarına uğrayabilmektedir. Bebekler açık ateşe ya da ağıldaki hayvanlara yakın bırakıldıklarında da ciddi kazalar yaşanmakta hatta bu kazalar ölümle sonuçlanabilmektedir. Davis'e (1994, s. 30) göre yeni doğum yapmış kadınlar bebeklerini bırakıp tarlalarda çalışmak zorunda kalmaktadır. Yavrularını çalıştıkları tarlanın yanına bırakıp çalışmaya koyulan kadınlar, bebeklerini emzirmeleri gerekirken emzirememişler ve memelerinde biriken fazla süt yüzünden yoğun acılar çekmeye maruz bırakılmışlardır. Bu ağrı ve acılar yüzünden daha yavaş çalışan kadın köleler sonrasında az çalıştıkları için çeşitli işkencelere uğramışlardır

Firestone (1979, s. 96), orta çağ resimlerinde çocuk-kadın ve çocuk-erkeklerin minyatürleştirilmiş yetişkinler olduğundan bahsetmektedir. Dolayısıyla yetişkinler, çocuklara 'küçük yetişkinler' gözüyle bakmaktadır. Hatta bu dönemde çocuklar yetişkinlerle o kadar aynı olarak görülmektedir ki çocukları tanımlayan ayrı bir sözcük kullanılmamaktadır. Ebeveynlerin çocuğa verdiği değer zamanla artmaya başlamıştır. 1600'lü yılların sonuna kadar çocuklara özel oyuncak ve giysiler bulunmazken bu tarihten sonra ilk oyuncaklar ve ilk çocuk giysileri üretilmeye başlanmıştır. Ancak üretilen oyuncakları çocuklar ancak 3 veya 4 yaşından sonra oynayabilmektedirler 17. yüzyılın sonlarına doğru artık çocuklar için özel sanayiler kurulmaya başlamıştır. Özel oyuncaklar, özel oyunlar, çocuk mamaları, özel kahvaltılık, çocuk kitapları, şekerler vb. üretmek üzere büyük sanayiler kurulmaya başlanmıştır. Çocuklara özel ürünler geliştirmek için kurulmuş yaynevleri, sinema ve televizyon sanayi her geçen gün artarak büyümektedir. Bu dönem sonrasında çocuk eğitim yöntemleri, çocuk doktorluğu gibi özel uzmanlıklar gelişmeye başlamıştır. Firestone'a (1979) göre, 'mutlu çocukluk miti', çocukların gereksinimlerini değil yetişkinlerin gereksinimlerini karşılamaktadır.

Kadınların yetişkin yaşamdaki rollerinin değişmediği 16. yüzyıla gelindiğinde, annelerin sorumluluklarında da farklılaşmalar gözlemlenmemektedir. Bu dönemde de çocuğu temiz tutmak, beslemek ve güvenliğini gözetmek

yine annenin sorumluluğundadır. Hufton'a (2005, s. 44) göre, bu dönemde annelik pratiği genellikle, çocuğu temiz tutmak üzerine kuruludur. Örneğin ceza mahkemelerinde çocuğunu kirli ya da aç bıraktığı ya da onun başıboş dolaşmasına izin verdiği anlaşılan anne, iyi halden indirim alamamaktadır. Hufton'a (2005) göre, eğer çocuk bebeklik dönemini atlatabilir ve çocukluğa geçerse, anne, artık bundan sonra üstlendiği rol farklılaşarak eğitici rolünü üstlenmeye başlar. Ancak anne, üstlendiği bu türlü görevler nedeniyle toplum nazarında pek de önem görmemektedir. Bunun nedenini Hufton (2005) annelerin, anneliğe ve annelik pratiklerine soğuk bakması olarak açıklamaktadır. Annelik genel itibariye normal, sıradan bir olay gibi görülmekte, kadınların anne olunca bir kazanım sahibi olmadıkları düşünülmektedir. Dolayısıyla bu dönem ve bu görüş için bakıldığında, annelik yapma pratiğinin çocuğu doğurmak ve evlenecek çağa geldiğinde aileye uygun biri ile evlendirmekten ibaret olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Hufton'a (2005, s. 43) göre, annelik bu dönemde, şefkatli ve sevgi dolu olarak adlandırılmamakta ve ortaya koyulan bilgilerin çoğunda annelik olumsuz bir durum olarak sunulmaktadır. Hufton (2005), kadınların da anneliği olumsuz bir deneyim olarak anlamlandırdıklarını belirtmektedir. Annelik pratiklerinin olumsuz adlandırılmasının sebepleri arasında ise evlilik yaşının küçük olması, uzun süreli emzirme gibi olumsuz sebepler ve bebek ölümleri üzerinde durulmaktadır.

Bu dönemde de emzirmek, hem kadın hem de erkek için 'doğal' bir baskı aracı olarak görülmektedir. Hamilelik döneminin yanı sıra emzirme döneminde de cinsel ilişki sekteye uğradığı için hem erkek hem de kadın için bir yük olarak görülmektedir. Bu sebeple Orta Çağ'da olduğu gibi bu dönemde de özellikle aristokrat ve orta sınıfa mensup anneler, çocuklarını kendileri emzirmeyip sütannelere vermekte veya göndermektedir. Badinter (1992, s. 46), ücretli sütanne tutmanın aristokrat sınıfta oldukça yaygın olduğunu ve 16. yüzyılın sonuna kadar sadece aristokrat sınıfa özgü bir durum gibi görüldüğünü ifade etmektedir. Anneler bebeklerini emzirmeyi reddetmekte, bebeklerin doğar doğmaz sütannelere verilmesi veya gönderilmesi, bir annenin çocuklarına ilgisiz ve kayıtsız olmasının bir işareti olarak görülmektedir. Aile büyükleri de kadınların bebeklerini emzirmemesi gerektiğini ifade etmektedir. Çünkü bebeğini emzirmek asil bir kadına uygun bir durum değildir. Badinter (1992, s. 39) bu durumu, toplumda içinde bebeği emzirmek için memelerin sürekli dışarıda olması edep yoksunu bir görüntü olarak algılanmakta ve kadınlara hayvansı bir görüntü sunduğu için annelerin bebeklerini emzirmemeleri gerektiği şeklinde açıklamaktadır. Badinter'e (1992) göre, "Şefkat, çocuğu bozar ve onu ahlaksız yapar ya da onun doğal kusurunu gidereceği yerde daha da güçlendirir" fikri hâkimdi. Çocukların ebeveynleriyle bir bağlılık geliştirmediklerini Firestone (1979) şu şekilde ifade etmektedir:

Ortaçağ'da hemen hemen her ailede çocuğa annesi olmayan bir kişi süt verir; çocuk sonra yedi yaşından on dört yaşına kadar başka bir eve gönderilirdi. Gittiği evde ise bir ustanın yanında çırak olurdu. Anne ve babalarından bu şekilde kopmak durumunda kalan çocuklar hem annelerine hem de babalarına herhangi bir bağlılık geliştirmezlerdi. Bu dönemde anne ve babalar çocukların sadece fiziksel ihtiyaçlarından sorumluydular ve ebeveynlerin, çocuklarına ihtiyaçları yoktu. Bu dönemde kimse, anne ve babalar dâhil, çocukların gözlerinin içine bakmıyordu. Çocuk ile anne baba arasında bir ilişki gelişiyor olsa bile bu ilişki daha çok ikinci dereceden bir akraba ilişkisine benziyordu.

Annelerin bebeklerini sütannelere emanet etmeleri sonraki dönemlerde de devam etmiş hatta toplumun neredeyse her kesimine yayılmıştır. Bebeklerini sütannelere teslim eden anneler için toplumda var olan kötü yaklaşım son bulmuş sütannelik normalleşmiştir. Emzirme işinin sütanneler tarafından zengin ve fakiri kapsayacak şekilde tüm toplum tarafından yapılıyor oluşu 18. yüzyıla denk gelmektedir. Bu dönemde büyük veya küçük kentlerdeki çocukların sütanneler tarafından emzirilmesi işi artık çok genel bir olay olarak görülmektedir. Knibiehler'e (2005, s. 327) göre, sütannelik, belli bölgesel farklılıklarla beraber bütün Batı'da gelişme göstermiş ve yayılmıştır.

Sütanne tarafından emzirilmeye gönderilen bebekler, çeşitli nedenlerle hastalanmakta veya ölmektedirler. Gerek sütanneye giderken yolda başına gelenler, gerek sütanne tarafından bakılırken başına gelenler bebek ölümlerinde oranı artırmaktadır. Badinter'e (1992, s. 109) göre, yapılan araştırmalar, doğum esnasında, doğumdan sonra, bakımsızlık nedeniyle ve hastalıklar sebebiyle her dört çocuktan birinin yaşamadığını ortaya koymuştur. Dolayısıyla bebeğin doğduktan sonra sütanneye gönderilmesi bebek ölüm oranlarının artmasındaki en büyük sebeplerinden biri olarak gösterilmektedir. Kaya'ya (2018) göre, sütannelere o önemde "melek yapıcı" (angel-maker) ismi verilmektedir. Anneler, bebeklerinin bu ücretli annelerde 'melek' yapılacağını bilerek onlara yine de göndermektedir. Bazı yazarlara (Miller, 2017, s. 20; Kaya, 2018, s. 139; Badinter, 1992) göre, bebeklerini sütannelere gönderen anneler, bebeklerini katletmektedir.

17. ve 18. yüzyıllar boyunca Donovan'a (2019, s. 25) göre, kadının, eş ve anne olarak evine ait olduğu varsayımı neredeyse evrenseldir. Kadınlar için annelik, çocuk doğurmak ve onlara bakım vermek hala zor bir görev olarak görülmektedir. 18. yüzyılın ortalarına gelinceye kadar durum, özellikle bebekler ve çocuklar için pekiyi görünmüyorken 18. yüzyılın ortalarından itibaren toplumdaki bu görüntü yavaş yavaş değişmeye başlamıştır. Bu dönemden itibaren çocuk hak ettiği değeri almaya başlamış, toplumdaki olumsuz bakış yerini pozitif bir bakışa bırakmıştır. Ancak, çocuğa çok uzun yıllar verilmeyen değer birden verilmemiş ve bunun olması için yine uzun yıllar geçmesi beklenilmiştir. Badinter (1992, s. 115), 1760 yılından sonra,

Jean Jacques Rousseau'ya atıfta bulunarak, annelere çocuklarıyla daha fazla vakit geçirmeleri, onlarla bizzat ilgilenmeleri ve emzirmelerini 'emreden' söylemlerin arttığını belirtmektedir. Artık kadınların annelik pratiklerinde birtakım kırılmalar yaşanmaktadır. Bu tarihten itibaren, kadınlara her şeyden önce 'anne' olmaları konusunda yükümlülükler yüklenirken annelik içgüdüsüne atıfta bulunarak kadından adeta bir 'efsane' yaratıldığı ifade edilmektedir. Bu efsanevi söylemleri ise Badinter (1992), 'Annelik içgüdüsü ya da her annenin kendiliğinden çocuğunu sevmesi' olarak nitelendirmiştir.

Jean Jacques Rousseau'nun, 18. yüzyılda, kadının aile ve toplumdaki yerinin yanı sıra doğurganlığı ve üremeye ilişkin görüşleri, toplumda kadına ve anneliğe ilişkin düşünceleri değişim ve dönüşüme uğrattığı belirtilebilmektedir. Rousseau (2018, s. 23) *Emile: Bir Çocuk Büyüyor* isimli eserinde kadından ve onun anneliği ile ailenin merkezi konumundaki durumuna ilişkin şunları ifade etmektedir:

"Hele bir kere kadınlar anne olsunlar; erkekler hemen baba ve koca olacaklardır" cümlesiyle vurguda bulunmaktadır. Rousseau'ya göre kadınların ailede ve toplumdaki en önemli görevleri çocuk doğurmak ve büyütmektir. Rousseau kadının diğer görevlerini ise şu şekilde sıralamaktadır: "Erkeklerin hoşuna gitmek onlara faydalı olmak, onlara kendilerini saydırmak ve sevdirmek, küçükken büyütmek büyüyünce onlara bakmak, nasihat vermek, teselli etmek, hayatı zevkli ve sevimli hale koymak"

Bu yüzyılın ikinci yarısından itibaren, artık tüm annelere çocuklarıyla bizzat kendilerinin ilgilenmeleri salık verilmiştir. Çocukların yaşaması gerekmektedir. Bunun için de annelerin çocuklarını emzirmesi ve annelerin buna ikna edilmesi gerekmektedir. Badinter'e (1992, s. 118) göre, kadınların bu işi yapabilmeleri için annelik sevgisinin olumlu yönlerini yeniden tatmaları ve çocuklarının daha fazla yaşama sahip olabilmeleri gerekmektedir. Anneler, varlıklı, orta halli veya yoksul olmasına göre, yavrusunun sağ kalması ve yanında yaşaması için davranış değişikliğine gitmiştir. Annenin bu tavrının değiştiğinin ilk ve en önemli göstergelerinden biri ise kendi bebeğini emzirmek için gösterdiği çaba ve istek olmuştur. 19. yüzyıla gelindiğinde bebeğini emziren kadınların sayısında ciddi oranda artış meydana geldiği ortaya konan veriler arasındadır. Badinter (1992, s. 115), 18. yüzyılın sonuna gelindiğinde annelik sevgisinin yeni bir kavram olarak ele alındığını şu şekilde belirtmektedir:

Sevgi ve annelik sözcükleri birbirine bu şekilde bağlanması ve bunun yanı sıra sadece duygunun değil aynı zamanda kadının da anne olarak yüceltilmesi söz konusuydu. İdeolojik ışık huzmesi babadan daha çok anneyi aydınlatmaktaydı.

Sanayi devrimine kadar olan dönemde kadınlar, aktif olarak üretim faaliyetlerini hem evde hem de ev dışında devam ettirmişlerdir. Evli ve bekâr kadınlar pazarlarda ürettikleri ürünleri satmakta; sütannelik yapmakta; çanak-çömlek yapıp satmakta; kumaş veya halı dokuyarak üretime ve geçime katkıda

bulunmaktadır. Giddens'a (2012) göre, sanayileşme ile birlikte toplumda genel olarak 'üretim' yeri olarak görünen ev artık 'tüketim' yeri olmakta ve ev işleri herhangi bir ücret alınmayan işler olduğu için 'görünmez' olmaya başlamıştır. Bu görünmez emeği Arlie Hochschild (2003) 'ikinci vardiya' olarak tanımlamaktadır. Birçok çalışma konusu, kadınların iş yaşamına atılmasıyla evdeki emekleri arasındaki ilgiyi ölçme üzerinedir. Bu çalışmalardan biri olan (Başak, Kingır ve Yaşar, 2013) "Kadının Görünmeyen Emeği: İkinci Vardiya" başlıklı çalışmanın sonuçlarına göre, kadının geleneksel toplumsal yaşamda ona atfedilen, *annelik*, *eşlik* gibi rolleri önemsenirken ve kadını bir doyuma ulaştırdığı gözlenirken modern toplumda bu roller değer kaybına uğramıştır. Kadının ev içi emeği 'ikinci vardiya' olarak isimlendirilmiştir.

19. yüzyıl her açıdan tarihte büyük dönüşümlere ve çeşitli kırılmalara ev sahipliği yapmıştır. Özellikle Sanayi Devrimi, sadece içinde bulunduğu toplumu değil tüm dünyayı ekonomik, kültürel, psikolojik ve sosyolojik olarak derinden etkilemiştir. Gerek toplumsal hayatı gerekse bireylerin toplumsal rollerini etkileyen önemli kırılmalardan biri olan sanayi devrimi ile birlikte buharlı makineler icat edilmiş ve toprağa dayalı üretim sistemi yerini makinelere bırakmıştır. Ekonomik kaygıların artmaya başlamasıyla birlikte kadınların iş hayatına girmelerinin önü açılmış ve böylece kadının toplumdaki kabulünün artması, toplumsal konumunda da değişimler yaşanmasını zorunlu kılmıştır. Kadın, sanayi devrimi ile birlikte ilk kez ücretli iş gücünün bir bireyi olmuş ve maddi olarak kazanımlar elde etmiştir. Bu kapsamda kadının, eş ve annelik rolünün başka bir noktaya geldiği, iş hayatında da kendisine roller edindiği ifade edilebilmektedir. Özel alanın yanı sıra kamusal alanda da görevler üstlenen kadın, annelik rolünü ve bu rolü icra etme pratiklerini de dönüştürmüştür.

Sanayileşme ile birlikte kadınlar tarafından için ev işinden ücretli işlere kitlesel bir kayış gerçekleşmektedir (Scott, 2005, s. 386). Kadınlar genellikle vasıfsız işlerde ve erkeklere göre düşük ücretle çalıştırılmakta ve bunun en büyük sebebi ise kadınların çalışmasının çoğu kez geçici olmasından kaynaklanmasıdır (Scott, 2005). Çünkü kadınlar evlendikten veya çocuk sahibi olduktan sonra tam zamanlı işinden ayrılmak zorunda kalıp yarı zamanlı işlerle uğraşmak durumunda kalmaktadır. Dolayısıyla bir kadın için eşinin durumu, çocuk sayısı ve kendisinin yaşı iş hayatına girişini belirleyen faktörler arasında yer almaktadır. Başka bir deyişle anne olan kadın, işini ikinci plana atması ve birincil rolleri olan annelik ve eşlik rollerini riske atmaması gerekmektedir. John Stuart Mill, 1869 yılında Rousseau'yu destekler nitelikte yayımladığı *The Subjection of Women* isimli eserinde, kadınların evlenip çocuk yapmasının gerekliliğinden bahsederken, kadınların mecbur kalmadıkça buna yönelmeyecekleri ve bu sebeple onların buna mecbur kılınması gerekliliğinden bahsedildiğinin altını çizmiştir (2009, s. 50).

Ekonomik yetersizlikler nedeniyle çalışma hayatına giren kadın bu alanda da toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine maruz kalmaktadır. Scott'a (2005) göre, işverenler işçilerini toplumsal cinsiyet özellikleri gösteren işler olarak tarif etmişler ve çalışanları bu belirlemelere göre işe almışlardır. Örneğin, ince ve kıvrak parmakları, sabır ve dayanıklılığı gerektiren görevler dişillik gösterirken; kas gücü, hız ve beceri erillik göstermektedir. Bazı işlere kadınların alınması bazılarına ise uygun görülmemesi 'kadın işi' kategorisinin yaratılmasına neden olmuştur. Anneler iş hayatına girmişler ve ücretli işlerde çalışmışlar ancak çeşitli zorluklarla da karşılaşmışlardır. Lipovetsky'e (1999, s. 155) göre, 1851 yılında İngiltere'de çalışan kadınların %40'ı hizmetçi olarak çalışmaktadır. İngiltere'de bir fabrikada İngiliz fabrika yasalarıyla ilgili çıkan bir tartışmada, 'çalışan kadınların memelerinin fabrika işi süresince çocuk emzirmeye uygunsuzlaştığı' ileri sürülmektedir. Scott'a (2005, s. 374) göre, Fransa'da 1860 yılında Fransız bir yasa koyucu; 'işçi olan bir kadın artık kadın değildir' iddiasında bulunmaktadır. Başka bir deyişle kadınlar, hem kadın hem de anne oldukları için düşük ücretlerle çalıştırılmakta, dahası cinsiyetçi yaklaşımlara maruz kalarak ötekileştirilmektedir. Bu sebeplerden kadınlar için ötekileştirildikleri çalışma hayatı adeta yenik başlanılan bir maçı anımsatmaktadır.

Kadın ve erkek çalışanlar arasında eşitsizlik dünyanın pek çok yerinde kendisini hissettirmektedir. Kadın-erkek ücretlerine ilişkin olarak en çok verinin bulunduğu ülke Amerika Birleşik Devletleri'dir. 1910 yılında ABD'de kadın çalışanlar aynı işi yapan erkeklerin aldığı ücretin %50 veya %60'ını almaktadır. 1971'de tam zamanlı kadın işçilerin kazancı erkeklerinkinin %66'dır (Giele, 1977, s. 322). 1972 yılında Japonya'da kadın çalışanların erkeklere oranla en fazla ücret aldıkları alanlar ulaşım ve iletişim alanları olmasına karşın, bu alanlarda da erkeklerin aldıkları ücretin %65,7'sini almaktadırlar (Pharr, 1977, s. 235). Fransa'da 1971 yılında ellerine geçen yıllık ortalama ücretler bakımından erkekler ile kadınlar arasındaki fark %33,6'yı bulmaktadır. Üstelik bu fark mesleki yeterliğe ve ihtisassa göre de derinleşmektedir. Bu farkların yanında cinsiyete göre alınan ücretler arasındaki farklılık, vasıfsız işçiler için %25, memurlar için %29, vasıflı işçiler için %36, orta derecede yöneticiler için %39, yönetici kadrolar için ise %55 olmaktadır (Vincent, 1977, s.30). Amerika Birleşik Devletleri'nde kadınların geliri erkeklerin gelirinden yalnızca %62'sidir (Agassi, 1975, s. 45). İstatistiklerle de belirlendiği üzere, birçok kaynakta kadınların erkeklerden daha az ücretle, daha yoğun saatler çalıştıkları ve sadece evli ve çocuklu olmadıkları takdirde tercih edilebilecekleri ortaya konmuştur. Başka bir deyişle toplum kadınları hem anne olmayı teşvik etmekte hem de anne olan kadın iş hayatında barındırmamaktadır. Ortaya konan kadın istihdamı verileri de bu yargıyı doğrulamaktadır. Ritzer (2011, s. 473), kadınların ev esaslı işleri tercih etmesini işbölümündeki cinsiyetçi düşüncelere bağlarken; kadın emeğinin iş gücüne katılımı ev içi emekte bir azalma teşkil etmediğinden

çoğu kadın evdeki sorumluluklarını sürdürebilmek adına daha düşük ücretli işleri kabul ettiğini belirtmektedir. Fraisse'ye (2005, s. 67) göre ise kadının iş hayatına girişi kadının lehine sonuçlanmıştır ve onun kurtuluşunun başlangıcı olmuştur. Fraisse bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

Kapitalizm kadınları emek pazarına sürmekle (kadınları üremeyi gerçekleştiren annenin yanı sıra üretken işçi haline getirmekle) kadınları özel aile mülkiyeti dünyasından çıkardı. Ve böylece aslında farkında olmadan kadınların kurtuluş mücadelesini başlatmış oldu. Aslında ücretli emek kadınlar için özerkliğe doğru ilk adımdı.

Kadınların iş hayatına atılması 20. yüzyılın ilk yarısında da artarak devam etmiştir. Genellikle ekonomik durumu iyi olmayan kadınlar ücretli iş gücünün birer üyesi olmaktadır. Ekonomik durumu nazaran daha iyi olan kadınlar evlerinde çocuklarına bakmayı tercih etmektedir. ABD'de 1947 yılında evli her beş kadından birisi çalışırken, 1970'lerde evli kadınların üçte biri çalışmaya başlamıştır. 1968'de kadın işgücünün yarısından fazlası evli kadınlardır. Ancak bu kadınlar meslek hiyerarşisinin en alt kademelerinde bulunmaktadır (Epstein, 1971, s.95). 1972 yılında Japonya'da çalışma çağına gelmiş kadınların %47,8'si herhangi bir iş kolunda çalışmaktadır (Pharr, 1977, s. 234). Hem ücretli bir işte hem de evde fazla saatler çalışan kadınlar, maddi durumları uygun değilse bebeklerine kendileri bakmak zorunda kalmaktadır. 1958 yılında ABD Çocuk Bürosunun yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre, ebeveynlerin iki yaşından küçük çocuklarının %57'sine 'bir akraba', %21'ine ise akraba olmayanlar bakıcılar bakmaktadır (Çiftçi, 1982, s. 40). Yine 1970 yılında ABD'de üç yaşından küçük çocuğu olan kadınların %16'sı üç ve beş yaş arasında çocuğu olan kadınların ise %31'i, altı ve on yedi yaşları arasında çocuğu olan kadınların ise %39'u çalışmaktadır (Hoffman and Nye, 1974, s. 25). Bu çocukların ise altı yaşından küçük olanlarının %18'ine babaları, %18,4'üne büyükanneleri, %34,5'ine bir akraba, %26,3'üne paralı bakıcılar bakım vermektedir. Bunun yanında anaokulları ve çocuk bakımevleri gibi yerlerde bakılan çocukların oranı ise %10,5 olduğu ortaya konan veriler arasındadır (Hoffman and Nye, 1974, s. 104). Evli ve çocuklu kadınların çalışma oranı yükselmeye devam etmekteyken annelerin çalışmaya dair haklarına ilişkin yeterli düzenlemeler söz konusu değildir. Fransa'da 1972 yılında yapılan bir araştırmada, hamile kalan çalışan kadınların %74'ü işten çıkarılma, barınma sorunları ve aldıkları çok düşük ücretler nedeniyle çocuk düşürme yoluna başvurdıkları ortaya çıkmıştır (Vincent, 1977, s. 86). Çiftçi'nin (1982) yaptığı araştırmaya göre, kapitalist ülkelerde annelik ve çocuk bakımı maliyetini kadının kendisinin ödeyeceği kişisel bir sorun olarak görülürken, sosyalist ülkelerdeki annelik toplumsal bir işlev olarak değerlendirilmektedir. Başka bir deyişle kapitalist ülkelerde annenin yeri çocuklarına bakabileceği evi iken, sosyalist ülkelerde annelerin çalışması desteklenmektedir ve bu istenen bir durumdur.

Sanayi öncesive sanayi devriminin ilk yıllarında kadın, hem üretim işleri ile ilgileniyor hem de çocuklara bakıyor ve onları kendine yardım etmesi için çeşitli işlerde eğitiyordu. Ancak, sanayileşme ile birlikte kadının ev dışındaki üretim alanı ve payı artış gösterirken ev içindeki üretim payı da azalmaya başlamıştır. Lefaucheur'e (2005: s. 411) göre, 'güç' isteyen işlerde erkeklerin öncelikle yer aldığı ve kadınların evde çalıştığı eski 'sınai' mantık hizmet sektörünün yükselişi ve 'sanayi sonrası' meydana gelen değişimlerle zayıflamaya başladı. Ortaya çıkan bu yeni düzende hizmet, kas gücünden daha önemli görülmekte ve entelektüel sermaye güç kazanmaktadır. Bu noktadan sonra evde çocuklarına bakan annenin kaderi yavaş yavaş değişim göstermeye başlamıştır. Chodorow'a (1979, s. 89) göre, kadınların ev içi emeklerinin maddi bir karşılığı bulunmadığı için özellikle annelik rolünün sevgi anlamında değerli gibi görünse de kadın ve erkek alanları bu manada ciddi oranda eşitsiz olmaktadır ve dolayısıyla da değer kaybetmektedir. Bunun, yani ev içi rollerde artan değer kaybının kadınların kamusal alanda yer aramasının başlıca nedenleri arasında yer aldığı belirtilebilmektedir. Bu kapsamda anneler ile bebekleri arasındaki ilişki iş nedeniyle kısıtlı olmaktadır. Toplumsal olarak annenin ev içi sorumlulukları ve rollerinin yanı sıra kamusal alanda da belirgin bir şekilde sorumluluk ve görevleri artmaya başlamıştır. Kadınlar, özellikle de anneler, çalışma hayatında kendilerine giderek daha fazla yer bulmaya başlamışlardır. Ancak anneler için, bebek bakımına ilişkin teknolojik gelişmeler ne kadar ilerlemiş olursa olsun, çalışma hayatında çeşitli hukuki düzenlemelerin hayata geçirilmesi, pozitif bazı ayrıcalıklara sahip olunması gerektiği gün yüzüne çıkan ve çözülmesi gereken sorunların başında gelmektedir. Kadınların erkeklerden daha yoğun çalışıyor ve daha az ücret alıyor oluşu, Batı'da çeşitli itirazlara neden olmuş bu sebeple de düzenlemelere gerek duyulmuştur. Kadının çocuğunu emzirmesi için süt izni, çalışma saatlerinin buna uygun olarak ayarlanması, ücret olarak kesintiye gidilmemesi gibi maddeler ve istekler kadınlar tarafından öne sürülmektedir. Tüm bunların yanında anne olan kadınlar, bakmakla yükümlü olduğu çocukları olması sebebiyle işe kabul edilmeme, hamile kalındığının öğrenilmesi üzerine işine son verilmesi gibi negatif ayrımcılıkla baş etmek durumunda kalmaktadır. Kadınlara özellikle evli ve çocuklu kadınlara çalışma hayatında daha fazla yer alabilmeleri için ve toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini azaltmaya yönelik olarak pozitif ayrımcılık düzenlemeleri yapılmaya başlanmıştır. Bunun ilk örnekleri Fransa'da görülmüştür. 1892 yılında çalışan Fransız anneler için gebeliğin dördüncü ayından çocuk bir yaşına gelinceye kadar günlük bir ücret ödenmesini öngören yenilikçi bir doğum izni verilmesi için öneriler sunulmuştur. Scott (2005, s. 396) konuya ilişkin olarak, 'sosyal işlev'i olması dolayısıyla kadınların çocuk doğurmasını desteklemek üzere işverenlerin konuya ilişkin olarak vergilendirilmesinin önerildiğini aktarmaktadır. İnsan gücüne duyulan ihtiyaç artmış, eğitilmiş beyaz yakalı kadınların iş hayatında daha çok yer edinmesi için

pozitif yasaların artması, kadınları çalışma hayatına daha kolay girebilir bir seviyeye getirmiştir.

Annelerin bebeklerine ve anneliğe olan ilgisi ve bakışı 19. yüzyılın son yarısı itibariyle artık değişmeye başlamıştır. Bebek artık sadece fiziksel ihtiyaçlarının karşılanıp sonrasında pek de ilgilenilmeyen bir varlık değildir. Sütannelere göndermeler ciddi oranda azalmıştır. Jean Jacques Rousseau'nun (2018) annelik, çocuk yetiştirme ve bakımına ilişkin fikirleri Batı'da anneler tarafından benimsenmeye başlamıştır. Anneler, artık bebekler ve onların bakımına dair çeşitli araştırmalar yapmaya başlamış; onları nasıl yıkayacakları, nasıl besleyecekleri; bir bebeğin neden ağladığı; ne zaman ve kaç saat uyuması gerektiği; bebeğin kucağa alınıp alınmaması gerektiğine dair bilgilere ulaşabilmektedir. Anneler bu dönemde, hamile kaldıkları andan itibaren beslenmelerine dikkat etmeye başlamakta ve bebek dünyaya gelene kadar da bunu sürdürmektedir. Bu dönemden sonra anneler, annelerinin kendileriyle geçirdiğinden daha fazla vakti çocuklarıyla geçirmeye adanmışlardır. Artık bebekler uzaklara, sütannelere gönderilmemektedir. Anneler sürekliliği bebeklerinin yanındadır. 19. yüzyıl anneliğin zihinlerdeki değişiminin başlangıç yılı olarak kabul edilmektedir. Kimi araştırmacılara (Badinter'e, 1992, s. 166-169; Lipovetsky, 1999, s. 178; Fraisse, 2005, s. 15) göre, 19. yüzyılda eş-anne-eğitmen kadın kutsallaştırılmaktadır. Anne olan kadın artık sadece bir anne olmaktan öte 'iyi anne' olmak zorundadır. Bu dönem, aynı zamanda kadını sadece anne olarak gören, kadını sadece annelik rolü ile ilişkilendiren bir dönemim başlangıcıdır. Lipovetsky'e (1999, s. 158) göre, kadın, çocuk doğurup büyütme, beslemek, her türlü ihtiyacını karşılamak ve kendini tamamen bu göreve adanmak, kişisel tutkularından vazgeçmek, ailesi için ciddi özverilerde bulunmak zorundadır. Rousseau ve bu dönem yazarları tarafından başlatılan annenin çocuk üzerindeki vazgeçilmez rolünü vurgulayan kitaplar çoğalmış ve annenin idealizasyonu için ilk adımlar atılmıştır. Annenin imajı bu dönem itibariyle artık şefkat, iyilik, güzellik olarak anılmaktadır. Kadınlar için ideal olanın evde kalmak olduğu, yinelenen toplumsal kabullerden biridir. Ancak kadın evde kalacaksa anne olarak evde kalmalıdır. Babalar daha çok 'dışarı' işlerinde çalışırken anneler çocuk bakımıyla ilgilenip evde olmalıdır. Dolayısıyla bebek doğurmak ve çocuk büyütme kısaca bu dönemde de yine bir kadın alanıdır. Bebeğin bakımında en büyük rolü anne olarak kadın üstlenmektedir. Babaların yeri ise ikinci sırada bulunmaktadır (Sohn, 2005, s. 105).

Bu dönemde bebek bakımında çok fazla sorumluluk yüklenen kadının işleri, teknolojik yenilikler sayesinde kolaylaşmaya başlamaktadır. Biberon bu anlamda kurtarıcı bir rol oynamıştır. 1870'ten itibaren bir dizi bilimsel ve teknolojik olarak yaşanan ilerleme, bebeklerin ölüm oranında ciddi düşüşler yaşanmasını sağlamıştır. Bebek ölüm oranlarının düşmesini sağlayan yeniliklerden biri

biberonun bulunması olmuştur. Biberonun bulunması ve yaygınlaşması bebek ölüm oranlarını ciddi oranda düşürmekle kalmayıp anneyi bebeğe birincil bakım veren kişi pozisyonundan da çıkarmaktadır. Biberon yardımıyla çocuk doğurmak ile çocuk büyütme arasındaki bağın kopması, erkeğin de süreçte dâhil olmasını sağlamıştır. Tüm bunların yanı sıra, biberonlar ve emzikler hızla gelişmiş, hazır mamaların ve bebek yiyecekleri yaygınlaşmış ve bebeklere bakım verecek kişi sayısında da artış meydana gelmiştir. Dolayısıyla artık anne, bebeğinin başka kadınlara emzirsın diye göndermek zorunda değildir. Bunun yerine artık bebeğine, biberon yardımıyla kendi sütünü verebilecektir. Önceki dönemlerde anneler için birçok anlamda olumsuz çağrışımlar yapan emzirme, artık anneler için olumlu anlamlar kazanmıştır. Knibiehler'e (2005, s. 329) göre, emziren kadın artık bir 'süt ineği' değil, müşfik bir annedir. Sohn'a (2005) göre, bu zamana kadar yaygın olarak kullanılan sütanne uygulaması; 1918'den sonra sütannelere ilişkin talebin yokluğu, annelerin bebeklerine olan bakışlarındaki değişiklikler ve annelerin çocuklarını her gün görmek istemeleri sebebiyle de belirgin bir biçimde gerileme göstermiştir.

2.3. Annelik Rolünün Günümüzde Genel Görünümü ve İşlevi

Annelik, anneliğe bakış ve pratikler 20. yüzyılda farklılaşmaya devam etmiştir. Anneliğin mükemmelleştirilmeye başlandığı bu yüzyılda 'daha iyi ve sağlıklı' çocukların büyümesi için çok çaba harcanmaktadır. 20. yüzyılda kadın hamile olduğunu öğrendikten sonra çeşitli hazırlıklara girişmekte, bebek doğmadan nasıl besleyeceği, nasıl uyutacağı, kucığında sallayıp sallamayacağı, neler yedirip yediremeyeceğine ilişkin türlü materyaller, sayısız kitap ve dergiler annelere neyi, nasıl yapacağını anlatmaktadır. Anne ve bebeğe ilişkin sanayi gün geçtikçe artmakta ve artık her konunun bir uzmanı bulunmaktadır. Uzmanların 'yap!' dediği yapılmakta, 'yapma!' dediği uygulamalar ise yapılmamaktadır. Anneler, bebekleri için en iyiyi isterken uzmanlardan faydalanmakta, uzmanların görüşlerinden fayda sağlayamayan anneler ise çeşitli konularda kendilerini eksik hissetmektedir. Kadınların toplumda var olma nedenleri neredeyse Atabek'in de belirttiği gibi (1999, s. 121) artık sadece anne olmalarına indirgenmiştir. 1990'lı yıllarda iş kolunun en zayıf halkaları olan kadınlar iş hayatlarından bir bir evlerine dönmeye ikna edilmişlerdir. Ekonomik bunalım nedeniyle kitleler halinde işsiz kalan kadınlar, annelikleriyle ön plana çıkmak zorunda kalmışlar ve annelik hiç olmadığı kadar yüceltilmeye devam edilmiştir (Badinter, 2020).

Badinter'e (2020, s. 17) göre, bu dönem kadar evli çiftler çocuğu, evli olmanın doğal bir sonucu ve türün devamı için bir görev olarak görmekle 1970'li yıllardan sonra bu durum değişmeye başlamıştır. Artık kadınlar 'çocuğu' bir seçim olarak görmektedir. Kadınlar, annelikleriyle ilgili, 'bebek ile bağlanma', 'emzirme' ve 'içgüdü' gibi konuları daha çok önemsemektedir. Önceki çağlarda

kadınlar tarafından reddedilipsütanneler tarafından gerçekleştirilen emzirme, artık anneliği dönüştüren unsurların başında gelmektedir. Özellikle orta çağda ‘hayvani bir durum’ olarak görülen emzirme, bebeklerini biberon yardımıyla besleyemeyen anneler tarafından sıkça başvurulan biruygulanmaktadır. Bu durumun değişmesi, Amerikalı annelerin kurduğu La Leche League derneği sayesinde olmaktadır. Bu dernek kadınlarla yaptıkları toplantılar sonrasında annelerin emzirmeye bakış açılarında önemli ölçülerde değişim meydana gelmiştir. Öyle ki, ABD’de 1950’li yılların ortasında %20’lerde olan emzirme oranları 1980’li yılların ortalarına gelindiğinde %60’lara kadar yükseliş göstermiştir (Badinter, 2020, s. 74). Ulusal bir boyutta kalmayan tüm dünyada yankı uyandıran dernek ve mücadelesinin iki temel ilkesi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, iyi bir annenin çocuğunun ihtiyaçlarını öncelemesi gerektiği ikincisi ise çocuğun ihtiyaçlarını asıl belirleyenin ‘doğa’ olduğudur (Badinter, 2020, s. 77). Annenin çalışmasına olumsuz bir bakış açısı mevcuttur. Kadın bebeğini ve onun ihtiyaçlarını önceliği haline getirip evde kalacak ve çalışma hayatından kopacaktır. Tüm bunların yanında, annelere verilen mesaj iyi annenin emziren anne olduğudur. Birçok çeşitli sebeple emziremeyen anne, kendisini yetersiz hissetmekte, bir de çalışmak zorundaysa vicdani olarak hafifletemediği bir yükün altında ezilmektedir. Badinter’e (2020) göre, dernek, emzirmenin hem bebek hem de anne üzerindeki yararlarını kadın üzerinden kurgulamakta, bebek ve annenin iyiliğini ister gibi görünerek anneyi adeta yok etmektedir. Örneğin, derneğin doktor kurucularından olan White, “Çocuğunu biberonla besleyen kadın ‘engellidir’. Belki bir gün iyi bir anne olmayı başaracaktır ancak emzirseydi daha iyi bir anne olabilirdi” diyebilmektedir (Weinner, 1994, s. 1368). Feminist hareketlerin yükselişi ile birlikte doğum oranlarındaki düşüş ve çalışma hayatında annelerin istihdamındaki artış, Amerika’da yeni tartışmaların da başlangıcı olmuştur. Çünkü kadınlara, onlar için ideal olanın bebeklerine bakmak ve bunu tam zamanlı olarak yerine getirmek türünden mesajlar verilmektedir. ‘Tam zamanlı annelik’, ücretli bir işte çalışmayıp evde çocuklarına annelik yapan kadınları anlatan bir kavramdır. Freiburger’e (2010, s. 434) göre, ‘tam zamanlı anne’, çocuklarına bakmanın ücretli işe göre daha öncelikli hale getirildiği bir çocuk büyüme yaklaşımını ifade etmektedir. ‘Tam zamanlı annelik’ sanayi devrimi ve sonrasındaki dönemde birçok kadının çalışma hayatında yer edinmesiyle rafa kalkmıştır. Ancak kadınların yeniden evlerine, çocuklarının ve eşlerinin yanına dönmesi gerektiğinin altını çizen söylemler, bebek bakımının inceliklerinin anlatılmasıyla yeniden gündeme gelmiştir.

Tıpkı emzirme gibi anne ve annenin bebekle ilişkisinin çeşitli kalıplarla ifade edildiği diğer bir konu da ‘Bağ Kuramı’dır. Bu kurama göre, anne eğer bebeğiyle arasında anlamlı ve tatmin edici bir ilişki kurmak istiyorsa doğumun hemen ardından fiziksel temasta bulunması gerekmektedir.

Burada insan türünün, yani kadının diğer canlı türleriyle ortak bir içgüdüsel davranış gösterme eğiliminde olduğu ileri sürülmektedir. Örneğin, keçi, inek veya koyun gibi bazı canlılarda doğumdan hemen sonra yaşanan bir ayrılık yavrularına karşı ters tepkiler vermelerine sebep olmaktadır. Ancak birkaç saat bile hiç ayırlanamaları sonrasında birkaç gün ayrı kalsalar dahi sonra yan yana geldiklerinde annenin içgüdülerini kaybetmediği, yavrularına karşı anaç duygular sergilediği gözlemlenmiştir. Bu durumdan yola çıkılarak, anne ile bebeği arasında da böylesi bir durumun olması, bunun içinde bebek ile 16 saat ‘ten temasının’ uygulanmasının gerektiği ifade edilmektedir. ‘Bonding’ olarak adlandırılan ve anne ile bebek arasında gerçekleştiği kabul edilen bağlanma süreci, kuramın aldığı eleştiriler sonrasında doğumdan sonraki bir yılı kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Klaus vd. 1972, akt. Badinter, 2020, s. 53). Annenin bebeğinden ayrılmaması gerektiğine işaret eden bu süreçte, anne evde kalmalı ve bebeğiyle ilgilenmelidir. Ancak kadınlar için verilen doğum izinleri bu bir yıllık süreyi kapsamadığından kadınlar çalışma hayatına bir süre sonra geri dönmektedir. Dolayısıyla anneler bu sebeple panik olmakta ve bebeklerini evde bırakıp çalışma hayatına geri döndükleri için derin bir suçluluk duygusuna kapılmaktadır. İsviçreli Psikolog Alice Miller *Yetenekli Çocuğun Dramı* isimli eserinde ‘Bonding’ın anne bebek bağlanması açısından elzem olduğunun altını çizmiştir. Ona göre de annenin çocuğuna yaşamı boyunca mutlak surette ihtiyaç duyacağı şeyleri verebilmesinin ön koşulu annenin bebeğinden ayrı kalmamasıdır. Eğer bebek, annesinden alınarak bebek bakım odası gibi yerlere götürülürse, annenin çocuğuna tanıdığı bu büyük fırsat kaçırılmış olur ve sonraki zamanlarda telafi edilmesi pek de mümkün görünmemektedir (Miller, 2020, s. 44).

Bağ teorisi 1970’li yıllar boyunca popülerliğini sürdürmüş ancak 1980’li yıllarda yavaş yavaş etkisini kaybetmeye başlamıştır. Teori, yapılan çeşitli araştırmalar sonucunda konu üzerinde çalışan uzmanlar tarafından çocuğun ilerleyen yaşlarındaki etkileri bilinmiyor oluşu sebebiyle eleştirilmiştir. Ayrıca Eyer’e (1994, s. 73) göre, buradaki temel sorun, anneliğin biyolojiye ve içgüdülere bağlanması ve anneliğin aynı zamanda öğrenilen bir süreç olmasından soyutlanmasıdır. Teori, doğumun hemen ardından bebeği ile ten teması kuramayan, bebeğini çeşitli sebeplerle kucağına alamayan, yoğun bakıma alınan anne ve bebeklerin varlığı gibi sebeplerle de eleştirilmiştir. Bu ve buna benzer birçok uzman tavsiyesi, 20. yüzyılda kadınları bu anlamda annelikleri üzerinden çıkmazda hissettirdikleri yüzyıl olarak ortaya çıkarmaktadır. Ancak feminist hareketler ile birlikte kadınlık ve anneliğe dair birçok konu farklı açılardan ele alınmıştır. Feminist hareketler, kadınların ve toplumun anneliğe bakışı açısından önemli bir noktada bulunmaktadır.

Feminist hareketlerin hem ulusal hem de uluslararası platformda kadınların birey olarak kabul edilmesi adına mücadele verdiği söylenilebilmektedir.

İlk bilinen haliyle 1792’de Marry Wollstonecraft’ın ‘Kadın Haklarının Gerekçelendirilmesi’ (A Vindication of Rights of Woman) adlı eser kadın haklarını savunan ve kadınların erkeklerden daha aşağı olmadığını ifade ederek, erkeklerin sahip olduğu temel haklara sahip olmak istediğini anlatmaktadır. Bu eser ile başlayan feminist hareketler ve kadınların mücadelesi üç dalga halinde sürmüştür. Birinci Dalga Feminist Hareketler, daha çok siyasal anlamda kadınların siyasi haklara sahip olması gerektiğine ilişkin kadınların bu anlamdaki özgürlük mücadelesini kapsamaktadır. İkinci Dalga Feminist Hareketler 1960’lı yıllarda başlamış ve kadınlara ilişkin cinsellik ve doğurganlık ile ilgili ayrımların ortaya konması bakımından verilen bir mücadeledir. Genel itibariyle toplumsal cinsiyet rollerinin yıkılması talep edilmektedir. Kadınlar kendi bedenleri üzerinde söz sahibi olmak isterlerken kürtaj hakkının elde edilmesi gibi konuların gün yüzüne çıkarılması gibi taleplerde bulunmuşlardır. Bu hareket ile birlikte çeşitli adımlar atılmıştır. Örneğin ABD, İngiltere ve Fransa gibi ülkelerde doğum kontrolü yasal hale getirilmiştir. Kadınların annelik ve doğuma ilişkin bakış açılarındaki kırılmalarda ikinci dalga feminist hareketlerin büyük etkisi olduğu bilinmektedir. Üçüncü Dalga Feminist Hareketler ise 1990’lı yılların ikinci yarısı itibariyle başlamış, farklılıklar üzerinde durmuştur. Etnik ırk, kimlikler ve cinsel yönelimleri sebebiyle ezilen, dışlanan ve kötü muameleye maruz kalan kadınlar mücadele kapsamına alınmıştır.

Modernleşmeci (anti-natal) ve annelik-odaklı (maternalist) feminizm olarak iki akım altında toplanan kadın hareketleri, kadını konumlandığı yer itibariyle birbirinden ayrılmaktadır. Modernleşmeci feminizm, kadın ve erkek cinsinin benzer olduğunu ve eşit haklara sahip olması gerektiğini vurgular. Erkek ve kadın arasında bu manada bir çatışma olduğunu öne sürerek kadınlarindişil rolleri öne çıkarılmaz. Ayrıca erkek egemenliği de reddedilmektedir. Burada annelik rolünün kadını sınırlayan rollerin başında geldiği belirtilmekte ve anneliğin devlet tarafından desteklenmesi gerekliliği ifade edilmektedir. Annelik odaklı (maternalist) feminizm ise kadın ve erkeklerin toplum içerisinde farklı roller üstlendikleri ve erkek ve kadının birbirlerinin tamamlayıcısı oldukları kabul edilmekle beraber iki cinsin de eşit haklara sahip olmaları gerektiğine işaret edilmektedir. Bir taraftan annelik desteklenirken, bütün kadınların anne olması gibi bir gerekliliğinin bulunmadığını altı çizilmekte ve kadının meslek sahibi olması gerektiği vurgulanmaktadır (Sancar, 2014, s. 77). Finlandiya ve Norveç gibi ülkelerde bu tür akımların çocukların bakımını sadece anneye hapsedmeyen bir anlayış gelişmekle birlikte, devlet, çocukların yetiştirilmesinde sorumluluk üstlenmiş böylece ailede kadın ve erkek arasında eşitlik sağlanabilmiş ve kadınların temel hakları korunabilmiştir (Sancar 2014, s. 69).

Kate Millett (Sexual Politics, 2000), Firestone (The Dialectic of Sex, 1979), Juliet Mitchell (Women’s Estate, 1973) Elisabeth Badinter (Kadınlık mı Annelik mi, 2020) gibi bu alana katkıda bulunan isimler annelik rolünün

kadınları toplumsal olarak baskı altına alan bir kurum olarak nitelendirmektedir. Bunun yanında Andrienne Rich ise (Woman of Born, 1995) anneliği ‘bir kurum olarak annelik’ ve ‘bir deneyim olarak’ annelik olarak iki başlık halinde incelemektedir. Rich, ‘bir kurum olarak’ anneliği, toplumda genel olarak çocuğa annenin bakması yönündeki yargının ve bunu bir görev olarak kadına atfedilmesinin kadınları sistematik olarak bir baskının ve eşitsizliğin içerisine sürüklediğini ifade etmektedir. ‘Bir deneyim olarak’ anneliği ise bir annenin çocuklarıyla ilişkisini ifade ettiğini belirtirken; ‘kurum olarak anneliğin’, kadını baskı altına aldığını, ‘deneyim olarak anneliğin’ ise baskıcı olmadığını ifade etmektedir. Rich, buradaki baskının, ‘Her kadın doğal olarak annedir’ sözünden ileri geldiğine işaret etmektedir. Nancy Chodorow (1978) da “The Reproduction of Mothering, Psychoanalysis and The Sociology of Gender” başlıklı eserinde anneliğin inşa edilen bir süreç olduğuna dikkati çekmektedir. Anneliğin sadece çocuk doğurma sürecine indirgenemeyeceğinin altını çizen Chodorow, bunun toplumsal bir süreç olduğunu ve annenin çocuğa bakan ve sosyalleştiren kişi olduğunu belirtirken bunu aynı zamanda erkeklerin de yapabileceğini vurgulamaktadır.

Küreselleşme dinamikleri ile birlikte, medyanın ve teknolojinin ilerlemiş olması bireyin yaşantısında birçok deneyimi kolaylaştırmıştır. İletişim ağları vasıtasıyla bireyler artık farklı birliktelikler edinmektedir. Bu birliktelikler ile dinden, ulus-devletten ve milliyetten bağımsız olarak yaşam tarzları, düşünce ve duyguda birlik olmuşlardır. Bu durum bireyin özgürleşme ve geleneksel bağlarından sıyrılma sürecini de beraberinde getirdiği belirtilebilmektedir. Ancak Zeybek Kaplan’a (2018) göre, birey geleneksel düzenin kendisine sağladığı koruyucu sınırları terk ettiği için yeni ve farklı risklerle karşılaşmaya kalacaktır. Başka bir deyişle denilebilir ki modernleşme süreci ile birlikte geleneksel anneliğin uygulandığı kodlar ve yol gösterici düşünceler zamanla geçerliliğini yitirmiştir. Küreselleşme ile birlikte yerleşen risk bilinci ile çocuğun artık daha çok risk altında olduğu düşüncesi annelerde çocuğu daha fazla gözetim altında tutma ve kendisini de nasıl annelik yapması gerektiğine ilişkin uzman desteği almaya itmektedir. Beck ve Beck Gernsheim’e (2012) göre, uzmanlar, annelerin gözünde kazandıkları bu değere karşılık daha çok güven vermek yerine risk bilincini artırarak annelerin kaygılarını pekiştirmektedir. Bu bağlamda 20. yüzyıl annelik üzerinde mükemmel ve süper anne söylemlerinin arttığı bir dönemdir. Kadınlar hem evde süper bir anne hem de iş yaşamında süper bir iş kadını olarak var olmalıdır. Kadınlar bir yandan bebeklerini bırakıp iş yaşamında yer alırken bir yandan bu sebepten duydukları suçluluk duygularını bastırabilmek için dört bir yana ‘ne kadar süper bir anne ve eş’ olduklarını kanıtlamaya çalışmaktadır. Annelik, özellikle kadınlar arasında mükemmelleştirilip kutsal bir konuma ulaştırılınca kadınlar birbirlerinin nasıl annelik yaptıklarına daha çok dikkat etmeye başlamakta

ve birbirlerini daha çok eleştirmektedir. Hiç kuşku yok ki, ‘kutsal annelik’, ‘melek anne’, ‘saçını süpürge eden fedakâr anne’ vb. gibi söylemler, kadını yüceltiyor gibi görünse de emeği ilahileştirilen kadın, ‘zaten hakkı ödenmez, ödenemez’ denilerek ev içi rollerinin mağduru olabilmektedir. Ayrıca bu türden tanımlamalar kadının da anneliğe bakışını, annelik idealine ilişkin beklentisinin de yükselmesine neden olabilmektedir. Bir bebek sahibi olduğu için mucizeler yaratacağına inanan anneler, doğumun ardından beklentilerinin tam anlamıyla karşılanamaması sebebiyle büyük depresyonlar ve yıkımlar yaşayabilmektedir. Evde çocuk bakmaktan ve ev içi emeğin sahibi olmaktan başka bir iktidar alanı, işlevsel olduğu başka bir alanı olmayan kadın, anneliğe hiç olmadığı kadar tutunmakta ancak kendisini bu alanda var edebilmektedir. Dolayısıyla işlevsel olduğu tek alan ev ve annelik olunca kendi mücadele alanını başka kadınlar üzerinde gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Kadınlar arasındaki bu mücadele ise ‘annelik savaşları’ (momy wars) olarak kavramsallaştırılmıştır. Annelik savaşları, günümüzde de yaygın bir inanış olan çalışan anneler ile çalışmayan anneler arasındaki savaşları anlatmak için kullanılan bir kavramdır. ‘Annelik savaşları’ ücretli bir işte çalışan ve çalışmayan anneleri karşılıklı mücadele verdikleri iki kutba ayırmıştır (Douglas and Michaels, 2004, s. 231). Kavram, kariyerlerini bir kenara itip evde kalarak çocuklarına bakmayı tercih eden anneler ve emek verdikleri kariyerleri yolunda ilerleyen anneler arasındaki bu savaşı anlatmaktadır. Birçok anne bu iki kutup arasında gidip gelmektedir. Green’e (2010, s. 796) göre, büyük ölçüde medya tarafından inşa edilen ve kışkırtılan ‘annelik savaşları’ evde oturan anneleri ev dışında çalışan annelerle karşı karşıya getirmektedir.

Anne ve annelik çok söz söylenen ve çok göz önünde bir alan olunca, dönemsel olarak kadınların annelik yapma pratikleri farklı isimlerle adlandırılmıştır. Özellikle 20. yüzyıl, kadınların annelikleriyle yarıştığı, annelikleriyle sorgulandığı ve annelikleriyle var olduğu bir dönemin başlangıcıdır. Anneleri nasıl annelik ettikleri ya da edemedikleri üzerinden tanımlayan ‘tam zamanlı annelik’ ve ‘yoğun annelik’ kavramları anneliği bir ideolojiye dönüştürmektedir. Sharon Hays’ın (1996, s. 8) “The Cultural Contradictions of Motherhood” (Anneliğin Kültürel Çelişkileri) başlıklı eserinde ortaya attığı ‘yoğun annelik’ kavramı, anneliği duygusal ve zorlayıcı bir iş olarak açıklamaktadır. Hays’a (1996) göre ‘yoğun annelik’, uygun çocuk yetiştirme yöntemlerinin temel alındığı, mutlaka bir uzman rehberliğinde olan, duygusal olarak yıpratıcı, büyük emek isteyen ve mali açıdan da pahalıdır. ‘Tam zamanlı annelik’ ise yine anneliğin tek iş olarak görülmesidir. Ücretli bir işte çalışmayıp evde annelik yapan kadınları anlatan bir kavramdır. Freiburger’e (2010, s. 434) göre, tam zamanlı annelik, çocuklarına bakmanın ücretli işe göre öncelikli olduğu bir annelik yaklaşımını ifade etmektedir.

Hemen hemen her dönemde kadınlar için ‘eğer anne iseler’ gerçek bir kadın oldukları veya anne olmadıkları için yarım veya eksik oldukları, kadının ancak ‘anne’ olduğunda gerçek bir ideale ulaştığına dair yargılar vardır. Bu söylemler sonucu kadınlar için de artık annelik ulaşılması gereken bir idealdir. Bu idealin içinin de iyi ve mükemmel olanla doldurulması gerekmektedir. Buna göre ‘ideal anne’, ‘annelik ideali’ne ulaşmış hamilelik ve sonrasında da kendi istek ve arzularından sıyrılarak kendisini bebeğine adanmış kişidir. Beck ve Beck Gernsheim (2012, s. 225)’e göre ‘ideal anne’, hamilelik sırasında kendini tümüyle bebeğine göre ayarlamıştır ve uzmanlar tarafından kendisine dayatılan bu hayat tarzına hızlı bir şekilde adapte olmuştur. Uzmanlar tarafından anneye sürekli olarak bir işin yapılıp yapılmaması gerektiği hatırlatılıp o işin hangi şekiller çerçevesinde uygulanacağı da detaylı olarak anlatılmakta ve dayatılmaktadır. Kendisini hem bebeğine hem de uzmanların parmaklarının gösterdiği yöne doğru konumlandırmış kadın, ‘ideal anne’dir. Coward’a (1995, s. 92) göre, ‘ideal anne’, sadece annelik yapmaz, aynı zamanda ona yeni bir biçim de kazandırır. Buna göre ‘ideal anne’, ‘fedakâr anne’ olmanın yanı sıra çocuğun ilk öğretmeni, terapisti ve öğreticisi de olmak zorundadır.

Annelik pratikleri değişmiş ve eskisinden farklı bir şekilde çocuk büyütmeye stratejileri öngörölmeye başlanmıştır. Uzman konusunun ön plana çıktığı bu dönem, sadece annenin deneyimi veya doğal seyrinde olmaması gereken bir süreci ifade etmektedir. Bu dönemde annelik pratiklerindeki gelenek artık yerini önemli tıbbi ve bilimsel tavsiyelere bırakmaktadır. Anneler, ‘iyi anne’ olabilmek ve bebeklerini sağlıklı ve kurallı bir şekilde yetiştirebilmek adına uzmanların bilgisine ve görüşüne ihtiyaç duymaktadır. Anne daha bebeğine hamileyken bu dönemde yapılması gerekenler ve uyulması gereken kurallar, bebek doğduktan sonra bebeğin bakımı, ona önderlik edebilme, emzirme, uyutma gibi konularda kurslara ve eğitimlere katılmaktadır. Bu eğitim ve kurslarda ebeveynlere, bebek emzirmekten, uykusuna, altını değiştirmekten bebek masajına kadar bebek bakımına ilişkin her türlü konuyla ilgili bilgiler verilmekte ve uygulamalar yapılmaktadır. ‘Bilimsel anne’ kavramıyla beraber geleneksel çocuk büyütmeye tekniklerine ilişkin tabular yıkılıp yerine yenilerikonmaktadır. Bilimsel annelikte, uzmanların, doktorların kabul etmediği herhangi bir uygulama veya yöntem bu anneler tarafından kabul edilmemektedir. Çocuğun günlük rutin bakımı olanbanyo gibi görevler bile tıbbileştirilmiştir.

Tüm bu tanımlar ‘ideal anne’nin aslında ütöpik bir masal olduğu yönündedir. İdeal annelik, kadınları annelik yapma pratikleri üzerinden yargılayan ve hiç bitmeyen, sonu olmayan bir yolculuktur. Medya vasıtasıyla beslenen ve yeniden üretilen bu duygular artık sosyal medya vasıtasıyla daha çok körüklenip her an yeniden inşa edilmektedir. Medyanın beslediği bir başka annelik durumu da ‘süper annelik’ ve ‘mükemmel annelik’tir. Bu durumu ‘sendrom’ olarak nitelendirilmektedir. *Süper kadın* ve *süper anne*, her şeyi

mükemmel yapan kadın ve mükemmel yapan annedir. Bu kadın evde, işte ve her yerde mükemmeldir. Sadece evinde, annelik rolünde değil çalışma yaşamında da mükemmele odaklanmıştır. *İdeal anne, mükemmel anne, süper anne* gibi yargılar, kadını annelikleri üzerinden tanımlayan ve belli kalıplar içinde davranmasını salık veren yargılardır. Bu tanımlamalara bir yenisini Swigart ‘iyi’ ve ‘kötü anne’nin tanımını yaparak eklemektedir. Swigart’a (1992, s. 6-7) göre, ‘iyi anne’ evlatları için hep iyisini isteyen, herhangi bir ihtiyaç durumunda hemen geri bildirim veren, çocuklarına uyum sağlayan ancak bunu da kibar ve zarif bir biçimde yapan, bunları yaparken sıkılmayan, fedakâr, sorumlu ve aynı zamanda da becerikli kişidir. Buna karşılık ‘kötü anne’, çocuklarından kolaylıkla sıkılabilen, onlara karşı ilgisiz, narsist, onların ihtiyaçlarını anlamayarak yabancılaşan, onların ihtiyaçlarına karşı çoğu zaman duyarsız, empatiden yoksun ve onları kendi duyguları için kullanan kişi olarak tanımlamaktadır. Bu anne, çocuklarına bilmeden zarar verirken sebep olduğu acıyı öğrenme yetisine sahip değildir ve bunu bilmekten acizdir.

Hiç kuşkusuz annelik konusunda daha iyinin, daha mükemmelin aranıyor ve öyle yapılmaya çalışılıyor olması hem çocuk hem de anne için doğal ve iyileştirici değildir. Toplumun baskıcı, kalıpyargılarla dolu bakışları anneyi daha iyi yapmaya çalışırken anne-çocuk ilişkisini mekanik bir düzeyde tutmaktadır. Çünkü anne insandır ve doğal olarak kusurludur. Özellikle ilk kez anne olacak kadın, ilk kez deneyimlediği bu süreci çeşitli yanılgılarla tamamlayacaktır. Bu durumu ‘New momism’ (yeni annelik) kavramıyla anlatmak daha doğru olacaktır. ‘Annelik’ (*momism*), (Momism İngilizcede anneye aşırı bağlılık veya anneye bağımlılık anlamlarında kullanılmaktadır) kavram ilk kez Philip Wylie tarafından 1942 yılında yayımlanan “Generation of Vipers” isimli eserde kullanılmıştır. Bu terim, çocuklarına aşırı korumacılıkla yaklaşan ve sürekli elleri çocuklarının sırtlarında olan, boğucu bir annelik türünü ifade etmektedir (1955, s. 211). ‘Yeni annelik’ (*new momism*) kavramı ise Douglas ve Michaels tarafından ortaya atılmıştır. Douglas ve Michaels’e (2004, s. 13) göre, 1980 sonrasında annelik aşırısı kaçacak bir biçimde medyanın gözetimi altına girmiştir. ‘Yeni annelik’ medyada çok sık gündeme gelen ve güçlü bir şekilde temsil edilen, dışarıdan bakıldığında anneliği kutluyormuş gibi görünen ancak çok daha derinlerde, zihinlere mükemmellik standartlarını yerleştiren idealler ve pratikleri ifade etmek için kullanılmaktadır. 1980’lerden sonra anneleri çocuklarına daha fazla bağlı kılmaya zorlayan bu yeni annelik söylemi, anneler arasında daha fazla benimsenir olmaya ve medyada sesini daha çok duyurmaya başlamıştır. Hays’ın (1996) annelerin her konuda uzman, terapist, çocuk doktoru, tüketici, ürünlerin güvenliğinden sorumlu ve öğretmen gibi uzman düzeyinde bilgi ve becerilere sahip olması beklenen ‘yoğun annelik’ (*intensive mothering*) kavramı ile de benzetmek mümkündür.

