

İnternet Çağında Gösteri Toplumu ve Popüler Annelik

Society of the Spectacle and Popular Motherhood in the Internet Age

Aşkın Yıldız

Dr. Adayı, Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi
rstaskinn@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4441-0904

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10466542>

Yıldız, Aşkın. "İnternet Çağında Gösteri Toplumu ve Popüler Annelik". İnşa 1 (Aralık/December 2023): sayfa/pp. 98-115.

İnternet Çağında Gösteri Toplumu ve Popüler Annelik

Öz: İnternetin toplumların hayatına bilgi teknolojisi olarak girişi, zaman içinde bireyi her yönüyle kuşatmış ve özellikle kültürel hayatta etkili olmuştur. Bilgisayardan sonra bilhassa cep telefonlarının ayrılmaz bir parçası olan internet, sosyal medya uygulamalarının ortaya çıkmasını sağlayarak iletişimi çok daha yaygın ve kolay hale getirmiştir. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar dünyanın herhangi bir yerinden takip edilebilirken, bu sayede kültürlerarası iletişim ve etkileşim artmıştır.

İnternet tabanlı bilgisayar teknolojisi, uydu sistemleri ve bilişim teknolojilerinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan ve tüm dünyada karşılık bulan sosyal medya, hemen her şeyin bir gösteriye dönüştürüldüğü popüler kültürün bir mecrası durumundadır. Öyle ki insanlığın en kadim kavramlarından olan annelik gibi bir değer bile sosyal medyada beğeni ve takipçi kazanmak uğruna feda edilebilmesi, anneliğin ve gösteri kültürünün internet sonrasında bir dönüşüm yaşadığını göstermektedir.

Özellikle Instagram'da yapılan paylaşımlar milyonlara varan beğeni ve takip almaktadır. Bu mânâda çocukların sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlarla bilinçli ya da bilinçsiz olarak kullanıldığı, istismara uğradığı durumlar yaşanmaktadır. Popüler anne, instamom ya da blogger anne olarak isimlendirilen bu kullanım şekli, anneliğin internet sonrası dönüşümünün bir sonucu olarak okunabilir. Annelik olgusunun sosyal medyadan sonra geçirdiği dönüşümü ortaya koymak amacıyla ortaya çıkan bu çalışmada takipçi sayısı yüksek beş fenomen anne hesabının paylaşımları görsel ve söylemsel olarak analiz edilmiştir. Çalışma, sosyal medyada anneliğin gösteri mantığıyla popüler bir tüketim unsuruna dönüştüğü sonucuna varmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fenomen annelik, popüler anne, instamom, gösteri toplumu, sosyal medya

Society of the Spectacle and Popular Motherhood in the Internet Age

Abstract: The introduction of the internet into the lives of societies as information technology has surrounded the individual in every aspect over time and has been especially effective in cultural life. The internet, which is an integral part of mobile phones after computers, has made communication much more widespread and easier by enabling the emergence of social media applications. While posts on social media can be followed from anywhere in the world, intercultural communication and interaction has increased.

Social media, which emerged as a result of the combination of internet-based computer technology, satellite systems and information technologies, and found a response all over the world; It is a medium of popular culture where almost everything is turned into a show. So much so that even a value such as motherhood, one of the most ancient concepts of humanity, can be sacrificed for the sake of gaining likes and followers on social media; It shows that motherhood and performance culture have experienced a transformation after the internet.

Especially posts made on Instagram receive millions of likes and follows. In this sense, there are cases where children are used and abused consciously or unconsciously through posts made on social media. This form of usage, called popular mother, instamom or blogger mother, can be read as a result of the post–internet transformation of motherhood. In this study, which aims to reveal the transformation of motherhood after social media, the shares of phenomenon mothers with a high number of followers were analyzed visually and discursively. The study concluded that motherhood has become a popular consumption element on social media with the logic of spectacle.

Keywords: Phenomenal motherhood, popular mother, instamom, society of the spectacle, social media

Giriş

Günümüzde internet o kadar yaygın ve önemli bir durumdadır ki, internetin olmadığı bir alan kalmamış gibidir. Başta ekonomi olmak üzere eğitim, kültür sanat, siyaset, iletişim, medya, bilim ve askeriye gibi hemen hemen insana dair tüm alanlar, internetle birlikte yeniden şekillenmiştir. İnternetin bu etkin gücü çağın belki de en önde gelen özelliğidir. Günlük yaşamda internetin en sık kullanılan alanı sosyal medya mecralarıdır. Neredeyse her akıllı telefon kullanıcısının bir şekilde sosyal medya kullandığı düşünülebilir. İnternet ve dijital alt yapısı sayesinde kullanıcıların, hızlı ve ucuz bir şekilde içerik üretebilmesi, çift yönlü iletişim kurabilmesi, karşılıklı etkileşim ve paylaşımda bulunabilmesi bir yeni medya formu olarak sosyal medyayı, radyo, televizyon ve sinema gibi geleneksel medya formlarından ayırmaktadır.¹ Bu özellikleri nedeniyle sosyal medyanın gündelik hayat içinde çok geniş bir kullanım alanı bulması beraberinde bazı sorunları da getirmiştir. Bireylerin sosyal medyada gösteri ve eğlence merkezli davranış sergilemeleri zaman içinde sınır tanımaz bir hal almıştır. Bunun sonucunda mahrem ve mahrem olmayan arasındaki sınır muğlaklaşmıştır. Yaşanılan dönemde kutsal ve manevi olan ne varsa sosyal medyada beğeni uğruna feda edilebildiği görülmektedir. İnsana dair eski kavram olarak ele alabileceğimiz annelik de bu anlamda sosyal medyada hoyratça kullanılmaktadır. Özellikle Instagram üzerinden açılan hesaplarda, anneler çocuklarıyla olan etkileşimlerini paylaşmaktadırlar. Bu paylaşımlar kimi zaman diğer anneleri bilgilendirme amaçlı olabilirken kimi zaman da

¹ Nazife Güngör, *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar* (Ankara: Siyasal Kitabevi, 2021), 401.

eğlence amaçlı olabilmektedir. Ancak bu paylaşımlarda çocukların mahremiyetleri, psikolojik durumları, gelişimleri, takipçilerin sosyal, kültürel ve ahlaki yapıları gibi birçok önemli konu görmezden gelinmektedir. Annelerin sosyal medyada beğeni ve takipçiler kazanıp tanınır hale gelmeleri, onlara popüler anne ya da fenomen anne gibi bir alan açarken, diğer taraftan anneleri ve çocukları birer tüketim nesnesine dönüştürmektedir.

Konuyla dolaylı olarak ilgili olduğu için özellikle gösteri toplumu kavramının internet ve sosyal medya etkisiyle dönüşümü ortaya konmaya çalışılacaktır. Ayrıca Instagram mecrasında geniş etkileşim alanı bulan ve popüler anne anlamında kullanılan instamom fenomeni, gösteri toplumu kavramıyla ilişkilendirilerek örnek olarak incelenecektir. Gösteri toplumunda popüler annelerin, Instagram üzerinden yaptıkları çocuk bakımı, çocuk eğitimi ve günlük aktivitelerin paylaşımları ve sebepleri incelenirken; bu paylaşımların, özellikle paylaşımı yapılan çocuklar, anneler ve takipçileri açısından nasıl sonuçlar doğurabileceğini ortaya koymak makalenin amaçları arasındadır. Takipçi sayılarının çokluğuna göre seçilen örneklerde yapılan paylaşımlar görsel ve içeriksel olarak analiz edilecek, kullanıcıların kimliklerini gizli tutabilmek adına isim ve belirleyici özellikler belirtilmeyecek, sadece paylaşım örnekleri incelenecektir.

