

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 01.03.2020; Kabul Tarihi: 27.05.2020

Sosyal Medyadaki Kültürel Kimliklerin Dönüşümü Odaklı “Blogger Anne” Kimliklerinin İncelenmesi¹

Gözde YARDIM²

Öz

Bu araştırmanın konusu, sosyal medyadaki kültürel dönüşüm odaklı ‘blogger anne’ kimliklerinin incelenmesidir. Bu konu çerçevesinde anne kimliği ile blog ortamında bulunan ve kendini ‘blogger anne’ olarak tanımlayan 8 kullanıcıyla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeler betimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Görüşmenin yanı sıra 27 blog sitesinin her birinin son 7 paylaşımı içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, katılımcıların blog ortamında annelik kimliklerini nasıl sundukları ve kültürel anlamda annelik kimliğindeki dönüşümler ortaya konulmuştur. Bunun sonucunda sosyal medya aracılığı ile geleneksel annelik kimliğinde çözümler olduğu ancak toplumun geleneksel kültürel alt yapısının anne kimliği üzerinde etkisinin devam ettiği söylenebilir. Sosyal ağ ortamlarından biri olan bloglar, kullanıcıların annelik sunumlarını sergilemede tercih ettikleri yeni iletişim ortamları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel kimlikler, kadın kimliği, anne kimliği, sosyal medya, blog.

Atf: Yardım, G. (2020). Sosyal Medyadaki Kültürel Kimliklerin Dönüşümü Odaklı “Blogger Anne” Kimliklerinin İncelenmesi. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 33, s. 129-157

1 Bu makale, yazarın 2017 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen “Sosyal Medyadaki Kültürel Kimliklerin Dönüşümü Odaklı “Blogger Anne” Kimliklerinin İncelenmesi” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

2 Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Basın ve Yayın Bölümü. yardimgozde@hotmail.com, ORCID Numarası: 0000-0001-6457-6904.

Examination of 'Blogger Mother' Identities Focusing on Transformation of Cultural Identities on Social Media

Abstract

The objective of this research is to examine the 'blogger mother' identities, which focus on cultural transformation on social media. In this context, in-depth interviews were conducted with eight users who identified themselves as a 'blogger mother' in the blog environment with a mother identity. Negotiations were analysed through descriptive analysis. In addition to the interview, the last seven shares of each of the 27 blog sites were content-analysed. As a result, participants expressed their motherhood identities in the blog environment, and transformed the identity of motherhood in a cultural sense. In conclusion, it can be said that the traditional cultural sub-structure of the society continues to be influenced by the identity of mothers by means of social media. Blogs, one of the social networks, emerge as the new communication medium on which they prefer to display various motherhood presentations.

Keywords: Cultural identities, female identity, mother identity, social media, blog

Giriş

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte kültürel ve toplumsal alandaki çalışmalar yeni medya alanına kaymaya başlamıştır. İletişim süreçleri içerisinde var olan kültür olgusu yeni iletişim teknolojileri ile kendine yeni var olma ve yayılma alanları bulmuştur. Gelenekselleşen zaman ve mekân algılarını yıkarak sınırsız küresel bir dünya sunan sosyal medya ortamları, toplumun yeniden yapılanma sürecinde kültürel kimliklerin yeni bir ifade ve inşa alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda toplumun en temel kavramlarından biri olan kimlik olgusunun kişiler tarafından toplumsal yapı içerisinde sunuş biçimlerinde bir dönüşüme uğradığından söz edilebilir.

İletişimin dijitalleşmesiyle birlikte kültürel oluşumlarda melezleşme yaşanmaya başlamış ve farklı kültürel kimlikler homojenleşerek kimlik sunumlarında tekipleşme görülmeye başlanmıştır. Kültürel kimliklerden biri olan kadın kimliği de bu bağlamda toplumsal alanda küreselleşmenin sonuçlarından etkilenmektedir. Sosyal yapı içerisinde çoğu zaman geleneksel değerlerle tanımlanan kadın kimliği küreselleşme süreci içinde bu geleneksellikten yavaş yavaş sıyrılmaya başlamıştır. Kadınların gündelik hayat içerisindeki benlik sunumlarından biri olan annelik olgusu, sosyal yapı tarafından oluşturulan kadın rollerinden biridir. Yeni iletişim teknolojileri ile benlik sunumlarının sosyal medya ortamlarına taşınmasıyla birlikte kadınlar annelik bağlamında sosyal medyayı yeni bir deneyim alanı olarak görmekte ve annelik kimliklerini dijital ortamlarda yeniden inşa etmeye başlamışlardır.

Bu çalışma kapsamında, sosyal medya ortamlarında kendilerini 'blogger anne' olarak tanımlayan kadınlar ele alınmaktadır. Blogger annelerin sosyal medyada kimliklerini oluşturma biçimleri, annelik rollerini nasıl sundukları ve sosyal medyanın annelik kimliğinde bir dönüşüme neden olup olmadığı bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

Bu problem ile birlikte çalışma; kültürel kimlikler ve benlik sunumları çerçevesinde blog yazarlığı yapan annelerin blog kullanım pratiklerini, blog ortamında annelik sunumlarını inceleyerek sosyal medyanın kültürel kimlikler üzerindeki etkilerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Annelik kimliğinin toplumsal yapıyı şekillendirmede önemli olması, annelik kimliğinde meydana gelecek her türlü dönüşümü önemli hale getirmektedir. Sosyal medyada kimlik inşası bağlamında literatüre katkı sağlayacak olan bu çalışma, annelerin dijital ortamlarda benlik sunumlarını nasıl gerçekleştirdiklerini ortaya koymasından önemli görülmektedir. Bu bağlamda araştırma şu sorulara cevap aramaktadır:

- Sosyal medya 'geleneksel annelik' algısında bir dönüşüm yaratmış mıdır?
- Anneler ne amaçlarla blog ortamında bulunmaktadır?
- Anneler blog ortamında kendilerini nasıl ifade etmektedirler?
- Blog ortamında annelik kimliği nasıl sunulmaktadır?
- Sosyal medya kültürel kimlikleri dönüştürmede nasıl bir etkiye sahiptir?

1. Kimlik Kavramı

Toplum içinde bireylerin kendilerini tanıtmaya ve toplumdaki diğer bireyleri tanımlamak için kullandıkları kimlik kavramı, içinde bulunduğu kültürel yapıdan etkilenerek kendini oluşturur. Bu anlamda kimlik ve kültür birbirinden ayrı tutulamayacak iki kavram olarak karşımıza çıkar. Kimlik kavramı insanlık tarihi boyunca var olsa da en çok modern toplumların ortaya çıkışıyla vurgulanmaya başlanmıştır. Bunda modern toplumlarda var olan bireyselliğin ön plana çıkarılması etkili olmuştur. Geleneksel toplumlarda sosyal yapı içinde en önemli özelliklerden biri olan 'biz' duygusu, modern toplumlarda 'ben' odaklı bir bilince dönüşmüştür (Anık, 2012, s. 17). Durum böyle olunca kimlikler toplum içindeki bireyler için giderek daha önemli bir kavram olmaya başlamıştır.

Kimlikler, toplumdaki insanların kendilerini diğer insanlara ifade etmek için belirli kültürel çerçeveler dâhilinde inşa edebildikleri bir olgudur. Taylor'a göre (2010, s. 53), "kimliğimizi her zaman, önemli saydığımız öbür kişilerin bizde görmek istedikleri şeylerle diyalog içinde, bazen de çatışma içinde tanımlarız."

Aydın (1999, s. 12), kimliğin iki unsurdan oluştuğunu söylemektedir. Bunlardan ilki, toplum içinde bireylerin kendilerini tanımlamak için kullandıkları sıfatlarıdır. Diğeri ise, aidiyet duygusudur. Bireylerin "kendisini diğerlerinden ayırt eden özelliklerin neler olduğu" sorusuna verdiği cevap kimliklerini ortaya koymaktadır (Aydın, 1999, s. 13). Bireylerin toplum içindeki bu kimlikleri birden fazla olabilir. Birey toplumda hangi kimliğini ön plana çıkarmak istediğine içinde bulunduğu durum dâhilinde karar verir. Bireyin sahip olduğu kimlikler zaman zaman kendi içinde çatışarak birbirlerine etkileyebilir (Kara, 2013, s. 8).

Ritzer'e göre, toplum içindeki insanların birbirleriyle iletişim kurabilmeleri için kendilerini tanımladıkları bir kimlikleri olmalıdır ve tanımlanan bu kimliklerle kategorilere ayrılan bireyler etkileşim kurarken yapılan sınıflandırmalara bağlı kalmaktadırlar (Ritzer, 2005, s. 423'den akt. Kara, 2014, s. 29).

Kültürel kimlik kavramı ise; ortak geçmişe sahip aynı zamanda ortak gelecek düşüncesi bulunan, dil, coğrafya, toplumsal değerler gibi ortak paydalarda birleşen bireylerin oluşturduğu kimliktir. Kültürle iç içe olan kültürel kimlikler kültürel unsurlar değiştikçe değişime uğrayabilirler (Kara, 2013, s. 13). Aydın'a (1999, s. 15) göre toplum içinde sosyalleşen bireyleri bir arada tutan ve uyumlu bir toplumsal yapının oluşmasını sağlayan paylaştıkları kültürel kimlikleri sayesinde olmaktadır. Gündelik yaşam gerçekliğinin oluşması yine diğer kimlik türleri ile birlikte kültürel kimliğin de etkisi altındadır.

Bireylerin toplumsal yapı içinde kendilerini kültürel anlamda gerçekleştirebilmeleri için kültürel kimliklere ihtiyaçları vardır. Sözen (2011, s. 155), kültürel kimliklerin oluşabilmesi için bireylerin içinde buldukları kimlikle kendilerini bütünleştirmeleri gerektiğinden bahsetmektedir. Bu bütünleşme olmadığı takdirde bireyler buldukları kültürle bir çatışma içine girerler ve kültürel kimliklerini inşa edemezler. Bu anlamda kimliğin bulunduğu kültüre aidiyeti önemlidir. Kültürel unsurların bireylerle bütünleşmesi sonucunda toplumsallaşma yaşanmaktadır. Toplumsallaşma ile birlikte bireyler ait oldukları kültürün değerlerine uygun davranışlar sergileyerek kültürel kimlik rollerini yerine getirmiş olurlar (Mora, 2008, s. 5).

1.1 Toplumsal Kimlik Olarak Kadın ve Annelik

Toplumlar yapısı itibarı ile bütünsel bir özellikte olsalar da toplum içindeki bireylerin sahip oldukları çeşitli kimlikler bu bütünselliğin içinde farklı kategorilerin oluşmasına neden olmaktadır. Bu kategorilerden biri de cinsiyet farklılığından meydana gelen kadın ve erkek kimlikleridir. Toplumsal cinsiyet bağlamında toplum tarafından bu her iki kimliğe yüklenen roller ile iyice farklılaşan kadın ve erkek kimlikleri bulunduğu toplumun özelliklerine göre şekillenmektedir.

Toplumsal yaşamda kadının konumunun incelenmesi ve kadının toplum içinde kimliğini nasıl sunduğu birçok araştırmacının konusunu oluşturmaktadır. Toplumdaki kadın temsilleri toplumun genel karakteristiği hakkında bilgi verirken toplumsal süreçler içerisinde meydana gelen dönüşümleri irdelemek için de oldukça önemli olmaktadır. Beauvoir, kadını tanımlarken kullandığı "kadın doğulmaz, kadın olunur" söylemi feminist bakış açısının temelini oluştururken aynı zamanda kadın kimliğinin ve buna bağlı oluşturulan cinsiyet rollerinin doğuştan oluşmadığına toplumsal süreç içerisinde oluşturulup öğretildiğine dikkat çekmektedir (Beauvoir, 1993, s. 231'den akt. Kaylı, 2012, s. 21).