Anne ve annelik pratikleri içerisinde uzmanların hiç olmadığı kadar müdahil olması, çocuk ve anne ile ilgili doğum sürecinden bebek bakım pratiklerine kadar bütün süreçlerde uzman görüşü ve bilgisi olmadan hareket edilmemesi gerektiği görüşüne karşıt sesler yükselmeye başlamıştır. Doğumun, gebeliğin, bebek bakımının vs. anne ve bebek ile ilgili tüm süreçlerin tıbbileşmesine karşı yeni çözüm ve çareler üretilmeye başlanarak ‘ekolojik’ ve ‘doğal’ annelik gündeme gelmiştir. Özellikle ‘ekolojik’ anneliğin temelinde hastanenin ve hastane tekniklerinin reddedilmesi yatmaktadır. Badinter’e (2020, s. 45) göre, hastane kuralları birçok kadın için katıdır. Bundan şikâyetçi olan bazı kadınlar, anneliklerinin elinden alındığını iddia ederek bu teknikleri reddetmektedir. Bu eğilimde olan kadınlar, doğumun tıbbi bir olay değil, doğal bir süreç olduğunu ifade etmektedir ve evde doğum ve doğum yöntemlerinin tercih edilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Doğumun artık doktorlar tarafından değil de ‘ebe’ veya ‘la doula’ (*Yunanca hizmet eden kişi*) denilen kişiler tarafından gerçekleştirilmesi istenmektedir. Ebeler doğumu gerçekleştirmeli, ‘la doula’lar da doğumdan sonra anneye hem kendi öz bakımı hem de bebek bakımı konusunda yardımcı olmalıdır. Maier’e (2013, s. 9) göre ise dünyada zaten çok fazla çocuk vardır ve her yeni doğan bebek ekolojik bir felaket olduğundan bireyler artık yeni çocuk yapılmamalıdır. ‘Doğal’ annelik ise ‘ekolojik’ anneliğin biraz daha genişletilmiş ve anne faydasına olan her şeyi dışlayarak bir doğallığa ulaşmaya çalışmaktadır. Bobel’e (2010, s. 899) göre, doğal annelik ile annenin aile hayatının merkezinde konumlandırılması ve kreş, biberonla besleme ve hazır yiyecekler gibi modern hayatı kolaylaştıran birçok şeyin bebek bakımının merkezinde olmaması gerektiği ifade edilmektedir. ‘Doğal’ annelere göre, anneler, içgüdülerinin yanı sıra nasıl ilerleyeceklerine doğal dünyadan bakarak sahip olmaktadır.

Yukarıda anlatılan tüm annelik kavramları ve bu kavramların annelerin hayatındaki yansımaları ‘yetersizlik’ ve ‘suçluluk’ duygularının körüklenmesi olarak geri dönmektedir. Ancak bu dönemde anne dostu söylemler de bulunmaktadır. Bunun en bilinen örneği Winnicott’un (2009, s. 14) ‘yeterince iyi annelik’ kavramıdır. Buna göre ‘mükemmel’ ve ‘ideal’ anne yoktur. Winnicott (2009)’a göre ‘yeterince iyi’ anne (bebeğin kendi annesi olması gerekmez), bebeğine şefkatli bir bakım sunan, onun ihtiyaçlarına aktif bir şekilde geri dönüş yapan, ona zarar vermesi muhtemel olan dış etkilere korumaya yönelik yapılan anneliktir. Annenin, bebeğinin ihtiyaçlarına anında yanıt vermesi önemlidir. Bebeğin ancak ‘yeterince iyi’ bir annesi varsa kendisi için kişisel ve gerçek gelişim süreci başlamış olur. Örneğin, beşiğinde ağlayan bebeğin kucağa alınması, altının değiştirilmesi veya beslenmesi gibi fiziksel ihtiyaçları kısa süre içerisinde karşılanmazsa bebek dünyanın olumsuz koşullarına boyun eğen ve bunları genellikle görmezden gelen sahte bir benlik yaratır. Dolayısıyla bu durumda bebeğin gerçek benliği ortaya çıkamaz. Winnicott (2009) ‘yeterince

iyi' annenin böylesi bir durumda bebeğin fiziksel ve manevi ihtiyaçlarını anında karşıladığını, buna karşılık mükemmel ve ideal annenin gerçeği yansıtmadığı kabulünden hareket ettiği söylenilebilir.

2.4. Türkiye Özelinde Geçmişten Günümüze Annelik ve Annelik Pratikleri

Türkiye özelinde geçmişten günümüze annelik ve annelik pratikleri başlığında, Osmanlı toplumundan günümüze kadar olan süreç değerlendirilmiştir. Osmanlı toplumunda annelik konusu ele alınmadan önce kadının bu toplumdaki durumuna kısaca yer vermekte fayda görülmektedir. Konu ile ilgili araştırmalara bakıldığında, Osmanlı toplumunda kadının bulunduğu toplumsal konumun önceki dönemlere göre değer kaybetmiştir. Osmanlı toplumuna gelinceye kadar görece iyi bir konumda bulunan kadının konumunu kaybetmesine dair iki görüş ortaya konmaktadır. Bu görüşlerden ilki, İslam dininin kabul edilmesiyle kadının toplumsal yaşamdaki yerinin ev olması ve özel alana kapanmış olmasıdır. Kadının görece konumunun kötüleşmesindeki bir diğer neden ise Osmanlı devletinin uzun süreler Bizans etkisinde kalması ve kadının hareme kapanmasıdır (Çiftçi, 1982, s. 81). Bu iki görüşün, kısmen de olsa kadının konumunu etkilediği varsayılmakla beraber Osmanlı'da kentte yaşayan kadınların kırdaki kadınlara nazaran uğraşlarını daha çok ev içinde sürdürdükleri bilinmektedir. Kırdaki kadınlar bağ, bahçe, tarla ve hayvancılık gibi işlerle uğraşırken kentli kadın daha çok ev işleri ile gününü geçirmektedir. Osmanlı'da kadın haklarının korunması ve savunulması konusuna ilişkin çabaların 19. yüzyıl içerisinde başladığı bilinmektedir.

Osmanlı fermanlarında Türk kadınlarının kıyafeti ile gezip dolaşmaları ve toplumsal yaşama karışmaları ile ilgili çeşitli kısıtlamalar getirildiği bilinmektedir. İnan'a (1968, s. 80) göre, bu fermanlarda dikkati çeken hususlar arasında kadınların erkeklerle sandala binmemeleri, kaymakçı dükkânlarına girmemeleri, ferace biçiminde yenilik yapılmaması, mesire yerlerine gitmemeleri, ince kumaştan ferace giyilmemesi, ince kumaştan ferace diken terzilerin bunu yinelemesi halinde evlerinin önünde asılacağı, kadınların haftada dört gün evlerinde çıkabilecekleri (III Osman Dönemi), kadınların hiç evden çıkamayacakları (IV. Mustafa Dönemi) kadınların babaları ve oğullarıyla bile sokakta birlikte yürüyemeyecekleri, arabaya binmemeleri, ezan saatinden sonra dışarıda kalmamaları ve belirli yerlerde dolaşmamaları bulunmaktadır. Bu fermanlar, Tanzimat dönemine kadar kadınların toplumsal yaşamda herhangi bir rollerinin bulunmadığının göstergeleridir. Ayrıca, kadınların bu dönemde herhangi bir hakkının bulunduğu söylenemez. Bu, eğitim ve çalışma haklarından bahsetmek bir yana evden çıkmalarının dahi yasaklandığı bir dönemdir.

Annelik, Osmanlı toplumunda önemli bir kurumdur. Birçok toplumda olduğu gibi Osmanlı toplumunda da kadının, üreme ve çocukların bakımı için hem fiziksel hem de duygusal açıdan donatıldığı düşünülmektedir. Yılmaz-Demirci'ye (2015, s. 392) göre, Osmanlı toplumunda annelik, bir kadın için hem meşru ve kutsanmış bir meşguliyet hem de dini kurallar ve örfi kanunlarla koruma altına alınmış bir sorumluluktur. Ortaylı'ya (1984, s. 80) göre ise Osmanlı toplumunda doğum yapan anne ve çocuk sadece aileyi ilgilendirmez, bir doğumdan bütün mahalle sorumludur. Herkesi ilgilendiren bu durum mahallede de kutlamalarla karşılanmaktadır. Mahalle yeni doğum yapan anneyi ve topluluğa yeni bir üyenin katılmasını 'loğusa hamamı' ve küçük çocuğun okula başlamasını da 'amin alayı' gibi kendine özgü ritüellerle kutlamaktadır.

Bazı yazarlara (Akın, 1991, s. 111; Ortaylı, 1984, s. 81) göre, kadın, geleneksel aile yapısında önemli bir konumdadır. Ancak onun toplumdaki statüsünü çocuk doğurması (analık) ve çocuklarının sayısı belirlemektedir. Bu sebeple Osmanlı toplumunda kadınlar, doğurabildikleri ve çocuk yetiştirebildikleri oranda toplumsal bir kimliğe sahip olup saygı görebilmektedir. Dolayısıyla da Osmanlı toplumunda annelik; orduya yeni bir nefer, topluma çalışacak yeni bireyler, neslin devamını sağlayacağı için kadının en temel ve kutsal bir görevi olmuştur. Bu nedenlerle ana kucağının 'ilk mektep' olarak kavramsallaştırılması, annenin ve ailenin toplumsallaştırma görevine işaret etmektedir. Vatandaş'a (2012, s. 50) göre, bu toplumsallaştırma işlevinin yerine getirildiği zaman ailede oluşabilecek olumsuz durumlar direkt topluma da yansıtacağı için ilk toplumsallaşma büyük öneme sahiptir.

Osmanlı toplumunda bu dönemde kadınlık ve anneliğe ilişkin uygun davranış kalıpları müftüler tarafından halk ile paylaşılmaktadır. Verilen fetvalarda kadının çocukların bakımı için donatıldığı, annelerle çocuklar arasında çok özel bir bağ, 'eksiksiz bir sevgi' olduğu kabul edilmektedir (Tucker, 2014, s. 230). Yapılan tanımlamalar arasında annenin görevleri çocuğu büyütmenin yanı sıra anne karnında taşıdığı bebeği doğum anına kadar başına gelebilecek her türlü tehlikeden korumak da annenin sorumluluğu ve görevleri arasında yerini almaktadır. Eşler arasında boşanma gibi bir durum söz konusu olduğunda, çocuğun vesayeti anne lehine sonuçlanmaktadır. Çocuk için en iyisinin her zaman anne olduğu bilinmektedir. Annenin küçük çocuğuna bakma hakkı müftüler tarafından her zaman doğrulanmakta, buna gerekçe olarak da annenin 'eksiksiz sevgisi' gösterilmektedir. Dolayısıyla bir bebeğin beslenmesi, giydirilmesi, altının temizlenmesi gibi temel ihtiyaçlarının en iyi annesinin yanında karşılanacağı düşünülmektedir (Tucker, 2014, s. 235). Batıda yüzyıllar boyu uygulanan sütannelik, Osmanlı toplumunda da uygulanmıştır. Sütannelik kurumunun insanlık tarihi kadar eski olduğu bilinmekle birlikte tarih boyunca birçok bebek ve sütü olmayan veya çocuğunu emzirmek istemeyen anne, bebeklerini sütanneler vasıtasıyla büyütmüşlerdir. Ancak Osmanlı toplumunda

sütannelik kurumunun farklı bir şekilde ilerlediği bilinmektedir. Osmanlı toplumunda genelde sağlığı yerinde olmayan veya sütü yetmeyen annelerin çocukları sütanneler tarafından emzirilmektedir. Bunun yanında sütannelerin, terk edilmiş bebeklerin ilk bebeklik evresini sağlıklı bir şekilde geçirebilmeleri için kullanıldığı bilinenler arasındadır.

Osmanlı toplumunda kadının hakları, sosyal hayatı ve toplumda bulunan konumu İslam'a ilişkin kurallarla belirlenmiş olması sebebiyle kadın toplum içerisinde kapalı bir hayat sürmektedir. Bu durum Tanzimat Dönemi (1839-1876) ile birlikte değişmeye başlamıştır. Kadınların eğitim anlamında düzeylerinin yükselmesi ile birlikte kadınlara özel okullar açılmaya başlanmıştır. Fakat Kurt'a (2016, s. 342) göre, kız çocuklarının okullaşması ile erkek çocuklarının okullaşması aynı oranda olmamaktadır. Ancak Kalaycıoğlu ve Sarıbay'a (2000) göre, kadın okullarına giden kızlar, daha çok kentli, statü ve gelir bakımından yüksek bir konumda olan kişilerdir. Tanzimat döneminde yaşamış Türk edebiyatçılarından olan Şemseddin Sami, 'Kadınlar' (1996) isimli eserinde Osmanlı toplumunda kadının yeri ve konumundan bahsetmektedir. Kadın ve anneden tıpkı Rousseau gibi bahseden Sami, anne olmayı bir kadın için en büyük bir nimet ve büyük bir şeref olarak ifade etmektedir. Sami'ye (1996, s. 20) göre, bir kadın anne olduktan hemen sonra kendi güzelliği ve hoşluğuna ihtiyacı yoktur, kendisi zaten şefkatli bir anne meleşmiş ve anne güzelliğine sahip olmuştur. Sonrasında yaşlanan kadın güzelliğini kaybetse de anne olduğu için yavrusuna olan şefkat ve sevgisi ona bir başka onur kazandıracaktır. Kadın olarak anneleri 'insan fabrikası' olarak nitelendiren Sami (1996, s. 36) bunu şu şekilde ifade etmektedir:

İnsanların fabrikası annelerin kucağıdır! Akılsız, anlayışsız, iradesiz, adeta taş gibi bir halde dünyaya gelen insan, o şefkatli kucakta insan denilebilecek bir hale dönüşür. Ömrü oldukça terk edemeyeceği ahlaki, annesinin kucağında iken alır; çocuk bir yaşından sekiz yaşına kadar annesinden hiç ayrılmaz; annesi kendisinin adeta tapındığı bir şahıstır; annesinin her hareketini, her tavrını taklit etmeye çalışır; annesinde ne görürse, onu öğrenir; ona alışır; annesinde terbiye görürse terbiyeli, terbiyesizlik görürse, terbiyesiz olur.

Kadınlara kimi hakların verilmesi, çok sınırlı da olsa Tanzimat Dönemi ile birlikte başlamaktadır. Tanzimat sonrasında kadının toplumsal yaşamdaki yeri yavaş yavaş değişmiştir. Kadınlar toplumsal yaşamda sürekli gözetim altında tutulan kimselerken anne olmak kadın için toplumsal yaşamda başka bir boyuta gönderme yapmaktadır. Tanzimat Dönemi ile birlikte kadınlara ilk haklar sınırlı da olsa tanınmaya başlamış daha sonra çeşitli hakların yavaş yavaş tanınmaya başladığı görülmüştür. Tanzimat Dönemi sonrası dönemde Osmanlı toplumunda, her türden konuya ilişkin yeni kararlar alınması ve türlü yeniliklerin hayata geçirilmesi kararlaştırılmıştır. Bu kapsamda, Batı karşısında Osmanlı, elini güçlendirecek, daha köklü ve daha uzun vadeye yayılmış eğitim,

sağlık, beslenme, ticaret, ebeveynlik ve çocuk yetiştirme ve cinsiyetler arası ilişkilere kadar sayısız konu yenilikleri kapsamına almıştır. Modernleşmeyi, bu kapsamda da toplumsal dönüşümü de yenilikler kapsamına almak isteyen Osmanlı, temel esaslardan birini kadınlar, yani anneler olarak belirlemiştir. Çünkü bebeği o büyütmekte, beşiği o sallamakta yine çocuklarına topluma hayırlı birer insan olacak terbiyeyi de o vermektedir. (Yılmaz-Demirci, 2015).

Tanzimat sonrasında kadının toplumsal yaşamdaki görünürlüğü artmaya başlamıştır. Özellikle kadınların çalışma oranlarında artışlar meydana gelmiştir. Ancak kadın ve çocuklar toplumdaki zayıf halkalar olarak görülmeleri dolayısıyla ucuz emeği temsil etmektedirler. Kadın ve çocuğun emeğinin ucuz olması dolayısıyla 1850'li yıllardan sonra kadın ve çocuklar özellikle dokuma, işlemecilik, halıcılık gibi işlerde geniş çapta fabrikalarda çalıştırılmaya başlanmışlardır. Halıcılık, işlemecilik gibi işlerin geleneksel olarak kadınların yer aldığı iş kolları olduğu bilinmektedir. Ancak kadınların fabrikalarda çalışması yeni bir olaydır. Müslüman kadınların fabrikalarda çalışmaya başlamaları önce Bursa ipek fabrikalarında olmak üzere 1860'lardan sonra başlamıştır (Sencer, 1969: 93-94). Bu dönemden sonra kadın ve çocuk işçi sayısında her geçen gün artışlar meydana gelmiştir. Erişçi'ye (1951, s. 7) göre, özellikle dokuma sanayisinde çalışan kadın ve çocuk işçilerin sayısında önemli artışlar gözlenmektedir. Örnek olarak 1897'de İstanbul'da kibrit fabrikasında çalışan 201 işçinin 121'i kız çocukları ve kadınlardan oluşmaktadır. 1913 yılında dokuma sanayinde çalışanların %50'si çocuk ve kadın işçilerden oluşmaktadır. İpek ipliği sanayinde ise çalışanların oranı %95'i bulmaktadır (Erişçi, 1951, s. 11). Ucuz iş gücü olan kadın emeği belli sektörlerde sürekli artan oranlarda kullanılmaya devam edilmektedir ancak çalışan kadınların haklarına ilişkin düzenlemeler henüz söz konusu olmamaktadır. Bunun nedenlerinden biri kadın iş gücünün daha ucuz olması ve Birinci Dünya Savaşı'nın yarattığı iş gücü eksikliği sonucunda kadın işçilere daha fazla ihtiyaç duyulmasıdır. Çiftçi'ye (1982, s. 89) göre, Tanzimat'tan Birinci Dünya Savaşı'ndan sonraki döneme kadar Osmanlı toplumunda kırsal kesimde yaşayan kadınlar büyük bir kısmı tarımda çalışmaktadır. Kentlerde yaşayan çok sınırlı sayıdaki kadınların bir kısmı öğrenim olanaklarından yararlanmakta ve devlet dairelerinde erkeklerden boşalan yerlere girerek çalışmaktadır. İşçi kadınlar ise fabrikalarda düşük ücretler karşılığında çalışmaktadır. Kandiyoti (1984, s. 28), sanayileşme ile birlikte ev emeği ile ücretli emeğin birbirinden kesin çizgilerle ayrılmaya başladığını önceden üretici durumda olan ailenin mevcut konumunun sarsıldığını belirtmektedir. Sanayi toplumlarında aile, üretimdeki merkezi yerini kaybetmiştir. Aile üretim işlevinde arka plana atılmakla kalmamış, tek işlevi olan üreme görevini de üstlenmekte belirgin zorluklar yaşamaya başlamıştır. Aile, ücrete dayanmayan hizmetlerin yer aldığı tek kurum olarak ortaya çıkmakta ve bu hizmetleri de sadece kadınlar üstlenmektedir.

Kırsal kesimde 1900'lü yıllarda geleneksel diyebileceğimiz anne, baba ve çocuklar ve aile büyüklerinden oluşan aile tipi yaygındır. Kırsal kesimde aile, hem üretici hem de tüketici konumdadır. Kadın, ev içindeyse çocuk ve ev işleri ile ilgilenir; tarla, bağ bahçe ve küçük veya büyükbaş hayvan varsa bu gibi işlerle meşgul olmaktadır. Kadının çocuk doğurmak ve bakmak dışında üstlendiği birçok işi bulunmaktadır. Annelik pratikleri özelinde irdelemek gerekirse kadın bebeğine hamile kaldığında da çalışmaya ve üretmeye devam etmektedir. Çocuk doğduğunda, doğuranın anne olmasına karşın çocuk ailenin sayıldığından, anne, bebeğinin fiziksel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra bırakır ve kalan işlerini halletmek için çalışır. Kırsal kesimde geniş aile tipi yaygın olduğundan anne çocuğunu kucağına alıp sevemez, onunla oyun oynayamaz, ilgi ve şefkatini gösteremez. Eğer bunu yaparsa görmemişlikle suçlanır; ancak bunun yanında zaten annenin tüm bunları yapacak ne enerjisi bulunmaktadır ne de zamanı (Balaman, 1984, s. 188). Annenin genelde diğer işleriyle meşgul olması sebebiyle bebek genelde bir aile büyüğü veya ondan büyük kardeşi varsa onun denetimine bırakılmaktadır. Balaman'ın (1984) da hatırlattığı gibi *"köylük yerde benim anam abamdı"* sözü gerçeği yansıtmaktadır. Bebeğe bakacak büyük bir kardeş veya bir aile büyüğünün olmadığı durumda bebek anne ile birlikte, onun sırtına sarılı vaziyette bütün işlerinde yanında olur. Tarlada, çapada, bağda, bahçede hep annesi ile beraberdir. Özbay'a (1984, s. 64) göre, kırsal kesimde kadınlar ekonomik olarak tarımsal üretime doğrudan katılmamış olsalar dahi ev içinde aile işçisi olarak çalışmaktadır. Kadınların ev içinde yaptıkları etkinliklerin çok ve çeşitli olduğu bilinmektedir. Bu etkinliklerin en azından bir bölümü üretime yöneliktir. Örneğin, hayvanlardan elde edilen süt, peynir, tereyağı, halı ve kilim dokumacılığı ve çanak çömlek yapıcılığı gibi. Kadınların aile üretimine ekonomik anlamda katılmadıkları aileler ise genellikle orta ve üst tabakalardır. Anne çalışırken de bebeğin temel ihtiyaçları dışında yanında olmaya vakit bulamaz. Emzirmek için dahi memelerindeki süt ne zamanki onu rahatsız etmeye başlar o zaman bebeğini emzirmeye gidebilmektedir. Bebeğe şımarmasın diye her ağlamasında süt verilmediği de konuya ilişkin bilinenler arasındadır (Balaman, 1984). Kırsal kesimde yeni doğum yapmış kadınlar, emzikli olduğu süre içerisinde, başka bir deyişle bebeklerini emzirdiği süre içerisinde -genellikle 24 ay gibi bir süre- doğurganlık kapasitesi düşmektedir. Bilimsel bir dayanağı olmamakla birlikte, kırsal kesimde yaşayan kadınlar, bebeklerini emzirdikleri sürenin doğal bir kontrol yöntemi olduğuna inanmaktadır. Çocuk emzikten kesildiğinde ise genelde kadın yeniden hamile kalmaktadır. Emzirme süresindeki bebeğin, ailenin üreme işlevini dolaylı yoldan etkilediği kabul edilebilir (Özbay, 1984, s. 60).

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde, kadın yine annelik rolü üzerinden tanımlanmaktadır. Kadınlar yeni kurulan ülke için iki temel koldan çalışmak

zorundadır; çocuk doğurup onları vatana hazır birer evlat olarak yetiştirmek ve yeni kurulan devlet için çalışmak. Sancar'ın (2014) da eserine ismini verdiği haliyle erkeklerden devlet kurması beklenirken, kadınlardan aile kurmaları beklenilmiştir. Kadınlar, ev işlerinin ve çocuklarını hakkıyla yetiştiren adeta birer 'uzman' olarak hayata atılmaktadır (Akşit, 2005, s. 154). Bu dönemlerde kurulan kız enstitüleri tarafından burada yetiştirilen kızlara 'annelik' konusunda çeşitli vurgularda bulunulup, her ne yaparlarsa yapsınlar mutlaka annelik görevlerini hatırlamaları gerektiğinin altı çizilmekteydi. 1945'ten sonra annelik vurgusunun azaldığı ileri sürülse de kızların önce anne oldukları gerçeği atlanmamaktaydı. Enstitüler, cumhuriyet dönemi ailesini, kadınlar üzerinden kurgulamaktaydı. Akşit'e (2005, s.181) göre, kız enstitülerinin yegâne amacı, ulusal kimliği en iyi şekilde temsil eden 'iyi anneler' ve 'eşler' yetiştirmektir.

Mustafa Kemal Atatürk, Söylev'de kadınların toplumdaki konumlarına ilişkin 'Kadınların en büyük vazifesi analıktır. İlk terbiye verilen yerin ana kucağı olduğu düşünüldüğünde bu vazifenin ehemmiyeti tayıkiyle anlaşılır' demektedir. (Söylev, C. II, s. 85-86). Cumhuriyet ile birlikte kadının toplumdaki yerinde ilerlemeler olduğu, kamusal alanda görünürlüğünün arttığı görünse de kadın hala öncelikli olarak anadır, eştir. Cumhuriyet ile birlikte başlayan modernleşme, kendisini önce eğitim politikaları alanında göstermektedir. Artık kadınların giysileri veya kamusal alanda nerde durup durmayacakları türünden bir belirlemeden ziyade kadınların toplumsal hayattaki yeri 'okullar' üzerinden düzenlenmeye başlamaktadır. Kız mekteplerinin kurulması, kadını modern bir tarzda özel alanda betimlemektedir. Sancar (2014, s. 221) bu durumu şu şekilde özetlemektedir: "Cumhuriyet kızları kurdukları aileler aracılığı ile bütün toplumun giysilerini dikip, yemeklerini pişiren ve yetiştirdikleri çocuklar ile toplumsal ilişkileri 'sessizce inşa eden' kişiler haline geldiler". Demirci-Yılmaz'a (2015, s. 89) göre, makbul anneliğin sınırları kesin bir biçimde çizilmiş bu tür anneler şu şekilde tanımlanmıştır: Doğurgan bir özelliğe sahip, bakımlı ancak ölçülü bir şekilde bakımlı, fiziki beden olarak sağlam bir görünüme sahip, çocuklarından sorumlu, onları ulus ve görev bilinciyle eğitip yetiştiren kişi, anne vatandaştır. Anneler sağlam bir bedene sahip olup, doğurgan olmalı. Çünkü ulus bilinciyle çocuk yapmalı, bu bilinçle yetiştirdiği çocuklar, kültürün, milli değerlerin taşıyıcısı görevini yerine getirmelidir. Bu anlamda ve her anlamda çocuk doğurabilme potansiyeline sahip olan kadının en asli ve birincil görevi budur. Cumhuriyet döneminde izlenen kadın doğum oranlarının artırılması yönündeki politikalar, öne çıkan konuların başında gelmektedir. Doğumu teşvik edici politikalar sebebiyle kadınların doğum oranında artışlar meydana gelmiş, tek kadının artan doğum oranı, sıklaşan doğum aralığı, yapılan düşükler kadın sağlığını ciddi şekilde etkilemiştir. Kolankaya (2001) yaptığı araştırmada, kadının toplumdaki statüsü ile doğurganlığı arasında zıt

bir ilişki olduğu, kadının toplumdaki statüsü düştükçe doğurganlığının arttığı ve bu artışın da kadın sağlığını olumsuz yönde etkilediği hatta durumun ölüme kadar gittiğini bulgulanmıştır. Şirin Tekeli (1983, s. 1199) *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*'nde kadının sadece ana olduğunda saygınlık kazanacağını şu şekilde belirtmektedir:

“O her eve gereken ve çocuk doğurmakla yaşamaya hak kazanan kadın yine de bir zavallıdır: Çünkü “her kadın evinin hem hanımı, hem de halayığıdır”, “sağmal inek”tir, “baba vergisi görümlük, koca vergisi doyumluk” tur, “oğlan anası kapı arkası, kız anası minder kapısı”dır, “baba ekmeği zindan ekmeği, koca ekmeği meydan ekmeği”dir. Kadınlara atfedilen hasletler olumsuzdur.

Cumhuriyet'in ilanından hemen sonra kadınlar ve kadın hakları ile ilgili atılan önemli adımlar, 1924 yılında çıkarılan Tevhid-i Tedrisat Kanunu, 1926 yılında kabul edilen Medeni Kanun ve 1925 yılında çıkarılan Kıyafet Kanunu'dur. Eğitimde kadınlara da haklar tanınması, hukuki olarak kadını daha aşağı bir konumda tutan hukuki esaslar yerine, daha yukarı taşıyacak esaslar belirlenmektedir. Kadın ve erkeği yasalar önünde evlilik, boşanma, velayet ve veraset gibi konularda erkekler ile eşit konuma taşıyarak kadınların haklarında artışlar öngörülmektedir. Çok eşli evlilikler artık yasal görülmemektedir. Her ne kadar kadının konumunda, hukuki statüsünde büyük gelişmeler ve artışlar öngörülmüş olsa da kadın için yeteri kadar yol gidilebilmiş değildir. Çünkü hala aile reisi erkektir ve kadına, çocuğa bakıp eve ekmek getirmesi gereken kişidir. Bu kadını, kocasına bağımlı kılan durumların başında gelmektedir. 1930 yılında kadınların haklarına siyasi katılım hakları eklenmiş, 1930 yılında Belediye Meclisi, 1934 yılında ise (5 Aralık) Millet Meclisi seçimlerinde kadınlara seçme ve seçilme hakkı verilmiştir. Kadınların kamusal alana karışamama, özel alanda halinin en somut örneklerinden birisi Türkiye Büyük Millet Meclisi'ndeki kadınların temsil oranıdır. 8 Şubat 1935'te yapılan ilk seçimde 401 milletvekilinin 18'i kadındır. Kadın milletvekilinin meclise girmesiyle bu %4,48 oranında gerçekleşmiştir. 24 Haziran 2018 yılında³, toplamda 600 milletvekilinin yer aldığı 27. Dönem Parlamentosu'nda, 104 kadın milletvekilinin Meclis'e girmesiyle kadınların temsil oranı %17,1 olmuştur. 28. Dönem Parlamentosunda⁴ ise 600 milletvekilinin 479'u erkek, 121'i ise kadın milletvekilidir. Meclis'te önceki dönem %17,1 olan kadın temsil oranı, yeni dönemde sadece %3 artarak %20,1'e yükselmiştir. Bu da aradan geçen 88 yılda kadınların temsil oranının sadece %16 arttığını göstermektedir.

Köylerde ve kasabalarda yaşayan kadınlar, günlük işlerde çalışıp o arada da çocuklarının ihtiyaçlarını ne kadar karşılayabiliyorlarsa ancak o kadarını yapmaktadır. Tarlada, bağ ve bahçe de çalışan, ekin ve hayvancılık ile uğraşan

3 Kadın milletvekillerinin temsil oranı arttı <https://www.aa.com.tr/tr/politika/kadin-milletvekillerinin-temsil-orani-artti/1189573> Erişim tarihi: 08.06.2021

4 <https://www.mecliste.org/icerik/125/Yeni-Donemde-Meclis%E2%80%99in-Kadin-Milletvekilleri#:~:text=D%C3%B6nem%20Parlamentosunda%20479%20erkek%2C%20121%20kad%C4%B1n%20milletvekili%20g%C3%B6rev%20yapacak> Erişim Tarihi: 26.02.2024

kadınlar, sosyal olarak kapalı bir hayat sürmelerinin yanı sıra çocuklarının bakımına da fazladan vakit ayıramamaktadır. Çünkü kırsal kesimde yaşayan ailelerin üretim işi toplumsallaştırma işinden önce gelmektedir. Çocuk toplumdaki görevinden çok üretimsel olarak bakıldığında öncelikle bir iş gücü koludur (Sencer, 1983, s. 359). Annelik ve eşlik rolü, kadınlar için en kuvvetli roller olmayı sürdürmekle beraber kırsal yaşamda kadın ekonomik uğraşlar içinde gününü geçirmektedir. Türkiye’de 1950 öncesi dönemde nüfusun büyük çoğunluğu köyde ve kırsal kesimlerde yaşamaktadır. Dolayısıyla tarımla uğraşan bireyler, teknolojik olarak gelişmemiş aletlerle üretimlerini sürdürmektedir. Burada genellikle kol gücü öne çıkmaktadır. Berkes’e (1942) göre, kadınların gün içerisinde yapması gereken işler, erkeklerin yapması gereken işlere nazaran daha çok ve çeşitlidir. Tarlada, bağ ve bahçede çalışmak, büyük ve küçükbaş hayvanlara bakmak, kış hazırlıkları için yakacak hazırlamak, tezek yapmak, peynir, tereyağı gibi besin maddeleri üretmek, halı, kilim dokumak, yatak yorgan yapmak ve tüm bunların yanı sıra bir de ev ve çocuk ile ilgilenmek kadınların sorumluluk alanında bulunmaktadır. 1950 sonrası dönem ile 1980 arası dönemde ise tarımda teknoloji vasıtasıyla modernleşme yaşanırken ailedeki erkeklerin tümünün iş gücüne duyulan ihtiyaç yavaş yavaş ortadan kalkmış ve aileler bölünmeye başlamıştır. Bu sebeple artık kırsal kesimde göçler gündeme gelmiştir. Ecevit’e (1995, s. 146) göre, kırsal kesimde yaşayan kadınlar için ‘kentli ev kadını’ olmak bir hayaldir. Bu, aile içerisindeki yaşlı kadının dikte ettiği otoriteden kurtulmak ve ‘kendi evinin kadını’ olmanın rüyasıdır. 1980 sonrası dönemde kadınların üretime ve ücretli işlere katılma oranlarında ciddi artışlar görülmesine rağmen yine de işsiz bireylerin yarısından fazlasını kadınlar oluşturmaktadır.

Kadınlar 1980 yılından sonra, artık çocuklar ve onların eğitimleriyle daha yakından ilgilenmeye başlamaktadır. Kadının eş ve çocuk, yani aile aracılığıyla bir kimlik edinmesi, bu tarihlerden sonra daha da belirginleşmeye başlamıştır (Ecevit, 1995). Kentte, modern kadın görünümlü geleneksel rolleriyle özdeşleşen kadınlar, Cumhuriyet’in ideallerinin başında gelmektedir. Kadın anne ve eşlik rolünü devam ettirecek aynı zamanda da modern bir çizgi benimseyecektir. Bu dönemde modernleşme çabalarının kadınlar için sadece fiziksel bir görüntüden öteye gidemediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Demirci-Yılmaz’a (2015, s. 87) göre, kadınlar bu dönemde modern bir görüntü sergilemekte ancak onun makyajı, eğlence ve toplumsal hayattaki görünürlüğü, sosyal yaşamdan haberdar oluşu ve aydın görünümü; Anadolu’lu, fedakâr, çok çocuklu kadınlar karşısında öteki hale gelmekten alıkoymamaktadır. Atatürk’ün Anadolu’lu, cefakâr, Türk kadınına yönelik övgüleri basın camiasında da karşılıksız kalmayarak aynı ölçüde övgü almaktadır. Yunus Nadi 10 Ekim 1933 tarihli Cumhuriyet gazetesi köşesindeki yazısında⁵ “*Arkalarında süt emen yavruları,*

5 Yunus Nadi “Cumhuriyet Devrinde Kadın” 10 Ekim 1933 tarihli Cumhuriyet Gazetesi Köşe Yazısı

günlerce mermi taşıyan Türk kadını bu bizim milli cidalimizin şüphesiz en parlak destanını teşkil eder(...)"

Cumhuriyet'in ilanından sonra kadına ilişkin çıkan dergi ve benzeri yayınların sayısında artış olmuştur. Çıkarılan gazetelerin eklerindeki anne ve bebek hakkındaki içerikler de zamanla artmaya başlamıştır. Filmlere bakıldığında ise 1980'li yıllarda kadınların eş ve annelik rollerine vurguda bulunulurken yine toplumsal yaşamın ve ailenin korunması gibi önceliklerin benimsendiği görülmektedir. Medyada genel olarak kadın anne ve eş olarak temsil edilirken, aradan geçen zaman bu anlamda bir değişim yaşanmadığını ortaya koymaktadır. Türk sinemasında kadınların temsil ediliş biçimleri 'iyi kadın' ve 'kötü kadın' olarak ikiye ayrılmaktadır. Sinemada 'iyi kadın', genellikle *dışlanan, aşağılanan, ezilen ve yaşadığı birçok olumsuz tecrübeye rağmen namusunu ve çocuklarını korumaya çalışan* temsiller iken; 'kötü kadın'lar genellikle *dik duruşlu, genellikle sarışın, işveli ve bakımlıdır*. Ancak 'kötü kadınlar'ın 'iyi kadınlar' gibi sahip oldukları bir *yuvaları, bakacak çocukları* ve koruyacakları bir *namusları* bulunmamaktadır. Saktanber'in (1995, s. 213) de belirttiği gibi, kadınlar eğer 'fedakâr anne', 'sadık eş' gibi egemen söylemin koyduğu kalıplardan farklı bir biçimde yayın organlarında yer alacaklar ise bu yine erkek egemen söylemlerce tanımlanmış kimlikleriyle olabilmektedir. Bu dönem sonrasında sinemada masum kadın temsili yerini mücadele veren kadına bırakmakla birlikte, artık çocuklarına annelik, kocasına eşlik vazifesini yerine getiren bir temsilde değil, mücadele veren bir konumdadır. İyi kadın ve kötü kadın arasındaki sert çizgiler daha az belirgin olmaya başlamıştır.

Türkiye'de televizyonda kadın temsili üzerine yapılan araştırmaların birçoğunda (Çelenk ve Timisi, 2000; Büker ve Kıran 2000; Özsoy, 2015), kadın karakterlerin genellikle erkek karakterlerle kıyaslandığında 'bağımlılık oranı daha yüksek', 'edilgen', 'itaatkâr', 'kolay ikna olan' ve 'kolay ikna edilen', 'çabuk vazgeçen' ve 'özne konumu ellerinden alınmış' ve 'pasif' kişiler olarak temsil edildiği ortaya konmuştur. Günümüzde de durum pek de farklı değildir. TÜSİAD tarafından 2018 yılında yapılan "*Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği*" araştırmasına göre, televizyon dizilerinde toplumsal cinsiyet kalıp yargılarıyla temsil edilen bir rol dağılımının olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, kadınlar genellikle eş veya *anne* olarak ev içi rollerde bulunurken; erkekler genel olarak çalışma hayatında, genellikle iş yaşamında ve evde karar verme mekanizmalarında bulunan roller edinmektedir. Bu durumda medyanın, gerek reklamlar gerek diziler gerekse filmler aracılığıyla kadının toplumdaki rolünü yeniden üretmekte olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Aynı şekilde Timisi'ye (1998, s. 407) göre, medya, kadınların toplum içerisindeki bağımlı ve öteki olarak beliren konumunu pekiştirmekte ve kadının özel alandaki rollerinin öncelikli konumu olduğunu vurgulamakta ve altını çizmektedir.

Kadın deyince, birçok toplumda onun ilk ve öncelikli olarak sadece annelik rolü akla gelmektedir. Kadın, toplumsal yaşam içerisindeki rolleri zaman içerisinde değişime uğramış ve rollerine yenilerini eklemiş olsa da sürdürmesi gereken rolleri bir kenara bırakmamıştır. Kadının, hem iyi bir anne, hem iyi bir eş hem de iyi bir çalışan yani üretici olması gerekmektedir. Ev içi rollerinde başarılı olması gerektiği algısı kamusal alana da yansımaktadır. Kadın hem özel hem de kamusal alanda kendisini ve başarısını gösterebilmelidir. Kandiyoti (1982, s. 323), kuşaklararası yaptığı karşılaştırmalı çalışmasında, annelerin % 32,9'u başarılı kadını, % 23,2'si iyi ev kadınlığının yanı sıra sosyal faaliyetleri ve topluma faydalı olabilecek uğraşları vurgulamakta, % 25,6'sı hem evini hem de mesleğini bir arada yürütebilmeyi başarı olarak kabul etmektedir. Bununla birlikte ev kadınlığına pek az veya hiç değinmeden kendini geliştirmek ve kendine yetmekten söz eden annelerin oranı % 12,2'dir. Dolayısıyla anneler kendilerinden beklenen rollerde büyük bir değişikliğe gitmemişler ancak yeni roller benimsemişlerdir.

Atabek'in (1999) yılında 'Türkiye'de Anneler Günü'nde Yayınlanan Reklam Fotoğraflarında Annelik İmgisinin Değişimi' başlıklı çalışmasında 'annelik' imgesinin geçirdiği dönüşüm incelenmiştir. Yıllara göre betimlenen annelik imgesiyle ilgili bu çalışmaya değinmekte fayda görülmektedir. Buna göre;

- "1965-1969 Yılları: Modern anne, saçları açık, hafif makyaj, kısa saç, cinsiyetsiz bir kimlik, özel günlerde şık, kız çocuğu bir gün anne olmak üzere, erkek çocuğu öteki olmak üzere yetiştiren, koruyucu, sevecen, ciddi",
- "1970-1979 yılları: Mutlu anne-gülbüz çocuk, güzel bakımlı, çocuk bakımı, annelerini güzel göstermek isteyen kız çocukları, ütü yapan anne, çekici olması istenen anne",
- "1980-1989 yılları: Annenin seksi olması isteniyor, anne hala ütü yapıyor, anne çocuğunun mutluluğundan en sorumlu kişi, annenin yıldızlar kadar güzel olması isteniyor, anne tutumlu ve aile bütçesine katkıda bulunuyor, anneler hep mutlu";
- "1990-1997 yılları: Mutlu ve güzel anneler, hemşirelik ve öğretmenlikten sonra annenin doktor, mühendis olduğu da kabul ediliyor, anne kitap okumalı, yaşlı anneler de şık ve bakımlı, küçük ev aletleri annenin işini kolaylaştırıyor, anne seksiliğini ortaya koyuyor, anneye alınan armağanlar pahalılaşıyor, anne otomobil kullanıyor, anne kendine güveniyor."

Türkiye'de 1990'lı yıllara doğru kadınlar, çalışma hayatında kendilerini daha çok göstermeye başlamışlardır. Ancak Şenyapılı'ya (1982, s. 247) göre, çevresel şartlar çok da değişmediği için kadın geleneksel 'iyi anne- başarılı eş' rolüne ağırlık vermektedir. Çünkü kadın toplumsal olarak bir amacı gerçekleştirmek için değil, ailenin içerisinde bulunduğu geçim sıkıntısı sorununu çözebilmek

için çalışma hayatına katılmaktadır. Kadının çalışma hayatına girişi önemli toplumsal dönüşümlerden biridir. Ancak bu önemli dönüşüme rağmen çocuk doğurmak, bir çocuğun sorumluluğunu üstlenmek ve ona bakmak yine bir kadın alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma yaşamında kendisine daha fazla yer edinen kadınlar, üstlendikleri annelik ve eşlik gibi devam eden geleneksel rolleri için de düzenleyici yasalar henüz yoktur. Annelik rollerini hafifletici, kreş veya gündüz bakımevi gibi kurumlar da yetersiz sayıdadır. Bu nedenle çocuklu kadınlar için çalışma hayatı daha da zorlaşmaktadır. Çalışan anneler, bebek bakım işini bebeklerine bir akrabadan yardım alarak veya bakıcı tutarak halletmeye çalışmaktadır. Bir yandan çalışan kadının iş yaşamındaki görevleri diğer yandan aile ve ev içindeki sorumlulukları ve annelik rolü kadını zorlamaktadır. Hem çalışan hem de çocuklarına layığıyla bakmaya uğraşan ‘ideal anne’ modeli 20. yüzyılın annelik modelidir. Türk toplumundaki annelik rolü de dünya toplumlarıyla hemen hemen benzer çizgide ilerlemektedir. Kız çocukları için annelik rolü, küçük yaşlarda öğrenilmeye başlamaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerini, çocuğun ilk yaşlarında toplumsallaşma vasıtasıyla deneyimlediğine daha önceki başlıklarda değinilmiştir.

21. yüzyıla gelindiğinde ise teknolojinin bireylerin hayatlarındaki vazgeçilmez rolü, 20. yüzyılın sonlarından itibaren kendisini hissettirmeye başlamıştır. Artık, annelerin annelik yapmak pratikleri teknoloji vasıtasıyla da dönüşüme uğramaktadır. Geleneksel olarak sürdürülen annelik rolü, artık teknoloji destekli bir biçimde sürdürülmeye başlamıştır. Geleneksel tecrübe ve yöntemlerin yerini kitaplar, uzman görüşleri ve psikoloji destekli uyarı ve görüşler almıştır. Emzirme danışmanları, doğum ve hayat koçları, yenidoğan hemşireliği gibi meslekler türemiş, kadının en tecrübesiz olduğu doğum ve doğumdan sonraki süreçte kadının yanında yer almışlar, bu süreçte anneye destek vermişlerdir. ‘Ebeveynlik konferansları’, ‘ebeveynlik zirvesi’, ‘anne-baba atölyesi’, ‘anne baba okulu’ gibi isimler altında anne babalığın ne yapılırsa veya ne yapılmazsa daha iyi olup olmayacağına dair sorgulamalar yapılmaktadır. Ebeveynler çocuklarına nasıl anne babalık etmeleri gerektiğini uzmanlardan öğrenmekte, çeşitli zirveler, eğitimler ve seminerlere belli ücretler karşılığında anne babalığı öğrenebilmektedir. Özellikle kadının ilk annelik deneyimi durumu daha içinden çıkılmaz hale getirebilmekte; içerisinde bulunduğu durumdan dolayı hem kaygılı hem de tecrübesiz oluşu anneyi uzmanlara daha bağımlı bir hale getirirken, uzmanların söylediği herhangi bir şeyi, belirttiği şekilde yapamadıysa yetersizlik ve çaresizlik duyguları açığa çıkmakta ve körüklenebilmektedir. Görüldüğü gibi annelik, zamanın ve bulunduğu kültürün etkisiyle çeşitli şekillerde değişime uğramıştır.

3. SOSYAL MEDYA MECRALARINDA SOSYALLEŞME VE ANNELİK

Bu bölümde, sosyal medya ve sosyalleşme, sosyal medyada annelik rolünün dönüşümü alt başlıklarına yer verilecektir. Bu başlıklar altında sosyal medya ve sosyalleşme gibi kavramların yanı sıra annelik rolünün sosyal medyada dönüşümü ele alınacaktır.

3.1. Sosyal Medya ve Sosyalleşme

Teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler, 21. yüzyılda bireylerin hayatında önemli değişimler ve kırılmalar yaratmış, bireyler bu değişim ve dönüşüme kayıtsız kalamamıştır. Tüm dünyayı saran ve etkisi altına alan, bilgisayarlar arası bağlantılar kurularak gruplar veya kurumlar arasında iletişim sağlayan ‘internet’ teknolojisi, dünyada 1970’li yıllarda kullanılmaya başlamış ve sonrasında kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Geleneksel medya, internet teknolojilerine hızla adapte olunmasıyla birlikte büyük bir dönüşüme uğramıştır.

Teknolojik olarak çok hızlı meydana gelen bu dönüşüm, Web 2.0 teknolojisine adım atılmasıyla birlikte insanların mekan ve uzam olmaksızın birbirleriyle iletişim kurabilmelerini olanaklı hale getirmiştir. 2000’li yıllara denk gelen bu dönüşüme imkân sağlayan ise internet teknolojilerindeki gelişmelerdir. Tüm dünyada akıllı telefonların, tabletlerin yaygınlaşması, tüm bu araçların maliyetlerindeki düşüş vb. sebeplerle sosyal medyaya ilgi artmıştır. Sosyal medya, hem bireysel hem de sosyal olarak bireylerin ve kitlelerin birbirlerine bağlanırken etkileşimde ve iletişimde kalabilmelerine olanak sağladıkları yer olarak açıklanabilmektedir. Başka bir deyişle sosyal medyada bireyler ve kitleler duygularını, fotoğraflarını, videolarını, fikirlerini vb. diğer insanlarla paylaşabilmektedir. Geleneksel medyadan ayrılan noktası ise ‘etkileşim’ özelliğidir. Evans’a (2008, s. 33) göre, sosyal medyanın geleneksel medya ile kıyaslandığında en büyük artışı kullanıcıların fikir ve yorum paylaşımı yapabilmesi bir diğer deyişle etkileşimdir. Bireyler, bir fotoğraf paylaştıklarında beğeni, bir fikir paylaştıklarında ise eleştiri alabilirler. Eş zamanlı olarak dönen bu geri bildirimler, sosyal medyayı ‘sosyal’ yapan unsurdur. Onu ‘medya’ yapanın ise bu mecralarda vatandaş gazeteciliği yapılabilir, haber alınabilir ve verilebilir olmasıdır. Dijk’e (2018, s. 253) göre, sosyal medya kullanıcıları için geri bildirim alınıp alınmamasının bir önemi yoktur; onlar için önemli olan ‘sosyal’ olmaktır. Bireyler kendi yakın çevreleriyle iletişim halinde olmak, çevrimiçi kalmak için sosyal medyada var olabileceği gibi hiç tanımadığı kişiler veya ünlü kişilerle bağlantı kurmak için de sosyal medyada var olmayı seçebilmektedir. Bu, kişinin sosyal medyadaki kimliği ile bağlantılı bir durumdur. Sosyal medyada varoluş nedeni, takip edilen sayfalar, bireyin merakı ve ilgisi gibi birçok bağlantı, sosyal medyadaki kimliği ve duruşu etkileyebilmektedir.

sosyal medya mecrası olan Instagram, kullanıcıların, birbirlerine fotoğraf ve video gibi içerikler gönderebildiği, etiketleme (hashtag) yöntemiyle birbirlerini birçok konudan haberdar edebildiği, farklı grup veya kişilerle iletişime geçebildikleri görüntü tabanlı bir sosyal medya uygulamasıdır. Kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu uygulama, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından Amerika Birleşik Devletleri merkezli olarak kurulmuştur. Instagram, diğer sosyal medya platformları gibi fotoğraf ve video paylaşımına izin veren, anlık mesajlaşma olanağı bulunan, yorum yapabilme ve beğenmeye imkân tanıyan bir uygulamadır. Başlangıçta yalnızca Apple markalı cep telefonlarında kullanılabilen bir cep telefonu uygulaması iken daha sonra diğer akıllı telefonlarda da kullanılabilen bir uygulama haline gelmiştir. Kullanıcıların yoğun ilgisiyle Instagram kendisini sürekli geliştirmiş, alt yapısında büyük değişikliklere gitmiş ve 2013'te video paylaşılabilme de imkân veren yeni düzenlemeler yapmıştır. 2016 yılındaysa Instagram, Windows 10 işletim sistemini kullanan mobil cihazlarda da kullanılabilir hale gelmiştir. Sadece fotoğraf tabanlı verilerin paylaşılmasına imkân sağlayan Instagram, bir süre sonra kendisini yenileyerek kendisini bir haber verme aracı olarak da konumlandırmak için adımlar atmış ve kullanıcılarına platform üzerinden 'vatandaş gazeteciliği' yapabileceklerini bildirmiştir. Instagram, diğer sosyal medya mecralarıyla kıyaslanınca hızlı büyüyen yapısıyla öne çıkmaktadır. 2012 yılında Facebook'un (Meta) sahibi Mark Zuckerberg tarafından satın alınmış ve bu iki ağ birbirine entegre hale getirilmiştir. Getirdiği filtreler, efekt yenilikleri gibi uygulamalarla kullanıcılarına farklı anlamlarda da hitap etmiştir. Instagram Facebook'a satıldıktan sonra bu uygulama Mark Zuckerberg vasıtasıyla çok büyük kitlelere ulaşmıştır. Uygulama, basit ve sezgisel kullanıcı deneyimine ve fotoğraf paylaşımına odaklanmaya bağlı kalarak uygulama üzerinde zamanla video gönderisi, Hikâye, Instagram TV, Reels gibi özellikler eklenmiştir. We Are Social ve Hootsuite'in '2023 Yılı Global Dijital Raporu'na göre Instagram, dünyanın en çok kullanılan üçüncü sosyal medya platformudur.

Temelde görsel içerik paylaşımına odaklanarak kullanıcıların birbirleriyle etkileşimde bulunmasını, içerik üretmesini ve keşfetmelerini sağlayan Instagram'ın popüler olmasını sağlayan birçok faktör bulunmaktadır. Türkmenoğlu'na (2014, s.96) göre, Instagram'a benzer birçok farklı yazılım olmasına rağmen fotoğraf düzenlemesine imkân vermesi, basit bir şekilde fotoğraflar üzerinde özgün efektler yapılabilmesidir. Bunun yanında sürekli güncellenen ve kullanıcılarını hem görsel hem de metinsel olarak önceleyen bir uygulama olarak ön plana çıkmaktadır. Görüntü tabanlı bir sosyal medya uygulaması olması Instagram'a daha çok kullanıcı çekmesinin yanı sıra sosyal paylaşım uygulamaları arasında da popülerliğini artırmıştır. Hu vd. tarafından 2014 yılında yapılan bir araştırmada, kullanıcıların Instagram'da en çok hangi türden fotoğraflar paylaştıklarını ortaya koyulmuştur. Araştırmaya

göre kullanıcıların kullandıkları fotoğraflar 8 kategoriye ayrılmıştır. Bu sekiz kategori altında incelenilen başlıklar şu şekildedir: arkadaşlar, yiyecek ve içecekler, teknolojik ürünler ve aletler, alt yazılı fotoğraf, evcil hayvan, etkinlik, özçekim (selfie), moda (Hu vd., 2014, s. 597).

Sosyal medya platformu Facebook (2019) tarafından yapılan bir anketin sonucuna göre, Türkiye’deki Instagram kullanıcılarının %77’si Instagram’da gördükleri herhangi bir ürünü satın aldıklarını söylemektedir. Ankete göre, Türkiye’deki Instagram kullanıcılarının %93’ü ise Instagramı yeni ürün veya hizmetleri keşfetmek ve bu ürünleri satın almadan önce ürünler hakkında bilgi almak, %91’i ise bir ürün ile ilgili satın alıp almamak sürecinde karar vermek için kullanmaktadır. Bunlara ek olarak Türkiye’deki Instagram kullanıcılarının %97’si Instagramda görüp beğendikleri bir üründen sonra bu ürüne ait markayı takip etme, markanın web sitesini ziyaret etme ve ürün satın alma gibi davranış biçimleri sergilemektedirler. Deloitte’un (2019) akıllı telefon kullanıcıları arasında yaptığı araştırmaya göre ise Türkiye Instagram’ı saatte en az bir kere kullanan ülkeler arasında birinci sırada yer almaktadır. Ayrıca App Annie (2019) tarafından yapılan bir araştırmaya göre ise 2010 ve 2019 yılları arasında Instagram en çok indirilen dördüncü mobil uygulama olmuştur.

Instagram’ın temel kullanım amaçları kısaca şu şekilde özetlenebilmektedir:

- *Fotoğraf ve video paylaşımında bulunmak*: Instagram’da kullanıcılar, gündelik pratiklerinden, deneyimlerinden veya ilgi alanlarından fotoğraf ve videolarını paylaşarak diğer kullanıcılarla bu içerikleri paylaşabilmektedirler.
- *Sosyal bağlantı*: Instagram, kullanıcıların birbirlerini takip ederek paylaşımlarını görebilmelerine imkân tanır. Bu sayede arkadaşlar, akrabalar ve benzer konulara ilgi duyan kullanıcılar bu konular üzerinden diğer kişilerle bağlantı kurabilmektedir.
- *Etkileşim ve geri bildirim*: Kullanıcılar, içeriklere yaptıkları beğeniler ve yorumlar aracılığıyla diğer kullanıcıların paylaşımlarıyla etkileşimde bulunabilmektedirler.
- *Hikâyeler ve canlı yayınlar*: Kullanıcılar, uygulamanın son yıllarda hayata geçirdiği geçici hikâyeler veya canlı yayınlar aracılığıyla anlık içerikler paylaşabilmektedirler. Bu özellik, genellikle daha hızlı ve geçici paylaşımlar için kullanılmaktadır.
- *Keşfet bölümü*: Bu bölümde, uygulama kullanıcılarına ilgi alanlarına göre öneriler sunmakta ve yeni içerikler keşfetmelerine olanak tanımaktadır.
- *Özel mesajlar*: Kullanıcılar, Instagram üzerinden diğer kullanıcılara özel mesajlar gönderebilmektedirler.

- *Etkinlik, tanıtım ve pazarlama:* Markalar veya kullanıcılar, takipçilerine yapacakları bir etkinliği veya lansmanı duyurabilmekte bu yolla ürünlerinin tanıtımını yapabilmektedirler. Sosyal medya etkileyicileri vasıtasıyla yapılan işbirlikleri ve verilen linkler üzerinden birçok reklam ve tanıtım faaliyeti gerçekleşmektedir. Platformun son yıllarda pazarlama ve reklam amacıyla kullanım oranlarında artışlar meydana geldiği gözlenmektedir. Dolayısıyla sosyal medya etkileyiciliği artık bir mesleğe dönüşmüştür.
- *IGTV ve reels:* IGTV, daha uzun süreli videoların paylaşılmasına imkân tanırken, Reels kısa ve eğlenceli videolar içindir.

Sosyolojik anlamda sosyalleşme başka bir deyişle toplumsallaşma ile sosyal medyadaki sosyalleşme aynı anlama gelmemektedir. Sosyolojik anlamda toplumsallaşma, kısaca bireyin kendi kültürünü içselleştirmesi olarak tanımlanmaktadır. Giddens'a (2012, s. 201) göre, toplumsallaşma, yenidoğan bebeğin içerisinde doğduğu kültür için geçerli olan kodlardaki becerileri edinmesi ve bu konuda bilinçli bir kişi haline gelmesi sürecini ifade etmektedir. TÜBİTAK Sosyal Bilimler Ansiklopedisinde⁶ ise sosyalleşme, toplumsal hayat içerisinde bireyin ihtiyaç duyduğu beceriler, amaçlar ve disiplinli davranışların yanı sıra, bu davranışları diğerlerinin davranışları ile bütünleştirmeyi sağlayan uyum süreci olarak ifade edilmektedir. Marshall'a (1999) ve Edgar-Sedgwick (2007) ise sosyalleşmeyi, bireyin içinde yaşadığı toplumun norm ve değerleri içselleştirdiği ve rolleri yerine getirmeyi öğrendiği bir süreç olarak açıklarken bunun tek yönlü bir süreç olmadığını da belirtmektedir. Onlara göre, bireyler de kendi toplumsal rol ve yükümlülüklerini bu süreç içerisinde yeniden belirleyebilmektedir. Aziz (1982) ise sosyalleşmeyi, bireyin biyolojik bir varlık olmaktan çıkıp toplumun bir üyesi olması, kendisinden beklenen normları öğrenip, inançları benimsemesi ve tüm bunlara uygun davranması olarak tanımlamaktadır. Bu süreç sonunda birey bir kişilik kazanacaktır. Bireyin sosyalleşmesinin bazı koşullara bağlı olduğunu belirten Vatandaş'a (2020, s. 816) göre, birey öncelikle sosyalleşebileceği bir sosyal yapıya sahip olmalıdır. İkinci koşul, çocuğun bu sosyal yapıda sosyalleşmesi için imkân yaratacak biyolojik ve kalıtsal özellikleri taşıması gerekmektedir. Üçüncüsü ise bireyin toplumda diğer bireylerle ilişki içinde olma isteğine sahip olması ve ilişki kurma yönünde adımlar atması gerekmektedir.

Amerikalı sosyal psikolog Charles Horton Cooley'e (1902, s. 1) göre, toplum ile birey arasında organik bir ilişki bulunmaktadır. Ancak toplumda çocuğun ve yetişkinin toplumsallaşması aynı oran, aynı biçim ve yönde olmamaktadır. Çocukluk sosyalleşmesi daha yoğunken; yetişkin sosyalleşmesi çocukluk sosyalleşmesi aynı oranda olmadığı bilinmektedir. Aziz'e (1982, s. 16) göre, birey yaşamının tüm evrelerinde sosyalleşmekte ancak yetişkin sosyalleşmesi

6 <https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/search?parameter=sosyalle%C5%9Fme> Erişim Tarihi: 13.02.2024

çocukluktan farklı olmaktadır. Çocukların doğarken boş bir levha özelliğinin yetişkinlerde bulunmadığına dikkati çeken Aziz (1982), bireyin yetişkin oluncaya kadarki geçen sürede edinilen davranışlar, tutumlar ve rollerin bireyi biçimlendirdiğini ifade etmektedir.

Sosyalleşme bireye özbenlik kazandırma gibi bir işleve de sahiptir. Özbenlik, bireyin kendisini diğerleriyle kıyasladığında kendinde olan ve onu farklı kılan ayrıntıların farkında olması anlamına gelmektedir. Cooley (1902) buna ‘ayna benlik’ ismini vermektedir. Ayna benlik, bireyin benliğinin bir zihinde nasıl görüldüğünde ilişkin yansımasıdır. Birey başkaları tarafından nasıl görüldüğünü, kendisinin tepkilerini ve düşüncelerini nasıl yorumladıklarına bakarak kendisi ile ilgili bir karar edinir. Bu başkalarının aynasına bakarak bireyin kendisini görmesi anlamına gelmektedir. Bireyin içerisinde bulunduğu toplumda sosyalleşmesi birtakım gruplar vasıtasıyla olabilmektedir. Sosyalleşme etmenleri olarak da adlandırılabilir bu grupları Cooley (1966) ‘birincil gruplar’ ve ‘ikincil gruplar’ olarak açıklamaktadır. Buna göre birincil gruplar, bireyin doğrudan ilişki içerisinde bulunduğu, problem çözümünde yardımlaşabildiği, sıcak ve samimi ilişkilerin bulunduğu bir grubu ifade etmektedir. Bu grubun içerisine, aile, arkadaşlar ve akrabalar girmektedir. Vatandaş’a (2020, s. 818) göre, birincil gruplardaki ilişki türüne verilebilecek en önemli örnek ailedir. Çünkü aile, bireyin ilk sosyalleşmesi olarak önemli bir noktada bulunmaktadır. İkincil gruplar ise, birincil gruplara kıyasla ilişki türü olarak daha zayıf, çoğu zaman sıcak bir ilişkinin bulunmadığı, resmi ve daha kısa dönemli ilişkilerin olduğu bir grup türüdür. Bu grup büyük oranda bireyin doğumdan sonra ve onu ölünceye kadar sürdüren bir aşamadır. Bu gruba örnek olarak, uzaktan akrabalar, sık rastlanmayan kişiler, içinde yaşanılan şehir ve kalabalıklar verilebilmektedir. Ayrıca bireyin sosyalleşmesi de belirli faktörlere bağlıdır. Bu faktörleri aile, kültür, okul, arkadaş grubu, çevre, kitle iletişim araçları olarak saymak mümkündür.