Literatür taraması yapıldığında gösteri toplumu söz konusu olduğunda genel olarak Guy Debord'un *Gösteri Toplumu* çalışmasının referans alındığı görülmektedir. Popüler annelik başlığı, özellikle bebek ve çocukla ilgili sosyal medya paylaşımlarını içerdiğinden çocuk eğitiminin yanı sıra, pedofili, siber suçlar ve istismar gibi konuları da kapsamına alabilmektedir. Bu şekliyle disiplinler arası bir okumaya açık olduğu görülen çalışmanın sınırları fazlaca genişleyeceği için bahsi geçen başlıklar konuya dahil edilmemiş ve konu gösteri toplumu, sosyal medya ve annelik kavramları çerçevesinde sınırlandırılmıştır.

Blogger anne olarak da bilinen popüler anne kavramı, internet üzerinden annelik deneyimlerini paylaşan, diğer annelerle bir dayanışma kuran, çocuklarının gelişimlerini dijital olarak kayıt altına alan, etkileşim, iletişim ve pazarlama merkezi haline gelen sosyal medya annelik fenomeni olarak tanımlanabilir.² İçinde bulunduğumuz toplumda, hemen hemen tüm annele-

² Selcan Gürçayır Teke, "Dönüşen Anneliğe Yönelik Netnografik Bir Analiz: Blogger Anneler", *Milli Folklor*, 103 (2014),32-37.

rin akıllı telefonlar sayesinde, başka anneleri izleme, onları onaylama ve onlardan onay alma imkânları bulunmaktadır. Ne var ki sosyal medyanın bilgi, duygu ve yorumsal içeriklerinin gerçeklik ve doğruluğunun teyite muhtaç olduğu akıllardan çıkabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında blogger annelik olarak da bilinen popüler annelik olgusunun akademik bir çalışma üzerinden ele alınması konunun önemini ortaya koymaktadır.

Meselenin gündeme gelişinde şu üç hipotez öne çıkmaktadır: İlk olarak, sosyal medyada yapılan paylaşımlar üzerinden gösterilen ideal annelik, gösteri kültürü minvalinde anneyi ve çocuğu bir tüketim nesnesine dönüştürür. İkinci hipotez, internet ortamının geniş etkinlik alanı zaman içinde mahremiyetin sınırlarını muğlaklaştırır. Böylelikle yapılan paylaşımlarda gösteri, teşhir ve gözetim gibi durumlar belirsizleşirken özellikle çocuklar psikolojik ve fiziksel olarak istismara açık hale gelir. Üçüncü hipotez ise popüler anne paylaşımları iyi niyetle dahi olsa, takipçilerine yanlış yönlendirici bilgiler verebilmektedir.

Bu hipotezlerden yola çıkarak şu sorulara cevap aranacaktır: İnsanlığın en eski kavramlarından olan annelik ve evlatlık internet ve sosyal medya çağında, popüler kültürün tüketim nesnesine dönüşmüş müdür? Mahremiyet ile özel hayat kavramı ve algısı, internet ve sosyal medyada nasıl bir dönüşüme uğramıştır? Popüler annelerin yaptığı paylaşımlar çocuklar açısından ruhsal ve fiziksel olarak nasıl zararlara yol açabilir? Popüler anne paylaşımları takipçilerine eğitim, sağlık, beslenme ve çocuk gelişimi konularında yardımcı olabilir mi? Bu annelerin verdikleri bilgiler ve paylaşımlar diğer aileler için ne kadar uygulanabilir olabilir?

Debord'un çalışması dışında, konuyla ilgili doğrudan ve dolaylı ilgisi olan akademik çalışmalar bulunmaktadır. Mukadder Çakır *İnternette Gösteri ve Gözetim* adlı kitabında gösteri toplumuna ve kültürüne genişçe yer vermiş ve internetteki özgürlük alanını, teşhir, röntgen ve gözetleme gibi kavramları meseleyle ilişkili olarak ele almıştır.

Makalenin, gösteri toplumu kavramının internet çağındaki dönüşümünü, popüler annelik üzerinden ortaya koymaya çalışması literatüre bir katkı sunmaktadır. Bu anlamda ilgili kavramlar Guy Debord' un Gösteri Toplumu, Jean Baudrillard'ın Tüketim Toplumu ve Manuel Castells'in Ağ Toplumu kavram ve kuramlarıyla birlikte irdelenecektir. Ayrıca ilgili sosyal medya örnekleri bu doğrultuda incelenerek araştırma soruları cevaplanmaya çalışılacaktır.

Anneliğin sosyal medyada nasıl gösteri unsuru olarak kullanıldığını ortaya

koymak için öncelikle gösteri ve gösteri toplumu kavramlarının açıklanması yerinde olacaktır.

Gösterinin Anlamı ve Gösteri Toplumu

Günümüz dünyasında kültürler arası iletişim ve etkileşimin hızla artmasıyla benzeşen toplumlar ortak bir yaşam örneği sergilemektedirler. Spordan sanata, siyasi gündemden kültüre ve üretimden tüketime kadar hemen her şey eğlence temelinde gösteri amaçlı bir yaşama hizmet etmektedir. Seyir üzerine kurulan sinema, televizyon ve genel olarak medya eğlence odaklı üretimleriyle gösterinin gündelik hayatta yaygınlaşmasını sağlamıştır.³ Sosyal medya, eğlence odaklı gösterinin zirvesi olarak görülebilir. Tatil, gezi, yemek masaları, kafeterya sohbetleri, kültürel etkinlikler ve daha birçok benzeri etkinlik gösteriye dönüştürülerek paylaşılmaktadır. Geleneksel toplum anlayışında gösteri yapmak olarak algılanan ve çok da normal karşılanmayan bu paylaşım şeklini, sosyal medya normalleştirmekte ve hatta bir nevi sosyal medya diline ve kültürüne dönüştürmektedir.

Debord, gösteri üzerine altıncı deyişinde, gösteri toplumunu modern üretim süreçleriyle üretilen imajlar ve bu imajlarla çarpıtılmış, aldatılmış bir yanlış bilincin yeri olarak tanımlamaktadır.⁴ Yazara göre gösteri mevcut üretim tarzının hem sonucu hem de tasarısıdır. Gerçek, toplumun gerçek dışılığından can alıcı noktadır. Görüntü ve gerçek arasındaki ilişki, gösteri unsuru devreye girdiğinde görüntünün gerçekle arasına mesafe koyarak kendi gerçekliğini oluşturmasıyla sonuçlanmaktadır. Çünkü görüntüye dönüşen gösteri mutlaka bir kurgulama süreci ve çerçevelemeden geçmektedir. Bu sebeplerden dolayı gösteri odaklı görüntünün var ettiği gerçek, toplumun gerçek dışılığının ötesinde sahte bir gerçek durumundadır.⁵

Gösteri eğlence, enformasyon ya da reklamlarıyla toplumsal olarak hâkim olan yaşamın modelini oluşturmaktadır. Gösterinin biçimi ve içeriği, var olan sistemin koşullarının ve amaçlarının tümüyle aynen doğrulanmasıdır. Modern üretim dışında geçirilen zamanın esas bölümündeki meşguliyet olan gösteri, aynı zamanda da bu doğrulamanın sürekli mevcudiyetidir. Dolayısıyla

³ Mukadder Çakır, *İnternette Gösteri ve Gözetim* (Ankara: Ütopya Yayınevi, 2015), 53.