Tarihsel süreç içinde kadın kimliğine çeşitli anlamlar yüklenmiş, kadının toplumdaki işlevi, rolleri ve temsili günümüze gelinceye kadar farklılıklar göstermiştir. Özellikle ilkel toplumlardan bu yana süre gelen kadın ve erkek arasındaki iş bölümü, kadın ve erkek kimliklerinin şekillenmesine etki etmiştir. Ataerki ve geleneksel toplumlarda kadının ev işleri erkeğin ise çalışma hayatı ile ilişkilendirilmesi ve bu yönde bir iş bölümünün gerçekleştirilmesi ile kadınlar içe dönük bir kimliğe bürünürken erkekler dışa dönük bir kimlik yapısına bürünmektedir (Demiray, 2012, s. 27). Sanayi devrimi ile birlikte çalışma hayatında daha çok yer bulabilen kadının toplumdaki yeri farklı bir boyuta ulaşmaya başlamıştır. Bu gelişmeyle birlikte kimliklerini sorgulamaya başlayan kadınlar

toplumsal yapı içinde daha söz sahibi bir konuma gelmiştir. Ancak toplumsal cinsiyet algılarının katı yönü itibari ile kadının iş hayatında söz sahibi olması geleneksel ve ataerkil toplumsal normların önüne geçememekte ve feminist yaklaşımların da öne sürdüğü gibi toplum tarafından belirlenen toplumsal cinsiyet rolleri kadın ve erkek kimlikleri arasındaki eşitsizlikleri doğurmaktadır.

Geleneksel toplumlarda kadın kimliğinin toplumsal cinsiyet eşitsizlikleriyle daha çok karşılaştığı söylenebilir. Modernleşme ile birlikte bu kez kadın kimliği, kültürel değişimi sağlamak yerine geleneğin taşıyıcısı olarak kurulmaktadır (Yuval-Davis, 2003, s. 122). Modernleşme sürecinde kimliğin ve kültürlerin kuruluşunda, kadın kimliği kültürel sembollerini taşıyan ve aktaran olarak geleneğe bağlı konumlandırılmaktadır. Kadın kimliği standart kalıplara oturtularak Althusser'in bireylerin kimliklerini var olan egemen kültüre uyumlu hale getirmeye çalışan ideoloji kavramının kültürel boyutu ile yeniden üretilmektedir (Belek, 2013, s. 18). İdeolojilerin öznelere yerleştirilerek adlandırılması ve çağırılması Althusser'in ideoloji kavramının en önemli noktasıdır. Özneler aracılığı ile yaşayan ideolojiler, öznelerin birbirlerini onaylaması ile toplumda kabul görebilen varlığını sürekli hale getirmektedir. Kadın kimliğinin toplumsal yapı içinde kendini göstermesi çoğu zaman bu bahsedilen özne olarak nitelendirilip ortaya çıkarılmaktadır. İşte tam bu noktada, kadınlara özne niteliği kazandıran annelik kimliği ortaya çıkar. Toplum tarafından kutsal olarak nitelendirilen ve özne olarak belki de en çok kabul gören kimliklerden biri olan annelik ve daha geniş anlamda aile, gündelik yaşam pratikleri ile toplumun kültürel yapısından etkilendiği kadar toplumsal yapıyı da dönüştürme anlamında oldukça etkilidir (Belek, 2013, s. 19).

1.2 Kadının Kimlik Arayışında Annelik

Toplumsal yapı içinde bir kimlik olarak düşünüldüğünde annelik, kimi zaman toplumsal cinsiyet rolü olarak kimi zamansa kültürel bir öğreti olarak karşımıza çıkmaktadır. Aslında annelik kavramı her iki durumu da içine alarak kadının toplumda kendi kimliğini sunmasında başvurduğu önemli bir kavramdır. Kadının cinsiyet rollerinden biri olarak düşünüldüğünde anneliğin de tıpkı cinsel kimlikler gibi doğuştan olmadığı, toplumsal yapı içinde çeşitli yollarla öğrenilerek yaşatıldığı kabul edilebilir.

Anne kimliğini ele almadan önce toplum için önemli kurumlardan biri olan aile olgusunu ele almak doğru olacaktır. Aile çeşitli bakış açılarına göre farklı anlamlarla algılanmaktadır. Connell'e göre aile, geleneksel toplumlarda "toplumun temeli" olarak görülmektedir, geleneksel sosyoloji ise aileyi toplumsal kurumların en basiti aynı zamanda en karmaşık olanı olarak ele almaktadır (Connell, 1998, s. 167). Aile, kültürün aktarıcısı ve toplumsal cinsiyet rollerinin toplumda öğrenilmeye başlandığı yer olarak ayrı bir önem kazanmaktadır. Castells'e göre, çağdaş toplumların aile yapılarında da görülen ataerkillik, aileden başlayarak tüm sosyal süreçlerde, insan ilişkilerinde, kimliğin inşasında, toplumun her alanında kültürel dönüşümlere neden olmaktadır (Castells, 2006, s. 251). Her ne kadar modernleşme ile birlikte geleneksel aile yapısında dönüşmeler olsa da modernleşmenin eril bir söylem ile şekillendirilmesi kadının aile içi rollerinden biri olan annelik kimliğini de bu söyleme bağımlı olarak biçimlendirmektedir.

Toplumsallaşma süreci içinde anneliği dönüştüren ideolojiler bulunmaktadır. Dönüşümü gerçekleştiren ideoloji, her ne kadar anneliği değiştirse de kültürel öğelere bağımlı standart bir annelik her zaman varlığını korumaktadır. Rothman, anneliği şekillendiren ideolojileri şu şekilde sıralamaktadır: kapitalizm, teknoloji ve patriyarka. Patriyarka, sosyal yapı içinde erkeklerin kadın emeklerinin üzerinde kurduğu egemenliği vurgulamaktadır. Teknoloji ise; hamilelik, doğum gibi süreçlerde anneliğe müdahale etmektedir. Teknoloji ile birlikte, annelik kadın bedeninde bir üretim olarak karşımıza çıkmaktadır. Kapitalizm ise, patriyarka ve teknolojiyi etkileyen en önemli unsur olarak gösterilmektedir. Bu üç ideoloji de birbiriyle etkileşim halinde anneliği belirli kalıplara sokarak dönüştürmektedir.

Türkiye’de annelik kimliğinin gelişimine bakıldığında, her toplumda olduğu gibi Türk toplumunda da aile toplumsal işlevleri ve kültürü yansıtıcı özelliği ile önemli kurumlardan biridir. Ataerkil bir yapıya sahip olan Türk toplumunda kadının konumunu kültürel etkenler ortaya koymaktadır. Kültürün ve geleneklerin etkisiyle arka planda kalan Türk kadını, tarih boyunca geleneksel cinsiyet rollerine itilerek çalışma hayatından ziyade ev işleri ve annelik kimliği ile özdeşleştirilmiştir (Demiray, 2012, s. 39).

Modern düşüncenin temelinde yatan kadın ve erkek olmanın ortaya çıkardığı farklılıkları toplumsal özelliklere bağlayarak normalleştirme eğilimi Türk toplumunda aileyi dönüştürmektedir (Sancar, 2012, s. 23). Sancar’a göre, Türkiye’de endüstrileşme sürecinde kadınlar aile ve çalışma hayatı arasında sıkışıp kalmış ve bu durum annelik rollerinde değişiklikler yaşanmasına ve işgücü piyasalarında cinsiyetçi politikaların görülmesine neden olmuştur (Sancar, 2012, s. 32-33).

Sancar, Türk modernleşmesindeki aşamaları anlamak adına ‘aile odaklı modernleşme’ anlayışının incelenmesi gerektiğini belirtmektedir. Sancar, “erkeklerin modern bir ulus-devlet, kadınların da modern aileler kurarak” modernleşme süreçlerine katkıda bulduklarından bahsetmektedir. Bu bağlamda Türk modernleşmesinde aile yapısında öncü olarak görülen kadınlardan modern annelik kimliği oluşturmaları, modern çocuklar yetiştirmeleri ve böylece modern gündelik yaşama ayak uydurmaları beklenmiştir. Ancak, modern aile yapısının inşa edilmeye başlanmasıyla, modernleşmenin bir etkisi olarak aile yapısında çözümler yaşanmaya başlanmış toplumsal yapı içinde birbiriyle bütün olan alanların ayrışması gerçekleşmiştir. İnsan yaşamı, aile ve toplumsal yaşam olarak ikiye bölünmüş ve Türk toplumunda aile yapısı annenin ve çocuğun doğal ortamı olarak tanımlanarak güç ve egemenlik alanlarının dışında bırakılmıştır. Aile üzerinden gerçekleştirilen bu modernlik ideolojisinde, saf dışı bırakılan aile kurumu ve buna dahil olarak kadın ve çocuklar, yeni bir toplum inşa etmek için en elverişli ortamlar haline getirilmeye başlanmıştır (Sancar, 2012, s. 194-198).

Ayrıca Türk toplumunda geleneklerin ve dinin aile yapısını şekillendirmede rolü oldukça büyüktür. Kalaycıoğlu bu durumla ilgili şunları söylemektedir; “İslam’a dayalı inanç ve gelenekler, toplumsal cinsiyet rollerinin tanımlanmasında hukuki, sosyal ve siyasal alandaki reformlara rağmen, hem kır hem kent sosyal yaşamında çok güçlüdür ve kadının kamu alanındaki yaşamı, tavır ve tutumlarını kısıtlamaktadır” (Kalaycıoğlu, 2000, s. 29-30’dan akt. Uğurlu, 2003, s. 61). Türkiye’de geleneksel yapının güçlü olması ve dini temelli bir ülke olmasıyla ailede, toplumda ve ekonomide ataerkil hakimiyetin gö-

rülmesi kaçınılmazdır. Ancak Türk toplumunda gizli bir anaerkil sistemin olduğu söylenebilir. Aile içinde annenin sahip olduğu roller ve çocuk bakımında aile içinde kurduğu üstünlük ile kadın anne kimliğini erkek karşısında üstün duruma getirmiştir (Sancar, 2013, s. 57).

2. Modernite, Postmodernite ve Kültür İlişkisi

Modernite kavramı, Giddens'in (2010, s. 28-29) tanımıyla; "ilk kez feodalizm sonrası Avrupa'da ortaya çıkan, ancak 20. yüzyılda giderek dünya çapında tarihsel etkiye sahip olan kurumlar ve davranış biçimlerini ifade etmektedir." Burada sözü edilen modern kurumlar, toplumsal yaşamda köklü değişikliklere neden olmaktadır. Modern kurumların toplumların geleneklerini, normlarını, yaşam biçimlerini değiştirmeleri toplumdaki bireylerin kişisel hayatlarını etkileyerek benlik üzerinde de dönüşümlere sebep olmaktadır. Modernitenin küresel etkilerle kişilerin kişisel ihtiyaçlarında dahi değişimler yaratması kültürel kimlikler için kaçınılmaz bir etki yaratmaktadır.

Modernite geleneklerle girdiği çatışmada kendisini meşrulaştırmak adına katı bir tutum sergilemektedir. Gelenek olgusu, toplumların kendi toplumsal yapılarına ait oldukları kültürel çerçeveden bakabilmeleriyle ortaya çıkmıştır. İşte tam bu noktada, modernitenin gelenekle çatışması başlar. Toplumun moderniteyle birlikte toplumsal yapılarını kendi kültürlerinden ziyade küresel bir kültürle değerlendirmeye kalkmaları çatışmanın temelini oluşturmaktadır (Kahraman, 2002, s. 30-33).

Günümüzde küresel olarak belirlenen zaman dilimleri ve tüm dünya ülkelerinin fark gözetilmeksizin evrensel olarak yansıtılması dünya üzerindeki insanların sosyal yapı içindeki davranışlarında köklü dönüşümlerin yaşanmasına neden olmaktadır. İkinci temel unsur olan modern kurumların çıkarılması konusunda modern çağ öncesindeki toplumsal rollerin modern dönemle birlikte uzmanlaştığı söylenebilir. Teknolojik ve mesleki uzmanlaşmanın yanı sıra modernite ile birlikte toplumsal rollerde de, örneğin; annelik, görülen uzmanlaşma küresel bir boyut kazanmaktadır.

Modernite kavramından sonra sosyal yapı içindeki kültürel değişimleri açıklayabilmek için irdelenmesi gerek bir başka kavram ise postmodernitedir. Daha çok sanat alanında kullanılan bu kavram aynı zamanda toplumdaki sosyal yapıyı etkilemesi açısından kültürel açıdan da ele alınmaktadır. Postmodernite, aydınlanma düşüncesiyle bağdaştırılan modernitenin yavaş yavaş sona ermesiyle ortaya çıkan durumu ifade etmektedir. Küreselleşme, tüketim kültürü, popüler kültür ve bilginin metalaşması postmodern durumu yaratmaktadır (Connor, 2015, s. 22-23). Bu durum, hem modernitenin devamı hem de modernitenin karşıtı olarak ortaya çıkmıştır.

