

## DİJİTAL PLATFORMLARDA ANNELER GÜNÜ SÖYLEMİ: ANNE OL(A)MAMAYA DAİR BİR İÇERİK ANALİZİ

Nilüfer ÖZTÜRK AYKAÇ<sup>1</sup>

### ÖZ

#### Araştırma Makalesi Research Article

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi  
Karamanoğlu Mehmetbey  
Üniversitesi,  
Edebiyat Fakültesi

E-Posta  
dr.niluferozturk@gmail.com  
ORCID  
0000-0003-2469-0758

Başvuru Tarihi / Received  
18.12.2023

Kabul Tarihi / Accepted  
31.03.2024

Bu çalışma, kitle iletişim araçlarından biri olan dijital platformlar aracılığıyla üretilen kadınlık söyleminin Anneler Günü ve anne ol(a)mamak mefhumu üzerinden temsilini konu edinmektedir. Annelik ve anne ol(a)mamak, kadınlığa ilişkin toplumsal inşa sürecinde belirleyici olan dinamikler arasındadır. Anneler Günü, bu insanın söylem(ler) aracılığıyla yeniden dolaşıma girmesini sağlayan araçlardan biri olmaktadır. Çalışmanın içeriğini, dijital platformların Anneler Günü vesilesiyle internet ortamında yayınladığı anne ol(a)mamaya dair içerikler oluşturmaktadır. *dunyabizim.com*, *uplifters.com* ve *bianet.org* söz konusu üç platformdur. Bu platformlar, farklı toplumsal duruşlara sahip olmaları sebebiyle tercih edilmiş ve amaçlı örnekleme tekniğiyle seçilmiştir. Buralarda oluşturulan metinlerde geçen kadınlık, annelik, anne ol(a)mamak, çocuksuzluk gibi temalar hakkında nitel araştırma yöntemleri kapsamında içerik analizi yapılmıştır. Bu konuların platformlarda sunuluş tarzının, platformların genel duruşuyla ilgisi sorgulanmış ve neticede bu temalara dair nasıl bir toplumsal inşa oluşturdukları ortaya konulmuştur. *dunyabizim.com* sayfasındaki içerikte annelik özcü bir temelde kabul edilmiş, anne ol(a)mamak hüznün duygusu üzerinden okunmuş ve manevi bir içerikle değerlendirilmiştir. İkinci platform olan *uplifters.com* içeriğinde anne ol(a)mayan kadınlarla birlikte henüz anne olmayan kadınlar da gündeme dâhil edilmiş ve Anneler Günü'nün kutlanması vesilesiyle onların da tanınırlığı talebi dile getirilmiştir. Üçüncü ve son platform olan *bianet.org*'daki içerikte ise Uçan Süpürge Kadın İletişim ve Araştırma Derneği'nin Anneler Günü vesilesiyle yayınladığı manifesto esas alınıp gönüllü olarak anne olmama tercihi de gündeme getirilmiş ve annelik meselesi biyo-politika ve direniş ekseninde yorumlanmıştır. Her üç içerikte de annelik mefhumu, Anneler Günü vesilesiyle anne ol(a)mayan kadınlar konu edilerek sunulmuş ve bu anlamda alternatif söylemlerin oluşması sağlanmıştır. Çalışmaya konu edilen platformlar özelinde kadınlığa ve anneliğe dair toplumsal inşalara ilişkin alternatif söylemlerin gündeme alınması vesilesiyle çalışmanın literatüre katkı sunması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın, Söylem, Anneler Günü, Anne Ol(a)mamak, Dijital İçerik Analizi.

### DISCOURSE OF MOTHER'S DAY ON DIGITAL PLATFORMS: A CONTENT ANALYSIS ABOUT NON-MOTHERHOOD

#### ABSTRACT

This study deals with the representation of the femininity discourse produced through digital platforms, one of the mass media, through the concept of Mother's Day and the notion of non-motherhood. Motherhood and non-motherhood are among the determining dynamics in the social

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

construction process of femininity. Mother's Day is one of the tools that enables this construction to re-circulate through discourse(s). The content of the study consists of the content about non-motherhood, published by digital platforms on the occasion of Mother's Day. *dunyabizim.com*, *uplifers.com* and *bianet.org* are the three digital platforms in question. These platforms were preferred because of their different social stances and were selected with the purposeful sampling technique. A qualitative content analysis was conducted on themes such as femininity, motherhood, non-motherhood, and childlessness in the texts created on these platforms. The relevance of the way these issues are presented on the platforms and the general attitude of the platforms has been questioned, and as a result, it has been revealed what kind of social construction these themes have created. In the content on the *dunyabizim.com* page, motherhood is accepted on an essentialist basis, non-motherhood was read through the feeling of sadness and evaluated with a spiritual content. In the content of *uplifers.com*, the second platform, women who are not (not yet) mothers were included in the agenda, and the demand for their recognition was expressed on the occasion of the celebration of Mother's Day. The third and last platform, *bianet.org*, is based on the manifesto published by the Flying Broom Association (Uçan Süpürge Kadın İletişim ve Araştırma Derneği) on the occasion of Mother's Day, and the choice of not being a mother voluntarily was brought to the agenda and the issue of motherhood was interpreted in the axis of bio-politics and resistance. In all three contents, the concept of motherhood was presented on the occasion of Mother's Day by focusing on women who were (not) mothers, and alternative discourses were created in this sense. It is expected that the study will contribute to the literature by bringing alternative discourses regarding social constructions of femininity and motherhood to the agenda, specifically on the platforms covered in the study.

**Keywords:** Woman, Discourse, Mother's Day, Non-Motherhood, Digital Content Analysis.

## GİRİŞ

Kadın olma deneyimi, toplumsal hayatın birçok veçhesi açısından dikkat çekici, riskli, toplumsal kabul edilebilirliğin sınırlarında gezinen bir içerik taşımasından ötürü çok boyutlu bir deneyimdir. Yalnızca kadına atfedilen çocuk yetiştirme, yemek pişirme, ev temizleme, çocuk bakma gibi ev içi gündelik işler; kadının bedenine yönelik öne sürülen ideal güzellik doktrinleri; kadının çocuk doğurarak annelik suretiyle değer kazanacağı gibi savunular bunlardan bazılarıdır. Bu tür deneyimlerden biri olarak “annelik” deneyimi, aile kurumu içinde kadın kimliğinin meşruiyetinin en yüce kaynaklarından kabul edilmektedir. Kadına dair cümlelerin hemen akabinde söze dökülen annelik, kadının varoluşunun ve değerinin tek kaynağı olarak sunulabilmekte; kadının yalnızca “anne” olarak anlam kazanan varlığını, bir tercihten öte bir zorunluluğa sürüklemektedir. Bir yanda, toplumda neslin devamını sağlamak, “anne bir kadın” olarak devlet ve toplum nezdinde makul bir varoluşu

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

mümkün kılan bir temsil olarak “çocuk doğurmak” ve bir sembol olarak çocuğa sahip olmak bulunmaktadır. Diğer yanıyla ise bu durum kadını bir mahkûmiyet alanına sıkıştırmakta, bu sembole sahip olmayan ve olamayan kadınlar için keskin bir mücadele alanını ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmanın odağında, toplumsal gerçekliğin toplumda üretilen, paylaşılan anlamlar ve sembollerle inşa edildiği ve bu insanın iletişim yoluyla üretildiği ve yeniden üretildiği kabulü yer almaktadır. Bu kabulden hareketle, anneliğe ve anne ol(a)mamaya ilişkin kabullerin de bu yolla inşa edildiği ve inşa edilmeye devam edileceği, bu insanın gerçekleştiği alanların birinin de kitle iletişim araçları olduğu savunulmaktadır. Burada ilk olarak çalışmanın temellendiği kavramsal ve kuramsal çerçeve izah edilecek; ardından konuya ilişkin literatürde öne çıkan çalışmalara kısaca değinilecektir.

Biyolojik cinsiyet temelli toplumsal sorunları içine alan toplumsal cinsiyet kavramı, sosyal bilimlerdeki en temel tartışmalardan birinin zeminini oluşturmaktadır. Kadın ve erkek cinsiyetlerine ilişkin biyolojik belirlenimciliğin verili kabul edilmesi ve toplumsal inşaları da oluşturduğu algısı, bu bağlamda sorunsallaştırılmaktadır. Toplumsal hayatta cinsiyetlere atfedilen roller, meslekler, davranış kalıpları, bedensel görünüm gibi birçok unsur bu sorunsala içkindir. Bu tartışmaların çalışmayla ilgili boyutu, kadınlık ve anneliğe ilişkin yaklaşımlardır. Biyolojik, psikolojik temelli özcü teoriler, annelik ve kadınlık bağlamında merkezî bir yer işgal etmektedirler. Kadınların doğal olarak anne olması ve çocuk doğurması gerektiği, bedenlerinin ve ruhlarının buna göre şekillendiği, biyolojik olarak annelikle özdeşleştirildikleri için anneliğin her kadında içten gelen, zorunlu ve doğal bir istek olduğu, özcü yaklaşımın bu perspektifteki temel savunusudur. Feminist hareketler ve teoriler ise bu kabulleri sorgulamaya açarak doğal olduğu gerekçesiyle kabulü zorunlu tutulan şeylerin, kültürel ve toplumsal inşalar olduğunu savunmaktadır.

Kadına atfedilen annelik ve doğurganlık rollerini sorgulamaya açan hareketlerle birlikte kadınlık, toplumsal sınırların dışında ve ötesinde tanınmaya başlamıştır. İdeal bir annelik inşası, kadınlığa yönelik ideal tipleştirme içinde meşru anneliğin merkezî bir rol görevi görmesi de bu bağlamda sorgulanmaktadır. Çalışmada

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

incelenen içeriklerin işaret ettiği yerin ötesinde çocuk sahibi olmamayı seçen Amerikalı akademisyen sosyolog Amy Blackstone, “we are not having child (çocuk sahibi olmuyoruz)” adlı web sitesini<sup>1</sup> tasarlamış ve kendisi gibi bu kararı seçen yahut seçmek isteyen çiftlere bir direniş alanı açmıştır. Bu sayfada anneliğe, çocuk sahibi olmaya yönelik mitleri yıkan ve yapıbozuma uğratan Blackstone, bu alanda kaleme aldığı içerikleri kitaplaştırmış ve kitap *Gönüllü Çocuksuzluk* (2023) adıyla Türkçeye çevrilerek yayımlanmıştır. ABD’yi esas almasına rağmen içeriklerin ve mitlerin birçoğu evrensellik taşıdığından Türkiye için de geçerlidir.

Kadınlığa ve anneliğe ilişkin söz konusu idealleştirici tipleştirilmeler, teoriler, mitler; yoğun biçimde sosyalleşme, etkileşim, dil ve iletişim yoluyla yayılmakta, benimsenmekte ve kabul görmektedir. Dil; çeşitli işaretler ve sembollerle temsilî bir sistem kurarak (paylaşılan) kültürel değerler ve anlamların asli havuzu ve iletişimin sağlandığı temel bir yol olarak görülmektedir (Hall, 2017: 7, 25). İletişim araştırmalarında Chicago Okulu’nun, Marksist eleştirel teori ve Stuart Hall’ın da dâhil olduğu İngiliz Kültürel Çalışmaları’na alternatif bir alan açacağını savunan Morva, bu okulun iletişimi tanımladığı ve konumlandığı yeri işaret etmektedir. Buna göre iletişim, toplumsal düzeyde bir bilinç oluşturarak toplumsalın varlığı, devamlılığı ve düzeni oldukça merkezî bir konuma çekilmekte ve toplumun yeni düzenini anlamaya yönelik olarak sorunsallaştırılacak kritik bir alan olmaktadır (Morva, 2013: 16-17). Çalışmanın temellerinden biri olan iletişim, bu bağlamda üzerinde durulması gereken bir diğer unsurdur.

İletişim; mesaj, kaynak, alıcı ve bu mesajın kaynaktan alıcıya iletiildiği kanalı içeren bir süreçtir. İletişim bilimi açısından bu süreç, belli bir kaynaktan kodlanan mesajların belli bir kanal aracılığıyla alıcıya ulaşması ve burada kodların çözümlenmesi sonucunda geribildirim ile kaynağa ulaşılma (Bal, 2013: 16) şeklinde de tanımlanabilmektedir. İletişim, Maigret’e göre (2012: 18) “doğal ve işlevsel düzey”, “toplumsal ya da kültürel düzey” ve “yaratıcılık düzeyi” olmak üzere önem sırası giderek artan üç boyutla tanımlanmaktadır. İletişimin doğal/işlevsel boyutu

<sup>1</sup> We are not Having Child (Çocuk Sahibi Olmuyoruz) (2023). Erişim Adresi: <https://werenohavingababy.com/>.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

insanın nesnelerin evrenine dâhil olduğu, doğal/pozitif bilimlerin hükümranlığındaki ilişkileri ve düzeni karşılarken; toplumsal/kültürel düzey insanın sosyalleştiği, diğer insanlarla sürdürdüğü bireyler arası ilişkileri ifade etmektedir. Son düzey olan yaratıcılık düzeyi ise sosyo-politik kuralların söz konusu olduğu, politik ve hukuki düzenlenmelerle örülüdür. Doğa, kültür ve politika özelindeki bu düzeyler, iletişimin bireysel ve toplumsal hayattaki konumunu şekillendirmektedir.