⁴ Guy Debord, *Gösteri Toplumu* (İstanbul: Ayrıntı Yayınevi, 1996), 19.

⁵ Eyüp Al, "Görüntünün Gerçeklikle Olan İlişkinin Kurgu ve Bağlam Açısından Tartışılması", *E Kurgu*, 27 (2019), 247–259.

la Debord gösteriyi, modern üretim süreçleri sonucunda ortaya çıkan eğlence temelli imajlarla çarpıtılmış toplum bilinci ve yaşamının onaylanması ve sürekli şekilde tekrar üretilmesine izin verilmesi olarak değerlendirmektedir.

Adorno'da gösteri, kültür endüstrisinin vazgeçilmez bir unsurudur. Kültür endüstrisi haz üretir ve bu haz gerçek değil yapaydır. Fiyakalı olay örgüleri ve görüntülerle sürekli bu gerçek haz geciktirilir. Adorno'ya göre bu gösteri, hiçbir zaman yerine getirilmeyecek bir vaatten ibarettir; tıpkı yemek yemeye gelen müşterinin menüyü okumakla yetinmesini beklemek gibidir.⁶

Adorno'ya göre kültür endüstrisi, sanatı metalaştırarak gündelik hayata nüfuz ettikçe toplumsal gerçeklik estetize olmaktadır. Sanat eserlerinin metaya dönüşmesi ve bu şekilde alımlanması gibi, tüketim toplumunda metanın kendisi de imgeye, temsile ve gösteriye dönüşmüştür.⁷ Dolayısıyla Adorno'nun vurguladığı kültür endüstrisinde gösteri toplumları manipüle eden içerik üretilmesiyle onlara bir doyum vermez ve sahte hazlar peşinde koşturur.

Hem Debord hem de Adorno gösteri kavramına eleştirel olarak yaklaşmışlar ve gösterinin kapitalist modern toplumlarda tüketimin itici gücü olarak işlev gördüğünü öne sürmüşlerdir. Genel olarak modern kapitalist toplumdaki üretim ve tüketim ilişkisinde gösterinin ekonomik, politik ve kültürel olarak merkezi bir konumda rol aldığını söylemek mümkündür. Kültür endüstrisinin sahte haz üretimi dizi, film, klip ve reklamlarda şiddetin ve cinselliğin estetize edilerek gösterilmesiyle devam edegelmiştir. Yıllar içerisinde toplum bilinci bu durumu normalleştirmiş ya da buna karşı koyamaz hale gelmiştir. Medya dili gösteri üzerine kurulmuş gibidir. Cinayet haberleri, terör olayları, skandallar ve sansasyon yaratan eylemler görsel bir gösteriye dönüştürülerek sunulurken; diğer yandan popüler olmuş ünlülerin hayatlarından kesitler aynı şekilde topluma iletilmektedir. Çakır'ın ifadesiyle gösteri onay, kabul ve itaat üretir. Gösteri, aynı zamanda güçlü olanın, güçlü görünmek isteyen gücünü pekiştirdiği, onaylatıldığı biçimsel sunum olarak görülebilir. Burada güç kavramı, gösteri sahibinin izleyene benimsetmek istediği bilgi, temsil ya da görünüm olarak anlaşılmalıdır.⁸

⁶ Theodor W. Adorno, *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2007), 72.

⁷ Adorno, *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, 38.

⁸ Çakır, *İnternette Gösteri ve Gözetim*, 85.

Baudrillard, toplum, kültür ve tüketim üzerine kaleme aldığı *Tüketim Toplumu* adlı eserinde kültürel yeniden çevrim kavramından bahseder. Yazara göre yeniden çevrim herkesin bilgisini dışlanmamak adına piyasaya sunma zorunluluğunu ifade eder. Buna göre her bireyin uyum göstermek ve dışarıda kalmamak için bilgisini sürekli geliştirmesi, temellendirmesi ve güncellemesi gerekmektedir. Örneğin moda kavramı yeniden çevrimlemeye uygun bir örnektir. Modada herkes her şeyden haberdar olmayı elbiseleri, eşyaları ve arabaları yıldıan yıla, aydan aya, mevsimden mevsime kendini yeniden çevrimlemeyi görev bilmelidir. Bu keyfi, hareketli ve çevrimsel bir güncellemedir. Kişiyi içkin niteliksel olarak hiçbir şey katmaz ama kişiyi bunu yapmaya zorlar.⁹ Yeniden çevrim modası geçmiş, yok olmak üzere olan ya da kullanımdan kalkan bir değer yeniden keşfedilip ikinci kez değer kazanma halidir. Bu değer yapmacık, sahte, göstermelik ve karikatürize olmasına rağmen bireyleri bunu yapmaya mecbur bırakır.

Doğanın, bedeninin, bilginin ve kültürün yeniden çevrimle geçici birer gösterge şekline dönüşmesi ve tüketimini zorunlu kılması kitle kültürünün en önemli özelliğidir. Yeniden çevrim kavramı gösteri kültürüyle doğrudan bağlantılıdır. Baudrillard'ın ifade ettiği şekilde bireylerin kültürel bir öğeyi ikinci kez kullanıma sokmaları aslında bir gösteri anıdır: "Aile çöküyor mu, aile yüceltilir. Çocuklar artık çocuk değil mi, hemen çocuk kutsanır. Yaşlılar yalnız mı, devre dışı mı, hemen hep birlikte yaşlılığa acınır" diyerek verdiği örnekler kültürel bir gösteriye dönüşen kültürel çevrimlerdir.¹⁰

Günümüzde böylesi bir gösterinin internetle birlikte hız ve yaygınlık kazanarak sınır tanımaz hale geldiği görülebilmektedir. İnternet en mahrem, özel ve yüce duyguları benzer bir sistemden geçirerek eğlencelik bir gösteriye dönüşmesini kolaylaştırmış, yaygınlaştırmış, hızlandırmış ve normalleştirmiştir. Bu minvalde kitle kültürü, endüstriyel kültür ve popüler kültür gibi kavramlarla ilişkili olarak ele alınan gösteri toplumunu internet çağıyla birlikte yeniden ele almak önemlidir.

⁹ Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu* (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1997), 117.

¹⁰ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 116.

