



Annelerin Sosyal Medya Kullanımı ve Instagramda Olan Popüler Anneler

Rabia Başoğlu*

ORCID:0000-0002-9956-9314

Öz

İnternetin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla sosyal ağlara olan ihtiyaç artış göstermektedir. Bu sosyal ağlar son yıllarda sürekli olarak kendini yenileyerek birçok kitlenin gözdesi olmaktadır. Pek çok kişi sosyal medyayı; kendini ifade etme, bilgi edinme ve zaman geçirmek için kullanılan bir araç haline getirmektedir. Günlük hayatta kullanılan sosyal paylaşım siteleri incelendiğinde, hayatlarındaki olayları ve durumları aktarmak amacıyla fotoğraf paylaşmayı tercih ettikleri görülmektedir. Bunlar arasında en popüler ağ olan Instagram, diğer sosyal medya alanlarından daha farklı amaçlarda kullanılmaktadır. Instagram'ı kullananlar arasında hayat tarzlarını yansıtan, annelik hakkındaki tecrübelerini paylaşan ve benimsedikleri doğru bilgileri annelere aktaran bir anne kitlesi yer almaktadır. Sosyal medyayı aktif şekilde kullanan popüler anneler çocuklarının sağlıklı beslenmeleri, çocuk eğitimine dair oyun, kitap seçimi ve çocuklarının gelişimsel özelliklerine göre yaratıcı etkinlik önermektedirler. Bununla birlikte tercih ettikleri kıyafetleri, kullandıkları ürün markalarını, gün içerisinde çocukları ile yaşadıkları anlarını fotoğraflayarak hesaplarında paylaşmaktadırlar. Araştırmanın amacı, annelerin sosyal medya kullanımını açıklamak ve popüler anneleri takip eden annelerin çocukları üzerindeki olumlu ve olumsuz yönlerini belirlemektir. Bu çalışmada literatür taraması yapılmıştır. Sosyal medya ve popüler annelik hakkında çeşitli kaynaklar taranmıştır.

Anahtar Kelime: Sosyal medya, Instagram, Annelik, Popüler Annelik.

Gönderme Tarihi:10/0/2020

Kabul Tarihi:29/03/2020

*Öğretmen, İstanbul Aydın Üniversitesi, Okul Öncesi Öğretmenliği Ana Bilim Dalı, Okul Öncesi Öğretmenliği Programı, E-Mail: rabiabasoglu28@gmail.com.

Social Media Usage of Mothers and Popular Mothers with Instagram

Rabia Başoğlu

ORCID:0000-0002-9956-9314

Abstract

With the development and spread of the Internet, the need for social networks increases. These social networks have been constantly renewing themselves in recent years and are popular with many audiences. Many people think about social media; it makes it a tool for self-expression, knowledge and time. When the social sharing sites used in daily life are examined, it is seen that they prefer to share photos in order to convey the events and situations in their lives. The most popular network among these, Instagram is used for different purposes than other social media areas. Among those using Instagram, there is a mass of mothers who reflect their lifestyles, share their experiences about motherhood and convey the correct information they adopt to their mothers. Popular mothers who actively use social media suggest creative activities based on their children's healthy nutrition, children's education games, book selection and children's developmental characteristics. In addition, they share their preferred clothes, the brands of products they use, the moments they live with their children during the day, and share them in their accounts. The aim of the research is to explain the social media usage of mothers and to identify the positive and negative aspects of mothers following their popular mothers on their children. In this study, a literature review was conducted. Various sources have been scanned about social media and popular motherhood

Keywords: Social media, Instagram, Motherhood, Popular motherhood.

Received Date: 10/02/2020

Accepted Date: 29/03/2020

Использование социальных сетей матерями и популярные мамы Инстаграм

Резюме

Вместе с распространением и развитием интернета растет и потребность в социальных сетях . В последние годы в связи с постоянным обновлением социальные сети пользуются популярностью у многих пользователей . Многие люди используют социальные сети как инструмент для самовыражения и приобретения знаний на просторах интернета . В ходе исследования публикационных социальных сетей наблюдается предпочтения людьми публикаций фотографий , случаи из жизни, события. Инстаграм , является самой популярной соц. сетью среди всех, и используется разносторонне . Среди матерей пользующихся Инстаграм есть многие мамы которые делятся своим образом жизни , опытом материнства и делятся полезной информацией для таких же мам. Популярные активно пользующиеся социальными сетями матери предлагают здоровые занятия, основанные на здоровом питании , образовательных играх для детей , а также выборе книг и развивашки ля детей. Кроме этого. Они делятся в своих аккаунтах любимой одеждой, брендами продуктов и моментами из повседневной жизни со своими детьми. Целью исследования является объяснение пользования соц.сетей мамами , а также выявление положительных и отрицательных аспектов жизни популярных матерей .В этой работе был произведен обзор литературы . Были отсканированы различные источники о соц.сетях и популярном материнстве.

Ключевые слова: Социальные сети, Инстаграм , материнство, популярное материнство

Получено: 10/02/2020

Принято: 29/03/2020

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca hep var olan iletişim artık yeni bir boyut kazanmıştır. Günümüz insanının, ihtiyaç ve istekleri ile gelişen ve gelişmekte olan teknoloji insanlara iletişim araçları geliştirme olanağı sunmuştur. Bunun en iyi örnekleri internet üzerinden sosyal paylaşım ağlarıdır. Bu ağlar sayesinde iletişime yeni bir boyut eklenerek sosyal medya kullanımına geçilmiştir.