Lyotard'e (2014, s. 35) göre; postmodern durum büyük anlatıların parçalanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda, aydınlanma düşüncesiyle ortaya çıkan egemen sınıfın bireycilik ve akla uygunluk savunuculuğu yıkılarak çoğulculuk ve düzensizlik kendini göstermeye başlamıştır (Oskay, 2010, s. 177).

Metalaşmış kültürel öğeleri gösterge sistemleri olarak adlandıran Baudrillard, (2016, s. 63) nesnelerin tüketilebilir hale gelmesi için göstergelere dönüşmesinden bahsetmek-

tedir. Toplumdaki bireyler tüketilebilir hale gelen bu göstergeleri tüketerek benliklerini gerçekleştirerek sosyal ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Ayrıca bu göstergeleri toplumda statüsünü belirlemek için kullanan bireyler kapitalist sistem tarafından yaratılan sahte ihtiyaçların etkisi altına girmektedir. Nesnelere toplumda kişiler arasında ayrımlara neden olacak üstün anlamlar yüklenmesi tüketici konumundaki bireyleri birbirleri arasında tüketim rekabetine sokmaktadır (Stevenson, 2015, s. 249-250).

Modern zamandaki bireyle postmodern zamandaki birey toplumsal yapı içindeki davranışları ve bakış açısıyla birbirinden ayrılmaktadır. Modern bireyde bulunan güçlü bireysel kimlik algısı postmodern bireyde yok olmuştur. Postmodern birey modern bireyin toplumsal anlamda sahip olduğu toplum bilincinden de uzaklaşmış, toplumdan ziyade kendine dönük bir bilinç oluşturmaktadır. Ayrıca modern bireyin sahip olduğu topluma ve kurallarına bağlı olma duygusu postmodern bireyde ortadan kalkarak yerini bireysel özgürlük anlayışına bırakmıştır (Rosenau, 2004, s. 89).

Postmodern modern olanın reddiyle doğmuş olsa ve postmodernite ve modernite arasında keskin ayrımlar görülse de bu iki kavramın birbiriyle benzer olduğu noktalar da unutulmamalıdır. Bu benzerlikten kasıt, benzer amaca ulaşma arzularıdır. Amaca ulaşma yolunda ideolojik anlamda farklılıkları net bir şekilde gözükse de sonuç olarak hayal edilen bir iktidar biçimine ulaşma çabaları ortaktır. Bu çaba içerisinde her iki olgu da kendi özellikleri dâhilinde çeşitli kimlikler yaratmış olsalar da aslında bu kimlikler, değişen her koşulda değişmeyen gerçeklikle bağlı oldukları ve özünde bağımsız olan kimliklerini (tözsel kimliklerini) korumak istemektedirler (Akay, 2002, s. 97-99).

3. Toplumsal Yapı İçinde Benlik Sunumları

Gordon Marshall Sosyoloji Sözlüğü (2005, s. 63) isimli eserinde benlik kavramının “insanların kendilerini, kendi düşüncelerinin nesnelere olarak ele almalarına olanak tanıyan, yansımaları ve düşünümsele becerilerinin” altını çizdiğini vurgulamaktadır.

Toplumsal yapı içinde kişilerin kendi tanımlamalarının diğer kişiler tarafından algılanmasıyla benlik bilinir hale gelmektedir. Bu noktadan itibaren toplumun bilinen benliğe karşı verdiği tepkiler kişiye yansır ve kişi bu tepkileri alarak kendisi hakkında bir değerlendirme yapar. Böylece benliğin algılanma süreci tamamlanarak kişi hem kendisi hakkında hem de toplum içinde diğer kişiler tarafından nasıl konumlandırıldığı hakkında bilgi sahibi olur. Tüm bu süreç içerisinde kişinin kendi benliğini nasıl sunduğu kadar çevresinin bu davranışları nasıl değerlendirdiği de önemlidir (Özen ve Gülaçtı, 2010, s. 23).

Benlikle ilgili önemli açıklamalar yapan Mead (1934), benliğin doğuştan olmadığını vurgulayarak benliğin zamanla toplumsal etkileşim süreciyle ortaya çıktığını söylemektedir. Yani benlik, bireyin toplumsal ilişkilerinin bir sonucudur ve öğrenilmiş bir olgudur. Mead, benliğin evrelerini açıklamak için benliği ferdi ben ve sosyal ben olarak iki ayrı şekilde incelemektedir. Bireyin toplumdaki diğer bireylerin davranışlarına göre oluşturduğu benlik imgesi ‘sosyal ben’i oluşturmaktadır. Sosyal ben, toplumdaki bireylerin kültürel yapıları hakkında bilgi vermektedir ve bireyin çevresinden etkilenecek benliğini oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Ferdi ben ise, bireyin davranışlarının somut bir şekilde

sergilenmesiyle ortaya çıkmaktadır. Kısacası, ferdî ben bireyin toplum içindeki benlik davranışlarıysa sosyal ben, bu davranışlara alınan tepkilerdir. Benliğin evreleri, "insanların eylemde bulunması, kendilerini nesnelere olarak görmeleri, eylemlerinin sonuçlarını değerlendirmeleri, eylemlerine diğer kişilerden alınan tepkilerin yorumlanması ve bu tepkilerle bir sonraki adımda nasıl davranmaları gerektiğine karar vermeleri" süreçlerini içermektedir (Mead, 1934'den akt. Turner, Beeghley ve Powers, 2010, s. 492).

Benlik ile ilgili önemli çalışmaları olan bir diğer isim ise Giddens'dir. Giddens, benlik kavramını gündelik yaşam pratikleri içinde değerlendirirken modernite ile olan ilişkisini ortaya koymaktadır. Giddens'in benliği modernite ile ilişkili olarak incelemesi modernitenin toplumsal hayatı değiştirmesinin yanında bireysel hayatları ve benlikleri de değiştirmesidir. Giddens benliği çoğu zaman bireysel kimlik ile ilişkili olarak ele almaktadır.

Giddens'a göre bireyler benliklerini güven duygusu çerçevesinde şekillendirdikleri nesnelere dünyası içinde anlamlandırmaktadırlar (Giddens, 2010, s. 65). Giddens'a göre, "benliğin kimliği, genel bir olgu olarak benliğin aksine, refleksif farkındalığı gerektirir. Bu kimlik bireyin 'kendinin bilincinde olma' anlamında bilincinde olduğu şeydir" (Giddens, 2010, s. 74). Yani bireysel kimlik, bireyin dönüşümlü olarak benliğini toplumsal hayat içinde yaratması ve bunu devamlı hale getirmesiyle ortaya çıkan davranışlardır.

Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* isimli eserinde tiyatroya benzettiği toplumsal yaşam içinde bireylerin bu tiyatronun oyuncularını olduklarını ve farklı rollere girerek performans sergilediğinden bahsetmektedir. Goffman'a göre kişiler oyuncular, sergiledikleri davranışlar rolleri ve performansları, performansını sergilediği yer olarak toplumsal yapı da tiyatro sahnesidir. Goffman'a göre, birey toplumsal ilişkilerinde kendini ifade ederek ederek iki farklı algı oluşturmaktadır: verdiği izlenim ve yaydığı izlenim. Bireyin verdiği izlenimde, bireyin sözlü simgelerle vermek istediği anlamları içermektedir. Yaydığı izlenim ise, bireyin davranışlarını sergilediği aşamada çevresindekilerce beklenti içine girilerek davranışına yüklenen anlamları içermektedir. Diğer bireylerin bu beklentisi gözlemledikleri davranışın verdiği izlenimden çok daha farklı anlamlara gelebilme ihtimalinin olmasıdır (Goffman, 2009, s. 19).

Goffman toplumsal rolü, "belli bir statüye bağlı hak ve görevlerin yerine getirilmesi olarak" tanımlamakta ve bu rolün çeşitli kısımlardan oluştuğunu söylemektedir. Birey rolünün farklı yönlerini toplum içinde aynı seyirciler önünde farklı şekillerde sahneleyebilmektedir (Goffman, 2009, s. 28).

Goffman'a göre benlikler, bireylere bağlı bir şekilde gerçekleşen toplumsal süreçlerdir. Goffman'ın dramaturjik yaklaşımına göre, kişiler canlandırdıkları rollere izleyicilerin inanmasını beklemektedir. Buna bağlı olarak "kişinin performansını ve sergilediği gösteriyi başkaları için yaptığı" gerçeği oluşmaktadır. Bu durumda kişinin başkaları için sergilediği davranışlar kendisiyle çelişki içine girse de kişi rolüne kendini kaptırarak oynadığı role inanması mümkündür (Goffman, 2009, s. 29).

Gündelik yaşamda benliğin sunumunda bireyler için önemli olan konulardan biri de sergilediği davranışın toplum tarafından kabul görmesidir. Goffman'a göre bireyler benlik sunumlarını idealize ederek, performanslarını bağlı buldukları toplumun değer yargılarına göre şekillendirmektedirler. Bu şekilde toplumsallaştırılan performans,

bulunduğu toplumun ortak değerlerini ön plana çıkarmaktadır. Bireyler performanslarının ideale uymadığını düşündüklerinde uyumsuz davranışları gizleme yoluna giderler. Birey, benliğinin gerçek yönünden ziyade kendisinden beklenen yönlerini sunma taraftarıdır. Bu durum bireyin gerçek davranışlarını gizleyeceğinden birey hakkında olduğundan farklı bakış açılarının gelişmesine neden olmaktadır (Goffman, 2009, s. 45-52).

Goffman dramaturjik yaklaşımda bireyleri ele alırken kültürel değerleri de dikkate almaktadır. Kültürel değerler bireyin çoğu konuda nasıl davranması, davranışı nasıl algılaması konusunda etkilidir. Toplumsal etkileşimlerin altında toplumu yöneten mevcut bir bilinç bulunmaktadır. Bu bilinçle hareket eden birey, performansının ahlaki boyutunu bu bilinçle göre belirlemektedir. Kültürel alt yapıları bireyleri Goffman'a göre; "ahlaki açıdan her zaman doğru bir görüntü çizme ve sosyalleşmiş bir kişiliğe sahip olma yükümlülüğü ve bunun karlılığı, kişiyi sahne sanatlarında tecrübeli bir kimse olmaya zorlamaktadır" (Goffman, 2009, s. 224).

4. Kimlik İnşası ve Benlik Sunumları İçin Yeni İletişim Ortamları: Sosyal Ağlar

Günümüzde teknolojinin giderek gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan yeni iletişim ortamlarının toplumsal yaşamdaki etkileri de giderek artmaktadır. Dijital teknolojilerin gündelik hayatta bu kadar büyük bir yer kaplaması bireylerin yaşamlarını büyük ölçüde değiştirerek yeni toplumsal ortamlar yaratmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte günümüzün toplumsal yapısı, bilgi paylaşımını, bilgi erişimini ve bilgi iletimini kolaylaştırmıştır. Bunun sonucunda yeni iletişim teknolojileri toplumları değiştiren bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Marshall McLuhan'ın "Teknolojik Belirleyicilik" tezinde belirttiği; "araçlarımıza biz şekil vermekteyiz, ancak bunun sonunda onlar da bizi şekillendirmektedir" ifadesi ile sosyal yaşamın teknolojiden büyük oranda etkilendiğini ve yeni iletişim ortamlarının dönüştürücü etkisini net bir şekilde anlayabiliriz.

Yeni medya teknolojilerinin giderek gelişmesiyle birlikte Web 2.0'in bir sonucu olarak günümüzde internet tabanlı sosyal medya olarak tanımlanan birçok uygulama ortaya çıkmıştır. İçerik, video, fotoğraf, metin vb. hipermetinsel içeriklerin paylaşılmasına olanak veren sosyal medya, zaman ve mekan sınırlamasını ortadan kaldırarak kullanıcılar için geleneksel kitle iletişiminden çok daha farklı bir iletişim imkanı sunmakta, böylece sosyal medya günümüzde günlük yaşamın bir parçası olarak karşımıza çıkarak sosyal ağlar ile aktif katılımlı sanal topluluklar oluşmaktadır (Erişti, 2017, s. 3).