İletişim medyası ise bireyler için anlamlı materyallerin üretildiği, depolandığı ve dağıtıldığı; bu özellikleriyle toplumsal yaşamın üretilmesini, biçimlendirilmesini ve değiştirilmesini sağlayan sembolik bir karakter taşıyan alandır (Thompson, 2008: 26). Dolayısıyla iletişim medyasına, bir başka ifadeyle kitle iletişim araçları ağına dâhil olan herhangi bir unsur, toplumsal gerçeklikte kritik bir sembole dönüşme potansiyelini taşımaktadır. Bu kritik sembollerden biri, iletişim araçları açısından oldukça önemli bir yere sahip olan söylemdir.

İletişim kuramcılarında Stuart Hall'a göre söylem (2017: 13-14), toplumda belirli bir konu hakkında konuşma şekilleri, bilgi formları, onlarla ilişkili davranışlar sağlayan fikirler, görüntüler, pratikler kümesi ve belirli bir pratik konusundan bahsetme, onun hakkında bilgi oluşturma yoludur. Başka bir ifadeyle söylem, kendisi belirsiz bir alanda duran, dil ve insan unsurlarının bu belirsizlikle ikamet ettiği, eylemleri de içine alan pratik yönüyle bir etkileşimler bütünü olarak düşünülmektedir (Sözen, 2014: 18, 23). Bu çalışma örneğinde kadınlık, annelik, anne ol(a)mamak gibi sözcüklere ilişkin bilinenlerin de bugüne kadarki söylemlerle inşa edildiği savunulmaktadır.<sup>2</sup> Bu ekseninde kadınlık söylemi, annelik söylemi gibi toplumsal

<sup>2</sup> Literatürde "ideal" kadınlık olgusunu söylem üzerinden analiz eden yayınlar bulunmaktadır. Bu noktada şu iki çalışmadan kısaca bahsetmek faydalı olacaktır:

Kadınlarla yapılan bir söylem araştırmasında (Elçi, 2012: 126-128), yaşları 26-56 arasında değişen katılımcı kadınların anneliği kadın olmanın temel şartı veya en önemli unsuru olarak gördükleri ifade edilmiştir. Anneliğin, araştırmacı tarafından bir kadın için ihtimallerden biri olarak tanımlanmasına rağmen, katılımcı kadınların bu durumu kadın olmak için *tamlık şartı* olarak kabul ettiği görülmüştür. Dolayısıyla kadınların ağzında kadınlık söyleminin annelikle eşdeğer olarak inşa edildiği söylenebilir. Onlar aracılığıyla topluma yayılan söylem de bu yönde oluşmakta ve kadını toplumda anne olarak var etmektedir.

Ayşegül Kurtoğlu'nun makalesinde (2019) ise kadınlık kimliğinin, İslami argümanlarla desteklenerek, mutfaktaki roller aracılığıyla anneliği de içine alarak özel alan sınırları içinde inşa edilmesine bir örnek sunulmaktadır.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

cinsiyet merkezli söylemler, anne olan-olmayan tüm kadınları kuşatmakta; onların eylemlerinin çerçevesini çizmekte; maruz kaldıkları, kalacakları sınırları belirlemekte veya onları özgürleştirebilmektedir.

Dijital içeriklerde söylem, hızla yayılma ve kitleleri doğrudan etkileme kapasitesine sahiptir. Bu bağlamda günümüz toplumunda etkin bir güç gösterisi alanı olarak dijital platformlar, temsilcilerinin söylemlerini serbestçe yayabildiği bir paylaşım alanıdır. Unutulmamalıdır ki söylem terimi, duruma konumlandırılmış bir dil kullanımı anlamına gelerek makro anlamda muhataplarına yalnızca ne düşüneceklerini ya da ne söyleyeceklerini değil, muhataplarının ne yapabileceklerini ve nelere maruz kalabileceklerini de güçlü bir şekilde salık verir (Burr, 2012: 63). Buradan hareketle söylemin yayılım araçlarından biri olan kitle iletişim araçlarının, söylemin etki alanını artıran geniş bir ağ olduğu ifade edilebilir. Kitle iletişim araçlarından olan gazete, radyo, televizyon gibi basın yayın organları, büyük kitlelere ulaşımı mümkün kılmıştır. İnternet ve sosyal medya ise teknolojik gelişmelerle birlikte tüm kullanıcıların dâhil olabildiği, çeşitli içerikler yayınlayarak iletişimi ve etkileşimi artırmaya imkân tanıyan dijital ortamlardır.

İletişim araçları, kitlelere ulaşarak propaganda yapabilmenin en önemli vasıtaları arasındadır. Kitleleri etkilemek, kitlelerin tercihlerini yönlendirmek, farklı seslerin temsil edilmesine olanak tanımak iletişim araçlarının etkin olarak kullanıldığı farklı amaçlar arasındadır.

Bu noktada literatürde kadınlık ve anneliğe dair söylemin farklı mecralardaki yansımalarını içeren bazı çalışmalara değinmek faydalı olacaktır. Ece Öztan “Annelik, Söylem ve Siyaset” (2015) başlıklı yazısında, ülkemizde anneliğin en önemli kariyer olarak gösterildiği, hatta kadınlara doğuracakları çocuk sayısının dahi şart koşulduğu politik söylemi ele almıştır. Öztan, “anti-feminist İslami otoriter iklim” diye tarif ettiği ortamın kadınları ötekileştirici söylem ve eylemler ürettiğini resmî raporlar üzerinden ortaya koymuştur. Gözde Yardım *Sosyal Medyada Kültürel Kimliklerin Dönüşümü Odaklı “Blogger Anne” Kimliklerinin İncelenmesi* (2017) adlı yüksek lisans tezinde, 8 blogger anne ve 27 blog sitesinden elde ettiği verilerle kadın kimliğinin ve annelik rollerinin sosyal medyadaki dönüşümünü irdelemiştir. Yaprak Yurtseven *Türkiye’de*



ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

*Anne Olarak Kadın: KADEM Örneğinde Annelik Söylemi* (2018) başlıklı yüksek lisans tezinde, Türkiye’de kadın odaklı bir sivil toplum kuruluşu olan KADEM’in ideal annelik söylemini nasıl kurduğuna ve yeniden ürettiğine odaklanmıştır. Yurtseven; KADEM’in eşitlik ve toplumsal cinsiyeti reddetmesini, kadını ev içinde görüp aile üzerinden tanımlamasını, kadının en önemli ve öncelikli görevini annelik olarak görmesini vs. eleştirmiştir. Meral Timurturkan “Annelik, Söylem ve İktidar: Eleştirel Bir Tartışma” (2019) başlıklı makalesinde, feminist söylem ve biyo-politik söylemin yarattığı annelik algısını kuramsal temelde irdelemiştir. *Sosyal Medyada Anneliğin Yeniden Üretilmesi: Instagram Örneği* (2019) başlıklı yüksek lisans tezinde, 30 anneyi katılımcı gözlem yoluyla Instagram’da takip eden ve aralarından seçtiği 11 anneyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştiren Merve Çelik, annelik olgusunun sosyal medyada nasıl sergilendiğini Instagram özelinde sorgulamıştır. Dicle Özcan Elçi *Anneliğin Toplumsal İnşası ve Anne Ol(a)mayan Kadınlar* (2020) başlıklı doktora tezinde, Şırnak’ta yaşayan 28 kadınla derinlemesine mülakatlar gerçekleştirmiş ve istediği halde çocuk sahibi olamayan kadınların “maruz kaldıkları dışlanma-damgalanma süreçlerini, bunlarla başa çıkma stratejilerini, kadınlık, annelik ve çocuğa yükledikleri anlamları” incelemiştir. Handan Coşkun ve Göklem Tekdemir birlikte kaleme aldıkları “Mesih Annelik: Sosyal Medyada İnşa Edilen Annelik Kimliğinin Söylem Analizi” (2020) başlıklı makalede, sosyal medyadaki fenomen anneler, onların takipçileri ve 5 anneyle gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış mülakatlar üzerinden annelik kimliğinin kadınlar tarafından inşasına odaklanmıştır. *Yeni Medya ile Annelik Kavramının Tüketim Kültürü Çerçevesinde Dönüşümü: Instagram Anneleri Üzerine İnceleme* (2020) adlı yüksek lisans tezinde, takipçi sayısı çok yüksek olan 10 Instagram annesiyle mülakatlar gerçekleştiren Nezihe Demircan, dijital ortamların toplumsal kimlik bağlamında anne ve kadına yöneltilen kişilik algısını değiştirdiği; Instagram’daki fenomen annelerin, kendilerini takip eden diğer anneleri tüketime yönlendirdiği sonuçlarına ulaşmıştır. Deniz Karatekin *Medyadan Gündelik Hayata Annelik Söylemlerinin Dolaşımı: “Kadın” Dizisi ve Anneliğin Yeniden Üretimi* (2021) adlı yüksek lisans tezinde, 2017-2020 yılları arasında yayınlanan “Kadın” adlı televizyon dizisi üzerinden anneliğin ve annelik söyleminin medyada dolaşımını incelemiştir. Kinem Tokdemir “Hegemonik Annelik Anlayışı Üzerine: Anne

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

Olmayı\Olmamayı Tercih Etmek Mümkün mü?" (2021) başlıklı bildirisinde, popüler kültürde yer alan annelik tartışmalarına değindikten sonra "gönüllü çocuksuzluk" meselesini ele almıştır. Hava Özkan ve Betül Uzun Özer birlikte yazdıkları "Sosyal Medyada Annelik" (2022) adlı makalede, kadınların annelik rolü kazanımlarında ve anneliğe uyumlarında sosyal medya kullanımının etkisini ortaya koymuştur.

Bu çalışmada kadınlık, annelik ve anne ol(a)mamaya dair farklı seslerin duyulması ve alternatif söylemlerin açığa çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda *dunyabizim.com*, *uplifers.com* ve *bianet.org* adlı 3 platform üzerinden kadınlık ve anne ol(a)mamak temsili konu edilmiş ve ilgili platformlardaki birer içeriğin analizine dayanan nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu platformlarda yer alan içeriklerin Anneler Günü'nde anne ol(a)mamayı konu etmiş olmaları, alternatif bir söylem olarak kabul edilmiştir. Nitel araştırmaların tercih edilme sebepleri arasında, susturulmuş sesleri duyma ihtiyacından doğan, bir problem veya konunun keşfedilmesi gerekliliği yer almaktadır (Creswell, 2020: 48-49). Dolayısıyla bu çalışmada, anne ol(a)mayan kadınların toplumsal alanda susturulmuş seslerden olduğu varsayımı yer almaktadır. Söz konusu platformlar amaçlı örnekleme tekniğine göre seçilmiştir. Bu platformlar, Anneler Günü teması özelinde anne ol(a)mamayı ele alışları ve Anneler Günü hakkında sundukları söylem üzerinden karşılaştırılmaktadır. Paylaşılan söylemin uzantısında sunulan içerikler, Anneler Günü'nden hareketle bir kadınlık, annelik ve anne ol(a)mamaya ilişkin değerlendirmeleri arz etmektedir. Anneler Günü, bu karşılaştırmanın yapılmasına temel teşkil eden unsur oluşturmaktadır. Tüm dünyada genel olarak Mayıs ayının ikinci Pazar günü kutlanan Anneler Günü'nün kökeni farklı olaylara dayanmaktadır. Anneler Günü'nün ABD merkezli tarihi, hiç evlenmeyen ve çocuk sahibi olmayan Anna Jarvis'in kendi annesi Ann Maria Reeves Jarvis'i 9 Mayıs 1905'te kaybettikten sonra onu ve onun nezdinde tüm anneleri onurlandırmak için harekete geçmesine dayanmaktadır. Annesinin yaşarken yeterince ödüllendirilmediğini ve haklarını alamadığını düşünen Anna Jarvis, annesi özelinde "yaşayan ve vefat etmiş tüm annelere" özel bir gün armağan etmek için uzun süre mücadele vermiştir. Amerikan Kongresi'nin de onayıyla 8 Mayıs 1914 tarihinde bu amacına ulaşmış ve ilk kutlama, 9 Mayıs 1915 Pazar günü ABD'de gerçekleşmiştir. Bu özel gün, mitik anlatılarda farklı anlamlar da taşımaktadır.



ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

Örneğin; Yunan mitolojisinde Tanrıların annesi olarak bilinen Rhea onuruna verilen festivallerin veya Anadolu kökenli ana tanrıça Kybele (Kibele) şerefine yapılan kutlamaların zamanla Anneler Günü'nü ortaya çıkardığını ileri sürenler bulunmaktadır. (Karaman ve Aktaş, 2021: 244) Bu mitik iddialar, kadının annelik ve doğurganlık üzerinden inşa edilmesinin de yolunu açmıştır. Zira “ana tanrıça kültü” ile ilgili ilk inanç sistemi, kadın bedeninin genişleyip tekrar küçülebilmesi, içinden yeni ve başka bir bedeni çıkarabilmesinden ileri gelmektedir (Darga, 2020: 43). Kökeni nereye dayanırsa dayansın Anneler Günü, bugün kapitalist ekonomi için verimli bir tüketim aracına dönüşmüştür ve dünya halkları nazarında ortaya çıkış amacının çok uzağında bir yere konumlandırılmıştır.

### 1. Yöntem/Araştırma Deseni

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemleri kapsamında yer alan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Veri kaynağı olarak kamuya açık internet sayfaları seçilmiş, bu kanallardan temin edilen içerikler tematik incelemeye tabi tutularak araştırma gerçekleştirilmiştir. Burada kamuya açık ikincil veriler toplandığından etik kurul iznine ihtiyaç duyulmamıştır.

Çalışmada kadınlık, anne ol(a)mamak gibi temalar eşliğinde bir çözümleme yapılması ve alandan derin bir veri çıkarılması hedeflendiğinden nitel araştırma deseni tercih edilmiştir. Nicel araştırmalar, sosyal gerçekliğin nicelleştirilebilir (sayısallaştırılabilir) özelliklerini ortaya çıkarırken nitel araştırmalar, bu gerçekliği anlamaya yönelik bir girişimdir (Dikeçligil, 2017, 13). Çalışma, bu sebeple nitel araştırma yöntemine göre tasarlanmış ve bu amaca uygun olarak nitel içerik analizi yapılarak veriler yorumlanmıştır.

İçerik analizi, iletişim amaçlı olarak üretilen yazılı, görsel, işitsel vs. her türden kayıtlı metinlerin analizini yapmak üzere ABD’de geliştirilen bir araştırma yöntemi olarak bilinmektedir (Gökçe, 2019: 21). Geliştirildiği ilk dönemlerde daha çok nicel yöntemler kapsamında kullanılmasına rağmen, zamanla nitel araştırmalara da dâhil edilmiş ve her iki yöntem için de kullanılabilen bir teknik olmuştur. Bu çalışmada içerik analizi, nitel araştırma deseni kapsamında kullanılmıştır.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

İçerik analizinin kullanıldığı nitel araştırmalarda amaç, metinlerdeki anlamları yakalamaktır (Güçlü, 2019: 177). İçerik analizinde, mevcut metnin içeriğinin biçimsel ve nitel göstergelerinden hareketle mevcut olmayan etkenlerin nedenlerini, amaçlarını ve etki potansiyelini keşfetmek; içeriğin muhtemel çıkarımını yapmak; verileri tanımlayarak verilerin içinde saklanan gerçeği açığa çıkarmak hedeflenmektedir (Gökçe, 2019: 40; Yıldırım ve Şimşek, 2011: 227). İçerikte mevcut olan unsurlardan yola çıkarak irdelenen sosyal gerçeklik, temel araştırma sorusu bağlamında sorunsallaştırılmakta ve içeriğin etki alanı sosyolojik olarak yorumlanmaktadır.

İçerik analizinin söylemle kesiştiği nokta, söylemin bir iletişim metni olarak sunulduğu düzlemde ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda iletişimde kullanılan dil desenlerine ve iletişimin oluştuğu sosyal ve kültürel bağlamlara bakarak bir söylemin incelenmesi (Berg ve Lune, 2021: 363) içerik analizi kapsamında yapılabilmektedir. Bu çalışmanın odağında yer alan kadınlık ve annelik söylemleri, dijital platformlardaki içeriklerin başlığına atfen, içeriğin anneliğe ilişkin yaklaşımını göstermede kapsayıcı bir sembol olarak kabul edilmektedir.

İçerik analizi, iletişim içeriklerinin sınıflandırılarak temel yapısının ortaya çıkarılması suretiyle (Abercrombie vd., 2006: 80) kimin kime, neyi, niçin ve nasıl söylediğinin çalışılmasındaki en uygun yöntemlerden biri olmaktadır (Kızıltepe, 2017: 263). Bu bağlamda, bu çalışmada kitle iletişim araçlarından biri olan internet platformlarında yer alan içerikler analiz edilmektedir. Bu analize temel teşkil eden araştırma sorusu, “anne ol(a)mamanın nasıl sunulduğu” ve “Anneler Günü’nün nasıl değerlendirildiği” etrafında şekillenmiştir.

Bu çalışmada, internet üzerinden yayın yapan *dunyabizim.com*, *uplifers.com* ve *bianet.org* adlı 3 platform seçilmiş ve bu platformlarda Anneler Günü teması hakkında yayınlanan 3 metin içerik analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu platformlar amaçlı örnekleme tekniğine göre belirlenmiştir. Çoğunlukla nitel araştırmalarda tercih edilen olasılıklı olmayan örnekleme teknikleri arasında yer alan amaçlı örnekleme tekniği, belirli bir amaçla veya odaklanılan konuyla ilgili olarak, çeşitli yöntemler aracılığıyla belirli kriterlere uyan olası tüm örnekleri seçerek örneklemin önceden düşünülüp belirlendiği bir tekniktir (Neuman, 2012: 320-321; Punch, 2014: 183). Bu

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

platformların seçilme sebebi, Anneler Günü'nde anne ol(a)mamayı merkeze alan içerikler yayınlamış olmaları ve bu konuya ilişkin üç farklı duruşu temsil etmeleridir. Burada yer alan farklı duruşlar platformların kendi varlık amaçları ve hedef kitleleri aracılığıyla oluşmuş olup Anneler Günü'ne ve anne ol(a)mamak deneyimine dair yaklaşımları, söz konusu duruşları ekseninde şekillenmiştir. İlk platform İslami bir kimlik üzerinden şekillenmesi ve dinî hassasiyeti gözetmesi, ikincisi daha seküler bir söyleme sahip kişisel gelişim ve iyi yaşam odaklı bir platform olması, üçüncüsü ise biyo-politik ve ekonomi-politik tartışmaları da içererek iktidar karşıtı bir söylemi dillendiren bir platform olması gerekçesiyle seçilmiştir. Aynı sorunsalı ele alış biçimlerine göre bu platformların anneliği, kadınlığı nasıl sunduğu ve bu unsurlara dair nasıl bir söylem kullandığı makalede tartışılmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler, seçilen platformlar ve içeriklerle sınırlıdır. Bu çalışmaya konu edilen platformlardan ikisi, yalnızca içerik yükleyicisinin değil okuyucuların da yorumlarını paylaşabilmesini mümkün kılarak çoklu bir katılıma olanak sunan Web 2.0 teknolojisi kapsamındadır. Platformlardan üçüncüsü olan *bianet.org*'daki içerik ise kurumsal bir kimliği taşımaktadır ve yorumlara kapalı statüdedir. Platformlarda ilgili içerikleri kaç kişinin okuduğu bilgisi yer almamaktadır. Ayrıca yoruma açık içeriklerde, erişilen tarihlerde herhangi bir okur yorumu bulunmamaktadır. Bu sebeple, ilgili paylaşımlardan doğan/doğacak etkileşimler konusunda çalışmada bir veri bulunmamaktadır. Bu tip etkileşim odaklı incelemeleri ve analizleri, özellikle sosyal medya platformlarındaki paylaşımlar üzerinden yürütmek mümkündür. Bu çalışmada ise amaçlı örnekleme tekniğine göre seçilen mevcut web içerikleri konu edinilmiş, bu içeriklerin dış paylaşımı ve etkileşimi analize dâhil edilmemiştir.

Çalışmada *kadın*, *annelik*, *Anneler Günü*, *anne ol(a)mamak* ana temaları; *beden*, *çocuk*, *çocuksuzluk* ise alt temaları oluşturmaktadır. Her bir metnin içeriği kapsamında bu ana ve alt temalar, kadınlığa ve anneliğe ilişkin inşayı açığa çıkarmakta; metnin ulaşılabilirliği ölçüsünde bu inşaları yeniden üretmektedir. Metinlerde, temalarla ilgili kısımlar koyu puntıyla işaretlenmiştir.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

## 2. Bulgular ve Yorumlama

Bulguların toplandığı içeriklerin tamamı tarafımdan 2023 yılı başlarında değerlendirilse de söz konusu içerikler ilk olarak 6 Mayıs 2011, 11 Mayıs 2018 ve 13 Mayıs 2018 tarihlerinde erişime girmiş ve aşağıda bu sıraya göre tanzim edilip yorumlanmıştır. Burada bir hususu daha belirtmekte fayda vardır. Söz konusu içeriklerin yayımlandığı linkler zaman zaman kullanım dışı kalmakta, yazılara ulaşımında engeller yaşanabilmektedir. Bu durum, internet tabanlı verinin güncelliği ve kalıcılığıyla ilgilidir. David Crowley ve Paul Heyer da editörü oldukları *İletişim Tarihi* adlı eserdeki bir yazıya ekledikleri dipnotla (2023: 393) dünya genelinde yaşanan benzer sorunu gündeme getirmişlerdir. Çalışmanın bu kısmında, mevcut aktif linkler üzerinden *dunyabizim.com*, *uplifers.com* ve *bianet.org* platformlarında yer alan Anneler Günü temalı birer metin içerik analizine tabi tutulacaktır.

### 2.1. “Anne Olamayan Kadınların Hüzün Günü”<sup>3</sup>

Anneler Günü’yle ilgili bir yazı yayımlayarak çalışmanın veri kaynağını oluşturan platformlardan ilki, *dunyabizim.com* adlı kültür-sanat portalıdır. Kurulduğu Ekim 2008’den beri dijital olarak yayın hayatını sürdüren portal, “*Türkiye’nin Entelektüel Birikimi*” sloganıyla kendini sunmakta, Müslüman kimliği temsilini esas alan bir politikayı benimsemektedir.<sup>4</sup> Platformun temel zemininin “Müslümanca bir sorumluluk” üzerine kurulu olması, söz konusu Anneler Günü içeriğinin şekillenmesinde de etkili olmuştur. Anne ol(a)mamaya kaderci yaklaşım, anne olamamanın hissettirdiği hüzün, çocukların Allah’ın verdiği birer emanet olarak kabul edilmesi bu etkinin görüleceği temalardan bazılarıdır.

Bu platform üzerinden incelenen söz konusu içerik, anne olmak isteyip olamamak üzerine kuruludur. “Mercek Altı” teması altında yayınlanan yazıda, meselenin tercih dışı yönü ön planda tutulmakta, bilinçli ve gönüllü olarak anne olmamaktan söz edilmemektedir. Bu anlayış, kadın olmayı anne olmakla özdeşleştiren

<sup>3</sup> Tat, Ümmügülsüm (2011). “Anne Olamayan Kadınların Hüzün Günü”. Erişim Adresi: <https://www.dunyabizim.com/mercek-alti/anne-olamayan-kadınların-hüzün-günü-h6311.html>. Bu başlığın altındaki bütün kaynaklı alıntılar, aynı linkteki metne aittir.

<sup>4</sup> Dünyabizim (2023). “Biz Kimiz”. Erişim Adresi: <https://www.dunyabizim.com/biz-kimiz-s2.html>.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

özcü yaklaşıma benzemektedir. Bununla birlikte metnin ilerleyen kısımlarında, sadece doğurma eyleminin manevi anlamda anne olmakla eş değer olmadığı da vurgulanmaktadır. Dolayısıyla annelik, biyolojik olarak ve kadına doğuştan verili bir özellik olarak değil, annelik bilincine varmış olan kadınlara bahşedilmiş bir değer olarak kabul edilmektedir.

Kadının elinde olmayan sebeplerden ötürü sahip olamadığı annelik kimliği, yazıda hüznün duygusu aracılığıyla anlatılmaktadır. Bu anlatıda “Anneler Günü”, söz konusu hüznü doruğa çıkaran bir araç olarak yorumlanmaktadır. Kurtoğlu’nun bir çalışmasında (2019: 18), incelemeye tabi tutulan web günlüğünde kullanılan duygusal dilin, paylaşılan içeriğin etki alanını genişleten muhtemel araçlardan biri olduğuna dikkat çekilmiş ve bu yönüyle işlevsel olarak kullanıldığı ifade edilmiştir. Benzer bir duygusal dil kullanımı, *dunyabizim.com* platformundaki içerikte de dikkati çekmektedir.<sup>5</sup> “*Anne olamayan kadınların hüznün günü*” başlığı, söz konusu kullanıma güçlü bir örnek teşkil etmektedir.