Sosyal medya kullanıcılara haber verme, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkânı sunarak etkileşim sağlayan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak ifade edilen bir terimdir.¹

1970’lerde başlayan ve 1990’lardan sonra hızla artış gösteren internet kullanımı, birçok içeriği bir arada bulunduran sitelerin kullanımının artmasıyla kullanıcı sayısını yükseltmiştir. 2000’li yıllarda ise sosyal medyanın işlevsellik kazanmasıyla toplumun her kesiminden, her ülkeden farklı niteliklere sahip katılımcılara hitap etmiş ve her yaş grubu insanın dikkatini çekmeyi başarmıştır.²

Günlük hayatta kullanılan birçok sosyal medya alanlarının ortak amaçları bulunurken birkaç medya portalı fotoğraf paylaşım temelli iletişim yolunu seçmektedir. Günümüzün en popüler ağı olan Instagram diğer medya alanlarından daha farklı amaçlarda kullanılmıştır.

Instagram ‘anlık’ anlamında kullanılan İngilizce “instant” kelimesi ve telgraf anlamında kullanılan İngilizce “telegram” kelimelerinin birleşimi ile oluşturulmuştur.³ Yaygın olarak kullanılan bu sosyal medya platformu bireylerin sosyal aktivitelerini, alışveriş seçimlerini, sağlıklı yaşam önerilerini, beslenme ve yemek alternatiflerini, seyahat, spor, kişisel gelişim ve çocuklarının akademik anlamda etkilenmelerine zemin oluşturmuştur.⁴

İnternetin yaygınlaşmasıyla kadınların sosyal medya kullanımı da artmıştır. Kadınların sosyal medyaya girmesi yeni bir sektör oluşturmuş olup günümüzün sosyal

¹ İdil Sayımer, *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Yayınları, 2008, 123.

² Z. Beril Akıncı Vural ve Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya”, *Ege Üniversitesi İletişim*, 5 (2010): 3348-3382.

³ Nagihan Tufan Yeniçıktı, “Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma”, *Selçuk İletişim*, 2 (2016): 92-115.

⁴ Ercan Aktan, *Sosyal Medya ve Siyasal Katılma*, Konya: Eğitim Yayınevi, 2017, 49.

medya annelerini ortaya çıkarmıştır. Bu anneler kendilerine blogger, instamom, sosyal medya annesi, fenomen anne ve influencer ifadelerini kullanarak sosyal medyada yeni bir akım başlatmıştır. Binlerce kadına Instagram üzerinden ulaşarak bilgi aktarımı yapmıştır. Bu durum neticesinde ülkemizde sosyal medya annelerinin de sayısı gitgide artış göstermektedir. Son zamanlarda artan ve hızla artmaya devam eden sosyal medya annelerinin hesapları incelendiğinde büyük bir anne kitlesinin sosyal medya anne hesaplarını takip ettikleri görülmektedir.

Kadınlar annelik sürecinde kendisi gibi ortak düşünen kişilere ihtiyaç duymaktadır. Annenin kendi günlük yaşantısında algıladığı değişimi anlamlandırma isteği, sosyal medyada huzur bulabileceği bir alan oluşturma arayışına girmesine sebep olmuştur. Bu arayışın sonucunda ortaya çıkan sosyal medya anne hesapları; anneliğin dönüşümünü, kendilerini nasıl ifade ettiklerini, anneliğe olan bakış açılarını, geleneksel ve modern anne tutumlarını, çocuk bakımını nasıl değerlendirdiklerini, aile içi olumlu yaşanmışlıklarını, çocuklarının aylara göre beslenme düzenini, bir anne olarak beklentilerini, kendilerinden beklenenleri ve yaşadıkları tecrübeleri paylaşmalarına ortam sağlamıştır. Günümüz anneleri hamilelik süreçlerinden başlayıp çocuğun doğumu, beslenmesi, ilgi alanları, eğitimi ve gelişim dönemleri bizzat bu anne hesapları tarafından yakından takip edilerek bilgileri doğru-yanlış demeden kabul edip takip etmişlerdir.

Hesaplara tek tek bakılıp değerlendirildiğinde, annelik hakkında yanlış bir fikir edinilebilmektedir. Anneliğin sadece güzel ve keyifli olan yönlerine yönelik bir paylaşım odaklanılıp asıl önemli olan sahne arkası gözden kaçırılmaktadır. Aksine sahne arkasını medya hesaplarını olabildiğince normalleştirip sunan ve toz pembeliğe kafa tutan gerçek yaşamı göz önüne seren birçok hesap ile de karşılaşılabilir. Günümüzde sosyal medya ağları ve gönderi paylaşımları medyayı adeta eğitim öğretim ortamı haline getirmiştir. Öğrenmeyi hedefleyen ve öğreticiler arasında etkili bir iletişim ortamı yarattığı söylenebilir.⁵

Internet

Geçmişe dönüp bakıldığında birçok buluşlara imza atıldığı görülmektedir. Her buluş insan hayatında küçük bir parça da olsa değişikliğe sürükleyip yeni olana adapte

⁵ Mustafa Talas ve Mehmet Fatih Öztürk, "Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi", *Journal of World of Turks*, (2015): 101-120.