İnternetin Toplumsal Varlığı

İnternet ortaya çıktığı andan itibaren çeşitli teknolojilerle birleşerek sürekli gelişmiş, büyümüş ve yaygınlaşmıştır. Aynı zamanda bilgisayar, telefon, televizyon ve dijital sistemlere eklenerek büyük ölçekli bir ekonomik alan oluşturmuştur. Böylesi büyük güce sahip olan bir teknolojinin hem olumlu hem de olumsuz yansımalarının olması kaçınılmaz olmuştur. İnternet etkileşim olanaklarını arttırmış, haber ve bilgi paylaşımını hızlandırmış ve bu anlamda geleneksel medyayı aşmıştır. Bununla birlikte internete ulaşabilen herkes herhangi bir ayırım yaşamadan eşit, kolay, ucuz ve hızlı bir şekilde onu kullanabilmektedir.¹¹ Dolayısıyla internetin akla gelen en önemli özelliği sosyal bölünmeleri aşarak, eşit ve demokratik bir ortam sağlayabilmesi gibi görünüyör.

İkinci olarak internet herkese görece özgürlük alanı sağlamaktadır. Bu özgürlük ortamı belirli kurallar ve sınırlarla çerçevelenmiş olsa da günlük hayatın kamusal düzeninden daha esnek bir ortam olduğu kabul edilebilir. Bu anlamda herkesin bilgiye dilediği gibi ulaşabilmesi mümkünken, yine herkesin herhangi bir bilgiyi üretip dolaşıma sokması da mümkün olmaktadır. Üstelik internet kullanımı için herhangi bir ortam ya da araç zorunluluğu bulunmamaktadır. Dileyen herkes herhangi bir yerde internete bağlanabilmektedir. Böylesi bir bilgi alışverişi internetin çift yönlü, etkileşimli ve akışkan olmasından kaynaklanmaktadır.

İnternet kullanıcılara duygu, düşünce ve etkinliklerini paylaşma fırsatı verir. Bu anlamda ifade özgürlüğünü genişletir ve kolaylaştırır. İnternet, kendine has özerk ve özgün bir kamusal alan kavramı oluşturmuştur. Kamusal alan bireylerin kimlik, kişilik ve düşünce dünyasıyla var olduğu, diğer bireylerle ve toplumla iletişim kurduğu alandır. Bu alan internette yeniden düzenlenmiş ve söz söyleme, tartışma, taleplerini dile getirme ve eleştirme gibi davranışları daha esnek, özgür ve özgün bir hale dönüştürmüştür.¹²

Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi* adlı eserinde enformasyon teknolojisi adını verdiği internet, mikroişlemci ve mikrobilgisayarların, 1970 öncesi yirmi yılın birikimi üzerine ortaya çıktığını söyler. Toplumsal bir ihtiyaçtan çok teknolojik bir yenilik olarak başlayan bu süreç yazarın deyimiyle kapitalizme yeni bir boyut kazandırmıştır. Enformasyon teknolojileri kapitalizme temel bir özellik

¹¹ Çakır, *İnternette Gösteri ve Gözetim Toplumu*, 19.

¹² Çakır, *İnternette Gösteri ve Gözetim Toplumu*, 19.

olarak eklenip onu şekillendirmiş ve ekonomik, ticari ve kültürel anlamda yeni bir yapılanmaya zorlamıştır.¹³ Castells'in bu yorumuyla birlikte konunun doğrudan internet ağ sistemiyle güçlenmiş kapitalizmle ilgili olduğu savı ortaya çıkmaktadır. İnternetle birlikte siyaset, kültür, sanat, psikoloji, din, ticaret, birey ve toplum kapitalist bir etkiyle başkalaşıyor, dönüşüyor ve değişiyor. Modern dönemi internet sonrası ve öncesi olarak ikiye ayırdığımızda bilimden sanata, eğitimden ticarete ve daha birçok alanda kavrayış anlamında paradigma farkı görülmektedir.

Castells "enformasyon teknolojisi paradigması" olarak isimlendirdiği bu teknik buluşlar sürecini bir paradigma değişimi olarak yorumlar.¹⁴ Kuhn'un bilimsel gelişimin aşamalarını, kurallarını ve varsayımlarını genel olarak tanımlamak üzere ortaya attığı paradigma kavramı bir şeyin nasıl yapılması, üzerine nasıl düşünülmesi ya da hangi soruların sorulması gerektiğine dair kuram ya da fikir kümeleri olarak tanımlanabilir.¹⁵ Dolayısıyla Castells'in kastı, internetin ve ağ sisteminin icadıyla enformasyonun teknolojiyle buluşması sağlanmış; enformasyon üretimi, dolaşımı ve etkileşimi kolaylaşırken bu teknolojiye sahip olmanın yeni bir avantaja dönüşmüş olmasıdır. Artık teknolojiye bakış açısı amaç, araç ve kullanımsal olarak değişikliğe uğramıştır. Bundan sonraki bütün teknik ilerleme ve icatlar bilgisayar ve internet teknolojisine bağlı bir hale gelmiş olacaktır.

Benzeri bir paradigma değişimini Gutenberg etkisi ya da devrimi olarak bilinen 1450 yılında matbaanın doğuşunu sağlayan Johannes Gutenberg'de görülmektedir. Gutenberg o yıllarda manuel olarak yer değiştirilebilen harfleri keşfedip bunları kitap basımı için kullandı. Sonraki yıllarda buna bağlı olarak bilginin dolaşıma girmesi, okuma oranının yükselmesi, kitap alımlarının ucuzlaşması ve kolaylaşması, düşünce ve bilginin geniş kitlelere yayılması gerçekleşmiştir.¹⁶ Çağdaş matbaanın ilk adımları olan bu keşifle ortaya çıkan etki, Gutenberg etkisi ya da devrimi olarak geçer ve internetin keşfinin de böylesi bir etkiye ve paradigma değişimine yol açtığı rahatlıkla söylenebilir.

¹³ Manuel Castells, *Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum ve Kültür* (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005), 77.

¹⁴ Castells, *Enformasyon Çağı*, 89.

¹⁵ Burak Özçetin, *Kitle İletişim Kuramları- Kavramlar, Okullar, Modeller* (İstanbul: İstanbul İletişim Yayınları, 2018), 29.

¹⁶ Marshall McLuhan-Bruce R. Powers, *Global Köy* (İstanbul: Scala Yayıncılık, 2020), 90.

Özellikle Castells'in üzerinde durduğu enformasyon toplumu, enformasyon çağı, enformasyon teknolojisi paradigması, küresel ağ sistemi ve ağ toplumu gibi kavramlar genel olarak interneti olumlayan bir bakış açısı sunmaktadır. İnternetin doğuşu ve günümüze gelişi arasında alınan mesafeye baktığımızda bu minvalde interneti olumlayacak çok sayıda haklı görüşe katılmamak mümkün değildir, ancak benzeri bir okumayı tersten yapmak da mümkündür. İnternetin paradigma değişimine sebep olduğunu ve sadece bilim değil tüm sosyal, kültürel ve siyasal hayata eklemlendiğini görsek de bu eklemlenmeye eleştirel bir bakışla yaklaşmak da mümkündür. İnternete eleştirel anlamda bakmak aslında doğrudan onu olumsuzlamak yerine imkanları, dezavantajları ve çelişkileri üzerinde durmak olarak ele alınmalıdır. İnternetin ortaya çıkışındaki tüm olumlu iddialarını bu anlamda tekrar ele almak yerinde olacaktır. Bu iddialar internetin bilginin üretimini ve dolaşımını sağlaması, özgür düşünce ve özgür ifade ortamını oluşturması, eşitlik ve demokratik bir yaklaşımı benimsemesi, hızlı, kaliteli ve güvenilir bir etkileşim imkânı sağlaması, haberin her yere ulaşması ve tüm kullanıcıların aktif olabilmesi gibi başlıklar olarak sıralanabilir. Kuşkusuz internet bilgi ve teknoloji arasında ciddi bir bağ kurmuş ve teknolojik ilerlemeleri gündelik hayatın her alanına dahil etmiştir. Kapitalizm, internet etkisiyle dönüşmüş ve güçlenmiş olarak bireyleri ve toplumları daha da kuşatıcı hale gelmiştir. Dolayısıyla internete getirilecek tüm eleştiriler biraz da kapitalizm eleştirisi olmak durumundadır.