“Kimileri mesut insanlar fotoğrafhanesinden bildik kareler çıkartsa da **anneler günü** yalnızca bir **ironidir.**”

Yukarıda, metinden bilinçli olarak seçilen ve başlığın hemen altına yerleştirilen tek satırlık haber özeti (spotu) görülmektedir. Bu tek satırda geçen “Mesut İnsanlar Fotoğrafhanesi”, Ziya Osman Saba’nın meşhur hikâyesinin adıdır. Hikâyede, iş çıkışında bir süre dolaştıktan sonra bir fotoğrafçının camekânı önünde duran ve duvarda asılı fotoğraflardaki gülen yüzlere odaklanan hikâye kahramanı, bir fotoğraf çektiyorsa kendisinin de mutlu olabileceği düşüncesiyle fotoğrafçıdan içeri girer. Ama ne kadar uğraşırsa uğraşsın neşeli bir poz veremez ve sonunda fotoğrafçının sesi duyulur: “Beyim mazur görün, sizin fotoğrafınızı çekemeyeceğim!” (Saba, 2021: 20). Yazar, içerikte yer alan “Mesut İnsanlar Fotoğrafhanesi” ifadesini haber özetine (spotuna) taşıyarak tıpkı fotoğraflarda olduğu gibi Anneler Günü’nde de her şeyin dışarıdan görüldüğü gibi tozpembe olmayabileceğini ima etmekte ve Anneler Günü üzerinden anne olamayan kadınların halet-i ruhiyesini ele almaktadır. Bu “özel” günün

<sup>5</sup> Duygusal dil kullanımı, *uplifers.com* platformundaki içerikte de belirgin olarak görülecektir.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

kapitalist tüketim ekonomisine<sup>6</sup> açık yönüne yapılan vurguyla başlayan yazı, sırasıyla “*Tüketen Ekonomisiyle Gelir; Yanında Bir de Hüzün Getirir; Annesizlik, Çocuk Kalbindeki Titreyiş; Anneler Günü İronisi*” alt başlıklarıyla devam etmekte; Anneler Günü bazen eleştirel bazense kadercı bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir.

Her şeyden önce metin, anne olmayan kadınları yoksunluk ve hüzün temelinde bir varoluşa inşa etmektedir. Blackstone (2023: 117-147), anne ol(a)mayan kadınlara yüklenen bu inşa ve ona eşlik eden eksiklik, yoksunluk, hüzün gibi duyguların toplumsal olarak üretildiğini güncel verilerle desteklemekte; annelik içgüdüğü olarak aktarılan biyolojik ve özcü kabullerin ise annelik sosyalleşmesinden öte bir şey olmadığını savunmaktadır. Anneliğin tercihten öte mecburiyet olarak değerlendirilmesi, fakat bunun biyolojik sebeplerle mümkün olamadığı durumdaki duygu-durum hali, yazının temellendiği anlatıyı oluşturmaktadır.

Metnin ilk paragrafı, anne olmayan kadınların Anneler Günü’nde yaşadıkları “şaşkınlık” hissini tarif eden satırlara ayrılmıştır. *Hiçbir çocuğun onlara “anne” demediği* bu kadınlar için Anneler Günü, daha Mayıs ayının ilk günlerinde başlayan karamsar havanın zirve yaptığı gündür. Komşu oturmalarına katılmak istemeyen, katıldığında elini kolunu nereye koyacağını bilemeyen bu kadınlar, köşeleri kapan “süper anneler” ve onların “süper çocukları”nın olduğu bir ortamda seyirci olarak var olmaktan başka bir şey yapamazlar. Komşu oturmaları, bu kadınların anne ol(a)mamak sebebiyle kendilerini merkezin dışında hissettikleri, özneliğe yükselemedikleri bir ortamdır. Merkezinde anneler ve çocuklarının bulunduğu bu tür ortamlar, onları eksiklik ve yoksunluğa varan bir korkuya sevk etmekte ve annelik sevdasına itmektir. Çünkü annelik, bir kadın için tercih değil zorunluluktur.

“Öyle ya **bütün küçük kızlar** bir gün büyümeyi, büyüyünce **evlenmeyi** ve **anne olmayı** ister. Kariyer hayallerinin, zengin olma düşlerinin, en iyi ben olayım pozlarının aksine... Her kadının gönlünde **anne olma sevdası** ve **anne olamama korkusu** vardır.”

“Öyle ya” kısmıyla yaratılan kinayeye beraber, bu kısımda küçük kızların gelecek hayalinin evlenmek ve anne olmak üzerine kurulu olduğu ifade edilmektedir.

<sup>6</sup> Farklı sektörlerde faaliyet gösteren altı markanın Anneler Günü’ne özel yarattıkları reklamlarda “annelik miti”ni tüketim ekonomisi bağlamında nasıl kullandıklarını görmek için bakınız: Bayazıt, 2020.



ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

Bu cümleyi takip eden *kariyer sahibi olma, zengin olma hayalleri ve en iyisi olma pozları* kısmı ile bu hedeflerin zahiri olduğu izlenimi uyandırılmaktadır. Eserinde İslam adı altında kadınların maruz kaldığı durumları ifade eden, kadının geleneksellik ve modernlik adı altında uğradığı dayatmaları işaret ederek kadının bunların dışında ve ötesinde amaçları olabileceğini savunan Ayten Durmuş'a göre (2020: 326-328); kadınların önüne çocukluktan itibaren konulan iki hedeften biri meslek sahibi olma, diğeri ise evliliğdir. Bu uzantıda, kadının başarısı "evlilik" ve "çocuk doğurmak"la eşitlenmiş, değeri sadece "çocuğunun annesi" derecesine düşürülmüştür. Buradan hareketle, kadının her insan gibi hürmet, değer ve takdir görmeye dair ihtiyaçlarından bahseden Durmuş, kadınların sosyal hayat sınırlarının din, gelenek yahut modernlik adı altında git gide daraltıldığını ifade etmiştir (2020: 329). Oysa yukarıdaki metinde, her kadının doğal olarak evlenme ve anne olma isteğinin olduğu verili kabul edilmektedir. Dahası, her kadının annelikle ilgili *sevda* ve *korku* gibi iki duyguya sahip olduğu kabulüyle, tüm kadınların bu şemsiyenin altında toplandığı dikkati çekmektedir.

Çocuksuz kadınlar üzerinde kurulan baskı da yazıda kendine yer bulmuştur. Yazar bu durumun kentli olan ve olmayan kadınlar üzerindeki farklı görünümüne dikkati çekmiş, meseleyi açıklarken önceki satırlarda hâkim olan kinayeli üslubunu sürdürmüştür:

"Şimdilerde Anadolu'da çocuk sahibi olmayan kadınlar üzerinde kurulan görünme-kayınvalide-toplum baskısını kentli modern(?) kadınların 'benim çocuğum' vurgusu aratmamaktadır."

Burada kadınlara yönelik annelik baskısı, iki farklı anlatı üzerinden aktarılmaktadır. Kırsala atfedildiği düşünülebilecek Anadolu'da çocuk sahibi olmayan kadınların aile ve eşin ailesinin kadın üyeleri (kayınvalide, görünme) sarmalıyla maruz kaldığı baskı, kent hayatında diğeri "modern" (!) kadınlar eliyle yaşatılmaktadır. Modern kentlilik paradigmasında, "benim çocuğum" ifadesinin çağrışımında mülkiyet, ego gibi kavramlar akla gelmektedir. Nihayetinde anne ol(a)mayan kadın, her halükarda baskıya maruz kalmaktadır. Yukarıda bahsedilen "sevda" ve "korku" duygularını bu baskılar da körüklemektedir.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

“Allah’ın verdiği bir **emanettir** çocuklar ve tüm emanetler gibi herkese değil bazılarına verilirler.”

Anne olamamak, bu satırda *kader* bağlamında ele alınmakta ve bir tercih olarak anne olmamaktan söz edilmemektedir. Emanetin verileceği kişilerin emin yani güvenilir olması gerektiği akılda tutulduğunda, ifadenin sonunda yer alan “*tüm emanetler gibi herkese değil bazılarına verilirler*” kısmı, anne olmayan kadınların emanete, yani çocuğa sahip çıkabilecek bir ehliyetinin olmadığı ve belki de bu yüzden çocuksuzlukla cezalandırıldıkları anlamını da içinde barındırmaktadır. Ayrıca Allah’ın çocuğu istediğine verip istemediğine vermediği ima edilerek kendi tercihiyle anne olmayı reddeden kadınların iradesi yok sayılmakta ve “Allah’ın tayin ettiği kaderde ne yazıyorsa onu yaşarsın.” vurgusu öne çıkarılmaktadır. Bu anlayış, platformun genel duruşuyla da örtüşmektedir.

“Anne olamayan kadınlar büyük bir yalnızlığa terk edilir çoğu kez. **Çocuklarının emanetçisi** olduğunu unutup **onların sahibi** gibi davranan, sınav sonuçlarını kendi başarısıymış gibi gösteren, çocukların sıkıntılarının olabileceğini unutan, **kimliğini** yalnızca ‘**annelikten**’ ibaret sayan ve yirmi dört saat onlar hakkında konuşanların yanında **çocuk sahibi olamamak** kadınlar için sahiden de zordur.”

Anne olamayan kadınların hissettiği baskıya ek olarak, “yalnızlık” bir diğer olumsuz tema olarak öne çıkmaktadır. Kendi elinde olmayan sebeplerle anne olamayan edilgen kadın, yine yalnızlığa terk edilmek suretiyle bir diğer edilgenlikle çağrılmaktadır. Bu yalnızlığa eşlik eden ve durumu daha zorlaştıran ise çocuklarını mülkiyetlerinin bir parçası olarak gören, “çocukların emanetçisi” olduğunu unutan diğer ‘kadın’lardır. Kendilerini çocuklarının mülk sahibi gibi gören, çocuklarının sıkıntılarında bihaber, kimliğini anneliğe eşlemiş ve günün her saati çocuklarından konuşan diğer kadınlar bu bağlamda eleştiri oklarının hedefinde konumlandırılmaktadır.

Metinde ağırlığı hissedilen özcü yaklaşımlarla beraber, kadının sadece anne olarak çağrılmasına eleştiri getirilmekte ve bu eleştiri “kimliğini yalnızca annelikten ibaret saymak” ifadesiyle dile getirilmektedir. Metindeki temel yaklaşım, anneliğin kadına bahşedilmiş “doğal” bir içgüdü olduğu, fakat kadınlığın bununla sınırlı tutulmadığıdır. Bu yönüyle kadınlığa annelikten çok daha geniş bir alan tanınmakta ve

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

kadınlık kimliği annelikle sınırlandırılmamaktadır. Dahası, çocuğun emanetinin verildiği bazılarının ise emanete sahip olma bilincinden uzak olarak “annelik”in yüklediği değer ve sorumluluğu taşıyamadıkları da ifade edilmektedir.

Çocuksuzlukla beraber annesiz çocuklar da bu noktada yazıya dâhil edilmekte ve onların hissettiği yoksunluk duygusu da dile getirilmektedir:

“Bir yanda **annesiz kalmış çocuklar**, diğer yanda **anne olamamış kadınlar** dururken **anneler günü** yılın diğer günlerinden çok daha fazla **hüzün** taşımaktadır.”

Yazarın ebeveynleri de hayatlarının bir döneminde annesiz kalmış, yazar daha çocuk yaşlarda onlarla birlikte mezarlık ziyaretleri yapmıştır. Bu ziyaretlere katılan çocuklar için annesizlik; *anne elini tutamamak, onunla konuşamamak* ve *geride kalmak* olarak tanımlanmaktadır. Buradan hareketle durum, ölüm duygusu/korkusu üzerinden de anlamlandırılmaktadır. Yazar, kendisi anne ol(a)mamış bir kadın olmakla birlikte, bu kısımda gelecekteki anne olma ihtimalinden de söz eder. Fakat bu nokta, ilgili satırlardaki konu “anne ölümü” üzerine olduğundan, olası bir vefat ve doğmamış çocuklarını yalnız bırakma korkusuyla, yani yine bir duygu, olumsuz bir duygu aracılığıyla tasvir edilir. Bu tasvir, daha sonra yerini annesizlik ve çocuksuzluk özelinde olumsuz başka anlatımlara bırakacaktır:

“Annesi olmayan çocuklar ve çocuğu olmayan kadınlar için anneler günü, içinden yangın çıkan bir sahnedir. Annesizlik ve çocuksuzluk **beceriksiz bir aşçının** elinden çıkan pelte gibidir.”