olunmasına vesile olmaktadır. Şüphesiz ki insan hayatı boyunca en önemli buluş ise teknolojinin gelişmesiyle birlikte internet kavramının gün yüzüne çıkmasıdır. İnsanoğlu, geçmişten bugüne kadar içinde bulunduğu dönemin özelliklerine göre değişim göstermiştir. İlk olarak ilk çağlara bakıldığında insanlar duvarlara resimler çizerek kendilerini ifade etme yoluna gitmişlerdir. Zaman geçtikçe sembollerini keşfederek harfleri hayatımıza yerleştirmişlerdir. Harflerin bulunması ile de yazı dili ortaya çıkmış ve insanlar arasında kendilerini ifade edici alan sunulmuştur. Teknolojinin bu denli gelişip değişim göstermesi iletişim biçimlerinde de farklılıklar yaratmaktadır. Bu değişim iletişim araçlarını hayatımıza girmesine sebep olmuş ve etkili bir şekilde kullanım alanı sağlamıştır.⁶

İnternet kullanımı zamanla kullanım amacı daha çok çeşitlenmeye ve farklılaşmaya başlamıştır. Eğlenceden eğitime, iletişim kurmaya pek çok alanda farklılık göstermektedir. İnternetin yaygınlaşması sosyal ağların doğuşunu da meydana gelmesini kolaylaştırmıştır. Bu sosyal ağlar bireysel ve toplu paylaşımlara fırsat vermektedir.

Dünyamız internet kullanımındaki hızlı yükselişe bizzat şahit olmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle akıllı cep telefonlar hayatımızın gündemine çok hızlıca yerleşmiştir. Akıllı cep telefon kullanımının artması, dünyanın her yerinde internet üzerinden kullanılan iletişim aracı haline gelmiştir. Böylece iletişim araçları sosyal ağların oluşmasına, kullanıcı odaklı etkileşimli bir platform oluşturma da büyük rol oynamaktadır.⁷

Sosyal medya ve ağları

Sosyal medya, web 2.0 teknolojisinden beslenmiş olması ve kullanıcı tarafından bizzat yönlendirilebilmesi onu diğer internet tabanlı medya ortamlarından farklı kılmaktadır. İnternet güdümlü olarak ortaya çıkan sosyal ağlar ve ya sosyal medya kavramları yeni bir yapı olarak ortaya çıkarak yeni bir dönemi meydana getirmiştir. Günümüzde sosyal ağlar artık sadece iletişim aracı olarak kullanılmamaktadır.⁸ Sosyal

⁶ Didem Tepret, “Üniversite Öğrencilerinde Facebook ve Instagram Kullanımı ile Narsistik Yapılanma Düzeyleri Arasındaki İlişki”, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, 2018, 70.

⁷ Hülya Semiz Türkoğlu, “Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Science*, (2018): 168.

⁸ Levent Memiş, “Yerel E-Katılımın Yeni Aracı Olarak Sosyal Ağlar: Facebook ve Twitter”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (2015): 209-242.

medya, kişiler arasında gerçekleşen yüz yüze iletişimi sanal ortama taşınmasını sağlayan sosyal bir platformdur. Kişiler sosyal medyayı çoğunlukla sosyalleşmek için kullandığın görülmektedir. Kullanım sürecinde bireysel farklılıkların olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyal medya ile ilgili birçok tanım yapılmış olmasına rağmen akla ilk gelen ‘paylaşmak’ kavramı olmaktadır. Sosyal bir varlık olan insanoğlu sürekli olarak bir başkasına ihtiyaç duyan ve birlik beraberlik içerisinde toplu olarak yaşamaya alışagelmıştır. Bu yaşantı sonucunda iyi ve kötü her anını paylaşma gereksinimine ihtiyaç duyan insanoğlu teknolojinin gelişmesiyle birlikte anılarını sosyal ağ kitlesine yansıtmaktadır.⁹ Sosyal medya kullanıcıları, bu alanı rahat ve aktif olarak kullandıkları bir ortam olarak görmektedir. Kullanıcılar her türlü bilgiyi, yaşantılarındaki her ayrıntıyı, hobilerini, fobilerini, çocuklarının fotoğraflarını yediklerini, içtiklerini, gezdiklerini, kendi öz çekimleri paylaşımları yaptıkları bir alan yaratmaktadır. Bulduğumuz yüzyılda en modern iletişim ağı olan sosyal medya ise buna imkân sunmaktadır. Son 10 yıldır hayatlarımızın içerisinde olmakla beraber gelişen teknolojiyle yaşamımızın merkezine yerleşmektedir. Ayrıca bu kadar hayatımızın içinde oluşu aktif kullanıcıların sağlığına ciddi zararlar vermek ile birlikte psikolojik durumunu da etkilediği görülmektedir.¹⁰ Son zamanlarda sosyal medya kullanıcılarının iletişim ihtiyaçlarını karşılamak için sosyal medyayı çok daha fazla kullanır hale geldiği görülmektedir. İnternet ortamını iletişim araçları olarak kullanma, medya kullanıcılarının özel profil hesapları hazırlamalarına olanak sağlamıştır. Bu sosyal hesaplarda kullanıcılar kendi kişisel bilgilerini anlatmak için durum güncellemeleri, fotoğraf paylaşımları ve tanıdıkları veya tanımadıkları kişilerin profil sayfalarına yorum yazmaya kadar farklı iletişim türlerinden yararlanarak kendileri hakkında bilgi paylaşımı yapmaktadır.¹¹

Sosyal ağlar sayesinde insanlar, diğer kişilerin paylaşımlarını beğenerek, gündemdeki haberleri takip etmeyi ve fikirlerini paylaşmakta olan sayfaları beğenerek iletişim

⁹ Tülay Yazıcı ve Meltem Özel, “Sosyal medyada anneliğin eğitim ve etkileşim boyutu: Instagram üzerine bir inceleme”, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3 (2017): 1715-1730.