İnternetin küresel bir pazar haline dönüşmesi, kullanıcılarını müşterilere dönüştürmesi, internetin ticari amaçla birçok işi yaptığını göstermektedir. Özgürlükçü ve paylaşımcı alan yerini kapitalist küresel yatırım alanına bırakmıştır. Ayrıca internet ortamının kamusal ya da özel alan olması durumu belirsizdir. Bu belirsizlik kullanıcıların kimliklerini, dillerini ve üsluplarını da etkilemektedir. Bununla beraber özgür paylaşım ortamı kirli ve güvenilmez bilginin de serbestçe dolaşıma sokulmasını sağlamaktadır. Böylece bilginin kesinliği, manipüle ediciliğine dönüşebilmektedir.¹⁷

İnternet üzerine getirilebilecek en önemli eleştirilerden birisi de Castells'in bahsettiği enformasyon toplumu kavramının, gözetim toplumuna dönüşmesi meselesidir. Gözetim toplumu kullanıcının tüm sanal hareketlerinin gözetlendiğini bilerek ve buna rıza göstererek yaşamını devam ettirmesiyle açıklanabilir. Bauman ve Lyon panoptikondan sonra gelen gözetim toplumu-

¹⁷ Çakır, *İnternette Gösteri ve Gözetim*, 34.

nun mahremiyet, anonimlik ve gizliliğin yanı sıra tarafsızlık, insan hakları ve adaletle de ilgili olduğunu belirtirler.¹⁸ Yani düşünürlere göre internet mahremiyet bilincini yok sayarken aynı zamanda insan haklarıyla ilgili bakışı yok etmektedir.

İnternetin aşırı ve kötü amaçlı kullanımı, beraberinde bağımlılığı getiren internetin diğer olumsuz etkilerindedir. Dinç, bu problemi kullanım sebebi ve kullanım süresiyle ilintili olarak açıklar. Yazara göre internet istismarı internetin kumar, pornografi ve suç gibi sebeplerle kötüye kullanılmasıdır. Problemlili internet kullanımı, psikolojik ve sosyolojik açıdan kişiyi zor durumda bırakan kullanım türüdür. Aşırı kullanım ise normal, beklenen ya da planlanandan çok daha fazla süre boyunca internet kullanımıdır. Yazarın problem olarak tanımladığı bu internet kullanımlarının, günümüzde bahsi geçen yıllara göre çok daha yaygın ve normal hale geldiği söylenebilir. Dolayısıyla internetin kullanıcılarının şiddet, pornografi ve suçlar konusunda daha fazla içeriğe maruz kaldığı ve bilinçlerinin bu minvalde şekillendiği belirtilmelidir. Bağımlılık tehlikesi dışında sanal alemde internet üzerinden yapılan tehditlerin, dolandırıcılıkların ve psikolojik tahribatların etkisi maalesef bilgisayarı kapatınca geçmeyecek türden olması internetin kötü amaçlı kullanımları arasına girmektedir.¹⁹

İnternetin günümüz dünyasına teknolojiyle başlayıp kültürel, ekonomik, sosyal, siyasal ve alışkanlıklarımıza kadar etki ettiği inkâr edilemez bir gerçektir. Faydaları kadar zararları da mevcuttur. Bu anlamda internetin genel ve yaygın kullanımı olan sosyal medya kullanıcılığı ayrıca bir başlıkta incelenmelidir. Sosyal medya kullanıcılığı internetin yukarıda belirtilen tüm özelliklerini örnekleyebileceğimiz en somut alt başlıktır. Sosyal medya üzerinden yapılan tüm paylaşımlar etkileşimli bir süreci tetiklemektedir. Paylaşımlar üzerinden fark etme–fark edilme, görme–görülme, izleme–izlenme, beğenme–beğenilme, takip etme–takip edilme gibi karşılıklı işleyen bir süreç yaşanmaktadır. Bu sürecin, bireyler üzerinde maddi ve manevi sonuçları olmaktadır. İnsana dair en önemli, kutsal ve mahrem konular dahi bu süreçte rahatlıkla feda edilebilmektedir. Annelik kavramı da internetle birlikte gelişen ve değişen iletişim dili ve tüketim kültürü üzerinden sosyal medyada tüketilen kavramlardan birisi olarak değerlendirilebilir. İnternet, sosyal medya ve gösteri toplumu unsurları

¹⁸ Zygmunt Bauman–David Lyon, *Akışkan Gözetim* (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2013), 24.

¹⁹ Mehmet Dinç, *İnternet Bağımlılığı* (İstanbul: Ferfir Yayınları, 2010), 49.

rının açıklanmasından sonra anneliğin sosyal medyada popüler anneliğe dönüşerek nasıl tüketim unsuru haline getirildiği daha iyi anlaşılacaktır.

Sosyal Medya ve Popüler Annelik

Modern zamanlarda çağdaş toplumu geleneksel toplumlardan ayıran unsurlar olarak okuryazarlık, kentleşme, medya katılımı ve empati kavramları sayılabilir.²⁰ Bu kıstaslar ve daha fazlası sosyal medya kavramında bir arada görülmektedir. Bu durumda sosyal medyanın neden bu kadar yaygın olarak kullanıldığı sorusu, biraz da modern ve çağdaş toplumun bireyleri olmanın doğal sonucu olarak cevap bulmaktadır. Benzer bir yaklaşımla Thompson da sosyal medyanın, modern toplumların ortaya çıkışı, gelişimi, yapısal özellikleri ve gelecekleriyle ilgili bir dizi disiplin arasında bir yere konumlandırılması gerektiğini söylemektedir.²¹ Bu yorumlarda sosyal medyanın moderniteyle ilişkisinin kapsamlı ve girift olduğu görülmektedir.