Sosyal medyada kullanılan sosyalleşme kavramı ise tamamen başka bir anlama işaret etmektedir. Birey yukarıda da bahsedildiği üzere sosyolojik anlamdaki sosyalleşmede topluma adapte olurken, topluma uygun davranışlar ve tutumlar geliştirmekte ve bunu içselleştirmektedir. Kısaca, o toplum ve kültüre uyumlu bir birey olmaktadır. Sosyal medyadaki sosyalleşme ise kişinin, toplumsal yaşamda diğer bireylerle girdiği yüz yüze ilişkilerden ziyade çevrim içi ortamlarda, bir veya birden fazla kişi ile girdiği iletişimi ve etkileşimi ifade etmektedir. Bu, bir kişinin sayfasında paylaşım sunduğu fotoğrafı beğenerek olduğu gibi o kişinin fotoğrafının altına yorum yaparak veya bir kişinin başlattığı canlı yayına katılarak da olabilmektedir. Sosyolojik anlamda sosyalleşme bir bebeğin doğumu ile başlarken, sosyal medyadaki sosyalleşme her gün yeniden tekrar eden, bitip yeniden başlayan bir süreci ifade etmektedir. Sosyolojik anlamdaki sosyalleşme kesintiye uğramadan oluşan

bir öğrenme ve içinde bulunulan topluma bir uyum sürecini ifade ederken, sosyal medyadaki sosyalleşme her gün bitip yeniden başlamaktadır. Sosyal medyanın zaman ve mekândan bağımsız ve sanal oluşu bireyin farklı türden bir sosyalleşme içerisinde olduğunu göstermektedir. Çünkü bu, sosyolojik anlamda birincil ve ikincil sosyalleşmenin hâkim olmadığı bir ‘sosyalliktir’. Maria Bakardjieva’ya (2003, s. 292) göre, belirli düzeydeki sosyal baskıları çözümlayebilmek için kullanıcılar, evlerinden dışarıya çıkmadan, hareketsiz bir biçimde diğer bireylerle iletişim kurmak için sosyal medyayı kullanmayı tercih etmektedir. Bakardjieva’nın (2003) kavramsallaştırmasıyla bu durum ‘hareketsiz toplumsallaşma’ olarak adlandırılmaktadır.

3.2. Sosyal Medya ve Annelik Rolünün Dönüşümü

Sosyal medya vasıtasıyla bireyler, sosyal medyada iletişimin ve etkileşimin kesintisiz şekilde devam etmesi sağlanmaktadır. Bireyler, bu ağlar vasıtasıyla zaman ve uzam aranmaksızın bir araya gelebilmekte günlük pratiklerini çevrim içi sosyal ağlarda sürdürebilmektedir. Mobil teknolojilerdeki ilerleme ve gelişmeler bu ağlara olan ilgiyi besleyerek artırmaya devam etmektedir. Böylelikle gündelik yaşamın her alanında sosyal medya kendisine yer edinmiştir. Günümüzde dijitalleşmenin artması ile birlikte sosyal medya, sosyal ağlar ve bu ortamlara ilişkin birçok farklı araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmalar ile sosyal medya kullanım sıklığında ve etkileşim kurma davranışlarında yükseliş gösterdiği sonucuna varılmıştır. Bu artışlar ‘We Are Social’ tarafından her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen raporlarla da ortaya konmaktadır. We Are Social’ın Dijital 2023 Global ve Türkiye⁷ raporuna göre, 2023 yılında dünya çapında 5,44 milyar insan cep telefonu kullanmaktadır. Bu rakam toplam dünya nüfusunun yüzde 68’ine denk gelmektedir. Dünya çapında sosyal medya kullanıcı sayısı, pandeminin başlangıcından bu yana yüzde 30’a yakın artmış ve son üç yılda bir milyardan fazla yeni kullanıcı sosyal medya kullanmaya başlamıştır. Türkiye’de ise aktif sosyal medya kullanıcısı 2023 yılında 62.55 milyona ulaşmış durumdadır. Bununla birlikte Türkiye’de sosyal medyada en fazla kullanılan ortamın Instagram olduğu ortaya konmaktadır. Türkiye’de Instagram kullanım süresi, dünya ortalamasının neredeyse iki katıdır. Türkiye aynı zamanda reklam erişim oranı sıralamasında da dünyada ilk sırada yer almaktadır.

Sosyal medya kullanım oranı her geçen yıl daha da artmaktadır. Görme ve görülme üzerine kurulmuş bir yapısı olan sosyal medyada bireyler, video, fotoğraf, içerik paylaştıkları kadar var, beğenip yorum yaptıkları kadar da görünür olmaktadır. Debord’un (2018, s.48) ‘gösteri toplumu’ndaki deyiimiyle, gösterinin görünür kılındığı aslında hem var olan hem de yok olan dünya üzerindeki her şey meta dünyasıdır. Başka bir deyişle bireylerin görünür

7 <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf> Erişim Tarihi: 31.01.2024

olmalarını sağlayan bu sistem onları görünür yaparken sistemin de metası haline getirebilmektedir. Dolayısıyla sosyal medyada meta olan her şeyin tüketildiği gibi, tüketim nesnesi olan her şeyin de metalaşması kaçınılmaz olmaktadır. Bireyler özne konumunu bu noktada kaybetmektedir. Özgül'ün (2015, s. 104) de ifade ettiği gibi, her şeyin meta olduğu bir dünyada, birey kendisine sosyal medyada bir kimlik oluşturarak bu kimliği pazarın hizmetine sunmaktadır. Çünkü bireylerin öncelikle kendilerini, zamanlarını, paralarını, duygularını ve hatta düşüncelerini bu mecralarda tükettikleri ifade edilebilmektedir. Dolayısıyla modern bireyin sosyal medyadaki kimlik inşası bir sektöre dönüşmektedir. Şener ve Kuş'a (2015, s. 53) göre, piyasa aynı zamanda bir sektöre dönüşen bu insanın üzerinden kâr elde etmektedir. Debord (2018) ise 'meta dünyası'nın hareketinin ancak bireylerin birbirlerinden uzaklaşmalarıyla mümkün olacağını ifade etmektedir. Tüm bu tanımlamalardan da anlaşılacağı gibi sosyal medyanın bireyler için çoğu zaman bir sosyallik yaratıp yaratmadığı tartışılan konular arasındadır.

Sosyal medya, tüm kullanıcılarına çeşitli avantajlar ve dezavantajlar sağlamaktadır. Kimi bireyler için kazanç kapısı olurken kimileri için sadece bireysel veya kitlesel olarak etkileşim sağladığı mecralar olmaktan öteye gidememektedir. Bireyler deneyimleri, bilgileri, yetenekleri, ürettikleri vb. sebeplerle sosyal medya ortamlarından diğer bireylere ulaşmaya çalışmaktadırlar. Yapılan bazı araştırmalar (McDaniel vd., 2012; Gürçayır Teke, 2014; Chae, 2015; Orton-Johnson, 2017; Sine ve Parlak Yorgancı, 2017; Zeybek Kaplan, 2018; Ergül ve Yıldız, 2021) yeni anne olmuş kadınların kendilerinininkine benzer hikâyeye sahip olan annelerden destek aradıklarını ortaya koymaktadır. Anneler için, özellikle yeni anneler için diğer anneler ile etkileşim ve iletişim halinde olmak, kendi deneyimlerine ve becerilerine güvenlerini artırdığı gibi kadınların üzerindeki fiziksel ve duygusal stresi de azaltabilmektedir. Dolayısıyla, annelerin teknolojik avantajları kullanarak sosyal medyanın bilgi ve destek sağlama potansiyelinden yararlandıklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

Anneler bu türden ortamlarda yeni sosyal bağlar kurabilir, kurdukları bu sosyal bağlantıları koruyabilir ve hayattaki bu yeni kimlikleri olan annelik için yeni bağlantılar kurabilmektedir. Kimi araştırmacılara (Gülmez, 2021; Bal, 2019) göre, sosyal medyada kendilerine yer edinen anneler, çeşitli sebeplerle bu ortamlarda bulunmakta, değişen ve dönüşen anlamlar olarak 'anneliği' yeniden üretebilmektedir. Benzer bir çalışma da Ergül ve Yıldız (2021) tarafından yapılmıştır. Sosyal anneliğin incelendiği bu çalışmaya göre, kadınlar çocukları üzerinden sanal bir kimlik edinmeye çalışmaktadır. Takipçi annelerin bu sanal dünyadaki anneleri oldukça önemsedikleri ortaya çıkarken, annelik ve anne-çocuk ilişkisinin de yeni bir boyut kazandığı söylenilebilmektedir. Bu kapsamda Gürçayır Teke'nin (2014) anne bloglarını incelediği araştırmasında, geçmiş

dönem annelik kimlikleri ile günümüz annelik kimlikleri sosyal medyanın da etkisiyle nasıl dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Gülmez (2021) tarafından yapılan ve anneliğe ilişkin rollerin, pratiklerin ve söylemlerin sosyal medyada nasıl üretildiğinin ortaya konduğu araştırmada, sosyal medyada mükemmel annelik imajlarının yeniden inşa edildiği sonucuna varılmıştır. Chae'nin (2015) anneliğin nasıl inşa edildiğini sorguladığı araştırmanın sonuçlarına göre, medyada annelik söylemleri ve bilgilerine maruz kalmak annelik ideolojisini güçlendirmektedir.

Kimi anneler, sosyal medyayı sadece bir iş alanı olarak kullanırken kimileri ise 'kendilerine bırakılmış tek iktidar alanı olan annelikleri' ile ilgili onaylanmak, beğenilmek ve sadece görünür olmak için kullanmaktadır. Çünkü toplum, kadınların annelikleri üzerindeki baskıyı, kalıpyargılarla daha çok artırmıştır. Kadınların, özellikle de çalışmayan kadınların beğenilmek, takdir edilmek ve görülmek gibi ihtiyaçlarını bu ortamlarda sundukları performansla gidermeye çalıştıkları yapılan araştırmalarla da ortaya konmaktadır. Bazı araştırmacılara (Altaş, 2018; Bal, 2014) göre, kimi anneler sosyal medyada sadece ürettikleriyle var olurken kimi anneler ise çocukları üzerinden var olma eğilimi göstermektedirler. Bu noktada, gerek ekonomik gerek duygusal gerek sosyal gerekse psikolojik olarak 'çocuklar' nesneleşip birer meta haline gelirken 'annelik' de araçsallaşmaktadır. Bal'ın (2019) Instagram'da takipçi sayısı yüksek fenomen annelerle ve takipçi sayısı düşük 'sıradan anne' olarak isimlendirilen toplamda 43 anne ile yapmış olduğu araştırması da bunu destekler niteliktedir. Bal'a (2019) göre, Instagram'da sunulan annelikler 'mükemmel annelik', 'uzman annelik', 'tecrübeli annelik', 'topluluk anneliği', 'fit annelik', 'tepkisel annelik', 'doğal annelik', 'kurgulanmış annelik', 'vakıf annelik', 'sıradan annelik' gibi farklı annelik kategorileri tespit etmiş ve anneliğin bu anlamda araçsallaştırıldığını ortaya koymuştur. Orton-Johnson'a (2017) göre, annelik blogları annelik rolü ve kimliğinin toplumsal ve dijital olarak yeniden üretimine katkı sağlamaktadır. Aktaş (2019), sosyal medyanın annelik kimliğini dönüştürdüğünü ortaya koyduğu araştırmasında, sosyal medyada çocukları ile ilgili paylaşımlar yapan annelerin kimi zaman çocuk haklarına zarar verebilecek boyutlara ulaştığını ortaya koymaktadır. Kızılkaya, (2018) tarafından yapılan araştırmada ise sosyal medya mecrası olan Youtube'da annelikleri ile ilgili paylaşımlarda bulunan youtuber annelerin paylaşımları incelemiştir. Çalışmada, youtuber annelerin çocukları ile birlikte kişisel yaşamı ifşaya özendirdiği ve mahremiyet sınırlarının bireylerin kendi rızasıyla daraltıldığı belirtilmiştir.

Çocukların sosyal medyada birer metaya dönüştüklerine, yapılan haberler vasıtasıyla da tanıklık edildiği belirtilebilmektedir. Bu haberlerden biri, Youtuber annenin çocuklarını istismar ettiği yönünde.⁸ Habere göre, 2019 yılında Amerika'nın Arizona eyaletinde yaşayan, 800 bin takipçisi olan ve Youtube'da

⁸ (<https://www.yenisafak.com/dunya/800-bin-takipcisi-olan-youtuber-ann-cocuklarına-iskenceden-tutuklandı-3452378>) Erişim Tarihi: 24.05.2022

‘Fantastic Adventures’ isimli bir kanalı bulunan Youtuber anne, 7 evlatlık çocuğuna, verilen talimatları doğru yapmadıkları gerekçesiyle çocukların gözlerine ve yüzlerine biber gazı sıkıp işkence ettiği için tutuklanmıştır. Bir televizyon kanalında yayınlanan başka bir habere⁹ göre ise, anne, senaryoya göre üç yaşındaki kızıyla kurabiye yapacaktır. Ancak tadım anı gelmeden küçük kızın kurabiyeyi alıp yemesi senaryoyu bozmuş anne çok sinirlenmiş ve anne üç yaşındaki kızına hakaretler etmeye başlamıştır. Kameranın açık olduğunu unutan anne bu anları kanalında canlı olarak yayınlanmış ve birçok takipçi videoyu kaydetmiştir¹⁰. Çin’de yaşanan başka bir habere göre, fenomen olan bir anne, çocuğu kamera karşısında poz vermekten sıkıldığı ve arkasını döndüğü için 3 yaşındaki kızını tekmelemiştir¹¹. Bir haber sitesinde yer alan başka bir habere göre¹², sosyal medyada sürekli iki çocuğunun fotoğraflarını paylaştığını ve çocuklarını reklam malzemesi yaptığını iddia eden baba, blogger anneye ‘Çocuklarımı reklam malzemesi yapıp para kazanıyor, istismara davetiye çıkarıyor’ diyerek dava açmış, mahkeme babayı haklı bulmuştur. Konuya ilişkin birçok örnek vermek mümkündür. Bu örnekler birçok şekil ve türde tepki ile karşılanmıştır. Bu tepkilerden biri de Amerikalı aktrist Blake Lively tarafından verilmiştir. Lively, 18 Eylül 2022 tarihinde Instagram hesabından yaptığı paylaşımda hamile halinin fotoğrafını paylaşarak altına şunları yazmıştır: ‘*Bu benim gerçek hayattaki hamile halim. Dışarıda beni görüntülemek için bekleyen 11 fotoğrafçı umarım artık peşimi bırakır.*’ 36 milyon takipçili Blake, Instagram hesabından sosyal medyasında çocuk fotoğrafı paylaşan fenomenlere karşı bir ‘takibi bırak’ hareketi başlatmıştır. Bu çağrı çok ses getirmiş ve çok takipçili fenomen kadınların milyonlarca takipçi kaybetmesine neden olmuştur.

21. yüzyılın annelik anlayışları ve tutumları sosyal medyanın da etkisiyle daha çok çocuğun merkezde olduğu bir hale dönüşmüştür. Bu yüzyılda çocuk her anlamda merkezdedir ve amaç da ‘mükemmel annelik’tir. Horovitz (2007) bu tür anneliği ‘alfa anneler’ olarak tanımlamaktadır. Horovitz’e (2007) göre, ‘alfa anneler’, eğitilmiş, teknoloji konusunda donanımlı, anneliği ustalaşabilecek bir iş gibi gören A tipi annelerdir. Ancak ‘alfa anneler’in en önemli ayırt edici özelliği, internet başında geçirdikleri sürelerdir. Bu anneler, ne kadar çok araştırma yaparsa, ne kadar çok okursa, internetten ne kadar çok fikir alırsa o kadar iyi anne olacaklarına inanmaktadır. Prono’ya (2010, s. 50) göre ise ‘alfa anneler’, annelikte mükemmelliğe ulaşılması gerektiğini ancak bunun sadece içgüdülerle olmayacağını dolayısıyla da annenin bir iş gibi durmadan annelik ile ilgili çalışması gerektiğini düşünmektedirler. ‘beta anneler’ ise ‘alfa anneliğe’ bir tepki olarak doğmuştur. ‘Beta anneler’, alfa annelerin aksine aşırı başarılı çocuklar yetiştirmenin ve mükemmel olmanın çocuğa zarar verebileceğini

9 <https://www.youtube.com/watch?v=GVw13naaXfA> Erişim Tarihi: 24.05.2022

10 <https://www.youtube.com/watch?v=GVw13naaXfA> Erişim tarihi: 03.06.2021

11 <https://www.youtube.com/watch?v=6ialgBb7ihg> Erişim tarihi: 03.06.2021

12 <https://www.ntv.com.tr/turkiye/blogger-anne-mahkemede-cocuklarini-kaybetti,qS8Pj79Zc0SNHjagnJu8A> Erişim Tarihi: 08.02.2024

düşünmekte ve bunu istememektedir. Prono (2010, s. 114), ‘beta anneler’in, alfa annelerden daha rahat olduklarını vurgulamak için kendilerine ‘tembel anneler’ dediklerini ifade etmektedir. ‘Beta anneler’ toplum ve kültür tarafından annelere ‘mükemmellik’ konusunda yapılan baskıya karşı çıkmaktadır. Beta anneler, annelerin üzerindeki hep doğrusunu, daha iyi ve güzelini yapmaları için kurulan sosyal baskının onlara daha kusurlu hissettirdiğini, bu nedenle de bu standartları kabul etmediklerini ifade etmektedir. Dolayısıyla bu anneler, sosyal baskısız ve ‘yeterince iyi’ anneliği savunmaktadır.

Henüz dünyaya gelmeden hayatı kurgulanan çocuk, anne babası tarafından üzerine kurulan ve planlardan oluşan hayatı yaşamaktadır. Anne babaların çocukları üzerine kurdukları bu planlamaya ve duruma aşırı anne babalık (hyper-parenting), her türlü programla zamanı tıka basa doldurulan çocuğa da ‘aşırı programlanmış’ (overscheduled) çocuk denmektedir. Furedi’ye (2013) göre, anne babalar aşırı kaygılı olan durumlarını ve kendi eksikliklerini çocuklarında tamamlamaya çalışmaktadır. Sadıkoğlu’na (2021) göre ise ebeveynler potansiyel veya olası risklerden kaçınmak için uzman rehberliğini tercih etmekte, dolayısıyla çoğunlukla anneler, bu yolu tercih ederek kendilerine rasyonel bir sorumluluk niteliği kazandırmaktadır. Furedi (2013, s. 49)’ye göre ise 21. yüzyılın anne-babalık rolü paranoyak anne-babalıktır. Furedi (2013), uzmanların, sürekli olarak satır aralarında ebeveynlere yetersiz ve bilgisiz hissettirdiğini dolayısıyla onları paranoyaya sevk ettiğini belirtmektedir. Ebeveynler, bir önceki neslin çocuk büyütme pratiklerini reddetmekte ve geleneksel bakış açısından ziyade modern bakış açısını tercih etmektedirler. Bu da ebeveynlerin kaldıramayacakları kadar yük edinmeleri anlamına gelmektedir. Bu sorumluluklar altında ezilen ebeveynler kaçınılmaz hatalar yapmakta dolayısıyla da uzmanlar ‘çocuk yetiştirmenin ebeveynlere bırakılmayacak kadar önemli bir görev’ olduğu konusunda uzlaşmaktadırlar. Furedi’nin (2013) dikkati çekmek istediği nokta; anneliğin veya babalığın organik olarak ilerlemesi gereken doğal, samimi seyrinden çıkarılıp uzmanlar tarafından kontrol edilen ve teknik yeterliklerle dolu bir beceriye dönüştürülmesidir. Bunun sonucunda ise anne veya babalar bu teknik yeterlikte olup olmadıklarına asla emin olamadıkları için ‘paranoyak’laşmaya başlamaktadır. Rich’in (1995) de belirttiği gibi, tüm bunlarla beraber annelik bir deneyim olmaktan çıkıp, her türlü baskıcı söylemler ve yöntemler üreten kurumsallaşmış bir yapıya dönüşmektedir. Bu da anneliğin samimi ve içten gelen doğasına aykırı bir durumdur. Çocuklarını birçok alanda teknik yeterlikle desteklemeyen anneler ise ‘kuzgun anne’ olarak nitelendirilmektedir. Beck ve Beck Gernsheim (2012, s. 255)’e göre, anneler öncelikle televizyonda, sosyal medyada ve okullarda sürekli olarak tekrarlanan, en iyi şekilde destekleme ilkesi tarafından etrafları kuşatılmış durumdadır. Anneler, pedagojik olarak donanımlı olmak zorundadır.

Bu koşullar altında da ‘iş reddetmek’ sadece kalpsiz diğer deyişle ‘kuzgun anneler’in yapabileceği bir şeydir (Beck ve Beck Gernsheim, 2012, s. 256).

ABD seçim kampanyalarında da kendisini gösteren ‘anne olma’ veya ‘annelik etme pratikleri’ 2008 seçimlerinden önce Cumhuriyetçilerin başkan yardımcısı adayı olarak gösterilen Sarah Palin kendisini anne olarak tanıtarak aile ve değerlere bağlılık üzerinden vurgular yapıp seçmenin oyunu bu açıdan almayı planlamıştır. Palin 1990’lardan beri gelişen ‘futbol anneleri’ (soccer moms) ve 2004 seçimlerinde ‘güvenlik anneleri’ (security moms) söylemleri ön plana çıkmaktadır. ‘Güvenlik annesi’ (security mom) ifadesi, 11 Eylül 2001 yılında Amerika’da yaşanan saldırılardan sonra ailelerinin ve çocuklarının güvenlikleri için arayış içerisinde olan beyaz orta sınıf anneleri tanımlamaktadır. Foster’a (2010, s. 1106) göre, 11 Eylül ve 2004 seçimi oylama kararlarını yerel endişeler değiştirmiştir. Burada, çocuklarını koruma kaygısı taşıyan annelerin ve ebeveynliğin bir kadının oy verme önceliklerini değiştirdiği sosyal yapıyı onayladığı görülmektedir.

Literatürde bulunan ve mükemmeliyetçiliği özendirdiği gerekçesiyle anneleri baskı altına alan annelik tanımlamaların yanı sıra tam tersi tanımlamalar da mevcuttur. Böylesi bir tanımlamayı Nihan Kaya (2018: s. 180) ‘kitlesel annelik’ olarak kavramsallaştırmıştır. Kaya’nın ‘kitlesel annelik’ olarak nitelendirdiği bu kavram, çocuğa karşı bir kitlenin hemen annenin arkasında olacağını bildikleri için çocuklarına bu kadar rahat ve öz-eleştiriden yoksun davrandıklarını ifade etmektedir. Kaya (2018), ‘kitlesel anneliği’, annelik yapma pratikleri içerisinde başka bir yolun mümkün olduğunu düşünmeyen, düşünmek de istemeyen, başka türlü anneliği hemen reddeden ve kınayan türde bir annelik olarak tanımlamaktadır. Özellikle sosyal medyada aynı türden annelik yapmayan kişiler için kınama veya kötü yönde eleştirme gibi davranışlara sıklıkla rastlanılmaktadır. 1980’li yıllar ile birlikte anne olarak kadınlardan beklenen koşulsuz sevgi veren, her şeyini feda eden ‘mükemmel kutsal anne’ ideali yeniden ve daha güçlü bir biçimde özellikle kadınlar arasında kendisini hissettirmektedir. Anneler arasındaki ‘içselleştirilmiş baskı’ (internalized opression) da bu şekilde ortaya çıkmaktadır. İçselleştirilmiş baskı, kısaca, ezen tarafından ezilenler hakkında söylenenlerin içselleştirilmesi olarak açıklanabilmektedir. Bu durum, kadınlar arasında ‘anne utandırması’ (mom shaming) olarak adlandırılan bir başka olumsuz durumun daha ortaya çıkmasını da tetiklemektedir. ‘Anne utandırması’ bir annenin, doğumun hemen ardından içinde bulunduğu fiziksel görüntüden, bebeğine mama verip vermemesi, emzirmesi veya emzirmemesi, bebeğin kilosu, uyku düzenine kadar çeşitli konularda başka anneler tarafından eleştirilmesi, diğer annelerin açık hedefi haline gelmesi olarak açıklanabilmektedir. Başka bir deyişle kadınların kendi aralarında birbirlerine uyguladıkları bir tür şiddeti ifade

etmektedir. Sosyal medya ortamları, annelerin birbirilerini daha cesaretli bir şekilde utandırdıkları alanlar olarak da dikkati çekmektedir. Bu durum daha çok ataerkil normların kadınlar tarafından benimsenmesi ve bu normları diğer kadınları yargılamak için kullanmaları neticesinde ortaya çıkmaktadır. Beech-Nut firması tarafından 2017 yılında ‘*The Truth About Mom Shaming*’ ismiyle 5 yaşından daha küçük çocuğa sahip olan bin Amerikalı anne ile yapılan bir ankete göre, annelerin yaklaşık %80’inin tanıdıkları anneler tarafından utandırılmaya maruz kaldıklarını ortaya koymuştur. Annelerin %60’ı ise başka bir anneyi utandırdıklarını itiraf etmektedir. Ayrıca araştırmanın sonuçlarına göre, ‘anne utandırması’na maruz kalan kadınların başka anneleri utandırma oranının daha yüksek olduğu bulgulanmıştır.

4. SOSYAL MEDYA ETKİLEYİCİSİ ANNELER VE TÜKETİM

Bu kısımda sosyal medya etkileyicileri, sosyal medya etkileyicisi anneler ve tüketim ilişkisi alt başlıklarına yer verilecektir. Sosyal medyada etkileyicisi, tüketim, tüketici davranışı gibi kavramlardan yararlanılarak sosyal medya etkileyicileri ile tüketim ilişkisi ele alınmıştır.

4.1. Sosyal Medya Etkileyicileri ve Annelik

Sosyal medyada kendilerine yer edinmiş ve çok takipçili bir hesaba sahip olan kişiler bu platformda ‘ünlü’ olabilmektedir. Literatürde, takipçi sayıları nedeniyle çok fazla kişiyi etkileyebilme potansiyelleri olan bu kişilere ‘influencer’ ‘sosyal medya etkileyicisi’, ‘kanaat önderi’ veya ‘fenomen’ gibi çeşitli isimler verilmektedir.

Freberg vd. (2011) göre, sosyal medya etkileyici¹³leri, bloglar ve diğer sosyal medya mecralarını kullanarak, izleyici tutumlarını şekillendiren yeni bir bağımsız üçüncü tür destekçi ve onaylayıcıyı temsil etmektedir. Buna göre, sosyal medya etkileyicileri, fikir ve görüşlerinin, onları takip eden takipçi firmalar ve kuruluşlar üzerinde etkili olduğu kabul edilmektedir. Bu türden kişilerin, belirli konulardaki bilgilerini ve duygusal konulardaki ihtiyaçlarını karşılamalarının yanı sıra onları yönlendirme gücüne de sahip oldukları bilinmektedir. Sosyal medya etkileyicileri sadece takipçileri değil, medyayı ve medyanın kapsamını da etkileyebilmektedir. Tam’a (2020) göre, sosyal medyada anneliklerine ilişkin paylaşımlar yapan sosyal medya etkileyicilerinden, ‘sosyal medyanın kanaat önderleri’ olarak da bahsedilmektedir. Li’ye (2018) göre, sosyal medya etkileyiciliğini belirleyen bazı kriterler bulunmaktadır. Li bu kriterler şu şekilde açıklamaktadır: ‘Takipçi Sayısı’, ‘Etkileşim Oranı’ ve ‘İş Potansiyeli Seviyesi.’ Buna göre, etkileyicileri takip eden belirli seviyede bir izleyici kitlesinin bulunması gerekmektedir. Ayrıca takipçi sayıları da kendi içlerinde farklılaşabilmektedir. Li (2018), etkileşim oranını ise etkileyicinin

13 Influencer kelimesinin karşılığı olarak kullanılmıştır.

sosyal medyada ne kadar aktif olduğu ile ilişkilendirmektedir. Bunu, günlük ve haftalık yapılan paylaşımlar, yorumlara verilen cevaplar, takipçileriyle girdiği diyalog olarak nitelemek mümkündür. İş potansiyeli seviyesi ise etkileyicinin ticari anlamdaki sürecini ifade etmektedir. Tüm bu kriterlere sahip olan sosyal medya kullanıcılarını ‘Sosyal Medya Etkileyicisi’ olarak ifade etmek mümkündür.

Sosyal medyada ortaya çıkan bu yeni ‘kanaat önderleri’ sayesinde de ‘iki basamaklı akış’ olarak ifade edilen iletişim akışı ‘dörtlü bir akışa’ dönüşmektedir. Bir diğer ifadeyle akış; mesaj, ileten ve alımlayan kanaat önderi, mesajı alan ve yeniden yorumlayan takipçiler beğenen ve yeniden paylaşım yapan grubu içermektedir. Bayındır’a (2017, s. 610) göre, bu yeni kanaat önderleri sayesinde ‘iki basamaklı iletişim akışı’ gelişmekte ve süreç güçlenmektedir. Bu kişilerin sosyal medyada kendilerini takip eden takipçiler üzerinde birçok etkiye sahip oldukları ifade edilebilmektedir. Philip Kotler’e (1997, s. 74) göre, bu kişiler tüketicilerin satın alma kararları ve davranışları üzerinde büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Bu kapsamda fikirleri önemsenilen birey diğer insanların satın alma karar ve davranışını etkileyebilmekte ve hatta diğer kişiler o kişinin ‘kanaat takipçisi’ olabilmektedir (Kotler 1997, s. 74). Dolayısıyla sosyal medya etkileyicilerinin ne kadar çok takipçisi olursa fikirleri ve tavsiyelerinin önemi o derecede artmaktadır. IAB Turkey Influencer Pazarlaması Raporuna (2018) göre, takipçiler üzerinde etkiye sahip olan sosyal medya etkileyicilerinin çeşitli markaları hedef kitleye ulaştırmak gibi bir görevi de bulunmaktadır. Rapora göre, sosyal medya etkileyicileri kendi içlerinde, ‘Ünlü’, ‘Makro’ ve ‘Mikro’ olmak üzere üç kategoriye ayrılmaktadır. Bu kategorileri şu şekilde açıklamak mümkündür:

- *Ünlüler*: Tanınmış ünlü isimler (oyuncular, müzisyenler, mankenler vb.)
- *Makro etkileyiciler*: Sosyal medyada yüksek takipçi sayıları olan isimler (Resmi bir sınıflandırma olmasa da yüz bin takipçi sayısını aşmış isimler)
- *Mikro Etkileyiciler*: Daha az takipçi sayıları olan isimler (Resmi bir sınıflandırma olmasa da yüz bin takipçi sayısının altındaki isimler)

Yüksek takipçi sayılarına sahip sosyal medya etkileyicileri, kendilerini takip eden kitleleri yönlendirmede, onlarda davranış ve tutum oluşturmada etkin rol oynamaktadır. Bu durumun farkında olan işletmeler, bireylerde marka farkındalığı ve bağlılığı sağlayabilmek, markalarına ait ürünler hakkında bilgi vermek ve tüketicileri satın alma davranışına yönlendirebilmek için çeşitli pazarlama stratejileri kullanmaktadır. Kim ve Jeong’a (2016, s. 1243) göre, sosyal medya etkileyicilerinin gücünü kullanmak da bu stratejilerden biridir. Carter’a (2016, s. 2) göre, sosyal medya etkileyicilerinin gücünü kullanarak yapılan bu pazarlamada, geniş takipçilere ulaşan güvenilir hesaplar, markaların ürünlerini tanıtmakta, marka bilinirliğini artırmakta ve karşılığında da çeşitli kazanımlar elde etmektedir. Varnalı’ya (2012, s. 122) göre, bu kazanımlar

sosyal medya etkileyicilerinin yarattıkları imajlar vasıtasıyla olabilmektedir. Çoğunlukla markalar tarafından yönlendirilerek içerikler oluşturan sosyal medya etkileyicileri, ürettikleri içeriklerin doğal ve kendi bakış açılarını yansıtabilmesi için kimi zaman da bu içerikleri kendileri hazırlamaktadır. Sabuncuoğlu ve Gülay'ın (2014) Twitter'daki etkileyicilerin markalar ile yaptıkları işbirliklerinin incelendiği araştırma, Twitter etkileyicilerinin reklam ünlülerine oranla daha samimi ve ulaşılabilir olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada ayrıca bu türden etkileyicilerin tüketiciler üzerinde daha ikna edici olduğu belirtilmiştir. Avcılar ve Açar'ın (2017) araştırmasına göre, Instagram'daki mikro ünlüler tarafından yapılan reklamların etkililiği kavramsal bir çalışmayla ele alınmış mikro ünlülerin ve Instagram'daki etkileyicilerin karar alan sürecinde daha etkili oldukları ortaya konmuştur.

Sosyal medyada etkileyicilerinin bu ortamda kendilerini var ederken bazı kazanımları bulunmaktadır. Bu kazanımlar şu şekilde ifade edilebilmektedir: 'Markalar ile İşbirlikleri', 'Ortaklık Bağlantıları', 'Hediye Ürünler', 'Popülerlik', 'İtibar' ve 'Rol Model Olmak.'

- *Markalar ile işbirlikleri:* Etkileyiciler, markalarla işbirliği yaparak sponsorlu içerikler oluşturmakta, markaların ürün veya hizmetlerini tanıtarak, marka bilinirliğini artırırken kendileri de maddi kazanımlar sağlamaktadırlar.
- *Ortaklık bağlantıları:* Instagram hesaplarında çeşitli sitelere yönlendiren linkler paylaşarak bu linkler aracılığıyla gerçekleşen satışlardan komisyon elde etmektedirler. Örneğin, bir ürünün tanıtımını yaparak takipçilerini o ürünü verdikleri linkler ile satın almaya yönlendirebilmekte ve yine bu satışlardan komisyon kazanmaktadırlar.
- *Hediye ürünler:* Markalar, etkileyicilerin popüler hesaplarına ücretsiz ürünler veya hediyeler gönderebilmektedirler. Bu hediyeler, markaların ürünlerini tanıtmak ve kullanıcıların dikkatini çekebilmek amacıyla yapılan bir promosyon çalışmasıdır.

Sosyal medya etkileyicileri maddi kazançların yanı sıra, manevi kazanımlar da elde edebilmektedirler. Elde ettikleri manevi kazançları ise; 'popülerlik', 'itibar', 'rol model olmak', 'güven kazanmak', 'yeni insanlar tanıma' ve 'samimiyet' olarak ifade edilebilmektedir. Bunları da kısaca şu şekilde açıklamak mümkündür:

- *Popülerlik:* Yüksek takipçili bir hesaba sahip olmak, genellikle popüler olmanın ilk koşulu olduğunu söylemek mümkündür. Bu etkileyicilerin geniş bir kitleye seslenme imkânı bulmasına yardımcı olurken kendilerinin de bilinirliğini artırmaktadır
- *İtibar:* Yüksek takipçi sayısı olan etkileyiciler, markalar ve takipçileri tarafından güvenilir ve etkili birer içerik sağlayıcı olarak

algılanabilmektedir. Dolayısıyla bu durum doğru orantılı bir şekilde itibarlarını artırmaya yardımcı olmaktadır.

- *Rol Model Olmak:* Etkileyiciler, herhangi bir konuda uzman olmasa dahi o konuya ilişkin söz söyleyebilmektedirler. Bu nedenle, takipçileri tarafından rol model olarak görüldükleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca birçok takipçiye ilham verme potansiyeline sahip oldukları söylenilebilmektedir.

4.2. Sosyal Medya Etkileyicisi Anneler ve Tüketim İlişkisi

Teknolojik ilerlemeler vasıtasıyla bireylerin hayatına giren sosyal medya, anneliğin ve annelik etme pratiklerinin de başka bir yöne evrilmesine sebebiyet vermiştir. Bir yandan olumlu olarak ele alınabilecek bu durum bir yandan da olumsuz yönleri ön plana çıkmaktadır. Sosyal medyanın genel yapısı itibarıyla bu olumlu ve olumsuz yanlardan söz etmek mümkündür. Sosyal medya, sadece insanlar için paylaşımda bulunabilecekleri bir ortam değildir. Bu ortam, insanların hem paylaşım hem görünür oldukları, hem haber verip hem haber alabildikleri etkileşime açık ortamlardır. Anneler de bu ortamlarda bilgi ve deneyimleriyle var olabilmektedir. Glenn'e (1994, s. 3) göre de annelik, sosyal bir değişim alanıdır. Genel olarak sosyal medyada özel olarak ise Instagram'da anneler, kendi annelik yapma pratiklerine dair performans sergilemekte, farklı annelik performanslarını gözlemlemekte, çocuk veya kendisine ilişkin herhangi bir konuya dair bilgi almak için veya sadece o annenin annelik yapma yöntem veya pratiklerini merak etmesi gibi sebeplerden ötürü var olma hali gösterebilmektedir. Bu süreçte annelerin birbirilerini takip etmesi, bu anlamda sosyal bir ağ oluşturma yanı sıra kendileri arasında bir trafik meydana getirmekte, annelik, kendi annelik yapma pratiklerini sunan veya onları izleyen anneler tarafından yeniden üretilmektedir. Zeybek Kaplan (2018) tarafından yapılan ve sosyal medyanın annelik sosyalizasyonuna olan katkısının analiz edildiği çalışmada, çok tanınan 25 Instagram kullanıcısı incelenmiştir. Kimlik, benlik ve rol kavramlarının sembolik etkileşimci bir çerçevede sosyalizasyon ve annelik sosyalizasyonu sürecini açıklamak için kullanıldığı çalışmada, annenin, kendine ait olumlu bir benlik geliştirebilmesi için onaylanması, desteklenmesi gerektiği ve empatiye ihtiyaç duyduğu aktarılmaktadır. Sosyal medyada da etkileşimde bulunan anne, bu ihtiyaçlarını buradan karşılayabildiği için sosyal medyanın artık bu sosyalizasyonun bir parçası haline geldiği belirtilmektedir. Birçok anne imajının yer aldığı sosyal medyanın, annelerin sosyalizasyonlarında referans aldığı alanlardan biri olduğu ortaya konmuştur.

McLuhan'ın (2014) söylemiyle 'küresel köy'e dönüşen dünyada, Andy Warhol'un ifade ettiği gibi 'herkes bir gün on beş dakikalığına ünlü olacak' sözünden hareketle bireyler, bilinen ve görünen kişi olma isteğiyle hayatlarını, deneyim ve beklentilerini sosyal mecralara taşıyarak yaşamaktadır. Sine ve Parlak Yorgancı (2017) tarafından kadınların, 'instagram annesi' ya da 'blogger

anne' olarak tanımlanan annelere yönelik algıları ve bu kişilerin reklamını yaptığı ürünleri satın alma eğilimlerini ölçtükleri araştırmada, katılımcıların büyük çoğunluğunun 'blogger anneleri' takip etmenin fayda sağlayacağını düşündükleri ve önerdikleri ürünleri satın aldıkları ortaya konmuştur. Burç'a (2016) göre, 'blogger annelik' ile birlikte annelik kimliğinde çeşitli dönüşümler yaşanmıştır. Kadının hamileliği ile birlikte ve sonrasında yaşadıklarını aktardığı 'güncel dijital bir günlük' olarak başlanılan bu yolculuk, zaman içerisinde çeşitli reklamların yer aldığı bir pazarlama mecrasına dönüşmüştür. Anneliği kutsayan ve onu hayatta ulaşılabilir en yüksek konum olarak değerlendiren 'blogger anneler', açtıkları bloglarda kullandıkları isimlerde de genellikle annelik kimliklerini kullanmaktadır (Burç, 2016).

Sosyal medya etkileyicisi anneler ise blogları vasıtasıyla belli kitlelere ulaşmış annelerin bu takipçi kitlesini ve kendi sayfalarını sosyal paylaşım ağlarına taşımasıyla ortaya çıkmıştır. Sosyal medyada anne kimliği ile var olan bireyler, bu kimliğe ilişkin markaların da dikkatini çekmektedir. Dolayısıyla markalar ile sosyal medya etkileyicisi anneler arasında iletişim artarak tüketim ve pazarlama alanında da bir dönüşümün başladığı ifade edilebilmektedir. Sosyal medya etkileyicisi anneler ve markalar arasındaki bu işbirlikleri, tüketiciden gelen geri bildirimlerle markanın kendisini şekillendirmesine katkı sunarken; hem tüketici hem de sosyal medya etkileyicisi açısından da çeşitli faydalar sağlamaktadır. Varnalı'ya (2012) göre, bu alanda markanın, itibarını ve bulunduğu durumu tüketici açısından konumlandırması bakımından oldukça önemli bir noktada bulunmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya etkileyicileri, tüketim ve pazarlama noktasında bulunduğu konum itibarıyla önem taşımaktadır.

Sosyal medyada tüketim ve tüketicinin anlamı da değişime uğramıştır. Tüketim kavramını, yaygın kullanımı ile bir şeyleri bitirmek veya yok etmek şeklinde tanımlamak mümkündür. TDK'ya (2011) göre tüketim, 'Üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması; yoğaltım, istihlak, üretim karşısı' anlamına gelmektedir. Featherstone (2005, s.41) ise tüketimin başka bir yönüne odaklanmaktadır. Ona göre tüketim, 'tahrip etmek, harcamak, israf etmek ve bitirmek' anlamına gelmektedir. Tüketimin odak noktası insandır. İnsanın varoluş sürecinde, hayatta kalmak için yapıp ettiği eylemlerden biri de tüketimdir. Bu süreç içerisinde ele alındığında tüketimin, bireyin ihtiyaçlarına da hizmet ettiği belirtilebilmektedir. Ancak tüketim eyleminin zaman içerisinde uygulanış biçimi ve ifade ettiği gerçeklik de değişime uğramıştır. Tüketim eylemi zamanla bireyin yalnızca yaşamsal ihtiyaçlarını değil varoluş sürecinde farklı türden ihtiyaçlarını da karşılamak için kullanılmaktadır. Odabaşı'na (2006, s. 17) göre, tüketim, bireyin sosyo-kültürel anlamdaki doyumlarını sağlamak, toplumsal bir statü oluşturmak veya bireyin içinde bulunduğu iletişim süreçlerine ve bulunduğu konuma katkı sağlayabilmektedir. 19. yüzyıl bu noktada tüketim eyleminin, tüketim algı ve alışkanlıklarına da yansıyan bu toplumsal değişimin

ortaya çıktığı yüzyıl olmuştur. Bu toplum ‘tüketim toplumu’dur. Baudrillard (2008) ise böylesi bir toplumu ‘Çöp sepeti uygarlığı’ olarak adlandırmakta ve hemen ardından bu toplumun bireyine ise şunu söylemektedir: *‘bana fırlatıp attığın şeyi söyle sana kim olduğunu söyleyeyim!’* Dolayısıyla bu toplumda her şeyin ama her şeyin tüketilmek için olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Şimşek’e (2016) göre, tüketim kültürü, bu kültüre uygun bireyleri ‘tüketime’ adapte ederek üretmektedir. Çünkü bu, öyle bir kültürdür ki, birey bu kültürde sadece tüketerek var olabilmektedir. Ritzer (2016) ise tüketim kültürünü farklı bir noktaya taşıyarak, büyü bozulmuş bu dünyada bireylerin ‘tüketim katedralleri’ vasıtasıyla yeniden büyülendiğini ifade etmektedir. Ona (2016) göre, bireyler, bu toplum içerisinde tüketime zorlanmamakta tam tersine kendileri gönüllü bir şekilde buna ortak olmaktadır. Buradan hareketle, Gram ve Pedersen (2014), sosyal medyanın bireylerin yaşamlarındaki rolünün daha önemli hale gelmesiyle, tüketim ve anneliğin tanımlanma biçimlerinin de birbirleri ile bağlantılı bir hal aldığını belirtmektedir. Sosyal medyada annelerin temel eylemlerinden birinin bu kapsamda ‘tüketim’ olduğu ifade edilebilmektedir. Ebeveynler, çoğunlukla da toplum tarafından çocukların birincil bakıcısı olarak görülen anneler, birçok sektör tarafından hedef kitle olarak görülmektedir. Furedi’ye (2013) göre, çocuklarına çevrelerinde üstünlük sağlamak isteyen ebeveynler sosyal medyadaki zeki girişimcilerin bu anlamda dikkatini çekmektedir.

Tüketimi önceleyen sosyal medyadaki pazarlamalar, sosyal medya etkileycileri vasıtasıyla annelerin algılarını yönlendirmektedir. Bu algı sonrasında anneler tüketime yönelmektedir. ‘Sonsuz çocukluk’ kavramsallaştırmasıyla Balta (2005) tam da bu konuya değinerek çocuğun her anlamdaki ‘iktidar’ olan konumuna gönderme yapar. Evlerde ‘iktidar’ konumunda olan çocuğun dünyanın merkezine konulduğunu dolayısıyla bu durumun çocukluğu mutlaklaştırırken aileler üzerinde ise daha çok egemen haline geldiğini belirtmektedir. Bu her türden egemenlik, çocukların memnuniyet düzeylerinin para dâhil olmak üzere her türlü isteklerinin yerine getirilmesiyle oluşmaktadır. Altaş, 2018’de yapmış olduğu ve nitel araştırma yöntemini benimsediği çalışmasında, Antalya’da yaşayan annelere kartopu tekniği ile ulaşmış ve amaçlı örnekleme ile belirlenen 50 anne ile derinlemesine mülakat gerçekleştirmiştir. Altaş çalışmasında, anneyi bir tüketici annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen her türlü hediyeleşme ritüelini de tüketim nesnesi olarak ele almaktadır. Çalışmada görüşülen kadınlar, anne olduktan sonra tüketim alışkanlıklarının da değiştiğini belirtmişlerdir. Babyshower kutlamaları, hastane odası süslemeleri, cinsiyet öğrenme partileri, dış buğdayı organizasyonları, doğum günü kutlamalarının tüketimi artırdığı araştırmanın sonuçları arasındadır. Parsa ve Akmeşe’nin (2019) Instagram’daki etkileyici anneler ile ilgili yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre, annelik kimliği,

Instagram’da meslek olarak icra edilirken, çocuk reklam odağı olmakta ve onun vasıtasıyla para kazanılan ticari bir metaya dönüşmektedir. Sonuçta, anneler, çeşitli türdeki ürün ve hizmeti çoğunlukla annelik rolleri ile ilişkili bir şekilde tüketmektedir. Sosyal medya etkileyicisi anneleri takip eden takipçi anneler bu kişilerin bir süre sonra ‘kanaat takipçisi’ olmaktadır.

Literatürde tüketici davranışlarına ilişkin yer alan çalışmalara bakıldığında, araştırmacıların bu alandaki çalışmalara 1960’lı yılların başından itibaren yöneldiği görülmektedir. TDK’ya (2011) göre, tüketici, ‘mal ve hizmetlerden yararlanan, satın alıp kullanan, tüketen kimse; müstehlik, üretici karşıtı’ anlamına gelmektedir. Oxford Sözlükte¹⁴ ise kelime, ‘mal satın alan veya hizmet kullanan kişi’ anlamında kullanılmıştır. Odabaşı’na (1996, s.8) göre, tüketici davranışı, bireylerin ihtiyaç duydukları ürün veya şeyi özellikle de ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bununla ilgili yapıp ettikleri durumu ifade etmektedir. Engel vd.’ne (1978) göre ise tüketici davranışı bireylerin ihtiyaç duydukları malları elde etmek, kullanmak veya bu malları elden çıkarmak için ortaya koydukları eylemlerden önce bireyin karar verme süreci olduğunu ifade etmektedir. Burada ifade edilen durum, tüketiciyi davranışa iten sürecin bütünsel olarak ele alınması gerektiğidir. Bütünsel olarak değerlendirildiğinde bu sürecin içerisine, başka tüketiciler, reklamlar, ürünlerin fiyat bilgisi, ambalaj, ürünün her türden özelliği ve diğer birçok unsur girmektedir.

Sarıtaş ve Karagöz’e (2017) göre, tüketiciler genellikle bir ürün satın alma davranışında bulunmadan evvel kendileri açısından en düşük ve sağladığı faydanın en yüksek olduğu ürünleri seçmektedir. Dolayısıyla tüketicinin satın alma davranışının iktisadi, kültürel, kişisel ve psikolojik olarak pek çok faktörden etkilendiği belirtilebilmektedir. Kotler’e (1997 s.172) göre, tüm bu etkenlerin yanı sıra bireyin çevresi, yaşı, eğitim seviyesi, mesleği, gelir durumu ve motivasyonu gibi demografik özelliklerinin yanı sıra kişinin kendine özel belirleyicileri de bulunmaktadır.

Kimi araştırmacılara (Bozyiğit ve Metin, 2022, s. 182; Wang, Yu ve Wei, 2012) göre, sosyal medyada tüketiciler, buradaki platformları, geleneksel tanıtım faaliyetleri kullanılarak yapılan bilgi verme biçimine göre daha güvenli bulmaları nedeniyle sık sık tercih etmektedir. Demir’e (2017, s. 280) göre, sosyal medyada bireylere, neyi, nasıl, ne derecede ve ne zaman tüketeceklerine ilişkin bilgiler verilmektedir. Wang, Yu ve Wei (2012) ayrıca, tüketicilerin sosyal medyada sosyalleştikleri için popülaritesinin arttığını dolayısıyla bu mecraanın pazarlama konusu haline gelirken doğrudan veya dolaylı olarak satın alma kararlarını etkilediğini belirtmektedir. Pütter’e (2017) göre, sosyal medya, tüketici katılımını desteklemekle birlikte bu ortamdaki araçlar şirketlerin tüketicilere ulaşma, marka sadakati yaratma ve tüketici davranışlarını

14 <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/consumer?q=consumer> Erişim tarihi: 06.02.2024

şekillendirmede de önemli bir noktada bulunmaktadır. Pütter (2017) yaptığı araştırmada, sosyal medyanın, stratejik bir yaklaşım olarak tüketici bakış açısını yönlendiren, şirketlerin tüketici ile etkileşim kurma eğilimini değiştiren, marka algısını ve satın alma niyetini etkileyen önemli bir değişken olduğuna işaret etmektedir. Yapılan araştırmaların (Sarıtay ve Karagöz, 2017; Karakuş, 2022; Bozyiğit ve Metin, 2022; Yıldırım ve Eldeniz, 2022; Alkara, 2021) sonuçlarına göre, sosyal medyanın, tüketici satın alma öncesi ve sonrasında gösterdikleri davranışları etkilediği ortaya konmaktadır.

İlgili çalışmalar

Annelik rolünün ve annelik pratiklerinde gerçekleşen değişim ve dönüşüme ilişkin literatür incelendiğinde, iletişim, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, sağlık, siyaset, kadın çalışmaları gibi bir çok alanda farklı şekillerde ele alındığı görülmüştür. Türkiye’de annelikle ilgili literatür 1990’lı yıllarda oluşmaya başlamış ve 2000’li yıllarda artış göstermiştir. Bora (1998) tarafından yapılan araştırmada, en az iki kuşak boyunca kentte oturan sınırlı bir toplumsal kesimden kadınların annelik rollerinde yaşadıkları değişim ve dönüşümleri ortaya koymaktadır. Derinlemesine mülakat yönteminin kullandığı araştırmada her iki kuşakta da annelik rollerinin farklı algılandığı ve yaşandığı saptanmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, yaşlı ve genç kuşak arasındaki öne çıkan farklardan biri; yaşlı kuşak annelik deneyimleri üzerine daha az düşünürken; genç kuşağın ise anneliklerini sıklıkla sorguladığı yönündedir (Bora, 1998). Bora tarafından gerçekleştirilen araştırmanın sonuçları, bu çalışmanın ortaya koyduğu bulgularla da örtüşmektedir. Geleneksel anneler annelik deneyim ve pratikleri üzerine daha az düşünmekte ve olumsuz duygu ve durumları daha az ön plana çıkarırken diğer gruptaki anneler için bu sıklıkla dile getirilmektedir.

Atabek (1999) yapmış olduğu çalışmasında, 1955 ve 1997 yıllarının Anneler Günü’nde yayımlanan Cumhuriyet ve Hürriyet gazeteleri ile Aktüel ve Hayat dergilerindeki reklamların çözümlemesini göstergebilimsel ve anlam bilimsel olarak ele almaktadır. Reklam fotoğrafları ile annelik imgesinin medyada nasıl kurulduğunun, değiştiğinin ve nasıl sunulduğunun saptanmasının amaçlandığı çalışmada, “anneler günü” reklam fotoğraflarında kadının ev içi rolleri güçlendirilirken; çalışan kadınların ise yine evinde de “mükemmel bir anne ve ev kadını” olduğunda başarılı sayılacağı ortaya konmaktadır.

Er (2004) tarafından yapılan araştırmada, Türk sinemasında Yeşilçam dönemi olarak da adlandırılan 1965-1975 yıllarını kapsayan 10 yıllık bir süreçte yerli melodramlarda annelik figürlerini incelenmiştir. Türk sinemasında anneliğin nasıl sunulduğuna ilişkin saptamalara ulaşmayı amaç edinen çalışmada, 17 Türk filmi incelemeye alınmıştır. Çalışmada kadınlar ve anneler, sinemada ev içi rollere hapsedilmesinin yanı sıra kendilerine özel belli davranış kalıplarına da hapsedilmiş oldukları belirtilmektedir. Araştırmanın sonucuna göre, yerli

melodramlarda 4 tür anne figürüne rastlanılmaktadır. Bunlar: ‘fedakâr anneler’, ‘evlenmemiş anneler’, ‘eril anneler’ ve ‘üvey anneler’dir.

Sevon (2005) yapmış olduğu çalışmada, ilk kez anne olan 7 kadın ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirmiştir. 7 kadının anneliğe geçiş deneyimlerinin araştırıldığı çalışmada, kadınların anne olma deneyimlerini nasıl aktardıklarının saptanması amaçlanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, anne olma seçiminin, sosyal ve kültürel anlatılara bağlı anneliğin zamanlaması, anne olmayı seçerken karşı karşıya kalınan kararsızlıklar, heteroseksüel ilişki ile anne olma seçimi arasındaki bağlantı gibi bazı değişkenlerden etkilenildiği ortaya konmuştur.

Maher ve Saugeres (2007) yapmış oldukları çalışmada, 100 kadınla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirerek baskın annelik söylemlerinin kadınları çocuklarla ilgili kararlarda nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Çalışmaya göre, kadınların iyi annelik idealini her ne kadar tartıştıklarını gösterse de bulgular, iyi anneliğe ilişkin kalıp yargıların daha fazla yıkılması gerektiği yönünde olmuştur.

Uzel (2008) tarafından yapılan araştırma, bir gazete ekinde annelik rolünün nasıl inşa edildiğini ortaya koyma amacındadır. Araştırmaya göre, medya, yarattığı imgelerle, kadının ikincil konumunu pekiştiren ideolojiyi güçlendirmektedir. Anne olmak hep olumlu yönde temsil edilmiş, anne olan kadın topluma örnek, çocuğunun mutluluğundan sorumlu, çocukları için fedakâr olarak sunulmuştur. Kadınlar bu gazete ekinde genellikle modern kadın, modern anne imajı çizmektedir.

Bayraktar’ın (2011) “Makbul Anneler Müstakbel Vatandaşlar” başlıklı araştırmasında İstanbul Gazi Mahallesi’nde AÇEV ve SHÇEK tarafından yürütülen “Anne-Çocuk Eğitimi Programı” kapsamında kadınlara katılımlı gözlem yoluyla alan araştırması yapılmıştır. Çalışmada, mahalleli kadınlara verilen eğitimlerin ‘sözde anneleri’ ‘makbul annelere’ dönüştürme çabası taşıdığı belirtilmektedir. Diğer yandan çalışmada, ‘makbul’ anneliğin nasıl işlediği anlatılırken, kadınların, “özel ve kamusal alanda iktidar sahibi aktörlere karşı fail aktörler olarak verdikleri güçlenme mücadelesi” de aktarılmıştır.

McDaniel ve vd. (2012) tarafından yapılan çalışmada, bebekleri 18 aylık ve daha küçük olan yeni anne olmuş 157 kadın çevrim içi anket yoluyla araştırmaya dâhil edilerek; blog yazmanın ve sosyal ağlarda sosyalleşmenin annenin refahını ne yönde etkileyeceğinin saptanması amaçlanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, anneler, her gün günde yaklaşık olarak 3 saatlerini internette geçirmektedir. Bu sebeple internet aracılığıyla dış dünya ile bağlantılı hisseden anneler için blog yazmanın refah seviyesini artıran bir yönü bulunmaktadır.

Türkdoğan’ın (2013) çalışması da Uzel (2008) ile benzer olarak ana akım medyadaki anneliğin inşa sürecini incelemektedir. Araştırmanın bulgularına göre, haberlerin genellikle tanınan sanatçı veya mankenler üzerinden yapılması,

anneliğin popüler kültürün bir malzemesi olarak sunulmasında etkili olduğu ortaya konmuştur. Araştırmaya göre, annelik popüler bir meta olarak medyada ideolojik bir biçimde yer almaktadır.

Uğurlu (2013) tarafından Eskişehir Anadolu Üniversitesinde görev yapan 9 akademisyen anne ile yüz yüze derinlemesine mülakat yöntemi ile yapılan çalışmada, annelik rolünün öğrenilme sürecinde medyanın yerinin saptanması amaçlanmıştır. Uğurlu'ya göre, toplumlar çocuğun hayatta kalabilmesi için annenin vazgeçilmez olduğu mesajını vermekte dolayısıyla toplum nazarında annelik bir ideale dönüşmektedir. Bu ideal, kitle iletişim araçları vasıtasıyla da pekiştirilmektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre, anneler, gazeteler ve dergiler aracılığıyla ünlülerin annelik ve hamilelik yolculuklarını gerçekçi bulmadıklarını ifade etmişlerdir. Çocuk sahibi olduktan sonra akademik kariyerlerine ara vermek durumunda kalan akademisyen anneler, medyanın çocuğun mutluluk getireceği yönündeki vaadini inandırıcı bulmamaktadır.

Gürçayır Teke (2014) tarafından yapılan çalışmada, Blogger annelerin kendi bloglarında paylaşıma sundukları yazılar ve yorumları netnografi yöntemini benimseyerek incelemiş ve anneliğin dönüşümünü ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmada, geçmiş dönem annelik kimlikleri, günümüz annelik kimlikleri ile karşılaştırılmış; bu kimliklerin neden ve nasıl farklılaştığı incelenen bloglar üzerinden anlatılmaya çalışılmış ve yorumlanmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, geçmiş dönem annelik kimlikleri günümüz annelik kimliği ile kıyaslandığında farklı bir boyutta bulunmaktadır.

Meşe (2014) yapmış olduğu çalışmada “Annelik Sanatı” ve “Parents” isimli iki anne-çocuk dergisindeki uzman yazılarını incelemiştir. Meşe, çocuğun ailenin merkezine yerleşmesi ve annenin çocuk üzerindeki birincil konumunun anneliği, ‘tam mesaili çalışma’ olarak tanımlanabilen bir meslek, hatta bir kimlik haline getirdiğini belirtmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre, uzmanlar anneleri, çocuklarıyla ilgili neyi, nasıl ve ne kadar yapmaları gerektiği hakkında bilgilendirirken aynı zamanda kendilerine de bağımlı hale getirmişlerdir. ‘İdeal annelik’ modeli toplumsal hayatta görülen kadın ve erkek rolleri arasında bulunan eşitsizliği artırırken anne ve baba arasındaki eşitsizliği pekiştirmesinin yanı sıra artırıp devam ettirmektedir.

Bal'ın (2014) yapmış olduğu çalışmada, internet reklamlarında yer alan ‘Anneler Günü’ kampanyalarında anneliğin hangi vurgularla temsil edildiğini söylem analizinden faydalanarak çözümlemektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre, reklamlardaki temsil edilen annelik durumu, tüketim kültürü kodları ile paralellik göstermektedir.

Chae'nin (2015) yapmış olduğu ve anneliğin medyada nasıl inşa edildiğini sorguladığı çalışmada, sosyal karşılaştırma kuramına dayanarak medya ile günümüz anneliği arasındaki ilişkiyi incelemektedir. 533 Koreli

anneye uygulanarak gerçekleştirilen anket araştırmasının sonuçlarına göre, medyada annelik söylemleri ve bilgilerine maruz kalmak annelik ideolojisini güçlendirmektedir.

Işık'ın (2015) yaptığı araştırma Bayraktar'ın (2011) yaptığı çalışmaya yöntem olarak benzetmekle birlikte kapsam olarak farklı bir noktada bulunmaktadır. Işık, Ankara Kamil Ocak Mahallesi'nde 36 kişi ile katılımlı gözlem yöntemi benimsenerek görüşmeler gerçekleştirmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, anneliğin artık bir statü haline gelmesi ile çalışan anneliğin yerine ev kadını annelerin, doğal annelik yerine ise diplomalı annelerin çoğaldığı belirtilmiştir.

Akca (2015) yapmış olduğu araştırmasında, bir televizyon kanalında yer alan 'Haftanın Annesi' isimli programdaki annelik temsillerini eleştirel perspektiften analiz etmiştir. Araştırmada, çalışan/çalışmayan, evli/bekâr gibi farklı annelik biçimlerini temsil eden bireylerin yer alması dolayısıyla bu annelik biçimlerinin birbirleriyle nasıl rekabet ettikleri ve idealize edilen annelik biçimlerini nasıl yansıttıklarının ortaya konması amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucuna göre, çalışan ve çalışmayan anneler arası 'annelik savaşları'nın hala devam ettiği belirtilmiştir.

Odabaş (2016) yapmış olduğu araştırmada, Türkiye'deki iki farklı siyasal görüşe ait oldukları sıklıkla belirtilen partilerin çeşitli yayın organlarında annelik kavramını nasıl inşa ettikleri söylem analizi benimsenerek incelenmiştir. Araştırmada, anneliğin siyasal söylemlerde nasıl inşa edildiğinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Araştırmaya göre, annelik (motherhood) ve annelik pratiği (mothering) arasındaki bağ, Türkiye'de siyasal partiler tarafından, gerek gömülü olarak gerekse açık bir şekilde annelik rolünün toplumsal düzenin devamlılığı açısından 'bir araç olarak ele alındığı' ortaya konmuştur.

Burç'un (2016) yapmış olduğu çalışma, sosyo-kültürel değerler ile anneliği feminist teori açısından ele alırken; araştırmanın örneklemini Dokuz Eylül Üniversitesi'ndeki anne akademisyenler oluşturmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre, kadınların annelik ve akademisyenliği karşılaştırdıklarında anne olmayı önceledikleri, ayrıca anne olduktan sonra akademik çalışmalara yeterli vakit ayıramadıklarının belirtildiği ortaya konmuştur. Anne akademisyenlerin anneliğe olan bakış açısı içinde bulunan sosyo-kültürel değerlerle yakından ilişkili olduğu, bu durumun annelerin sosyolojik ve psikolojik hayatlarını yakından etkilediği, dolayısıyla da annenin çalışma yaşamından bir şekilde uzakta kaldığı belirtilmiştir.

Sine ve Parlak Yorgancı (2017) yapmış oldukları çalışmada, kadınların 'Instagram Annesi' ya da 'Blogger Anne' olarak tanımlanan annelere yönelik algıları ve bu kişilerin reklamını yaptığı ürünleri satın alma eğilimlerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Amaç doğrultusunda odak grup görüşme yönteminin benimsendiği çalışmada, tesadüfî örneklem yöntemiyle seçilen katılımcılarla

sosyal medya üzerine derinlemesine görüşmeler yapılmış, görüşmeler sonucunda ise katılımcıların büyük çoğunluğunun ‘Blogger Anneleri’ takip etmenin fayda sağlayacağını düşündükleri ve önerdikleri ürünleri satın aldıkları ortaya konmuştur.