¹⁰ Andrew G. Reece ve Christopher M. Danforth, Instagram photos reveal predictive markers of depression, *EPJ Data Sc*, 6 (2017): 15.

¹¹ Fatih Barıtcı ve Zühal Fidan, “Sosyal Ağlarda Benlik Sunumuna Dair Bir Distopya: Black Mirror Dizisi Örneği”, İstanbul: *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (2018): 37-63.

kurmaktadır. Bakıldığında internetin bilgi kaynağı olması, kişilerin sosyal medyadan bilgi doyumunu almasını sağlamaktadır.¹²

Instagram

Instagram 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından bir ios uygulaması olarak kullanılmaya başlamıştır. Bir süre sonra geliştirilip android için kullanılabilir hale gelmiştir.¹³ Instagram, dünyanın her yerinden kişilerin çekilen video ve fotoğrafları görme, beğenme, paylaşım, gönderi, bahsetme, etiketleme, direk mesaj gönderme (dm) ve yorum yapma imkânı sağlayan bir sosyal ağ sitesidir. Instagram 2010 yılında Apple firması tarafından kullanıcıların hizmetine sunulmuştur. Daha sonra Facebook bir (1) milyar dolara satın almıştır. 2016 yılı sonunda 600 milyon aktif kullanıcı sayısına ulaşılmıştır. Bu kullanıcıların paylaştığı fotoğraf sayısı ise 40 milyar civarındadır. 2018 yılı itibariyle dünya çapında 800 milyon kullanıcıya ulaşılmıştır. Kullanıcı kitlesinin %50,4'ünü kadınlar, %49,6'sını ise erkekler oluşturmaktadır. Kullanıcıların üçte biri 18-34 yaş grubunu oluşturmaktadır. Yaş arttıkça Instagram kullanımının azaldığı görülmektedir.¹⁴ Paylaşılan fotoğraf ve video sayısı her gün 95 milyona kadar yükselmektedir. Kullanıcılar olumlu ve olumsuz duygularını, düşüncelerini ve yaşamları hakkında deneyimlerini, kişilik özelliklerini yansıtan kullanıcı adlarını kullanarak benlik saygısını gözler önüne sermektedir.¹⁵

Kullanılmaya başlamasından itibaren fotoğrafları tek karede toplayarak sağa sola kaydırmalı post ve fotoğrafları hikâyede paylaşma özelliği de Instagram kullanıcılarına sunulmaktadır. Günümüzde Instagram kullanımı insan hayatında önemli bir yere sahip olmuştur. Instagram kullanıcıları bu alan üzerinden para kazanmaya başlamış olup artık fenomenliği bir iş olarak görmüşlerdir. Bu kişiler gündelik hayatlarını gözler önüne

¹² Enderhan Karakoç ve Onur Taydaş, "Bir serbest zaman etkinliği olarak üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ile yalnızlık arasındaki ilişki: cumhuriyet üniversitesi örneği", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7 (2013): 33-45.

¹³ Kagan Kırcaburun ve Mark D. Griffiths, "Instagram Addiction and The Big Five of Personality: The Mediating Role of Self Liking", *Journal of Behavioral Addictions*, 7 (2018): 158-170.

¹⁴ Dijilopedi, <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> (01.10.2019).

¹⁵ Zeinab Sadat Ershad ve Tahmoures Aghajani, "Prediction of Instagram Social Network Addiction Based on the Personality, Alexithymia and Attachment Styles", *Sociological Studies of Youth*, 8, 26 (2017): 21-34.

sererek paylaşımında bulunmaları onları fenomen haline getirmektedir. Bu alanda kendilerini geliştirip profesyonelleşerek bu sosyal medyadan gelir elde etmektedirler.¹⁶

Sosyal medya kullanıcılarının her gün ortalama olarak 100 milyondan fazla fotoğrafın ve videoların Instagram'a yüklendiği bilinmektedir. Bunun yanı sıra tüm dünya internet kullanıcıların %32'si Instagram uygulamasını kullanmaktadır. 18 ila 29 yaş arasındaki internet kullanıcılarının %59'u ve 30 ila 49 yaş arasındaki internet kullanıcılarının %33'ü Instagram'ı kullanmaktadır. Instagram kullanıcılarının %68'ini kadınlar oluşturmaktadır. %72'sini ise gençler oluşturmaktadır.¹⁷

Dünya genelinde Instagram istatistiklerine bakılacak olursa;

- Toplam aktif aylık kullanıcı sayısı: 1 milyon
- Toplam günlük aktif Instagram kullanıcı sayısı: 500 milyon
- Günlük hikâyeler aktif kullanıcılar: 400 milyon
- Tarih ile paylaşılan fotoğraf sayısı: 50 milyon
- Instagram üzerindeki işletme sayısı: 25 milyon
- Günde Instagram beğeni sayısı: 4,2 milyar
- Günde yüklenen fotoğraf ve video sayısı: 100 milyon olduğu bilgisine ulaşılmaktadır.¹⁸

Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanımı

Türkiye'de bireylerin internet kullanım amaçları 2017 TÜİK verilerine göre; %83'ü sosyal medya, %69,6'sı sağlık, %68,2'si haber, %65'i ürün bilgisi, %61'i paylaşım, %46'sı e-posta, %35'i bankacılık, %17'si ürün satışı, %17'si sosyal paylaşım, %14'ü turizm, %9,6 iş bulma, %7 anket ve %3'ü profesyonel ağlar oluşturmaktadır.¹⁹ Görüldüğü gibi, Türkiye'de internet kullanımı en çok sosyal medya üzerinde gerçekleşmektedir. Bu da birçok alanda sosyal ağların varlığını önemseme gereğini doğurmaktadır. Bu alanların en başında arkadaşlık ve çevre edinme amaçlı kullanılan sosyal platformlar yer almaktadır.

¹⁶ Hulusi Binbaşoğlu, "Akdeniz'de Yer Alan Ülkelerin Ulusal Turizm Örgütlerinin Instagram Adreslerinin İncelenmesi", *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 7 (2017): 13-25.

¹⁷ Salman Aslam, "Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts", Omnicore: <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/> (06.01.2019).

¹⁸ Salman Aslam, "Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts".

¹⁹ Webtium, <https://webtium.com/internet-nedir/> (05.10.2019).

2018 TUIK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması verilerine göre Türkiye'nin İnternet Kullanımı Alışkanlıkları 2018 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde sırasıyla %59,6 ve %72,9 oldu. Bu oranlar 2017 yılında sırasıyla %56,6 ve %66,8 olduğu görülmektedir.²⁰

Dijitalleşmeyle beraber sosyal medya kullanımı Türkiye'de de hızlı bir şekilde artış göstermektedir. We Are Social (2019)'un Ocak ayı verilerine göre Türkiye de 52 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.²¹

Türkiye'de annelerin Instagram kullanımı

Teknolojinin bu denli gelişmesi ve sosyal medyanın yaygınlaşması en çok da aile ilişkilerini etkilemektedir. Kendi dünyalarını ve yaşantılarını kendine özgü bir biçimde aktaran kısaca kişinin öznel yaşantısını ortaya koyan sayfalar da fenomen olarak adlandırılmaktadır. Günümüzde fenomen kitlesinin büyük bir kısmını popüler anneler oluşturmaktadır. Bu da aile ilişkilerini, anne ve çocuk arasındaki bağı büyük ölçüde etkilemektedir.²² Aile ilişkilerinin en önemli ayrıntısı olan anne çocuk ilişkisini medya önünde oldukça fazla görülmektedir. Annelerin ve anne adaylarının hamilelik sürecinden başlayan ve birbirini takip eden süreç döngüsünde, en küçük sıkıntıda bile yol gösterici olup destek veren tek yolun sosyal medya olduğu görülmektedir.

Instagram, kadınların artık gündelik yaşantılarının vazgeçilmez bir parçası olmaktadır. Erkeklerle oranla kadınlar bu alanı daha aktif kullandıkları ve dijital ortamda daha fazla sosyalleştikleri gözlemlenmektedir. Minic durumu, "kadınların internetteki etkinliklerinin amacı, sadece internetteki kadınların temsilini arttırmak değil, aynı zamanda onların önemini de arttırmaktır" biçiminde ifade etmiştir.²³

Kadınların ilgisini çeken bir diğer önemli kısım ise paylaşım yapabilmeleri ve başka kişilerin paylaşımlarını görüp beğenme ve yorum yapabilmeleridir.²⁴ Fakat

²⁰ Dijilopedi, <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> (01.10.2019).

²¹ Wearesocial: Dijitalleşmeyle beraber sosyal medya kullanımı Türkiye'de de hızlı bir şekilde artış adresinden alındı <http://sozluk.gov.tr/>. (05.10.2019).

²² Türkoğlu, "Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçülenmesine Yönelik Bir Araştırma", 169.

²³ Danica Minic, "Feminist Media Theory and Activism: Different Worlds or Possible Cooperation", *20 Pieces of Encouragement for Awakening and Change*, Belgrade-Sarajevo: Centre for Nonviolent Action, (2007): 282.

²⁴ Ercan Aktan ve Hasan Hüseyin Kayış, Sosyal Medya ve Değişim: Bloglar Aracılığıyla Anneliğin Evrimi Üzerine Netnografik Bir Analiz, *Online Academic Journal of Information Technology*, 9 (2018): 39-54.

kadınlar sosyal medyayı bu denli aktif kullanırken kendi aralarında kullanım oranları ve türleri değişkenlik göstermektedir. Son yıllarda en dikkat çeken ve rağbet gören kısım ise popüler annelerin sayfaları olmaktadır. Popüler annelerin sayfaları yoğun bir şekilde çocuklarıyla ve onlar için yaptıkları paylaşımlarla doludur. Bu, çocuk odaklı algının sosyal medyaya da taşındığını göstermektedir. Popüler anneler kendi sayfalarına çok özen göstermekte ve yoğun bir zaman harcamaktadır. Çocuklar hakkında ulaşabilecekleri tüm bilgileri paylaşarak diğer annelere oturdukları yerden bu bilgilere ulaşabilme olanağı tanımaktadırlar.²⁵