Erişebilirlik, hipermetinsellik, anıdalık, etkileşim, katılım gibi birçok farklı özelliği bulunan sosyal medya, geleneksel medyadan ayrılan birçok üstün yönüyle alternatiftir. Zaman ve mekândan bağımsız olma özelliği ile anlık iletişime olanak sağlayan sosyal medya ile hızlı ve eşzamanlı bilgi paylaşımı sağlanabilmektedir. Sosyal medya, kendine özgü dili, kuralları, davranış kalıpları ile kendi kültürünü yaratmaktadır. Sosyal medya, bireylere yeni yaşam alanları sunmakta ve küreselleşme, sınırları aşan bir iletişim süreciyle birlikte gerçekleşmektedir. Bu bağlamda dijital bir sosyalleşmeden söz edilebilir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak kullanıcılar tarafından oluşturulan dijital

kültür ortaya çıkmaktadır. İçeriğin kullanıcılar tarafından oluşturulması ile daha özgün ve bağımsız bir ifade alanı yaratılmaktadır. Sosyal medyanın yarattığı çoklu iletişim ortamı ile kullanıcılar birden fazla kişiyle aynı anda iletişim kurabilmekte, birden fazla içerik paylaşabilmektedir. Sosyal medyanın en önemli özelliklerinden biri de kimlik oluşumuna fırsat vermesidir. Kişiler, sosyal medya ortamlarında geleneksel medyadaki kaynak ve alıcının ortadan kalkmasıyla mesajın yaratıcısı ve alıcısı haline gelmiştir. Böylece istediği zaman mesajın içeriğine göre belirgin olan ya da gizlenen kullanıcılar, sosyal medyadaki kimliklerini biçimlendirme olanağına sahiptir (Binark ve Kılıçbay, 2005, s. 96). Kendine ilişkin enformasyonu kontrol edebilen kullanıcılar, oluşturdukları yeni sanal kimlikleriyle ya da gerçek kimlikleriyle sosyal medya ortamlarında kendi sanal topluluklarını kurabilmektedir.

Sosyal medyada kişiler birbirleriyle iletişim kurma, kendi topluluklarını oluşturma, topluluğu içinde güven inşa etme ve birbirleriyle bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Sosyal medya ortamları 1990'lardan itibaren internet teknolojilerinin de gelişimiyle birçok farklı kullanıcının çeşitli sebeplerle yaygın kullanımında olduğu gibi, ebeveynlerin de deneyimlerini paylaşmaya başladığı yerler haline gelerek yeni gerçekliklerin inşa alanı olmuştur (Timurturkhan, 2019, s. 319). Sosyal medyanın yarattığı dönüşümlerle birlikte bilgi alıcından bilgi üreticisi konumuna geçen ve sosyal medyada anne kimliğiyle var olan kullanıcılar, yeni annelik biçimleri ortaya koymaktadır. Hamilelik, annelik, bebek bakımı gibi annelik ile ilgili içerik üreten kullanıcılar sosyal medya üzerinden ebeveynlik performanslarını kamusal etkileşimin bulunduğu sosyal ağlarda, diğer kullanıcılara sunmaktadırlar (Lupton, Pedersen ve Thomas, 2016, s. 738). Yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve küreselleşme ile popüler kültür etkisindeki anne kullanıcılar, kişisel bir olgu olan anneliği toplumsallaştırarak anneliğin biçimsel özelliklerini değişime uğratmakla birlikte sosyokültürel içeriğini de taşımaya devam etmektedirler (Burç, 2015, s. 12). Böylece, sosyal medya ortamları, kullanıcıların anne olarak kendileri ve rolleri arasındaki gerilimi müzakere etmelerine de olanak sağlamaktadır. Anne kullanıcıların annelik deneyimlerini paylaşmak için yaygın olarak kullandıkları sosyal medya ortamlarından biri de blog siteleridir. Annelik ile ilgili konularda deneyimlerin paylaşıldığı otobiyografik dergi tipi blog siteleri kullanım amaçları ve biçimsel özellikleri yönünden anneler tarafından tercih edilen sosyal medya ortamlarından biridir (Lupton, Pedersen ve Thomas, 2016, s. 732).

Web 2.0 teknolojisinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya alanında birçok farklı uygulama ortaya çıkmıştır. Bu uygulamalar genel kullanım alanlarına göre kategorilere ayrılmaktadır. Bu kategorilerden biri de bloglardır. Modern günlükler olarak tanımlanan bloglar, sosyal medya uygulamalarının ilk örnekleri arasında yer almaktadır. İnternetin modern günlükleri olarak bilinen bloglar kullanıcılara yeni bir ifade ortamı sunmaktadır.

"Weblog" sözcüğünün kısaltılmışı olarak kullanılan "blog" terimi, Türkçe 'de genellikle "web günlüğü", "internet günlüğü", "ağ günlüğü" şeklinde kullanılmaktadır. "Blog" sözcüğü ilk kez 1999 senesinde Peter Merholz tarafından kullanılmıştır. (Çelebi, 2009, s. 56). Web 2.0'ın ortaya çıkmasıyla birlikte kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturabilme imkanı doğmuştur. Bu bağlamda bloglar, Web 2.0 hizmetlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Türkiye'de blog siteleri 1998 yılından itibaren ortaya çıkmaya başlamıştır. 2005 yılında ise blog yazarlığı popülerleşmeye başlamış, bu tarihte ilk Türkçe blog

uygulamaları ortaya çıkmıştır. Böylece bu tarihten itibaren Türkiye’de blog kullanımı giderek artmıştır.

5. Bloglarda Annelik Kimliğinin İnşası ve Sunumu: Blogger Annelerin İncelenmesi

5.1 Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada, nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma yöntem deseni kullanılmıştır. Karma yöntem deseni dahilinde nitel ve nicel veri toplama araçlarından ve analiz biçimlerinden faydalanılmıştır. Karma yöntem ile nitel ve nicel veriler birbirleri ile bütünleştirilerek karşılaştırmalı sonuçlar elde edilmesi amaçlanmaktadır. Karma yöntem araştırmaları, nicel veriler olan araştırmacının istatistiki verilerini ve nitel veriler olan araştırmacının kişisel deneyimlerini de içine alan bulguları harmanlayarak araştırma problemini daha iyi anlamak için büyük bir avantaj sağlamaktadır (Creswell, 2017, s. 2). Araştırmada bloglardaki anne kimliklerini incelemek için siteler üzerinden nicel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik çözümlemesi kullanılmıştır. İçerik analizinin yanı sıra anne kimliği ile blog kullanan kullanıcılarla nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sosyal bilimler çalışmalarında nitel araştırmalar oldukça önemli bir yere sahiptir. Nitel araştırmalar sosyal yaşama dair yorumlayıcı, doğal bir yaklaşıma sahiptir ve durumları, yaşanan değişimleri görürür kılar. Nitel araştırmalar araştırmacının varsayımları ile başlar ve katılımcıların tecrübe ettikleri alandan verilerin toplanması ile devam eder. Doğal ortamda toplanan veriler tümevarımsal mantık yoluyla organize edilerek yorumlanır. Ayrıca nitel araştırmalar, nicel araştırmaları izleyerek nedensel teorileri yorumlama yoluyla bağlantılı ilişkiler kurmayı amaçlamaktadır (Creswell, 2013, s. 44-45). Araştırmada karma desenin benimsenmesi ile her iki araştırma yönteminin sonucunun karşılaştırılması ve güvenilirliği yüksek bir araştırma yapılması planlanmıştır.

Araştırmanın temel amaçları doğrultusunda blogger annelerin incelenmesi için duruma uygunluğu açısından amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle, derinlemesine araştırma yapabilmek için araştırmacının amacına uygun örneklemin seçilmesi önemlidir. Araştırmada problemle ilgili olarak belirlenen unsurlara sahip kişiler seçilerek amaçlı örnekleme türlerinden biri olan ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Bu anlamda, katılımcılar için belirlenen ölçütler şu şekilde oluşturulmuştur:

- Katılımcıların sosyal medya (blog) ortamında kendilerini annelik kimliği ile sunmaları,
- Katılımcıların aktif bir şekilde 1 yıldan uzun süredir blog kullanmaları.

Bu iki ölçüt ön planda tutularak hem blog siteleri incelenmiş hem de katılımcılarla görüşme yapılmıştır. Ölçütlere uygunluk gösteren 27 blog sitesi içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir ve ölçütlere uygun olan 8 katılımcıyla görüşme gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada görüşmeler için amaçlı örneklem seçilerek araştırmacının sorununa uygun kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı görüşme sorularını önceden yapılandırmış olsa da katılımcıdan elde ettiği yeni bilgiler dahilinde sorularını genişleterek katılımcılara göre yeni sorular eklemiştir. Görüşme yapılan katılımcılar kod isimleri ile verilmiştir.

Araştırmada, 17.04.2017- 25.04.2017 tarihleri arasında 27 blogun her birinde yer alan son 7 paylaşımın içeriği analiz edilmiştir. İçerikler görsel ve yazılı olarak bir bütün halinde ele alınıp incelenmiştir. Araştırma konusunun amacına uygun kodlama cetveli oluşturularak 27 blogun son 7 paylaşımı bu cetvele göre analiz edilmiştir. Kodlama cetveli konuya uygun bir şekilde kategorilere ayrıştırılarak sınıflandırılmıştır.

Görüşme verileri aşağıda belirlenen temalara göre kodlanmış ve analiz edilmiştir.

1. Katılımcıların kişisel özellikleri
 - a) Katılımcının yaşı
 - b) Katılımcının eğitim durumu
2. Blog kullanım pratikleri
 - a) Katılımcıların blog kimlikleri
 - b) Katılımcıların blog kullanım sıklığı
 - c) Katılımcıların blog kullanım nedenleri, amaçları
 - d) Katılımcıların paylaşımlarının içerikleri
3. Bloglarda annelik kimliğinin sunumu
 - a) Katılımcıların annelik tanımları
 - b) Katılımcıların blogger anne tanımları
 - c) Katılımcıların sundukları anne imajları
4. Katılımcıların blog ortamı hakkındaki düşünceleri
 - a) Katılımcıların mahremiyet düşüncesi
 - b) Katılımcıların diğer kullanıcılarla etkileşimi
 - c) Blogların avantajları ve dezavantajları
 - d) Katılımcıların blogların annelik kimliğini değiştirmesi ile ilgili düşünceleri ve blog ortamında karşılaşılan popüler kültür öğeleri

5.2 Bulgular ve Yorum

5.2.1 Katılımcılarla Yapılan Derinlemesine Görüşme Bulguları

5.2.1.1 Katılımcıların kişisel özellikleri:

İlk tema olarak katılımcıların yaş ve eğitim durumları bilgilerine yer verilmiştir:

Yaş kategorileri 18-25, 26-32, 33-38, 39+ şeklinde belirlenmiş olup, katılımcılardan hiçbiri 18-25 yaş aralığında olmayıp, Miray, Nermin ve Fulya 26-32 yaş aralığında; Ebru, Selda ve Hülya 33-38 yaş aralığında ve Sema 39+ yaş kategorisindedir.

Görüşmelerde katılımcıların eğitim durumları sorulmuş, katılımcılardan 6 tanesinin üniversite 2 tanesinin de lise mezunu olduğu saptanmıştır.

5.2.1.2 Katılımcıların Blog kullanım pratikleri

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların 'blog kullanım pratikleri' ana başlığı altında "katılımcıların blog kimlikleri, katılımcıların blog kullanım sıklığı, atılımcıların blog tanımları, katılımcıların blog kullanım nedenleri, amaçları, katılımcıların blog paylaşım türleri" ele alınmıştır.

5.2.1.3 Katılımcıların blog kimlikleri

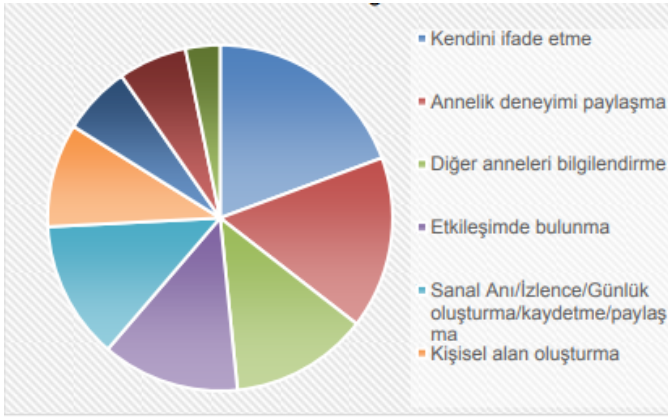
Araştırmada katılımcılara blog sitelerinde gerçek kimlikleriyle mi yoksa farklı bir sanal kimlik oluşturarak mı buldukları sorulmuştur. Soruya 8 katılımcı da gerçek kimliği ile blog sitesinde bulduklarını söylemiştir.