Orton-Johnson (2017) yılında yapmış olduğu çalışmada, sosyal medyada annelikle ilgili blogların okuyucular tarafından nasıl yorumlandığını saptamak amacıyla düzenli olarak annelik bloglarını takip eden yaşları 28 ve 45 arasında değişen 32 anne ile yüzyüze ve çevrim içi görüşmeler yapmıştır. Çalışmaya göre, annelik blogları annelik rolü ve kimliğinin toplumsal ve dijital olarak yeniden üretimine katkı sağlamaktadır.

Kızılkaya, (2018) yapmış olduğu çalışmada bir sosyal medya mecrası olan Youtube’da annelikle ilgili paylaşımlarda bulunan Türkçe ve Almanca konuşan toplamda 32 youtuber annenin paylaşımlarını çevrimiçi etnografi yöntemini benimseyerek incelemiştir. Çalışmada, annelik deneyiminin kuşaklar arasındaki aktarımın sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla ne şekilde olduğunu saptanması amaçlanmıştır. Çalışmaya göre, gözetleme kültürünün olağanlaşması, youtuber annelerin kişisel yaşamını ifşaya özendirildiği ve mahremiyet sınırlarının bireylerin kendi rızasıyla daraltıldığı belirtilmiştir. Çalışmada, Türkçe ve Almanca konuşan anneler birçok konuda benzer özellikler sergilerken çeşitli farklılıkların da olduğu ortaya konmuştur.

Altaş, (2018) yapmış olduğu nitel araştırma yöntemini benimsediği çalışmada, Antalya’da yaşayan anneler ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirmiştir. Altaş çalışmada, anneyi bir tüketici annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen her türlü hediyeleşme ritüelini de tüketim nesnesi olarak ele almaktadır. Çalışmada görüşülen kadınlar, anne olduktan sonra tüketim alışkanlıklarının da değiştiğini belirtmişlerdir. Sonuçta annelerin, çocuk bakımı ve armağanlaşma konusunda farklı tüketim kalıplarını benimsedikleri ortaya konmuştur. Babyshower kutlamaları, hastane odası süslemeleri, cinsiyet öğrenme partileri, diğ buğdayı organizasyonları, doğum günü kutlamalarının tüketimi artırdığı araştırmanın sonuçları arasındadır.

Zeybek Kaplan, (2018) sosyal medyanın annelik sosyalizasyonuna olan katkısını analiz etmek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, takipçi sayısı fazla olan ve çok tanınan 25 Instagram kullanıcılarını katılımcı gözlem yöntemiyle incelemiştir. Kimlik, benlik ve rol kavramlarının sembolik etkileşimci bir çerçevede sosyalizasyon ve annelik sosyalizasyonu sürecini açıklamak için kullanılan çalışmada, annenin, kendine ait olumlu bir benlik geliştirebilmesi için onaylanması, desteklenmesi ve empatiye ihtiyaç duyduğu aktarılmaktadır. Sosyal medyada da etkileşimde bulunan anne, bu ihtiyaçlarını buradan karşılayabildiği için sosyal medyanın artık bu sosyalizasyonun bir parçası haline geldiği belirtilmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre, birçok

anne imajının yer aldığı sosyal medya, annelerin sosyalizasyonlarında referans aldığı alanlardan biri olduğu ortaya çıkmıştır.

Karaman ve Doğan (2018) yaptıkları çalışmada, birbirinden farklı demografik özelliklere sahip 19 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirmişler ve elde ettikleri bulguları tematik analiz yöntemiyle incelenmişlerdir. Anneliğin anlamlandırılmasına ilişkin hâkim kodlamaların yanı sıra annelik ile ilgili toplumun birey üzerindeki normları kabullenme ya da reddetme biçimlerinin ortaya konmasının amaçlandığı çalışmanın sonuçlarına göre, annelerin demografik özellikleri fark etmeksizin toplum tarafından annelikle ilgili çeşitli baskı ve müdahalelere maruz kaldıkları ortaya çıkmıştır.

Bal'ın (2019) yapmış olduğu araştırma Zeybek Kaplan (2018) ve Gülmez'in (2021) çalışmasına benzer nitelikte olup farklı bir yöntem benimsemesi dolayısıyla ayrılmaktadır. Instagram'da takipçi sayısı yüksek fenomen annelerle ve takipçi sayısı düşük sıradan anne olarak toplamda 43 anne ile derinlemesine mülakat yöntemini benimseyerek yapmış olduğu araştırmada, verileri temellendirilmiş kuram ve netnografik analiz yöntemi kullanarak analiz etmiştir. Instagram'da sunulan anneliklerin 'mükemmel annelik', 'uzman annelik', 'tecrübeli annelik', 'topluluk anneliği', 'fit annelik', 'tepkisel annelik', 'doğal annelik', 'kurgulanmış annelik', 'vakıf annelik', 'sıradan annelik' gibi farklı annelik kategorilerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya göre, annelik, bu anlamda araçsallaştırılmaktadır.

Aktaş (2019) tarafından yapılan çalışmada, Instagram ve Facebook hesabı bulunan kadınların annelik deneyimleri ortaya konmaktadır. Annelerin kendi annelik deneyimleri ile ilgili yapmış oldukları paylaşımların incelendiği araştırmada, sosyal medyanın annelik kimliğini dönüştürdüğü sonucuna varılmıştır. Çalışmada, ayrıca, çocukları ile ilgili paylaşımlar yapan annelerin kimi zaman çocuk haklarına zarar verebilecek boyutlara ulaştığı da gözlemlenmiştir.

Bahar (2019) yapmış olduğu araştırmada, Fransız yazar Elisabeth Badinter'in 'Annelik Sevgisi' ve 'Kadınlık Mı? Annelik Mi?' kitaplarını teorik bağlamda karşılaştırmalı okunması yöntemiyle günümüz annelik pratiklerini incelemiştir. 'İdeal annelik' kavramının Badinter'in kitaplarının aksine günümüzde var olan bir durum olduğuna dikkati çeken Bahar, bu durumun anneler üzerinde yarattığı baskıyı tartışmaktadır.

Sadıkoglu (2020) tarafından yapılan araştırmada, 'yoğun annelik' anlayışı ele alınmıştır. Orta ve orta üstü sosyo-ekonomik statüye (SES) sahip anneler ile derinlemesine görüşmelerin yapıldığı araştırmanın sonuçları bu araştırmanın sonuçları ile benzer niteliğe sahiptir. Araştırmaya göre, annelik bir taraftan uzmanlar tarafından izlenen diğer taraftan annenin edindiği uzman rehberliğinde

kendi kendini izlediği rasyonel bir sorumluluk nitelik kazanmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre, günümüzde annelik, çocuk merkezli, risk bilinçli, çeşitli alanlardaki sorumluluğu yüksek bir uzmanlığa dönüşmekte bu ise ‘yoğun annelik’ anlayışına yol açmaktadır.

Ergül ve Yıldız’ın (2021) değişen ve dönüşen anneliği ele aldığı ve bu çalışma ile örtüşen bulgulara sahip olan araştırma, geleneksel anneliğin ne şekilde değişim ve dönüşüme uğradığının ortaya çıkarılmasının amaçladığı çalışmada, 5 instagram annesinin hamilelik, doğum ve doğum sonrası dönemlere ait paylaşımları içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir. Sosyal anneliğin incelendiği bu çalışmaya göre, kadınlar, çocukları üzerinden sanal bir kimlik edinmeye çalışmakta, takipçi anneler bu sanal dünyadaki fenomen anneleri oldukça önemsemekteler ve dolayısıyla annelik ve anne-çocuk ilişkisinin de yeni bir boyut kazandığı söylenilebilmektedir.

Gülmez (2021) yapmış olduğu çalışmada, anneliğe ilişkin rollerin, pratiklerin ve söylemlerin sosyal medyada nasıl üretildiğini ortaya koymaktadır. Instagram’daki çok takipçili 20 annenin hesabını 3 yıl boyunca incelemiş ve dijital etnografi yönteminden beslenerek araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, sosyal medyanın mükemmel annelik imajlarını yeniden ürettiği ortaya konmuştur.

2. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın ilk bölümünde bir toplumsal cinsiyet rolü olarak annelik rolünün değişim ve dönüşümüne ilişkin teorik bilgiler verilmiştir. Bu bölümde ise ‘Annelik Rolünün Değişim Süreci ve Sosyal Medya’ araştırmasının amacı ve önemi, araştırma deseni, veri toplama yöntemi, araştırmanın katılımcıları, verilerin toplanma süreci ve analizi çerçevesinde şekillenen araştırmanın yöntemi kapsamlı bir şekilde aktarılmıştır.

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın temel amacını, bir toplumsal cinsiyet rolü olarak annelik rolünün dijital platformlar üzerinden aldığı biçim ve niteliği araştırmak oluşturmaktadır. Tüm insanlık tarihi boyunca yaşama koşullarına bağlı olarak değişim geçiren, yeni sosyo-ekonomik, teknolojik, siyasi, kültürel, ideolojik vb. şartlara adapte olmak için kendini dönüştüren, toplumsal cinsiyet rollerinin önemli bir unsuru olarak ‘annelik’ de hemen her zaman değişmiş ve dönüşmüştür. Avcı toplayıcı yaşama koşullarının şekillendirdiği toplumlardaki annelik ile tarım toplumlarındaki annelik rolleri arasında belirgin farklar vardır. Sanayi devrimi ile makine üretiminin devreye girmesi, çalışma mekânının ve koşullarının tamamen değişmesi, kadının endüstriyel üretim sürecine kitlesel düzeyde katılım sağlaması annelik rolünde radikal sayılabilecek düzeyde değişim ve dönüşümü gerektirmiştir. Sanayi Devrimini takip eden süreçte, özellikle de 19. yüzyılın sonları itibarıyla kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması, kadın hareketlerinin oluşması ve güçlenmesi, ideal beden algısının oluşması, genel manada toplumsal cinsiyet rollerinde özellikle annelik rolündeki değişim ve dönüşümlerin temel belirleyicileri olmuştur. Dijital teknolojilerin gelişmesi, internet teknolojisinin bireysel ve toplumsal yaşamın temel unsurlarından biri haline gelmesi insanlığın sürdürüregeldiği bireysel ve toplumsal durumları, işlevleri, kurumları hızlı ve kapsamlı şekilde değişime ve dönüşüme uğrattırırken annelik rolü de bundan nasibini fazlasıyla almıştır. Tüm bunlar insanların genel manada yaşama tarzlarının, üretim ilişkilerinin, teknolojik gelişmelerin, sosyo-ekonomik değişmelerin toplumsal cinsiyet rollerini değiştirip dönüştürme özelliğini ortaya koyması ve bu değişim ve dönüşümlerin söz konusu faktörler bağlamında ‘adapte’ olma adına ‘normallliğini’ göstermesi açısından önemlidir.

Bu araştırma, dijital teknolojinin gelişimine ve yaygın kullanımına bağlı olarak sosyal medya mecralarının temel iletişim araçlarından biri haline

gelmesinin yol açtığı toplumsal cinsiyet rollerinde gerçekleşen değişim ve dönüşümler kapsamında annelik rolünün bu mecralarda kazandığı yeni anlam ve işlevlerini belirleme amacındadır. Konu bu merkezde ele alınırken, annelik rolü ile tüketim ilişkileri, annelik rolünün tüketim ilişkilerinin belirleyici bir faktörüne dönüşme süreci üzerinde durulmuştur. Bu ise ‘Geleneksel’, ‘Melez’ ve ‘Dijital’ annelikler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu üç ayrı annelik rolünün mevcut durumu, dönüşüm şekli, dönüşümün niteliği ve gerçekleşen dönüşümün yönelimi, tüm bunlar bağlamında tüketim davranışlarıyla ilişkilerin niteliğinde gerçekleşen değişimler gibi konular üzerinde durulmuştur. Bu ise bir sosyal medya platformu olan Instagram üzerinden takip edilmiştir. Bu kapsamda bir dizi soru çalışmanın şekillenmesinde belirleyici olmuştur. Bunlar:

- Anneliği Instagram’da inşa eden anneler bunu nasıl sunmaktadır? Onları takip eden kadınlar sunulan anneliği nasıl algılamaktadır?
- Annelerin paylaştığı içerikler hangi türden kapsayıcılığa sahiptir?
- Dijital Anneler Instagram’da paylaşımlarını yaparken önem verdikleri durum ve konular nelerdir?
- Çocuğun toplumsal olarak değeri nedir? Instagram’da sunulan annelik rolü bu değeri yansıtmakta mıdır?
- Annelik rolü Instagram’da tüketim kültüründen etkilenecek meta haline gelmekte midir?

Literatür taramaları sonucunda, yapılan çalışmalarda sıklıkla ‘geleneksel’ ve ‘dijital’ annelik tanımlamalarına rastlanılmıştır. Bu kapsamda çalışmayı değerli kılan, geleneksel ve dijital anneliğe ait özellikleri kendi bünyesinde harmanlayan ‘melez (hibrit) annelik’ kavramsallaştırmasıdır. ‘Melez (hibrit) annelik’, araştırma kapsamında, yapılan ön görüşmeler sonucunda ‘geleneksel’ ve ‘dijital anne’ kavramlarının dışında kalan ancak ortaya çıkan özellikleriyle onlardan da tam olarak ayrılamayan yeni bir annelik türünü ifade etmektedir. Çalışma, lüteratüre kattığı bu yeni kavramsallaştırma açısından önemlidir.

2. ARAŞTIRMANIN ÇALIŞMA GRUBU

Araştırmanın çalışma grubunu ‘Geleneksel Anneler’, ‘Melez Anneler’ ve ‘Dijital Anneler’ olmak üzere çocuk sahibi olan ve annelik yaklaşımları birbirlerinden farklı olan kadınlar oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında her bir grupta 10 olmak üzere toplamda 30 anne ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, annelik pratiklerine ilişkin görüş, düşünce ve deneyimlerinin öğrenilebilmesi amacıyla amaçlı örnekleme tekniklerinden maksimum çeşitlilik ve kartopu örnekleme teknikleri tercih edilmiştir. Bu kapsamda, nitelikli ve detaylı açıklama ile farklılıklardan beslenerek ortaya ortak düşünceler koyabilmek için maksimum çeşitlilik örnekleme; katılımcılar ile görüşme sürecinde görüşmeciye danışarak konu hakkında bilgi sahibi başka kişilere

ulaşılmasına da kartopu örnekleme tekniği adı verilmektedir (Patton, 2002, s. 235). ‘Dijital’ ve ‘geleneksel’ annelere kartopu örnekleme tekniğinden faydalanılarak ulaşılrken, ‘melez’ annelere yapılan ön görüşmeler neticesinde maksimum çeşitlilik örnekleme tekniğinden faydalanılarak ulaşılmıştır. Bu kapsamda, 42 anne ile ön görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda 10 anne ‘melez anne’ olma kriterini sağlamıştır. Bu kriterler:

- 1- Sosyal medyanın aktif olarak kullanılması,
- 2- Bir sosyal medya uygulaması olan Instagramın aktif olarak kullanılması,
- 3- Dijital içerik üretici annelerin aktif olarak takip edilmesi ve annelik pratikleri özelinde etkileşimde bulunulması,
- 4- Annelik pratikleri özelinde geleneksel bilgi ve tecrübelerden faydalanılmasıdır.

Araştırmanın saha uygulaması kısmına geçilmeden önce gerekli izinler alınmıştır. (EK-2). Araştırmacı, katılımcılara, önceden kendisi ve araştırma konusu hakkındaki bilgileri aktarmış ve katılımcılardan sözlü olarak onayları alınmıştır. Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3’te de görüldüğü üzere toplamda 30 katılımcı anne ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerin en kısası 25 dakika 30 saniye iken; en uzununu 1 saat 13 dakika sürmüştür. Görüşme sürecinin sonlandırılmasıyla birlikte katılımcılara araştırmacı tarafından belirlenen müstear bir isim verilmiştir. Katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3’teki gibidir. ‘Geleneksel anneler’ katılımcı grubunu, çocuklarını geleneksel yöntemlerle ve hiçbir Internet teknolojisinden yararlanmadan büyüten anneler oluşturmaktadır. Yaşları 55 ve üzerinde olan, en küçük çocuğu ise 20 yaş ve üzerinde olan 10 “Geleneksel Anne” ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma kapsamında 2 geleneksel anne ile görüşülmüş olup pilot görüşme yapılan 2 anne ile tekrar görüşme yapılmamış ve gruba dâhil edilmemiştir. Katılımcı annelerden 7’si ile yüz yüze ve 3’ü ile de telefonda görüşülmüştür.

Tablo 1. Geleneksel Annelere Ait Demografik Veriler

Geleneksel Anneler	Yaşı	Eğitim Durumu	Mesleği	Çocuk Sayısı	Medeni Durumu
GA1	65	Lise	Ev Hanımı	2	Bekâr
GA2	56	Lise	Ev Hanımı	4	Evli
GA3	56	Lisans	Öğretmen	2	Evli
GA4	63	Yüksek Öğretim	Emekli	2	Evli
GA5	57	Lise	Emekli	2	Evli
GA6	76	İlkokul	Ev hanımı	3	Evli
GA7	56	Lisans	Emekli	2	Evli
GA8	56	Yüksekokul	Memur	3	Evli
GA9	58	Lise	Emekli	2	Evli
GA10	60	Lise	Ev Hanımı	3	Evli

Geleneksel annelerin yaş aralığı 56-76 arasında değişkenlik göstermektedir. Çoğunlukla lise mezunu olan geleneksel annelerin çeşitli meslek gruplarından olduğu, iki geleneksel annenin ise ev hanımı olduğu görülmektedir. Çoğunlukla evli olan geleneksel annelerin çocuk sayısı 2 ila 4 arasında değişkenlik göstermektedir.

Araştırmanın diğer çalışma grubunu ise annelik deneyimini yaşarken hem Instagram'dan beslenen hem de geleneksel yöntemlerden yararlanan, aktif olarak Instagram kullanıp 'Dijital İçerik Üretici' anne sayfalarını takip eden ve aktif olarak annelik pratikleri açısından etkileşimde bulunan 'Melez Anneler' oluşturmaktadır. 'Melez anne' olma kriterini sağlama durumuna göre 42 anne ile ön görüşmeler gerçekleştirilmiş ve aralarından 12 anne görüşme grubuna dâhil edilmiştir. Pilot çalışma kapsamında 2 melez anne ile görüşülmüş olup pilot çalışma yapılan anneler grubuna dâhil edilmemiştir. Toplamda 10 anne görüşme grubuna dâhil edilmiştir. Bu annelerden 2'si ile telefonda görüşme sağlanırken; 2'si ile çevrimiçi görüşülmüş, 6'sı ile de yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Melez Annelere Ait Demografik Veriler

Melez Anneler	Yaşı	Eğitim Durumu	Mesleği	Çocuk Sayısı	Medeni Durumu
MA1	37	Lisans	Ev Hanımı	2	Evli
MA2	36	Lisans	Muhabir	2	Evli
MA3	37	Lisans	Mühendis	2	Evli
MA4	34	Lisans	Öğretmen	1	Evli
MA5	32	Lisans	Grafiker	1	Evli
MA6	36	Lisans	Muhasebe	1	Evli
MA7	33	Lisans	Müşteri Temsilcisi	2	Evli
MA8	36	Yüksek Lisans	Mühendis	1	Evli
MA9	46	Yüksekokul	Memur	3	Evli
MA10	38	Doktora	Akademisyen	2	Evli

'Melez Anneler'in yaş aralığı 32 ila 46 arasında değişkenlik göstermektedir. Çoğunlukla Lisans mezunu olan melez annelerden 2'si lisansüstü öğrenim düzeyine sahiptir. 1 anne ise Yüksekokul mezunudur. Çeşitli meslek gruplarından olan ve çoğunlukla evli olan melez annelerin çocuk sayısı 1 ila 3 arasında değişkenlik göstermektedir.

Araştırmanın diğer bir görüşme grubunu ise Instagram'ı aktif olarak kullanıp, Instagram'da annelik deneyimlerine ilişkin içerik paylaşımlarında bulunan ve en az 10 bin takipçi sayısına sahip olan 'Dijital Anneler' oluşturmaktadır. Pilot görüşmeler kapsamında 2 dijital anne ile ön görüşme gerçekleştirilmiştir. Ön görüşme gerçekleştirilen dijital anneler görüşme gruplarına dâhil edilmemiştir. Bu görüşme grubunda 7 katılımcı anne ile çevrimiçi, 1 katılımcı anne ile telefonda ve 2 katılımcı anne ile de yüz yüze görüşülmüştür.

Tablo 3. Dijital Annelere Ait Demografik Veriler

Melez Anneler	Takipçi Sayısı	Hesabın Tanımı	Yaşı	Eğitim Durumu	Mesleği	Çocuk Sayısı	Medeni Durumu
DA1	149 Bin	Kişisel Blog	37	Lisans	Çevirmen	1	Evli
DA2	193 Bin	Kişisel Blog	39	Lisans	Influencer/ Serbest Meslek	1	Bekar
DA3	41 Bin	Dijital İçerik Üretici	35	Lisans	Öğretmen	1	Evli
DA4	13 Bin	Dijital İçerik Üretici	32	Lisansüstü	Öğrenci	1	Evli
DA5	15 Bin	Kişisel Blog	35	Lisansüstü	Serbest Meslek	1	Evli
DA6	32 Bin	Dijital İçerik Üretici	37	Lisans	Çalışmıyor	2	Evli
DA7	16 Bin	Antrenör	33	Lisans	Pilates Eğitmeni	1	Evli
DA8	13 Bin	Kişisel Blog	33	Lisansüstü	Mühendis	1	Evli
MA9	87 Bin	Dijital İçerik Üretici	38	Lisans	Serbest Meslek	1	Bekar
DA10	16 Bin	Dijital İçerik Üretici	32	Lisans	Bankacı	1	Evli

Araştırma kapsamında görüşülen dijital annelerin yaş aralığı 32 ile 39 arasında değişkenlik göstermektedir. Çoğunlukla lisans mezunu olan dijital annelerden 3'ü lisansüstü mezunu olmakla birlikte meslekleri değişkenlik göstermektedir. Dijital annelerin çocuk sayısı çoğunlukla 1'dir. Dijital annelerin Instagram hesaplarının takipçi sayıları 13 bin ile 193 bin arasında değişkenlik göstermektedir. Dijital anneler, Instagram hesaplarında yer alan biyografide hesaplarını çoğunlukla 'kişisel blog' ve 'dijital içerik üretici' olarak tanıtırken; yalnızca bir dijital anne hesabında 'antrenör' tanımını kullanmıştır. Çoğunlukla evli olan dijital annelerin çocuk sayısı 1 ile 2 arasında değişkenlik göstermektedir.

Araştırmada farklı özelliklerde çalışma gruplarının seçilme nedeni; çalışma grubunu temsil eden annelik rollerinde hangi türden değişimler olduğunu ortaya koyabilmektir. Bu türden bir ayrımın yapılmasının çalışmayı daha anlamlı kılacağı düşünülmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN DESENİ

Araştırmada bireylerin annelik deneyimlerini ve görüşlerini ortaya çıkarmak amacıyla fenomenoloji (olgu bilim) deseninden yararlanılmıştır. Creswell'e (2017) göre, fenomenoloji, bir olgu ile ilgili bireylerin deneyimlerinin betimlediği ve buna ilişkin görüşler sunduğu bir araştırma desendir. Yıldırım ve Şimşek'e (2021, s. 66) göre, bu betimlemelerle günlük hayatta çeşitli biçimlerde karşılaşılmaktadır. Husserl (1995), fenomenolojiyi bir bilim olarak ortaya koymuş ve bu bilim ile 'fenomen'in ne olduğu ve nasıl kavranabileceğini sorgulamıştır. Husserl, fenomenolojinin bir düşünce yöntemi olduğuna dikkat çekmiştir. Bu bağlamda olgu bilim, araştırmacılara, çeşitli şekillerde karşılaşılan, ancak tam anlamıyla anlaşılamayan kavram ve olguları anlamak ve anlatabilmek adına uygun bir zemin oluşturmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021, s.66). Fenomenoloji deseni, sosyal ve sağlık bilimleri alanındaki çoğu araştırmacı tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Creswell'e (2017) göre, olgu bilim araştırmalarında sıklıkla tek bir kavram ya da düşüncenin ifade edildiği bir fenomene odaklanılmaktadır. Bu çalışmada, annelik rolünün annelerin yaşantıları üzerinden bir inceleme gerçekleştirilmek amaçlandığından fenomenoloji deseni kullanılmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmada katılımcı grubu 30 anne ile sınırlandırılmıştır. Araştırma, 'Geleneksel Anneler' 55 yaş ve üzeri aynı zamanda en az 20 yaş üstü çocuğu olan annelerle; 'Dijital Anneler' Instagram'da takipçi sayısı en az 10 binin üzerinde olan içerik üretici annelerle; Instagram'da aktif olarak 'Dijital İçerik Üretici' anneleri takip eden 'Melez Annelerle' sınırlandırılmıştır. Araştırma, araştırmacı tarafından hazırlanan görüşme sorularına verilen cevaplarla sınırlıdır.

5. ARAŞTIRMANIN ETİK KURUL KARARI VE İZİNLERİ

Araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulu'ndan gerekli izinler alınmış, 15.11.2022 tarihli ve 128/5 sayılı kararı ile görüşmeler yapılmaya başlanmıştır. Verilerin toplanması bu tarihten itibaren iki aylık bir süreyi kapsamıştır. Etik kurul izin belgesi Ek 2'de yer almaktadır.

6. ARAŞTIRMACININ ROLÜ

Nitel ve nicel araştırmaları birbirlerinden ayıran önemli farklardan biri araştırmanın araştırmacıyı bulundurduğu konumdur. Nitel araştırmalar, gerçeğin insandan bağımsız olmadığını benimsemektedir. Buna göre gerçek, insan tarafından oluşturulmasının yanı sıra insan ile birlikte anlam kazanan yorumsal bir süreçtir. Nitel araştırmalarda araştırmacı, orada olan, gözlemleyen, verileri bizzat toplayan ve sürece dâhil olan ve bu süreç sonunda da elde ettiği verileri yorumlayan ve araştırmanın her kısmında aktif rol oynayan bir konumdadır.

Dolayısıyla, bu anlamda nitel araştırmalar araştırmacıya ‘empatik’ anlamlar da yüklemektedir. Creswell’e (2017, s.188) göre, nitel araştırmalarda araştırmacılar, araştırmayı okuyucuların anlamasına yardımcı olacak ortam, katılımcı, araştırma problemi ve araştırmacıya ilişkin bilgiler vermelidir. Araştırmacının deneyim ve bilgileri, yapacağı yorumları çalışma süresince nasıl şekillendirdiği açıklanmalıdır. Bu araştırmada araştırmacı, araştırma konusuna ilişkin detaylı bilgiler toplamış, ilgili literatüre dair yoğun bir incelemede bulunmuştur. Literatür incelemesi sırasında toplanan bilgiler araştırmanın çeşitli kısımlarına dair farklı fikirler vermiş, bu bilgiler ışığında araştırma için en uygun yöntem ve en uygun veri toplama tekniği seçilmeye çalışılmıştır. Araştırma süreci boyunca gerek literatür taraması, gerek Instagram’da yapılan veri madenciliği sırasında araştırmanın nasıl ilerleyeceğine ilişkin yollar incelenmiş ve en uygun yöntem seçilmiştir.

Araştırmaya başlanılan tarih 2020 Ağustos ayı olsa da bu araştırmanın ilk filizleri araştırmacının anne olduğu yıl olan 2017 yılı olmuştur. Annelik rolünün hem bireysel hem de toplumsal çağrışımları olduğu bilinerek konu bütüncül bir yaklaşım ile değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda araştırma süreci, tıpkı araştırma gibi araştırmacının da evrildiği, değişip dönüştüğü bir süreç olmuştur.

7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, VERİ TOPLAMA VE DEĞERLENDİRME SÜRECİ

Araştırmanın nitel bir araştırma olması dolayısıyla veri toplama aracı olarak görüşme tekniği tercih edilmiştir. Görüşme tekniğini Bernard (2006, s.210) sözlü iletişim aracılığıyla insanları anlamayı amaçlayan bir veri toplama tekniği olarak açıklamaktadır. Baş ve Akturan’a (2017, s. 113) göre, görüşme tekniği bir keşif yöntemi olarak tanımlanmasının yanı sıra merak uyandıran soruna, duruma veya olguya ilişkin bireylerle iletişime geçilerek bilgi, deneyim ve farklı fikirlerden yararlanılır. Briggs’e (1986, s. 1) göre, sosyal bilimler alanında yaygın bir şekilde kullanılan görüşme tekniği, insanları, geleceğe dair inançlarını ve geçmiş ile ilgili anılarını keşfetmek için kullanılmaktadır. İnsanı ve içerisinde bulunduğu koşulları anlama çabası barındırması da yine bu yöntemin uygulanabilir olması sayesinde olabilmektedir. Araştırmanın veri kaynağı, birincil veri kaynağı olan görüşme gruplarındaki annelerin kendisidir. Dolayısıyla araştırma kapsamında öncelikle annelerin anneliğe dair deneyimlediklerinin değişkenliği; anneliğe ve annelik pratiklerine ilişkin bu deneyimleri etkileyen unsurları anlamak ve anlamlandırmak; bu sebeple derinlemesine bilgi edinmek ve annelik rolünün değişimi ardındaki nedenleri derinlemesine anlamak için nitel araştırma tekniği olarak görüşme tekniği tercih edilmiştir. Bu kapsamda araştırmacı literatür okumalarından da faydalanarak bir görüşme formu oluşturmuştur. Görüşme formu yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun olarak tasarlanmıştır.

Görüşme formu hazırlanırken ölçme ve değerlendirme uzmanı bir öğretim üyesi, nitel araştırmalarda uzman iki öğretim üyesi ve danışman öğretim üyesinin görüşlerinden faydalanılarak toplamda 18 soru hazırlanmıştır. Üç anne grubuna genel olarak annelik ve annelik pratiklerine yönelik ortak 9 soru yöneltilmiştir. ‘Melez Anneler’e diğer annelerden ayrı olarak bir yandan da takipçi anne olmaları dolayısıyla Instagram’da takip edilen sayfalara ilişkin görüşleri ve değerlendirmelerinin sorulduğu 3 ayrı soru daha yöneltilerek soru sayıları 12 olmuştur. ‘Dijital Anneler’e ise Instagram’daki hesaplarına ilişkin ayrı olarak 6 soru daha yöneltilerek toplam soru sayıları toplamda 18 olmuştur. Sorular hazırlandıktan sonra yarı-yapılandırılmış görüşme formu son halini almıştır (EK-2). Yarı yapılandırılmış görüşmede, tüm katılımcılara araştırma konusuna ilişkin önceden belirlenmiş aynı sorular aynı sırayla ve aynı biçimde yöneltilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2017, s. 184).

Görüşme aşamasına geçmeden önce soruların ne şekilde geri dönüşler vereceğine ilişkin her bir çalışma grubundan ikişer kişi ile pilot görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma için seçilen kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmeden önce çalışmanın amacı, kapsamı, içeriği hakkında genel bilgiler verilmiştir. Daha sonra yarı yapılandırılmış mülakat formu ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonunda katılımcıların eleştirileri ve önerileri, soruların açıklığı ve anlaşılabilirliği, araştırma amacına uygunluğu sınanmış ve soru formunda 2 soru katılımcının özel hayatına ilişkin yargılar barındırması nedeniyle, 2 soru da ilk sorulduğunda katılımcılar tarafından anlaşılır düzeyde olmaması sebebiyle düzeltilmiş ve forma son hali verilmiştir.

Çalışma kapsamında, görüşmelerle verilerin toplanması sürecinde, araştırma etiğine uygun bir şekilde daha önce gönüllü olarak araştırmaya katılmayı kabul eden annelere isimlerinin çalışmada geçmeyeceği, ses kayıtlarının sadece araştırma dokümanı olarak kullanılacağı bilgileri verilmiştir. Bu şekilde görüşme aşamasına geçmeden önce araştırmacı ve katılımcı arasındaki güven sağlanmaya çalışılmıştır. Katılımcıların kendilerini rahat hissedebilmeleri, annelik ve annelik pratiklerine yönelik deneyimlerini anlayabilme ve aktarabilmelerine imkân tanımak ve sorulara rahatlıkla ve güvenerek cevap vermelerini sağlamak için katılımcıların talep ettikleri mekânlar tercih edilmiştir. Veri toplama amacıyla sınırlılıklar konusunda uygun olan anneler ile görüşme randevuları ayarlanarak görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeye geçilmeden önce katılımcılara çalışmanın amacı, kapsamı ve çalışmanın içeriğine dair genel bilgi verilmiştir. Ardından da yarı yapılandırılmış görüşme formu ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler katılımcıların iş yerinde, evinde, çevrim içi olarak ve telefon görüşmesi olmak üzere çeşitli şekillerde ve mekânlarda gerçekleştirilmiştir. Görüşme esnasında katılımcıyı yönlendirecek tutum ve davranışlardan kaçınılmış, katılımcının sorulara verdiği cevaplar karşısında dinleyici olarak kalınmıştır. Görüşmeler esnasında, her katılımcının

konuşmaları, katılımcının onayı alındıktan sonra telefon, tablet ve bilgisayarlar aracılığıyla daha sonra deşifre edilmek üzere kaydedilmiş ve hiçbir şekilde müdahale edilmeksizin deşifre edilmiştir.

Katılımcılarla görüşmeler 2 aylık bir zaman dilimine yayılmış ve ilk görüşme Aralık 2022’de gerçekleştirilmiştir. Her katılımcı ile ayrı ayrı görüşülmüş ve ses kayıt cihazından yararlanılarak gerçekleştirilmiş olup; katılımcının duygu durumuna göre 25 dakika 30 saniye ile 1 saat 13 dakika arasında sürmüştür. Görüşmeye katılan tüm katılımcılara, görüşme sorularına geçmeden önce demografik sorular yöneltilmiştir. Yüz yüze görüşmelerin yanı sıra çevrimiçi ve telefonda da görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Toplamda dokuz anne ile çevrimiçi görüşme sağlanırken altısı ile telefonda görüşme gerçekleştirilmiş olup geri kalan on beş anne ile de yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı tarafından verilen müstear isimle katılımcıların isteği doğrultusunda kimlikler gizli tutulmuştur. Görüşmelerin toplam süresi 928 dakika 43 saniyedir. Görüşme sürecinin sonunda 115 sayfa ve 42.262 kelimeden oluşan veridokümanı elde edilmiştir. Görüşme soruları katılımcılara yöneltildikten sonra deşifre edilmiş ve tüm görüşme soru ve cevapları kod ve kategorilerin anlaşılır olabilmesi için baştan sona okunmuştur. Defaten okunan görüşme dökümü araştırmacının konuyuzihninde daha iyi anlamasını sağlamıştır.

Görüşme kayıtları yazılı hale getirildikten sonra veri analizinin gerçekleştirilmesi için içerik analizi yaklaşımı benimsenmiştir. Genel olarak veri analizinin Creswell’e (2017, s. 197) göre, altı basamağı bulunmaktadır. Bunlar; (1) verilerin hazırlanması, (2) okuma-inceleme, (3) verilerin kodlanması, (4) betimleme, (5) sınıflama ve (6) yorumlamadır. İçerik analizinin safhaları ise Yıldırım ve Şimşek’e (2021, s. 250) göre şu şekildedir: (1) verilerin kodlanması, (2) temaların bulunması, (3) kodların ve temaların düzenlenmesi, (4) bulguların raporlanması ve yorumlanmasıdır. Bu araştırmanın veri analizi sürecinde araştırmacı, tüm ses kayıtlarını yazıya aktarmış ve ardından bir ‘veri kitapçığı’ oluşturmuştur. Sonrasında ses kayıtları ve veri kitapçığı veri kaybının önüne geçilebilmesi adına karşılaştırılmıştır. Veri kitapçığı defaten okunarak araştırmacı verilere aşinalık kazanmıştır. Araştırmada, araştırmacı ile birlikte toplam üç kodlayıcı tarafından birbirinden bağımsız olarak, metinler incelenip kodlar ortaya çıkarılmıştır. Sonaşamada ise nitel veri analiz programlarından olan MAXQDA Analytics Pro 2020’ye kodların aktarımı gerçekleştirilmiştir. Kodların aktarılmasının ardından program vasıtasıyla kavram haritaları oluşturulmuştur. MAXQDA; görüşme dökümlerinin aktarılması, veri organizasyonunun sağlanması, kod ve temalar için görselleştirme gibi imkânlar sunan bir nitel ve karma yöntemler yazılım programıdır.

İçerik analizi, sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan bir analiz biçimidir. Carl Roberts (1997), içerik analizini sosyal bilimlerin amacıyla

uyumlu olarak tanımlamaktadır. Bu analiz biçimi, bir metne veya sembolik materyale uygulanan metodolojik ölçümlerden oluşur. Roberts (1997), içerik analiz yöntemlerinin sadece sayısal olarak uygulanabilecek tekniklerle sınırlı olmaması gerektiğini belirtmektedir. Ona göre, içerik analizinin, metin dışındaki kültürel veya sembolik ürünlere uygulanması seçilen yöntemlere bağlıdır. Kelimeler ve cümleler gibi kavramlara dayalı yöntemlerin ise yalnızca dilsel malzemeyeyle birleştirildiğini vurgulamaktadır. Hepkul (2002) ise içerik analizini, toplumların iletişim sürecini ölçmeyi hedefleyen sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan bir yöntem olarak tanımlamaktadır. İçerik analizi, araştırmacıların sosyal iletişim aracı olan mesajları sistemli ve objektif bir şekilde inceleyerek, iletişimin kaynağına ve diğer durumlarına ilişkin tahminlerde bulunmalarını sağlar. Bu yöntem, iletişimin farklı özelliklerini tanımlamayı ve analiz etmeyi amaçlar.

İçerik analizi, nitel bir yöntem olmakla birlikte, basit düzeyde nicel olan bir kısmı da mevcuttur. Bu yöntem, metinlerin belirli özelliklerini veya boyutlarını ortaya çıkarmak ve saymak amacıyla kullanılmaktadır. Böylelikle, metinlerin mesajları, görüntüleri ve temsilleri hakkında bazı bilgiler elde edilir. Ancak içerik analizinde karşılaşılan bir sorun, nicelleştirmenin ne kadar ileri götürüldüğü ve bu yöntemin sunabileceği nicel göstergelerin, metinlerin anlam yoğunluğu ile sosyal etkisi veya medya ile medya arasındaki ilişki gibi sorulara ne kadar yanıt verebildiğidir. Bu tür sorular genellikle içerik analizinin sunmuş olduğu nicel verilerin okunması ve yorumlanmasıyla ilgilidir. Özetle, içerik analizi genellikle nitel bir yöntem olarak kullanılır ve metinlerin belirli özelliklerini analiz etmeyi amaçlar. Ancak bu yöntem, metinlerin anlam yoğunluğu, sosyal etkisi ve medya arasındaki ilişki gibi daha derin sorulara cevap vermede sınırlamaları olabilmektedir (Hansen ve Machin 2018). Bu araştırmada, kodların frekansları üzerinden nicel kısmı, ortaya çıkan metinlerin içerikleri ve derinliği bakımından da nitel kısmı ele alınmıştır. Böylece içerik analizinin hem nicel hem de nitel boyutları kullanılmıştır.

8. GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK

Geçerlik, nitel araştırmaların gücünü artırmasını sağlayan en büyük kısımlardan biridir (Creswell, 2017, s. 203). Yıldırım ve Şimşek'e (2021) göre, araştırma sonuçlarının inandırıcılığını kuvvetlendirmek için 'geçerlik' ve 'güvenirlik' en yaygın kullanılan araçlardır. Bu bağlamda Creswell'in (2017) nitel araştırmacılara yönelik elde edilen verilerin geçerlik ve güvenilirliği sağlayıcı önerileri dikkate alınmıştır. Ona göre, farklı araştırmacılar tarafından birbirinden bağımsız olarak geliştirilen kodların ve bu kodların çapraz kontrolünün yapılması çalışmaların geçerliği açısından önem taşımaktadır. Kodlayıcılar arası uyum olarak da nitelendirilen çapraz kontrol için üçüncü bir kodlayıcının bulunması çalışmayı daha güvenilir hale getirecektir. Nitel bir

araştırmanın güvenilirlik ve geçerlik bakımından kodlama güvenilirliğinin en az %80 uyum düzeyinde olması gerektiği gerekmektedir.

Yıldırım ve Şimşek'e (2021, s. 282) göre, araştırma kapsamında toplanan verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi bunun yanında araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığına dair açıklamalar sunması geçerlik ve güvenirliliğin önemli ölçütleri arasındadır. Araştırma, iç geçerlilik (inandırıcılık), dış geçerlilik (aktarılabilirlik) ve iç güvenilirlik (tutarlılık) ve dış güvenilirlik (teyit edilebilirlik) açısından sınanmıştır. Bu kapsamda, araştırmada, dış geçerliliğin sağlanabilmesi için kuramsal çerçeveden yola çıkılarak ve bu eksende veri toplanmaya ve veri toplama süreci sonunda edinilen bulguların kuramsal çerçeveye dayandırılmasına dikkat edilmiştir. Araştırmanın iç güvenirliliğini (tutarlılık) artırmak için elde edilen bulgular kavramsal çerçeve ile bağdaştırılarak sunulmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, araştırmada, araştırmacıdan ayrı iki kodlayıcı araştırmacı ile birlikte toplamda üç kodlayıcı tarafından birbirinden bağımsız olarak, metinler incelenip kodlar ortaya çıkarılmıştır. Üç kodlayıcı bir araya gelerek kodların uyum düzeyini ortaya koyabilmek için karşılaştırmalar yapmış bu karşılaştırmalar neticesinde kodların güvenilirliğinin %98 oranında olduğu tespit edilmiştir.

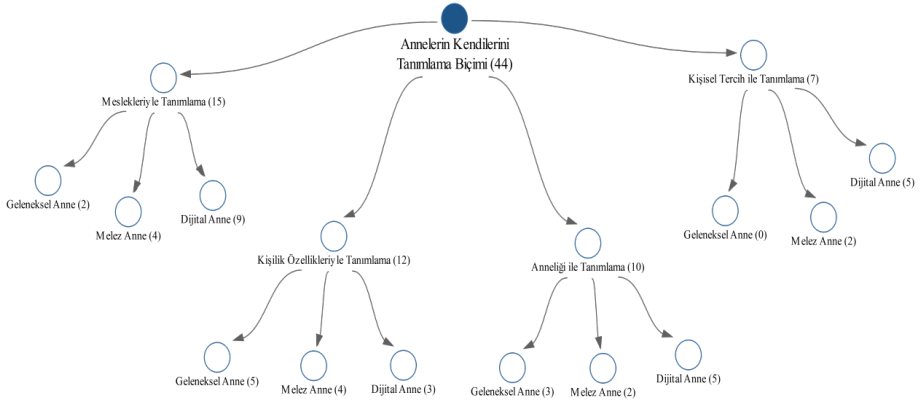
3. BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde *Geleneksel Anneler*, *Dijital Anneler* ve *Melez Anneler* olarak isimlendirilen katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucu elde edilen verilerin bulguların literatür ile birleştirilerek tartışmasına yer verilmiştir. Katılımcılara yöneltilen, annelik ve annelik pratiklerine ilişkin sorulardan elde edilen bulgular ışığında ortaya çıkan temalar ve kategoriler tartışılmıştır.

1. ANNELERİN KENDİLERİNİ TANIMLAMA BİÇİMLERİ

Annelerin Kendilerini Tanımlama Biçimleri teması altında, annelerin kendilerini nasıl tanımladıklarına ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *meslekleriyle tanımlama*, *kişilik özellikleriyle tanımlama*, *anneliği ile tanımlama* ve *kişisel tercih ile tanımlama* başlıklarından oluşan dört kategoride birleştirilmiştir. Annelerin kendilerini tanımlamalarına ilişkin kavram haritası Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Annelerin Kendilerini Tanımlamalarına İlişkin Kavram Haritası

Şekil 1 incelendiğinde;

Dijital Anneler kendilerini genellikle meslekleri ile tanımlarken (n=9), Geleneksel Anneler kendilerini kişilik özellikleri ile tanımlamış (n=5), Melez Anneler ise hem meslekleriyle hem de kişilik özellikleri ile tanımlamıştır (n=4). Dijital anneler, aldıkları eğitimleri, daha önce ya da şu anda hangi iş ile meşgul olduklarını ifade etmişlerdir. Bu tema altında da dijital anneler, kendilerini mesleki birikimleri ile tanımlama konusunda diğer gruplardan yüksek eğilim göstermişlerdir. Dijital annelerin ağırlıklı olarak mesleki birikimlerini ön planda

tutmaları nedeniyle mesleki etiketlerin bu anneler için daha önemli olduğunu belirtmek mümkündür.

Melez anne olmanın temel özelliği daha önce de belirtildiği gibi, annelik yapma yöntemlerini ve pratiklerini hem gelenekselden hem de sosyal medyadan beslenerek ortaya koymasıdır. Bu şekildemelez anneler de hem geleneksel anne olma özelliği bulunmakta hem de dijital anne olma özelliği bulunmaktadır. Şekil 1'e göre, melez annelerde iki özelliğin ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan birincisi *meslekleriyle tanımlama*dır. *Meslekleriyle tanımlama* özelliği ön plana çıkan annelerin dijital anneler olduğu görülmektedir. Bu kapsamda melez anneler *meslekleriyle tanımlama* özelliğinde ön plana çıkma konusunda dijital annelerle benzerlik göstermektedir. *Kişilik özellikleriyle tanımlama* ise geleneksel annelerin temel özelliği olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda melez annelerin hem geleneksel hem de dijital olma özelliği bu iki veride de somut olarak ortaya çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında *kişisel tercih ile tanımlama* kategorisi ile melez anneler ve dijital annelerin *isteyerek çocuk sahibi oldukları, planlı hamilelik ve planlı bir şekilde bebek dünyaya getirmeleri* ve bebek dünyaya geldikten sonra *aktif çalışma hayatlarını sonlandırdıklarını* ifade eden görüşleri kast edilmektedir. Bu kategoriye geleneksel anneler herhangi bir katkı sağlamazken; buna karşılık dijital anneleri tanımlayan bir özellik olduğu bulgulanmıştır. Geleneksel annelerin bu temel özellikte de dijital anneler ile karşıtlık içerisinde oldukları gözlenmektedir.

Uzmanların ve uzmanlıkların önemli olduğu modern dönemde, kadınların ve annelerin uzman idaresinde bir süreç izledikleri gözlenmektedir. Hays'ın da (1996) belirttiği gibi uygun çocuk yetiştirme yöntemleri uzmanlar eşliğinde belirlenmektedir. Özellikle Instagram'da meslek ve uzmanlık alanlarına ilişkin tanımlamalar, takipçi kitlesinde bir güven oluşturduğundan dijital anneler için ön planda olmaktadır. Annelik pratiklerindeki gelenek artık yerini önemli tıbbi ve bilimsel tavsiyelere bırakmaktadır. Anneler, "iyi anne" olabilmek ve bebeklerini sağlıklı ve ideal bir şekilde yetiştirebilmek adına uzmanların bilgisine ve görüşüne daha fazla ihtiyaç duyar hale gelmiştir. Dolayısıyla denilebilir ki, bu dönemin uzman ve uzmanlık odaklı ilerlemesi, anneleri kendileri ve anneliklerine ilişkin risk almaktan kaçınmaya itmiştir. Bu doğrultuda dijital anneler için etiketlerin, herhangi bir konuda var olan uzmanlığın odakta olması; hitap edilen çevreyi de cezbetmektedir.

Dijital annelerin meslekleri ile kendilerini ön plana çıkardıklarının gözlenmesiyle birlikte paylaştıkları içeriklerin daha çok annelik rolleriyle ilgili olduğu görülmektedir. Bu da aslında, dijital annelerin annelik rolünün meslekleri ile birleşmesi sonucunda daha etkili hale getirildiğini ortaya koymaktadır. Örneğin, mesleğinin, *editör* ve *çevirmen* olduğunu belirten Dijital Anne1,

takipçilerine daha çok kitap önerileri vermekte, çocuklara ve yetişkinlere özel kitap içerikleri paylaşmaktadır. Okul öncesi öğretmeni olduğunu belirten Dijital Anne 3 ise, takipçilerine çocukları ile beraber nitelikli vakit geçirebilecekleri aktivite önerileri sunarken evde atık malzemelerden yapabilecekleri etkinlik tarifleri vermektedir. Pilates antrenörü olan Dijital Anne 7 ise, hamilelikte alınan kilolar sebebiyle doğum sonrasında annelerin eski kilolarına nasıl döneceklerine ilişkin program belirlemekte ve motivasyon videoları ile bu programları desteklemektedir. Bu kapsamda dijital annelerin meslekleri ile annelik rollerini bileştirmeleri, kendilerini, daha tanınır hale gelirken annelik rolleri de onları daha görünür hale getirmektedir. Bu kapsamda, annelik rolünün dijital annelerin Instagram’da bulunma motivasyonunu beslediğini söylemek mümkündür.

Kendilerini nasıl tanımladıklarına ilişkin soruya mesleklerine ilişkin ayrıntılara değinerek cevap veren ve kendilerini çoğunlukla meslekleriyle tanımlayan dokuz dijital anne arasından sadece üçü kendisini aynı zamanda *Influencer* olarak tanımlamıştır. Binlerce takipçisi olan bu anneler, bu tema altında anneliklerine ve Instagram’da bulunan rollerine ilişkin detaylı açıklamalarda bulunmamışlardır. Instagram profilleri incelenen dijital annelerin yalnızca biri Instagram hesabını mesleği ile tanımlamıştır. Beş anne hesabını ‘dijital içerik üretici’ diye tanımlarken dört anne ise hesabını ‘kişisel blog’ olarak tanımlamayı tercih etmiştir. Sayfaların ‘biyografi’ (Bio) kısmına ise yalnızca üç anne kendisini mesleğine ilişkin kelimelerle tanımlamıştır. Örneğin, *okul öncesi öğretmeni, editör-çevirmen, antrenör* vs. Bunun yanı sıra dijital annelerden yalnızca ikisi annelik ve anneliğe ilişkin paylaşımların sıklıkla yapıldığı kişisel hesaplarını anneliğe ilişkin süreçlerle tanımlamışlardır.

Dijital Anne 1 kendisini editör ve çevirmen olarak tanımlarken Influencer olduğunu da vurgulamaktadır.

Dijital Anne 1: “Otuz yedi yaşımdayım. Sekiz yaşıma doldurmak üzere olan bir oğlum var. Üniversite mezunuyum. Editörlük ve çevirmenlik yapıyorum. Uzun yıllar medyada çalıştım. Hep kamera arkasındaydım. Yapımcılık ve editörlük yaptım. Yazarlık yaptım bir dönem. Kitap yazmak ve metinlerimi toplamak üzere işimden ayrıldım. O zamandan beri influencer’ım. Bunun bir iş olarak addedilmesi çoğunluk adına da biraz güç oldu. Editörlük ve çevirmenliğe devam ediyorum. Ama bir yandan da evet Influencer’ım. Kanaat önderi diyorlar. Bir uğraşım da bu diyeyim.”

Kendilerini çoğunlukla kişilik özellikleriyle tanımlayan geleneksel annelerin, çoğu bir meslek sahibi olmasına karşın, meslekleriyle ilgili tanımlamalardan kaçınmışlardır. Kişilik özelliklerinin vurgulandığı bu tema altında geleneksel anneler kendilerini, *sosyal, duygusal, mantıklı, iyi bir dinleyici, olgun, umutlu, hayalperest, kendini geliştirmeyi seven, pişmanlıkları olmayan* ve *özverili* gibi

kodlar ile tanımlamışlardır. Kendisinin sosyal ve duygusal bir kişi olduğunu belirten Geleneksel Anne 7'nin kendisine yönelik tanımlamaları ise şu şekildedir:

Geleneksel Anne 7: “Sosyal ve duygusal biriyim. Mantıklıyım. Hayatta yapmak istediğim çok şey var. Umutlarım, hayallerim var. Güzel dert dinlerim. Psikolojik olarak kendimi ve karşımdakini rahatlatma özelliğim vardır.”

Geleneksel annelerin kendilerini çoğunlukla kişisel özellikleri ile tanımlayıp meslekleri ile tanımlamamalarını, toplumsal cinsiyet stereotipleriyle de açıklamak mümkündür. Toplumsal cinsiyet stereotipleri, kadını çoğunlukla özel alandaki rolleriyle konumlandırmaktadır. Timisi'ye (1998, s. 407) göre, ana akım ve yeni medya, kadınların toplum içerisindeki bulunan bağımlı ve öteki olarak beliren konumunu pekiştirmekte ve kadının özel alandaki rollerinin öncelikli konumu olduğunu vurgulayıp altını çizmektedir. Bu kapsamda kadın kendisini her ne kadar kamusal alanda var etse de toplum onu özel alanda, ev içi işlerle ve anneliği ile gördüğü için kadının da kendisini görme stratejisinin bu yönde olduğu söylenilebilmektedir. Geleneksel anneler kendilerini, *Annelikleri ile tanımlama* kategorisi altında geleneksel anneler kendilerini, *fedakâr, çocuklarına adanmış, ailesine adanmış, sabırlı, iyi anne ve tecrübeli anne* gibi kodlarla tanımlamaktadır. Bu aynı zamanda kadının, kadın eşittir anne oluşunun da bir göstergesi olabilmektedir. Miller'in (2010, s. 33) de belirttiği gibi, annelik, kadının bedenine ait bir deneyimi, içerisinde bulunduğu kültüre ait olan sorumluluklarını ve bir bebeğin hayatta kalması için karşılanması gereken ihtiyaçlarını içermektedir. Melez anneler ise kendilerini çoğunlukla *mesleki birikim ve kişilik özellikleri* ile tanımlamışlardır. Bu tema altında melez annelerin, kişilik özellikleri ile ilgili ifadelerinden *mantıklı, duygusal, yaşamayı seven, kendisiyle barışık, sorumluluk sahibi, kendisi olmaya çalışan, öğrenmeye açık ve meraklı* gibi kodlar ön plana çıkmıştır.

Anneliği ile tanımlama kategorisi altındaki *fedakâr* kodu geleneksel anneler ve melez anneler açısından benzerlik göstermektedir. Geleneksel anneler, *anneliği ile tanımlama* kategorisi altında, kendilerini anneliğine ilişkin sıfatlar üzerinden tanımlarken melez anneler anneliklerini çocuk üzerinden tanımlamışlardır. Geleneksel anneler, *adanmış anne* veya *fedakâr anne* gibi tanımlamaları direkt anneliklerine gönderme yapmaktadır. Melez annelerin anneliklerini çocukları ve onların tercihleri üzerinden tanımladıkları ve çocuğun önceliğini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Melez anneler *isteyerek çocuk sahibi olma* ve *planlı hamilelik* gibi kodlar ile bir yandan anneliğe atıfta bulunuyor gibi görünseler de aslında kendi tercih ve isteklerini işaret etmektedirler. Çünkü çocuk yapmak çiftler için başlarda türün devamı için bir görev olarak görülmekteyken Badinter'e (2020) göre, 1970'li yıllardan sonra bu durum değişmeye başlamıştır. Artık kadınlar ‘çocuğu’ bir seçim olarak görmektedirler.

Bu durumun, kategorilerde çıkan kodlar ile uyum içinde olduğu görülmektedir.

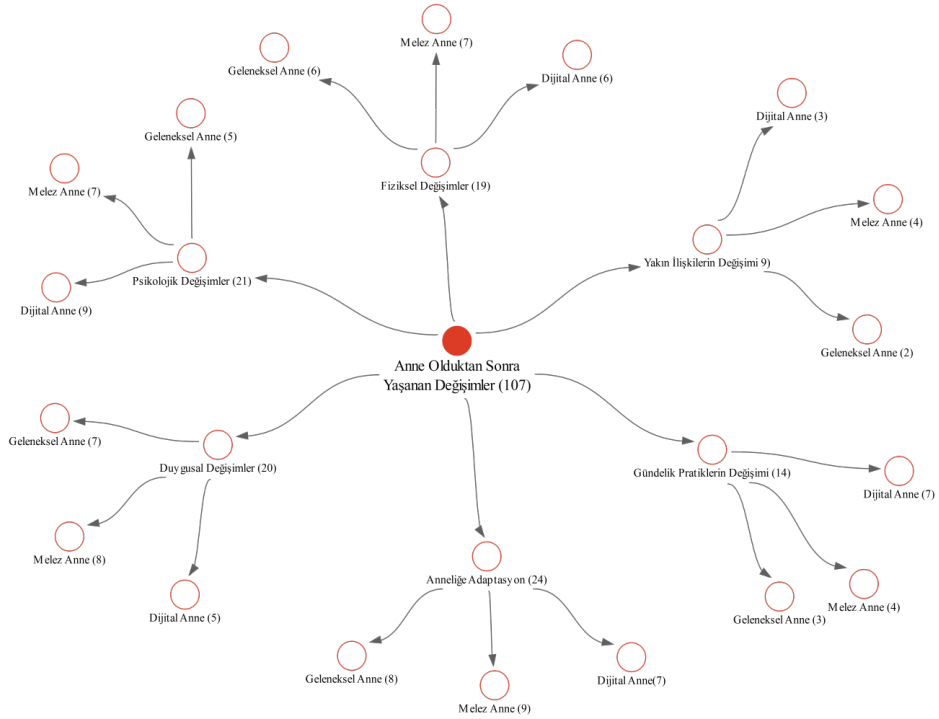
Örneğin, kendisini *fazla fedakâr* sözleriyle tanımlayan Melez Anne 9, anneliğin kendisi için hep önde olduğunu belirtmiştir.

Melez Anne 9:“Bu çok zor bir soru. Benim için annelik hep öndedir. İnsanın kendini tanımlaması biraz zor. Fazla fedakârım sanırım. Ailenin en büyük çocuğuyum. Herkesin sorumluluğunu üstlenmiş biriyim. Şimdi ise çocuklarının sorumluluğu ve onlar için yapmış olduklarım var. Kendim olmaya çalışıyorum ama zaman zaman diyelim. Pek başarılı olduğum söylenemez. Sadece çalışıyorum.”

Sonuç olarak, seçilen anne grupları *annelerin kendilerini tanımlama biçimi* teması altında yer alan kategorilerde dijital anneler, kendilerini çoğunlukla “Mesleki Birikim” ile tanımlarken geleneksel anneler çoğunlukla *kişilik özellikleri* ile tanımlamışlardır. Melez anneler ise ‘melez’ olma özelliği göstererek hem geleneksel annelerde hem de dijital annelerdeki tanımlama biçimlerini aynı oranda barındırmaktadır. Dolayısıyla melez annelerin hem geleneksel hem de dijital olma özelliği bu iki veride de somut olarak ortaya çıkmaktadır.

2. ANNE OLDUKTAN SONRA YAŞANAN DEĞİŞİMLER

Anne Olduktan Sonra Yaşanan Değişimler teması altında, annelerin anne olduktan sonra ne yönde değiştiklerine ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *fiziksel değişimler*, *psikolojik değişimler*, *duygusal değişimler*, *anneliğe adaptasyon*, *gündelik pratiklerin değişimi* ve *yakın ilişkilerin değişimi* başlıklarından oluşan kategoriler, *Anne Olduktan Sonra Yaşanan Değişimler* teması altında birleştirilmiştir. Katılımcı annelerin anne olduktan sonra yaşadıkları değişimlere ilişkin kavram haritası Şekil2’de verilmiştir.



Şekil 2. Annelerin Anne Olduktan Sonra Hayatlarında Yaşadıkları Değişimlere İlişkin Kavram Haritası

Şekil 2 incelendiğinde;

Geleneksel Anneler çoğunlukla anne olduktan sonra *anneliğe adaptasyona* ilişkin değişimler (n=8), *duygusal değişimler* (n=7) ve *fiziksel değişimler* (n=6) yaşadıklarını belirtmişlerdir. Melez Anneler bu tema altında genellikle *anneliğe adaptasyona ilişkin değişimler* (n=9), *duygusal değişimler* (n=8), *fiziksel değişimler* (n=7) ve *psikolojik değişimler* (n=7) yaşadıklarını belirtmişlerdir. Dijital Anneler ise çoğunlukla *psikolojik değişimler* (n=9), *anneliğe adaptasyona ilişkin değişimler* (n=7) ve *gündelik pratiklere ilişkin değişimler* (n=7) ve *fizikseldeğişimler* (n=6) yaşadıklarını belirtmişlerdir.

2.1. Fiziksel Değişimler

Fiziksel olarak değiştiklerine ilişkin bilgiler veren geleneksel anneler, yaşanan fiziksel değişimlerden etkilenmediklerini belirtmiştir. *Kilo alma* ve *kilo verme* gibi kodlar ile yaşadıkları fiziksel değişimleri ortaya koyan geleneksel anneler, bu gibi değişimlerin kendilerini olumlu veya olumsuz etkilemediklerini ifade etmişlerdir.

Geleneksel Anne 1: “Değişim tabii ki oldu. Ama bu değişimler olumsuz yönde olmadı. Sorumluluklarımın da bilincindeydim. Sıkıntı yaşamadım. Hamilelikte de çok kilo almadım. Tabii genç kız vücudu gibi olmuyor. Kilo alma verme veya diğer şeyler benim için bir sorun teşkil etmedi.”

Geleneksel Anne 10 ise fiziksel ve psikolojik değişimlerin yaşandığını ancak bu değişimlerin hayatını çok da etkilemediğini şu şekilde ifade etmiştir:

Geleneksel Anne 10: “Tabii ki anne olduktan sonra çok şey değişti. Hem fiziksel hem psikolojik olarak değiştim. Her türlü değişiklik oldu. Tabii kilo alıyorsun, deforme oluyorsun. Fiziksel olarak bir genç kız gibi olmuyorsun. Ama bu bir sorun muydu? Hayır değildi.”

Çoğunlukla anneliğe adaptasyon sürecine ilişkin değişimler yaşadıklarını belirten geleneksel anneler, *sorumluluk artışı*, *özverili olma*, *bebeğin önceliği*, *fedâkar olma*, *uykusuz geceler*, *alışma çabası* ve *acemilikler* gibi kodlar ile bu değişimi ifade etmişlerdir. Geleneksel anneler, her ne kadar kadının evlendikten hemen sonra bir artık ‘anne’ olduğu fikrini benimsemiş olsalar dahi anneliğin daha önce yaşamadıkları bir deneyim olması sebebiyle bu adaptasyon sürecinin çeşitli zorlukları da beraberinde getirdiğini belirtmiştir. Bulgular da, geleneksel annelerin anneliği benimsendiğini ancak hayata adapte edilemediğini ortaya koymuştur. Anneliğin toplumsal hafızada kadına ilişkin ideal resimler belirlediğini ifade eden Kestenber (1956, s. 160), bu resimlerde annenin bebeğiyle ne yapacağını gayet iyi bilen, sezgileriyle her şeye gücü yeten bir kadının olduğunu ifade etmektedir. Ancak, idealize edilen resimlerle gerçekler birebir örtüşmediğinden annelerin bu geçekliğin altında ezildiği söylenilebilmektedir. Dolayısıyla genel olarak bakıldığında fiziksel ve psikolojik değişimleri yok saymayan ancak bu değişimlerden etkilenmediklerini belirten geleneksel anneler, anneliğe adaptasyon sürecinin olumlu değişimlerin yanı sıra birçok olumsuz değişimden de söz etmişlerdir. Bu kapsamda anneliğin, kadınların taşıdığı bir potansiyel olmasının yanı sıra öğrenilen bir süreç olduğunu da ifade edebilmek mümkündür.