Birçok aile bu sosyal medya paylaşımlarını iyi ebeveyn olma yolları hakkında bilgi edinme amacı ile kullanmaktadır. Fakat en önemli ayrıntıyı kaçırmaktadırlar. Çocuğunu ön plana alarak iyi bir anne olabilmek adına, çocuğuma daha faydalı nasıl olabilirim gibi düşüncelere sığınarak aslında en kıymetli vakitlerini başkalarının hayatlarını takip ederek harcamaktadırlar. Paylaşımlardaki annelerin nasıl anneler olduklarına, özel hayatlarına, kıyafetlerine ve aile ilişkilerine merakla odaklanarak zamanlarının büyük kısmını bu şekilde tüketmektedirler. Kısacası popüler annelerin Instagram hesaplarında gönderi paylaşmasının nedeni insanlar arasında dikkat çekme isteğidir. Bu istek de kullanıcıların Instagram kullanımındaki motivasyonlarını etkilemektedir.²⁶

Anneler bu süreçte kendilerini kandırır da özgün olamamaktadır. Merak duygusu bütün insanların gidermesi gereken önemli bir duygudur. Merak bizi daha çok sosyal medyaya hapsedmek ile kalmayıp başkalarının yaşantılarını kendi yaşantımız ile kıyaslama yapmada cesaretlendirmektedir.²⁷ Başkalarının deneyimlerine bakıp onlar gibi anne veya baba olmaya çalışılmaktadır. Çocuklarına verebilecekleri en güzel anları popüler anne sayfalarında geçirmektedirler.

Günümüzde birçok popüler anne çocuklarına ait özel sosyal medya hesapları açmakla birlikte çocuklarını moda uygun giydirecekleri fotoğrafları bu hesaplarda paylaşmaktadır. Instagramda popüler anne olmak ve takipçi sayısı kazanmak için çocuğunu bu şekilde popüler bir ürün hale getirmekten mutluluk duymaktadır.²⁸

²⁵ Servet Büyükkuşoğlu, *Influencers On Instagram Turkey: Performing The 'Iconic Mother' and The 'Iconic Woman'*, Master of Arts, Sabancı University, (2017, July), 35-50.

²⁶ Servet Büyükkuşoğlu, *Influencers On Instagram Turkey: Performing The 'Iconic Mother' and The 'Iconic Woman'*, 35-50.

²⁷ Özcan Özgür Dursun ve Cem Çuhadar, "Sosyal Ağ Kullanıcılarının Bilişsel Kapılma Düzeyleri". *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (2015): 241-253.

²⁸ Rabia Merve Erişir, "Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde "Sharenting" ("Paylaşanababalık") Örneği", *Peer Reviewed, Academic, E-Journal*, (2018): 50-64.

Sosyal medya annelerinin iletişim teknolojisini bu denli etkin ve yoğun kullanması sosyal medya ağ kullanıcılarının istedikleri her an birbirlerini takip edebilmeleri, çocuklarını ön plana almaları ve bunu normalleştirerek yaşamlarının doğal parçası haline getirmektedir. Asıl dikkat çeken kısım ise bu sosyal medya anne hesaplarını sessizce uzaktan izlememiz ve görmekten zevk almamız, her şeyin en güzelini yansıttıkları yaşamlarına imrenerek onların hayatlarının bizim hayatlarımız olmasını arzuluyor olmamızdır.²⁹ Instagram’ da birçok konu hakkında paylaşım yapan popüler anne hesapları olduğu gibi, sadece bir konuyu hedef alıp o konu hakkında paylaşım yapan popüler anne sayfaları da görölmektedir. Bu sayfalar bireysel iletişime geçmemeyi tercih etmektedir. Bu hesaplar daha çok işlevsel ve bilgi verme amaçlı kurulmaktadır. Misal, yüz üç bin takipçiye sahip olan bir popüler anne hesabında çocuk kitaplarından, yaş gruplarına göre kitap seçimlerinden, neler okunabileceği ve hangi kitapları okutabileceğine dair bilgi paylaşımlarında bulunmaktadır. Kısacası ailelere kitap hakkında detaylı bilgiler vererek sosyal medya üzerinden kitap seçimi konusunda aileleri yönlendirmektedir.³⁰

Sosyal medya anneleri

Gündelik yaşamın kültürü içerisinde yer alan popüler kültür, internetin gelişmesi ve sosyal ağların kullanımının artmasıyla sosyal ve kültürel anlamda birçok değişikliği gözler önüne sermektedir. İnsanların hayatında oldukça etkili bir yere sahip olması birçok annenin sosyal medyayı tercih etmesine neden olmaktadır. Kadınlar çocuk yetiştirirken karşılaştıkları sorunlara çözüm arama, bir diğer anneye yardım etme düşüncesi ve hem kendi hem de başka annelerin deneyimlerini kullanma ihtiyacı duymaktadır. Bu ihtiyaç arttıkça popüler anne sayfalarında da artış gözökmektedir. Artık günümüzde sosyal medya anneliği, bir başka ifadeyle “influencer” (sosyal medya fenomenleri) adıyla anılan bir gerçek var. Influencer’ın insanların davranış biçimlerini etkileyip yönlendirme gücüne sahip kişi şeklinde tanımı yapılmaktadır. Bu kişiler, sosyal medyada tanınmış ünlü kişiler olmakla birlikte ününü sosyal medya sayesinde

²⁹ Gülsüm Çalışır, “Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya:Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 10 (2015): 115-144.