5.2.1.4 Katılımcıların Blog Kullanım Sıklığı

Katılımcılara bloglarında günde ne kadar zaman geçirdikleri sorulduğunda; Nermin, Öznur ve Selda'nın 1-2 saat; Fulya, Miray, Hülya ve Ebru'nun günde 3-4 saat, Sema'nın ise 4 saatten fazla blog kullandığı öğrenilmiştir.

5.2.1.5 Katılımcıların blog kullanım nedenleri

Katılımcıların blog kullanım nedenlerine ilişkin alt temalar şu şekilde tablolaştırılmıştır:



Grafik 1: Annelerin Blog Kullanım Nedenleri

Blogger annelerin blog kullanım nedenlerine ilişkin görüşlerine dayalı alt temaları ise; Kendini ifade etme %75, Annelik deneyimi paylaşma %62, Diğer anneleri bilgilendirme %50, Etkileşimde bulunma %50, Sanal Anı/İzlenim/Günlük oluşturma/kaydetme/paylaşma %50, Kişisel alan oluşturma %37, Faydalı içerik paylaşma %25 Özgür ifade ortamı bulma %25 Günlük yaşam sınırlarını aşma %12 olarak hesaplanmıştır.

Katılımcılardan blog kullanım nedenlerine ilişkin ana temaları ve alt temalarına ilişkin görüşleri şu şekildedir:

Öznur, blog kullanım nedenini blogları sosyal medya uygulamaları içinde kendini en iyi ifade edebildiği ortamlar olarak görerek deneyimlerini paylaşmak için blog kullandığını belirtmiştir.

Katılımcılardan Ebru, blog sitesini annelik deneyimlerini paylaşmak ve yazarak kendini iyi ifade ettiği için kullandığını belirterek nedenlerini şu şekilde belirtmiştir:

"Her zaman yazarken kendimi çok mutlu hissetmişimdir. 2007 yılından beri blog yazıyorum. Kendimi yazarak iyi ifade edebildiğim için blog kullanmaya karar verdim. Bloglar diğer sosyal medya ortamlarından daha fazla yazı içerikli. Bu yönü bana cazip geliyor. 2011 yılında anne olunca da kendi kişisel blog sitemi kapatıp çocuğumla ilgili bir blog açtım. Burada elimden geldiğince annelik deneyimlerimi paylaşıyorum. Diğer annelerle bildiklerimi paylaşmak beni en mutlu eden yönü diyebilirim."

Miray blog kullanım nedeni ile ilgili, uzun süredir takip ettiği anne-çocuk blog sayfaları olduğunu belirterek çocuk sahibi olduktan sonra kendisinin de çocuğuyla yaşadıklarını kayıt altına almak için ve bilgi edinmek için kendi blog sayfasını açtığını söylemiştir.

Selda blog kullanım sebebin öncelikle annelik tecrübelerini paylaşmak olduğunu belirtmiştir. Selda'ya göre; "blog kullananlar bir şekilde kendi yaşadıklarını sayfalarında paylaşıyorlar. Tıpkı diğer sosyal medya platformları gibi ancak bloglar bana daha kişisel alanlar gibi geliyor ve annelik tecrübelerimi paylaşarak mutlu oluyorum." Annelik tecrübelerini paylaşmak için blog sayfası açtığını belirten Selda ayrıca ek olarak diğer anne-çocuk sayfalarından bilgi almak için de blog kullandığını eklemiştir.

Sema blog kullanımını 3 nedene bağlamıştır. İlk olarak blogların Türkiye'de popüler olmaya başladığı zamanlardan bu yana blog kullanıcı olduğunu vurgulayarak, başlarda aktif bir kullanıcı olmadığını sadece diğer sayfalardaki bilgilerden faydalandığını ancak daha sonra anne olmasıyla birlikte hem çocuğuyla yaşadıklarını diğer kullanıcılarla paylaşmak hem de anılarını internet ortamında kaydetmek için blog kullandığını söylemiştir.

Nermin uzun yıllardan beri kişisel blog sayfası olduğunu belirtmiştir. Yazmayı çok sevdiği için anılarını yazmak için başladığı blog yazarlığına anne olunca başka anne kullanıcılarla iletişime geçip bilgi almak için blog kullandığını söylemiştir.

Hülya, anne olduktan sonra tecrübelerini insanlarla paylaşmak için blog sayfası kurduğunu belirtmiştir. Bunun yanı sıra Hülya, çocuklarıyla ilgili anılarını düzenli bir şekilde blog sayfasında kaydettiğini eklemiştir.

Fulya, sosyal medyanın farklı insanları bir araya getirme özelliğini vurgulayarak blog kullanım nedenlerini şu şekilde sıralamıştır:

"Blog sayfamı takip ettiğim faydalı hesaplardan esinlenerek açtım. Anne olduktan sonra yaşadıklarımı diğer insanlarla paylaşmak ve diğer anneleri bilgilendirmek hayatımı bir bakıma düzene soktu diyebilirim. İçerik paylaşımı yapmadan önce paylaşacağım şey hakkında detaylı araştırma yapıyorum sonuçta birçok anne yazdıklarımı takip ediyor, tavsiyeleri uyguluyor ya da örnek alıyor. Bununla ilgili sorumluluk hissetmeye de başladım sanırım. Her gün düzenli olarak faydalı içerikler paylaşmaya özen gösteriyorum. Her gün düzenli olarak araştırma yapıyorum. En önemlisi sosyal medyada birçok insan bir araya geliyor ve herkes deneyimlerini paylaşıyor. Farklı ülkelerden birbirimizi takip ettikimiz, fikir alışverişinde bulunduğumuz kullanıcılar da var. Büyük bir aile gibiyiz ve insanlar günlük hayatta konuşmadığı birçok şeyi daha rahat bir şekilde sosyal medyada konuşabiliyor. Bu yüzden özellikle blog sayfalarını çok samimi buluyorum."

Katılımcıların blog kullanımı dışında izleme nedenleri de ortaya koydukları görüşlerde öne çıkmaktadır. Katılımcı annelerin blog izleme nedenleri arasında anne ve çocuk

yetiştirme bilgi almak ve bilgilerden yararlanmanın yanı sıra diğer annelerle iletişim kurmak da öne çıkmaktadır. Blog izlemenin popülerliği ise dikkat çeken bir diğer temadır. Farklı kültür ya da ülkelerdeki annelerle etkileşimde bulunmak ve bu etkileşimin bilinçli anneliğe yansımaları da değinilen bir diğer nokta olarak dikkat çekmektedir. Yine popülerlik 73 bağlamında diğer annelerden etkilenecek blog izleme ya da oluşturma da sosyal ağların popülerliğinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

5.2.1.6 Katılımcıların paylaşım içerikleri

Görüşmeler sırasında katılımcılara paylaşım içeriklerini belirlemek adına ne tür paylaşımlarda buldukları sorulmuştur. Çeşitli cevaplar alınsa da genellikle bebek bakımı, çocuk eğitimi ve beslenme konularında içerikler paylaştıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 1: Blogger Annelerin Paylaşım İçerikleri

Blogger Annelerin Paylaşım İçerikleri	F	%
<i>Bebek bakımıyla ilgili içerik paylaşımı</i>	6	75
<i>Günlük yaşam içerisindeki olayların paylaşımı</i>	4	50
<i>Oyun/etkinlik haberleri paylaşımı</i>	4	50
<i>Çocuk eğitimi ile ilgili paylaşımlar</i>	3	50
<i>Çocuklar için yemek tarifleri paylaşımları</i>	3	37
<i>Çocukların sosyalleşmesine ilişkin içerik paylaşımı</i>	3	37
<i>Ürün ve marka tanıtımına ilişkin paylaşımlar</i>	3	37
<i>Uzman görüşleri paylaşma</i>	2	25
<i>Uygulanarak deneyimlenmiş içerik paylaşma</i>	2	25
<i>Doğruluğu sınanmış içerik paylaşma</i>	2	25
<i>Güncel içerik paylaşma</i>	1	12

5.2.1.7 Katılımcıların 'annelik' tanımları

Görüşme sırasında katılımcılara anneliği nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Hemen hemen benzer cevaplar alınmıştır. Katılımcıların çoğu anneliğin fedakarlık gerektiren ve huzur verici bir duygu olduğunu söylemiştir. Ayrıca katılımcıların çoğu anne olunca kendilerini tamamlanmış hissettiklerini vurgulamıştır. Anneliğin kutsal bir olgu olduğuna dair oluşan inanç katılımcıların ortak düşüncesidir.

Tablo 2: Geleneksel Annelik

Geleneksel Annelik	F	%
<i>Özel ve kutsal bir görev</i>	8	100
<i>Fedakarlık</i>	8	75
<i>Ödün verme</i>	4	50
<i>Sorumluluk</i>	4	50

5.2.1.8 Katılımcıların blogger anne tanımları

Görüşme sırasında katılımcılara annelik kimlikleri ile blogger kimliğinin nasıl özdeşleştirildiğini anlamak adına 'blogger anne' tanımını nasıl yaptıkları sorulmuştur. Katılımcıların çoğu blogger anneliği sosyal medyada annelik deneyimlerini paylaşan kullanıcılar olarak tanımlamıştır. Blogger anne tanımına ilişkin alt temalar şu şekilde yapılandırılmıştır:

Tablo 3: Blogger Annelerin Blogger Annelik Tanımlamaları

Blogger Annelik	f	%
<i>Yeni nesil annelik</i>	6	75
<i>Teknolojik annelik</i>	4	50
<i>Çağı yakalayan annelik</i>	4	50
<i>Yeniliklere uyum sağlayan annelik</i>	4	50
<i>Meslek olarak blogger annelik</i>	2	25
<i>Diğer anneleri bilinçlendirme misyonu odaklı annelik</i>	2	25

Katılımcılardan Ebru, her annenin kendi deneyimlerini blog sayfasında paylaşmasıyla birlikte blogger anneler diye yeni bir akım çıktığını belirterek şu şekilde açıklamıştır:

"Bir annenin blogger anne olarak kendi yaşamındaki tecrübelerini paylaşması başkalarını bilgilendirmesi çok güzel bir şey. Bizler anne olarak paylaşımlar yapıyoruz ve içimizde bunu meslek olarak yapan anneler de var. Çeşitli markalarla çalışıyorlar ve sosyal medyada ürün tanımları yaparak anne çocuk alanında bilgi paylaşıyorlar."

Fulya ise, blogger anne adı altında sosyal medyada birçok hesap olduğunu belirterek sosyal medyadaki bu konuyla ilgili bilgi kirliliğine dikkat çekmektedir ve bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

"Anne olduktan sonra herkes çeşitli sosyal medya ortamlarında çocuğuyla ilgili içerikler paylaşmaya başladı. Ancak bu paylaşımların çoğunu doğru bulmuyorum. İnsanlar kullaktan dolma bilgilerle araştırmadan, kaynak göstermeden bilgi paylaşır oldular. Diğer kullanıcılar bu tür paylaşımları ciddiye alıp kendi hayatlarında uyguluyorlar. Bu sakıncalı bir durum. Ben de kendimi blogger anne olarak tanımlıyorum ancak genellikle uzman görüşleri paylaşmaya özen gösteriyorum ya da deneyip uyguladığım doğruluğundan emin olduğum konuları tavsiye ediyorum."

Selda, blogger anneleri çağın koşullarına ayak uydurarak sosyal medyada paylaşımda bulunan yeni nesil anneler olarak tanımlamakta ve şunları eklemektedir:

"Günümüzde sosyal medya insanlara binlerce kişiye ulaşarak iletişim kurmaları için olanak sağlıyor ve bazılarımız bu olanakları iyi değerlendiriyoruz. Birçok blogger annenin ve benim de bunu iyi değerlendirdiğini ve insanlara ulaşmak için sosyal medyayı doğru bir şekilde kullandığımızı düşünüyorum. Tabi genelleme yapmak sakıncalı olabilir ancak kendi adıma konuşmam gerekirse blogger anne adı altında yaptığım her şey çok güncel mesela. Her zaman güncel içerikler paylaşarak çağın gerektirdiği şekilde bir anne olma çabasındayım. İnternet sayesinde bütün bilgiler artık elimizin altında ve bunları değerlendirmek bizim elimizde. Bu konuda blogger anneleri teknolojinin tüm fırsatlarını değerlendirerek diğer insanları bilinçlendirmek için paylaşımda bulunan kişiler olarak"

tanımlayabilirim. Blogger anneler kesinlikle yeni nesil anneliği temsil ediyorlar.”