Burada çocuksuzluk ve annesizlik, beceriksiz bir aşçının yaptığı pelte benzetmesiyle eksik varoluşlar olarak tanımlanmaktadır. Anneler Günü ise bu eksikliği taçlandıran bir araç olarak, içinden yangın çıkan bir sahne şeklinde tasvir edilmektedir. Kullanılan metaforlar; ilgili kavramlara yükledikleri olumsuz anlama koşut olarak kadınlar için çocuk sahibi olmayı, çocuklar için anne olmayı lezzet ve beceriyle eşleştiren bir anlamı çağırılmaktadır.

Hem annesizliği hem çocuksuzluğu genel olarak “eksiklik” üzerinden inşa eden tavır, yazının sonunda anne olan ancak anneliğin gerektirdiği olumlu duyguları yüklenemeyen kadınların eleştirisine dönüşmektedir. Yazara göre biyolojik olarak anne olmak, anneliğin yüklendiği anlamı da tamamen karşılamamaktadır. “Sözde

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

*anneler*” olarak çağrılan bu olumsuz temsillerin karşısında fiilî olarak anne olmasa da anneliğin merhametini yüklenen kadınların olumlanmasını ve onların annelik hakkının teslimini dileyen bir çağrıyla yazı son bulmaktadır:

“Sivri yanları körelmemiş, tüm çocukların annesi olmayı becerememiş, nefreti ve kini gözbebeğinden silememiş **sözde annelerin** değil... Merhameti eline dokunmuş, kalbinde Kâbe’yi bulmuş, dünya çocuklarına edecek bir duası olan kadınların anneler günü kutlu olsun. **Çocuğu olmayan kadınların annelik hakkı** ise artık bir yerlerde saklı tutulsun.”

Kadınlığa ve anneliğe ilişkin özcü yaklaşımları varsayan bu yazı, kalbinde Kâbe’yi bulmak örneği üzerinden dinî perspektifin de dâhil edilmesiyle anneliği kadınlığın zorunlu bir türevi olarak kabul etmektedir. Bununla birlikte biyolojik olarak anne olamamanın farkındalığı ve bu farkındalıktan doğması beklenen bir toplumsal anlayış, yazının ana fikrini oluşturmaktadır. Kâbe’yi bulmak/görmek bir Müslüman için nasıl ana hedefse, annelik de bir kadın için öyle inşa edilmiştir. Fakat bu annelik çocuk doğurmakla özdeşleştirilmemiş, dünya çocuklarına bırakılan bir dua temsiliinde anne ol(a)mayan kadınlar üzerinden tanımlanmıştır. Bu yönüyle, platformun hitap ettiği kitleye “marjinal” bir noktadan seslenen bu yazı hayli dikkate değerdir.

## 2.2. “Anne Olmamış ve Olamayacak Tüm Muhteşem Kadınlara: Anneler Gününüz Kutlu Olsun”<sup>7</sup>

Bu içerik, 2012 yılında “*İyi Yaşa İyi Hisset*” sloganıyla kurulmuş olan *uplifers.com* platformunda yer almaktadır. Platformun genel varlık amacı; günlük şehir hayatı koşturmacasında sağlıklı ve zinde bir yaşam hedefi için sağlık, psikoloji, kişisel gelişim gibi temalar özelinde içerikler sunmaktır.<sup>8</sup> Buradan seçilerek çalışmaya dâhil edilen içerik, platformun felsefesini de yansıtabilecek şekilde, anne olsun olmasın her kadının kendini değerli hissetmesi üzerine kuruludur. Bir önceki platformdan farklı olarak yalnızca anne ol(a)mayan kadınlar değil, henüz anneliği tecrübe etmemiş, daha doğrusu anne olup olamayacağını test etmemiş kadınlar da yazıya konu edilmiştir.

<sup>7</sup> Özeken Ulus, Pınar (2018). “Anne Olmamış ve Olamayacak Tüm Muhteşem Kadınlara: Anneler Günü’nüz Kutlu Olsun”. Erişim Adresi: <https://www.uplifers.com/anne-olmamis-ve-olamayacak-tum-muhtesem-kadinlara-anneler-gununuz-kutlu-olsun/>. Bu başlığın altındaki bütün kaynaklız alıntılar, aynı linkteki metne aittir.

<sup>8</sup> Uplifers (2023). “Hakkımızda”. Erişim Adresi: <https://www.uplifers.com/hakkimizda/>.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

“Toplumsal Cinsiyet” teması altında yayınlanan bu yazıda, henüz anne olmayan ve biyolojik olarak anne olamayacak kadınları hatırlama ve onların da Anneler Günü’nü kutlama çağrısı yapılmaktadır.

Aşağıdaki giriş kısmıyla başlayan yazıda anne olmamak; bilinçli bir tercih olarak değil, fiziksel olarak henüz denenmemiş veya denenip biyolojik olarak mümkün olmayan ve zorunlu olarak istenen bir emel olarak değerlendirilmektedir. Bu durumda olan kadınlar olumlanmakla birlikte unutulmuşluklarına dikkati çekmek, yazının temel amacını oluşturmaktadır. Bu platformda kadının, annelik bakımından etkenlik ve edilgenlik arasında değerlendirildiği söylenebilir:

“[B]ir kerecik olsun, yılda bir kez de olsa **bir grup kadın** var ki, ben bugün onların da (onlar **henüz anne olmamış** olsalar da **belki hiç anne olmak şansları olmayacak** olsa da) ‘Anneler Günü’nü kutlayalım ve onlar için, onlarla birlikte **hissettiklerine** ortak olalım istiyorum. (...) Kimse hatırlamasa da ben ve yanımda duran sizler, hep birlikte onların **gerçek olamayacak olan ‘anneler’ gününü** kutluyor olacağız.”

Yazıda anne ol(a)mayan kadınların hissettikleri, yani bir duygusal zemin üzerinden var oldukları kabulü dikkati çekmektedir. Zaten yazının temel amacı da bu hislere “ortak olmak” şeklinde ifade edilmektedir. Platformun genel duruşu ve temel misyonu “iyi” hissetmek üzerine kurulu olduğundan “his” vurgusu hem kadınları anlama hem de platformun prensipleriyle uyumlu olma temelinde anlaşılmalıdır.

İlerleyen bölümlerde bazı kadınların, anneliğe fiziksel olarak ulaşamamış olsalar da duygusal olarak ulaştıklarına vurgu yapılmaktadır:

“O kadınlar ki **fiziksel olarak kendilerine verilmemiş olan annelik hissini** öyle çok dilediler, içlerinde öyle derin bir hisle yinelediler ki, çoktan **‘gerçek’ bir annenin kalbinin güzelliğine** eriştiler.”

Metinde, kadınların biyolojik olarak anne olamasalar da içlerinde taşıdıkları anne olma isteği vurgulanmaktadır. Bu amaç için tedaviye ihtiyaç duyan, bu sürecin aşamalarını endişeyle geçiren ve tedaviden olumsuz sonuç alan kadınlar da bu noktada anılmaktadır. Annelik isteğiyle dolu olan kadınlar, bu isteğin olumluya veya olumsuzu dönük ihtimalleriyle birlikte, genel olarak annelikle ilişkilendirilen bazı duygularla da karşı karşıya tasvir edilmiştir. Heyecan, üzüntü, şefkat, sevinç, umut; burada sözü edilen duygu durumlardan bazılarıdır. Bunun için tedavi gören, anne olma

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

“olasılığının” güzelliğiyle uyku uyuyamayan, ağlayan, anne olabilme gerçekliğine ulaşabilmek için dua eden kadınlar; bu istek ve hisle dolu oldukları için anneliğe biyolojik olarak olmasa da ruhen ulaşmış kabul edilmektedir. Yazara göre, sokakta karşılaştıkları her bebekte hissettikleri annelik, onları “anne” yapmaya yetmiş ve gerçek bir annenin kalbinin güzelliğine erişirmiştir. Metnin devamında söz konusu kadınların ulaştıkları manevi anneliğe karşın toplumun onları yok sayması fikri, eleştirel biçimde yorumlanmıştır. Anneliğin yalnızca bir çocuğu dünyaya getirmekle mümkün olduğu kabulü, bu eleştirinin temel dinamiğini oluşturmaktadır. Fiziksel olarak bunu yapamayan ancak manevi olarak anneliğe ulaşan kadınlar ise “muhteşem kadınlar” şeklinde çağrılmış ve onların Anneler Günü’nün kutlanmaması, eleştirinin dillendirildiği dışlayıcı unsur olarak aktarılmıştır:

“Bizler ise Anneler Günü geldiğinde, o canım muhteşem kadınların sırf ‘anne’ olmadıkları için, sırf kendileri **bir çocuğu dünyaya getiremedikleri için** Anneler Günlerinin kutlanamayacak olduğunu düşündük değil mi?”

Burada, yazarın kendisini de içine dâhil ettiği bazı kadınların “çocuksuz kadınlara bakışı” resmedilmektedir. Söz konusu çocuksuz kadınlar; genç yahut olgun, tüm kadınları içeren, yani başta da tanımlandığı gibi hem anne olamayacak olan hem de bunu henüz deneyimlememiş bütün kadınları içine alan geniş bir perspektifte tanımlanmaktadır:

“Bu kadınlar, evet **genç kadınlar**, evet belki **olgun kadınlar** ama işte **anne olmanın fizikselliğinde** yaşayamazken, ya **manevi olarak çok daha ötede** bir noktaya ulaşabiliyorlarsa... (...) Sırf **kendi bedenlerinde büyütme şansları olmadığı (ve olmayacağı)** için bu canım kadınlar Anneler Günü kutlamaya ‘layık’ değiller midir? Bu kadınlar sadece **çocuk ‘doğurmamış’** oldukları için **anne olmak hakları ellerinden alınabilir mi?**”

Bu kadınları manevi olarak anneliğin ötesine taşıyan örneklere de metinde yer verilmiştir. Sabah annesiz çocukların düşüyle uyanmak, dışından tırnağından artırıp o çocuklara destek olmak, sokaklara, parklara, banklara bir çocuğun bulacağı umuduyla gofret bırakmak gibi örnekler üzerinden anlatılmaya devam eden “manevi” annelik, yazıya konu olan kadınların kutsanmasına temel teşkil etmektedir. Bu kadınların temel



ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

gayesi; ev, araba gibi maddi istekler ya da biyolojik olarak sahip olamayacakları çocuklar değil, onların olmasa dahi dünyadaki tüm çocukların gülebilmesidir.

Anne olmanın “doğurmuş olmak”la eşleştirilmesine yönelik reddiye ile devam eden yazı, anne ol(a)mayan kadınların da kutsandığı satırlarla sona ermektedir:

“Her ne olursa olsun, **annelik fiziksel olarak olmaktan öte, duygusal olarak bir kadının ‘hissedebileceği’ en olağanüstü ‘oluş’ halidir...** Siz sevgili ‘anne’ olamayan, bugün ‘anne’ olamamış olan (ve belki de bu yaşam süreci içerisinde anne olması mümkün olmayacak olan) tüm güzel muhteşem kadınlar; **bugün ve yarın benim kalbimde en güzel anneler** sizlersiniz...”

Bir önceki platformdakine benzer şekilde kadınların annelik arzusuna özcü bir yaklaşım sunulmakla beraber, bu yazının anneliğe duygusal olarak ulaşılmış olmayı kabul etmesi kritik bir farklılığı işaret etmektedir. Bir önceki platformdaki eksiklik ve hüznün hissini yerini dolduran bu duygusal yükseliş, anne olamamayı olumsuzdan olumluya taşıyan bir söylemi dillendirmesi bakımından önemlidir. Anneler Günü’ne yaklaşım bakımından da olumlu bir tutum gösteren bu içerik, bu özel güne ilişkin kutlamaların odağındaki anneliğin kapsamını genişletmektedir. Annelik öznesi, çocuk doğurmakla sınırlanmamış; biyolojik olarak anne olamayan yahut henüz annelik deneyimini test etme olanağı bulamamış kadınları da içine alan bir kapsamda konuşlanmıştır. Bu kapsamdaki anne öznesi, çocukları sevme ve onlara değer verme gibi eylemlerin çeşitli davranışlar üzerinden görülebileceği, manevi bir annelikten hareket etmektedir. Anne ol(a)mamaya ilişkin toplumsal inşayı sağlamanın yanında anneliğin manevi anlamını da kapsamı, içeriğin sunduğu toplumsal etkinin iki yönünü göstermektedir.