³⁰ Miray Zeybek Kaplan, “Annelik Sosyalleşme ve Sosyal Medya: Instagram Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, 2018, 88-90.

kazanmış kişilerdirler de.³¹ Bir başka tanım ise öznel yaşantısını, kendini ve dış dünyayı özgür bir biçimde medya ortamında sunan kişileri fenomen olarak adlandırmaktadır.³² Bazı kaynaklarda ‘sosyal medya anneleri’ diye ifade edilirken, bazı kaynaklarda blogger anneler’, ‘popüler anneler’ isimleriyle de ifade edilmektedir. Bunun yanında uluslararası kullanımı da son derece önemlidir. Uluslararası literatüre bakıldığında bu isimler karşımıza “mom bloggers” veya “mom blogs” diye karşımıza çıkmaktadır. Tüm bu isimlerin anne kavramını öne aldığı görülmektedir.³³ Sosyal medya kullanımının ebeveynler için ise olumlu yanları vardır. Çocuk yetiştirme konusunda sosyal medyada uzman kişilerce oluşturulmuş birçok yazılı metin, fotoğraflar ve videolar takipçilere bilgi vermektedir. Fakat bu hususta dikkat edilmesi gereken bir şey vardır ki o da sosyal medya üzerinden artık her çocuğu olan annenin takipçilerine çocuk yetiştirme hakkında bilgiler vermeye başlamış olmasıdır. Dolayısıyla, bilimsel bilgileri veren kişiler uzman olabileceği gibi uzman olmayan kişiler de olabilmektedir. Sonuç olarak sosyal medya ağ ve paylaşımları, farklı kişilerin anneliğine bakarak kendi anneliğimizi kıyaslama ortamı oluşturmaktadır. Dahası, kendi özel hayatlarımızın, evimizin, eşimizin, çocuklarımızın dahi kıyaslandığı bir ortamdır bu. Ebeveynler çocuğunun psikolojik ve fizyolojik gelişmelerini en iyi şekilde tamamlayabilmesi için görevlerini yerine getirirler. Role sahip olan anneler ise sosyal medya ağını kullanarak popüler annelerin paylaştığı bilgileri yakında takip etmektedirler. Hem uzman görüşü bildirip kendi kişisel deneyimlerini paylaşan anneler önemsenmektedir. Sosyal medyada paylaşım yapan anneler; annelik, çocuk ve eğitim gibi konuların yanı sıra çocuğunu ön plana alarak birçok paylaşımlar yapmaktadır. Kendi deneyimlerini yorumlamak ve yönlendirmek için annelik kimliklerini anlamlandırma bağlamında rol oynamıştır.³⁴ Bu da kadınların medya ortamındaki sayılarının artmasıyla beraber günümüz kadınlarının önemini arttırdığı görülmektedir.

³¹Şinasi Yaylagöl, “Sosyal Medya Fenomenlerine Bağlanmışlığın Belirlenmesi: Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2017): 219-235.

³² Yıldız Dilek Ertürk ve Tuğçe Ertem Eray, “Self Entity as a Phenomenological Concept and the Relation Between Self Presentation on Social Media and Tendency of Narcissism: A Study on the Students of Communication Faculties (IUCF)”, *Intermedia International e-Journal*, 3 (2016): 12-29.

³³ Esra Öz ve Eda Turancı, *Sağlık İletişimi Açısından “Blogger Anne”lerin Kişisel Blogları Üzerine Bir İnceleme*, Esra Öz İle Sağlık Gündemi: <http://fesraoz.blogspot.com.tr/2017/04/saglik-iletisimi-acisindan-blogger.html> adresinden alındı, (05.10.2019).

³⁴ Johnson, Kate Orton, *Mummy Blogs and Representationsof Motherhood: “Bad Mummies” and Their Readers*, 2017, Mayıs 18.

Sonuç

İletişim araçlarından sayılan Instagram ve sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan popüler anneler, takipçi annelerin ilgi odağı haline gelmiştir. Takipçi annelerin, sosyal medya hesaplarını çocuğuna dair bilgileri fikir edinmek ve çocukları ile ilgili taleplerine yanıt vermek amacıyla kullandığı görölmektedir. Yanı sıra akıllarında oluşan soruların yanıt bulmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal medya kullanımının anneler için olumlu ve olumsuz yanları olduğu görölmektedir. Çoğunlukla tavsiye ve bilgi amaçlı olmasının yanında çocuklarını kıyaslama ve annelerin yetersizlik duygularını da beraberinde getirmektedir. Takipçi anneler aslında popüler annelerin deneyimlerinden faydalanmak istemektedir. Ortaya konulan tespitlerde varılan sonuçlar, sosyal medya annelerinin çocuk yetiştirme konusunda etkili bir unsur olduğu söylenebilir. Kısaca sosyal medya, anneliği kısa bir zaman diliminde dikkate değer bir olgu haline getirmiştir.