2.2. Duygusal Değişimler

Geleneksel anneler, *duygusal değişimler* kategorisinde de yine anneliğin verdiği *ağırlık* tan bahsetmektedir. Bu kategoride geleneksel anneler, *çocukluktan çıkma*, *duygusal yıpranma*, *pozitif duygu değişimi* ve *maneviyat artışı* gibi kodlarla kendilerini ifade etmektedirler. Burada özellikle *çocukluktan çıkma* kodu kadının çocuk sahibi olunca, yaşı küçük olsa dahi, artık çocuk kalamayacağı ve o *anne olma ağırlığına* geçmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu durumu Geleneksel Anne 6 ve Geleneksel Anne 2 şu sözlerle anlatmaktadır:

Geleneksel Anne 6: “Hayatımda pek bir şey değişmedi. Sadece bu duruma alışmaya çalıştım. Zaten evlenince hemen anne de oluyordun. Hemen uyum sağlamaya çalıştım yeni hayatıma. Anne olduktan sonra olgunlaşıyorsun. Daha bir yetişkin oluyorsun.”

Geleneksel Anne 2: “Anne olunca bir kere çocukluktan çıkıyorsun. Bir sorumluluk alıyorsun. Bir ağırlık oluyor üzerinde. Biz zaten bastırılmış yaşadığımız için ailede yer edinmek gibi bir durum olmuyor önceleri. Önceden

bana böyle çocuk gibi davranılırken çocuğun olduktan sonra tabii ki bir kadın gibi oluyorsun.”

Geleneksel Anne 6 ve Geleneksel Anne 2’nin de belirttiği gibi kadın evlenir evlenmez aynı zamanda anne de olmaktadır. Chodorow (1978) bu durumu ‘kadın anne’ tanımlaması ifade etmektedir. Ona göre annelik kuşaklar boyu devam eden bir süreçtir. Aynı doğrultuda (Donath, 2022, s. 29), kuşaklar boyu aktarılan bu sürecin kadınlar tarafından yadırganmadığını kadınların evlenince sadece çocuklarına bakım veren kişi olmakla kalmayıp aynı zamanda birer ‘anneye’ dönüştüklerini ifade etmiştir.

2.3. Psikolojik Değişimler

Dijital anneler, geleneksel anneler ile karşılaştırıldığında çoğunlukla psikolojik değişimler yaşadıklarını belirtmişlerdir. *Olumsuz beden algısı, çökkün hissetme, bitik hissetme, yaşlı hissetme, sinirsel yıpranma, sürekli kafa yorgunluğu, özgür hissedememe, kaygının artması, yetersiz hissetme, suçlu hissetme ve vicdan azabı* gibi kodlarla psikolojik olarak anneliğin kendilerini değiştirdiğini belirtmişlerdir. Bu kapsamda, dijital anneler, geleneksel anneler ile kıyaslandığında geçirdikleri psikolojik değişimlerin çoğunlukla olumsuz yönde olduğu görülmektedir. Bu duruma dijital çağın kadınlar üzerindeki güzellik algısına yönelik dayatmaların sebep olduğu belirtilebilmektedir. Henriques ve Patnaik’e (2020) göre, son yıllarda sosyal medyada uyum yakalayabilmek adına bireyler tarafından beden imajının nasıl algılandığı bir hayli önemlidir ve bireyler bu platformlarda sosyal uyum yakalayabilmek için güzellik trendlerini yakalayabilme endişesi taşımaktadırlar. Burada dijital çağın ve kendilerinin de dijital çağda birer aktör olan dijital annelerin bu çağdan fazlasıyla etkilendiklerini ifade etmek mümkündür.

Dijital annelerin anne olduktan sonra yaşadıkları psikolojik değişimin olumsuz yönde oluşunun, 20. yüzyılda başlayan ve dijital dönüşüm ile birlikte bireylerin hayatına giren sosyal medyadaki ‘mükemmel annelik’ söylemlerinin de etkili olduğu ifade edilebilmektedir (Douglas ve Michaels 2004). Bu söyleme göre, kadınlar hem evde süper bir anne hem iş yaşamında süper bir iş kadını olarak var olmalıdır. ‘Çocuk da yaparım kariyer de’ gibi söylemler kadınları her anlamda mükemmel olmaya itmekte, onları destekliyor gibi görünse de kadınlar üzerinde “ideal”lik baskısı yaratmaktadır. Sosyal medyanın da körüklediği “ideal anne” veya ‘mükemmel anne’ Beck ve Beck Gernsheim (2012, s. 225)’e göre kendini tümüyle bebeğine göre ayarlamıştır ve uzmanlar tarafından kendisine dayatılan hayat tarzına hızlı bir şekilde adapte olmuştur. Coward’a (1995, s. 92) göre ise ‘ideal anne’ sadece annelik yapmakla kalmayıp ona yeni bir soluk da kazandırmaktadır. Anne sadece bir ‘anne’ olmaktan daha da ötesidir. Bu doğrultuda bu tür anneler, ‘fedakâr’ olmasının yanı sıra, çocuğun ilk öğretmeni, terapisti ve öğreticisi de olmak zorundadır. Instagram’da, bu

anlamda annelere yapılan ‘mükemmel’ olma baskısı onları aşağıya çeken bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Burada yer alan toplumsal baskılarla baş edebilmek için kadınların anneliği daha çok idealleştirmeye başladıkları ve daha fazla mükemmel olmaya çalıştıkları söylenilebilmektedir. Dolayısıyla bu “mükemmellik” çabasının anneleri psikolojik olarak kötü etkilediği belirtilebilmektedir. Dijital Anne 2, Dijital Anne 3, Dijital Anne 8 ve Dijital Anne 10 bu durumu şu şekilde açıklamaktadırlar:

Dijital Anne 2: “Anne olduktan sonra öncelikle çok kilo almıştım, 30 kilo aldım ve veremedim. Fiziksel olarak kendimi daha çökkün, bitik ve yaşlı hissettim. Kendimden beklentilerim çoktu ve yüksekti. Mental olarak kafam hep buğulu, dağınık ve sürekli bir şeyleri tam yapmaya çalışıyordum kendimce. Bu durum beni yoruyordu ve sürekli kendimi uykusuz hissediyordum.”

Dijital Anne 3: “Fiziksel değişimden ziyade psikolojik olarak yaşadım. Psikolojik açıdan ciddi sıkıntılarım vardı. Kızımı her ne kadar isteyerek doğursam da ilk kucağıma aldığım dakika itibarıyla ciddi bir lohusalık problemi yaşadım. Süt vermeye başladı bu travmalarım. Bu yüzden de o dönem benim için çok olumsuz geçti. Bu durum çok uzun sürdü.”

Dijital Anne 8: “Anne olduktan sonra psikolojik olarak tabii ki de çok fazla sorumluluk yüklendim. Çok yıprandığım bir süreçti. Fiziksel olarak da geçmeyen çatlaklarım ve asla inmeyen bir alt karnım vardı. Hala var. Spor yapmama rağmen.”

Dijital Anne 10: “Aslında her şey değişti. Ben de biraz daha gözle görülür bir değişim oldu. Çünkü 91 kiloya kadar çıktım. Öyle olunca psikoloji de fizik de kalmıyor. Toplam 30 kilo aldım hamileliğimde. Psikolojim de fiziğim de bozuktu.”

Melez anneler ise dijital anneler ve geleneksel anneler ile karşılaştırıldığında *fiziksel değişimler, psikolojik değişimler, duygusal değişimler ve anneliğe adaptasyon* gibi kategorilere daha çok katkı sağlamışlardır. Melez annelerin, melez anne olma durumunu yansıtarak, diğer anne gruplarıyla kıyaslandığında, *değişim* teması altında her iki grubun da ifade ettiği noktaları sentezlendiği görülmektedir. Geleneksel anneler yaşadıkları değişim sürecini çoğunlukla olumsuz süreçlere rağmen olumlu algıladıklarını belirtirken; dijital anneler çoğunlukla değişimi olduğu gibi anlatıp olumsuz değişimleri daha çok ifade etmişlerdir. Melez anneler ise hem olumlu hem de olumsuz değişimi belirtip değişimi en sık yaşadıkları kategorilerde geleneksel anneler ve dijital anneler ile benzer cevaplar vermişlerdir. Bu anlamda tam da beklenildiği gibi hem sosyal medyadan beslenip hem de gelenekseli dışlamadığı düşünülen melez annelerin, iki annelik biçimini de yansıttığı bulgularda da açıkça görülmektedir.

2.4. Anneliğe Adaptasyon Süreci

Melez annelerin anneliğe adaptasyon süreci geleneksel anneler ile benzerlik göstermektedir. Bu kategori çoğunlukla anneler tarafından olumlu olarak yorumlanmıştır. Anneliğin bir birçok değişimi beraberinde getirdiği, olumsuz gibi görünen ‘gece uykusuz kalma’, ‘bir canlının sorumluluğunu üstlenme’ ve ‘sürekli bakım verme’ vb. süreçlerin melez anneler tarafından olumlu bir bakış açısıyla algılandığı ortaya çıkmıştır. Anneliğin birçok olumsuz tecrübe ile beraber yürüyor gibi görünse bile kendilerinde olumsuz izler bırakmadığını Melez Anne 2, Melez Anne 8 ve Melez Anne 9 şu sözlerle ifade etmişlerdir:

Melez Anne 2: “Anne olduktan sonra çok fazla empati kurdum. Her şeye daha duygusal bakmaya başladım. Çocuklarıma yaklaşımım ‘Acaba ne hisseder?’ diye sorgulama odaklıydı. Daha çok duygusallaştım. Psikolojik olarak olumsuz yönde beni etkileyen bir durumla karşı karşıya kalmadım anne olduktan sonra. Kaldıysam da üstesinden gelmeyi bildim.”

Melez Anne 8: “Daha güçlü bir karakterim oldu. Karakterim iyileşti. Daha sevgi dolu biri oldum. Kaygılandığım şeyler şekil değiştirdi. Aslında hep var olan korkularım su yüzüne çıktı. Annelik bence yarı delilik hali. Anne olmasaymışım da yarım gidermişim bu dünyadan diye inanıyorum. Yaşasın delilik.”

Melez Anne 9: “Çok değiştim. Duygularımı yaşama kapasitem arttı. Mutluysam daha mutlu öfkeliysem daha öfkeli biri oldum. Asabiyet arttı. Fedakârlık arttı. Merhamet arttı. Sorumluluk arttı. Gücüm arttı. Çocuklarla yapamam dediğim şeyler olmuştu. Yapabildim. Hep güçlü bir anne oldum.”

Bazı melez anneler, dijital anneler ile benzer şekilde, fiziksel ve psikolojik değişimlerden olumsuz etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Doğum ile birlikte fiziksel olarak değiştiklerini belirten melez anneler, psikolojik olarak bu değişimleri çoğunlukla olumsuz algıladıklarını belirtmişlerdir. Melez Anne 1, Melez Anne 4, Melez Anne 5 ve Melez Anne 7 bu durumu şu şekilde ifade etmişlerdir:

Melez Anne 1: “Anne olduktan sonra çalışma hayatına dönememek bende çok ciddi kendine güven sorunu oluşturdu. Çocuklarımı kendim büyütmem büyük bir şans ama hayatımla ilgili tam olarak hayal ettiğim bu değildi. Sosyal olarak köreldim. Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmelerimizin sayısı bir hayli düştü. Kilo aldım.”

Melez Anne 4: “Her detayı düşünmeye çabalarken çok hata yaptım. Bu da yıpratıcı oldu psikolojik olarak. Fiziksel olarak; artık bir sezaryen göbeğim ve genişlemiş bir vücutum var. Bu duruma alışamadım diyebilirim.”

Melez Anne 5: “Fiziksel olarak çatlaklar, kilolar, acılar ve ağrılar bir sürü şey oldu. Vücutta deformasyonlar oldu. Hala veremediğim kilolarım var. Bu

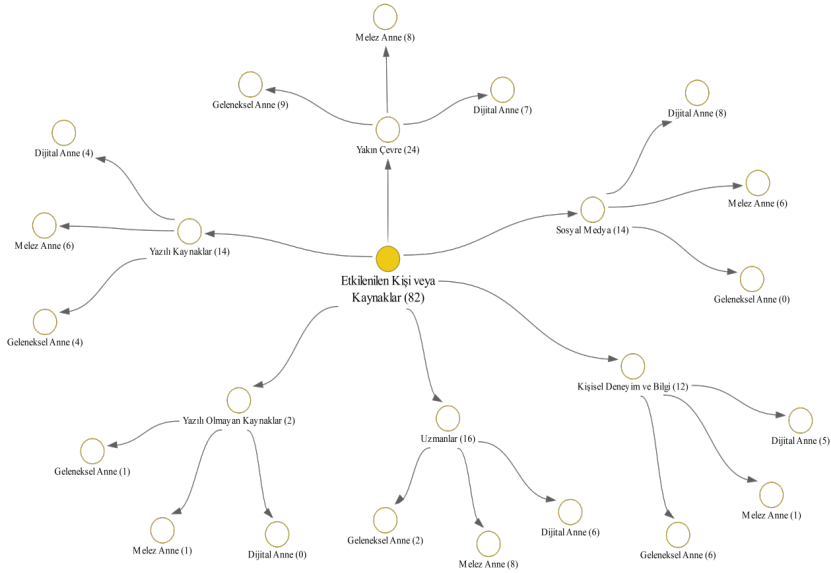
konuyu takıyorum kafama. Bebek emdiği için göğüslerde de deformasyon ve farklılıklar oldu. Hala aynı şekilde devam ediyor bu farklılıklar. Geçmedi. Doğurdum ve öylece kaldım. Tüm bunlar beraberinde psikolojik sorunları da getirdi.”

Melez Anne 7: “Hamilelik sürecinde vücut tamamen değişiyor. Doğum sonrasında da hamileliğin de getirmiş olduğu fiziksel açıdan birçok değişiklik oldu. Aldığım kilolar, dökülen saçlar, bozulan cildim ve daha birçok şey söyleyebilirim. Aldığım kiloları tam anlamıyla verebilmiş değilim. Psikolojik açıdan da sürekli kafa yorgunluğu, kendini sürekli eksik hissetme, yetersizlik hissi ve fazlaca duygusallık yükleniyor. Çok yorucu bir süreç olduğu için psikolojik açıdan zaten çok yoruluyoruz. Daha öfkeli bir insan haline geldim. Öfke duygum daha yoğun hissedilir oldu bedenimde. Öfkeli hissettiğim için kendimi daha çok frenlemek durumunda kalıyordum. Daha çok sabırlı olmalıydım bebeğime karşı. Ama tabii her zaman öyle olmadı. Psikolojik açıdan çok yıprandığım bir dönemdi o ilk zamanlar.”

Sonuç olarak, bu tema altında her üç anne grubu da anne olduktan sonra birçok değişim yaşadığını dile getirmiş ancak yaşanan değişimlerin boyutu, türü ve anlamı farklı olmuştur. Geleneksel anneler anneliğe adaptasyon sürecini yoğun olarak algılayıp ifade ederken; melez anneler ve dijital anneler daha çok fiziksel ve psikolojik değişimlere odaklanmış ve daha çok bu değişimleri ifade etmişlerdir. Geleneksel anneler, psikolojik ve fiziksel değişimler yaşadıklarını ancak olumsuz etkilenmediklerini ifade ederlerken; dijital anneler bu iki kategorideki değişimlerden olumsuz etkilendiklerini belirtmişlerdir. Melez anneler ise bu kategoride yine hem geleneksel anneler hem de dijital anne olma özelliği göstererek her iki gruptaki ortak kategorilere katkıda bulunmuşlardır.

3. ANNELERİN BEBEKLERİNİ BÜYÜTÜRKEN ETKİLENDİĞİ KİŞİ VE KAYNAKLAR

Etkilenilen Kişi ve Kaynaklar teması altında annelerin annelik yaparken etkilendikleri kişi veya kaynaklara ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *yakın çevre, yazılı kaynaklar, yazılı olmayan kaynaklar, uzmanlar, kişisel deneyim ve bilgi, sosyal medya* başlıklarından oluşan kategoriler *Etkilenilen Kişi ve Kaynaklar* teması altında birleştirilmiştir. Katılımcı annelerin anne olduktan sonra bebeklerini büyütürken geçirdikleri süreçte etkilendikleri kişi veya kaynaklara ilişkin kavram haritası Şekil 3’te verilmiştir.



Şekil 3. Annelerin Babeklerini Büyütürken Etkilendikleri Kişi veya Kaynaklara İlişkin Kavram Haritası

Şekil 3 incelendiğinde;

Geleneksel Anneler annelik yaparken çoğunlukla *yakın çevre* (n=9), *kişisel deneyim ve bilgi* (n=6) ve *yazılı kaynaklardan* (n=4) etkilendiklerini belirtmişlerdir. En az ise *uzmanlar* (n=2) ve *yazılı olmayan kaynaklardan* (n=1) etkilendiklerini belirtmişlerdir. Melez Anneler ise çoğunlukla *yakın çevre* (n=8), *uzmanlar* (n=8), *sosyal medya* (n=6) ve *yazılı kaynaklar* (n=6) etkilendirken; en az *yazılı olmayan kaynaklar* (n=1) ve *kişisel bilgi ve deneyimlerden* (n=1) etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Dijital anneler ise çoğunlukla *yakın çevre* (n=7), *sosyal medya* (n=8), *uzmanlar* (n=6) ve *kişisel bilgi ve deneyimlerden* (n=5) etkilendiklerini ifade ederlerken; en az *yazılı kaynaklardan* (n=4) etkilendiklerini belirtmişlerdir.

Annelik yaparken kendi içgüdülerinden ve doğrularından da etkilendiklerini ifade eden geleneksel anneler, beklenilenin aksine yazılı olmayan kaynaklardan (Gelenek, örf, adet vs.) etkilenmediklerini belirtmişlerdir. Genellikle diğer kişilerin deneyimleri ve kendi doğruları ön plandadır. Yazılı kaynaklar içerisinde ise *kitaplar* ve *hadislerden* etkilendiklerini belirten geleneksel anneler, *uzmanlardan* ise neredeyse hiç etkilenmediklerini vurgulamışlardır. Yalnızca iki geleneksel anne, çeşitli uzman görüşlerinin etkisinde kaldığını ifade etmiştir.

3.1. Yakın Çevre

Şekil 3'te oranlar birbirine yakınmış gibi görünse de *yakın çevre* etkilenme kaynağının içeriği bakımından her annelik türünde farklılıklar bulunmaktadır. Görüşülen üç anne grubu da çoğunlukla *yakın çevreden* etkilendiğini

belirtmişlerdir. Ancak geleneksel anneler yakın çevre ile daha çok *kayınvalideyi* kast ederken; dijital anneler daha çok *arkadaşları*, melez anneler ise daha çok kendi *annelerini* kast etmektedir.

Bebeklerini büyütürken yakın çevre olarak çoğunlukla *kayınvalidelerinden* etkilendiklerini belirten Geleneksel Anne 2, Geleneksel Anne 5, Geleneksel Anne 7, Geleneksel Anne 8 ve Geleneksel Anne 10 bu kategoriye ilişkin şunları söylemektedirler:

Geleneksel Anne 2: “Çocukları büyütürken kayınvalidem, kayınpederim üç de görümcem vardı. Onlardan etkilenirdim.”

Geleneksel Anne 5: “Annemden öğrendim. Sosyal medya bu kadar yaygın değildi. Çevre faktörü daha baskındı. Konu komşu, akrabalar, kayınvalidem.”

Geleneksel Anne 7: “Hiçbir kaynak yoktu diyebilirim. İçgüdüsel ve duygusal olarak ilerledim. İmkânlarım çerçevesinde. Kayınvalidem vardı. Başka da kimse yoktu”

Geleneksel Anne 8: “Yirmi üç yaşındaydım ama bilinçli bir anne değildim. Daha çok tabii annelerimizden etkileniyoruz. Ben de annemden etkilendim diyebilirim. Annem ve kayınvalidem. Onlardan etkilendim.”

Geleneksel Anne 10: “Önümüzde kayınvalide vardı. Ona bakıyorduk.”

Türkdoğan’ın (2013) da belirttiği gibi anneliğin sadece fizyolojik bir olay olmamakla birlikte, aynı zamanda toplumsal bir kurgulama biçimi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü anneliğe toplumsal olarak da çeşitli anlamlar yüklenmektedir. Bunların en belirginini ise annelerin bir nesli yetiştirdiği düşüncesidir. Bu düşünce çocuk ile ilgili tüm sorumluluğun anneye yüklendiği bir bölüşüm esasını içermektedir. Ancak, geleneksel ailedeki anneye bakıldığında, özellikle de çocuk bakımından, günümüz modern annesine göre yükünün daha az olduğu görülmektedir. Çünkü geleneksel aile yapısı pedagojiden arınmıştır ve geleneksel anne çocuğun daha çok temel ihtiyaçlarını ön planda tutmakla yükümlüdür. Geleneksel annenin çocuk yetiştirirken kullandığı bilginin kaynağı tamamen atalarından (geçmişten) gördükleriyle biçimlenen, gelenek ve göreneklerden ve yakınlarından ibarettir. Çocuk bu ortamda bu kodlarla yetiştirilmektedir.

Melez anneler de geleneksel anneler gibi annelik yaparken çoğunlukla *yakın çevre*lerinden etkilendiklerini belirtmişlerdir. Ancak melez annelerin *yakın çevre* tanımlaması ile geleneksel annelerin *yakın çevre* tanımlaması farklılaşmaktadır. Geleneksel annelerde yer alan ‘kayınvalide’ kodunun yerini melez annelerin özgür seçimlerini yaptıklarında kendi anneleri alırken dijital annelerde *arkadaşlar* ön plana çıkmaktadır. Melez anneler, geleneksel annelerden ayrı olarak *uzmanlardan* da aynı oranda etkilendiklerini ifade etmektedirler. Sekiz melez anneden yedisi, anne olan arkadaşlarından çoğunlukla etkilendiklerini

ifade etmişlerdir. Sekiz anneden yalnızca biri kayınvalidesinden etkilendiğini belirtmiştir.

3.2. Uzmanlar

Geleneksel anneler uzmanlardan en az etkilenirken; melez anneler çoğunlukla etkilendiklerini belirtmişlerdir. 20. yüzyılın sonları ve sonrası dönemde uzmanlar her alanda ön plana çıkmakta bu durum annelik bilgisi bakımından da oldukça önemli bir noktada bulunmaktadır. Bu dönemde neredeyse her konunun mutlaka bir uzmanı bulunmaktadır. Tüm görüşme gruplarındaki anneler, bebekleri için en iyisini istediklerini belirtmişlerdir. Ancak modern dönem ile birlikte her şeyin en iyisinin ancak bir uzmanın yardımıyla bilinebileceği işaret edilmektedir. Bu dönem, anneliğin de uyulması gereken kurallarının olduğu ve ideal annelik normlarının işaret edildiği bir dönemdir. Kadınlar tıpkı bir görev gibi annelik kariyerlerini inşa etmektedir. Uzmanların uzmanlaşma sürecine benzer bir süreç annelerin annelik kariyeri için de geçerlidir. Şekil 3'te de görüldüğü üzere melez anneler için uzmanlardan etkilene oranı oldukça fazladır.

Uzmanlardan daha çok etkilendiklerini ifade eden, Melez Anne 1, Melez Anne 4, Melez Anne 5, ve Melez Anne 6 konuyla ilişkin şunları söylemektedir:

Melez Anne 1: “Instagram hesapları ya da doktorları takibe aldım. Anne olan arkadaşlarıma da çocuklarının iyileşmesini nasıl desteklediklerini sorarım.”

Melez Anne 4 : “Bu süreçte etkilendiğim kişiler annem, ablalarım ve doğum öncesi süreçte başlayan ve hızla devam eden çocuk gelişim kitapları.”

Melez Anne 5: “Daha çok her şeye internetten bakıyordum. Yani bilemediklerimi ya da doktor desteğiyle ilerliyordum. Doktoruma danışıyordum. Evde bazen kitaplara da baktım. Okudum. Ama daha çok internette ihtiyacım olacak annelere baktım, kendim araştırdım diyebilirim.”

Melez Anne 6: “Kitaplar, konusunda uzman kişiler (psikolog, beslenme uzmanı, yazarlar vs.).”

Uzmanların ne söylediği ile daha çok ilgilenen melez annelerin kendi iç sesleri veya kendi doğrularından daha az etkilendikleri görülmektedir. Çünkü bu dönemde uzmanlar, birçok şeyin belirleyicisi konumundadırlar. Uzmanların söyledikleri dönemden döneme farklılaşmaktaysa da bireylerin gözündeki uzman profili ve konumunun değişmediği görülmektedir. Geleneksel annelerin aksine melez annelerin kendi deneyim ve bilgilerinden, yani içgüdü ve kendi doğrularından daha az etkilendiği ortaya konmuştur. Melez anneler için en az etkilendikleri kategorilerinin ise *yazılı olmayan kaynaklar* ve *kişisel deneyim* ve *bilgi* olduğu görülmektedir. Buna göre hem gelenekler hem de kendi deneyimlerinden ziyade uzman görüşlerini benimsediklerini ifade etmek mümkündür. Bebeklerini büyütürken sosyal medyadan da etkilendiklerini

belirten melez anneler, sosyal medya mecrası olarak da en çok Instagram ve Facebook'tan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Melez Anne 2, Melez Anne 8 ve Melez Anne 10 bunu şu şekilde ifade etmektedir:

Melez Anne 2: “Annemin hemen hemen bu konudaki tüm tavsiyelerine uydum diyebilirim. Onun dışında çocuk gelişimi uzmanlarından bazılarını Instagram’da takip etmeye başladım. Onlardan örnek aldığım kişiler var.”

Melez Anne 8: “Çevremde tanıdığım herkesten bir şeyler öğreniyorum. Bazılarından daha fazla öğrendim diyebilirim. Arkadaşlarım, psikoloğum, bebeğimin psikoloğu, aldığım ebeveynlik eğitimleri ve okuduğum kitaplar.”

Melez Anne 10: “Daha çok psikologlar, doktorlar, o alanda araştırma yapmış bilimsel bilgilerle konuşan kişileri takip ettim. Özellikle sosyal medyada çocukla ilgili nasıl oyun oynanacağını nasıl vakit geçireceğini anlatan sayfaları takip ettim. Çocukların gelişimi destekleyecek, psikolojilerini bozmayacak psikoloji kitaplarını takip ettim.”

Görüldüğü üzere, geleneksel anneler uzmanlardan en az etkilenirken; melez anneler ve dijital anneler yoğunlukla etkilendiklerini belirtmektedir. Gürçayır Teke’nin (2014) çalışması da bu çalışmayla örtüşmektedir. Annelik bilgisinin uzmanlar vasıtasıyla profesyonelleşmeye başladığını belirten Gürçayır Teke (2014), geleneksel bilgi birikimine sahip olan anneler ile şimdiki uzman bilgisine sahip olan annelerin bir çatışma içerisinde olduğunu ifade etmektedir.

3.3. Sosyal Medya

Dijital anneler de bebeklerini büyütürken yoğunlukla *yakın çevre* ve *sosyal medyadan* etkilendiklerini belirtmişlerdir. Dijital anneler hem uzman görüşlerini takip etmiş hem de sosyal medyada yer alan çeşitli uzmanların sayfalarını takip ettiklerini ifade etmişlerdir. Melez anneler ise bu kapsamda uzmanlardan ve sosyal medyadan en çok yararlandıklarını ifade etmektedir. Konuya ilişkin olarak Melez Anne 1, Melez Anne 2, Melez Anne 5, Melez Anne 7, Melez Anne 9, Melez Anne 10 sosyal medyadan ve uzmanlardan etkilenme biçimlerini şu şekilde ifade etmektedir:

Melez Anne 1: “Instagram hesapları ya da doktorları takibe aldım. Onlardan yararlandım.”

Melez Anne 2: “Çocuk gelişimi uzmanlarından bazılarını Instagram’da takip etmeye başladım. Onlardan örnek aldığım kişiler var.”

Melez Anne 5: “Daha çok sosyal medyada ihtiyacıma hitap edecek anne hesaplarını takip edip onlardan yararlandım.”

Melez Anne 7: “İnternette fenomen anneler var. Tecrübelerini aktaran destek olan anneler var. Oradan da destek aldım diyebilirim.”

Melez Anne 9: “Instagram’da takip ettiğim hesaplar var. Oradaki annelerden etkilendiğimi söyleyebilirim.”

Melez Anne 10: “Özellikle sosyal medya çocukla ilgili nasıl oyun oynanacağını nasıl vakit geçireceğini anlatan sayfaları takip ettim.”

Dijital Anne 1, Dijital Anne 3, Dijital Anne 4, Dijital Anne 5, Dijital Anne 7, Dijital Anne 8 ve Dijital Anne 9 sosyal medyadan ve uzmanlardan etkilenme biçimlerini şu şekilde ifade etmektedir:

Dijital Anne 1: “Birçok örnek aldığım ebeveyni sosyal medya sayesinde tanıdım. Şu an bayıla bayıla takip ettiğim, eğitimlerine imkân oldukça gittiğim eğitmenler, psikologlar ve yazarları da sosyal medyada tanıdım. Çoğu Instagram’da olmak üzere.”

Dijital Anne 3: Sosyal medyada etkilendiğim çok isim var. Olumlu etkilendiğim olumsuz etkilendiğim çok isim var diyebilirim.”

Dijital Anne 4: “Sosyal medyaya içimi rahatlatmak için bakıyordum. Onun çocuğu da uykusuzluk çekmiş mi? Onun çocuğu da gaz problemi yaşamış mı? Onun çocuğu da çok ağlamış mı? gibi sorularımın cevaplarını bulur rahatladım. Dolayısıyla bu anlamda bir hayli faydalandığımı söyleyebilirim.”

Dijital Anne 5: “Hem doğum öncesi hem doğum sonrası sosyal medyadan da etkilendim.”

Dijital Anne 7: “Kaynak olarak sosyal medyada takip ettiğim gelişim sayfaları psikologların paylaştığı içeriklerden kendime uygun olanı deniyorum. İşe yararsa devam ediyorum. Olmazsa bırakıyorum.”

Dijital Anne 8: “Annelik sürecinde etkilendiğim kişi ve kaynaklar var. Instagram annelerinden çok fazla etkilendim. En çok onları takip ederek bir şeyler öğrenmeye çalıştım.”

Dijital Anne 9: “Annelik sürecimde sosyal medyadan çok etkilendim. Çocuk psikolojisine yönelik sayfalardan ve uzmanlardan etkilendim. Oyun oynayan Instagram sayfalarından çok etkilendim.”

Geleneksel annelerde çoğunlukla etkilenilen kişi ‘kayınvalide’ iken dijital annelerde bu *sosyal medya* olmuştur. 1900’lü yıllarda geleneksel denilebilecek, anne, baba, çocuklar ve aile büyüklerinden oluşan aile tipi yaygındır (Balaman, 1984). Bu aile tipinde çoğunlukla gelin ve kayınvalide beraber yaşamaktadır. Balaman’a (1984) göre, doğuran anne olmasına karşın, çocuk ailenin sayıldığından, anne, bebeğinin fiziksel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra bırakır ve kalan işlerini halletmeye gider. Geniş aile tipi yaygın olduğundan anne çocuğunu kucağına alıp sevmeyebilir, onunla oyun oynayamaz, ilgi ve şefkatini gösteremez. Dolayısıyla burada aile büyükleri özellikle kayınvalide devreye girmektedir. Ancak modernleşme ile birlikte geniş ailelerin yok olması, kırdan kente yaşanan göçler, ailelerin apartman dairelerine sıkışması gibi sebepler dolayısıyla geniş aileler küçülmüş yerini çekirdek aileler almıştır. Dijitalleşme ile bu toplumsal hafıza telefona sığmıştır. ‘Kayınvalide’ burada geçmişin,

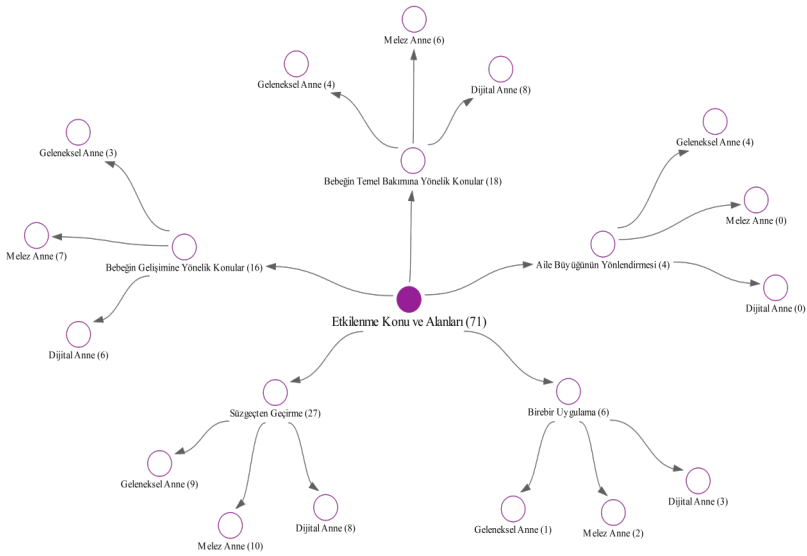
annelik bilgilerinin aktarıcısı görevini üstlenen bir simgedir. Bu simgenin yerini dijitalleşme ile sosyal medya almıştır. Çünkü melez anneler ve dijital annelerin etkilenme kaynaklarında sosyal medya büyük bir yer kaplamaktadır. Dolayısıyla denilebilir ki, yüzyıllardır kadın atalardan aktarılan toplumsal annelik hafızası artık sosyal medya vasıtasıyla aktarılmaktadır.

Instagram’da annelikleri ile var olan dijital anneler, kendileri de bu alanda aktif olmaları ile paralel bir şekilde sosyal medyadan daha çok etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Dijital anneler, dijitalleşmenin bir getirisi olarak, uzmanların da sosyal mecralarda var olması sebebiyle çoğunlukla sosyal medyadaki uzmanlardan etkilendiklerini belirtmemişlerdir. Tüm bu bulgulardan da anlaşılacağı gibi annelerin ve anneliğin, içinde yaşanılan dönemden etkilendiği görülmektedir. Teknolojinin henüz çok yeni olduğu dönemlerden bu zamana kadar süren toplumsal değişim ve dönüşümler rollerde de kırılmalar yaratmıştır. Annelik rolü de bu dönüşümden etkilenmiştir. Annelik yapma süreci, anneliğin bireyler tarafından nasıl algılandığı, annelik yapma pratikleri dönem dönem farklılıklar göstermiştir.

Sadikoğlu (2023), Ergül ve Yıldız (2021) ve Zeybek Kaplan’ın (2018) çalışmaları da bu tema altındaki bulgularla örtüşmektedir. Sadikoğlu (2023), çalışmasında, annelerin bilgiye ulaşma ve buna yaklaşımı irdelediği kısımda annelerin, anneliğe hazırlığının uzmanlar, yazılı kaynaklar, sosyal medya, yakın çevre kapsamına giren anneanne, babaanne gibi bilgi kaynaklarının öne çıktığı sonucuna ulaşmıştır. Ergül ve Yıldız (2021), çalışmasında sosyal anneliği incelemiş, sosyal medya mecrasında takipçi annelerin buradaki anneleri oldukça önemsedikleri anneliğin yenibir boyut kazandığını ifade etmiştir. Zeybek Kaplan (2018) da araştırmasında, sosyal medyada diğer bireylerle etkileşimde bulunan annenin çeşitli ihtiyaçlarını buradan karşıladığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla sosyal medya, annelerin sosyalleşmelerinde referans aldıkları alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Benzer olarak Chae’nin (2015) çalışmasına göre, annelik sosyal medyada inşa edilirken; araştırmanın sonuçlarına göre, annelik söylemleri ve bilgilerine maruz kalmak annelik ideolojisini güçlendirmektedir. Madge ve O’Connor (2006) tarafından yapılan başka bir çalışma da bu çalışmanın bulguları ile örtüşmektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre, internetin anne olan kadınların hayatında oynadığı önemli rol vurgulanmış ve yeni annelere alternatif bilgi kaynaklarına erişim sağlamada etkili olmuştur. Bu bilgi kaynakları kadınların güçlenmesini sağlamış ve yeni bir anne olarak yaşamın yabancılaştırıcı yönlerinden birçoğunu iyileştirmeye yardımcı olmuştur.

4. ANNELERİN ANNELİK ROLLERİNE İLİŞKİN ETKİLENME KONU VE ALANLARI

Etkilenme Konu ve Alanları teması altında, annelerin, bebeklerini büyütürken etkilendikleri kişi veya kaynaklardan hangi konularda etkilendiklerine ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla, *bebeğin temel bakımına yönelik konular*, *bebeğin gelişimine yönelik konular*, *süzgeçten geçirme*, *birebir uygulama* ve *aile büyüğünün yönlendirmesi* başlıklarından oluşan kategoriler *etkilenme konu ve alanları* teması altında birleştirilmiştir. Annelerin anne olduktan sonra bebeklerini büyütürken etkilendikleri kişi ve kaynaklardan hangi durum ve konularda etkilendiklerini ortaya koyan kavram haritası Şekil 4'te verilmiştir.



Şekil 4. Annelerin Bebeklerini Büyütürken Etkilendikleri Kişi veya Kaynaklardan Hangi Konularda Etkilendikleri ve Ne Şekilde Uyguladıklarına İlişkin Kavram Haritası

Şekil 4 incelendiğinde;

Geleneksel anneler annelik yaparken çoğunlukla *bebeğin temel bakımına yönelik konular* (n=4), *bebeğin gelişimine yönelik konulardan* (n=3) etkilendirken; bunları ise *süzgeçten geçirme* (n=9), *birebir uygulama* (n=1) ve *aile büyüğünün yönlendirmesi* (n=4) özelinde uyguladıklarını belirtmektedir. Melez Anneler ise annelik yaparken çoğunlukla *bebeğin temel bakımına yönelik konular* (n=6), *bebeğin gelişimine yönelik konulardan* (n=7) etkilendirken; melez anneler bunları *süzgeçten geçirme* (n=10), *birebir uygulama* (n=2) şeklinde uyguladıklarını ifade etmektedir. Dijital Anneler ise annelik yaparken çoğunlukla *bebeğin temel bakımına yönelik konulardan* (n=8) etkilendirken, *bebeğin gelişimine yönelik konular* iken (n=6); çoğunlukla bu bilgi ve deneyimleri *süzgeçten geçirme* (n=8) ile kullandıklarını ifade etmektedir.

Süzgeçten geçirme ve birebir uygulama kategorileri, annelerin etkilendikleri kişi veya kaynaklardan edindikleri bilgi ve davranışları doğrudan mı yoksa kendilerine uydurarak mı kullandıklarına ilişkin kodlar içermektedir. Her üç anne grubu da etkilendikleri kaynak veya kişilerden edindikleri bilgileri kullanmadan önce kendi mantık süzgeçlerinden geçirdiklerini ifade ederken; tüm anne gruplarından çok az sayıda anne *birebir uygulamada* bulunduklarını belirtmiştir. Geleneksel annelerden 4'ü, aile büyükleri tarafından çeşitli konularda yönlendirildiklerini belirtirken, 1 geleneksel anne birebir uygulamada bulunduğunu ifade etmiştir. 9 geleneksel anne ise etkilene konu alanlarına ilişkin her türlü malzemeyi süzgeçten geçirdiklerini ifade etmiştir.

Geleneksel annelerin bebeklerini büyütürken kişi veya kaynaklardan çoğunlukla *bebeğin temel bakımına yönelik konulardan* etkileneirken *bebeğin gelişimine yönelik konulardan* daha az etkilendiği görülmüştür. Hangi etkilene konusuna ait olursa olsun 9 geleneksel anne, etkilene konusunu kendi süzgecinden geçirdikten sonra uyguladığını veya kendisine uymadığını için uygulamadığını belirtirken; 1 geleneksel anne etkilendiği konuyu birebir uyguladığını ifade etmiştir. 4 geleneksel anne ise aile büyüklerinden kendilerine ilişkin yönlendirmelerin olduğunu belirtmiştir. Melez anneler ve dijital anneler bu kategoriye herhangi bir katkı sağlamamıştır.

Geleneksel anne 2, Geleneksel Anne 3, Geleneksel Anne 5 ve Geleneksel Anne 10 etkilene konu ve alanlarını şu şekilde aktarmaktadır:

Geleneksel Anne 2: “Annelik konusunda kayıinvalidemden etkilenişiyordum. Çocuk nasıl olsa olur bir şekilde ama işler var ve işlerin de görülmesi gerek. Çocuk orada öylesine kendi başına büyürdü. Ona ayrı bir önem verilmezdi. Kayıinvalidem çocuğunu şöyle uyut, böyle uyut derdi. Az da olsa etkileneşimşimdi. Onun isteğini yaparken kendi isteğimi de yapıyordum.”

Geleneksel Anne 3: “Genelde kayıinvalidemden etkileneirdim. Ek gıdaya geçti veya uymuyor bu dönemde nasıl yaklaşmalıyım? Nasıl davranmalıyım? En çok o konularda destek almışım. Hep mantık süzgecimden geçirmişimdir. Çünkü herkes bireyseldir. Onun kendi çocuğu ile iletişimi farklıdır, benim çocuğumla farklıdır.”

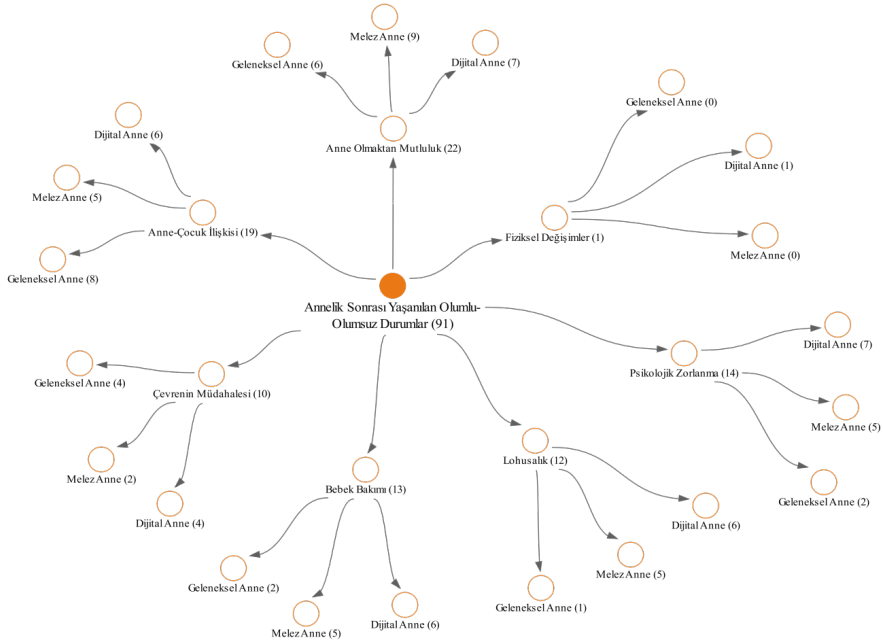
Geleneksel Anne 5: “Aile büyükleri, yakın akrabalar hep müdahil olma çabasındaydı. Fakat çok etkileneemedim. Çünkü benim doğrularına pek uymuyordu. Bildiğim kadarıyla bebeklerimi kendim büyüttüm. Etkileneşsem de muhakkak kendi bildiğimi de sezgilerimi de katarak yapmışım. Aynı şekilde kullanmadım.”

Geleneksel Anne 10: “Kayıinvalidem vardı, ondan etkileneirdim. Bazen ne dediyse aynen yapardım, bazen farklı olurdu. Mesela süt içerken başka bir şey vermezdim. Ama kayıinvalidem de “su ver” derdi bana. Ben vermezdim fakat o verirdi.”

Sonuç olarak, geleneksel annelerden dijital annelere doğru *bebeğin temel bakımı ve kişisel bakımına* ilişkin etkilenme konu ve alanlarında artış gözlenmektedir. *Süzgeçten geçirme* ve *birebir uygulamaya* ilişkin verilerde anlamlı bir farklılaşma tespit edilememiş olup frekansların hemen hemen benzer olduğu görülmüştür. Ancak bulguların dikkat çekici kısmının, melez anneler ve dijital annelerin *aile büyüğünün yönlendirmesi* kategorisine herhangi bir katkı sağlamamış olmasıdır. Sosyal bağlarıyla birlikte yaşayan ve o bağlardan beslenmeleri sebebiyle kayınvalide, kayınpeder, hala, teyze vs. gibi aile büyükleri ile aynı ortamda yaşayan geleneksel anneler, aile büyüklerinden etkilendiklerini ortaya koymaktadır. Ancak melez anneler ve dijital anneler de modernitenin getirdiği bireyselleşme ve dijital çağ ile birlikte bu durum ortadan kalkmıştır. Birey içerisinde bulunduğu yakın sosyal bağlardan sıyrılmış ve yalnızlaşmıştır. Bauman (2000) bu noktada, modern hayatın bireyler üzerinde yarattığı etkiye dikkat çekmektedir. Ona göre, kendisine “sahte bireysellik” ve özgürlükler inşa eden birey, bunu bazı bedellerle ödemektedir. Bireyler kendilerini yalnız, huzursuz, köksüz ve terk edilmiş hissetmektedir. Annelerin birincil bağlarından tam destek alamaması, birçok iş yükü ile baş başa kalmasına sebep olmuş, tam bu noktada uzmanlar duruma dâhil olmuştur. Bauman (2000), *akışkan modernite* kavramını sabit ve kalıcı kurumların yerini sürekli değişen, belirsiz ve geçici ilişkilerin aldığı bir toplumsal durumu tanımlamak için kullanmaktadır. Bu durumu, köklerinden kopan bireyin, hızla değişen ve belirsizleşen koşullara uzmanlar aracılığıyla uyum sağlamaya çalıştığı şeklinde yorumlamak mümkün görünmektedir. Bu kapsamda sosyal medya ve uzmanların birincil bağların yerini aldığı belirtilebilmektedir. Şekil 4’te de görüldüğü gibi etkilenilen kişi ve kaynaklar gelenekselden dijital yani günümüze doğru değişim göstermektedir. Orton-Johnson’ın (2017) çalışması da benzer bir şekilde bu çalışmanın bulguları ile örtüşmektedir. Orton-Johnson, (2017, s. 8) annelik bloglarının annelik rolü ve kimliğinin toplumsal ve dijital olarak yeniden üretimine katkı sağladığını belirtmektedir. Sosyal medya vasıtasıyla annelik kimlikleri şekillendirilmekle birlikte aynı zamanda dönüştürmektedir.

5. ANNELİK SONRASI YAŞANILAN OLUMLU-OLUMSUZ DURUMLAR

Annelik Sonrası Yaşanılan Olumlu-Olumsuz Durumlar teması altında katılımcı annelerin, anne olduktan sonra ne gibi olumlu durumlar veya ne gibi olumsuz durumlar yaşadıklarına ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *anne olmaktan mutluluk*, *anne-çocuk ilişkisi*, *çevrenin müdahalesi*, *bebek bakımı*, *lohusalık*, *psikolojik zorlanma* ve *fiziksel değişimler*, *annelik sonrası yaşanılan olumlu-olumsuz durumlar* teması altında birleştirilmiştir. Katılımcı annelerin anne olduktan sonra ne gibi olumlu ve ne gibi olumsuz durumlar yaşadıklarına ilişkin kavram haritasına Şekil 5’te yer verilmiştir.



Şekil 5. Annelerin Anne Olduktan Sonra Ne Gibi Olumlu ve Ne Gibi Olumsuz Durumlar Yaşadıklarına İlişkin Kavram Haritası

Şekil 5 incelendiğinde;

Geleneksel Anneler anne olduktan sonra çoğunlukla *anne olmaktan mutluluk* (n=6), *anne-çocuk ilişkisi* (n=8) ve *çevrenin müdahalesi* (n=4) konularına ilişkin durumlar yaşadıklarını belirtirken; en az *bebek bakımı* (n=2), *lohusalık* (n=1) ve *psikolojik zorlanma* (n=2) yaşadıklarını ifade etmiştir. Melez Anneler ise çoğunlukla *anne olmaktan mutluluk* (n=9), *anne-çocuk ilişkisi* (n=5), *bebek bakımı* (n=5) ve *psikolojik zorlanma* (n=5) yaşadıklarını belirtirken en az *çevrenin müdahalesi* (n=2) konusuna ilişkin durumlar yaşadıklarını belirtmiştir. *Fiziksel değişimler* kategorisine ilişkin ise herhangi bir katkı sağlamamıştır. Dijital Anneler ise çoğunlukla *anne olmaktan mutluluk* (n=7), *psikolojik zorlanma* (n=7), *anne-çocuk ilişkisi* (n=6), *bebek bakımı* (n=5), *lohusalık* (n=6) ve *çevrenin müdahalesi* (n=4) ilişkin durumlar yaşadıklarını ifade ederlerken *fiziksel değişimlere* (n=1) ilişkin en az katkı sağlamıştır.

Şekil 5'te geleneksel annelerden dijital annelere doğru bakıldığında *bebek bakımı*, *lohusalık* ve *psikolojik zorlanma* kategorilerine katkıda bulunmada artış olduğu görülmektedir. Geleneksel anneler bu kategorilere en az katkı sağlarken; dijital anneler en çok katkı sağlayan grubu oluşturmaktadır. Geleneksel anneler geleneksel yöntemlerden beslenerek bebek büyütürken teknolojik atılımlar ve modernleşmenin de etkisiyle bebek büyütme teknikleri ve algıları yerini daha farklı yöntemlere bırakmıştır. Badinter'in (2020) de belirttiği gibi, anneliğin artık daha bilimsel olarak ele alınmasının da etkili olmasıyla birlikte annelik

rolü, olağan bir rol olmaktan çıkmış artık üstesinden gelinmesi gereken bir iş, bir kariyer gibi görülmeğe başlanmıştır. Bu durum birçok şeyin sorun olarak algılanmasına neden olmaktadır. Bunu modernite ile birlikte bireylerin hayatına giren bir dönem olarak da değerlendirmek mümkündür. Buradan hareketle dijital annelerde, birçok açıdan sorun olarak görülen olay ve durumlar geleneksel annelerde sorun olarak algılanmamaktadır. Modernitenin bireylerin hayatına kazandırdığı bireyselleşme (Bauman, 2000) bu çağın insanını yalnızlaştırdığı gibi kimlik ve rollerini de farklılaştırmıştır. Daha önce bir ‘köy’ün büyüttüğü çocukları artık kentlerde apartman dairelerinde ebeveynleri büyütmektedir. Bu kapsamda, geniş ailelerin yerini zamanla uzmanlar alırken anneler de en çok uzmanlara güvenmektedir.

5.1. Olumsuz Durum Algılama

Bebeklerini büyütürken geleneksel annelerin sorun algılanma düzeyi daha düşüken; melez anneler ve dijital anneler için üzerinde durulması gereken konular ve sorunların fazlalaştığı dikkati çekmektedir. Bebek bakımına ilişkin özellikle ilk 3 ayı dijital annelerin çoğunluğu olumsuz zamanlar olarak ele almışlardır. Bu olumsuzlukları ise *bebeğin dilinden anlamamak*, *bebeğin gazlı olması* veya *uykusuz kalınan geceler* ile bağdaştırmaktadırlar.

Örneğin Dijital Anne 1, Dijital Anne 2, Dijital Anne 4, Dijital Anne 5 ve Dijital Anne 10 bu olumsuzlukları şu şekilde dile getirmektedir:

Dijital Anne 1: “Ebeveynliğin ilk 3 yılı çok zordu. Özellikle ilk üç ay. Genel olarak kendimi çok sıkışmış, çaresiz ve ne yapacağımı bilemez halde hissediyordum. Hiçbir şey bilmeyen, hiçbir şeyden anlamayan ve yetersiz hissettiğim bir dönemdi. Çok ciddi bir postpartum depresyonu içindeydim. Aynı zamanda prematüre annesiyim. O yüzden ilk üç yılı, ilk üç ayı çok olumlu hatırlamıyorum. Hep bir kıyas, hep bir çabalama, hep bir yerlere yetişmeye çalışma gibi... Yemeyen bir bebek, sürekli ağlayan bir bebek.”

Dijital Anne 2: “Özellikle ilk zamanlar benim için çok çok zordu. Kendimden uzaklaşmama neden oldu. Çok yoruldu o ilk zamanlarda. Sabah erken kalkmak ve gece uykusuzluk beni çok yıprattı. Uykusuzluk beni en çok zorlayan şeydi hala da en zorlandığım şey diyebilirim.”

Dijital Anne 4: “İlk zamanlar olumsuz durumlar yaşadığım zamanlardı. Yani onun dilinden anlamıyorum. O derdini anlatamıyor. O girdabın içinde dönüp duruyoruz. Zaten lohusa kafası bambaşka. Çocuk ne zaman kavramını biliyor ne de başka bir şey biliyor. Zaman kavramının onun gece yarısı olduğunu ben biliyorum. O zamanlarda çok yıprandım. Bana göre olumsuz durumlar orasıydı. Gazlı bir bebek. Sürekli uykusuz geceler.”

Dijital Anne 5: “Zor bir bebeklik dönemi geçirdik. Gazlı olduğu için geceleri hiç uyumazdık. Sonrasında da işte huysuzlukları çok fazlaydı. Uzun bir süre özellikle ilk 3 ay çok çok zordu.”

Dijital Anne 10: “Uyku konusunu da ilk zamanlar benim için çok sıkıntıydı. Benim için gece uyanmaları berbat bir süreçti. Uyku konusu beni çok etkiledi.”

Şekil 4’te yer alan *Etkilenilen Kişi ve Kaynaklar* temasında yer alan *Yakın Çevre* kategorisinde dijital anneler çoğunlukla anne olan arkadaşlardan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Bu şekilde ise çevrenin müdahalesi Dijital Anne 9 için sorun teşkil etmektedir. Çevrenin müdahalesini yaşadığı olumsuz bir deneyim olarak ifade etmektedir. Dijital annelerin her iki şekilde de aile büyüklerini çoğunlukla etkilenme kaynağı olarak almadıkları hatta müdahaleden rahatsız oldukları ortaya çıkmıştır. *Yakın çevreden* kasıt aile büyükleridir. Aile büyüklerinden destek almak zorunda kalmış olmak Dijital Anne 9 için olumsuz bir durum olarak yansıtılmıştır.

Dijital Anne 9: “Çocuğumu büyütürken etrafımda doğum yapan yaşıttım yoktu ve dolayısıyla aile büyüklerinden destek almak zorunda bırakıldım. Şimdiki aklım olsa ve ikinci çocuğumu doğursam bunu asla yapmam.”

Geleneksel anneler lohusalık gibi doğum sonrasında yaşananlara ilişkin herhangi olumsuz bir yorumda bulunmazken bu kategori altında melez anneler ve dijital anneler daha çok olumsuz durumdan bahsetmektedirler. Bebeğin doğmasıyla birlikte yaşanan *psikolojik zorlanmalar* da aynı şekilde dijital anneler ve melez anneler, geleneksel annelere oranla daha fazla anne tarafından dile getirilmiştir. Burada dijital anneler ve melez annelerin doğum ve doğumdan sonraya ilişkin hem olumlu ve hem de olumsuz durumlardan bahsetme sıklıklarının geleneksel annelere oranla fazla olduğunu belirtmek mümkündür.

Melez Anne 2: “İlk zamanlar uykusu, gazı, emzirmesi olumsuz diyemem ama bir adaptasyona ihtiyaç var. Nasıl anlatsam bilemiyorum. Ama zorlayıcı olduğu pek çok zaman olmuştur bunların işte uykusuz geceler, meme yaraları diye sayabilirim.”

Melez Anne 3: “Ben isteyken bakımının özenli bir şekilde yapıldığına emin olmak ve benim özen gösterdiğim konularda aynı hassasiyeti gösterecek insanı bulmakta zorlandım. Bakıcı meselesi. Bu konu beni çok zorladı.”

Melez Anne 6: “Çocuk büyötmeye dair yaşanan genel olumsuzlukların neredeyse hepsini deneyimledim. Ek gıda geçiş süreci, tuvalet eğitimi, büyüme atakları, okula alışma gibi.”

Melez Anne 7: “İki çocuğumda da büyük uyku sorunları yaşadım. Gecenin bir körü uyumayıp oyun oynadığımız zamanlar oldu. Kızımda çiğneme sorunu vardı. Ek gıdaya çok geç başlayabildik. Yemek yerken boğuluyordu. Oğlum neredeyse 3 yaşına kadar konuşmadı. Sürekli bayılma nöbetleri geçiriyordu. Doktor doktor gezdik teşhis için. Genetik bir rahatsızlığı çıktı. Şu an düşünüyorum da o zamanlardaki stresimi düşünmek bile beni yine aynı strese sokuyor.”

Geleneksel anneler *Bebek Bakımı*, *Lohusalık* ve *Psikolojik Zorlanma* kategorilerine çoğunlukla katkı sağlamamaktadır. Ancak Geleneksel Anne 8

ve Geleneksel Anne 9 çalışan anne olmanın yaşattığı zorlukları ise şöyle dile getirmiştir:

Geleneksel Anne 8: “Bakım verirken zaman kısıtlaması çoktu. Çalışan anne olduğum için bırakıp kaçmak durumunda kalıyorsun çocuk ayırlamadığı için. Bu bana çok zor geliyordu. Hala düşününce gözlerim doluyor. Çok zaman ayıramamak. Eve gelince de akşam başka işlerin oluyor. Onlarla çok ilgilenemiyorsun. Bu beni çok yıpratmıştı.”

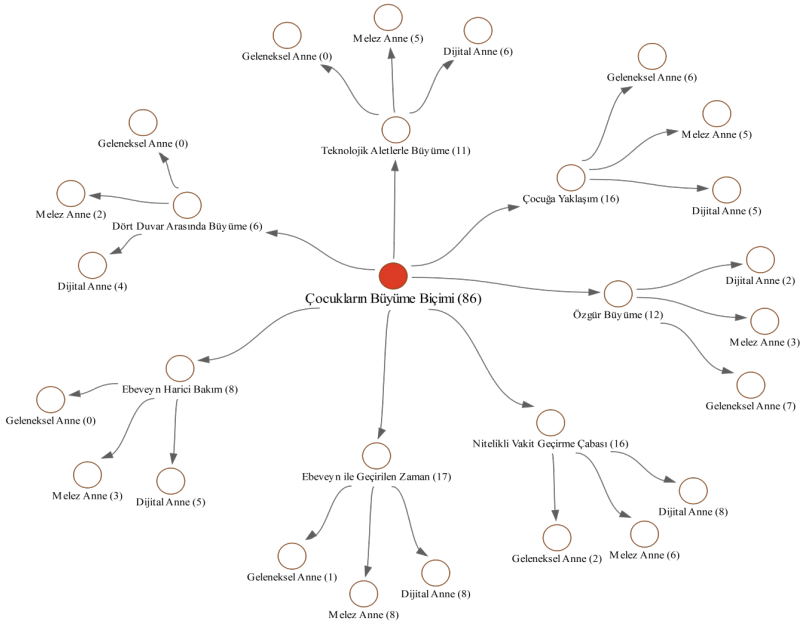
Geleneksel Anne 9: “Çalışan bir anneydim. Bankada çalışıyordum ve çok geç geliyordum eve. Özellikle kızım da ilk çocuğumda aşırı geç geliyordum. Anneyi çok özlerdi saat altıdan sonra ağlamaya başlardı. Buna çok üzüldüm. Benim yaşadığım en büyük olumsuzluk buydu.”

Genel olarak geleneksel annelerin, *bebek bakımı, uykusuz geceler, gaz sorunu, ek gıdaya geçiş süreci veya tuvalet iletişimine* ile ilgili yaşanan süreçlerden herhangi biri ile alakalı olarak olumsuz katkı sağlamamış oldukları bulgulanmıştır. *Anne Olmaktan Mutluluk* ve *Anne Çocuk İlişkisi* kategorilerine daha çok olumlu kodlar ile katkı sağlamaktadır. Doğum sonrası yaşanan bebeğin bakımına dair her şey, doğumdan sonraki ilk üç aylık sürecin dijital anneler ve melez anneler için çoğunlukla olumsuz algılandığı ifade edilebilmektedir. Ancak geleneksel anneler için bu süreçte olumsuz durumların üzerinde durulmadığı görülmüştür.

Tüm katılımcı anneler çocuklarını büyütürken olumlu durumlar ve olumsuz durumlar yaşadıklarını belirtmiş, ortaya Şekil 5'teki kategoriler çıkmıştır. Bu kapsamda dijital anneler ve melez anneler sorun algılayıcı yönünün daha güçlü olduğu ve bu sorun ve olumsuz durumları daha çok ön plana çıkardıkları görülmektedir. Buna karşılık, geleneksel annelerin ise sorun algılama durumlarının düşük olduğu, bir sorun varsa dahi bunu ön plana çıkarmamış oldukları görülmüştür. Sorulara geleneksel anneler daha kısa ve net cevaplar verirken, dijital anneler ve melez annelerin daha detaylı ve uzun cevaplar verdiği dikkati çekmiştir.

6. ÇOCUKLARIN BÜYÜME BİÇİMLERİ

Çocukların Büyüme Biçimi teması altında içinde bulunulan dönemde çocukların nasıl büyüdüğüne ilişkin kodlar ve kategorilere ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla, *teknolojik aletlerle büyüme, dört duvar arasında büyüme, ebeveyn harici bakım, ebeveynle geçirilen zaman, nitelikli vakit geçirme çabası, çocuğa yaklaşım ve özgür büyüme* kategorileri *Çocukların Büyüme Biçimi* teması altında birleştirilmiştir. Geleneksel anneler için *geçmişte çocukların büyüme biçimi* melez anneler ve dijital anneler içinse çocukların günümüzde büyüme biçimlerine ilişkin kavram haritasına Şekil 6'da yer verilmiştir.