### 2.3. “Uçan Süpürge: Annelik Politiktir”<sup>9</sup>

Anneler Günü’ne dair içeriğini analiz edeceğimiz üçüncü paylaşım, *bianet.org* platformunda yer almaktadır. Söz konusu platform, “Haklar için habercilik, haberciler için özgürlük” temasıyla “iletişim ve kalkınma alanındaki projeleri gerçekleştirmek ve desteklemek” için 1993 yılında kurulan IPS İletişim Vakfı kapsamındadır. Vakıf;

<sup>9</sup> Bağımsız İletişim Ağı (2018). “Uçan Süpürge: Annelik Politiktir”. Erişim Adresi: <https://bianet.org/bianet/kadin/197105-ucan-supurge-annelik-politiktir>. Bu başlığın altındaki bütün kaynaklı alıntılar, aynı linkteki metne aittir.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

etkinliklerini yerel ve uluslararası kaynaklardan sağlanan hibe ve bağışlarla gerçekleştirdiği projeler üzerinden sürdürdüğünü beyan etmektedir.<sup>10</sup>

Makalede ele alınan konuya dair en sert duruş, *bianet.org* platformunda Uçan Süpürge Kadın İletişim ve Araştırma Derneği'nin bildirisi aracılığıyla ortaya konulmuştur. Söz konusu dernek, Anneler Günü için, aşağıdaki alt metinle söze başlayıp konuya dair birkaç giriş paragrafının ardından dokuz maddelik sert bir manifesto yayınlamıştır:

“**Anneler Günü** kadınlar için bir madalya/ödül seremonisi değil; **kadınlara dayatılan, kadınları yarıştıran politik bir meseledir.** (...) **İyi anne söylemi** altında eşit hak taleplerimizin, ‘**minnet**’in, **kutsallığın gölgesinde gasp edilmesini reddediyoruz.**”

Bu ifadeler, feminizmin temel çağrılarında olan “Kişisel olan, politiktir.” söylemiyle örtüşmektedir. Aynı çerçeveden, kadının kişisel alanıyla ilgili bir durum ve karar olan annelik/anne olmamanın tıbbi ve politik bir nesneye dönüştürüldüğü ve kadın bedeninin araçsallaştırıldığı, platform aracılığıyla sunulan muhalif söylemin ise tam da buna karşı konumlandırıldığı metinden okunabilmektedir. Alıntıda eleştirilen bir diğer unsur olan “iyi anne söylemi”, ev işlerine ve çocuğuna bakan, hayat yükümlülüklerini hane içiyle sınırlayan kadınlık üzerine kuruludur. Amerikalı sosyolog Edwin M. Schur (1984: 81-92) tüm dünyada annelik aracılığıyla kadınlara yönelik olarak işletilen sosyal kontrol mekanizmalarına dikkati çekmektedir. Anneliğin makbul annelik, hatta makbul kadınlık dışındaki formlarını “gönüllü olarak anne olmamak”, “bekâr annelik (gayrimeşru ilişkilerden doğan çocuklar yoluyla anne olma)”, “uygunsuz annelik (annelik görevlerinin toplum normlarına uygun olarak yerine getirilmediği durumlar)” gibi başlıklar altında sıralamıştır. Bu unsurların hepsi Schur’a göre annelik normlarını yıkmakta ve bu kategorilerden herhangi birine dâhil olan kadınlar norm yıkıcı, sapkın olarak etiketlenmektedir. İyi annelik söylemi dışında kalan kadınlar, bu anlamda ‘normal’in dışında kabul edilen, ama aslında ‘kabul görmeyen’, ‘istenmeyen’ kadınlara dönüştürülebilmektedir.

“Kampanyaları **bedenlerimiz** üzerinden yapan anlayışa cevap veriyoruz: Üzerimizde kurduğunuz **tahakkümü** anne sütünün faydaları ile masumlaştıramazsınız!”

<sup>10</sup> Bağımsız İletişim Ağı (2023). “Hakkımızda”. Erişim Adresi: <https://bianet.org/hakkimizda>.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

Kadın bedenine yönelik toplumsal inşa, tıbbi ve siyasal politikalar yoluyla pekiştirilmektedir. Radikal feminizmin “Kişisel olan, politiktir.” söylemi, kadın bedeninin eril kontrolden çıkararak kendi bağımsızlığını inşasının yollarını tartışmaktadır (Şaşman Kaylı, 2010: 95). Bu söylem, tıbbi bir bilginin politik bir araç olarak kullanımına keskin bir karşı duruştur. Sözü edilen kampanyalar, anneliğin biyolojik faydaları ve bu faydalar üzerinden kadın bedenini metaya dönüştüren kapitalist pazar ekonomisi içinde sunulmaktadır. Bu söylem ayrıca, kadın bedenine dair her türlü düzenleme ve inşanın politikliğine dikkati çekmektedir. Kadının mahremiyet ve bireysel tercihi kapsamında kalan alanlardaki dışsal müdahale, bu politikliği tanımlamaktadır.

“Kadınlar olarak **kimliklerimizi anne olan-olmayan söylemleriyle** belli sarkaçlar üzerinden **yok sayan anlayışa** karşı duruyoruz. **Çocuk sahibi olduğunda mükâfatlandırılan, olmadığında/reddettiğinde cezalandıran çemberin dışına** çıkıyoruz.”

Kadının doğurganlığını sağlamak, artırmak, doğurganlığıyla ilgili sorunlarda onu “kısır” olarak etiketlemek, hemen tüp bebek teknolojisini devreye sokmak ve bunu hegemonik bir şekilde hizmete sunmak metindeki söyleme bugün örnek teşkil eden durumlardandır. Nüfus politikalarıyla da ilgili olan bu durum, kadın bedenini söylemlerin merkezine konumlandırmaktadır.

Metnin devamında, derneğin Anneler Günü vesilesiyle yayınladığı dokuz maddelik manifestosuna geçilmiş ve kadın bedenine dair mesajlar kelimelere dökülmüştür:

- “Erkeklerin otorite ve iktidar bekçisi olarak görevlendirilerek toplumsal düzeni ve refahı sağladığı kanaatine karşın kadınların topluma yeni birer birey kazandırmakla meşgul edildiği bir toplumsal yaşamı kabul etmiyoruz.”

Platformda yer alan temel duruş, ataerkillik ve onun uzantısındaki toplumsal düzenin yol açtığı eşitsizlik ve ayrımcılıktır. Burada vurgulanan “kanaat” sözcüğü; “gerçek”, “bilgi”den farklı ve daha aşağı olarak doxa, sanı, inanç gibi (Cevizci, 1999: 232, 266) taraflı ve üzerinde uzlaşa sağlanamayan fikirleri temsil etmesi bakımından özellikle seçilmiştir. Platon’un epistemolojik temelde yaptığı bu ayrım, halen “bilgi” olarak kabul edilenlerle edilmeyenleri ayırt etmekte kullanılmaktadır. Zira toplumsal

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

düzen adına erkeklerin otorite ve iktidar bekçisi olarak görevlendirilmeleri, kadınlarınsa ev içi ve annelik rollerine atfedilmeleri doğal ya da verili bir gerçeklik değil, tarafgir bir sanı olmaktan öteye geçmeyen bir iddia olarak kabul edilmektedir. Kadını biyolojik gerekçeler başta olmak üzere ev içine hapseden anlayış, erkeği dışarıya konumlandırmakta; otorite ve iktidar bekçisi olarak çağırarak toplumsal cinsiyet eşitsizliğini meşrulaştırmaktadır. Dışarının kadınlar için riskli, tehlikeli olarak kodlanıp bir *korku* unsuru, ev içininse *güven* alanı olarak inşa edilmesi; Sara Ahmed'in de dikkati çektiği (2019: 92) ve duyguların kültürel politikasını sorunsallaştırdığı bir örnektir.

- “İdeal kadın olma halini annelikle ilişkilendiren erkeklerin, **bedenlerimiz üzerinden kurduğu öykülerin biz kadınları erkekler için faydacı birer meta haline dönüştürmesini istemiyoruz.**”

Psikanalitik teorilerin de kısmen temellendiği özcü ve evrenselci iddialar arasında yer alan dişillik, annelik, cinsellik yapıları kültür-ötesi olarak kabul edilmektedir (Butler, 2014: 62). Özcü teoriler, biyolojiye yapılan vurguyla kadının fizyolojik yazgısını annelikle inşa etmekte ve dolayısıyla bu ekseninde annelik, kadının doğal misyonu olarak görülmektedir (Beauvoir, 2019: 227). Psikanaliz, kadınların anneliğine ilişkin doğal kabullerin temellenmesinde oldukça etkili olmuştur. Geleneksel psikanalitik teoride erkekler ve kadınlardaki cinsiyetin gelişiminde, ikisini erkek genitalliğinin dışsallığı ve ailenin yapısının oluşturduğu üç temel belirleyici özellikten üçüncüsü olarak kadınların annelik kaderi kabul edilmektedir (Oakley, 1985: 122). Freud'un psikanalitik teorisine göre, kadınlarda var olan penis kıskançlığı, kadının bir çocuk doğurmasıyla, yani anne olmasıyla sonlanır; çocuk, kadında eksikliği hissedilen penisin bir temsili olarak kabul edilmektedir (Irigaray, 1985: 86). Feminist eleştirilerin önemli bir kısmı ise bu alanlara itirazı içermektedir. Zira eleştirilere göre, özcü ve doğal olarak kabul edilen bu kavramlar da bizzat kültürlerin inşa ettiği yapay gerçekliklerdir. Dolayısıyla farklı ve yeni bir kültür inşasıyla bu kabuller tamamen değişebilir ve yeni gerçeklikler inşa edilebilir. Örneğin anne olan kadın, ya da sadece kadın, dünyayı yalnızca bu annelik perspektifinden görürse aslında hiçbir şey görmüyor demektir (Irigaray, 1993: 152). Bu bakış açısı, kadının annelik dışındaki sıfatlarla da tanımlanması ve meselenin kadının kendi tercihleri neticesinde

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

okunması gerektiğinin yolunu açmaktadır. Metinde de bu eleştirilerden hareketle verili kabul edilen özcü anlayışlar reddedilmektedir.

- “Anne olmanın biyolojik tarafına vurgu yapan söylemlerin, kadınları bedenleri üzerinden birer kazanım/yetersizlik gerçekliğine ittiğini biliyoruz. Kadınları biyolojik ya da fizyolojik yetersizlikle sınıyan anneliğin efsaneleştirilmesine müsaade etmiyoruz.”

Biyolojiden hareket eden özcü anlayışlar, metinde “efsaneleştirilme” şeklinde ifade edilen mitlere de dönüşebilmektedir. Mit; içeriği doğal, doğüstü veya kültürel fenomenlerin kökenleri yahut yaratılışlarıyla ilgili kutsal ve/veya dinsel hikâyeler için kullanılan ve toplumun egemen değerlerine ilişkin ipuçlarını veren bir terim (Marshall, 2005: 506-507) olarak tanımlanmaktadır. Mitlerin işaret ettiği egemen toplumsal değerler, toplumsal cinsiyete yüklenen roller bağlamında belirleyici olmaktadır. Örneğin kahramanlık mitleri, annelik mitleri gibi unsurların bu bağlamda birçok kültür için kurucu nitelik taşıdığı söylenebilir. Annelik miti, tarihten beri süregelen, kadının fedakâr bir annelikle kuşatılarak bu tanım altında sınırlandırılmasını ifade etmektedir. Kadın bedeninin biyolojik açıdan zorunlu olarak annelikle eşleştirilmesini salık veren kadın bedenine yönelik özcü inşalar, bu sınırları daraltmakta ve keskinleştirmektedir. Bu sınırlandırma, toplumda mevcut olan ve çeşitli araçlarla yayılan kültürel kodlarla birlikte gittikçe kökleşmekte ve kadını annelik üzerinden yoğun bir baskıya maruz bırakan bir sürece dönüşmektedir.

- “Bir kadının anneliği ‘hak etmek’ için ekonomik, sosyal ve cinsel özgürlüğünden vazgeçmeye zorlanmasını kabul edilemez buluyoruz.”

Kadınların kariyer ve annelik ikileminde kaldığı söylemi, çeşitli yollarla yayılan ve belli ölçüde verili kabul edilen bir yargıdır. Bu kısımda buna itiraz edilmekte ve anneliğin hayatın çeşitli alanlarından feragat etmekle hak edilecek bir şey olduğuna dair yaygın öğretiyi reddedilmektedir. Feminist sosyolog ve psikanalist Nancy J. Chodorow’a göre (1978: 9) kadınların anneliği meselesi, toplumsal cinsiyete dayalı sosyal organizasyon şeması içinde merkezî ve tanımlayıcı bir unsurdur. Bu temelden hareketle bu tip bir toplumsal düzende kadının anneliği doğal ve özden gelen bir anlayışla verili kabul edilmiş; kadın, anneliği üzerinden tanımlanmıştır. Çocuk doğurma ve çocuğa bakım görevi annenin sorumluluğuna bırakıldığından, bu durum

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

kadınların ev hayatına hapsedilmesini ve kamusal hayatın yalnızca erkeklere açılmasını sağlamaktadır. Oysa tam da bu bağlam, feminist itirazların merkezini oluşturmakta ve platformda da bu ekseninde yer bulmaktadır.