Miray blogger anneleri teknolojik anneler olarak tanımlayarak blogger anne kimliği ile ilgili düşüncelerini şu şekilde dile getirmiştir:

“Son yıllarda internette böyle bir tanımlama çıktı evet ben de kendimi blogger anne olarak tanımlıyorum. Blogger anneler bana göre anneliğin teknoloji ile buluşması gibi. Bizler günümüzün anneleri olarak artık interneti aktif bir şekilde kullanıyoruz. Kullanmak da zorundayız bence. Artık ufacık çocuklarımız bile internette çıkmazken biz anneler olarak çağa ayak uydurmak zorundayız. İnternet sayesinde günümüzde her şey o kadar hızlı değişiyor ki yeniliklere zor uyum sağlıyoruz. Blogger annelerin bu konuda diğer annelere, kadınlara hatta babalara ebeveynlik hakkında güncel içerikler paylaşarak bu uyumu yakalamalarına fırsat verdiğini düşünüyorum.”

Tablo 4: Katılımcıların sundukları anne imajları

Bloglardaki Annelik İmajları	f	%
<i>Modern anne imajı</i>	8	100
<i>Gerçek yaşamı olduğu gibi yansıtmaya yönelik imaj</i>	6	75
<i>Gerçek kimliği yansıtmaya ilişkin imaj</i>	4	50
<i>Gerçek yaşam paylaşımlarına dayalı imaj</i>	4	50
<i>Geleneksel ve modern anne imajı</i>	4	50
<i>Geleneksel Türk kadını imajı</i>	4	50

Blog sayfalarında annelik kimliğinin nasıl inşa edildiğini anlamak adına görüşme sırasında katılımcılara; blog ortamında ortaya koydukları annelik modeli ile gündelik yaşamdaki annelik modelinin birebir örtüşüp örtüşmediği, sosyal medya ve blog kullanımıyla birlikte annelik bakış açısında değişimler olup olmadığı, kendilerini annelik bağlamında geleneksel mi yoksa modern olarak mı tanımladıkları sorulmuştur. Sorularla ilgili katılımcılardan çeşitli cevaplar alınmış olsa da genel anlamda cevapların ortak noktası olarak tüm katılımcılar gerçek hayatta sergiledikleri anne imajıyla blog ortamında sergiledikleri anne imajının birebir örtüştüğünü düşünmektedir. Bununla birlikte katılımcıların çoğu blog kullanımıyla birlikte bakış açılarında olumlu değişimler yaşandığını belirtmişlerdir.

Tablo 5: Bloglardaki Annelik İmajlarında Öne Çıkan Göstergeler

Blogger Anne İmajı Göstergeleri	f	%
<i>Annelik kimliğini aktif hale getirme</i>	8	100
<i>Anne kimliğini öne çıkarma</i>	6	75
<i>Modern anne kimliğini öne çıkarma</i>	4	50
<i>Bilinçli anneliği öne çıkarma</i>	4	50
<i>Anneliğe ilişkin kişisel gelişimi öne çıkarma</i>	3	50
<i>Çocuk bakımında uluslararası bakış açısını öne çıkarma</i>	1	50

Blogger annelik imajı çerçevesindeki modern, bilinçli ve paylaşımcı anne kimliklerine dayalı yansımalar dikkati çekmektedir. Örneğin annelerin paylaşımları öncesinde hazırlık yapması, araştırma gerçekleştirilmesi, uzmanlara ulaşarak bilinçli anneliği öne çıkarması söz konusudur. Ayrıca kültürler ve ülkeler arasındaki anneler ile etkileşime dayalı uluslararası bakış açısı ve etkileşim çıktılarını paylaşan anneler de dikkati çekmektedir. Bu çerçevedeki paylaşımları sorumluluk taşıma ile özdeşleştiren anneler, bu süreç için ciddi bir ön hazırlık ortaya koymaktalar ve bir anlamda blogları çerçevesinde doğru içerik paylaşımını toplumsal bir sorumluluk olarak görmektedirler.

Tablo 6: Bloglardaki Mahremiyet ve Gizliliğe İlişkin Görüşler

Bloglardaki Mahremiyet ve Gizlilik	f	%
<i>Özel hayat paylaşımlarında seçicilik</i>	8	100
<i>Paylaşımların oluşturacağı sorunlar için önlem alma</i>	6	75
<i>Fotoğraf paylaşımlarının kötü amaçlı kullanımını önleme</i>	6	75
<i>Özel yaşam alanı bilgilerini paylaşmama</i>	6	75

Bloglardaki mahremiyet ve gizliliğe ilişkin görüşler çerçevesinde hem kendilerinin hem de çocuklarının fotoğraflarını paylaşırken seçici davrandıklarını ve çok özel içerikler paylaşmadıklarını söylemişlerdir.

5.2.1.9 Katılımcıların blogların annelik kimliğini dönüştürmesi hakkındaki düşünceleri

Katılımcılara son olarak blogların ya da genel olarak sosyal medyanın annelik kimliğini dönüştürüp dönüştürmediği ve blog ortamında ve genel anlamda sosyal medyada karşılaştıkları popüler kültür öğeleri sorulmuştur. Katılımcıların hepsi sosyal medya uygulamaları ve internetin büyük ölçüde annelerin bakış açılarında değişikliğe yol açtığını söyleyerek bu değişikliği katılımcıların yine hepsi, olumlu anlamda değerlendirmiştir. Ayrıca katılımcıların çoğu sosyal medya kullanırken popüler kültürün etkisi altına girdiğini belirtmiştir.

Tablo 7: Blogların Annelik Kimliğine Yansımaları

Blogların Annelik Kimliğine Yansımaları	f	%
<i>Annelik bakış açısına ilişkin dönüşüm</i>	6	75
<i>Popüler kültür etkisine ilişkin dönüşüm</i>	4	50
<i>Sosyal etkileşime dayalı modern anne kimliğine dönüşüm</i>	4	50
<i>Sosyal medya anneliğinin popülerliğine ilişkin dönüşüm</i>	4	50
<i>Çocuk yetiştirmeye ilişkin rekabeti yansıtmaya ilişkin dönüşüm</i>	2	25
<i>Modern annelik göstergeleri ortaya koymaya ilişkin dönüşüm</i>	2	25

Annelik bakış açısına ilişkin dönüşümün temelinde popüler kültürün blogger kimliğini

öne çıkarması yer almaktadır. Bir diğer deyişle blogger anneliğın sosyal medya içerisinde var olmak ile doğrudan ilişkisi vardır. Bu varoluşun modern annelik kimliğine dönüşümü ise toplumsal uzantıları olmayan bir dönüşüm niteliğindedir. Modern annelik ve blog kullanımı arası yoğun bir biçimde ilişki kurmaktadır. Blog kullanımı ile anneler aslında modern, bilinçli, geleneksel yöntemleri uygulamayan, sorgulayıcı, dünya üzerinde farklı kültürlerdeki anneler ile etkileşim kuran bilinçli bir anne kimliği oluşturma çabası içerisinde girmektedirler. Bu çerçevede bloglarda çocuğın aile içinde öneminin arttığı, çocuk yetiştirmeye ilişkin bilinç düzeyinin arttığı, çocuk gelişimi ile ilgili yeniliklerin ya da trendlerin takip edildiği ve uygulandığı yeni nesil bir anne kimliğine ilişkin dönüşümler dikkati çekmektedir. Ancak modern annelik tanımlaması içerisinde yer alan anne baba paylaşımları, etkileşimleri, ortak ebeveynlik, mükemmel değil ama nitelikli annelik ile ilgili dönüşümlerin olmadığı da dikkati çekmektedir. Annelerin kişisel bloglarında aile olarak değil de özellikle çocuk ve anne olarak var olma çabası daha dikkat çekici bir unsurdur. Bu noktada annelik kimliğinin takdir edilmesi ve değer görme beklentileri de öne çıkmaktadır. Modern annelik ile ilişkili olarak blog kullanımı bir kanıt niteliği taşımaktadır. Ancak annelerin vurguladığı bir diğer nokta geleneksel değerlerin kaybedilmesine ilişkin taşıdıkları kaygıdır. Bu durumda annelerin görüşlerine dayalı olarak temelde modern annelik ile geleneksel anneliğın arasında bir noktada bulunan annelik kimliğinin tam olarak dönüşmediği ancak blog kullanımı ya da sosyal medya etkisi ile sorumlulukları artırdığı söylenebilir.

Katılımcılardan Miray sosyal medya ile annelerin annelik ve çocuk eğitimi konusunda daha çok bilinçlendiğini vurgulamış ve şunları eklemiştir:

“Artık herkes yediden yetmişe kadar internet kullanıyor. Ufacık çocuklarımız bile ellerinde tabletlerle neredeyse doğar doğmaz internete girmeye başlayacaklar. Hal böyle olunca artık internet ve sosyal medya kullanmayan insanlara cahil gözüyle bakılmaya başlandı. Annelerin de gözlemediğim kadarıyla çok büyük bir kısmı artık sosyal medya kullanıyor ve sosyal medyada anneliğini ön plana çıkaran birçok kullanıcı var. Burada anneler birbirlerinin paylaşımlarını takip ediyor ve bir bakıma çocuk yetiştirme konusunda gizli bir rekabetin olduğu da söylenebilir. Eskiden anneler çocuklarının kollarını kıyaslayarak kendi aralarında yarışa girerlerdi kendi annemden hatırlıyorum. Artık böyle şeyler kalmadı. İnsanlar çok daha bilinçli. Artık anneler arasında çocukların eğitimi konusunda yarışlar başladı. Kocakarı ilaçları, değişik yöntemler eskisi kadar uygulanmıyor. Sosyal medya aracılığı ile birçok uzmanla iletişime geçerek her konuda fikir danışabiliyoruz. Kısacası sosyal medyanın anneleri daha çok bilinçli ve modern yaptığını düşünüyorum.”

Ebru da sosyal medyanın anneliği iyi anlamda değişime uğrattığını belirtmektedir:

“Sosyal medya ile birlikte bence anneler görerek, sorarak, anlayarak daha bilgili ve bilinçli hale geldiler. Gözlemediğim kadarıyla çocukların aile içindeki önemi de arttı. Kendi ailemden örnek veriyim. Yeğenimin zamanında internet ve sosyal medya yoktu ve şu an kendi çocuğumla yeğenimin yetiştirilmesi arasındaki farklara bakınca internetin önemini anlıyorum. Kesinlikle annelerin daha çok bilinçlenmesini ve çocuğın eğitimine daha fazla yönelmesinde sosyal medyadaki örneklerin payı var. İnsanlar sosyal medyada dünyanın her yerinden anne çocuk örnekleri görüyor. Bunlardan örnek aldıkları oluyor, yeni şeyler öğrendikleri oluyor. Küresel çapta etkileri olduğunu düşünüyorum annelere. Örneğin ben, yabancı dil eğitimine bu kadar önem vermezken sosyal medya ile birlikte çocuğumun en erken dönemde yabancı dil öğrenmesi gerektiğini düşünür oldum.”

Selda, sosyal medyanın anneliği dönüştürmede önemli etkilerden biri olduğunu söyle-

yerek bu konuyla ilgili şunları ifade etmiştir:

"İnternet çağında yaşıyor olmamız aslında her şeyi değiştirdi. İnternetin bu kadar yaygın olmadığı 10 15 yıl öncesine ve şimdiye bakıyorum da hemen hemen hiçbir şey eskisi gibi değil artık. Her şey gelişme halinde tabi ki annelik de. Sosyal medya ile tüm dünya aynı anda aynı konulardan haberdar olabiliyor. Hal böyleyken annelik de eski annelik gibi olamaz. Benim çocuğumu yetiştirme tarzımla annemin bizleri yetiştirme tarzına bakıyorum da büyük bir uçurum var arada. Artık her şey çok daha bilgi çerçevesinde yapılıyor. Biz anneler olarak internetten son trendleri takip ederek çocuğumuzu yetiştiriyoruz. Popüler olan artık daha kıymetli gelmeye başladı herkese. Çocuğumuzun eğitiminde, yemesinde içmesinde, giyiminde bile dünyadan gördüğümüzü yapar olduk."