Günümüz toplumlarında, üretim, tüketim, eğitim, sağlık, kültür, sanat, özel ve kamusal işler ve daha birçok eylem internet üzerinden gerçekleştiriliyor. Sosyal medya, en büyük bilgi, duygu ve düşünce paylaşım alanı durumundadır. Burada herkes takip edebilir, eğlenebilir, öğrenebilir, beğenebilir ve iletişim kurabilir. Sosyal medya, kullanıcıların merak, ilgi ve etkileşim kurma ihtiyacına karşılık bulma imkânı sunar. Genel olarak kadın–erkek herkes sosyal medyayı böylesi benzer amaçlar için kullanabilir. Günümüz annelerinin de çocuklarıyla olan etkileşimlerini böyle bir amaçla sosyal medyaya taşıdıkları görülebilmektedir. Annelik deneyimi, hamilelik sürecinden itibaren sosyal medyada paylaşılmaktadır. Bu paylaşımlar diğer anneleri, çocuk gelişiminde karşılaşılabilecekleri olası durumlar için bilgilendirmek, haberdar etmek ve hazırlıklı olmak gibi amaçlar içermektedir. Beslenme, giyim, eğitim, faaliyet, oyun ve gezi gibi paylaşımlar özellikle Instagram, Facebook ve YouTube gibi sayfalardan yapılmaktadır. Bu sayfaların binlerce takipçileri ve hayranları olabilmektedir.

Sosyal medya, Baudrillard'ın yeniden çevrim dediği gösterinin, bir tür yeni gerçeklik yaratması ya da simülakr olarak ifade ettiği gerçek gibi algılanan görünümün dünyasının tam adresidir. Gerçeğin bir tür simülasyon olduğunu ısrarla belirten Baudrillard, günümüzde gerçeğin yerini alan sanalın, gerçek

²⁰ Özçetin, *Kitle İletişim Kuramları*, 236.

²¹ John B. Thompson, *Medya ve Modernite* (İstanbul: Kırmızı Yayınevi, 2018), 18.

dünyayı gerçeğe uygun bir şekilde kusursuz olarak yeniden üretebildiğini ve bu şekilde gerçeğe son verdiğini belirtir.²² Marshall'ın Sosyoloji Sözlüğü'nde, bilgisayar kullanıcılarından oluşan dünya çapındaki ağı yarattığı, elektroniğe dayalı iletişimler ağı olarak tanımladığı siber toplum gerçekliği günümüz toplumunu ifade etmektedir. Yazara göre siber toplumda geçmişte var olan enformasyon ve telekomünikasyon teknolojisi arasındaki ayırım ortadan kalkmış, bu iki teknoloji bilgisayarlar aracılığıyla multimedya ortamında birleştirilmiştir.²³

İnternet, bilgisayar, sanal alem, siber toplum, simülasyon ve nihayetinde gösteri kavramlarıyla doğrudan ilişki kurabileceğimiz sosyal medyanın kendine has dili, yöntemleri ve kavramları vardır. Bunların toplamı bir sosyal medya kültürünü oluşturmaktadır. Toplum içinde aidiyet duygusuyla bir kültürü yaşayan ve yaşatan bireyler, sosyal medyada bambaşka bir kültürü yaşayan ve oluşturan kullanıcılara dönüşmektedir. Bu manada fenomenler sosyal medyada içerik paylaşımı yapan, bu paylaşımlarla algı oluşturan, etkileyen ve şekillendiren kullanıcılardır. Sosyal medyada, dijital platformlar aracılığıyla tanınmış, belirli bir takipçi sayısına ulaşmış, kitlesi olan kişiler için fenomen kavramı kullanılmaktadır.²⁴ Sosyal medya fenomenlerinin kendi günlük yaşamlarına ait olan paylaşımları, doğal ortamda, anlık, canlı ve doğrudan olduğu için takipçilerine daha hızlı ve güvenilir bilgi vermektedir. Bu şekilde izleyicilerin tutumları, ilgileri ve beklentilerinin şekillenmesi sağlanmaktadır.²⁵ Geleneksel medyada boy gösteren ünlü yıldızlar sosyal medyada fenomenler olarak görülmektedir. Bu kişilerin tanınırlığı takipçi, beğeni ve yorum sayısı arttıkça katlanmaktadır. Popüler annelik kavramı da bu doğrultuda, sosyal medyada ünlü olan ve çok sayıda insan tarafından takip edilen içerik üreticisi ya da fenomen anneler için kullanılmaktadır.

Annelik insanlığın en eski ve kutsal görülen olgularındandır. Kadın modernleşmeyle birlikte toplumda iş hayatına atılmış, siyasi alanlara girmiş, medyada birçok değişik imajlarla görünmüştür. Geleneksel zamanlardan günümü-

²² Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 54.

²³ Gordon Marshall, *Sosyoloji Sözlüğü* (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999), 657.

²⁴ Aysun Köktener–Nur Akgün, "Mahremiyet Algısının Dönüşümü: Instagram Anneleri Üzerinden Bir Analiz", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)* 7/9 (9, 2020), 241.

²⁵ Murat Burcuoğlu–Evrin Erdoğan Yazar, "YouTube'da Fenomen Performanslarının Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma", *Journal Of Business in the Digital Age* 2/2 (11, 2019), 70.

ze kadın üzerine birçok değişimden bahsedilebilir ancak annelik ve annelik duygusunun kadının değişmeyen özelliği olduğu söylenebilir. Popüler kültür hemen her şeyi bir tüketim nesnesi haline getirerek değiştiren bir yapıdır. Gelişen internet teknolojileriyle birlikte sosyal medyada yaşanan kullanım kolaylığı popüler kültürün tüketim yönüne eklenmiş, annelik ve anne–çocuk ilişkilerinde yeni bir tarz ortaya çıkarmıştır. Annelik bu anlamda sosyal medyada tüketime sunulan bir unsur olmaktan kaçamamıştır.

“Instamom”, “blogger anne” ve “popüler anne” kavramları Instagram üzerinden etkileşimde bulunan fenomen anneler için kullanılan isimlerdir. Annelik kültürü bu isimlerle sosyal medyada görünümüyle birlikte geleneksel yapısından kopmuş yeni bir boyut kazanmıştır. Geleneksel ailede annelik deneyimi örnekliklerle çocuklara aktarılmakta ve diğer annelerle doğrudan ilişkilerle geliştirilmektedir. Dolayısıyla anneliklerin diğer anneler tarafından eleştirilme, teyit edilme, örnek alınma, fikir ve bilgi alışverişlerinde bulunma gibi pratikleri yüz yüze gerçekleştirilmektedir. Ancak sosyal medya zamane anneler için bu iletişimi genişletmiş daha çok bilgi, beğeni ve tatmin imkânı sağlamıştır. Ne var ki sosyal medya, kullanıcı mahremiyeti, kişisel bilgilerinin deşifre olması, psikolojik ve ruhsal travmalar, hırsızlık, dolandırıcılık, cinsel istismar ve pedofili gibi siber suçları da beraberinde getirmektedir. Popüler annelerin paylaşımları bilgilendirici ve ilgi çekici olabilmekle beraber, onu takip eden annelerde ekonomik, kültürel ve psikolojik imkânları aynı yeterlikte olamayacağı için bir eksiklik, çocuğuna yetememe ve başarısızlık gibi hissiyatlara sebep olabilmektedir.²⁶

Bir diğer mesele mahremiyetin ihmali ya da mahremiyet algısının zayıflaması olarak görülmektedir. Sosyal medya, geleneksel toplum yapısında ulu orta dile getirilmesi uygun görülme üzere içeriklerin yayınlanmasını normalleştirmektedir. Buna göre ev içi paylaşımlarında aile bireylerinin özel sayılabilecek davranış, kıyafet ve konuşmalarıyla sosyal medyada görünmeleri normal sayılmakta ya da önemsenmemektedir. Tatil ve gezi paylaşımlarında da benzer bir duruma sıkça karşılaşılmaktadır. Özellikle bebek ve küçük çocukların bedenlerinin görüldüğü içerik paylaşımları pedofili amaçlı kullanıma açık durumdadır. Sosyal medyada yoğun olarak paylaşılan ebeveyn–çocuk halleri bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde çocuk istismarına sebebiyet vermektedir.