Şekil 6. Çocukların Geçmişte ve Günümüzde Nasıl Büyüdükleri Görüşlerine İlişkin Kavram Haritası

Şekil 6 incelendiğinde;

Geleneksel Anneler, çocukların büyüme biçimine ilişkin çoğunlukla *Özgür Büyüme* (n=7) ve *Çocuğa Yaklaşım* (n=6) kategorilerine katkıda bulunurken en az *dört duvar arasında büyüme* (n=), *ebeveynle geçirilen zaman* (n=1) ve *nitelikli vakit geçirme çabası* (n=2) kategorilerine katkı sunmaktadır. *Teknolojik aletlerle büyüme* ve *ebeveyn harici bakım* kategorilerine ise herhangi bir katkı sunmamıştır. Melez Anneler ise çoğunlukla *ebeveynle geçirilen zaman* (n=8), *nitelikli vakit geçirme çabası* (n=6), *çocuğa yaklaşım* (n=5) ve *teknolojik aletlerle büyüme* (n=5) kategorilerine katkı sağlarken; en az *dört duvar arasında büyüme* (n=1), *ebeveyn harici bakım* (n=3) ve *özgür büyüme* (n=3) kategorilerine katkı sağlamıştır. Dijital Anneler ise çoğunlukla, *ebeveynle geçirilen zaman* (n=8), *nitelikli vakit geçirme çabası* (n=8), *teknolojik aletlerle büyüme* (n=6), *ebeveyn harici bakım* (n=6) ve *çocuğa yaklaşım* (n=5) kategorilerine ilişkin katkı sunarken; en az *dört duvar arasında büyüme* (n=4) ve *özgür büyüme* (n=2) kategorilerine katkı sağlamıştır.

6.1. Nitelikli Zaman Geçirme

Geçmişte çocukların nasıl büyüdüğüne ilişkin geleneksel anneler, genel olarak çocuğun büyümesine ve ebeveynle geçirilen zamana ilişkin detaylı açıklamalarda bulunmazlarken melez anneler ve dijital anneler günümüzde çocukların büyüme biçimlerine ilişkin oldukça geniş ve detaylı açıklamalara yer vermiştir. Öte yandan, *dört duvar arasında büyüme*, *ebeveynle geçirilen*

zaman ve nitelikli vakit geçirme çabası kategorilerine ilişkin geleneksel annelerdendijital annelere doğru bir artış olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, çocuğa ayrılan zamanın ve onunla nitelikli vakit geçirmeye olan ilginin yükseldiği ifade edilebilmektedir.

Geleneksel Anne 1, Geleneksel Anne 2, Geleneksel Anne 3, Geleneksel Anne 6, Geleneksel Anne 7 ve Geleneksel Anne 8 çocuğa özel bir vaktin olmadığını ve nitelikli vakit geçirilemediğini şu şekilde ifade etmişlerdir:

Geleneksel Anne 1 “Benim çocuğuma öyle birebir ayıracak bir vaktim yoktu. Ben kayınvalide ve kayınpeder ile aynı evdeydim. Mecburen sorumluluklarım farklıydı. Şimdiki gibi ayıracak vakit yoktu. Çocuğu kimin gözü görüyordu ki? Her şey ona göre idi. Sınırlıydı.”

Geleneksel Anne 2 : Öyle bir belirli saat hiç kimse geçirmezdi çocuğu ile. Ben sabah mesela kalktım ya da yatmadan önce ertesi gün hangi işleri yapacağımı sıraya koyardım. Ama tüm bunlar arasında çocuk yoktu. Aslında çocuğu düşünmek yoktu. Çocuk orta yerde topaç gibi büyür giderdi. Çocuğa ayrı bir özel yer ayırmak, vakit ayırmak yoktu. Yapacağım işler vardı sırasıyla.”

Geleneksel Anne 3: “Çocuk ortada büyür giderdi. Çocuğa özel bir ilgi vermek zaman ayırmak yoktu.”

Geleneksel Anne 6: “Öyle bir oturayım çocuğumla oynayayım gibi bir şeyimiz olmadı. Yanımızda ve evimizdeydiler. Kendi kendilerine yetiyorlardı diyebilirim.”

Geleneksel Anne 7: “Çocuklarıma çok az vakit ayırabiliyordum. Çünkü her türlü sorumluluk üzerimde olduğu için. Çocuklarımla zamanlarım harala gürele geçti. Onlarla yeterince vakit geçiremediğimi hep düşünüyor ve üzülüyorum açıkçası. Mesela okuldan eve geldim. Direkt mutfağa giriyordum. Yemek hazırlama işi, bulaşık işi her şey benim üzerimdeydi. Ben normalde sakın, anlayışlı bir insandım ama hayatın yükü o çocuğa sükûnetle yaklaşp çok kaliteli zaman geçirmeme müsaade etmiyordu. Aşırı uykusuzluk dönemleri oluyordu. Ben şu an bile keşke şu imkânlarla çocuklarımı tekrar büyütsem o günlere dönsem, doya doya çocuklarımla vakit geçirsem diyorum kendi kendime. Zaten imkânlar yani fiziksel imkânlarım aşırı kısıtlıydı. Ruhsal olarak ve zaman olarak da çok fazla iyi de değildim diyebilirim.”

Geleneksel Anne 8: “Çocuklarımla çok vakit geçiremezdim. İşten kalan zamanda vakit geçirebilirdim. O zaman da ev işleri, yemek gibi şeyler olurdu. Herkesin ihtiyaçları var çünkü.”

Çocuğa zaman ayırma ve nitelikli zaman geçirme konusunda melez ve dijital annelerin çoğunlukla çocuk odaklı olduğu görülmektedir. Öte yandan geleneksel anneler, günümüzdeki annelerin nitelikli vakit geçirmeye çabaladıklarını bildirirken melez anneler ve dijital annelerin bu konuda ön plana çıktığı görülmüştür.

Melez Anne 1, Melez Anne 4, Melez Anne 5, Melez Anne 7, Melez Anne 8, Melez Anne 9, Dijital Anne 1, Dijital Anne 2, Dijital Anne 4 ve Dijital Anne 7 bu kategoriye şu şekilde katkı sağlamışlardır:

Melez Anne 1: “Bakıma en muhtaç olduğu zamanlara günde sekiz saati buluyorduk. Çünkü iş çıkışı gidiyordum, buluşuyordum ve uyuyana kadar hep birlikteydik. Ve sabahları çocuklarım erken uyandığı için tekrar uyanıp onlarla yine işe gidene kadar birlikte zaman geçiriyorduk. Bu da ortalama yedi-sekiz saati buluyordu herhalde. Ev işlerinde bana yardım edenler vardı ve ben çocuklarıma daha fazla vakit ayırabildim.

Melez Anne 4: “Bence günümüz çocukları ebeveyn ilgisiyle büyüyor. Çoğu anne/babaların önceliği çocukları. Çocuğumla hafta içi ve hafta sonu görüşme sürem farklı. Hafta içi beş veya altı saat vakit geçirebiliyorken hafta sonu tüm zamanım çocuğumla geçiyor. Nitelikli vakit geçirebiliyorum”

Melez Anne 5: “Çalıştığım için birebir geçirdiğim zaman dilimi azalıyor haliyle. Günde dört veya beş saat çocuğumla vakit geçirebiliyorum. Nitelikli olarak geçirdiğim zaman ise iki veya üç saati geçmiyor. Evde bir yaşam döngüsü var sonuçta. En fazla iki üç saat beraber birlikte bir şeyler yapıyoruz anda kalarak.”

Melez Anne 7: “Günde sekiz saate yakın çalışıyorum. Çalışma sürem çok uzun. Sabah bir saat akşam yatana kadar üç saat birebir ilgilenebildiğim bir zamanım var. Ama uyku öncesi bir saat etkinlik saatimiz oluyor. Kitap okuyoruz oyun oynuyoruz ya da hikâye anlatıyoruz birbirimize. Bu sabit bir süre. Verimli olarak, anda kalarak ben günde bir saat nitelikli zaman geçirebiliyorum çocuklarımla”

Melez Anne 8: “Ben tam zamanlı annelik yapıyorum. Günümün büyük bir çoğunluğu bebeğimle geçiyor. Her şeyi beraber yapmaya çalışıyorum. (yemek, temizlik, toparlama, çamaşır) Kendimi tamamen ona vererek geçirdiğim zaman değişkenlik göstermekle beraber, her gün onunla temas ettiğimiz, sarıldığımız, öpüştüğümüz ve onun yönlendirmesine izin verdiğimiz oyunlar oynadığımız bir zaman dilimi mutlaka oluyor. Nitelikli vakit geçirmeye özen gösteriyorum.”

Melez Anne 9: “Çalışıyordum. Bakıcı vardı. İşten arta kalan zamanda çocukla birlikteydim. İlk iki çocuğumda kaliteli zaman geçirmeye çalıştım ama şimdi düşününce kaliteli zaman geçirmediğimi fark ediyorum. Çünkü işte ve evde sorumluluklar vardı ve vakit geçiyordu. Sevdim, kokladım, parka götürdüm. Bu son çocuğumda şu an daha kaliteli zaman geçirdiğimi düşünüyorum. İşimi bıraktım. Bulaşığı bıraktım. Onu dışarıya götürdüm. Hep kucak kucak kucağa büyümesine rağmen yanımda yatırdım, kokladım. Birlikte uykuya daldık. Diğerlerinde yok uyku eğitimi vereyim, yok kendisi yapmaya alışsın derken vakit geçti.”

Dijital Anne 1: “Çocuğumla dengeli vakit geçirdiğimizi düşünüyorum. Akşamları okul sonrası ödev yapmak, akşam sofrada birlikte oturup yemek yemek, birlikte çizgi filmi izlemek gibi ritüellerimiz var. Böyle küçük şeyler de olsa bence çok değerli. Babayla ayrı ritüeli var. Üçümüzün ayrı ritüeli var. Nitelikli vakit geçirmeye dair ritüellerimiz var. Onları korumaya çalışıyoruz. Bizim için bu çok kıymetli.”

Dijital Anne 2 “Ben yedide evden çıkan ve akşam beşte eve gelen bir anneyim. Kızım dokuzda kreşe gidip dörtte eve geliyor. Bu sebepten akşam da sekizde yattığını düşünürsek hafta içi iki saat vakit geçiriyoruz diyebilirim. Hafta sonları hiç ayrı bir yere gitmiyoruz. Hep nereye gidiyorsak beraberiz. Öyle anneanneye veya babaanneye bırakalım, oyun alanlarında bırakalım gibi bir durumumuz olmuyor. Bütün enerjimizi ona vererek vakit geçiriyoruz. Nitelikli vakit geçirmeye çalışıyoruz. Ama hafta içi çalışmamız sebebiyle iki saat diyebilirim.”

Dijital Anne 4: “Ben tam zamanlı bir anneyim. Günümün tamamı çocuğumla geçiriyorum. Nitelikli zaman geçirmeye çalışıyorum. Oyun, resim, aktivite, kitap okuma gibi aktivitelerle geçiriyoruz çoğu zamanı. Bunu önemsiyorum. Oğlum uyurken iş yapmam. O uyurken sadece ders çalışmaya çalışıyorum. Onun dışındaki şeyleri ev temizleyeceksem, yemek yapacaksam onunla birlikte yapıyorum.”

Dijital Anne 7: “Ben kızımı her gün günde 2 kere dışarı çıkarmaya çalışıyorum. Ve her birinde en az 45 dakika dışarıda olmak istiyorum. Bu tabi bazen 2 saati buluyor. Beni çok mutlu ediyor çünkü temiz havada olmak ona da iyi geliyor eve geldiğinde daha az huysuzlanıyor ya da huzursuzlaşıyor. Benim için kaliteli vakit diye nitelendirebileceğim zamanlardan ve bunu çok önemsiyorum.”

6.2. Ebeveyn Harici Bakım Verme

Bu tema altında dikkati çeken diğer bir nokta ise *Ebeveyn Harici Bakım* verme konusudur. Geleneksel annelerden dijital annelere doğru, yani günümüze doğru annelerin çalışıp çalışmamasından bağımsız olarak kreşler veya bakıcılar devreye girmektedir. Geleneksel anneler bu konudaki kategoriye katkı sağlamazken melez anneler ve dijital anneler bu kategoriye katkı sağlamaktadır. Geleneksel annelerde bu konu ön plana çıkmazken melez anneler ve dijital annelerin bu konuyu ön plana çıkardıkları görülmektedir. Geleneksel anneler için de ebeveyn harici bakım verme durumu söz konusu olmasına karşılık bu kategorinin melez anneler ve dijital anneler için olumsuz bir durum olarak algılanması sebebiyle ön plana çıkarılmıştır.

Melez Anne 3, Melez Anne 7, Melez Anne 9, Dijital Anne 3, Dijital Anne 6, Dijital Anne 7, Dijital Anne 9, Dijital Anne 10 *ebeveyn harici bakım* verme durumunu şu şekilde ifade etmiştir:

Melez Anne 3: “Çocuklar kreş ve ev arasında küçücük yaşta hayata atılıyorlar.”

Melez Anne 7: “Günümüzde çocuklar dört duvar arasında ve dijital aletlerle birlikte büyüyorlar. Taşa toprağa değmeden geçirdikleri haftalar belki aylar oluyor günümüz çocuklarının. Özellikle çalışan annelerin çocukları. Benim çocuklarıma aile büyükleri bakıyor.”

Melez Anne 9: “Çalışıyordum. Bakıcı vardı ve sabah sekiz buçuk dokuz beş buçuk dediğimiz zamanda. Çocuklar bakıcılarla veya kreşlerde büyüyor.”

Dijital Anne 3: “Günümüzde çocuklar anneannenin babaannenin elinde büyüyorlar. Kreşlerde büyüyorlar. Bakıcıların ellerinde büyüyorlar. Anneyle babayla geçirdikleri vakit çok az. Bunun olumlu yanı da var olumsuz yanları da var.”

Dijital Anne 6: “Ebeveynsiz büyüyorlar. Ya bakıcıda, ya kreşte yada aile büyüklerinin bakımında. Anne baba çalışınca mecburen.”

Dijital Anne 7: “Maalesef çok evde büyüyor şimdiki çocuklar.”

Dijital Anne 9: “Günümüzde maddi imkânsızlıklar sebebi ile anne-babalar çalışmaktadır. Bu sebeple çocuklara bakıcı/aile büyükleri bakmakta. Maalesef birçok ebeveyn bu durumdan memnun olmasa bile yapmak durumunda.”

Dijital Anne 10: “Günümüzde çocuklar bakıcıda, kreşte ve annesiz büyüyorlar. Ekonomik durum maalesef bunu gerektiriyor. Anne de çalışmak zorunda kalıyor. İşten dönüşte üç dört saat verimli vakit geçiriliyor belki iki saat ama yetmiyor tabii ki. Çocuklar annesiz.”

6.3. Teknolojik Aletlerle Büyüme

Her üç anne grubu da şimdiki çocukların *teknolojik aletlerle büyüme* kategorisine katkı sunmuşlardır. Geleneksel anneler kendi dönemlerinde çocukların nasıl büyüdüklerine ilişkin fikir sorulmasına rağmen onlar da günümüz çocuklarının teknolojik aletlerle büyüdüklerini belirtmişlerdir. Buna ek olarak *Dört Duvar Arasında Büyüme* kategorisine çoğunlukla dijital anneler ve melez anneler katkı sunarken geleneksel anneler herhangi bir katkı sunmamıştır.

Teknolojik aletlerle Büyüme kategorisine Dijital Anne 3, Dijital Anne 5, Dijital Anne 6, Dijital Anne 8, Dijital Anne 10 şu şekilde bir katkı sunmuştur:

Dijital Anne 3: “Yeni nesil bizden daha fazla teknolojinin içerisinde. Oyuncaklara dokunmak yerine oyuncakları ve oynayanları sosyal medyadan izleyerek büyüyorlar.”

Dijital Anne 5: “Daha çok teknoloji, daha çok ekrana, daha az sokak ile büyüyorlar bence.”

Dijital Anne 6: “Bol miktarda dijital ekranlara maruz kalarak büyüyorlar maalesef. Çünkü çalışan anneler olarak hem evin gerekliliklerine yetişmek, hem çocukların ödevleri ya da küçüklükten örnek vereyim onlarla vakit geçirmek gibi bir döngü ister istemez yıpratıcı oluyor. Bakım için kime bırakırsanız bırakın mutlaka onlar da bir şekilde dinlenmek istediklerinde ya televizyona ya dijital ekranlara tablete telefona vesaire maruz bırakıyorlar diye düşünüyorum. Ben birebir ilgi olarak çocuğumla günde 3-4 saatimi geçiriyorum diyebilirim. Ama çok nitelikli oluyor mu orasından pek emin değilim.”

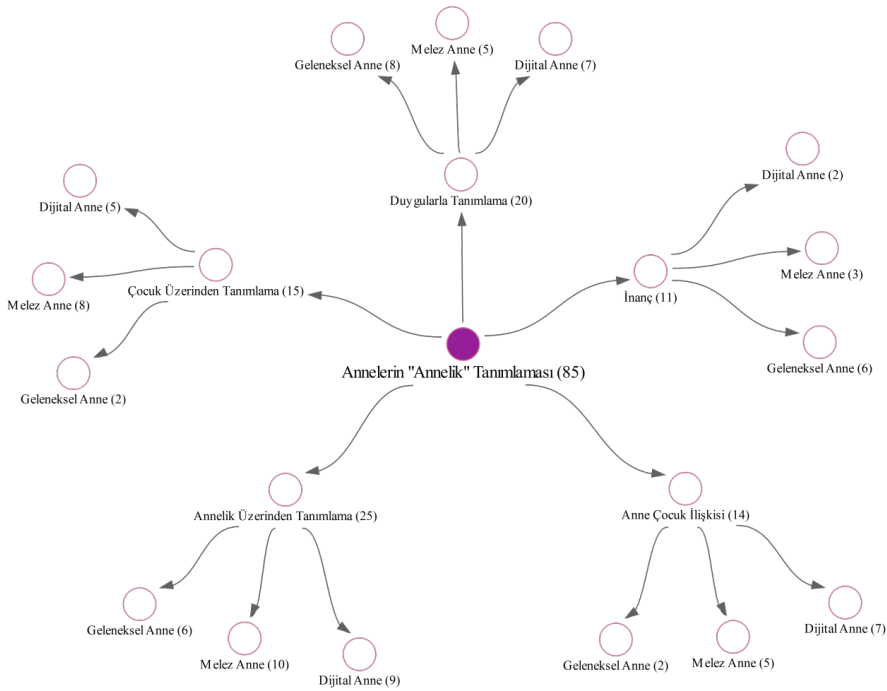
Dijital Anne 8: “Günümüzde çocuklar tablet ve telefonlarla büyüyorlar.”

Dijital Anne 10: “Günümüzde çocuklar ekrana ve teknolojiye maruz kalarak büyüyor.”

Sonuç olarak, bu tema altında geleneksel anneler genel olarak çocuğun büyümesine ilişkin ve ebeveynle geçirilen zamana ilişkin detaylı açıklamalarda bulunmazlarken melez anneler ve dijital anneler günümüzde çocukların nasıl büyüdüğüne ilişkin oldukça geniş ve detaylı açıklamalara yer vermiştir. *Dört duvar arasında büyüme, ebeveynle geçirilen zaman ve nitelikli vakit geçirme çabası* kategorilerine ilişkin geleneksel annelerden dijital annelere doğru bir artış olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, çocuğa ayrılan zamanın ve onunla nitelikli vakit geçirmeye olan ilginin de bu kapsamda yükseldiği ifade edilebilmektedir. *Nitelikli vakit geçirme çabası* kategorisine geleneksel anneler *kitap okuma, parka gitme* kodları ile katkıda bulunurken; melez anneler ve dijital anneler bu kategoriye *kitap okuma, boyama yapma, aktivite yapma, birlikte oyun oynama, sinemaya-tiyatroya gitme* vs. gibi kodlar ile katkıda bulunmuştur. Bu kapsamda geleneksel annelerden dijital annelere doğru nitelikli zaman geçirmeye ilişkin çaba artarken içeriğin de farklılaştığı görülmektedir. Benzer olarak, çocuğun anlam ve değerinde günümüze doğru bir artışın bulunduğu görülmektedir. Çocuk geçmişte geleneksel annelerin deyimiyle ‘orta yerde’ büyürken günümüzde, nitelikli vakit geçirme çabasıyla ve daha çok ebeveynlerin merkezinde büyümeaktadır.

7. ANNELERİN ‘ANNELİK ROLÜ’ TANIMLAMA BİÇİMLERİ

Annelerin ‘Annelik Rolü’ Tanımlaması teması altında, katılımcı annelerin anneliği nasıl tanımladıkları ve anneliğin kendilerine ne ifade ettiğine ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla, *duygularla tanımlama, çocuk üzerinden tanımlama, annelik üzerinden tanımlama, anne çocuk ilişkisi ve inanç* kategorileri *Annelerin ‘Annelik Rolü’ Tanımlaması* teması altında birleştirilmiştir. Görüşme gruplarında yer alan annelerin anneliği tanımlama biçimi ve anneliğin kendilerine ne ifade ettiğine ilişkin kodların kavram haritasına Şekil 7’de yer verilmiştir.



Şekil 7. Annelerin Anneliği Tanımlama Biçimi ve Annelik Rolünün Kendilerine Ne İfade Ettğine İlişkin Kavram Haritası

Şekil 7 incelendiğinde;

Geleneksel Annelerin anneliği daha çok *duygularla* (n=8), *annelik üzerinden* (n=6), ve *İnanç* ile tanımladıkları görülmektedir. En az ise *çocuk* (n=2) ve *anne çocuk ilişkisi üzerinden* (n=2) tanımladıkları belirlenmiştir. Melez Anneler ise çoğunlukla *duygularla* (n=5), *çocuk üzerinden* (n=8) ve *annelik üzerinden* (n=10) tanımlarken en az *anne çocuk ilişkisi* (n=5) ve *inanç* (n=3) üzerinden tanımladıkları görülmektedir. Dijital Annelerin ise anneliği daha çok *duygularla* (n=7), *çocuk üzerinden* (n=5) ve *annelik üzerinden* (n=10) tanımlarken; en az *anne çocuk ilişkisi* (n=2) ve *inanç* (n=2) üzerinden tanımladıkları belirlenmiştir.

Şekil 7’de, geleneksel annelerden dijital annelere doğru *çocuk üzerinden tanımlama*, *annelik üzerinden tanımlama* ve *anne çocuk ilişkisi* kategorilerine katkı sağlama oranlarının artış gösterdiği görülmektedir. Buna karşılık *inanç* ile tanımlama kategorisinde ise azalma olduğu görülmektedir. Geleneksel anneler, anneliği daha çok *duygularla* ifade etmektedir. Geleneksel anneler, *fedakâr olma*, *özverili olma*, *sorumluluğun artışı* ve *kendini adama* gibi kodlarla anneliklerini ön plana çıkararak tanımlamalarda bulunmuştur. Melez anneler ve dijital anneler annelikleriyle kendilerini tanımlamaya ilişkin kategoriye, *sığılacak liman*, *koşulsuz sevgi*, *bakım onarım desteği*, *koşulsuzca güvenilen*, *liderlik eden*, *rehberlik eden*, *tadına varılan*, *keşfedilecek serüven*, *öğretici serüven* ve *en güzel meslek* gibi kodlarla katkı sağlamıştır. Katılımcı anne

gruplarının anneliği tanımlama biçiminde günümüze doğru yaklaşıldıkça değişimlerin olduğu dikkati çekmektedir. Geleneksel anneler için annelik daha çok *fedakârlığı*, *kendini adanmışlığı* ve *özveriyi* ifade ederken melez anneler ve dijital anneler için daha çok *koşulsuz sevgiyi*, *sığınılacak bir liman* ve *karşılıksız sevgiyi* ifade ettiği ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, annelerin, annelik üzerinden kendilerini ifade ediş biçimlerinin değiştiği gibi çocuğun anlamının da günümüze doğru yaklaşıldıkça farklılaştığı ifade edilebilmektedir.

Annelerin anneliklerini çocuk üzerinden tanımlamalarına ilişkin kategoride geleneksel anneler *hayırlı evlat* kodu ön plana çıkarken; melez anneler ve dijital anneler *çocuğun liderliğini benimseme*, *birey olduğunu hatırlama*, *çocuğun önceliği* gibi kodlar ön plana çıkmaktadır. Kodlardan da anlaşılacağı üzere çocuk, geleneksel anneler için, *hayırlı evlat* olması beklenerek aile için geleceğe yönelik bir değeri ifade ederken; melez anneler ve dijital anneler çocuğun kendiliğinden bir değerdir.

İnanç ile tanımlama kategorisinde anneliğin geleneksel anneler tarafından olumlu algılandığına yönelik katkı sunulurken melez anneler ve dijital anneler tarafından olumlu algılanmadığı belirtilmiştir. Bu kategoride geleneksel annelerin anneliği tanımladığı kodlar şu şekildedir: *Allah'ın bir lütfu*, *en kutsal olan*, *Allah'ın emaneti* ve *şükretmek*. Buda 6 geleneksel anne anneliğin *kutsal bir görev* olduğunu vurgulamaktadır. Melez anne ve dijital anneler bu kategoriye, *kutsal olmayan* ve *kutsallaştırılmaması gereken* şeklinde kodlar ile katkı sağlamışlardır. Geleneksel annelerin kutsal olarak nitelendirdiğini melez anneler ve dijital anneler kutsal olarak nitelendirmemektedir. Geleneksel annelerin kategoriye ilişkin düşünceleri şu şekildedir:

Geleneksel Anne 1: “Anne olmak güzel bir duygu, çok kutsal. Kelimelerle tanımlanamayan bir şey.”

Geleneksel Anne 2: “Anne olmak çok kutsal. Annelik bir lütf, bir hediye.”

Geleneksel Anne 5: “Anne olmak Allah'ın bir lütfu. Size verilmiş özel bir hediye. Bir canlıyı emanet olarak alıp onu en iyi şekilde büyütüp insanlığa faydalı, yaradılış gayesine uygun yetiştirebilmek ve emek vermektir. Ne değerli bir şeydir.”

Geleneksel Anne 7: “Anne olmak çok klasik olacak ama gerçekten Rabb'imizin bize verdiği en özel ve kutsal kavram. Bir kadının olabileceği en güzel halidir diyebilirim.”

Geleneksel Anne 10: “Annelik Allah'ım bir lütfu. Bir kadına verilmiş en güzel hediye. Herkese nasip olmayan bir şey.”

Geleneksel anneler anneliğe ilişkin “*İnanç*” kategorisi altında bu katkıları sunarken melez anneler ve dijital anneler şu katkıları sunmaktadır:

Melez Anne 1: “Anneliğe çok kutsal bir anlam yüklediğimi söyleyemem ama birçok konuya babalardan daha çok hâkim olduğu ve daha detaylı düşünebildiği için çocuğu büyütmeye konusunda sorumluluğu çok daha fazla (ya da böyle olduğuna alıştırdık)”

Melez Anne 2: “Annelik duyguların zirvede olduğu ve mantığının yok olduğu bir yer. Ancak kutsal olduğuna pek inanmıyorum. Kutsallaştırılmaması gerektiğini düşünüyorum.”

Melez Anne 8: “Aslında sen kimsen çocukta da onu görmek demek annelik. İçimden bana sonsuzmuş gibi gelen bir sevgi çıkıyor. Kim bilir çocuktaki versiyonu nasıl kusursuzdur diye düşünmek demek. Sonra o kadar da kutsal bir yere koyma kendini diyebilmek demek bence.”

Dijital Anne 7: “Kutsallaştırılmaması gereken bir rol annelik. Muazzam bir his, muhteşem bir duygu. Ama bizler de birer insanız.”

Dijital Anne 9: “Anne olmak doğal bir süreçtir. Kadın eşittir anne algısına çok karşıyım. Her kadın anne olmalı diye oluşan algı büyük hata. Düz denklemde bakınca üreme aracıdır anne. Kutsallaştırılmaması gerektiğini düşünüyorum. Bugün bir karıncanın bile doğurabildiği gerçeği var. Anne olmak düşünen bir canlı olan insan için muazzam bir his.”

Kutsal annelik, melek anne, saçını süpürge eden fedakâr anne vb. gibi söylemler, kadını ve anneyi yüceltiyor gibi görünse de kadını *haklı ödenmez, ödenemez* denerek ev içi rollerin ve emeğin mağduru edilebilmektedir. Ayrıca bu türden tanımlamalar kadının da anneliğe bakışını, annelik idealine ilişkin beklentisinin de yükselmesine sebep olmaktadır. Geleneksel annelerde annelik *kutsal* bir rol iken melez annelerde ve dijital annelerde *kutsallaştırılmaması gereken* bir rol olarak belirtilmiştir.

Şekil 7’de *duygularla tanımlama* kategorisi altında anlamlı frekanslar olarak görülmemesine rağmen kodlar incelendiğinde, geleneksel anneler ve dijital annelerde de anneliğin duygularla tanımlandığı kodların benzerlik gösterdiği görülmüştür. Geleneksel annelerde annelik çoğu zaman *vicdan azabı, yetersizlik hissi, kendini eksik hissetme* veya *kendini suçlu hissetme* gibi kodlarla ifade edilirken bunun diğer anne gruplarında da benzer şekilde ifade edildiği görülmüştür. Ancak geleneksel anneler bu duyguları geçmişe yönelik olarak ifade ederken; melez anneler ve dijital anneler bu duyguları şu anda hissettiklerini ifade etmektedirler.

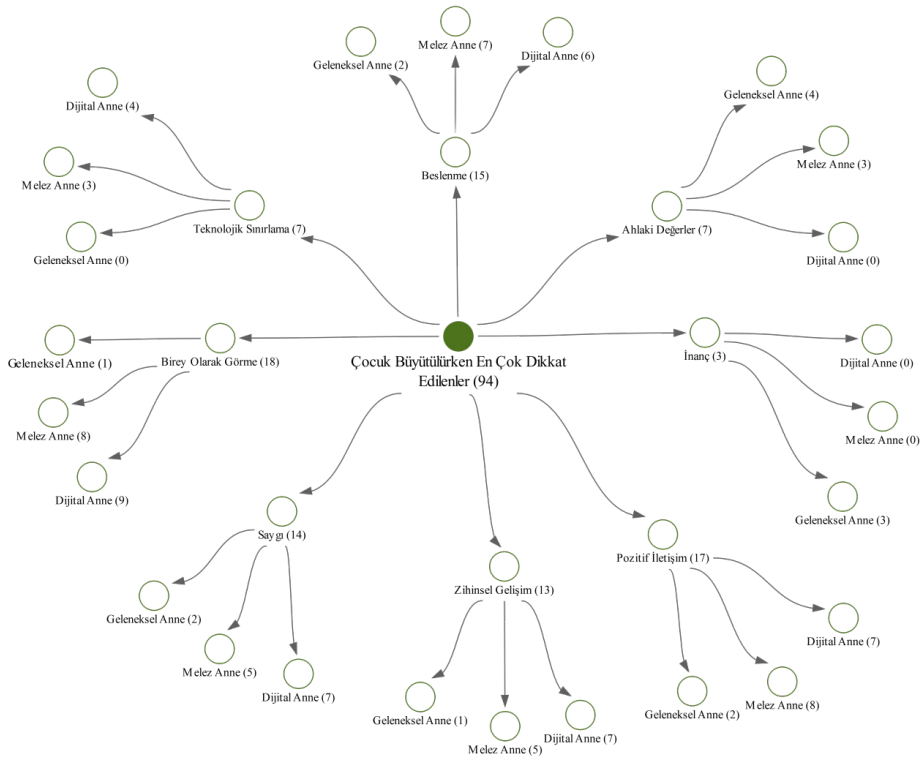
Bu kapsamda değerlendirildiğinde sosyal medyanın bireylerin üzerinde kurduğu duygusal baskıdan söz etmek yerinde olacaktır. Gülmez’in (2021) araştırmasına göre, sosyal medya annelere, mükemmel olma baskısı uygulamakta ve mükemmel annelik imajlarını yeniden üretmektedir. Bu bağlamda, annelerin üzerinde kurulan bu sosyal baskının onlara daha *kusurlu, daha eksik* ve *daha yetersiz* hissettirdiğini ifade etmek mümkün görünmektedir.

Furedi'ye (2013, s. 49) göre ise, uzmanlar, ebeveynlere kendilerini sürekli olarak yetersiz ve bilgisiz hissettirmektedir. Ona göre, eksik ve bilgisiz olmak ise ebeveynleri paranoyaya sevk etmektedir. Dolayısıyla bir önceki neslin çocuk büyütme pratiklerini reddeden ve geleneksel bakış açısından ziyade modern bakış açısını uzmanlar yoluyla tercih eden ebeveynler, ne kadar çok araştırma yaparsa, ne kadar çok okursa, internetten ne kadar çok fikir alırsa o kadar iyi anne olacaklarına inandırılmaktadırlar. Bu durum, çağın annelerini kendilerini, 'yetersiz', 'kusurlu' ve 'eksik' hissedecekleri bir duygu durumuna hapsatmektedir.

Sonuç olarak, geleneksel anneler, melez anneler ve dijital annelerin anneliklerini tanımlama biçimleri göz önüne alındığında geçmişten günümüze doğru yaklaşıldıkça tanımlama biçimlerinin değiştiği dikkati çekmektedir. Geleneksel anneler için annelik daha çok *fedakârlığı* ifade ederken günümüzde daha çok *koşulsuz sevgiyi*, *sığılacak bir liman* ve *karşılıksız sevgiyi* ifade ettiği ortaya çıkmıştır. Annelerin, annelik üzerinden kendilerini ifade ediş biçimlerinin değiştiği gibi geçmişten günümüze çocuğun anlamı da değişmiştir. Katılımcı anne gruplarında çocuğa atfedilen anlamın farklılaştığı görülmektedir. Geleneksel annelerde anneliğin tanımlanması *hayırlı evlat* kodu üzerinde yoğunlaşırken melez anneler ve dijital annelerde *çocuğun liderliğini benimseme*, *birey olduğunu hatırlama*, *çocuğun önceliği* gibi kodlar üzerinden ön plana çıkmaktadır. Dikkat çeken diğer bir nokta ise *İnanç* kategorisinin geleneksel annelerde olumlu algılandığı ön plana çıkarken dijital annelerin ve melez annelerin bu kategoriye olumlu algılamamasıdır. Geleneksel annelerin kutsal olarak nitelendirdiği annelik, diğer gruptaki katılımcı anneler için kutsal olarak algılanmamaktadır.

8. ÇOCUK BÜYÜTÜLÜRKEN EN ÇOK DİKKAT EDİLENLER

Çocuk Büyütülürken En Çok Dikkat Edilenler teması altında annelerin çocuklarını büyütürken olmazsa olmaz olarak nitelendirdikleri durumlara ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla, *beslenme*, *teknolojik sınırlama*, *birey olarak görme*, *saygı*, *zihinsel gelişim*, *pozitif iletişim*, *inanç* ve *ahlaki değerler* kategorileri *çocuk büyütülürken en çok dikkat edilenler* teması altında birleştirilmiştir. Tüm görüşme grubunda yer alan katılımcı annelerin çocuklarını büyütürken dikkat ettikleri durum ve olaylara ilişkin verdikleri cevaplardan elde edilen kavram haritasına Şekil 8'de yer verilmiştir.



Şekil 8. Annelerin Çocuklarını Büyütürken Dikkat Ettikleri Durum ve Olayların Kavram Haritası

Şekil 8 incelendiğinde;

Geleneksel Anneler çocuklarını büyütürken daha çok *ahlaki değerler* (n=4) ve *inanç* (n=3) kategorisine katkı sunarken en az *beslenme* (n=2), *birey olarak görme* (n=1), *saygı* (n=2), *zihinsel gelişim* (n=1) ve *pozitif iletişim* (n=2) kategorilerine katkıda bulunmuştur. *Teknolojik sınırlama* kategorisine ise katkı sunmamıştır. Melez Anneler ise çocuklarını büyütürken daha çok *birey olarak görme* (n=8), *pozitif iletişim* (n=8), *beslenme* (n=7), *saygı* (n=5) ve *zihinsel gelişim* (n=5) kategorisine katkı sunarken; en az *teknolojik sınırlama* (n=3) ve *ahlaki değerler* (n=3) kategorilerine katkıda bulunmuştur. *İnanç* kategorisine ise herhangi bir katkıda bulunmamışlardır. Dijital Anneler ise daha çok *birey olarak görme* (n=9), *saygı* (n=7), *zihinsel gelişim* (n=7), *pozitif iletişim* (n=7) ve *beslenme* (n=6) kategorilerine katkı sunarlar; daha az *teknolojik sınırlama* (n=4) kategorisine katkı sunmuştur. *İnanç* ve *ahlaki değerler* kategorilerine ise herhangi bir katkıda bulunmamışlardır.

Şekilde yer alan *beslenme*, *birey olarak görme*, *saygı*, *zihinsel gelişim* ve *pozitif iletişim* kategorilerine geleneksel anneler daha az katkıda bulunurken melez anneler ve dijital anneler çoğunlukla katkıda bulunmuştur. Dijital Anne 1, Dijital Anne 2, Melez Anne 1, Melez Anne 2, Melez Anne 3, Melez Anne

4, Melez Anne 5, Melez Anne 8 ve Melez Anne 10 *saygı, birey olarak görme* kategorilerine ilişkin olarak şunları aktarmaktadır:

Dijital Anne 1: “Ona saygı duyuyorum. En çok dikkat ettiğimiz olmazsa olmaz dediğim bir konu bu. O ağlarken asla onu yalnız bırakmamak, asla ceza ödül gibi köşeler yapmamak bir şeylerden mahrum bırakmamak. En çok dikkat ettiğim şey saygı konusu.

Dijital Anne 2: “Kızımın daha hamileliğimin 6. haftasında adı belliydi ve hep adıyla hitap ettim. Hiçbir zaman onu bir embriyo olarak, bebek olarak görmedim. Çocuktur bilmez, akli ermez diye düşünmedim. Her zaman onun bir birey olduğunun saygısını göstererek, sevgisiyle birlikte saygısını mutlaka vererek büyültmeye çok özen gösteriyorum. Daha doğrusu özen göstermiyorum zaten öyle. Başkalarının ne dediğinin hiç önemli olmadığına vurgu yapıyorum özellikle. Yani ne istiyorsa ve ne hissediyorsa o onun hayatı ve öyle yaşamalı. Başkasına göre şekil almamalı diye onu vermeye çalışıyorum.”

Melez Anne 1: “Onları koşulsuz, şartsız, her zaman sevdiğimizi ve seveceğimizi öğretebilmek benim için çok önemliydi. Bunu verebildiğimize inanıyorum.”

Melez Anne 2: “Çocuğun kendi bilincinin oturması kendini bulması benim için çok önemli. Kendini bulması çok önemli.”

Melez Anne 3: “Çocukların birey olma hakkının kendilerine verilmesi gerektiğine inanıyorum. Çocuklarla bebek gibi konuşulmaması gerektiğine inanıyorum. Her davranışı, olayı sebep sonuç ilişkisi ile anlatmalı ve nasıl olsa anlamaz diye geçiştirilmemeli.”

Melez Anne 4: “En çok dikkat ettiğim konu güvenli bağlanma ve ekran oldu. İhtiyaç duyduğu her an yanında oldum. Okula gitmeden önce oğlumu ayrılığa hazırladım. “Ben şimdi okula gidiyorum. Ben yokken sana anneanne ve dede çok güzel bakacak, çok eğleneceksiniz. Dersim bitince eve geleceğim.” diyerek yanından ayrıldım. Her zaman ona dürüst davrandım ve kaçarcasına evden ayrılmadım.”

Melez Anne 5: “Kendini seven, değer veren, kendine güvenen bir birey olarak yetiştirmek en önem verdiğim konu. Bunun için çocuğun sevildiğini ve saygı gösterildiğini hissetmesi gerekiyor. Diğer birçok hassas konu ise asla ve asla şiddete maruz bırakılmaması.”

Melez Anne 8: “Korku eğitimi değil, değerler eğitimi verebilmek. Onun coşkulu, merak eden, özgür, dürüst, kendine güvenli, ayakları yere sağlam basan, otantik, özgün, tuttuğunu koparan, hayatı anlamlı ve coşkulu yaşayan bir insan olmasına niyet ettim. Her haliyle koşulsuz sevdiğini ve kabul edildiğini bilmesini istiyorum. Bu hayatta varlığının kıymetli olduğunu, düşüncelerinin önemli olduğunu, fark yaratabileceğini, çabanın ve niyetin çok

önemli olduğunu,(sonuca değil surece odaklanmak, andan keyif almak) empati kurmanın, içsel huzurun, şefkatin, sorumluluk almanın kıymetli olduğunu bilerek anlamlı bir hayat sürmesini, kendi anlamını bulmasına niyet ediyorum.”

Melez Anne 10: “Varoluşlarından mutlu olmaları, mutlu bir insan olarak keyifle yaşamaları. Kendi kanatları ile uçabildiklerini görmek keyifle yaşadıklarını seyretmek beni mutlu eder. Bu sebeple onları duyabilmeyi bana anlatmak göstermek istediklerini anlayabilmek önemli.”

Annelerin yukarıdaki söylemlerinden de anlaşılacağı üzere, melez anneler ve dijital anneler en az uzmanlar kadar uzman bilgisine sahiptir. Bu dönemin ebeveynlerine uzmanlar tarafından da bu yönde ilerlemeleri için yol gösterilmektedir. Çocuklara ne şekilde davranılıp ne şekilde davranılmayacağı, nasıl büyütülüp nasıl büyütülmeyeceğinin çerçevesi ve sınırları uzmanlar tarafından çizilmiş; bu çerçevede davranan ebeveynler *iyi anne* veya *iyi baba* olarak nitelendirilmişlerdir. Bunun olabilmesi için uzmanlar tarafından ebeveynlere *ebeveynlik zirvesi*, *anne-baba atölyesi* ve *ebeveynlik farkındalık eğitimi* gibi isimler altında eğitimler önerilmektedir. “En az beş ebeveynlik kitabı okumadan” ebeveyn olunmaması gerektiğini savunan uzmanlar, eğitim veya ders alınmazsa yeteri kadar iyi anne-baba olunamayacağını vurgulamaktadır. Hays (1996) bu durumu *yoğun annelik* kavramıyla açıklamaktadır. Hays’a göre *yoğun annelik (intensive mothering)*, annelerin her konuda uzman, terapist, çocuk doktoru, tüketici ürünlerin güvenliğinden sorumlu ve öğretmen gibi uzman düzeyinde bilgi ve becerilere sahip olmasıdır. Şekil 8’deki kategorilerden de annelerin çocuklarının *her şeyi* olduklarını okuyabilmek mümkündür.

Beslenme kategorisine melez anneler ve dijital annelerin daha fazla katkıda bulunması şekilde dikkat çeken başka bir unsurdur. Geleneksel annelerin *beslenme* konusuna ilgisinin bulunmuş dahi olsa anlamlı olarak konu edilmediği görülmektedir. Ancak melez anneler ve dijital annelerde durum farklıdır. Anneler, *beslenme* kategorisini *emzirme*, *mama kullanımı* ve *ek gıdaya geçiş* olarak süreci ifade eden kodlar kullanmışlardır. Bunların, geleneksel annelerde ön plana çıkmazken melez anneler ve dijital annelerde ön plana çıkan kodlar olduğu görülmüştür. Dijital Anne 4, Dijital Anne 5, Dijital Anne 9, Melez Anne 1, Melez Anne 5, Melez Anne 5, Melez Anne 7 ve Melez Anne 9 çocuklarının beslenmelerine ilişkin kategoriye şu şekilde katkıda bulunmuştur:

Dijital Anne 4: “Şeker ve tuza karşı biraz ön yargım var. Bu konuda dikkat ettim. Genelde beslenme konusuna dikkat ettim diyebilirim.”

Dijital Anne 5: “Yemek konusuna özellikle çok dikkat ettim. Abur cubur yemesini istemedim hiçbir zaman. Bunlara çok dikkat ettim. Dışarıdan hiçbir paketli gıda yedirmemeye özen gösterdim. Rafine şekerli yiyecekler yedirmedim.”

Dijital Anne 9: “Çocuğumu büyütürken dikkat ettiğim iki unsur vardı ki bu iki unsur önemini on yılda hiç kaybetmedi. İlki beslenme ikincisi uyku. İyi bir beslenme iyi bir uyku ile harmanlanınca büyüme oluyor.”

Melez Anne 1: “İki yaşa kadar en az oranda sağlıklı besinlerden yemeleri benim için olmazsa olmazdı.”

Melez Anne 5: “Benim için olmazsa olmaz çocuğumun beslenmesiydi. Bunu çok önemsedim ve çok dikkat ettim.”

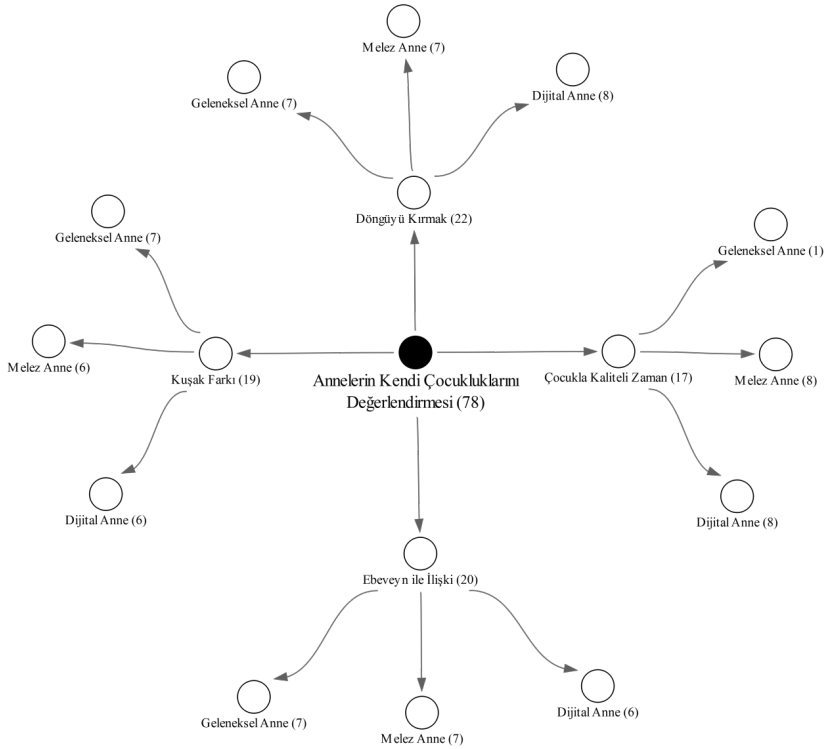
Melez Anne 7: “Ben iki çocuğumda da uyku sorunu yaşadım çok ciddi bir şekilde. Çocukların yemelerine içmelerine, yattığı saate kalktığı saate oldukça dikkat ettim.”

Melez Anne 9: “Sağlıklı beslenme olmazsa olmaz diyorum. Evlerinde sağlıklı beslenmelerine dikkat ediyorum. Sağlıklı beslenme sağlıklı büyümelerini sağlamak benim olmazsa olmazım.”

Bunun yanıdainanç kategorisine melez anneler ve dijital anneler katkıda bulunmazken geleneksel anneler çoğunlukla katkıda bulunmuş, *ahlaki değerler* kategorisine ise yalnızca geleneksel anneler ve melez anneler katkıda bulunurken; dijital anneler bu kategoriye katkıda bulunmamıştır.

9. ANNELERİN KENDİ ÇOCUKLUKLARINI DEĞERLENDİRMESİ

Annelerin Kendi Çocukluklarını Değerlendirmesi teması altında annelerin, kendilerini çocuklukları ile kıyasladıklarında nasıl bulduklarına ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *döngüyü kırmak, kuşak farkı, ebeveynle ilişki ve çocukla kaliteli zaman* kategorileri *Annelerin Kendi Çocukluklarını Değerlendirmesi* teması altında birleştirilmiştir. Katılımcı annelerin anneliklerini, kendi çocuklukları ile kıyasladıklarında nasıl bulduklarına ilişkin kavram haritasına Şekil 9’da yer verilmiştir.



Şekil 9. Annelerin, Anneliklerini Kendi Çocuklukları ile Kıyasladıklarında Nasıl Bulduklarına İlişkin Kavram Haritası

Şekil 9 incelendiğinde;

Geleneksel Anneler anneliklerini kendi çocuklukları ile kıyasladıklarında daha çok *döngüyü kırmak* (n=7), *kuşak farkı* (n=7) ve *ebeveynle ilişki* (n=7) kategorilerine katkı sağlarken en az *çocukla kaliteli zaman* (n=1) kategorisine katkı sağlamıştır. Melez Anneler ise anneliklerini kendi çocuklukları ile kıyasladıklarında *döngüyü kırmak* (n=7), *kuşak farkı* (n=6), *ebeveynle ilişki* (n=7) ve *çocukla kaliteli zaman* (n=8) kategorilerin hepsine çoğunlukla katkı sağlamıştır. Dijital Anneler de Melez Anneler gibi *döngüyü kırmak* (n=8), *kuşak farkı* (n=6), *ebeveynle ilişki* (n=6) ve *çocukla kaliteli zaman* (n=8) kategorilerine çoğunlukla katkı sunmuştur.

Katılımcı annelerin çoğu, kendi çocukluklarında yaşadıklarını çocuklarına yaşatmamayı seçmiş ve bir döngüyü kırmaya niyet ettiklerini belirtmişlerdir. Geleneksel Anne 1, Geleneksel Anne 2, Geleneksel Anne 3, Geleneksel Anne 6, Geleneksel Anne 7, Geleneksel Anne 9 ve Geleneksel Anne 10 bu kategoriye şu şekilde katkı sunmaktadır:

Geleneksel Anne 1: “Benim annem çok disiplinli bir kadındı. Çocukken bizi çok sıktı, çok bunalttı. Her anlamda. Ben çocuklarıma annem kadar yapmadım. Annemin beni büyüttüğü gibi büyütmedim çocuklarımı.”

Geleneksel Anne 2: “Annem de şikâyet ettiklerimi bazen kendimde görüyorum. Sonra vazgeçiyorum. Ben bunu görmüşüm neden yaşatayım çocuğuma deyip bu davranışımı hemen bırakmaya çalışıyorum.”

Geleneksel Anne 3: “Şimdi kendi çocukluğumla kıyasladığım zaman biz de kötü bir çocukluk geçirmemişiz diyorum. Ama ben yatılı okudum. Çocuğumun yatılı okumasını istemedim. O ortamdan etkilenmesini istemedim. Olumsuz iz bırakan bir ortam sunmamak için uğraştım.”

Geleneksel Anne 6: “Biz çocukluğumuzu yaşamadık. Benim çocuklarım çok güzel büyüdü. Ben onlarınkinin yarısını görmedim. Bana babaannem baktı büyüttü. Sağ olsun yine güzel baktı tabii. Tarlalarda geçti ömrümüz. Gül zamanı güle giderdik. Ekin zamanı ekine gidiyorduk. Buydu bizde çocukluk. Çocuklara öyle çocukluğunu vermezlerdi.”

Geleneksel Anne 7: “Çocukluğuma göre kendi çocuklarıma daha iyi bir anne olmaya çalıştım ve iyi bir aile ortamı sunmaya çalıştım.”

Geleneksel Anne 9: “Ben daha çok sevgi gösterdim çocuklarıma. Daha çok dinledim. Anneme göre ben daha çok çocuklarımla ilgilendiğimi, daha çok sevgimi verdiğimi, daha çok sorunlarına eğildiğimi hissediyorum.”

Geleneksel Anne 10: “Ben kendi gördüğüm, yaşadığım çoğu şeyi çocuğuma yaşatmamaya çalışıyorum. Baktığımızda da daha iyi büyüttüğümü düşünüyorum.”

Melez anneler de geleneksel anneler gibi *döngüyü kırmak* kategorisine çoğunlukla katkı sağlamaktadır. Katılımcı annelerin çoğu geçmişte çocukluklarında yaşadıklarını kendi çocuklarına yaşatmamayı seçmiş ve bir döngünün kırıldığını belirtmiştir. Melez Anne 2, Melez Anne 3, Melez Anne 4, Melez Anne 6, Melez Anne 7, Melez Anne 9 ve Melez Anne 10 bu kategoriye şu şekilde katkı sağlamaktadır:

Melez Anne 2: “Annemle yaşayamadığım veya eksik yaşadığımı, yanlış yaşadığımı hissettiğim birçok konu vardı. Eksikleri tamamlamak, yanlış olduğunu düşündüklerimi yapmamak veya hiç yaşanmamış güzel şeyleri onlara yaşatmak istedim. Böyle davrandım. Kendi çocukluğumda yanlış olduğunu hissettiklerimi de yaşatmadım.”

Melez Anne 3: “Çocuklarımla zaman geçiriyorum. Konuşuyorum, gülüyorum, eğleniyorum. Bunlar benim çocukken çok da yaşadığım şeyler değildi.”

Melez Anne 4: “Ben benim gibi bir annem olmasını isterdim. Ben, anne olarak önceliği çocuğuna veren; ona saygı duyan ve her koşulda yanında olmaya çalışan bir anneyim. Belki annem de öyle yapardı ama göremedim. Annem benim sahip olduklarıma sahip değildi. Yani şartlarımızın eşit olduğunu düşünmüyorum.”

Melez Anne 6: “Çocukluğumun eksik taraflarını da görebiliyorum, elimden geldiğince bu eksiklikleri kendi çocuğuma yaşatmamaya çalışıyorum.”

Melez Anne 7: “Benim zaten anne kız ilişkim çok sağlıklı değildi. Dolayısıyla anneliğimi oldukça başarılı buluyorum. Tüm eksik ve hatalarımla çocuklarıma her şeyin en iyisini sağlamaya çalışıyor ve bununla da gurur duyuyorum.”

Melez Anne 9: “Kıyaslayamıyorum bile. Biz kendi kendimize büyümüşüz. Biz öylesine büyümüşüz. Başka da söylenecek bir şey yok bunun üzerine.”

Melez Anne 10: “Annemden görmediklerimi çocuklarıma yapmak benim için kolay olmadı. Bilmediğim bir şeyi yapmaya çalışmak zordu. Bu sebeple insan bildiğine dönebiliyor. Annenin yaptığı gibi yapabiliyorsun. Annem de annesinden farklı annelik yapmaya çalıştı. Bazı şeyleri gördüğü gibi yaptı bazı şeyleri eleştirdiği için ondan farklı yapmaya çalıştı.”

Dijital anneler de katılımcı diğer anneler gibi *döngüyü kırmak* kategorisine çoğunlukla katılım sağlamaktadır. Dijital Anne 1, Dijital Anne 2, Dijital Anne 4, Dijital Anne 6, Dijital Anne 7, Dijital Anne 8, Dijital Anne 9 ve Dijital Anne 10 bu kategoriye şu şekilde katkı bulunmaktadır:

Dijital Anne 1: “Anne kız fay hattında bir ilişkimiz oldu. Özellikle ergenlik dönemini çok iyi hatırlamıyorum. Annemin yaptığı birçok şeyi yapmamaya çalışıyorum. Kendi yara aldığım, yara aldığımı düşündüğüm hiçbir şeyi çocuğuma yapmıyorum diyebilirim.”

Dijital Anne 2: “Annemle kendi aramdaki fark annem aşırı kontrolcü bir insan aşırı evhamlı. Ben kendimi bu konularda çok eğittim. Hep bana çok güvendiğini söyler ama asla kimseye güvenmediğini hissederim. Çünkü benim seçtiğim insana güvenmemek demek bana güvenmemek demek. Annem farkındalığı çok düşük bir insan. Ben bunlarda özgürleştiğimi söyleyebilirim. Bunları görüp fark edip kızımda aynı şekilde uygulamıyorum.”

Dijital Anne 4: “Ben daha baskıyla büyümüş biri olarak çocuğumu bu şekilde büyütmemeye gayret ediyorum. Biz oğlumla birlikte disiplinsiz büyüyorum. Ama benim annem çok disiplinli biriydi.”

Dijital Anne 6: “Annemin evle ilgili sorumluluğu daha fazlaydı bizimle oturup ödev yapmak, oyun oynamak ya da bizim kadar seyahat edebilmek gibi bir şans yoktu. Eskiden ebeveynlerimizle ilişkilerimizde daha fazla korku odaklıydık. Daha fazla çekiniyorduk. Ama ben çocuklarımin kendilerini ifade edebilmeleri için uğraşıyorum.”

Dijital Anne 7: “Ben üç kardeşin en büyüğü olduğum için beni çok baskıladılar. Ama anneliğimde genel olarak çoğu şeyi serbest bırakıyorum. Daha çok baskılandığım için sanırım disiplin ve baskıdan hoşlanmıyorum ve pozitif yönde serbest bırakıyorum diyebilirim.”

Dijital Anne 8: “Anneliğimi kendi çocukluğumla kıyasladığım zaman daha iyi buluyorum. Çünkü çocuğumla gerçekten sürekli oyun oynuyorum. Çocuğumla gerçekten çok kaliteli vakit geçirdim. Ben aynı şekilde büyümeyemedim diyebilirim.”

Dijital Anne 9: “Keşke benim annem de benim gibi olsaydı. Sadece bunu söylemek bile bence yeterli.”

Dijital Anne 10: “Annemin yaptığı hiçbir şeyi yapmamaya özen gösteriyorum. Daha doğrusu hiçbir hatayı yapmamaya özen gösteriyorum. Daha çok özgür bırakıyorum. Daha çok birlikte vakit geçiriyorum.”

Bu kategoriye katkı sağlayan tüm katılımcı annelerin ortak noktasının yaşadıkları olumsuz deneyimleri çocuklarına yaşatmamak olduğu görülmüştür. Bu bağlamda çocuk büyütmeyle ilişkin bilgi ve deneyimlerin her dönemde değiştiğini ve o dönemdeki ebeveynlik etme yöntemlerinin geçerliliğini yitirerek bir sonraki nesle daha farklı bir biçimde aktarıldığını belirtmek yanlış olmayacaktır. Miller (2010, s. 211), annelerin annelik deneyimlerine ilişkin neyin söylenip neyin söylenmeyeceğini daha büyük etkilerin belirlediğini belirtmekte ve eklemektedir: “Bu sosyo-kültürel, ‘ırksal’, etnik, cinsiyetlendirilmiş ve yapısal bazı pozisyonlara bağlıdır.”

Çocukla kaliteli zaman kategorisine geleneksel annelerin daha az katkıda bulunup melez ve dijital annelerin çoğunlukla katkı sunması da dikkati çekmektedir. Geleneksel anneler kendi çocuklukları ve çocuklarına ilişkin kaliteli zamana ilişkin herhangi bir katkıları bulunmazken; dijital ve melez annelerin çoğunlukla katkıda bulunmaları dikkat çekicidir. Çocuğun değerinin ve görünürlüğünün günümüzde arttığını belirtmek yanlış olmayacaktır. Geleneksel Anne 6 ve Geleneksel Anne 10 konuyu şu şekilde yorumlamaktadır:

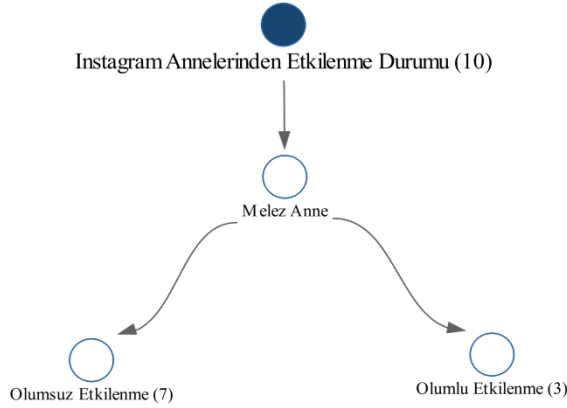
Geleneksel Anne 6: “Tarlalarda geçti ömrümüz. Biz çocuk olmadık ki. Çocuklara öyle çocukluğunu vermezlerdi önceden. Benim çocukluk ırgatlıkla geçti.”

Geleneksel Anne 10: “Önceden çocukluk mu vardı ki? Çocuk dediğin ortada büyüdü. Nasıl büyüdüğünü anlamazdın bile.”

10. MELEZ ANNELERİN INSTAGRAM'DAKİ DİJİTAL İÇERİK ÜRETİCİ ANNELERDEN ETKİLENME DURUMU

Bu kısımda sadece Melez Annelerin Instagram'daki dijital içerik üretici annelerden etkilenme durumuna ilişkin bulgular tartışılmaktadır. *Melez Annelerin Instagram'daki Dijital İçerik Üretici Annelerden Etkilenme Durumu* teması altında Instagram'da takipçi sayısı yüksek ve annelikleri ile ön plana çıkan dijital içerik üretici annelerden kendi özelliklerinde nasıl etkilediklerine ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların

alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. *Olumlu* ve *olumsuz etkilene* olarak iki kategori halinde ele alınan kavram haritasına Şekil 10'da yer verilmiştir.



Şekil 10. Melez Annelerin Instagram'daki Dijital Annelerden Etkilenme Durumuna İlişkin Kavram Haritası

Instagram hesabı olan ve düzenli olarak annelik ve annelik pratiklerine dair içerikler üreten annelerin sayfalarını takip eden melez anneler, takip ettikleri sayfalardan çoğunlukla olumlu etkilendiklerini belirtmiştir. Bunun yanında hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendiğini de belirten 2 melez anne bulunmaktadır. Melez anneler çoğunlukla *oyun, etkinlik, yeme-içme, pratik bilgiler, hastalık-sağlık, çocuk gelişimi ve psikolojik gelişim* gibi konular etrafında olumlu yönde etkilendiklerini ifade etmiştir. Olumsuz yönde ise çoğunlukla kendilerini *eksik hissetme, yetersiz hissetme* ve *kötü anne* gibi hissettiklerini belirtmiştir. Bu duygularının açığa çıkmasına sebep olan bazı dijital içerik üretici anne sayfalarından olumsuz yönde etkilendiklerini vurgulamıştır. Anneliğinin dijital içerik üretici hesaplardan olumsuz yönde etkilendiğini belirten Melez Anne 5, Melez Anne 7 ve Melez Anne 10 şunları ifade etmektedir:

Melez Anne 5: “Olumsuz yönde etkilendiğimi fark ediyorum. Çünkü oradaki annelere bakınca kendi zamanımı yönetemediğimi ve çocuğuma eksik kaldığımı hissediyorum. Bu bende bir vicdan yarası oluyordu. Eksik ve yetersiz hissediyordum kendimi.”

Melez Anne 7: “İlk anneliğim bu sayfalardan olumsuz etkilendi. Uyku sorunu yaşadığım için uyku eğitimi diye bir şeye kalkıştım. Yani çocuğumun kendi kendine kendi yatağında uyumasını amaçlarken katılarak ağlamasını sağlamaktan ileri gidemediğim, bunun üzerinden yıllar geçse de benim unutamadığım anneliğimin en büyük hatasını yine Instagram'daki sayfalardan birinde görerek yaptım.”

Melez Anne 10: “Olumsuz etkilendiğim sayfalar daha çok “benim gibi yapmazsan kötü annesin, benim gibi yaparsan ancak iyi anne olursun” alt

mesajı veren sayfalardı. Hatta açıkça bunu ifade ediyorlardı. Bu mesajlar bana kendimi yetersiz hissettiriyordu.”