Kaynaklar

- AKINCI VURAL, Z. B. ve BAT, M., “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya”, *Ege Üniversitesi İletişim*, 5 (2010): 3348-3382.
- AKTAN, E. ve KAYIŞ, H. H., “Sosyal Medya ve Değişim: Bloglar Aracılığıyla Anneliğin Evrimi Üzerine Netnografik Bir Analiz”, *Online Academic Journal of Information Technology*, 9 (2018): 39-54.
- AKTAN, E., *Sosyal Medya ve Siyasal Katılma*, Konya: Eğitim Yayınevi, 2017.
- ASLAM, S., “Instagram by the Numbers: Stats, Demographics- Fun Facts”. Omnicore: <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/> (06.01. 2019).
- BARİTCİ, F. ve FİDAN, Z., “Sosyal Ağlarda Benlik Sunumuna Dair Bir Distopya: Black Mirror Dizisi Örneği”, *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 5 (2018): 37-63.
- BİNBAŞIOĞLU, H., “Akdeniz’de Yer Alan Ülkelerin Ulusal Turizm Örgütlerinin Instagram Adreslerinin İncelenmesi”, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 7 (2017): 13-25.
- BÜYÜKKUŞOĞLU, S., *Influencers On Instagram Turkey: Performing The ‘Iconic Mother’ and The ‘Iconic Woman’*, (2017, July).
- ÇALIŞIR, G., “Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya:Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 10 (2015): 115-144.
- DİJİLOPEDİ, <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri> (01.10.2019).
- DURSUN, Ö.Ö. ve ÇUHADAR, C., “Sosyal Ağ Kullanıcılarının Bilişsel Kapılma Düzeyleri”. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (2015): 241-253.
- ERİŞİR, R.M., “Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde “Sharenting” (“Paylaşanabalık”) Örneği”, *Peer Reviewed, Academic, E-Journal*, (2018): 50-64.
- ERSHAD, Z. S. ve AGHAJANI, T., “Prediction of Instagram Social Network Addiction Based on the Personality, Alexithymia and Attachment Styles”, *Sociological Studies of Youth*, 8, 26 (2017): 21-34.

- ERTÜRK, Y.D. ve ERAY, T.E., “Self Entity as a Phenomenological Concept and the Relation Between Self Presentation on Social Media and Tendency of Narcissism: A Study on the Students of Communication Faculties (IUCF)”. *Intermedia International e-Journal*, 3 (2016): 12-29.
- HACHISUKAH, R., *Sosyal Medyada Anneliğin Yansıyan Halleri*, 2018.
- JOHNSON, K. O., *Mummy Blogs and Representationsof Motherhood: “Bad Mummies” and Their Readers*, 2017, Mayıs 18.
- KARAKOÇ, E. ve TAYDAŞ, O., “Bir serbest zaman etkinliği olarak üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ile yalnızlık arasındaki ilişki:cumhuriyet üniversitesi örneği”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7 (2013): 33-45.
- KIRCABURUN, K. ve GRIFFITHS, M.D., “Instagram Addiction and The Big Five of Personality: The Mediating Role of Self Liking”, *Journal of Behavioral Addictions*, 7 (2018): 158-170.
- MEMİŞ, L., “Yerel E-Katılımın Yeni Aracı Olarak Sosyal Ağlar: Facebook ve Twitter Örneği” *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (2015): 209-242.
- MİNİC, D., “Feminist Media Theory and Activism: Different Worlds or Possible Cooperation”, *20 Pieces of Encouragement for Awakening and Change*, Belgrade-Sarajevo: Centre for Nonviolent Action, (2007): 282.
- ÖZ, E. ve TURANCI, E., *Sağlık İletişimi Açısından “Blogger Anne”lerin Kişisel Blogları Üzerine Bir İnceleme*, Esra Öz İle Sağlık Gündemi: <http://fesraoz.blogspot.com.tr/2017/04/saglik-iletisimi-acisindan-blogger.html> adresinden alındı, (05.10.2019).
- REECE, A.G. ve DANFORTH, C.M., Instagram photos reveal predictive markers of depression, *EPJ Data Sc*, 6 (2017): 15.
- SAYIMER, İ., *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Yayınları, 2008.
- SEMİZ TÜRKÖĞLU, H., “Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçülenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Science*, (2018): 163-189.
- TALAS, M. ve ÖZTÜRK, M., “Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi”, *Journal of World of Turks*, (2015): 101-120.

- TEPRET, D. “Üniversite Öğrencilerinde Facebook ve Instagram Kullanımı ile Narsistik Yapılanma Düzeyleri Arasındaki İlişki”, Yüksek Lisans, Maltepe Üniversitesi, 2018.
- WEARESOCIAL: Dijitalleşmeyle beraber sosyal medya kullanımı Türkiye’de de hızlı bir şekilde artış adresinden alındı <http://sozluk.gov.tr/>. (05.10.2019).
- WEBTIUM, <https://webtium.com/internet-nedir/> (05.10.2019).
- YAYLAGÜL, Ş., “Sosyal Medya Fenomenlerine Bağlanmışlığın Belirlenmesi: Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2017): 219-235.
- YAZICI, T. ve ÖZEL, M., “Sosyal medyada anneliğın eğitim ve etkileşim boyutu: Instagram üzerine bir inceleme”, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3 (2017): 1715-1730
- YENİÇIKTI, N. T. Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk İletişim*, 2 (2016): 92-115.
- ZEYBEK KAPLAN, M., “Annelik Sosyalizasyonu ve Sosyal Medya: Instagram Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, 2018.