- “Kadınların sokağa çıkıp hakları için mücadele etmesi, bedenine ve emeğine sahip çıkması anne olmaya engel değildir. Bir kadının anne olma/olmama tahlilini kamusal alan ile ilişkisi üzerinden kuramazsınız. Unutulmalıdır ki kadınların özgürlüğü çocukları da özgürleştirir.”

Yazının bu kısmında, anne olan kadınların özgürlük mücadelesi konu edilmektedir. Kadın hareketlerinin temel dinamiklerinden birini oluşturan kamusal alan ve kadınların özgürlüğü mücadelesi, bu noktada vurgulanmaktadır. Kadınların çalışma hayatında var olması ve bunun çocuk sahibi olmalarına engel olarak algılanmaması, burada savunulan temel unsurdur. Dahası, bu mücadeleleri veren kadınların özgürlüğünün çocukları da özgürleştireceği ifade edilmektedir. Bu husus, son tahlilde, doğrudan bu şekilde ifade edilmemiş de olsa, çocukların kadınlar tarafından yetiştirildiği, çocukların kazandığı değerlerin anneler aracılığıyla aktarıldığı mesajlarını işaret etmektedir.

- “Anne olan kadınlar ile anne olmayan/istemeyen kadınları yarıştıran bir düzlem kuran medyanın, bizi hayattan soyutlayan tutuma/tutumlara sahip çıkmasını reddediyoruz.”

Bu kısım, *dunyabizim.com* platformunda da dile getirilen, kadınların bizzat kadınlar tarafından maruz kaldığı annelik baskısına medya üzerinden göndermede bulunmaktadır. *dunyabizim.com*'daki içerikte kaynana, görünce veya kentli modern anne kadınların, anne olmayan kadınlara yönelik bir baskı kurduğuna işaret edilmekteydi. Benzer ekseninde, medyanın bunu destekleyici temsilleri, bu düzlemi tekrar inşa etmektedir. Bu çalışmanın kuramsal temellerinde de ifade edildiği gibi medya, toplumsal inşada önemli bir role sahiptir. Anne olan kadının idealleştirilerek anne olamayan yahut anneliği tercih etmeyen kadınların bu idealin dışında temsil edilmesi, medyanın takındığı sorunlu bir tutum olarak ortaya çıkmaktadır. Haber metinleri, filmler, diziler gibi medyada yer alan unsurlar bu tutumu gösteren çeşitli örneklerdir. Bu örneklerde anne olan kadın kutsal, cefakâr bir kişi olarak sunulup her türlü övgüyü hak ederken anne ol(a)mayan kadınların görünürliğünün az olduğu



ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

dikkati çekmektedir. İnşa edilen bu düzlemde, anne olmayı tercih eden kadınların çocuk bakımı için eve kapanmasının da bir gereklilik olarak sunulması, itirazın bir diğer ayağını oluşturmaktadır.

- “Aynı işe daha az ücretle çalıştırılan kadınların ekonomik baskıdan ötürü işten ayrılmasının ‘çocuğa bakmak üzere işten ayrıldı’ olarak gerekçelendirilmesini ve ‘kadının yeri evidir’ gibi eşitlikten uzak bir anlayışı asla benimsemeyeceğimizi beyan ediyoruz.”

İnsanlara küçük yaşlardan itibaren sosyalleşmeyle öğretilen “değerler”, toplumsal cinsiyet kavramı etrafında ciddiyle tartışılmaktadır. Zira toplumsal cinsiyet kavramı, kadınlık ve erkeklığe ilişkin sosyal inşayı gündeme almaktadır. Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyetten farklı olarak biyolojik cinsiyetlere atfedilen toplumsal rol ve statüler doğrultusunda cinsiyetlerin toplumsal olarak inşa edilmesini ifade etmektedir. 1970’lerde sosyolojik ve psikolojik yaklaşımlar, kadınlar ve erkekler arasındaki farkların biyolojik farklılıkla açıklanamayacağını ve kültürel açıdan egemen olan stereotiplerin erkeklik ve kadınlığa ilişkin kabaca temsiller sunduğunu savunmuştur (Marshall, 2005: 98). Bu temsillere göre, bireylerin eğitim hayatı, iş hayatı, günlük ev hayatı gibi birçok alana yayılan kadınlık ve erkeklik rolleri inşa edilmiştir. Bu bağlamda erkeklik ev dışında çalışma, para kazanma gibi görevlerle inşa edilirken kadın annelik ve ev içi rollerle tanımlanmıştır. Cinsiyetler arası eşitsizliği ortaya çıkaran bu inşa, kadın haklarına yönelik eşitlik talepleriyle birlikte daha fazla tartışılır hale gelmiştir. Bu bağlamda, metnin genelinde de savunulduğu gibi, anneliğin eve kapanma ve günlük hayatını yalnızca çocuğuna bakarak geçirme eksenine sıkıştırılmasına yönelik eleştiri burada tekrar edilmektedir. Ayrıca, annelik ve çocuğa sahip olma gerekçesi altında gizlenen ekonomik baskının açığa çıkarılması, bu kısımda seslendirilen bir diğer eleştiri olmaktadır. Bilhassa özel sektörde kadın çalışanların evlenecekleri, hamile kalacakları gerekçesiyle işverenler tarafından tercih edilmeme durumu, tercih edildiği durumda da daha az ücret vermek yahut ücreti kesmek, kanuni haklardan doğan kazanımlarını vermemek gibi ekonomik şiddetin çeşitli biçimlerine maruz bırakılışı, bu metindeki eleştirilerin temellendiği örneklerden bazılarıdır.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

- “Kız çocukları çok küçük yaştan itibaren annelik ve ev ile ilişkilendiren, onları erkekler için birer ‘hediye’ haline getiren ve yine kız çocuklarını kendi faydacı hayatları için erken/zorla evlendiren ataerkil düzenin parçası olmuyoruz.”

Sosyalleşme ile kız çocuklarının maruz kaldığı söz konusu durum, toplumsal cinsiyet temelindeki ayrımcılığın başka bir yansımasıdır. İnsan toplumunun asla tamamen doğaya teslim edilmediğini savunan Simone de Beauvoir, doğuştan gelen ve evrensel “annelik içgüdüsü” diye bir şey olmadığını, küçük kız çocuklarına çocuk bakımının anne tarafından öğretildiğini ifade eder (Beauvoir, 2019: 26). Başka bir deyişle Beauvoir, kadınlığa ilişkin özcü yaklaşımların varlığını reddederek bunun toplumsal bir inşa olduğunu vurgulamaktadır. Son tahlilde, “Kadın doğulmaz, kadın olunur.” söyleminden hareketle, “Anne doğulmaz, anne olunur.” denilebilir.

- “Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Uluslararası Sözleşmesi kısa adıyla CEDAW’a ve İstanbul Sözleşmesi’ne taraf olan Türkiye’nin bu sözleşmelerde beyan ettiği üzere **toplumsal cinsiyet temelli bir şiddet biçimi** olarak **kadınlara annelikleri üzerinden yaptırım uygulayan yaklaşımlara** müdahale etmesini bekliyoruz.”

Manifestonun dokuzuncu ve son maddesinde annelik, “toplumsal cinsiyet temelli bir şiddet biçimi” olarak tanımlanmakta ve kadınlara annelik üzerinden yaptırım uygulayan yaklaşımlara devletin müdahale etmesi temennisiyle yazı sonlanmaktadır. Bu müdahalenin ise Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Uluslararası Sözleşmesi (CEDAW) ve İstanbul Sözleşmesi’nin sağladığı hukuki zemin temelinde yapılması önerilmektedir. Ancak 20 Mart 2021 tarihinde Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi’yle İstanbul Sözleşmesi’nden çıkıldığı hatırlandığında, bu temenninin iki dayanağından birinin daha en başında çöktüğü görülmektedir.

Deniz Kandiyoti (2011: 50), Türkiye’deki göçebe aşiretlerde, köylerde, kentlerde, gecekonduarda yahut metropolde yaşayan, farklı eğitim seviyelerindeki kadınlara dair incelemelerinde kadının konumunda çocuk sahibi olmanın ve kadının yaşlanmasının ortak olduğunu vurgulamıştır. Her iki durumun da kadının bedeniyle ilgili oluşuna ek olarak, kadının çocuk sahibi olmamasının toplumsal konumu açısından sorunlu bir yere işaret ettiği de anlaşılmaktadır. Kadının yaşlanarak

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

doğurganlığını kaybettiği algısı, bu sorunlu konuma olumsuz bir nitelik kazandıran bir diğer yargı olarak ortaya çıkmaktadır. *bianet.org*'da sunulan içerik, bu algılara sistematik olarak karşı durmayı seslendirmektedir. Diğer iki içerikte kullanılan duygusal dile karşı bu platformdaki içerikte duygusal dil kullanımından kaçınılmıştır. Zira içeriğin genel tavrı olan mevcut kadınlık ve annelik inşasına karşı duruşun temelinde, bu inşanın duygusallık üzerinden kurulması da yer almaktadır. Bu platformda kadınlar anne olup olmama kararını kendileri verme özgürlüğü ekseninde tanımlandıkları için, annelik bakımından etkin bir durumda konumlandırılmaktadır. Bu etkinlik, hukuki haklarla da zenginleştirilerek toplumsal hayatta daha görünür bir varoluşu çağırılmaktadır. Kadının kendi bedeniyle ilgili bir karar olan annelik yahut anne ol(a)mamak, kadının gündelik hayatta istediği şekilde var olmasını hedefleyen bir amaç çerçevesinde düşünülmekte ve bu yönüyle içeriğin sunulduğu platformun varlık amacıyla örtüşmektedir.

## SONUÇ

Bu çalışmada kadınlık, annelik ve anne ol(a)mamak hakkında bir nitel araştırma gerçekleştirilmiştir. Annelik biyolojik, politik, dinî, kültürel argümanlar ışığında bir toplumsal inşa unsuruna dönüşmektedir. Kadınlığa dair toplumsal inşa sürecinde anneliğin belirleyici bir dinamik olduğu kabulünden hareketle, anneliğin kadınlar üzerindeki tercih ile zorunluluk arasındaki ilişkisi, anne ol(a)mamanın toplumsal temsili, çalışmada sorunsallaştırılmıştır. Bu sorunsal temelinde üç internet platformu seçilerek içerikleri tematik olarak analiz edilmiştir.

Bu makaleye konu olan unsurlar, dijital iletişim platformlarında Anneler Günü ve bu özel günde anneliğin nasıl anlamlandırıldığı/sunulduğu üzerinedir. Bu amaçla, seçilen üç platformda Anneler Günü vesilesiyle yayınlanan metinlere dair bir içerik analizi yapılmıştır. *dunyabizim.com*, *uplifers.com* ve *bianet.org* incelemenin yapıldığı üç platformdur. Burada *dunyabizim.com* platformundaki içerik birinci metin/içerik; *uplifers.com* platformundaki içerik ikinci metin/içerik; *bianet.org* platformundaki içerik ise üçüncü metin/içerik olarak anılmıştır.

Tüm platformlar, Anneler Günü vesilesiyle annelik özelinde anne ol(a)mayan kadınların varlığını hatırlatmak ve onları onurlandırmak amaçındadır. Anneler Günü

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

özelinde, birinci ve üçüncü içerik daha eleştirel bir perspektife sahipken, ikinci içerik Anneler Günü'ne daha olumlu yaklaşmıştır. Birinci içeriğin eleştirisi, Anneler Günü'nün ticari bir hedef doğrultusunda popülerleşerek anne ol(a)mayan kadınları dışlamaya olan etkisi bağlamındadır. Batı menşeli bir kutlama olması gerekçesiyle dile getirilen dinî itirazlara da kısmen değinilmesine rağmen, eleştirinin merkezinde annelik maskesiyle ticari kaygıların güdülmesi ve anne ol(a)mayan kadınların yok sayılması bulunmaktadır. Üçüncü platformun eleştirisi ise daha siyasal bağlamda olup Anneler Günü aracılığıyla ataerkil iktidarın çeşitli araçlarla kadınları tahakküm altına alması hakkındadır. İktidarlar, medya, tıp gibi farklı öznelerin söz konusu tahakkümü bu özel gün vesilesiyle meşrulaştırması ve kadınlara yönelik eşitsizliklerin artması merkezî itiraz noktasında yer almaktadır.