Anneliğinin dijital içerik üretici hesaplardan olumlu yönde etkilendiğini belirten Melez Anne 2, Melez Anne 3, Melez Anne 4, Melez Anne 6, Melez Anne 7, Melez Anne 9 ve Melez Anne 10 şunları ifade etmektedir:

Melez Anne 2: “Sağlık ve oyun alanında aktivite anlamında takip ediyorum genelde. Bu alanda olumlu bulduklarım ve örnek aldıklarım oluyor.”

Melez Anne 3: “Bütün etkinliklere, paylaşımlara yetişememekle birlikte yeni oyunlar keşfediyoruz. Çocuk hastalıkları konusunda daha bilinçli olmamı sağlıyor.”

Melez Anne 4: “Olumlu yönde etkilendiğini düşünüyorum. Bazı durumlarda yalnız olmadığımı, benzer yaştaki çocukların benzer davranışlar sergilediğini görüyorum.”

Melez Anne 6: “Olumlu etkilendiğini düşünüyorum. Olumsuz etkilenmemek için daha bilinçli kullanmaya çalışıyorum. Kendimi, yetersiz, eksik veya suçlu hissetmemi sağlayan alt mesajlar veren sayfalardan uzak duruyorum.”

Melez Anne 7: “Ben aslında o sayfaları biraz eksiklerimi gidermek, öğrenmek, alternatif ne olabilir diye sorduğum sorulara yanıt aramak için takip ediyorum. Mesela oyun alternatifleri için takip ettiğim anne sayfaları var. Yine ek gıdada pratik tarifler veren anne sayfaları var. Onları takip ediyorum. Yaptıkları tarifleri uygulayıp bebeğimin çok sevdiği tarifler de yaptım. Tadına bakmadan döktüğüm yemekler de oldu. İlk çocuğumda olumsuz ikincisinde bilinçli kullanınca olumlu etkilendim diyebilirim.”

Melez Anne 9: “Beni en çok pratik bilgilerin yer alıyor olması etkiliyor. Hastalık durumlarında veya bağışıklık koruyucu birçok bilmediğim pratik bilgiye ulaşıyorum. Bu benim için önemli ve olumlu.”

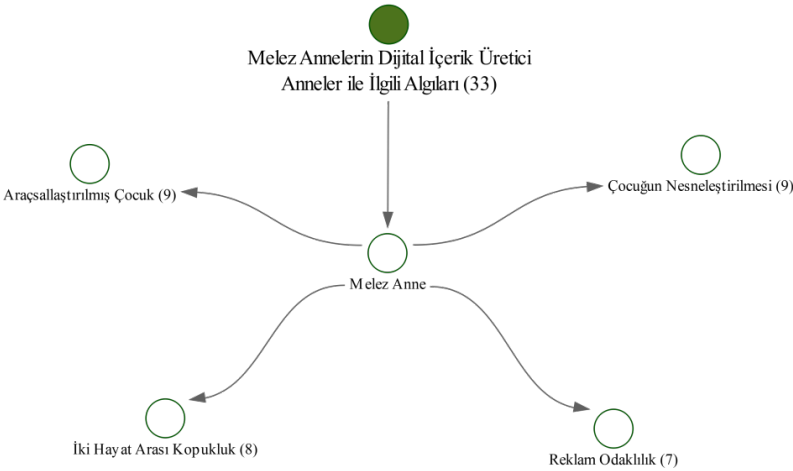
Melez Anne 10: “Olumlu ve olumsuz etkilendiğim durumlar oldu. Oyunlar anlamında oyuncak anlamında, sağlıklı beslenme, ilaç kullanmadan hastalıkların atlatılabilmesi gibi paylaşımlardan oldukça etkilendim. Olumsuz olarak etkilendiğim takibi bıraktığım sayfalar da oldu.”

McDaniel vd. (2012) göre, Instagram’daki sosyal anneliği ikiye ayırmak mümkündür. Instagram, olumlu olarak diğer kişilerle etkileşim halinde olmaları, annelerin sosyal destek duygularını ve sosyal bağlarını kuvvetlendirirken sosyal refahlarını da artırmaktadır. Sosyal desteği azalmış annelerin depresyon riskinin arttığı bilinenler arasındadır. McDaniel vd., (2012) ve Bal’a (2019) göre, kadınların Instagram’da anneliği sunma biçimleri de farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar takipçi annelerde *yetersizlik*, *eksiklik* ve *suçluluk* gibi duyguların ortaya çıkmasına sebep olmakta ve anneler bu olumsuz duygularla baş başa kalabilmektedir. Bu çalışmanın bulguları da incelenen araştırmalarla örtüşen

bulgulara sahiptir. Gürçayır Teke'nin (2014) yapmış olduğu “*Dönüşen Anneliğe Yönelik Netnografik Bir Analiz: Blogger Anneler*” başlıklı çalışma ile annelerin diğer annelerden fikir, öneri ve görüş alabilmeleri ve etkileşim halinde olmaları bakımından ortaya çıkan bulgular benzer niteliktedir. Gürçayır Teke'ye (2014) göre, çocukları için dijital günlükler tuttuklarını ifade eden blogger anneler bu vesileyle anne olan diğer kadınlarla iletişimde bulunma fırsatı yakalamış ve onların bilgi ve birikimlerinden yararlandıklarını ifade etmiştir.

11. MELEZ ANNELERİN DİJİTAL İÇERİK ÜRETİCİ ANNELER İLE İLGİLİ ALGILARI

Melez Annelerin Dijital İçerik Üretici Anneler ile İlgili Algıları teması altında melez anelerin Instagram'da dijital içerik üretici annelere yönelik algılarına ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *Araçsallaştırılmış Çocuk*, *İki Hayat Arası Kopukluk*, *Reklam Odaklılık* ve *Çocuğun Nesneleştirilmesi* gibi kategoriler ortaya çıkmıştır. Kategorilerin kavram haritasına Şekil 11'de yer verilmiştir.



Şekil 11. Melez Annelerin Dijital İçerik Üretici Anneler ile İlgili Algılarına İlişkin Kavram Haritası

Şekil 10'da melez annelerin, dijital içerik üretici anne sayfalarını takip ettikleri ve bu sayfalardan çoğunlukla olumlu etkilendiklerinin ortaya çıktığı belirtilmişti. Yukarıdaki Şekil 11'de ise melez annelerin içerik üreten anne sayfalarına yönelik algılarına ve bakış açıların ilişkin kategoriler yer almaktadır. Çoğunlukla olumlu etkilenen anne sayfalarına karşı algının Şekil 11'de olumsuz algılandığı görülmektedir. Melez anneler, çoğunlukla takip ettikleri içerik üretici anne sayfalarında, bu platformda, annelerin çocukları üzerinden var olduklarını ve çocuğun araçsallaştırıldığını belirtmektedirler.

Instagram’da hem kendilerine hem de çocuklarına ait anıları ve çeşitli içerikleri paylaşan dijital içerik üretici anneler, kendilerine zamanla sanal bir dünya yaratmıştır. Hem içerik üretip hem de ürettikleri içeriklerle takipçileri ile aralarında bir etkileşim alanı yaratan anneler, bu ortamda kimi zaman desteklendiği gibi kimi zaman da olumsuz eleştirilerle karşılaşabilmektedir. Zamanla Instagram dijital içerik üretici anneler için bilgi alışverişi yaptıkları ve rahatlama alanı yarattıkları bir ortamken sonradan maddi kazanımlar elde ettiği bir mecraya dönüşmüştür. Instagram’ın sanal bir ortam olması, çatışmalar, benzerlikler, aykırılıklar ve mücadeleleri de beraberinde getirmektedir. İçerik üretici anneler de bu alanda performanslarıyla var olmaktadır. Ancak dijital içerik üreten annelerin performanslarını sunuş biçimi, onları takip eden melez anneler tarafından olumlu değil olumsuz olarak algılanmamıştır. Ortaya çıkan kategorilerin hepsi durumun olumsuz algılandığına ilişkindir. Konuya ilişkin olarak Melez Anne 1, Melez Anne 2, Melez Anne 3, Melez Anne 4, Melez Anne 5, Melez Anne 6, Melez Anne 7, Melez Anne 8 ve Melez Anne 9 şu ifadeleri kullanmaktadır:

Melez Anne 1: “Çocuklar için içinde olunca daha ayrıntılı düşünmek gerekiyor. “Herkesin kendi çocuğu ben karışamam”dan daha öte bir konu bu. Çocukları sayesinde/üzerinden para kazanan hesapları takip etmeyerek kişisel tepkimizi gösterebiliriz. Ama ne yazık ki çocukların para kazanma aracı olarak kullanılması asla bitmeyecek.”

Melez Anne 2: “Ben genelde çocukların ön planda olmasını sevmiyorum Çünkü o çocuk da bir birey ve bunu istiyor mu acaba? Belki çocuk orada yer almak istemiyor. Onun için ben pek doğru bulmuyorum çocukların o kadar çok göz önünde olmasını. Olumlu bir bakışım yok açıkçası. Çocuğun üzerinden kazanılan parayı doğru bulmuyorum.”

Melez Anne 3: “Çocukların bu kadar göz önünde olmasını doğru bulmuyorum. Her çocuğun bir karakteri var ama bizler de şekillendiriyoruz. Çocuğun küçük yaşta beğeni kaygısını öğrenmesi, arka planda yaşanan ile kamera önünde geçen hayat arasındaki kopukluğun kafa karıştırıcı olacağını düşünüyorum.”

Melez Anne 4: “Bir tek olumlu yanı varsa bence o da maddi kazanç. Çocuklara sorulmadan onlarla ilgili paylaşım yapılması bana doğru gelmiyor. Çocuk onu söyleyecek yaşta değil, çocuğun tercihi öyle mi olacak bilmeden annesi onunla ilgili paylaşımlar yapıyor.”

Melez Anne 5: “Belki kendileri için olumlu bir şey yapıyorlar. Ama ben kendi çocuğum için aynı şeyi yapmazdım. Çocuğun bu şekilde paylaşılmasını çok doğru bulmuyorum. İleride nasıl olur onun için bilemiyorum ama sonuçta kendi seçim değil. Tamamen reklam odaklı olarak çocukların kullanıldıklarını düşünüyorum. Bir kıyafet, bir ürün çocuk üzerinden pazarlanıyor. Link

paylaşıyor. Olumsuz bir bakışım mevcut bu duruma yönelik. Olumlu bakamıyorum.”

Melez Anne 6: “Fenomen annelerin amacı daha çok çocuklar üzerinden prim yapmak ve gelir sağlamak.”

Melez Anne 7: Ben aslında bu annelerin çok da şeffaf olmadıklarını düşünüyorum. Çocukları üzerinden gelir ve tatmin sağlamak amacıyla bunu iş olarak yapıyorlar. Hatta geçtiğimiz yıllarda bu annelerin televizyonda sosyal medyada bu içerikleri hazırlamak için çocuklarına resmen eziyet ettiklerini, yemek yemek istemeyen çocuklarına zorla yemek yedirildiği, işbirliği yaptığı markalar için o pazarlayacakları ürünü zorla çocuklarına yedirdiklerini, tattırdıklarını izlediğimiz videolar oldu. O annelerin gerçek yüzlerini izledik. O içerikleri oluşturabilmek için aslında çocuklar bir obje gibi kullanılıyor. Çocuğun yararı gözetilmiyor da o bir araçmış gibi kullanılıyor. Çocuklar o videonun konusu oluyor ürün tanıtmak için. Ama onların oluşturduğu içeriklerde sanki tüm zamanını çocuğuna adanmış gibi bir hayat görüyoruz. Tabii ki öyle değil. Samimi ve şeffaf değiller bu açıdan. Hatta üzücü bir şekilde çocuklar kullanılıyor. Yani burada önemli gibi gösterilen çocuk iken aslında önemli olan çocuğun o role nasıl girdiği, o videonun ne kadar izlendiği, ne kadar beğeni aldığı veya ne kadar etkileşim aldığı. O anneler o videoyu paylaşırken etkileniyorlar. Ne kadar tıklanmış, ne kadar beğeni almış, ne kadar etkileşim sağlamış gibi.”

Melez Anne 8: “Doğru olmadığını düşünüyorum. Mahremiyet ve çocukların üzerinde para kazanma düşüncesi benim ebeveynlik değerlerimle örtüşmüyor.”

Melez Anne 9: “İyi para kazanıyorlar ki çocuk bu kadar göz önünde bulunuyor. Fena bence. Çocukların üzerinden satış olayını sevmiyorum. Çocuğu gösterip tencere satanlar bile var ilginç bir şekilde.”

Melez annelerin konuya ilişkin bu görüşlerinden hareketle, Instagram’da dijital içerik üreten annelerin her ne kadar yaptıkları paylaşımlardan olumlu etkilendikleri belirtilse de yapılan işten çocukların zarar görmesi sebebiyle bakış açılarının olumsuz olduğunu görülmüştür. Genel olarak bakıldığında, 10 anneden 9’u çocukların, bu platformda içerik üretici anneler tarafından reklama konu edildiği, çocukların araçsallaştırıldığı, nesneleştirildiği ve böylece sosyal medyada göz önünde olan çocukların birey olma hakkının ellerinden alındığı ve birer imaja dönüştükleri konusunda hemfikir oldukları görülmüştür. Bu kapsamda Kızılkaya (2018) tarafından yapılan araştırmaya göre, sosyal medya mecralarında gözetleme kültürünün doğallaşmasıyla beraber sosyal medyadaki annelerin kişisel yaşamı ifşaya özendirdiği ve mahremiyet sınırlarının kişilerin kendi rızasıyla daraltıldığı belirtilmiştir. Başka bir deyişle, anneler ev ve aile yaşantılarına ilişkin mahremlerini bu mecra da sergilerken izleyici kitlesinin merakını diri tutmaktadır. Bunun sonucunda da takipçi bir ‘emtia’ olarak

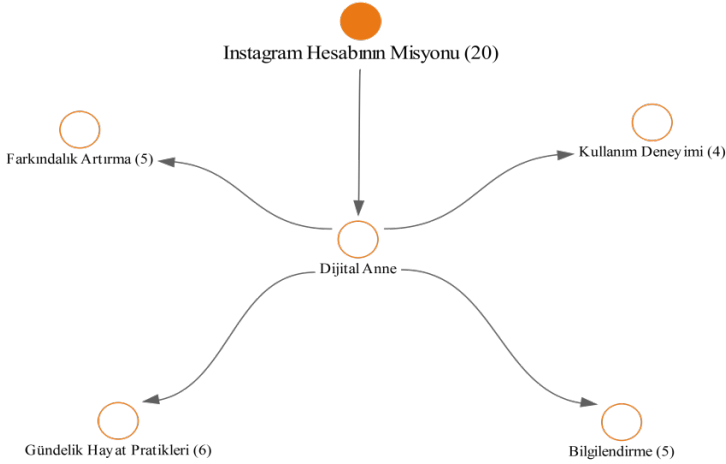
firmalara pazarlanabilmektedir. Bu tema altında da melez annelerin benzer düşüncelerine yer verilmiştir. Benzer sonuçlara ulaşılan Aktaş'ın (2019) araştırmasında, annelerin sosyal medyadaki paylaşımlarıyla çocuk haklarını görmezden geldikleri ve bu paylaşımlar sonucu çocukların haklarına zarar verecek boyutlara ulaşıldığı ortaya konmuştur.

Karahisar'ın (2017) araştırması da benzer olarak bu araştırma ile örtüşmektedir. Karahisar (2017) araştırmasında, sosyal medyada ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını kurguladıktan sonra paylaşım sunduklarını ifade etmektedir. Çocuğun rızasının olmadığı belirtilen araştırmanın sonuçlarına göre, durmadan fotoğrafı çekilen ve övgüler alan çocuğun psikolojisi değişmekte ve çocuklarının fotoğraflarını paylaşan anneler, yayınlanan bu fotoğraflardan nemalanmakta ve şöhret edinmektedir. Dursun'un (2019) çalışması da benzer sonuçlara sahiptir. Dursun çalışmasında, sosyal medyada çocuklarının özel anlarını paylaşan anneleri çocukları için ciddi bir tehdit unsuru olarak değerlendirmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre, ebeveynler sosyal medyada popülerlik uğruna çocuklarını da sosyal paylaşım sitelerine yüklemekte, çocuğuna özel sosyal medya hesabı açmakta ve onun adına paylaşımlar yapmaktadır.

Özetle, melez anneler, dijital içerik üreten annelerin yaptıkları işten olumlu etkilenseler dahi işin yapılış biçimine yönelik algılarının olumsuz olduğu görülmüştür. Burada çocuğun sürece dâhil edilmesi ve dijital içerik üretici annelerin süreçten maddi kazanımlar elde etmesi önemli bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, anneler kendi yaşantılarını paylaşım konu ederken çocuğun varlığı da bir değere dönüşmektedir. Dolayısıyla başta çocukları için annelerin kendilerinin birer tehdit unsuru yarattığının ortaya konması melez annelerin durumu olumsuz algılama nedenleri arasındadır. Görülmektedir ki, çocuğun nesne olarak değeri artarken 'özne' konumu kaybolmaktadır.

12. DİJİTAL ANNELERİN INSTAGRAM'DA SAHİP OLDUKLARI HESABA YÜKLEDİKLERİ MİSYON

Instagram Hesabının Misyonu teması altında dijital annelerin Instagram'da sahip oldukları hesaba yükledikleri misyona ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Dijital annelerin çocukları, annelikleri, günlük hayat pratikleri ve diğer pratiklere ilişkin bilgi ve deneyimlerini paylaştıkları hesaplarını nasıl tanımladıkları ortaya konmuştur. Sırasıyla *farkındalık artırma*, *gündelik hayat pratikleri*, *bilgilendirme* ve *kullanım deneyimi* gibi kategorilere ulaşılmıştır. Kategorilerin kavram haritasına Şekil 12'de yer verilmiştir.



Şekil 12. Dijital Annelerin Instagram'da Sahip Oldukları Hesaba Yükledikleri Misyonla İlişkin Kavram Haritası

Dijital anneler, Instagram'da sahip oldukları hesaplara ilişkin çoğunlukla hesabın bir misyonunun bulunduğunu ifade etmiştir. Dijital anneler, bu misyonu, *bilgi ve tecrübe paylaşımında bulunmak, anneliğin mizahi tarafını ifade etmek, farkındalık artırmak, kullanım deneyimlerini paylaşmak, motivasyon artırmak* olarak açıklamıştır. Dijital anneler sayfalarına ilişkin edindikleri misyonu da şu sözlerle ifade etmektedir:

Dijital Anne 1: “Ben bu hesabı tamamen delirmemek için açtım. Öncelikle kendim için açtım. Kusmuk lekeli tişörtü olan, sabahlıkla yatıp sabahlıkla kalkan, günü gecesi karışmış, her gün bir küçük fıstıklı helva yiyen, bebeğiyle bir bağ kurmaktan çok uzakta, uyusun da bir uyuyayım diye düşünürken delirmemek için el kaldırdım diyeyim. Ancak bu kadar kalabalık olduğumuzu bilmiyordum. Ben anneliğe mizahi bir taraftan bakmak istedim.”

Dijital Anne 2: “Kızımın yediği içtiği ile ilgili şeyler paylaşıyordum. Annemler de ne yediğini görsünler içleri de rahat etsin diye kurmuştum. Sonra da farklı insanlar sorular sormaya başlayınca O zaman kendime böyle bir misyon edinmeye başladım. Bildiğim bilgileri paylaşmaya başladım. İngilizce, İspanyolca, Almanca, Fransızca okuduğum bütün kaynakları paylaşmaya başladım. Türkiye’de beslenmeye ilişkin çok kafa karışıklığı vardı. Benim misyonum, vizyonum birincisi gıda güvenliği ve besin değeri, ikincisi çocuğun bir birey olduğu, çocuğun saygınlığı, çocuğun fikirlerinin, düşüncelerinin hepimizden önemli olduğu, hangi rengi giysin, nasıl davransın ne yapsın gibi bu çocukla ilgili hiçbir fikrinizin olamayacağını, hiçbir hak iddia edilemeyecek bir konu olduğunu özellikle bunları anlatmayı kendime misyon edindim.”

Dijital Anne 3: “Pandemi günlerinde sürekli evde olduğumuz için kızımın etkinlikler yapmaya başladım. Onunla etkinlik yaparken kendi sosyal

medyamda sadece arkadaşlarımla olduğu hesabımda paylaşmaya başladım ve çok büyük bir ilgi gördü. Kızım 15 aylıkken içerik üretmeye başladık ve düzenli olarak içerik üretmeye başladım. Sayfam çok hızlı büyüdü. Yaklaşık birkaç ay içerisinde 10 binlere ulaştı. Burada sadece kızım ve onun yaptığı etkinlikler yer alıyor.”

Dijital Anne 4: “Instagram hesabımı daha çok günlük hayat pratiklerimi aktarmak için kullanıyorum. Oğlumla nasıl vakit geçiriyorum? Neler yapıyorum? Ben neyi yemekten, neyi kullanmaktan keyif aldım bunları anlatıyorum. Bunları başkaları da görsün istiyorum. Instagram hesabımı bu şekilde kullanıyorum.”

Dijital Anne 6: “Ben hesabımda iki çocuğumla geziyorum. Hesabımda üstlendiğim bir misyon var. Çocukla hatta çocuklarla da ailecek çok rahat bir şekilde gezilebildiğini insanlara anlatabilmek için gezi-seyahat hesabı oluşturdum. Aslında çocuklu yaşamın hayatı kısıtlamayacağı, onların da duruma adapte olabildiği hatta onlarla birlikte çok rahatlıkla plan yapılabildiğini anlatmak istedik. Takipçilerimize paylaşımlarımızla bunu anlatmaya çalışıyoruz.”

Dijital Anne 7: “Hesabım kendi halinde olan bir anne ve eğitimci karışımı bir profile dönüştü. Özellikle farkındalık artırmaya çalışıyorum. Doğal kaynaklar, geri dönüşüm, SMA hastası çocuklar vb. Bir kitlem var ve bunu ben de birileri için bir şey yapabilirim şeklinde kullanıyorum.”

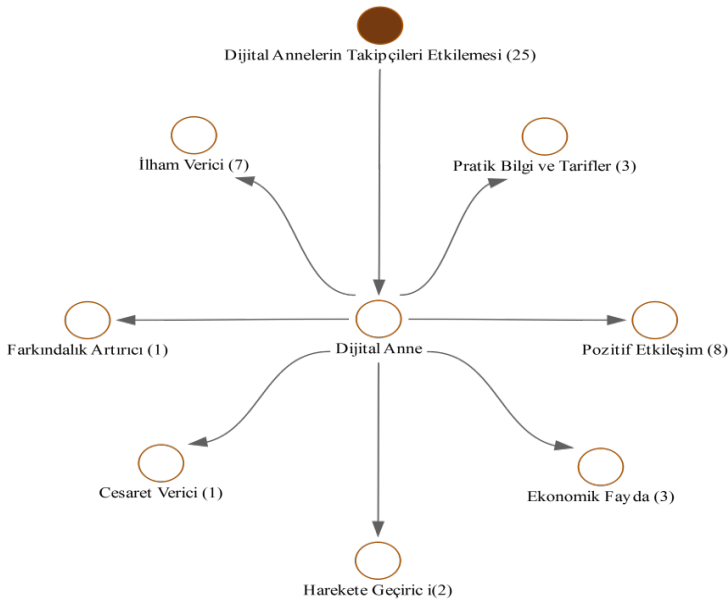
Dijital Anne 10: “Instagram hesabımı bilmediğim konularda öğrendiklerimi ve yarar gördüğüm her şeyi birilerinin öğrenmesi için kullanmak ve dijital olarak üretmek üzere yönetiyorum.”

Çocuklarının ve anneliklerinin takipçileri ile büyümekte olduğunu belirten dijital anneler, Instagram’ı aktif bir şekilde kullanmaktadır. Bu hem dijital anneler için hem de onları takip eden takipçi melez anneler için bir avantaj ve onların deyişiyle bazen de dezavantaj olabilmektedir. Olumlu ve olumsuz olarak birçok konuda iki grup arasında da etkileşimler karşılıklı olmaktadır. Şekil 10’da melez annelerin dijital annelerden olumlu ve olumsuz birçok yönden etkilendiğine dair görüşler yer almaktadır. Dijital annelerin de hesaplarına ilişkin paylaştığı görüşler melez annelerin belirttikleri görüşlerle benzer niteliktedir. Dijital anneler, çoğunlukla hesaplarının bir misyonu olduğunu bildirmekte ve hesaplarıyla ilgili görev ve sorumluluk üstlendiklerini belirtmektedir. Bu görev ve sorumluluğun melez anneler tarafından alınıldığı görülmüştür. Melez annelerin içerik üretici anneleri gördüğü noktada dijital anneler de kendilerini *bilgi kaynağı olma, farkındalık yaratma, kullanım ve deneyimlerini aktarma* sorumluluğunu üstlenerek sunum yaptıklarını bildirmiştir. Melez anneler, sadece gelenekselden ve sosyal bağlardan değil çağın getirisi olan dijital ortamlardan da beslenerek içerisinde bulunduğu açığı kapatmaya çalıştığı ifade

edilebilmektedir. Bu anlamda, dijital içerik üretici anneler, melez annelerin deyimiyle takipçi annelere çeşitli katkılar sunmaktadır.

13. DİJİTAL ANNELER TAKİPÇİ ANNELERİ NE YÖNDE ETKİLİYOR?

Dijital Annelerin Takipçileri Etkilemesi teması altında dijital annelerin Instagram’da kendi annelikleriyle ilgili paylaşımlarının takipçi anneleri nasıl etkilediğini düşündüklerine ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *ilham verici*, *farkındalık artırıcı*, *cesaret verici*, *harekete geçirici*, *ekonomik fayda*, *pozitif iletişim* ve *pratik bilgi ve tarifler* kategorilerine ulaşılmıştır. Kategorilerin kavram haritasına Şekil 13’te yer verilmiştir.



Şekil 13. Dijital Annelerin Takipçi Anneleri Nasıl Etkilediklerine İlişkin Kavram Haritası

Şekil 13’te de belirtilmiş olduğu gibi dijital anneler, kendilerine birçok rol ve misyon yüklemektedir. Farklı şekillerde sundukları annelikleriyle Instagram’da var olan dijital anneler, kendi annelik yapıp-etme biçimlerinin takipçi anneleri çoğunlukla pozitif yönde etkilediğini düşündüklerini ifade etmektedir.

Dijital anneler Instagram’da bulundukları konum dolayısıyla çeşitli şekillerde idealize edilebilmektedir. İçinde bulundukları yaşam tarzı, annelik etme biçimleri, çocukları ile olan ilişkileri gibi noktalar, takipçileri tarafından örnek alınabilmektedir. Dijital anneler kendilerine gelen geri dönüşleri yukarıdaki gibi açıklamış ve takipçilerin dijital anneleri konumlandırma biçimlerinin idealize edildiği Şekil 13 ile ortaya konmuştur. Dijital anneler takipçi anneleri çoğunlukla pozitif yönde etkilediklerini belirtmiştir. Takipçi

anneler ile aralarında çoğunlukla *pozitif etkileşim* bulunduğunu belirten dijital anneler, Instagram’da sundukları anneliğin, kendilerini takip eden annelere *ilham verdiğini* belirtmiştir. Melez annelerin Instagram’daki dijital annelerden etkilenme durumuna ilişkin kategorilerin yer aldığı Şekil 10’da çoğunlukla olumlu yönde etkilendiklerini belirtmelerine ilişkin kategorilerle durumu olumlu algıladıkları belirtilmiştir. Bu durumda dijital annelerin takipçileri nasıl etkilediklerine ilişkin düşünceleri ile melez annelerin ortaya koyduğu görüşlerin benzer olduğu, örtüştüğü görülmektedir. Dijital annelerin sosyal medyayı aktif bir bilgi ve deneyim paylaşım platformu olarak kullanmaları, takipçi olarak melez annelerin çeşitli bilgilere kolaylıkla ulaşabilmeleri açısından cazip geldiği görülmektedir. Takipçi anneler bilgi ve deneyim yönünden dijital annelerden faydalanırken; dijital anneler de bu süreçte daha fazla takipçiye ulaşabilme şansı elde etmektedirler. Anneliklerinin takipçilerine ilham verdiğini belirten Dijital Anne 1, Dijital Anne 2 ve Dijital Anne 6 bunu şu şekilde ifade etmektedir:

Dijital Anne 1: “Anneliğimin takipçilerimi etkilediğini çok net bir şekilde görüyorum. Bu pozitif yönde bir etkileşim aslına bakarsanız. Asıl alanım toplumsal cinsiyet eşitliği ve bu konuda takipçilerime ilham verdiğimi düşünüyorum.”

Dijital Anne 2: “Anneliğimin takipçilerime ilham verdiğini düşünüyorum. Yalnız değilmişim hissi çok önemli benim için. Takipçilerimin hayatında bir katalizör görevi görmek çok mutlu ediyor beni. Aynı zamanda onlar da benim hayatımda bir katalizör görevi görüyor. Kendimi güçsüz hissettiğimde güçlü olduğumu hatırlatmaları ve karşılıklı destek çok iyi geliyor bence bize.”

Dijital Anne 6: “Çocuklarımla olan ilişkiyi ve anneliğimi çok samimi ve eğlenceli bulduklarına dair çok fazla geri dönüş alıyorum. Ayrıca anne olmam, dahası iki çocuk annesi olmam ve iki çocukla geziyor olmamız takipçilerimi şaşırtıyor diyebilirim. Hep nasıl yaptığımı ilişkin dönüşler alıyorum. Çünkü yapılabildiğini görmek onlarda da bir ‘hadi’ enerjisi uyandırıyor.”

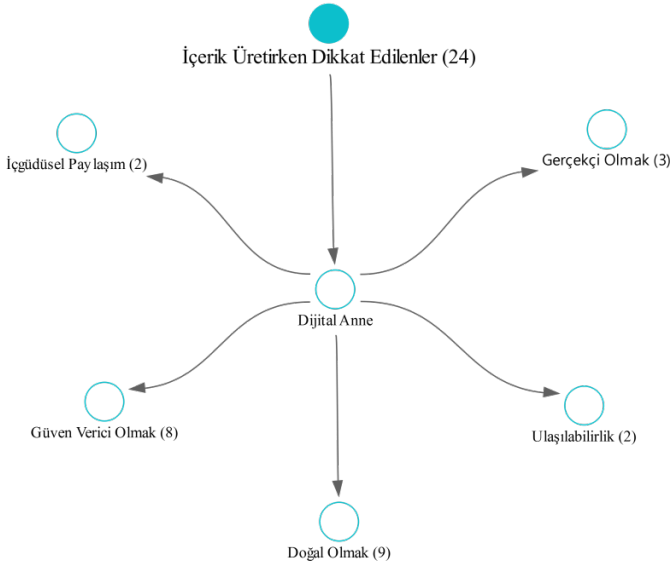
Dijital anneler çoğunlukla kendi deneyim ve bilgilerini, çocuklarına yönelik yaşadıkları tecrübelerden yol çıkarak bilgi aktarımı üzerinden hesaplarını sürdürdüklerini ifade etmektedir. Genellikle annenin hamilelik süreci ile beraber başlayıp, bebeğin büyümesiyle ve geçirdiği farklı evreler takipçilere sunulmaktadır. Böylece bu sanal ortamda maddi tüketim nesnelerinin yanı sıra annelik deneyiminin de tüketim nesnesi olarak sunulduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Ancak dijital anneler bunun tam karşısında negatif yorum ve eleştirilere de maruz kaldıklarını da ifade etmektedirler. Farklı annelik tarzları, çocuk yetiştirmeye ilişkin tek bir doğrunun olmayışı bu ve buna benzer birçok konuda birliğin bulunmayışı ve de bulunmayacak oluşu bu anneler üzerinde çeşitli baskılar yaratabilmektedir. Bununla ilgili olarak sadece bir dijital anne, anneliğine ilişkin kendisine gelen olumsuz ve anneliğini yargılayıcı geri dönüşten bahsetmiştir.

Dijital Anne 8: “Oğlum 8 aylıkken spora başladım ve onu da yanımda spor salonuna götürüyordum. ‘Orası pis mi? Aceleniz neydi? Çocuk daha küçük’ gibi olumsuz dönüşler aldığım çok oldu.”

Diğer dijital anneler olumsuz geri dönüş aldıklarını belirtse de daha çok olumlu dönüşlerin üzerinde durmaktadır.

14. DİJİTAL ANNELERİN İÇERİK ÜRETİRKEN DİKKAT ETTİĞİ UNSURLAR

İçerik Üretirken Dikkat Edilenler teması altında dijital annelerin Instagram hesaplarında içerik üretirken dikkat ettikleri unsurlara ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *içgüdüsel paylaşım*, *güven verici olmak*, *doğal olmak*, *ulaşılabilirlik*, *gerçekçi olmak* gibi kategorilere ulaşılmıştır. Bu kategorilerin kavram haritasına Şekil 14’te yer verilmiştir.



Şekil 14. Dijital Annelerin Instagram Hesaplarında İçerik Üretirken Dikkat Ettikleri Unsurlara İlişkin Kavram Haritası

Instagram’da takipçilerine ulaşırken, hesaplarında içerik oluştururken dikkat ettikleri birçok nokta bulunduğunu ifade eden dijital anneler, içerik üretirken daha çok *güven vermeye* ve *doğal* olmaya dikkat etmektedir. Takipçilerin sanal bir ortamda gerçek ve güvenilir hesaplarda var olmayı tercih ettiklerini ifade eden dijital anneler, bu sebeple güven vermenin önemli olduğunu ifade etmektedir. Dijital Anne 2 içerik üretirken daha çok hap bilgiler olmasına dikkat ettiğini şu şekilde ifade etmektedir:

Dijital Anne 2: “Hap bilgiler paylaşmaya çok özen gösteriyorum. Görünen, hemen anlaşılabilen yazılarla ürünleri paylaşmaya çok dikkat ediyorum. Çünkü

anneyiz ve çoğumuz uykusuzuz ve kafamız dalgın. Yapılacak bin tane işimiz var. O aralarda bir şeyler okuyalım, hızlı hızlı alacağımızı alalım ve ondan sonra gidelim. Boş zamanım yok kafasındayım ben kendi adıma o yüzden biraz da bu yönde davranmaya özen gösteriyorum”

Sanal bir ortamın gerçekliğine aykırı olarak çoğu dijital anne *doğal* olmanın bu mecrada içerik paylaşımında önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Instagram gibi sanal bir mecrada tamamen doğal olmanın kolay olmadığını da belirten dijital anneler bu ortamda olabildiğince doğal kalmanın önemli olduğunu belirtmektedir. Çünkü burada içerik üreten bireyler aslında birer imaj yaratmaktadır. Instagram hesaplarının birer konsept ve misyonunun olması bunun önemli göstergelerinden biridir. Çünkü kimi dijital anne hesabı *annelik mizahı* yaparken kimisi *çocukla seyahat* etmektedir. Dolayısıyla burada yaratılan imajlar zaten takipçileri etkilemek, takipçilerin sayfada kalması ve potansiyel takipçi kimliğini koruması için önemli bir noktada bulunmaktadır.

Dijital anneler belirli bir imaj yaratmak ve takipçilerini etkilemek için içeriklerini buna göre düzenlemek ve buna göre kurgulamaktadır. Bu nedenle doğal olmak Instagram doğasıyla bu anlamda çelişebilen bir durum olarak görülmektedir. Ancak doğal olmayı amaçlayan bazı dijital anneler bunu şu yollar ile yaptıklarını belirtmektedir: kendi doğal ortamlarında, (evleri, iş yerleri gibi) mevcut konumlarında arka planı göstererek, takipçilerine karşı samimi bir tavırla yaklaşımları, günlük hayatlarına dair anlardan kesitler sunmak. Buna örnek olarak hesabında içgüdüsel olarak herhangi bir strateji gütmeyen paylaşımlar yaptığı belirten Dijital Anne 1, Dijital Anne 3, Dijital Anne 4, Dijital Anne 6, Dijital Anne 7 ve Dijital Anne 8 şunları ifade etmektedir:

Dijital Anne 1: “En büyük stratejim stratejisizliğim bence. Tamamen içgüdüsel. Paylaşım yapacağım saati öngörmüyorum. İçeriğime güveniyorum. Bir şey paylaşınca en çok beğeni alınan saatler diye bir şey var. Bunun için içeriğimi bekletmem.”

Dijital Anne 3: “İçerik üretirken samimiyete ve doğallığa önem veriyorum. Gerçekten kullandığım ürünleri öneriyorum. Ulaşılabilirlik adına her mesaja dönmeye gayret ediyorum.”

Dijital Anne 4: “Ben olmaya dikkat ediyorum. Bazen bir fotoğraf koyuyorum. Ama o fotoğraftaki biz değiliz. Kendim gibi göründüğümü hissetmediğimde o fotoğrafı koymuyorum. Geçenlerde bir video çekmiştim mesela. Ama ben kendime çok yapay geldim. Yani ben değilim o videodaki. Koymadım o yüzden. Bence doğallık önemli.”

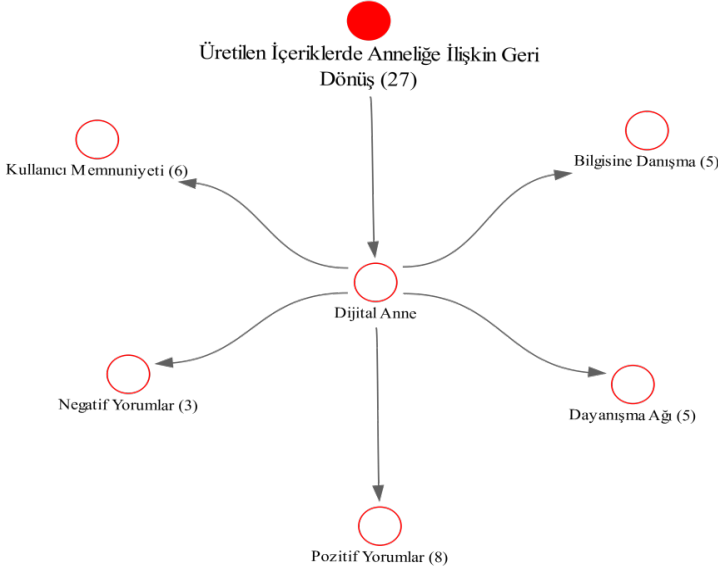
Dijital Anne 6: “Hesabımda içerik üretirken en dikkat ettiğim şey doğal olmak. Her şeyin doğal olmasını istiyorum. Sadece deneyimlediklerimi paylaşıyorum. Çünkü benim için dürüstlük çok önemli. Buna çok dikkat ediyorum.”

Dijital Anne 7: “Kesinlikle kendi istediğime göre hareket ediyorum. Bazı durumlarda takipçilerimden fikir alıyorum ama bunun sunumu tamamen bana kalıyor. Canım ne isterse diyebilirim.”

Dijital Anne 8: “İçerik üretirken doğallığa dikkat ediyorum diyebilirim. Her şeyin doğal akışında olmasına özen gösteriyorum.”

15. DİJİTAL ANNELERİN TAKİPÇİ ANNELERDEN ALDIKLARI GERİ DÖNÜŞLER

Üretilen İçeriklerde Anneliğe İlişkin Geri Dönüşler teması altında dijital annelerin Instagram hesaplarında ürettikleri içeriklerle ilgili özellikle de annelikleriyle ilgili ne gibi geri dönüşler aldıklarına ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *kullanıcı memnuniyeti*, *negatif yorumlar*, *pozitif yorumlar*, *dayanışma ağı* ve *bilgisine danışma* gibi kategorilere ulaşılmıştır. Kategorilerin kavram haritasına Şekil 15’te yer verilmiştir.



Şekil 15. Dijital Annelerin Ürettikleri İçeriklerde Anneliklerine Dair Aldıkları Geri Dönüşlere İlişkin Kavram Haritası

Dijital anneler hesaplarında ürettikleri içeriklerde özellikle anneliklerine ilişkin çoğunlukla pozitif yönde geri dönüşler aldıklarını belirtmiştir. Bu platformda takipçi anneler ile aralarında bir dayanışma ağı oluşturduklarını ifade eden dijital anneler, kendi anneliklerine ilişkin de çoğunlukla bu yönde geri dönüşler aldıklarını belirtmektedir. Dijital anneler özellikle, annelik ve çocuk büyüme konusunda ortak ilgilere sahip olunan takipçi anneler ile bir destek ağı oluşturduklarını ifade etmektedir. *Kullanıcı memnuniyeti*, *dayanışma ağı* ve *bilgisine danışma* gibi kategoriler dijital annelerin takipçi annelerden çoğunlukla aldıkları geri dönüşler olduğu görülmektedir. Buna ilişkin olarak

Dijital Anne 3, Dijital Anne 4, Dijital Anne 5 ve Dijital Anne 10 şunları ifade etmektedir:

Dijital Anne 3: “Hesabımı zaten bu anlamda kullandığım için inanılmaz olumlu bir dönüş var. Hatta bazen alacakları birçok şeyi bana sormadan almak istemediklerini dahi söylüyorlar. Şu ana kadar gerçekten hiç olumsuz bir dönüş olmadı.”

Dijital Anne 4: “Bebek arabası sormak için oluyor veya herhangi başka bir ürün. Memnuniyet soruluyor çoğunlukla. Biz de alacağız. Nasıl yapacağız? gibi geri dönüşler oluyor.”

Dijital Anne 5: “Nereden giyiniyor? Nereden aldınız? Bu konuda linkler veriyorum.”

Dijital Anne 10: “Her konuda kullandığım ürünleri aldıklarını belirten, bununla ilgili teşekkürlerini sunan yorumlar alıyorum.”

Takipçi annelerle aralarında bir dayanışma ağı bulunduğunu belirten Dijital Anneler ise;

Dijital Anne 1: “Bence çok tatlı görünmez bir dayanışma ağı kurduk takipçilerimle. Benim sayfamda yapmaya çalıştığım şey biraz da bu aslına bakarsanız. Annelikleriyle ilgili önce kendilerine oksijen maskesi takmaları konusunu elimden geldiğince ele alıyorum. Biraz işlerine yarıyorsa ne mutlu bana. Sadece çocukla olan bir şey değil annelik çünkü. Çocuksuz zamana olan ihtiyacın altını çizmeye çalışıyorum. Bu anlamda bunu pratiğe dökmeye çalışan çok fazla kadın var. Bu beni çok mutlu ediyor.”

Dijital Anne 2: “Genellikle anneliğimle ilgili açık olduğum, şefkatli olduğum, şanslı olduğum hem anne olarak hem de çocuk olarak iki taraftan da şanslı olduğum yönünde dönüşler alıyorum. Benim gibi olmak isteyen takipçilerim olduğuna dair geri dönüşler alıyorum. Bana genelde çok güzel çok mutlu edici yorumlar geliyor. O yüzden de Instagram benim için çok besleyici bir yer.”

Dijital Anne 8: “Çok güzel çok olumlu dönüşler alıyorum. Daha çok samimiyetime vurgu yapıyor. Beni ve sürecimi yüreklendirici oluyor yorumlar. Bu karşılıklı oluyor tabii ki.”

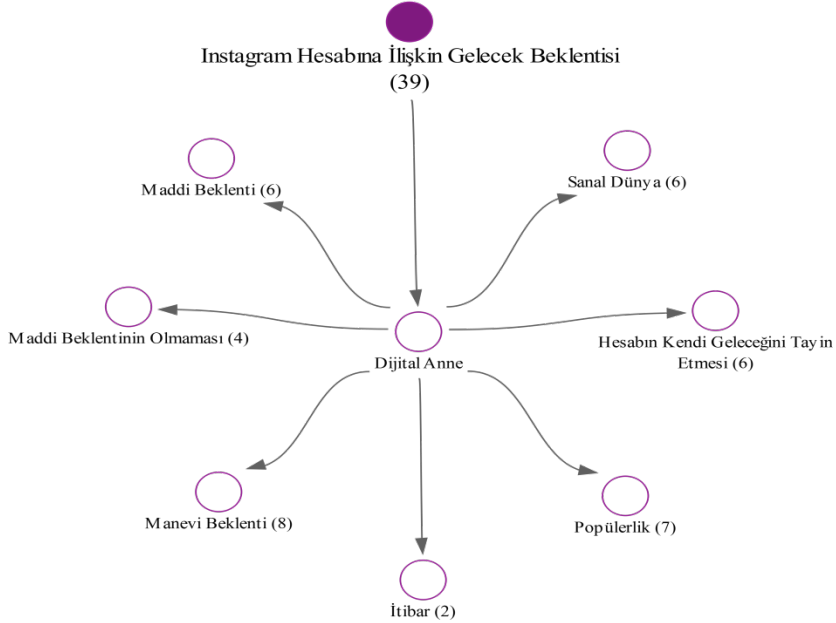
Dijital Anne 9: “Çocuğum ile olan ilişkimi eğlenceli buluyorlar çoğunlukla. Bu yönde geri dönüşler alıyorum anneliğime ilişkin.”

Modern toplumu “sıvı modernite” şeklinde ifade eden Bauman (2018) modern dünyayı sürekli değişen ve belirsiz bir yer olarak tanımlamaktadır. Bu dünyada insanların, ilişkileri, kimlikleri ve toplumsal bağları daha akışkan bir şekilde ve hızlıca değiştirebilir hale gelmiştir. Dolayısıyla bireyler modern dünyada var olabilmeleri ve geçici olmamaları için belli stratejiler geliştirmektedirler. Bireylerin oluşturdukları bu stratejiler onların kimliklerini, toplumsal bağlarını, birbirleriyle olan ilişkilerini de sürdürülebilir ve anlamlı

hale getirmeye odaklıdır. Bu kalıcılık stratejisinin aynı zamanda “anlam” arayışıyla da ilişkilendiren Bauman (2019) bireylerin geçici tatminler yerine derin ve anlamlı ilişkiler kurma hedeflerinin bulunduğunu ve bunun için de daha fazla çaba göstermeleri gerektiğine işaret eder. Bu kapsamda dijital annelerin Instagram’da annelikleri üzerinden bir kalıcılık stratejisi yaratmış oldukları belirtilebilmektedir. Çünkü annelik ve daha kapsamlı olarak da ebeveynlik günümüz insanının sosyal medya aracılığıyla daha fazla kuşatıldığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital anneler ve takipçi annelerin birbirleri ile bu anlamda daha kalıcı, daha dayanıklı ve uzun süreli ilişkiler kurmak için buldukları yollardan biri olduğu söylenilebilmektedir.

16. DİJİTAL ANNELERİN INSTAGRAM HESABINA YÖNELİK GELECEK BEKLENTİLERİ

Instagram Hesabına İlişkin Gelecek Beklentisi teması altında dijital annelerin Instagram hesaplarıyla ilgili ne türden bir gelecek beklentisine sahip olduklarına ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla, *maddi beklenti*, *maddi beklentinin olmaması*, *manevi*, *itibar*, *popülerlik*, *hesabın kendi geleceğini tayin etmesi* ve *sanal dünya* gibi kategoriler ortaya çıkmıştır. Kategorilerin kavram haritasına Şekil 16’da yer verilmiştir.



Şekil 16. Dijital Annelerin Instagram Hesabı ile İlgili Gelecek Beklentisine İlişkin Kavram Haritası

Dijital annelerin hesaplarına ilişkin gelecek beklentisinin daha çok *manevi* yönde olduğu bulgulanmıştır. Manevi beklentiği dijital anneler, *görünür olmak, takipçilerle iletişimde olmak, takipçilerle düzenli olarak etkileşimde kalmak, samimiyet, yakınlık, merak edilmek ve talep edilir olmak* şeklinde açıklamıştır. Bu durumda dijital annelerin Instagram’da görünür ve fark edilir olmaları önemlidir. Dijital Anne 1, Dijital Anne 2, Dijital Anne 3, Dijital Anne 5 ve Dijital Anne 8 bu durumu şöyle açıklamaktadır:

Dijital Anne 1: “Takipçilerimle aramda çok güzel bir bağ var manevi olarak. O samimiyeti yakaladığımı düşünüyorum. Mesaj kutumda aynı duyguları paylaştığımıza dair binlerce mesaj var. Bu manevi tatmin beni çok doyuruyor.”

Dijital Anne 2: “Burası aynı zamanda bir destek ağı benim için. Takipçilerimle birbirimize inanılmaz destek olduğumuz bir yer. Hem benim takipçilerime dokunduğum hem de onların geri dönüşleriyle bana dokunduğu bir yer.”

Dijital Anne 3: “Kızımı gerçekten arkadaşı gibi düşünen, onun ne yaptığını merak eden çocuklar ve anneler var burada. O hasta olduğunda ona dualar eden, iyileşsin diye kendi çocuğu gibi gören bir kesim var. Dolayısıyla burasının samimiyetine önem veriyorum.”

Dijital Anne 5: “Burada daha çok görülüyor daha çok duyuluyorum. Takipçilerle aramızda inanılmaz bir bağ var ve bu gerçekten çok samimi. Takdir görüp daha çok takip edilmek, daha çok etkileşimde olmak istiyorum.”

Dijital Anne 8: “Bu platformda olmaktan mutluyum. Güzel bir ilişkimiz var takipçilerimle ve manevi olarak kendimi çok doyurduğum bir mecra burası.”

Buna karşılık maddi bir beklentinin bulunduğunu yalnızca 6 dijital anne belirtmiş, 4 dijital anne ise geleceğe ilişkin maddi bir beklentisinin bulunmadığını ifade etmiştir. 7 dijital anne ise Instagram’da yer alan hesaplarına ilişkin olarak *popülerlik* beklentilerinin bulunduğunu ifade etmiştir. 6 dijital anne ise *hesabın kendi geleceğini kendisinin tayin edeceğini* ön gördüğünü ifade etmiştir

Dijital Anne 1: “İtibar diyemem ama popülerim evet. Bunu sokağa çıktığımda görüyorum. Çeşitli ortamlarda da görüyorum.”

Dijital Anne 3: “Dışarıda karşılaştığım zaman hissediyorum ‘popülerim’ diyebiliyorum. Çok aşırı bir takipçim olmamasına rağmen düzenli bir iletişimimiz olduğunu düşünüyorum.”

Dijital Anne 4: “İnsanlarla fikir alışverişinde bulunuyorum. Orada da farklı bir arkadaş çevrem olduğunu düşünüyorum. Sonuçta onların hepsi de benim arkadaşım. Onlarla da yeri geliyor mesajlaşıp dedikodu yapıyoruz. Bambaşka bir dünya. O samimiyeti daha da büyütmek istiyorum. Bu popülerlikse popülerim diyebilirim.”

Dijital Anne 6: “Açıkçası hesabımızın büyümesi ve eş zamanlı çocuklarımın da büyümesi onlara gençliklerinde hesabı devredebilmeyi ve hem ebeveyn

gözünden hem çocuk gözünden yeni hayatın inceliklerini anlatabilmeyi amaçlıyoruz. Bu anlamda bir itibar ve popülerlik kazandırdığını da düşünüyorum.”

Dijital Anne 10: “Popüler olduğumu düşünüyorum. Popüler oldukça da iş birlikleri artıyor. Bu yüzden ne kadar tanınırsan o kadar gelir artışın oluyor. Ben de daha çok popüler olmak için çalışıyorum.”

Geleceğe ilişkin bir öngörüsünün bulunmadığını belirten 3 dijital anne, hesabın neye evrileceğini zamana bıraktıklarını belirtmiştir. Hesabın geleceğinin zamana bıraktıklarını ifade eden dijital anneler, *akışına bırakmak, anda kalmak, farklı alanlara yönelme ihtimali, hesabın çocuk ile beraber büyümesi* gibi kodlarla bu kategoriyi şu şekilde açıklamıştır:

Dijital Anne 1: “Annelik mizahı yaptığım bir hesap. Şimdiden hesaba projeksiyon çizmek istemem. İki yıl önce yapmam dediğim birçok şeyi yaptım. Link vermem diyordum şimdi link veriyorum mesela. O yüzden farklı alanlara yönelmem mümkün olabilir.”

Dijital Anne 2: “Gelirlerimiz çok düştü. Maddi olarak Instagram’dan para kazanma beklentim de düşmeye başladı. Burası bir kariyer yeri değil. Beş yıl önce olmayan bir meslekti. Beş yıl sonra da olmayabilir. Dolayısıyla B planı C planı yapmak gerektiğini düşünüyorum. Henüz yapmadım. Ama ben akışta kalmayı seven, kendine o açıdan güvenen bir insanım. Beş yıl sonra bakacağım o zaman ne olacağına”

Dijital Anne 4: “Eskiden evin içerisinde kapalıyken şimdi yaptığı bir el işiyle, anneliğiyle ya da ne bileyim yaptığı herhangi akademik işiyle sosyal medyada kendisini duyurabiliyor insanlar. Bence sosyal medya daha da gelişecek bir alan. Ben açıkçası sosyal medyayı bir iş kapısı olarak görüyorum. Şu anda böyle ama gelecekte ne olur bilemiyorum.”

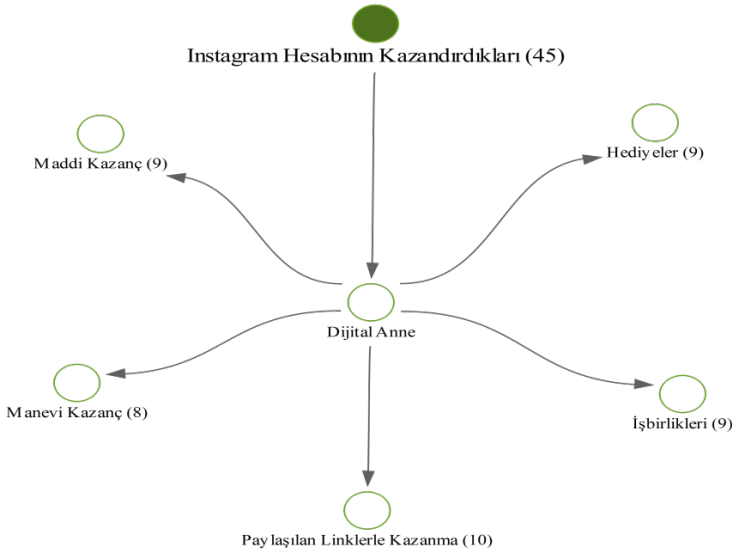
Dijital anneler, Instagram’ın sanal bir platform olduğunu ve bu ortamın içeriğine uygun davrandıklarını belirten katkılar sunmaktadır. Dijital anneler çoğunlukla bunu *sanal ve gerçek hayattan kopuk* oluşunu, *sabun köpüğü, internet yoksa Instagram yok ve sanal gerçek ayrımı* gibi kodlarla ifade etmektedir.

Dijital Anne 1: “İnternet kopunca, sosyal medyaya erişim bir şekilde kısıtlanınca sönen bir dünya burası. Bu ortamın senin itibarın, popülerliğin, hayatın, her şeyin olması çok korku verici bence. Instagram ailem diyorlar. Öyle aile mi olur? Fiş çekilince bitti gitti ailen. O yüzden biraz hastalıklı da bu durum. Her şeyi orada tutmamak da gerek. Bu bana daha sağlıklı geliyor.”

Dijital Anne 2: “Çok büyük bir destek ağı burası. Ama bir o kadar da sabun köpüğü. Benim arkadaşlarım Influencer değildir ya da onlardan oluşan bir cemiyetim yok. Benim arkadaşlarım dostlarım gerçek hayattadır. Ameliyat olacağımda yanımda kalacak arkadaşlarım var.”

17. DİJİTAL ANNELERİN INSTAGRAM HESAPLARININ KAZANCA DÖNÜŞMESİ

Instagram Hesabının Kazandırdıkları teması altında dijital annelerin Instagram hesaplarında ne türden bir kazanıma sahip olduklarını ve hesabın bunu ne şekilde kazandırdığına ilişkin kodlar ve kategoriler ışığında ortaya çıkan bulgular ve bulguların alanyazın ile tartışmasına yer verilmiştir. Sırasıyla *maddi kazanç*, *manevi kazanç*, *paylaşılan linklerle kazanma*, *işbirlikleri* ve *hediyeler* gibi kategoriler ortaya çıkmıştır. Kategorilerin kavram haritasına Şekil 17’de yer verilmiştir.



Şekil 17. Dijital Annelerin Instagram Hesaplarından Ne Türden Bir Kazanıma Sahip Oldukları ve Hesabın Bunu Ne Şekilde Kazandırdığına İlişkin Kavram Haritası

Dijital anneler çoğunlukla Instagram’daki hesaplarının kendilerine maddi kazanımlar sağladığını ifade etmişlerdir. Maddi olarak bu kazanımları ise; *markalar ile gerçekleştirdikleri işbirlikleri*, *markalardan gelen her türlü hediyeler* ve *hesaplarında çeşitli sitelere yönlendirdikleri linkler* yoluyla elde ettiklerini belirtmiştir. Dijital annelerin elde ettikleri maddi ve manevi kazanımlar, Instagram hesaplarının büyüklüğüne, etkileşim oranlarına ve içeriklerinin kalitesine bağlı olarak değişebilmektedir. Dijital anneler paylaştıkları linklerle, yönlendirdikleri sitelerle takipçilerine yardımcı olduklarını, bilgi ve deneyimlerini paylaştıklarını belirtmektedir.

Dijital Anne 2: “Instagram’ın tabii ki bir itibar kazandırdığını düşünüyorum. İnsanlar benden bahsederken ‘koskoca fenomendir o’ dediklerinde çok mahcup oluyorum. Çünkü kendimle ilgili hiç öyle bir algım yok. Para da kazanıyorum. İtibar da diyeyim. Ve evet popülerim.”

Dijital Anne 3: “Ciddi bir para kazandırma durumu var Instagram’ın. Ama bununla ilgili ileriye dönük olarak hiçbir plan yapmıyorum ben. Şu anı yaşıyoruz. Burası bizim için bir hobi alanı gibi bir mecra şu anda.”

Dijital Anne 4: “İtibar bence çok ince bir çizgide Yapılan bir paylaşım seni dibe de çökertebilir. Yukarılara da çıkartabilir. Bir gecede inanılmaz takipçi de kazanabilirsin. Ama bir gecede inanılmaz takipçi de kaybedebilirsin O yüzden ben Instagram’ın açıkçası böyle itibar kazandırdığını sanmıyorum. Sadece insanlar sempatik görüyorlar. Ben şu anda işbirliklerinden para kazanıyorum. Evet, link paylaşıyorum. Linklerle kazanıyorum.”

Dijital Anne 5: “Aktif olduğum sürece para kazanıyorum. Çok güzel paralar kazandım. Para haricinde tanınıyorsun. İtibar artıyor. Ama bunu iyi yönlü olması benim için çok önemli.”

Dijital Anne 6: “Instagram hesabım bana maddi olarak kazanç sağladı tabii ki. Ve sağlıyor. Bunun yanında manevi olarak da kendimi çok doyurduğum bir yer açıkçası. Şöyle diyebilirim biraz kazanç, biraz popülerlik, bolca yepyeni güzel insan kazandım.”

Dijital Anne 7: “İtibar olabilir çünkü anne olarak sadece bebeğimin ihtiyaçları ve kendi ihtiyaçlarım doğrultusunda hareket ediyorum. Hem maddi olarak hem de manevi olarak kazanımlarım var. Buradan para da kazanıyorum. Manevi olarak da bir doyum elde ediyorum ve bence takipçilerim de manevi bir doyum elde ediyorlar.”

Dijital Anne 8: “Para kazanmıyorum. Link veriyorum ama para kazanacağım linkler vermiyorum. Başka şeylerle uğraştığım için bu işi para için yapmıyorum.”

Dijital Anne 9: “Instagrama ilk girenlerden biri olarak paylaştığım içerikler yaşadığım döneme ait oldu. Hamileyken hamilelik, bebeğim ile anne-bebek, şimdi ön ergen oğlum ile spor vb. iletişimleri sağlıyorum. Bu süreçlerin her biri birilerine dokundu ve fayda sağladı. Ben kişilere fayda sağladıkça ben de kazandım. Popülerlik para kazanmama sebep oldu.”

Dijital Anne 10: “Kızımın ilk iki senesi kıyafet yönünden gelen hediyelerle geçti hep. Onun dışında maaşım kadar sosyal medyadan gelir sağlıyorum diyebilirim. İşbirlikleri ve hediyeler çok fazla oluyordu.”

Dijital anneler, çoğunlukla, ebeveynlik deneyimlerini takipçileri ile paylaşmaktadırlar. *Çocuk büyütmeye dair ipuçları, sağlık ve beslenme önerileri, oyun ve aktivite fikirleri* gibi konularda içerik üretmektedir. Anneliğin, annelik deneyiminin de kullanıma sunulduğu ve bu pratiklerin Instagram’da bir kazanca dönüştüğünü belirtmek yanlış olmayacaktır. Dijital anneler anneliğe ilişkin içerikler, paylaşımlar ve ürün işbirlikleri yapması sebebiyle annelik rolünün bu ortamda bir değer olarak kazanca dönüştüğü görülmüştür.

SONUÇ

Toplumsal yaşam bireylere birden fazla rol ve statüler yüklemektedir. Bu rol ve statüler kadınlar ve erkekler için farklılık göstermektedir. Bireylerin biyolojik cinsiyetlerinden ayrı olarak içinde bulunulan toplum tarafından şekillendirilen bu davranış ve sorumluluklar toplumsal cinsiyet rollerini oluşturmaktadır. Kadının toplumsal cinsiyetlendirilmesi ise içinde bulunulan toplumun ve kültürün kadına yönelik belirli rol ve statülerin yüklenmesi süreci olarak açıklanabilmektedir.

Tarihsel süreç içerisinde bakıldığında, anneliğin, kadının ‘tamamlayıcı roller’inden biri olduğu görülmektedir. 1970’li yıllarda başlayan feminist hareketler, kadının toplumdaki rollerini sorgulamış ve toplumda buna ilişkin bir farkındalık yaratmaya odaklanmıştır. Bu kapsamda kadınlar, toplum içerisinde yaşadıkları cinsiyet eşitsizlikleri, ayrımcılıklar, adaletsizlikler ve cinsiyet rolleri konusunda bilinçlendirilmeye çalışılmıştır. Bu hareketler sonrasında toplumda annelik rolüne bakışın, ona yüklenen anlamın ve onun uygulanış biçiminin farklılaştığı görülmüştür. Bu farklılaşmaya etki eden bir diğer faktör ise bilgi teknolojilerinde yaşanan dönüşüm ve dijitalleşmenin getirileridir.

Dijitalleşmenin bir getirisi olarak sosyal medya, bireylere kendi deneyim ve bilgilerini diğer bireylere anlatabilme imkânı sunmuştur. Farklı bir aktarım kültürüne sahip olan sosyal medya platformlarında kadınlar, annelik bilgi ve deneyimlerini, hamilelik ve doğum süreçlerini, çocuklarına ilişkin birçok farklı konuyu takipçileri ile paylaşımına sunmaktadır. Annelik rolü, geçmişte, önceki kuşakların bilgi ve deneyimleriyle aktararak yeniden üretilen süreç iken bugün bu durum sosyal medyanın da etkisiyle değişmiş görünmektedir. Dijital dünyanın getirileri ve sosyal medyanın bireylerin hayatında daha fazla yer etmiş olması, annelik rolü ve deneyiminin kamusal alanda sunulabilir ve inşa edilebilir hale getirmiştir. Sosyal medya kullanım oranı her geçen yıl daha da arttığı günümüzde, ‘gösteri toplumu’ndaki deyimle artık her şey meta dünyasıdır. Bireyler sosyal medyada görünür olurken aynı zamanda sistemin de metası haline gelmektedir. Dolayısıyla sosyal medyada meta olan her şeyin tüketildiği gibi, tüketim nesnesi olan her şeyin de metalaşması kaçınılmaz olmaktadır.