²⁶ Gül Aktaş, “Günümüz Toplumlarında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek”, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* (11, 2019), 266.

Topçu pedofili, çocuk istismarı ve çocuk cinsel istismarının farklı kavramlar olduğunu belirtmektedir. Yazarın bu ayrımı özellikle vurgulama sebebi, cinsel istismarın görünen ve görülmeyen durumlarda gerçekleşmesidir. Pedofili, çocuk sevgisi anlamına gelen Yunanca kökenli bir sözcüktür. Pais (çocuk) ve philia (sevgi, arkadaşlık) anlamındadır. Kelimenin köken anlamının da işaret ettiği gibi pedofili, bir tür çocuk sevgisi olmakla birlikte bu sevgi olağan bir çocuk sevgisi değildir.²⁷ Yazara göre pedofilide yetişkin kişinin, çocuğu cinsel tatmin için kullanışa eğilimli olması durumu eylem boyutunda kendini göstermeyebilir. Cinsel istismar, çocuk tacizi ya da farklı sapkın suçlar pedofilinin davranıştaki sonuçları olarak görülmelidir.²⁸ Bu durumda henüz bir tacize bulaşmayan, pedofili duygusuna sahip insanların toplum içinde rahatça dolaşabildikleri düşünüldüğünde; sosyal medyanın, istismara çok daha uygun bir ortam olacağı inkâr edilemez. Bu bağlamda ebeveynlerin çocukların havuz, deniz banyo ya da benzeri paylaşımlarının bu tarz kullanımlara açık olacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, Instagram’da bir annenin küçük çocuğunun banyo yapma görüntülerini paylaşması takipçi sayısını inanılmaz bir şekilde yükseltmiştir. Bir başka örnekte, hamile bir anne, vücudu gözükecek şekilde karnında hareket eden çocuğunu ve onu seven abisinin görüntülerini Instagram üzerinden paylaşmıştır. Normalde mahrem sayılması gereken bu durumun paylaşımı, beğeni ve yorumlar alarak takipçi sayısını arttırmaktadır. Bu örnekler mahremiyetin nasıl dönüştüğü, görmezden gelindiği ya da ihmal edildiği gözler önüne sermektedir.

Çocukların masumluğu, saflığı ve sevimliliği beğeni uğruna anneler tarafından kullanılan başka bir durumdur. Genelde çocukların konuşmaları, ilk kez karşılaştıkları basit olaylara karşı şaşkınlıkları, sinirlenip bağırmaları, kavgaları ve ağlamaları anneler tarafından sosyal medyada paylaşılmaktadır. Örneğin bir paylaşımında, yerden metrelerce yükseklikteki cam zemin üzerine bırakılan çocuk yürüyememekte ve korkmaktadır. Çocuk bir yandan korkarken anne bu durumu gülererek kaydetmekte ve bunu paylaşmaktadır. Başka bir paylaşımında bir çocuğun eline pamuk şeker veren anne önce çocuğu sevindirmekte fakat sonrasında bunun kirli olduğunu ve yıkaması gerektiğini söylemektedir. Yanında getirdiği su kabına çocuk pamuk şekerini batırır ve şeker erir. Çocuk önce “deney yapıyoruz değil mi, yenisini vereceksin” diye sorar. Ha-

²⁷ Sedat Topçu, *Cinsel İstismar* (Ankara: Phoenix Yayınevi, 2009), 43.

²⁸ Sedat Topçu, *Cinsel İstismar*, 44.

yır cevabını alınca da doğal olarak üzülür ve ağlar. Annelerin bu şekilde basit gibi görünen içeriklerle çocuk masumluğunu kullanmaları çocukların akıl ve ruh sağlığını etkileyecek durumlardır.

Bir diğer meseleyse bilinçsiz bir şekilde yapılan tavsiyeler ve bilgilendirmeler konusudur. Çocuk eğitimi, hastalanmalar ve bazı davranışların kazandırılmasında yapılan öneriler diğer anneleri yanlış yönlendirmede etkili olabilmektedir. Sürekli ağlayan, ateşlenen, gaz sorunu olan, emmeyen ya da uyumayan bebek gibi şikayetlerde ilk başvurulana merci sosyal medyada diğer annelerin tecrübeleridir. Yine tuvalet alışkanlığı, süttten kesme, sünnet gibi çocukların gelişimi için önemli olan aşamalarda tavsiye yağmuru devam etmektedir. Kız çocuğunun ilk reglini sosyal medyada duyuran ve bunu kadın özgürlüğü ya da feminist bir yaklaşımla karşılayan sosyal medya fenomenleri de olmaktadır. Bu anlamda kızının yaşadığı bu özel durumunu, erkek çocuklarının düğün dernekle sünnet olduğunu, kız çocuklarınsa regl dönemine geçişinin saklandığını söyleyerek paylaşım yapılmıştır. Bu paylaşım sonunda günlerce süren beğeni, yorum ve takipçi katılımı gibi bir etkileşim gerçekleşmiştir.

Sosyal medyada annelerin çocuklarıyla olan ilişkilerini birçok ruhsal ve fiziksel tehlikeleri kimi zaman fark etmeyerek kimi zaman önemsemeyerek sergileme eğilimleri genel olarak sosyal medyanın her şeyi bir gösteriye dönüştürmek için uygun bir zemin olmasıdır. Bu anlamda yeni doğan bebeklerin aşısı, banyosu, kırk uçuşması, doğum günü gibi günlerinin aşırı bir şekilde gösteriye dönüştürülebildiği görülmektedir. Sosyal medyada gösteri üzerinden ele alınan bu paylaşımların, kültürel ve ahlaki olarak uç örnekler olmaları ayrı bir tartışma konusuyken; bu gösteri mantığının bir dil, algı ve kültür olarak normal karşılandığı bir kitle oluşturması ayrıca dikkat çekici bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç

Debord, Adorno ve Baudrillard'ın gösteri üzerine düşüncelerinin kesişim noktalarına bakıldığında modern toplum, gösteri, eğlence, imaj, kültür endüstrisi kavramları görülmektedir. Castells'in ağ toplumu ifadesiyle vurguladığı internet de bu listeye eklendiğinde, küresel kapitalist bir yaklaşım üzerinden kültür, sanat, siyaset, ekonomi ve birçok alanın şekillendiği görülmektedir. Sosyal medyanın, bilgiyi ya da haberi anında ulaştırma, iletişimi kolay, ucuz ve etkin kılma gibi olumlu yanlarının yanında, Debord'un gösteri üzerine getirdiği yorumlarda eğlence temelli imajlarla çarpıtılmış toplum bilinci ifade-

si tam da sosyal medya gösteri ilişkisini ortaya koymaktadır.²⁹ Baudrillard'ın tüketim toplumunda kişinin dışlanmamak, öteki olmamak ve bir topluma ait olabilmek için bilgisini canlı tutma, güncelleme, yenileme ve çevresine sunma zorunluluğu olarak ifade ettiği yeniden çevrim kavramı sosyal medya kullanımından kaçmanın mümkün olmadığını ortaya koymaktadır.³⁰