Birinci ve ikinci içerik anneliği daha çok özcü, duygusal bir temelde kabul etmekte ve anne ol(a)mamayı çoğunlukla bu ekseninde yorumlamaktadır. Bununla beraber ikinci içerikte, *henüz anne olamamak* gibi bir ifade kullanılmış ve onlar da Anneler Günü kutlama çağrısına dâhil edilmiştir. *Henüz anne olamamış olanlar*, anne olmaya ilişkin bir belirsizliği içinde taşımakla birlikte, anne olmak istemeyi de verili kabul eden bir tanımdır. Nitekim yazıda bu içeriğe dâhil edilen fiziksel olarak anne olması mümkün olmayanlar, henüz anne olmayan kadınlar öznesine/nesnesine eklenerek kadın öznellik bu iki sıfatla tamamlanmış olmaktadır.

İlk iki içeriğin bir diğer ortak yanı, fiziksel olarak anne olup anneliğin manevi değerine ulaşamamış kabul edilen kadınları da yazı içeriğine dâhil etmeleridir. Her iki içerikte de bu kadınlar eleştirilmekte; fiziksel olarak anne ol(a)mayıp anneliğin manevi değerini hisseden kadınlar onlara karşı yüceltilmektedir. Üçüncü içerik ise anne olmama tercihinin de kapı açarak meseleyi özcülük karşıtı bir duruştan okumakta, meselenin inşacı ve politik yönüne dikkati çekmekte ve meseleyi kadın özgürlüğü üzerinden yorumlamaktadır. Diğer iki platformun annelik ideali üzerinden kabullenici, boyun eğici, üzüntü verici bir duygusallıkla oluşturduğu içeriklere karşıt olarak *bianet.org* platformu, dayatılan ideal tipleştirmelere direniş odaklı, kadın özgürlüğü aktivizmini seslendiren bir içerik sunmaktadır.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

Sonuç olarak çocuksuz, anne ol(a)mayan kadınların görünürlüğünün oldukça zayıf olduğu hatırlandığında, onların toplumsal kabullerinin dışlayıcı, baskıcı nitelikte olduğu, “kısır” gibi etiketlere maruz kaldıkları düşünüldüğünde her üç platformdaki içerikler de oldukça önemli ve anlamlıdır. Anne ol(a)mayan kadınların hangi temelde olursa olsun kabul görmesi, ötekileştirilmemesi, etiketlenmemesi söz konusu platformlardaki inşanın en kritik unsurlarını oluşturmaktadır. Bu noktada, platformların kadınlığa annelik dışında anlamlar yükleyerek anne ol(a)mayan kadınların toplumsal kabul görmesine aracılık etmeleri dikkate değerdir. Her bir platform; kendi okurları, hedef kitleleri, alıcıları bağlamında kadınlığa ve anne ol(a)mamaya dair farkındalıklar, yeni anlamlar üreterek bu aracılığı sağlamaktadır. Bu vesileyle iletişimin sunduğu “anlam üretimi, paylaşımı, yeniden üretimi” temelinde söz konusu söylemler, anne ol(a)mayan kadınların ötekileştirmeye maruz bırakılmadan görünür kılınmasına imkân tanımakta, bu yönüyle de alternatif bir söylem üretmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

ABERCROMBIE, Nicholas; HILL, Stephen; TURNER, Bryan S. (2006). The Penguin Dictionary of Sociology, London: Penguin Books.

AHMED, Sara (2019). Duyguların Kültürel Politikası, (Çev: Sultan Komut), İstanbul: Sel Yayıncılık.

Bağımsız İletişim Ağı (2018). “Uçan Süpürge: Annelik Politikadır”, <https://bianet.org/bianet/kadin/197105-ucan-supurge-annelik-politiktir>, Erişim Tarihi: 21.01.2023.

Bağımsız İletişim Ağı (2023). “Hakkımızda”, <https://bianet.org/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 13.12.2023.

BAL, Hüseyin (2013). İletişim Sosyolojisi (Sosyal İletişim/Kitle İletişimi/Elektronik İletişim), Bursa: Sentez Yayıncılık.

BAYAZIT, Didem Zeynep (2020). “Reklamlarda Annelik Miti: Özel Gün Reklamı Olarak ‘Anneler Günü’ Reklamlarının Analizi”, OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 22, s. 1157-1182.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

BEAUVOIR, Simone de (2019). İkinci Cinsiyet (Cilt II: Yaşanmış Deneyim), (Çev: Gülnur Acar Savran), İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

BERG, Bruce L. ve LUNE, Howard (2021). İçerik Analizine Giriş, (Çeviri Editörü), Asım Arı. (Çeviren), Emel Şentuna Akay. Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Konya: Eğitim Yayınevi, s. 343-379.

BLACKSTONE, Amy (2023). Gönüllü Çocuksuzluk (Aileyi Baştan Tanımlayan ve Yeni Bir Bağımsızlık Çağı Yaratan Hareket), (Çev: Hilal Dikmen), İstanbul: İletişim Yayınları.

BURR, Vivien (2012). Sosyal İnşacılık, (Çev: Sibel A. Arkonaç), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

BUTLER, Judith (2014). Cinsiyet Belası (Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi), (Çev: Başak Ertür), İstanbul: Metis Yayınları.

CEVİZCİ, Ahmet (1999). Felsefe Sözlüğü, İstanbul: Paradigma Yayınları.

CHODOROW, Nancy J. (1978). The Reproduction of Mothering (Psychoanalysis and Sociology of Gender). USA: University of California Press.

COŞKUN, Handan ve TEKDEMİR, Göklem (2020). "Mesih Annelik: Sosyal Medyada İnşa Edilen Annelik Kimliğinin Söylem Analizi", Kadın/Woman, 21(1), s. 69-88.

CRESWELL, John W. (2020). Nitel Araştırma Yöntemleri, (Çev. Ed: Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir), Ankara: Siyasal Kitabevi.

CROWLEY, David ve HEYER Paul (2023). İletişim Tarihi, (Çev: Berkay Ersöz), Ankara: Siyasal Kitabevi.

ÇELİK, Merve (2019). Sosyal Medyada Anneliğin Yeniden Üretilmesi: Instagram Örneği, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya.

DARGA, A. Muhibbe (2020). Anadolu'da Kadın (On Bin Yıldır Eş, Anne, Tüccar, Kraliçe), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.



ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

DEMİRCAN, Nezihe (2020). Yeni Medya ile Annelik Kavramının Tüketim Kültürü Çerçevesinde Dönüşümü: Instagram Anneleri Üzerine İnceleme, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

DİKEÇLİĞİL, F. Beylü (2017). Ontolojiyi Hatırlamak, Konya: Çizgi Kitabevi.

DURMUŞ, Ayten (2020). Geleneksel ve Modern Hurafeler Kısacasında Kadın, İstanbul: Ortak Akıl Yayınları.

Dünyabizim (2023). “Biz Kimiz”, <https://www.dunyabizim.com/biz-kimiz-s2.html>, Erişim Tarihi: 21.01.2023.

ELÇİ, Elçin (2012). Kadın Olmanın Anlamının Türkiye’de Yaşayan Kadınların Söylemlerindeki İnşası, (Editör), Sibel A. Arkonaç. Söylem Araştırmaları, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, s. 121-149.

GÖKÇE, Orhan (2019). Klasik ve Nitel İçerik Analizi (Felsefe, Yöntem, Uygulama), Konya: Çizgi Kitabevi.

GÜÇLÜ, İdris (2019). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (Teknik-Yaklaşım-Uygulama), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

HALL, Stuart (2017). Giriş, (Editör), Stuart Hall. (Çeviren), İdil DüNDAR. Temsil (Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları), İstanbul: Pinhan Yayıncılık, s. 7-20.

IRIGARAY, Luce (1985). This Sex which is not One, USA: Cornell University Press.

IRIGARAY, Luce (1993). An Ethics of Sexual Difference, USA: Cornell University Press.

KANDİYOTİ, Deniz (2011). Cariyeler, Bacılar, Yurттаşlar (Kimlikler ve Toplumsal Dönüşümler), İstanbul: Metis Yayınları.

KARAMAN, Oktay ve AKTAŞ, Akın (2021). “Türkiye’de Anneler Günü ve Nene Hatun”, Asya Studies, 17, s. 243-254.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

KARATEKİN, Deniz (2021). Medyadan Gündelik Hayata Annelik Söylemlerinin Dolaşımı: “Kadın” Dizisi ve Anneliğin Yeniden Üretimi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

KIZILTEPE, Zeynep (2017). İçerik Analizi, (Editörler), Fatma Nevra Seggie ve Yasemin Bayyurt. Nitel Araştırma (Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları), Ankara: Anı Yayıncılık, s. 253-266.

KURTOĞLU, Ayşegül (2019). “Yemek Temalı Web Günlüklerinde İslami Kadın Kimliğinin İnşası: Cahide Sultan”, Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi, 2(1), s. 93-117.

MAIGRET, Eric (2012). Medya ve İletişim Sosyolojisi, (Çev: Halime Yücel), İstanbul: İletişim Yayınları.

MARSHALL, Gordon (2005). Sosyoloji Sözlüğü, (Çev: Osman Akınhay ve Derya Kömürcü), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

MORVA, Oya (2013). Chicago Okulu (Pragmatik Sosyal Teoride İletişimin Keşfi), İstanbul: Doruk Yayınları.

NEUMAN, W. Lawrence (2012). Toplumsal Araştırma Yöntemleri I-II (Nitel ve Nicel Yaklaşımlar), (Çev: Sedef Özge), İstanbul: Yayınodası Yayınları.

OAKLEY, Ann (1985). Sex, Gender and Society, UK: Gower Publishing Company Limited.

ÖZCAN ELÇİ, Dicle (2020). Anneliğin Toplumsal İnşası ve Anne Ol(a)mayan Kadınlar, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin.

ÖZEKEN ULUS, Pınar (2018). “Anne Olmamış ve Olamayacak Tüm Muhteşem Kadınlara: Anneler Günü’nüz Kutlu Olsun”, <https://www.uplifers.com/anne-olmamis-ve-olamayacak-tum-muhtesem-kadinlara-anneler-gununuz-kutlu-olsun/>, Erişim Tarihi: 21.01.2023.

ÖZKAN, Hava ve UZUN ÖZER, Betül (2022). “Sosyal Medyada Annelik”, TJFMPC, 16(1), s. 222-229.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

ÖZTAN, Ece (2015). “Annelik, Söylem ve Siyaset”, Cogito, 81, s. 91-107.

PUNCH, Keith F. (2014). Sosyal Araştırmalara Giriş (Nitel ve Nicel Yaklaşımlar), (Çev: Dursun Bayrak, H. Bader Arslan ve Zeynep Akyüz), Ankara: Siyasal Kitabevi.

SABA, Ziya Osman (2021). Bütün Öyküleri (Mesut İnsanlar Fotoğrafhanesi), İstanbul: Can Yayınları.

SCHUR, Edwin M. (1984). Labelling Women Deviant (Gender, Stigma and Social Control), USA: Random House.

SÖZEN, Edibe (2014). Söylem, Ankara: Birleşik Yayınları.

ŞAŞMAN KAYLI, Derya (2010). Kadın Bedeni ve Özgürleşme, İzmir: İlya Yayınları.

TAT, Ümmügülsüm (2011). “Anne Olamayan Kadınların Hüzün Günü”, <https://www.dunyabizim.com/mercek-alti/anne-olamayan-kadinlarin-huzun-gunu-h6311.html>, Erişim Tarihi: 04.02.2023.

THOMPSON, John B. (2008). Medya ve Modernite, (Çev: Serdar Öztürk), İstanbul: Kırmızı Yayınları.

TİMURTURKAN, Meral (2019). “Annelik, Söylem ve İktidar: Eleştirel Bir Tartışma”, SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 47(2), s. 64-78.

TOKDEMİR, Kinem (2021). “Hegemonik Annelik Anlayışı Üzerine: Anne Olmayı\Olmamayı Tercih Etmek Mümkün mü?”, International Science, Culture and Academic Research Congress in Global World Congress, 11-12 Eylül 2021, Türkiye.

Uplifers (2023). “Hakkımızda”, <https://www.uplifers.com/hakkimizda/>, Erişim Tarihi: 21.01.2023.

We are not Having Child (Çocuk Sahibi Olmuyoruz) (2023). <https://werenohavingababy.com/>, Erişim Tarihi: 08.12.2023.

ÖZTÜRK AYKAÇ, Nilüfer (2024). Dijital Platformlarda Anneler Günü Söylemi: Anne Ol(A)Mamaya Dair Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 646-681.

YARDIM, Gözde (2017). Sosyal Medyada Kültürel Kimliklerin Dönüşümü Odaklı “Blogger Anne” Kimliklerinin İncelenmesi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK, Hasan (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Kitabevi.

YURTSEVEN, Yaprak (2018). Türkiye’de Anne Olarak Kadın: KADEM Örneğinde Annelik Söylemi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Çalışma tek yazarlıdır.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.