Sema da sosyal medya ile annelik algısında değişiklikler olmaya başladığını belirtmiş ancak geleneksel değerlerin kaybedilmemesi gerektiğini şu şekilde açıklamıştır:

"Sosyal medyada özellikle yerli ve yabancı ünlü anneler takip ediliyor ve onların hayatlarını örnek almaya çalışan kadınlar, anne adayları ve anneler var. Popüler kültür bu şekilde yayılıyor sanıyorum. Reklamlar da bunda çok etkili oluyor. Bunlar birleşince çocukların giyim tarzları bile değişti artık. Eskiden pijamalarla dolaşan çocuklar şimdi moda ikonu gibi dolaşıyor. Ne kadar eleştirsem de ister istemez ben de gördüklerimin etkisi altında kalıp çocuğumu bu şekilde giydirdiğim oluyor açıkçası. Çoğunluğa uymak gibi bir şey. Dediğim gibi ben daha çok geleneksel Türk anneliğinin devam ettirilmesinden yanayım aile değerlerimiz için ancak internet ile birlikte sanırım bu değerler de ortadan kalkacak zamanla."

5.3 Blogların İçerik Analizi Bulguları

'Fotoğraf paylaşımı' incelemesinin sonuçlarına göre;

Tablo 8: Paylaşımlarda Çocuğun Fotoğrafının Yer Alması

	Frekans	Yüzde
<i>Paylaşılmış</i>	76	40,2
<i>Paylaşılmamış</i>	113	59,8
<i>Toplam</i>	189	100,0

Yapılan paylaşımların 76'sında çocuğun fotoğrafı yer alırken 113 paylaşımda çocuğun fotoğrafına yer verilmemiştir.

Tablo 9: Paylaşımlarda Annenin Fotoğrafının Yer Alması

	Frekans	Yüzde
<i>Paylaşılmış</i>	50	26,5
<i>Paylaşılmamış</i>	139	73,5
<i>Toplam</i>	189	100,0

İncelenen paylaşımların 50 tanesinde annenin fotoğrafı yer alırken 139 tanesinde annenin fotoğrafı bulunmamaktadır.

Tablo 10: Paylaşımlarda Babanın Fotoğrafının Yer Alması

	Frekans	Yüzde
<i>Paylaşılmış</i>	8	4,2
<i>Paylaşılmamış</i>	181	95,8
<i>Toplam</i>	189	100,0

Paylaşımların çok az bir kısmında, sadece 8 tanesinde babanın fotoğrafı yer almaktadır. 181 paylaşımında babanın fotoğrafı bulunmamaktadır.

Paylaşım konuları incelendiğinde;

Tablo 11: Paylaşım Konuları

	Frekans	Yüzde
<i>Kişisel</i>	26	13,8
<i>Çocuk eğitimi</i>	44	23,3
<i>Reklam</i>	22	11,6
<i>Güzellik/moda/bakım</i>	9	4,8
<i>Yemek/beslenme/diyet</i>	20	10,6
<i>Çocuk bakımı</i>	15	7,9
<i>Hamilelik/doğum</i>	5	2,6
<i>Ev işleri</i>	5	2,6
<i>Çocuk oyunları/etkinlik</i>	20	10,6
<i>Sosyal sorumluluk</i>	9	4,8
<i>Sağlık</i>	14	7,4
<i>Toplam</i>	189	100,0

Yapılan analiz sonucunda paylaşımların 26 tanesinin kişisel konularda, 44 tanesinin çocuk eğitimi ile ilgili, 22 tanesinin reklam, 9 tanesinin güzellik/moda/bakım, 20 tanesinin yemek/beslenme, 15 tanesinin çocuk bakımı, 5 tanesinin hamilelik/doğum, 5 tanesinin ev işleri, 20 tanesinin çocuk oyunları/etkinlik, 9 tanesinin sosyal sorumluluk, 14 tanesinin sağlık kategorisinde yapıldığı görülmektedir.

Tablo 12: Kullanıcılarla Etkileşim

	Frekans	Yüzde
<i>Etkileşim var</i>	79	41,8
<i>Etkileşim yok</i>	110	58,2
<i>Toplam</i>	189	100,0

Ayrıca, paylaşımların 79 tanesinde diğer kullanıcılarla etkileşimin olduğu 110 tanesinde ise etkileşimin olmadığı analiz edilmiştir.

Tablo 13: Modern Annelik Göstergeleri

	Frekans	Yüzde
<i>Güzel/bakımlı</i>	20	10,6
<i>Kültürlü/bilgili</i>	94	49,7
<i>Sosyal</i>	33	17,5
<i>Sportif</i>	4	2,1
<i>Nötr</i>	22	11,6
<i>Kariyer sahibi</i>	16	8,5
<i>Toplam</i>	189	100,0

'Modern Annelik Göstergeleri' kategorisinde yapılan kodlama sonuçlarına göre; paylaşımların 20 tanesi güzel/bakımlı, 94 tanesi kültürlü/bilgili, 33 tanesi sosyal, 4 tanesi sportif, 22 tanesi nötr, 16 tanesi kariyer sahibi kategorilerinde kodlanmıştır.

Tablo 14: Geleneksel Annelik Göstergeleri

	Frekans	Yüzde
<i>Hamarat/becerikli</i>	53	28,0
<i>İyi eş imajı</i>	4	2,1
<i>Nötr</i>	85	45,0
<i>Kültürel/geleneksel söylemler</i>	15	7,9
<i>Belirsiz/yok</i>	32	16,9
<i>Toplam</i>	189	100,0

'Geleneksel Annelik Göstergeleri' kategorisinde yapılan kodlama sonuçlarına göre ise; paylaşımların 53 tanesi hamarat/becerikli, 4 tanesi iyi eş imajı, 85 tanesi nötr, 15 tanesi

kültürel/geleneksel söylemler, 32 tanesi belirsiz/yok kategorisinde kodlanmıştır.

Tablo 15: Paylaşımlara Yapılan Geri Bildirimler

	Frekans	Yüzde
<i>Olumlu</i>	77	40,7
<i>Nötr</i>	6	3,2
<i>Yok</i>	106	56,1
<i>Toplam</i>	189	100,0

'Paylaşımlara Yapılan Geri Bildirimler' kategorisindeki bulgular ise şu şekildedir: paylaşımların 77 tanesi olumlu, 6 tanesi nötr, 106 tanesi belirsiz/yok kategorisinde kodlanmıştır.

SONUÇ

Araştırmada öncelikle annelerin eğitim durumları sorgulanmış ve 6 katılımcının üniversite mezunu 2 katılımcının ise lise mezunu olduğu belirlenmiştir. Üniversite mezunu annelerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu noktada eğitim seviyesi ile sosyal ağ kullanımı değerlendirildiğinde teknoloji okuryazarlığı ve kullanım yeterliklerinin niteliğinin yanı sıra eğitim seviyesinin de sosyal ağ kullanımına ilişkin etkisinin olduğu düşünülebilir. Araştırmada blog kullanıcıları annelerin blog kullanım nedenleri incelenmiştir. Katılımcıların blog ortamını annelik deneyimlerini paylaşmak ve sosyal medyadan bu konuyla ilgili bilgi almak için faydalandıkları, kendilerini ifade etmek ve etkileşimde bulunmak için blog ortamını doğru bir sosyal medya platformu olarak gördükleri, sanal anı/ günlük/ izlenice oluşturmak istemeleri ve sosyal ağda kişisel bir alan oluşturmak istedikleri ortaya çıkmıştır.

Blog ortamının anneler tarafından bir deneyim alanı olarak kullanılması toplum içinde kültürel rollerin zamansal ve mekânsal olarak değişime uğradığını göstermektedir. Timisi'ye göre, sosyal medya kültürel yeniden yapılanma araçlarından biri olarak ele alınabilir (Timisi, 2005, s. 93). Ayrıca, veri kullanımı ile kullanıcılar arasında kolektif ilişkiler yeniden tanımlanarak inşa edilmektedir. Böylelikle toplumsal bir mekan olarak karşımıza çıkan sosyal medya ortamlarının toplumsallaşma pratiklerinin ortaya koyduğu yeni iletişim alanları olduğu söylenebilir. Blogger anneler, kendi deneyimleri çerçevesinde toplumsal olanı veriler aracılığı ile blog ortamına aktararak sanal uzamda kültürel üretkenler olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Kendi gerçek hayatlarındaki gerçeklikten yola çıkarak sosyal medyada bu gerçekliğin dolayımı bir şekilde yeniden sunumu gerçekleşmektedir. Günümüzde internet ve sosyal ağların toplumda yaygın olarak her yaş grubundan ve her eğitim seviyesinden insan tarafından kullandığı düşünüldüğünde bu platformların popülerliğinin artmasıyla annelerin aktif olarak sosyal ağlarda bulunması annelik kimliğine olumlu yansımalarda bulunduğu ifade edilebilir. Enformasyon çağında teknolojinin kültürel kimlikler üzerinde belirleyici bir etkisi olduğu bir gerçektir (Castells, 2006, s. 19). Yapılan incelemelerde, modern anneliğin teknoloji/

bilgisayar kullanımı ve sosyal medyada aktif bir şekilde bulunma ile ilişkilendirilmesi yeni nesil anneliğin bu bağlamda teknoloji ile özdeşleştirilmesine neden olduğu görülmektedir.

Yapılan içerik analizi sonucunda incelenen paylaşımların 50 tanesinde annenin fotoğrafı yer alırken sadece 8 tanesinde babanın fotoğrafının paylaşıldığı görülmüştür. Katılımcı annelerin blog sayfalarında ailelerini bütün olarak yansıtmadıkları, bireysel olarak annelik kimliğini ön plana çıkarmayı tercih ettikleri görülmüştür. Anneler kişisel bloglarında aile olarak değil de daha çok çocuk-anne odaklı var olma çabasıdadır. Bu bağlamda annelik kimliğinin takdir edilmesi ve toplum içinde değer görme beklentisi ön plana çıkmaktadır. Modernite ile toplumda ortaya çıkan toplumsal bütünlükçü yaklaşımın yerini bireyselliğin alması, aile yapıları içinde de görülmeye başlanmıştır. Giddens (2010 s. 103), geleneksel kültürlerde bireyselliğin olmadığını, bireyselliğin toplum tarafından kabul görmeyen bir düşünce olduğunu vurgulamaktadır, modern toplumlarda ise gelenekselin aksine bireysellik ön plandadır ve bireyler sadece kendi kimlikleriyle toplumda var olmayı tercih etmeye başlamışlardır. Bu bağlamda, blogger annelerin kendilerini gerçekleştirmelerinde geleneksel etkilerin giderek azaldığı ve modernitenin etkilerinin görülmeye başlandığı söylenebilir. Ayrıca yapılan araştırmada, araştırmaya katılan annelerin çoğunun üniversite mezunu ve meslek sahibi olduğu saptanmıştır. Geleneksel toplum yapısının sahip olduğu toplumsal cinsiyet rollerinden kadına sunduğu ev işleri ve annelik rollerinin modernleşme sürecinde değiştiği görülmektedir. Kadının eşine ve geleneksel aile yapısına karşı bağımsız bireysel kimliğini kazanmasında önemli nedenlerden biri de budur. Durkheim (1984), modern toplumlarda iş bölümündeki farklılaşmayla bireysel kimliklerin ortaya çıkışını vurgulamıştır. Durkheim'in bu düşüncesi, geleneksel toplumda yalnızca ev işi ve çocuk bakımı ile özdeşleştirilen, bağımsızlığını ilan edememiş annenin modernite ile birlikte toplumdaki iş bölümünde farklı yerlerde konumlandırılmaya başlanması ve böylece bireyselliğini ilan etmesi ile ilişkilendirilebilir (Giddens, 1994, s. 14- 15).