Bunun yanında, uzman olsun olmasın çocuk ile ilgili her konuda bilgiler aktarılmakta ve ideal ‘iyi anne’ veya ‘iyi baba’nın nasıl olması gerektiğine dair söylemler üretilmektedir. Buna ilişkin ‘ebeveynlik zirvesi’, ‘mutlu çocuk akademisi’, ‘pozitif iletişim-pozitif disiplin’ adı altında bireylere ‘idealleştirilmiş ebeveynlik’ sunulmaktadır.

Bu çalışmada geçmişten bugüne annelik pratik ve algılarının nasıl değişip dönüştüğü üç grup katılımcı anne üzerinden sunulmuştur. Çalışma kapsamında, geleneksel anneler, melez anneler ve dijital anneler olmak

üzere otuz katılımcı annenin annelik rolleri ve kimliklerine ne şekilde anlam yükledikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. ‘Melez anne’ kavramsallaştırılmasının literatürekazandırılması bakımından önemli olan bu araştırma, geleneksel ve dijital annelerin arasında kalan melez (hibrit) annelerin ‘annelik’ algılarını da ortaya koymaktadır. Literatür çalışmalarında sıklıkla yer bulan geleneksel ve dijital anneliğe ek olarak ‘melez’ anneliği de ekleyerek yapılan karşılaştırmalı analizlerde bir dizi sonuçlara ulaşılmıştır. Ortaya çıkarılan tüm tema ve kategorilerde ‘melez’ anne olmanın özelliklerinden olan gelenekseli dışlamayan, sosyal medyadan da kopmadan ortaya konan annelik pratikleri araştırma bulgularıyla da ortaya konmuştur.

Görüşme bulguları incelendiğinde, katılımcı annelerin kendilerini tanımlama biçimlerinde farklılıklar olduğu anlaşılmıştır. Buna göre, melez ve dijital anneler kendilerini meslekleri ile ön plana çıkarırken; geleneksel anneler kendilerini daha çok kişisel özellikleri ile ön plana çıkarmaktadır. Dijital annelerin meslekleri ile kendilerini daha çok tanımlamaları, dijital annelerin annelik rolleri ile mesleklerinin birleşmesi sonucunda bulundukları mecralarda daha etkili hale geldiklerini görülmüştür. Örneğin, mesleğinin, *editör* ve *çevirmen* olduğunu belirten anne, takipçilerine daha çok kitap önerileri vermekte, çocuklara ve yetişkinlere özel kitap içerikleri paylaşmaktadır. Bu kapsamda dijital annelerin meslekleri ile annelik rollerini bileştirmeleri kendilerini daha tanınır hale getirirken; annelikleriyle de daha görünür hale getirdiği belirtilebilmektedir. Bu durumun dijital annelerin Instagram’da bulunma motivasyonunu beslediğini söylemek mümkündür. Uzmanların ve uzmanlıkların önemli olduğu modern dönemde, kadınların ve annelerin uzman idaresinde bir süreç izledikleri gözlenmektedir. Dolayısıyla dijital annelerin uzmanı olduğu meslekleri ile bu platformlarda yer almaları takipçi anneler açısından da önemli görünmektedir. Bu dönemin uzman ve uzmanlık odaklı ilerlemesi, anneleri kendileri ve anneliklerine ilişkin risk almaktan kaçınmaya itmiştir. Bu doğrultuda dijital anneler için etiketlerin, herhangi bir konuda var olan uzmanlığın odakta olması; hitap edilen çevreyi de cezbetmektedir.

Araştırmanın bulgularına göre, gelenekselden günümüze annelik pratikleri, annelik etme yöntem ve biçimlerinin sosyal medyanın da etkisiyle farklılaşmış olduğu ortaya çıkmıştır. Dijital anneler bir yandan kendileri ve çocuklarına ilişkin deneyimlerini sosyal ağlarda paylaşırken kendileri üretim işçilerine dönüşmekte, çocuklar ise bu sistemin birer metası olmaktadır. Dijital anneleri takip eden melez annelerin ise Instagram’da sunulan anneliği çeşitli şekillerde alımladığı ortaya çıkmıştır. Kendilerine ve çocuklarına ilişkin dünyalarını kurgulanmış bir şekilde aktaran Instagram’da annelikleriyle var olan dijital anneler, melez anneler tarafından “kusursuz” olarak algılanmakta bu algı melez anneler üzerinde yoğun bir “ideal annelik” baskısı yaratmaktadır. ‘İdeal annelik’

baskısı melez annelerde ‘yetersizlik’, ‘vicdan azabı’ ve ‘eksik hissetme’ gibi olumsuz duygusal durumları açığa çıkarmaktadır.

Görüşme bulgularına bakıldığında anne olmaya yüklenen anlamın her bir katılımcı anne grubunda farklılaştığı görülmüştür. Anne olduktan sonra nasıl değiştiklerini aktaran geleneksel annelerin algıları daha çok bu sürece adapte olmaya yönelik iken; melez ve dijital annelerin sürece ilişkin fiziksel, psikolojik, duygusal, çevre ile ilişkilerin değişimine kadar birçok faktörde değişiklik yaşadıklarını ayrıntılı bir biçimde anlatmış ve bu süreci çoğunlukla olumsuz algıladıklarını ifade etmişlerdir. Geleneksel annelerin yaşanan olumsuz değişimlere rağmen sürece ilişkin olumsuzluk algılama oranlarının düşük olduğu söylenilebilmektedir. Buna karşılık melez ve dijital annelerin olumsuz durum algılama oranlarının sosyal medyanın da etkisiyle yüksek olduğu görülmüştür. Dijital annelerin anne olduktan sonra yaşadıkları değişimin olumsuz yönde oluşunun, 20. yüzyılda başlayan ve dijital dönüşüm ile birlikte bireylerin hayatına giren sosyal medyadaki ‘mükemmel annelik’ söylemlerinin de etkili olduğu söylenilebilmektedir.

Katılımcı anneler ile yapılan görüşme bulgularına bakıldığında geleneksel normlar çerçevesinde çocuklarını büyüten anneler, melez anneler ve dijital anne gruplarının anneliğe yüklediği anlamları da farklılaşmıştır. Geçmiş deneyim, bilgi ve tecrübeler etrafında çocuklarını büyüten geleneksel anneler yerini “modern” bakış açısıyla yetiştiren annelere bırakmıştır. Melez anneler ve dijital anneler, güncel bilgi ve iletişim teknolojilerinin takip edip, sosyal medya ve özellikle sosyal medyada takip edilen uzmanlar öncülüğünde çocuk yetiştirdiklerini belirtmektedir. Bu anneler için deneyimler ve geçmiş bilgi birikiminden ziyade bilimsel bilgi ön plandadır. Bu bilgilere ise çoğunlukla kitaplardan, sosyal medyadaki uzman paylaşımlarından ve kitle iletişim araçlarından ulaşılmaktadır. Geleneksel anneler ise annelik bilgisine çoğunlukla ‘kayınvalide’lerinden edindikleri bilgi ve tecrübelerden ulaştıklarını aktarmıştır. Dijital ve melez anneler için ‘kayınvalide’ faktörünün yerini bir anlamda ‘sosyal medya’ almaktadır.

Çocukların nasıl büyüdüğü katılımcı anneler için farklı anlamlar ifade ettiği görülmüştür. Geleneksel anneler için, çocuklar genellikle kendi hallerinde, ebeveyn desteğinden uzak ve nitelikli vakit geçirme açısından eksik büyütülürken; melez ve dijital anneler için nitelikli vakit geçirme ve ebeveyn desteği önemli bir noktada bulunmaktadır. Bu bakımdan, çocuğa ayrılan zamanın ve onunla nitelikli vakit geçirmeye olan ilginin yükseldiği söylenilebilmektedir. Çocuğa zaman ayırma ve nitelikli zaman geçirme konusunda melez ve dijital annelerin çoğunlukla çocuk odaklı olduğu görülmüştür. Öte yandan geleneksel anneler de, günümüzdeki annelerin nitelikli vakit geçirmeye yoğun çaba harcadıklarını ifade etmiştir. Bunun yanında bazı katılımcı anneler özellikle

geleneksel anneler çocukların geçmişte daha özgür büyüdüğüne işaret ederken; şimdiki çocukların dört duvar arasında ve teknolojik aletlerle büyüdüklarını belirtmektedir.

Araştırma kapsamında, “anneliğin” katılımcılar için ifade ettiğı anlamlarda da farklılaşmaların olduğu tespit edilmiştir. Geleneksel anneler için annelik, ‘yüceltilmesi gereken, kutsal’ olanı ifade ederken; melez ve geleneksel anneler için bunun tam tersidir. Geleneksel anneler için annelik daha çok ‘fedakârlığı’, ‘kendini adamışlığı’ ve ‘özverişi’ ifade ederken melez ve dijital anneler için daha çok ‘koşulsuz sevgiyi’, ‘sığınılacak liman olma’ özelliğini ve ‘karşılıksız sevgiyi’ ifade ettiğı anlaşılmıştır. Bu kapsamda, annelerin, annelik üzerinden kendilerini ifade ediş biçimlerinin değiştiğı gibi ‘çocuğa yüklenen anlam’ da değişmiştir. Bu anlamda anne olmaya ve annelik yapmaya yüklenen anlam ‘anneliğı kutsayan, yücelten’ söylemlerden ‘çocuğun yüceltildiğı ve kutsandığı’ bir duruma doğru şekillendiğı de ifade edilebilmektedir.

Katılımcı annelerin çocuklar büyütülürken nelere dikkat ettikleri, hangi konuların daha çok ön plana çıktığının da değişmiş olduğu belirlenmiştir. Geleneksel anneler için ‘inanç’ ve ‘ahlaki değerler’ daha çok ön plana çıkarken melez ve dijital anneler için ‘pozitif iletişim’, ‘çocuğun birey olarak görülmesi’, ‘zihinsel gelişimi’ ve ‘beslenmesi’ gibi konular ön plana çıkmaktadır. Tüm bunlara ilişkin melez ve dijital anneler özel bir gayret içerisinde olduklarını ifade ederlerken; geleneksel anneler için değerler eğitiminin verilmiş olması yeterli görülmektedir. Teknolojik çağ bu anlamda hem olumlu hem de olumsuz getirilere sahiptir. Dijital ve melez anneler için teknoloji, hem bir gereklilik hem de korunması gereken bir araç olmaktadır. Bu sebeple melez ve dijital anneler için teknolojik sınırlama dikkat edilen diğeri bir unsur olarak belirtilememektedir.

Katılımcı annelerin kendi çocukluklarına ilişkin deneyimleri ve kendi çocuklukları ile şimdiki kıyasladıkları zaman çoğunlukla yaşadıkları deneyimleri çocuklarına yaşatmamayı seçtiklerini belirtmişlerdir. Geleneksel, melez ve dijital anneler için de durum böyledir. Katılımcı annelerin çoğu çocukluklarında yaşadıklarını kendi çocuklarına yaşatmamayı seçmiş ve bir döngüyü kırmaya niyet ettiklerini belirtmişlerdir. Bu kapsamda, çocuk büyötmeye ilişkin bilgi ve deneyimlerin her dönemde değiştiğini ve o dönemdeki ebeveynlik etme yöntemlerinin geçerliliğini yitirerek bir sonraki nesle daha farklı bir biçimde aktarıldığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Melez annelerin, Instagram’da içerik üreten dijital annelerden hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendiğı ortaya çıkmıştır. Melez anneler bu etkilenmenin çoğunlukla olumlu yönde olduğunu bildirmektedir. Instagram’daki bu sosyal anneliğı ikiye ayırmak mümkündür. Instagram, olumlu olarak diğeri kişilerle etkileşim halinde olmaları annelerin sosyal destek duygularını ve sosyal bağlarını kuvvetlendirirken sosyal refahlarını da artırmaktadır.

Sosyal desteği azalmış annelerin depresyon riskinin arttığı belirtilmiştir. Olumlu yönde etkilendiğini bildiren melez anneler çoğunlukla, pratik bilgiler edinmekte, annelerin deneyimlerinden yararlanmakta ve çocukla yapılabilecek aktiviteler için fikir alışverişinde bulunmaktadır. Bunun yanı sıra olumsuz yönde etkilendiğini bildiren anneler de bulunmaktadır. Melez anneler, dijital annelerin kendilerinde ‘yetersizlik’, ‘eksiklik’ ve ‘suçluluk’ gibi duyguların ortaya çıkmasına sebebiyet verdiklerini bildirmektedir. Dolayısıyla bu anneler olumsuz duygularla baş başa kalabilmektedir.

Instagram’da hem kendilerine hem de çocuklarına ait anları ve çeşitli içerikleri paylaşan dijital içerik üretici anneler, kendilerine zamanla sanal bir dünya yaratmışlardır. Hem içerik üretip hem de ürettikleri içeriklerle takipçileri ile aralarında bir etkileşim alanı yaratan anneler, bu ortamda kimi zaman desteklendikleri gibi kimi zaman da olumsuz eleştirilerle karşılaşabilmektedir. Zamanla Instagram dijital içerik üretici anneler için bilgi alışverişi yaptıkları ve rahatlama alanı yarattıkları bir ortamken sonradan maddi kazanımlar elde ettiği bir mecraya dönüşmüştür. Instagram’ın bu anlamda sanal bir ortam olması, çatışmalar, benzerlikler, aykırılıklar ve mücadeleleri de beraberinde getirmektedir. İçerik üretici anneler de bu alanda performanslarıyla var olmaktadır. Bu kapamda dijital içerik üreten annelerin performanslarını sunuş biçimi, onları takip eden melez anneler tarafından çoğunlukla olumsuz olarak algılanmıştır. Genel olarak bakıldığında melez anneler, çocukların bu platformda içerik üretici anneler tarafından reklama konu edildikleri, çocukların araçsallaştırıldığı, nesneleştirildiği ve bireysel gelişimlerinin yeterince desteklenmediği, birer imaja dönüştükleri konusunda hemfikir oldukları görülmüştür. Buna ek olarak dijital anneler, kendilerini takip eden anneleri çoğunlukla pozitif yönde etkilediklerini belirtmiştir. Aralarında çoğunlukla, ilham verici, cesaret verici ve harekete geçirici bir ilişki olduğunu belirten dijital anneler, genellikle olumlu geri dönüşler aldıklarını belirtmektedir. Hesaplarında çoğunlukla kendi deneyim ve bilgilerini, çocuklarına yönelik yaşadıkları tecrübelerden yol çıkarak bilgi aktarımı yaptıklarını belirten dijital anneler, bu sanal ortamda maddi tüketim nesnelerinin yanı sıra annelik deneyiminin de bir tüketim nesnesi olarak sunduğu görülmektedir.

Sanal bir ortamda gerçekliğe aykırı olarak doğal olmanın bu mecra da kalıcı olmak için önemli olduğunu belirten dijital anneleri her ne kadar doğal olsalar dahi birer imaj yaratmakta takipçiler de yaratılan bu imajı izlemektedir. Burada yaratılan imajlar zaten takipçileri etkilemek, takipçilerin sayfada kalması ve potansiyel takipçi kimliğini koruması bakımından dijital anneler için önemlidir. Modern dünyayı sürekli değişen ve belirsiz bir yer olarak tanımlayan Bauman (2014) ilişkilerin, kimliklerin ve toplumsal bağların daha akışkan bir şekilde ve hızlıca değişebilir olduğunu belirtmektedir. Bireyler modern dünyada var

olabilmeleri ve geçici olmamaları için belli stratejiler geliştirmektedirler. Bu kapsamda dijital annelerin Instagram’da annelikleri üzerinden bir kalıcılık stratejisi yaratmış oldukları söylenebilmektedir. Çünkü annelik ve daha kapsamlı olarak da ebeveynlik günümüz insanının sosyal medya aracılığıyla daha fazla kuşatıldığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Instagram’dan dijital annelerin takipçi kitlesi ve hesaplarının etkileşim düzeyine bağlı olarak değişkenlik gösterse de bu platformdan ürettikleri içerikler sebebiyle maddi ve manevi olmak üzere çeşitli kazanımları bulunmaktadır. Bu kazanımları reklamlar, hediyeler ve işbirliği olarak adlandıran dijital anneler, burayı bir iş kapısı olarak görmektedir. Dolayısıyla, anneliğin, annelik deneyiminin de kullanıma sunulması Instagram’da bir kazanca dönüşmektedir. Anneliğe ilişkin içerikler, paylaşımlar ve ürün işbirlikleri yapması sebebiyle annelik rolünün kazanca, çocuğun ise bir metaya dönüştüğünü söylemek yanlış olmayacaktır.

Özetle belirtmek gerekirse, günümüzde annelerin annelik rolüne ilişkin beklenti ve algıları sosyal medya vasıtasıyla şekillenmektedir. Geleneksel, dijital ve melez annelerin annelik algı ve pratikleri karşılatırmalı olarak incelenmiş ve her bir anneliğin annelik algısının birbirinden farklı olduğu bulgulanmıştır. Uzmanlar, sosyal medya, yakın çevre ilişkileri ve bilimsel bilgiler günümüz anneleri için daha çok ön plandayken; geleneksel anneler için durum tam tersidir. Geçmiş bilgi ve deneyimlerin aktarıcısı pozisyonunda bulunan aile büyüklerinin yerini günümüzde sosyal medya ve uzmanlar almaktadır. Geleneksel annelerin anneliğe yönelik tutum ve algıları daha olumlu veya konuşmaya çok değer görülmezken, dijital ve melez annelerde bu durum tam tersidir. Annelik üzerine düşünülesi, çocuğun değeri ve günümüzdeki durumuna ilişkin olumlu yönde ciddi farklılıklar görülmektedir. Sosyal medyada dijital olarak var olan dijital anneler, bir taraftan takipçi anneleri olumlu yönde etkilerken diğer yandan annelik rolünü bu platformda dolaşıma sunarak metalaşmasına sebebiyet vermektedir. Annelik rolü metalaşırken çocuk sosyal medyanın bir nesnesi olduğu için araçsallaşmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abadan-Unat, N. (1969). *Toplumsal Değişme ve Türk Kadını. Türk Toplumunda Kadın* içinde. Araştırma, Eğitim, Ekin Yayınları ve Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayını: İstanbul.
- Abadan-Unat, N. (1982). *Türk Toplumunda Kadın*. Araştırma, Eğitim, Ekin Yayınları ve Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayını: İstanbul.
- Agassi J. B. (1975). *The Quality of Women's Work. Women and Management An Expanding Role* içinde. (Ed. Donald O'Jewell) The Free Press: New York.
- Akca, E. B., (2015) *Medyada Annelik Temsilleri ve Anne Savaşları: Haftanın Annesi Yarışma Programının Analizi*. Kadın/Women 2000 Kadın Araştırmaları Dergisi. 16(2): 91-112
- Akın, E. (1991). *Ananın Aile İçindeki Rolü*. (Türk Aile Ansiklopedisi cilt-1 içinde 111-114). T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu: Ankara.
- Akşit, E. E., (2005). *Kızların Sessizliği: Kız Enstitülerinin Uzun Tarihi*. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Aktaş, G. (2013). *Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak*. Edebiyat Fakültesi Dergisi,30,1.
- Aktaş, G. (2019). *Günümüz Toplumlarında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek* Hacettepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi, 36 (2), 253-271.
- Alkara, İ., (2021). *Sosyal Medya Kullanımının Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Bilecik Bursa Eskişehir Örneği*. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (9), 415-446.
- Altaş, B. (2018). *Tüketim Toplumunda Anneliğin Yeni Görünümleri*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi, Antalya.
- Atabek, G. Ş. (1999). *"Türkiye'de Anneler Gününde Yayımlanan Reklam Fotoğraflarında Annelik İmgesinin Değişimi (1955-1997)"*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Avçılar, M. Y. ve Açar, F. (2017). *Sosyal Medya Reklamlarında Ünlü Desteği Kullanımı: Mikro-Ünlülerin Yükselişi*. 15. Uluslararası Türk Dünyası- Sosyal Bilimler Kongresi, Sakarya, Türkiye, 1-14.
- Aziz, A. (1982). *Toplumsallaşma ve Kitleleşme Üzerine*. Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları No: 2: Ankara.
- Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri (1952). II. Cilt, Ankara.
- Badinter, E. (1992). *Annelik Sevgisi: 17. Yüzyıldan Günümüze Bir Duygunun Tarihi*. (çev. K. Çelik). Afa Yayınları: İstanbul.
- Badinter, E. (2020). *Kadınlık mı? Annelik mi?*. (çev. A. Ekmekçi), İletişim Yayınları: İstanbul.
- Bağlı, M. T. ve Sevim, S. A. (2007). *Popüler Anababalık: Aile Dergileri Üzerine Bir Araştırma*. (hızl.N. Ahioglu ve N. Güney), *Popüler Kültür ve Çocuk* içinde (s. 127-158). Dipnot Yayınları: Ankara.
- Bahar, B. (2019). *Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadının Annelik Rolü: Elisabeth Badinter ve Eleştirel Annelik Teorisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bakardjieva, M. (2003). *Virtual Togetherness: An Everyday-Life Perspective*. Media, Culture & Society, 25, 291-313
- Bal, S. (2014). *Reklamların Eskimeyen Yüzü "Muhteşem Annelik" Anneler Günü Reklamları Örneği*. İlef Dergisi, 1(2) (59-85).
- Bal N. (2019). *Instagramda Anneliğin Sunumu Üzerine Sosyolojik Bir Analiz*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Balaman, A. R. (1984). *Kırsal Kesimde: Aile Kurma, Çözme, Aile-İçi Etkileşim ve İlişkiler. Türkiye'de Ailenin Değişimi: Toplumbilimsel İncelemeler* içinde, (Der: N. Erder ve diğ.). Türk sosyal Bilimler Derneği 183- 21, Ankara.
- Balta, E. P. (2005). *Bitmeyen Çocukluk, Erken Yetişkinlik ve Yeni Kapitalizm*. Birikim, 192: 20-28.
- Bandura, A., (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs: New Jersey.
- Baş, T. ve Akturan, U., (2017), *Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri* (3. Baskı). Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Başak, S., Kınır, S. ve Yaşar, Ş. (2013). *Kadının Görünmeyen Emeği: İkinci Vardiya*. Rapor No: 01, ANKA Kadın Araştırma Merkezi: Ankara.

- Başaran, F., (1984). *Ailede Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutum Değişimleri. Türkiye’de Ailenin Değişimi Toplumbilimsel İncelemeler* içinde, (Der: N. Erder ve diğ.) Türk Sosyal Bilimler Derneği, 145-159, Ankara.
- Bauman, Z. (2000) *Liquid Modernity*. Polity Press: USA.
- Bauman, Z., (2014). *Modernite, Kapitalizm, Sosyalizm Küresel Çağda Sosyal Eşitsizlik*. Say Yayınları: İstanbul.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu: Söylenceleri/Yapıları*. Çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskinç. Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Bayraktar, S. (2011). *Makbul Anneler Müstakbel Vatandaşlar*. Ayizi Kitap: Ankara.
- Bayındır, B. (2017). *İletişimin İki Aşamalı Akış Modelinin Yeniden Yorumlanması*. Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 7(4), 599-610.
- Beauvoir, de S. (1974). *Kadın: Genç Kızlık Çağı*. (çev. Orhan Suda), Payel Yayınevi: İstanbul.
- Beauvoir, de S. (1975). *Kadın: Evlilik Çağı*. (çev. Bertan Onaran), Payel Yayınevi: İstanbul.
- Beck Gernsheim U., B. E. (2012). *Aşkın Normal Kaosu*. (çev. Nafer Ermiş), İmge Kitapevi: Ankara.
- Berkes, N. (1942). *Bazı Ankara Köyleri Üzerinde Bir Araştırma*. Ankara Üniversitesi Yayınları: Ankara.
- Bernard, H. R. (2006). *Researchs Methods in Anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Fourth Ednition. Walnut Creek (CA): Altamira Press.
- Bilton, T. vd. (2009). *Sosyoloji*. (çev. Kemal İnal), Siyasal Kitabevi: Ankara
- Bobel, C. (2010). *Natural Mothering*. Andrea O’Reilly (ed): Encyclopedia of Motherhood içinde. SAGE Publications: California.
- Boudon, R. vd. (2011). *Sosyolojik Düşünce Sözlüğü*. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Bora, A. (1998). *Türk modernleşme sürecinde annelik kimliğinin kurulması*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bozyiğit, B., Metin, İ. (2022). *Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketici Davranışlarına Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerinde Bir Araştırma*. Journal of Business in The Digital Age, 5(2), 180-193.
- Burç P. E. (2016). *Sosyo-Kültürel Bir Olgu Olarak Annelik: Dokuz Eylül Üniversitesi’ndeki Anne Akademisyenler Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Butler, J. (2017). *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi*. Metis Yayıncılık: İstanbul.
- Büker, S. ve Kıran, A. (2000). *Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Şiddet: Şiddetin Nesnesi Kadın*. (der. Nur Betül Çelik), *Televizyon Kadın ve Şiddet*, Ankara, KİV Yayınları, s. 281-316.
- Briffault, R. (1990) *Analar*. (çev. Şemsa Yeğin), Payel Yayınevi: İstanbul.
- Briggs, C. (1986). *Learning How to Ask: A Sociolinguistic Appraisal of The Role of The Interviewin Social Science Reserarch*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carter, D. (2016). *Hustle and Brand: The Sociotechnical Shaping of Influence*. Social Media+ Society, 2(3), 1-12.
- Cemal, M. (1996). *Eşitlikçi Toplamlar*. Belge Yayınları: İstanbul.
- Chae, J. (2015). “Am I a Better Mother than You?: Media and 21st-century Motherhood in the Context of the Social Comparison Theory.” Communication Research, 42(4): 503-525.
- Childe, G. (2001). *Kendini Yaratan İnsan: İnsanın Çağlar Boyu Gelişimi*. Varlık Yayınları: İstanbul.
- Chodorow, N. (1978). *The Reproduction of Mothering: Psychoanalysis and the Sociology of Gender*. University of California Press: Londra.
- Chodorow, N. (1979). *Mothering, Male Dominance, and Capitalism. Capitalist Patriarchyand The Case for Socialist Feminizm*. Z. R. Eisenstein (ed.). Monthly Review Press: London.
- Coleman, J. W. And Kerbo, H. R. (2003). *Social Problems: A Brief Introduction*. Prentice Hall: New Jersey.
- Collins, R. (2019). *The Credential Society: An Historical Sociology of Education and Stratification*. Academic Press: New York.
- Connel, R.W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. (çev. C. Soydemir), Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Cooley, C, H., (1902). *Human Nature and The Social Order*. Trow Directory Printing and Bookbinding Company: New York.

- Cooley, C. H., (1966). *Social Process*. Southern Illinois University Press: United States of America.
- Coward, R. (1995). *Şu Hain Kalplerimiz: Kadınlar Erkeklerle Neden Teslim Olurlar?* (çev. Aksu Bora), Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Crespi, I. (2003). *Socialization and Gender Roles Within The Family: A Study on Adolescents and Their Parents in Great Britain*. Catholic University of Milan: Italy.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. Eğiten Kitap Yayıncılık: Ankara.
- Çaha, Ö. (1996). *Türkiye 'de Sivil Toplum ve Kadın*. Vadi Yayınları: Konya.
- Çak, E. Ş. (2010). *Toplumsal Cinsiyet ve Feminizm Teorileri Bağlamında Türkiye 'deki Reklam Filmleri ve Popüler Müzik Videoları*. Yedi Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 2010 sayı-4. (101-110)
- Çelebi, N. (1990). *Kadınlarımızın Cinsiyet Rolü Tutumları*. Sebat Ofset: Konya.
- Çelenk, S. ve Timisi, N. (2000). *Yerli Dramalarda Kadın Temsili ve Şiddet*. (der. Nur Betül Çelik), Televizyon Kadın ve Şiddet. KİV Yayınları: Ankara.
- Çiftçi O. (1982). *Kadın Sorunu ve Türkiye 'de Kamu Görevlisi Kadınlar*. Sevinç Matbaası: Ankara.
- Davis A., (1994). *Kadınlar İrk ve Sınıf*. (çev. İnci Çeliker). Sosyalist Yayınlar: İstanbul.
- Debord, G. (2018). *Gösteri Toplumu*. (çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Demir, N. Ö. (2017). *Bireylerin Tüketimin Nesnesine Dönüşmesinde Sosyal Medya Etkisi*. Sosyoloji Konferansları, (55), 277-288.
- Demirbilek, S. (2007). *Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açından İncelenmesi*. Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi, 2007 Cilt: 44 Sayı: 511, (44-511)
- Dijk, V. Jan. (2018). *Ağ Toplumu: Alternatif Medya ve Toplumsal Hareketler*. (çev. Özlem Sekman). Kafka Yayınevi: İstanbul.
- Donath, O. (2015). *Regretting Motherhood: A Sociopolitical Analysis*. Journal of Women in Culture and Society, 40(2): 343-367.
- Donath, O. (2022). *Annelikten Pişman Olmak*. (Çev: Bilge Yalçın). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Donovan, J. (2019). *Feminist Teori*. (çev. Bora, A., Gevrek, M. A. ve Sayılan, F.). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Douglas, S. J. ve Michaels, M. W. (2004). *The Mommy Myth: The Idealization of Motherhood and How It Has Undermined All Women*. Free Press: New York.
- Dökmen, Z. (2010). *Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. Sistem Yayıncılık: İstanbul.
- Dönmez, Ş. (2000). *İ.Ö. I. Bin Yılı Orta Anadolu Çanak-Çömleğinde Ana Tanrıça Kültü*. Belleten, 64(241), 707-716.
- Dursun, C. (2019). *Ebeveynlerin Çocuklarını Sosyal Medyada Teşhiri: Çocuk Hakları Bağlamında Bir Değerlendirme*. Çocuk ve Medeniyet. 195-208.
- Ecevit, Y., (1995). *Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeginin Konumu. 1980'ler Türkiye 'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar içinde*. (Yayına haz. Şirin Tekeli). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Ecevit, Y., Karkın N., (2011). *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi*. Anadolu Üniversitesi Yayını. No: 2307: Eskişehir.
- Edgar, A., Sedgwick, P. (2007). *Kültürel Kuramda Anahtar Kavramlar*. Açılım Kitap: İstanbul.
- Eldem, B. (2006). *Fraternis: Kayıp Kitaplar Gizli Kardeşlik*. İnkılap Yayınevi: Ankara.
- Engel J. F., Blackwell R. D., Kollat D. T., (1978). *Consumer Behavior*. Hinsdale: Dryden Press.
- Engels, F. (1987). *Ailenin Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni*. (çev: Kenan Somer) Sol Yayınları: Ankara.
- Epstein C. F., (1971). *Woman Place: Options and Limits in Professional Careers*. University of California Press: Los Angeles.
- Er, A. (2004). *.1965-1975 Yılları Arasındaki Yerli Melodramlarda Annelik Figürleri*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Ergül, G., Yıldız, S., (2021). *Sosyal Medyada Sosyal Annelik: Instagram Anneliği*. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 11, (2): 611-627.
- Erişçi, L., (1951). *Türkiye İşçi Sınıfının Tarihi* (Özet olarak). Kutulmuş Basımevi: İstanbul.
- Ersoy, E. (2017). *Ana Tanrıça Kültü*. Düşün(ü)yorum Dergisi, Sayı:74 Haziran -2017

- Evans, D. (2008). *Social Media Marketing: An Hour a Day*. Wiley Publishing: Canada.
- Evrin, S. (1972). *Şahsiyet Alanında Psikososyolojik Bir Kavram Olarak Rol Sorununa Giriş*. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını: İstanbul.
- Eyer, D. E., (1994). *Mother-Infant Bonding: A Scientific Fiction*. Human Nature (Hawthorne, N.Y.) Vol. 5; ss. 69- 94
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (çev. M. Küçük), Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Fichter, J. H. (2012). *Sosyoloji Nedir?* (çev. Nilgün Çelebi). Anı Yayıncılık: Ankara.
- Firestone, S. (1979). *Cinselliğin Diyalektiği*. (çev. Yurdanur Salman). Payel Yayınevi: İstanbul.
- Foster, M. C. (2010). *Security Mom*. Andrea O'Reilly (ed.): Encyclopedia of Motherhood: Sage Publications.
- Furedi, F. (2013). *Paranoyak Anne Babalık: Uzmanları Dikkate Almamak Çocuğunuz İçin En İyi Olabilir*. İz Yayıncılık: İstanbul.
- Fraisse, G. (2005). *Cinsel Farklılık Felsefi Bir Tarihi, Kadınların Tarihi: Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı*. (çev. Ahmet Fethi), (ed. Georges Duby, Michelle Perrot). Cilt: IV. Türkiye İş Bankası Yayınları: İstanbul.
- Freberg, K., Graham, K., Mc Gaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). *Who Are The Social Media Influencers? A Study of Public Perceptions of Personality*. Public Relations Review, 37, 90–92.
- Freiburger, M. A. (2010). *Full-Time Mothering*. Andrea O'Reilly (ed): *Encyclopedia of Motherhood* içinde. SAGE Publications: California.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. Kırmızı Yayınları: İstanbul.
- Giele J. Z., (1977). *A Prolonged Search for Equal Rights. Women Roles and Status in Eight Countries* içinde. (ed. Janet Zolliger, Giele-J H. Smock). Interscience Publication United States: New York.
- Glenn E. N., (1994). *Social Construction of Mothering: A Thematic Overview. Mothering: Ideology, Experience and Agency*, ed. Evelyn Nakano Glenn - Grace Chang-Linda Rennie Forcey, Routledge, ss. 1-29. New York & London.
- Gram, M. ve Pedersen, H. D. (2014). *Negotiations of Motherhood- Between Ideals and Practice, Motherhoods, Markets and Consumption* S. O'Donohoe, M. Hogg, P. Maclaran, L. Martens ve L. Stevens (ed.). The Making of Mother, Motherhoods, Markets and Consumption: The Making of Mothers in Contemporary Western Cultures. (2014: 99-114) Routledge: London.
- Green, F. J. (2010). *Feminist Mothering*. Andrea O'Reilly (ed): *Encyclopedia of Motherhood* içinde. SAGE Publications: California.
- Gülmez, M. P. (2021). *Yeni Annelik Rollerin Sosyal Medyada İnşası*. Yayımlanmamış Doktora Tezi: Anadolu Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Günündi-Ersöz, A. (2016). *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi*. Anı Yayıncılık: Ankara.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe-Yöntem-Analiz* Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Gürçayır Teke, S. (2014). *Dönüşen Anneliğe Yönelik Netnografik Bir Analiz: Blogger Anneler*. Milli Folklor, 26 (103).
- Hager, T. (2011). *Making Sense of an Untold Story: A Personal Deconstruction of the Myth of Motherhood*. Qualitative Inquiry, 17(1): 35–44.
- Hansen, A., ve Machin, D. (2018). *Media and Communication Research Methods*. Bloomsbury Publishing.
- Hays, S. (1996). *The Cultural Contradictions of Motherhood*. Yale University Press: ABD.
- Henriques, M., Patnaik, D. (2020). *Social Media and Its Effects on Beauty, Cosmetic Science, Cultural Issues and Creative Developments*, DOI:10.5772/intechopen.93322.
- Hepkul, A. (2002). *Bir Sosyal Bilim Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1), 1-12.
- Hochschild, A. ve Machung, A. (2003). *The Second Shift*. Penguin Books: London.
- Hoffman L. W., ve Nye F. I., (1974). *Working Mothers*. Dossey-Bass Publishers: San Fransisco.
- Hu, Y., L., Manikonda, S. K., (2014). *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 595-598.

- Hufton, O. (2005). *Kadınlar; İş ve Aile. Kadınların Tarihi: Rönesans ve Aydınlanma Çağı ve Paradoksları* içinde (s. 25-52). Georges Duby, Michelle Perrot (ed.), (çev. Ahmet Fethi). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Husserl, E. (1995). *Kesin Bir Bilim Olarak Felsefe*. (Çev.: T. Mengüşoğlu). Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- Illich, I. (1996). *Gender*. Ayraç Yayınları: Ankara.
- Işık, S. Y. (2015). *Küresel Kültürel Değişim ve 'Yeni' Annelik: Ankara Kamil Ocak Mahallesi Örneği*. Eğitim Bilim Toplum Dergisi, Cilt:13/50 (s:48-75).
- İmamoğlu, E. O. (1991). *Aile İçinde Kadın-Erkek Roller*. Türk Aile Ansiklopedisi. Cilt 3, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu. Türkiye Yazarlar Birliği Vakfı: Ankara.
- İmamoğlu, O. (1993). *Değişen Dünyadan Değişen Aile-İçi Roller*. İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi: Cilt 0, Sayı 1. (58-68)
- İnan, A. (1968). *Atatürk ve Türk Kadın Haklarının Kazanılması: Tarih Boyunca Türk Kadınının Hak ve Görevleri*. M.E.B Devlet Kitapları Müdürlüğü: İstanbul.
- İnceoğlu, İ. Akçalı, E., (2018). *Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Araştırması*. TÜSIAD: İstanbul.
- Jung, C. G. (2005). *Dört Arketip*. Metis Yayınları: İstanbul.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1982). *Türkiye'de Çocuğun Değeri, Kadının Rolü ve Doğurganlığı*. (Ed. Nermin Abadan-Unat). *Türk Toplumunda Kadın* içinde (s.73-96). Araştırma, Eğitim, Ekin Yayınları ve Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları: Ankara.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1986). *Status of Women in Turkey: Cross-Cultural Perspectives*. *International Journal of Middle East Studies*, 18(4), 485-499
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1988). *İnsan ve insanlar*. Evrim Yayınevi: İstanbul.
- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Kansu, A. (1991). *Cinsiyet Rollerinin Sosyalleşmesi ve Aile Dinamiği: Kuşaklararası Bir Karşılaştırma*. T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Aile Yazıları, 3, 5(3)
- Kalkan, A. (2010). *Tanrının Bahçesinde Bir Kadın*. Bildik Yayın: İstanbul.
- Kalaycıoğlu, E. ve Sarıbay, A. Y. (2000). *Türkiye'de Modernleşme ve Politik Değişim*. Alfa Yayınları: İstanbul.
- Kamanlioğlu, M. (2007). *Feminist Perspektifte Özürlü Kadına Bakışın Sosyolojik Değerlendirmesi Üzerine Kuramsal Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi: Ankara.
- Kandiyoti, D. (1982). *Kadınlarda Psiko-Sosyal Değişim Kuşaklararası Bir Karşılaştırma*. (Ed. Nermin Abadan-Unat), *Türk Toplumunda Kadın* içinde (s. 311-339) Ankara, Araştırma, Eğitim, Ekin Yayınları ve Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları.
- Kandiyoti, D. (1984). *Aile Yapısında Değişme ve Süreklilik: Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım*. *Türkiye'de Ailenin Değişimi: Toplumbilimsel İncelemeler* içinde. Sosyal Bilimler Derneği, (15-33): Ankara.
- Kandiyoti, D. (1997). *Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar: Kimlikler ve Toplumsal Dönüşümler*. (çev. Aksu Bora, Feyziye Sayılan vd.). Metis Yayınları: İstanbul.
- Kaplan, M. Z. (2018). *Annelik Sosyalleşme ve Sosyal Medya: Instagram Örneği*. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Karaman, E. D., Doğan, N. (2018). *Annelik Rolü Üzerine: Kadının "Annelik" Kimliği Üzerinden Tahakküm Altına Alınması* Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 6(2) 1475-1496.
- Karahisar, T. (2017). *Çocukların Ebeveynler Tarafından Sosyal Medyada Nesneleştirilmesi ve Mahremiyetin İfşası*. Uluslararası Çocuk Hakları Kongresi. (ed. Özge Pınarcık, Miray Özen Danacı).515-525.
- Karakuş, M. (2022). *Sosyal Medyanın ve Online Alışveriş Sitelerinin Tüketici Davranışlarına Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Atatürk İletişim Dergisi(23), 1-8.
- Karkıner, N. (2006). *Tarımda Kadın ve Bazı Yapısal İlişkiler*. İktisat Dergisi, 469, 24-30.
- Kaya, N. (2018). *İyi Aile Yoktur*. İthaki Yayınevi: İstanbul.
- Kestenberg, J. S. (1956). *On the Development of Maternal Feelings in Early Childhood: Observations and Reflections*. The Psychoanalytic Study of the Child Volume XI. (257-292). International University Press: New York.

- Kıray, M. B. (2006). *Toplumsal Yapı Toplumsal Değişme*. Bağlam Yayıncılık: İstanbul.
- Kıray, M.B. (1982). *Küçük Kasaba Kadınları*. (Ed. Nermin Abadan-Unat), *Türk Toplumunda Kadın* içinde (s. 341-356). Ankara, Araştırma, Eğitim, Ekin Yayınları ve Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları.
- Kıray, M.B. (1982). *Sosyo-Ekonomik Hayatın Değişen Düzeni, Kendiliğinden Dört Köyün Monografik Karşılaştırılması*. Toplumbilim Yazıları. Gazi Üniversitesi Yayını: Ankara.
- Kırca, S. (2001). *Feminist Kültürel Çalışmalarda Kuram ve Yöntem Tartışmaları: Dünyadan Türkiye'ye Açılan Pencere*. Toplum ve Bilim, 14, 25-31.
- Kırkpınar, L. (2001). *Türkiye'de Toplumsal Değişme ve Kadın*. T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları: Ankara.
- Kızılkaya, Z. Z. (2018). *Sosyal Ağlarda Annelik: Youtuber Anneler Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kim, H. ve Jeong, J. (2016). *Effect of Celebrity Endorsement in Marketing of Musicals: Poster Versus Social Networking Site*. Social Behavior and Personality, 44(8), 1243-1254.
- Knibiehler, Y. (2005). *Vücutlar ve Yüreklar: Kadınların Tarihi: Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı* (s. 307-346). (çev. Ahmet Fethi). (ed.ler: Georges Duby, Michelle Perrot) Cilt: IV. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Kolankaya, T. (2001). *Türkiye'de Doğum Kontrolü Alanına Genel Bir Bakış: İstanbul'da Gerçekleştirilen Bir Araştırmanın İzlenimleri. Yerli Bir Feminizme Doğru* içinde (155-172). Sel Yayıncılık: İstanbul.
- Kotler, P., (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. International Edition, Prentice Hall: New Jersey.
- Kotler, P. ve Scheff, J. (1997). *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*. USA.
- Kottak, C. P. (2008). *Antropoloji: İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış*. (çev. Nejla Serpil Altuntek). Ütopya Yayınları: Ankara.
- Kristeva, J. (2013). *Seule Une Femme*. Éditions de l'aube.
- Kulaçoğlu, B. (1992). *Gods and Goddesses*. Kültür Bakanlığı Yayınları: Ankara.
- Kurt, A. (2016). *Dünden Bugüne Türk Ailesi*. Dünden Bugüne Türkiye'nin Toplumsal Yapısı içinde. 335-364. Dora Yayınları: Bursa.
- Lefaucheur, N., (2005). *Annelik, Aile ve Devlet, Kadınların Tarihi: Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru*. Cilt 5. (çev. Ahmet Fethi). (Ed.Georges Duby, Michelle Perrot) İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Li, R. (2018). *The Secret of Internet Celebrities: A Qualitative Study of Online Opinion Leaders on Weibo*. Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, p. 533-542.
- Lindsey, L. L. (2016). *Gender Roles A Sociological Perspective*. New York: Taylor & Francis Group
- Linton. R. (1936). *The Study on Man: An Introduction*. New York: Appleton-Century Company.
- Lipovetsky, G. (1999). *Üçüncü Kadın*. (çev. Filiz Nayır Deniztekin). Varlık Yayınları: İstanbul.
- Lippman, W. (1998). *Public Opinion*. Transaction Publishers: ABD.
- Macionis, J. J. (2012). *Sosyoloji*. Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Macionis, J. J. and Plummer, K. (2013). *Sociology: A Global Introduction*. Prentice Hall: London.
- Madge, C. ve O'Connor, H. (2006). *Parenting gone wired: empowerment of new mothers on the internet?*. Social & Cultural Geograph. Vol. 7-2.
- Maher, J., and L. Saugeres. (2007). *To Be or Not To Be a Mother?: Women Negotiating Cultural Representations of Mothering*. Journal of Sociology 43(1): 5-21.
- Maier, C. (2013). *No Kid: Çocuk Yapmamak İçin 40 Neden*. (çev. Z. Canan Özatalay). Esen Kitap: İstanbul.
- Maigret, Eric. (2016). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. (Çev. Halime Yücel). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (çev. Osman Akınay, Derya Kömürcü). Bilim Sanat Yayınları: Ankara.
- 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(7), 1509-1517.

- McLuhan, M. (2014). *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*. Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- Mead G. H. (1972). *Mind, Self and Society: From The Standpoint of A Social Behaviorist*. The University of Chicago Press: London.
- Mead, M. (1977). *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*. Brydone Printers: London.
- Meşe, İ. (2014). *Bir Sorunsal Olarak Popüler Yayınlarda 'İdeal Annelik' Kurgusu*. Muhafazakâr Düşünce, 11(41-42).
- Mill, J. S. (2009). *The Subjection of Women*. The Floating Press.
- Miller, A. (2017). *Suskunluk Duvarımı Yıkın: Olguların Gerçekliği*. (çev. Yusuf Şahin). Salon Yayınları: İstanbul.
- Miller, A. (2020). *Yetenekli Çocuğun Dramı*. (çev. Emine Avşar). Profil Kitap: İstanbul.
- Miller, T. (2010). *Annelik Duygusu: Mitler ve Deneyimler*. (çev. Gül Tunçer). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Millet, K., (2000). *Sexual Politics*. University of Illinois Pres: Urbana and Chicago
- Kaplan M. Z. (2018). *Annelik Sosyalizasyonu ve Sosyal Medya: Instagram Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mitchell, J., (1973). *Woman's Estate*. Penguin Books: U.S.A.
- Mitchell, J., (2000). *Psychoanalysis and Feminism: A Radical Reassessment of Freudian Psychoanalysis*. Perseus Books Group: New York.
- Mitchell, J., (2006). *Kadınlar: En Uzun Devrim*. (çev. G. İnal, G. Savran ve Ş. Tekeli). Agora Kitaplığı: İstanbul.
- Montaigne, de M. (2011). *Denemeler*. (çev. Sabahattin Eyüboğlu). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi: İstanbul.
- Negiz, N., Sallangül, S. (2024). *Kent Kamusalında Toplumsal Cinsiyet*. Nobel Yayınları: İstanbul.
- Oakley, A. (1985). *Sex, Gender and Society*. Gower Publishing Company: England.
- Odabaş, Y. Z. (2016). *Anneliğin Siyasal Alanda Yeniden İnşasının İlişkisel Sosyolojik Eleştirisi*. (ed. Aygül Kasapoğlu) *Uygulamalı İlişkisel Sosyoloji* içinde. Yeni İnsan Yayınevi: İstanbul.
- Odabaşı, Y. (1996). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*. Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları. No.2.
- Odabaşı Y., (2006). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*. Sistem Yayıncılık: İstanbul.
- Opitz, C. (2005). *Geç Ortaçağ'da Yaşam. Kadınların Tarihi: Ortaçağ'ın Sessizliği* içinde (s.255-299), (çev Ahmet Fethi). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Oppong, C., ve Abu, K., (1986). *A Handbook for Data Collection and Analysis on Seven Roles and Statuses of Women*. International Labor Office: Geneva.
- Ortaylı, İ. (1984). *Osmanlı Toplumunda Aile. Türkiye'de Ailenin Değişimi-Toplumbilimsel İncelemeler* içinde (s.79-89) Türk Sosyal Bilimler Derneği: Ankara.
- Ortaylı, İ. (2001). *Osmanlı Toplumunda Aile*. Pan Yayıncılık: İstanbul.
- Orton-Johnson, K. (2017). *Mummy Blogs and Representation of Motherhood: "Bad Mummies" and Their Readers*. Social Media + Society, 3(2), 1-17.
- Öz, İ. (2004). *Anne Baba Olma Sanatı*. Alfa Yayınları: İstanbul.
- Özbay, F. (1984). *Kırsal Kesimde Toplumsal ve Ekonomik Yapı Değişimlerinin Aile İşlevlerine Yansımaları. Türkiye'de Ailenin Değişimi: Toplumbilimsel İncelemeler* içinde. Sosyal Bilimler Derneği, (35-68): Ankara.
- Özbudun, S. (1995). *8 Mart'tan 8 Mart'a mı?*. Diyalektik Yayınları: İstanbul.
- Özgül, E. G. (2015). *Yanılsamalar Labirentinde Bir Yanılsama Olarak Özne. İletişimde Sosyal Medya, Sosyal Medyada Etkileşim* içinde (ed. Özlem Oğuzhan). Kalkedon Yayınları: İstanbul.
- Özsoy, A. (2015). *Yerli Televizyon Dizilerinde Farklılaşan Toplumsal Cinsiyet Temsilleri Üzerine Bir Tartışma. Toplumsal Cinsiyet ve Medya Temsilleri* içinde (der. Şahinde Yavuz), Heyamola Yayınları: İstanbul.
- Pantel, P. S. (2005). *Kadın Temsilleri. Kadınların Tarihi: Ana Tanrıçalardan Hristiyan Azizelere* içinde (s. 66-75). (çev Ahmet Fethi), Cilt: I. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Parsa A, ve Akmeşe Z. (2019). *Sosyal Medya ve Çocuk İstismarı: Instagram Anneleri Örneği*. KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi, 5(1), 163 - 191. 10.21798/kadem.2019153622

- Parsons, T. And Bales R. F. (1955). *Family Socialization and Interaction Process*. USA, The Free Press
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA, Sage.
- Pernoud, L. (1988). *Bir Çocuk Bekliyorum*. (çev. Koray Denizyaran) Kadının Kitaplığı:
- Pharr, S. J., (1977). *Japan: Historical and Contemporary Perspectives. Woman Roles and Status in Eight Countries* içinde (ed. Janet Zolliger, Giele –J H. Smock). Interscience Publication: New York.
- Philip Wylie, *Generation of Vipers* (New York: Holt, Rinehartand Winston, 1955).
- Piaget, J. (1972). *The Moral Judgement of The Child*. (Çev. M.Gabain,). Routledge&Kegan Paul Ltd: London.
- Piponnier, F. (2005). *Kadınların Dünyası. Kadınların Tarihi: Ortaçağ'ın Sessizliği* içinde (s.305-315), (çev Ahmet Fethi). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Pütter, M. (2017). *The Impact of Social Media on Consumer Buying Intention*. Journal of International Business Research and Marketing. Volume 3, Issue 1.
- Prono, L. (2010). *Alpha Mom*. Andrea. *Encyclopedia of Motherhood* içinde. SAGE Publications: California.
- Reed, E. (1994). *Kadının Evrimi: Anaerkil Klandan Ataerkil Aileye*. Payel Yayınları: İstanbul.
- Rich, A. (1995). *Of Woman Born: Motherhood as Experience and Institution*. Norton Company: United States of America.
- Ritzer, G. (2013). *Sosyoloji Kuramları*. (çev. Himmet Hülür). De Ki Basım Yayın: Ankara
- Ritzer, G. (2016). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek: Tüketim Katedrallerindeki Süreklilik ve Değişim*. Ayrıntı yayınları: İstanbul
- Roberts, C. W. (1997). *Semantic Text Analysis: On the Structure of Linguistic Ambiguity in Ordinary Discourse. Text Analysis Forth Social Sciences: Methods for Drawing Statistical Inferences From Texts and Transcripts* içinde. Lawrence Erlbaum Associates: New Jersey.
- Rousseau J. J. (2018). *Emile: Bir Çocuk Büyüyor*. (yayına haz. Ülkü Akagündüz). Selis Kitapları: İstanbul.
- Sabuncuoğlu, A., ve Gülay, G. (2014). *Sosyal Medyadaki Yeni Kanaat Önderlerinin Birer Reklam Aracı Olarak Kullanımı: Twitter Fenomenleri Üzerine Bir Araştırma*. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2014(38), 1-23.
- Sadıkoğlu, Z. Z., (2021). *Yoğun Annelik Algısı: Annelerin perspektifinden Çağdaş Ebeveynlik Kültür*. Alfa Yayınları: İstanbul.
- Saktanber, A., (1995). *Türkiye'de Medyada Kadın: Serbest, Müsait Kadın veya İyi Eş, Fedakar Anne. 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar* içinde. (Yayına haz. Şirin Tekeli). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Sami, Ş. (1996). *Kadınlar*. Gündoğan Yayıncılık: Ankara.
- Sancar, S., (2014). *Türk Modernleşmesinin Cinsiyeti: Erkekler Devlet Kadınlar Aile Kurar*. İletişim Yayınevi: İstanbul.
- Sarıtaş, A. ve Karagöz, Ş. (2017). *Sosyal Medya Kullanımının Tüketici Davranışlarına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Örneği*. Türk Eğitim-Sen 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum 6 (17) 359-374.
- Saruhan, O., (2021). *Instagram Girişimciliği: Instagram'dan Para Kazanma Sanatı*. Destek Yayınları: İstanbul.
- Schaefer, R. T. (2013). *Sociology*. Mc Graw-Hill Company: New York.
- Scott, J. W. (2005). *Kadın İşçi. Kadınların Tarihi: Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı* içinde. (çev. Ahmet Fethi). Türkiye İş Bankası Yayınları: İstanbul.
- Scott, J. W. (2007). *Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi*. Agora Kitaplığı Yayınları Feminist Kitaplık Dizisi: 7: İstanbul.
- Sencer, M., (1983). *Türkiye'de Çocuk ve Aile. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi* içinde. Cilt: 2. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Sencer, O., (1969). *Türkiye'de İşçi Sınıfı: Doğuşu ve Yapısı*. Habora Kitabevi ve Yayınları: İstanbul.
- Sevon, E. (2005). *Timing Motherhood: Experiencing and Narrating the Choice to Become a Mother*. Feminism & Psychology. 15(4): 461-482.
- Sine, R. ve Parlak Yorgancı, D. (2017). *Yeni Medya ve Metalaşan Annelik: Instagram Anneliği Üzerine Bir Odak Grup Çalışması*. Route Educational and Social Science Journal. V. 4(8).

- Sohn, A.M. (2005). *Fransa ve İngiltere’de İki Savaş Arası Dönem. Kadınların Tarihi: Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru* içinde. (çev. Ahmet Fethi). Cilt: II. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Stoller, R. (1984). *Sex and Gender The Development of Masculinity and Femininity*. Karnac Books: London.
- Sullivan, T. J. (2015). *Introduction to Social Problems*. Pearson Education: Boston.
- Swigart, J., (1992). *The Myth of The Bad Mother: Parenting Without Guilt*. Avon Books: New York.
- Şener, G., Kuş, G. (2015). *Büyük Birader’den Büyük Veriye Gözetim Toplumu. İletişimde Sosyal Medya, Sosyal Medyada Etkileşim* içinde (ed. Özlem Oğuzhan). Kalkedon Yayınları: İstanbul.
- Şenyapılı, T. (1982). *Economic change and the gecekondü family*. Çiğdem Kağıtçıbaşı, (ed.) Sex Roles, Family and Community in Turkey içinde, Bloomington, Indiana University Turkish Studies 3, pp. 237-248.
- Şimşek, E. M. (2016). “*Modernite, Postmodernite ve Bauman*”. Belge Yayınları: İstanbul.
- Tam, M. S. (2020). Sosyal Medya Etkileyicilerinin Kanaat Önderliği Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi 8,(2), 1325 – 1351.
- Tan, M. (1979). *Kadın: Ekonomik Yaşamı ve Eğitimi*. Türkiye İş Bankası Yayınları: Ankara.
- Tekeli, Ş., (1983). *Kadın. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi* içinde. Cilt: 5. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Timisi N., (1998). *Medya ve Kadın: Temel Sorun Noktaları. 20. Yüzyıl Sonunda Kadınlar ve Gelecek* içinde. No: 285.Todaie: Ankara.
- Trevino, M. B. (2010). *History of Motherhood: 2000 b.c.e. to 1000 c.e. Encyclopedia of Motherhood* içinde (s. 488-492). SAGE Publications: California.
- Trevino, M. B. (2010). *History of Motherhood: Ancient Civilizations. Encyclopedia of Motherhood* içinde (s. 516-519). SAGE Publications: California.
- Trevino, M. B. (2010). *History of Motherhood: Middle Ages. Encyclopedia of Motherhood* içinde (s. 520-523). SAGE Publications: California.
- Trevino, M. B. (2010). *Myth, Mothers in. Encyclopedia of Motherhood* içinde (s. 882-884). SAGE Publications: California.
- Tucker, J. E. (2014). *Eksiksiz Sevgi: Osmanlı Suriye’si ve Filistin’inde İslam Hukukuna Göre Annelik. Modernleşmenin Eşiğinde Osmanlı Kadınları* içinde (s. 230-249). Tarih Vakfı Yurt Yayınları: İstanbul.
- Türk Dil Kurumu. (2011). *Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu: Ankara.
- Türkdoğan, Ö. (2013). *Ana Akım Medyada Annelik Miti*. Kadın Araştırmaları Dergisi, 2(13), ss. 35- 59.
- Türkmenoğlu, H. (2014). *Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram*. Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, 2(4).
- Uğurlu, E. G. (2013). *Annelik Rolünün Öğrenilme Sürecinde Medyanın Yeri*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(34), 1-24.
- Uhlir, H. (2007). *Avrupa’nın Anası Anadolu*. Telos Yayıncılık: İstanbul.
- Uluğtekin, M. G. (2002). *A Sociological Analysis of Motherhood Ideology*. The Degree of Master of Science in Department of Sociology. Orta Doğu Teknik Üniversitesi: Ankara.
- Uzel, G. (2008). *Magazin Basınında ‘Anne’ İmgesi ve Annelik: Kelebek Magazin Eki Üzerinde Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.
- Ünsal, Z. K. (2007). *Ana Tanrıça’nın Kutsal Memesi, Psikanaliz Yazıları*, Baharlık Kitap Dizisi 14, İlkbahar. Bağlam Yayıncılık: Ankara.
- Varnalı, K. (2012). *Dijital Tutulma: Pazarlama İletişimi ve İnsan*. MediaCat Kitapları: İstanbul.
- Vassaf, G. (2020). *Cehenneme Övgü: Gündelik Hayatta Totalitarizm*. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Vatandaş C., (2007). *Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı*. Istanbul Journal of Sociological Studies (35), 29-56.
- Vatandaş, C., (2012). *SEKAM Araştırması Bağlamında Türkiye’de Aile Yapısı ve Problemleri*. Savrulan Dünyada Aile Sempozyumu (Sorunlar-İmkânlar-Çözümler) içinde. 49-101. SEKAM Yayınları: İstanbul

- Vatandaş, S. (2020). *Sosyalleşme ve Sosyalleşmenin Sosyal Medya Mecralarındaki Anlamsal ve İşlevsel Dönüşümü*. Erciyes İletişim Dergisi, 7(2), 813-832.
- Vecchio, S. (2005). *İyi Karı. Kadınların Tarihi: Ortaçağ'ın Sessizliği* içinde (s. 106-133). (çev. Ahmet Fethi). (Cilt: II.) Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Vincent M. (1977). *Toplum ve Kadının Kurtuluşu*. (çev. Bülent Arıbaş). Konuk Yayınları: İstanbul.
- Walker, S. (2010). *Co-Mothering. Encyclopedia of Motherhood* içinde. Sage Publications: California.
- Wang, X., Yu, C. ve Wei, Y. (2012). *Social media peer communication and impacts on purchase intentions: A consumer socialization framework*. Journal of Interactive Marketing, 26(4), 198-208.
- Weininger, L. Y. (1994). *Reconstructing Motherhood: The La Leche League in Postwar America*. The Journal of American History, Vol. 80, No. 4, (1357-1381).
- Winnicott, D. W. (2009). *Playing and Reality*. Routledge Classics.
- Winnicott, D. W. (2016). *Bireyin Gelişimi ve Aile*. (çev. Nur Nirven ve Nüket Diner). Pinhan Yayıncılık: İstanbul.
- Wollstonecraft M. (1993). *A Vindication of Rights of Woman*. Oxford University Press-Classics: New York.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Yıldırım, L., Eldeniz, L., (2022). *Sosyal Medya Ünlülerinin Takipçi Davranışlarına Etkisi*. Yeni Medya, (13), 401-417.
- Yılmaz-Demirci, T. (2015). *Osmanlı ve Erken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Modernleşmesinde Annelik Kurguları 1840-1950*. Cogito, 81: 66-91.
- Yunus Nadi, "Cumhuriyet Devrinde Kadın" Cumhuriyet (10 Ekim 1933).
- Zammuner, V. L. (1987). *Children Sex Roles Stereotypes: A Cross-Cultural Analysis. Sex and Gender* içinde (272-293). Sage Publications: London.

İnternet Kaynakları

- "The Truth about Mom Shaming" <https://www.beechnut.com/?s=mom+shaming> (2017) Erişim Tarihi: 22.07.2021
- (Facebook, How Instagram Boosts Brands and Drives Sales, www.facebook.com/business/news/insights/how-instagram-boosts-brands-and-drives-sales Erişim Tarihi: 08.06.2021
- We Are Social ve Hootsuite'in ortaklaşa düzenlediği "2021 Yılı Global Dijital Raporu" Erişim Tarihi 30.05.2021 <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
- Horovitz, B. (2007). Alpha Moms Leap to Top of Trend Setters. USA today. Retrieved from <https://go.gale.com/ps/i.do?p=ITOF&u=sdu&id=GALE|A161094914&v=2.1&it=r&sid=summon> Erişim Tarihi: 27.07.2021
- <https://www.aa.com.tr/tr/politika/kadinlarin-tbmmdeki-temsiliyeti-cumhuriyet-tarihinin-en-ust-seviyesinde/2064012> İnternet kaynağı kadınların meclisteki temsil oranı 23.05.2021tarihindeki erişim
- <https://www.dha.com.tr/amp/teknoloji/henuz-dogmamis-cocuklara-sosyal-medya-hesaplari-aciliyor/haber-1829870> Erişim Tarihi: 02.06.2021
- App Annie, A Look Back at the Top Apps and Games of the Decade, <https://www.appannie.com/en/insights/market-data/a-look-back-at-the-top-apps-games-of-the-decade/> Erişim Tarihi: 05.09.2022
- Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi: <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/TR-GMCS-2019.html> Erişim Tarihi: 23.06.2023
- Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (2021) Sosyal Bilimler Ansiklopedisi. <https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/anasayfa> Erişim Tarihi: 02.11.2024
- C. Lee and Y. Gonzalez. 2020. Where are the women warriors? Evidence for gender equality on the Mongolian steppe (209 BC to 840 AD). Canceled American Association of Physical Anthropologists annual meeting, Los Angeles.