Bu düşünürlerin kuramsal yaklaşımlarını tek başına sosyal medya bir arada bulundurmaktadır. Yine bu düşünceler ışığında, sosyal medyada kadınların annelik kimliğiyle yaptıkları paylaşımlar, zaman zaman anneliğin ve anne-çocuk ilişkisinin kullanımına dönüşebilmektedir. Annelerin sosyal medyadaki paylaşımlarının yardımlaşma, iyi niyet ve tavsiye vermek olsa dahi, sosyal medya ortamının yapısı gereği beğenilme, takdir edilme ve daha çok etkileşimde bulunma isteği bir tür tatmine dönüşmektedir. Bu tatmin duygusu paylaşımlarda örneklerde de görülebileceği üzere, mahremiyet, gizlilik ve özel hayatın muhafazası gibi konuları öteleyebilmektedir. Bu durumun mahremiyetin anlamının sosyal medya kullanımında değiştiğinden mi yoksa önemsenmediğinden mi olduğu açık değildir. Ayrıca çocuklar açısından pedofili ve cinsel istismara giden süreci başlatan durumlar gerçekleşebilmektedir. Bir çocuğun banyo görüntülerinin paylaşılması, onun başka amaçlar için kopyalanıp kullanılmasına meydan vermektedir. Bir diğer husus ise, çocuğun büyüdüğünde bu paylaşımlardan utanç duyup duymayacağını bilinmemesidir.

Sosyal medyada beğeni ve takipçi kazanma, görülme, tıklanma, ünlü olma ya da takdir edilmek ancak paylaşımları bir tür gösteriye dönüştürmekle mümkün olmaktadır. Bu doğrultuda sosyal medya annelerinin hamilelikten doğuma, bebeklikten erken çocukluğa kadar birçok safhayı, yeme, içme, giyim, alışveriş, gezme, eğlenme, uyku ve daha birçok günlük aktiviteyle birlikte bir tür gösteriye dönüştürerek ifşa ettikleri görülmektedir. Sosyal anne, instamom ya da popüler annelerin, modern çağın ayrılmaz bir parçası olan sosyal medyayla, annelik kimliğini geleneksel yapısından kopardıkları ve dijital teknoloji ve internet medyasıyla iç içe olan yeni bir yapıya kavuşturdıkları saptanmaktadır.



²⁹ Debord, *Gösteri Toplumu*, 19.

³⁰ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 116.

Kaynakça

- Al, Eyüp. "Görüntünün Gerçeklikle Olan İlişkinin Kurgu ve Bağlam Açısından Tartışılması", *E Kur-gu* 27 (2019), 247–259.
- Bauman, Zygmunt–Lyon, David. *Akışkan Gözetim*. çev. Elçin Yılmaz. İstanbul, 2013.
- Adorno, T. W. *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel–Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.
- Aktaş, G. "Günümüz Toplularında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek". *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* (2019), 253–271. doi:10.32600/huefd.441402
- Başoğlu, Rabia. "Annelerin Sosyal Medya Kullanımı ve Instagramda Olan Popüler Anneler". *Aka-demik Tarih ve Düşünce Dergisi* 7(1) (2020), 857–873. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atdd/issue/53301/735386>
- Baudrillard, Jean. *Tüketim Toplumu*. çev. Hazal Deliceçaylı–Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı, 1997.
- Baudrillard, Jean. *Anahtar Sözcükler*. çev. Oğuz Adanır–Leyla Yıldırım. Ankara: Paragraf Yayınevi, 2005.
- Bulut, E. (2023.2.7). *İnstatakıpcı*. <https://www.instatakıpcı.com/blog/instagram-kullanıcı-sayısı-adresinden-alındı>.
- Castells, Manuel. *Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum ve Kültür* (Cilt 1 – Ağ Toplumunun Yükselişi). çev. Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005.
- Çakır, Mukadder. *İnternette Gösteri ve Gözetim*. Ankara: Ütopya, 2015.
- Çakır, Mukadder. *Medya ve Sanat*. İstanbul: Parşömen, 2013.
- Çakır, Mukadder. *Görsel Kültür Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya, 2014.
- Debord, Guy. *Gösteri Toplumu*. çev. Ayşen Ekmekçi–Okşan Taşkent. İstanbul: Ayrıntı, 1996.
- Dellaloğlu, F. Besim. *Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum*. İstanbul: Say Yayınları, 1996.
- Diñç, Mehmet. *İnternet Bağımlılığı*. İstanbul: Ferfir Yayınları, 2010.
- Fiske, John. *İletişim Çalışmalarına Giriş*. çev. Süleyman İrvan. Ankara: Pharmakon Yayınevi, 2014.
- Giddens, Anthony. *Sosyoloji*. haz. Cemal Güzel. Ankara: Ayraç Yayınevi, 2005.
- Giddens, Anthony. *Mahremiyetin Dönüşümü*. çev. İ. Şahin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2010.
- Gürçayır Teke, Selcan. "Dönüşen Anneliğe Yönelik Netnografik Bir Analiz: Blogger Anneler". *Milli Folklor* 103 (2014), 32–47.
- Hatipler, Mustafa. *Ekonomik Boyutlarıyla Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. İstanbul: Değişim Yayınları, 2016.
- Köktener, Aysun – Akgün, Nur. "Mahremiyet Algısının Dönüşümü: Instagram Anneleri Üzerinden Bir Analiz". *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)* 7(9) (2020), 235–247. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/56911/780273>.
- Burucuoğlu, Murat –Yazar, Evrim Erdoğan. "YouTube'da Fenomen Performanslarının Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma". *Journal Of Business in the Digital Age* 2(2) (2019, 11.19), 69–78. (Erişim tarihi: 2.6.2023). <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/913797>.
- Maigret, E. *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. çev. H. Yücel. İstanbul: İletişim, 2004.
- McLuhan, Marshall–Powers, Bruce. *Global Köy*. çev. Bahar Öcal Düzgören. İstanbul: ScalaYayıncılık, 2020.

- Marshall, Gordon. *Sosyoloji Sözlüğü*. çev. Osman Akınhay–Derya Kömürcü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999.
- Çağla, Cengiz. *Mill*. Ankara: Say Yayınları, 2007.
- Özçetin, Burak. *Kitle İletişim Kuramları – Kavramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2018.
- Postman, N. *Televizyon: Öldüren Eğlence* (5. b.). çev. O. Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014.
- Stevenson, Nick. *Medya Kültürleri – Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. çev. Göze Orhon–Barış Engin Aksoy. Ankara: Ütopya, 2006.
- Şaylan, Gencay. *Postmodernizm*. Ankara: İmge Kitabevi, 2002.
- Thompson, John B. *Medya ve Modernite*. çev. Serdar Öztürk. İstanbul: Kırmızı, 2008.
- Topçu, Sedat. *Cinsel İstismar*. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2009.