Araştırmada toplam 189 paylaşımın 76'sında çocuğun fotoğrafının paylaşıldığı görülmektedir. Genel olarak blogger annelerin çocuklarının fotoğraflarını paylaştığı görülse de çocuğun fotoğrafını hiç paylaşmayan ya da yüzünü gizli bir şekilde paylaşan blog sayfaları da araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara göre de gizlilik ve mahremiyet katılımcı anneler için sosyal medyada içerik paylaşımında önemli sorunlardandır. Katılımcı anneler blog sayfalarında ve genel olarak sosyal medya ortamlarında kişisel bilgilerin gizliliğine önem verdiklerini belirtmişlerdir. Özellikle çocuklarının fotoğrafını paylaşmayan annelerin geleneksel kültürel olgulardan etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcı annelerin bir kısmı nazar vb. kültürel, dini sebeplerle çocuğunun fotoğrafını paylaşmaktan kaçındıklarını dile getirmiştir. Buradan yola çıkarak, geleneksel kültürel değerlerin ve dini unsurların katılımcıların annelik davranışlarında etkili olduğu söylenebilir.

Araştırmada 27 blog sitesinin isimleri incelendiğinde 17 blogun isminin doğrudan 'annelik' ile bağlantılı bir şekilde oluşturulduğu, sadece 3 annenin kendi ismiyle blog sayfası oluşturduğu geri kalanların ise farklı takma isimler ile blog sitesi oluşturdukları incelenmiştir. Bu verilerden yola çıkarak araştırma dahilindeki annelerin blog ortamında benlik sunumlarını doğrudan çocukları üzerinden yani annelik kimliği ile gerçekleşt-

tirdiğini söyleyebiliriz. Blog sitelerinin adında annelik kimliğinin vurgulanması annelerin bloglarındaki kimlik inşalarının ilk aşaması olarak değerlendirilebilir. Burada gerçekliğin, sembolik bir temsil olarak sosyal medyada karşımıza çıkması söz konusudur. Gerçeğe alternatif olarak sunulan sosyal medya ile oluşturulan sanal gerçeklik aynı zamanda gerçek toplumsal yaşamla paralellik göstermektedir. Araştırmada incelenen anne blogları ile görüşmeye katılan blogger annelerden elde edilen veriler karşılaştırıldığında gerçek ile sanal gerçekliğin iç içe olduğu ortaya çıkmıştır. Timisi'nin (2005, s. 96) belirttiği gibi gerçeğin toplumsal yapı içinde saf bir şekilde bulunmaması ve tartışılarak toplumsal pratikleri saran semboller ile algılanması durumu sosyal medya ortamlarında kurgulanan ve yansıtılan gerçeklikle benzerdir.

Annelik rollerinin toplumsal yapı içinde sanal ortamlarda sunulması günümüz internet toplumunun doğurduğu yeni sosyal ihtiyaçlar ile açıklanabilir. Elihu Katz'ın ilk kez 1959 yılında dile getirdiği kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireylerin kendi ihtiyaçları doğrultusunda medyayı kullandıklarını ve bu kullanım sonucunda bir doyuma ulaşıldığından bahsetmektedir. Ulaşılan bu doyumun altında yatan sebepleri, bireylerin medyadan beklentilerini ve bu beklentilerin altında yatan güdüleri araştıran kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile aktif tüketici konumundaki birey incelenmektedir (Yaylagül, 2010, s. 57). Sosyal medya ile yayılan popüler kültür, bireylere kendilerini sürekli yayınlamalarına dair ihtiyaçlar oluşturmaktadır. Sürekli paylaşımında bulunarak, özel hayatını ifşa ederek var olmaya çalışan bireyi kuşatan bu sanal psikolojik ihtiyaçlar sosyal medyada bulunan kullanıcı davranışlarını şekillendirmektedir. Blogger anneler bu anlamda blog ortamında düzenli olarak deneyimlerini, yaşantılarını paylaşarak sanal uzamda kendilerine bir yer oluşturmakta ve annelik rollerinin toplumsal kabulü için sosyal medyayı bir araç olarak kullanmaktadırlar.

Araştırmada annelerin gerçek yaşamlarıyla blog ortamında yansıtıkları yaşamlarının örtüşmesinin yanı sıra bu iki farklı dünyanın birbirinden ayrılan yönleri de ortaya çıkmaktadır. Özellikle kadınlar için toplumsal yaşamda sahip oldukları özgürlük alanından daha fazlasını vadeden sosyal medya platformları kadınların kendilerini ifade ediş biçimlerinde yarattığı bu özgürlük ile değişimlere neden olmuştur. Görüşmelerde katılımcıların hepsi sosyal medyayı daha özgür bir ifade ortamı olarak belirtmiş ve kendilerini bu ortamda ifade ederken daha rahat hissettiklerini vurgulamıştır. Tseelon (2002, s. 59), kadının toplumda kendisine yer bulabilen aynı zamanda dar bir alana hapsolmuş kimliğine vurgu yaparak, kadınların kimlikleriyle yargıldıklarını ve bu toplumsal dayatmalarla kendilerine sunulan rolleri koşulsuz şartsız kabul ettiğinden bahsetmektedir. Bu kabulleniş ile bastırılan gerçeklik günümüzde, yeni bir özgürleşme alanı olarak var olan sosyal medya platformları ile karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda geleneksel kitle iletişim araçlarında kendini gösteren annelik ve kadınlık sınıflandırmaları sosyal medya ile kişilerin kendi sunumlarını kendilerinin gerçekleştirmesiyle daha özgür bir hale dönüşmüştür.

Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında araştırma dahilindeki blogger annelerin annelik rollerini sunma biçimlerinde benzerlikler görülmektedir. Geleneksel yapıya sahip olan Türk toplumunda kültürel cinsiyet rollerinin baskın olması bu benzerliği sağlamada en önemli sebep olarak gösterilebilir. Öte yandan sosyal medyanın yarattığı özgürlük alanı ve küreselleşme ile yayılan popüler kültür öğelerinin de etkisiyle katılımcıların an-

nelik sunumlarında gelenekselden moderne doğru bir kayma olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca popüler kültürün bir göstergesi olarak anneliğin bir meslek olarak görülmesi de yeni iletişim stratejileri içerisinde önemli bir yer etmektedir.

Sonuç olarak; karma yöntemin uygulandığı araştırmada, nitel ve nicel veriler analiz edilip yorumlanması sonucunda elde edilen bulgular bütünlüştürülerek belirli sonuçlara ulaşılmıştır. Birbirini tamamlayan sonuçlara göre, katılımcı annelerin blog sitelerinde ortaya koydukları davranışlar ile görüşmelerden elde edilen veriler birbirini tamamlayan açık ve tutarlı temeller sağlamaktadır. Annelerin bloglarda modern kimliklerini ön plana çıkarmalarının yanı sıra geleneksel anne rollerini de muhafazakar, çocuk odaklı ve fedakar gibi tanımlamalarla göstermeleri yine benzer şekilde bu araştırmanın bloglarda modern anne kimliğinin yanı sıra geleneksel değerlerin de sunulduğu sonucuyla örtüşmektedir. Annelerin başkalarına göstermek için toplumsal değerlere bağlı bir şekilde kendilik sunumlarını gerçekleştiren sosyal aktörler olarak blog ortamlarında buldukları düşünülmektedir.

Cinsiyet sunumlarının kültür ile biçimlenmesi geleneksel betimlemelerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Ancak araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda, sosyal medyada katılımcı anneler, bu geleneksel betimlemelerin ötesinde kendilerini algılayış biçimlerini ortaya koymaktadırlar. Sosyal medyada nasıl bir görüntü ortaya koyması gerektiğiyle ilgili beklentiye giren anneler, görselin yoğun olduğu bu ortamda gerek kendi ve çocuğunun görüntüleriyle gerek ise diğer paylaşımlarıyla modernite sürecinde kültürel bir kimlik dönüşümü yaratmaktadır.

Küresel kitle kültürünün karakteristik özelliklerinden biri olan Batı merkezlilik sosyal medya ortamlarında etkili olması ile geleneksel toplum yapısına sahip olan Türkiye’de annelik kimliğinde bir dönüşüm yarattığı düşünülmektedir. Sosyal medya ile yaşanan annelik kimliğinin dönüşümü, farklı toplumlarda farklı kültürel etkiler sebebiyle değişiklik gösterebilir.

Kaynakça

- Akay, A. (2002). *Postmodern görüntü*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Anık, M. (2012). *Kimlik ve Çokkültürcülük Sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Aydın, S. (1999). *Kimlik sorunu, ulusallık ve "Türk kimliği"*. Ankara: Öteki Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2016). *Simülakrlar ve simülasyon* (Çev: O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Belek, U. (2013). *Toplumsal cinsiyet algısının statik duruşu*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Binark, M. ve Kılıçbay, B. (2015). *İnternet, toplum, kültür*. Ankara: Epos Yayınları.
- Burç, E. (2015). Popüler kültür ve annelik: anneliğin farklı görünüşleri, Hacettepe Üniversitesi *Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*.
- Castells, M. (2006). *Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür cilt 2: kimliğin gücü* (Çev: E. Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Connel, R.W. (1998). *Toplumsal cinsiyet ve iktidar: toplum, kişi ve cinsel politika* (Çev: C. Soydemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Connor, S. (2015). *Postmodernist kültür çağdaş olanın kuramlarına bir giriş* (Çev: D. Şahiner). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayınları.
- Creswell, J.W.. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel araştırma ve Araştırma Deseni*. (Çev: M. Bütün ve S. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J.W. (2017). *Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş*. (Çev: M. Sözbilir). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Çelebi, P. (2009). "Türkiye'de toplumsal cinsiyetin kuruluşu: bloglar", Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demiray, E. (2012). Toplumsal yaşamda kadın. Oğuz, G. (Ed.). *Toplumsal yaşamda kadın* içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Erişti, S.D. (2017). *Yeni medya ve görsel iletişim tasarımı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Giddens, A. (2010). *Modernite ve bireysel kimlik geç modern çağda benlik ve toplum* (Çev: Ü. Tatlıcan). İstanbul: Say Yayınları.
- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*. (Çev: E. Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, Çev. Barış Cezar. Ankara: Metis Yayınları.
- Kahraman, H. (2002). *Postmodernite ile modernite arasında Türkiye*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Kara, U. (2013). *Kültürel kimlik anayasal vatandaşlık özyönetim*. Adana: Karahan Kitabevi. Kara, U. (2014). *Kimlik oyunu video oyunları, yeni medya ve kimlik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kaylı, D. (2012). *Kadın bedeni ve özgürleşme*. İzmir: İlya Yayınevi.
- Lupton, D. Pedersen, S. ve Thomas, M. (2016). Parenting and digital media: from the early web to contemporary digital society. *Sociology Compass* 10/8 (2016), 730–743.
- Lyotard, J. (2014). *Postmodern durum* (Çev: İ. Birkan). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü* (Çev: O. Akınhay ve D. Kömürçü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mora, N. (2008). Medya ve kültürel kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (1).
- Oskay, Ü. (2010). *Yıkanmak istemeyen çocuklar olalım*. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Özen, Y. ve Gülaçtı F. (2010). Benlik kavramı ve benliğin gelişimi bilen benliğe gereksinim var mı?. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 21-37
- Rosenau, P. (2004). Postmodernizm ve toplumbilimleri (Çev: T. Birkan). İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sancar, E. (2013). *Televizyon dramalarında annelik temsiline izleyici tarafından alınması: Adını Feriha Koydum*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Sancar, S. (2012). *Türk modernleşmesinin cinsiyeti, erkekler devlet kadınlar aile kurar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Sözen, E. (2011). Modernite ve kültürel kimlik. *Sosyoloji Konferansları*, O (25) 153-160.
- Stevenson, N. (2015). *Medya kültürleri sosyal teori ve kitle iletişimi* (Çev: G. Orhon ve B. Aksoy). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Taylor, C. (2010). *Çokkültürcülük ve tanınma politikası* (Çev: L. Köker). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayınları.
- Timisi, N. (2005). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Timurturkan, M. (2019). Ebeveynlik ve dijital medya: anneliğe ilişkin yaratılan yeni temsiller ve dayanışma örüntüleri. *Mediterranean Journal of Humanities*. IX/1 315-333.
- Turner, J. Beeghley, L. Ve Powers, C. (2010). *Sosyolojik teorinin oluşumu* (Çev: Ü. Tatlıcan). İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Tseelon, E. (2002). *Kadınlık Maskesi*. (Çev: R. Kekeç). Ankara: Ekin Yayınevi.
- Uğurlu, G. (2003). *Türkiye'de ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda annelik rolünün sunumu*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle iletişim kuramları egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yuval-Davis, N. (2003). *Cinsiyet ve millet* (Çev: A. Bektaş). Ankara: İletişim Yayınları.