

Dijital Platformlarda Anneliğin Dönüşümü: Instagram Etiketlerine Yansıyan Anne Temsillerinin Tematik Analizi* **

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 01 Eylül 2025 Kabul Tarihi: 17 Aralık 2025

✉ **Esra Tuysuz**

Arş Gör. / Res. Asst.

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi / Recep Tayyip Erdoğan University

İlahiyat Fakültesi / Faculty of Theology

<https://ror.org/0468j1635>

<https://orcid.org/0000-0001-7240-9284>

esratysz25@gmail.com

Yazar Katkı Oranı: %55

✉ **İhsan Çapcıoğlu**

Prof. Dr. / Prof. Dr.

Ankara Üniversitesi / Ankara University

İlahiyat Fakültesi / Faculty of Theology

<https://ror.org/01wntqw50>

<https://orcid.org/0000-0003-4796-5232>

ihsanapcioglu@yahoo.com

Yazar Katkı Oranı: %45

Öz

Bu çalışma, Instagram platformunda paylaşılan içerikler üzerinden dijital annelik temsillerini incelemektedir. Çalışmada 16-26 Mayıs 2025 tarihleri arasında #instagramanneleri, #müslümananne, #instamom, #muslimmoms, #ebeveyn ve #annelik etiketleriyle paylaşılan 660 gönderi metni tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bulgular, anneliğin yalnızca çocuk bakımına indirgenmeyip sağlık ve hijyen, pedagojik rehberlik, duygusal yakınlık, dinî-mânevî vurgu, topluluk ve dayanışma ile ticarî içerikler gibi temalarla yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır. Instagram anneleri, yalnızca çocuk bakımıyla ilgili deneyimlerini değil aynı zamanda anneliği kutsallaştıran, pedagojik bilgiyle destekleyen ve ticarî girişimlerle bütünleştiren içerikler de üretmektedir. Özellikle dindar anneler, anneliği ibadetle özdeşleştiren söylemler geliştirmekte ve dua, âyet gibi mânevî motifleri içeriklerinde sıkça kullanmaktadır. Platformda takipçi kazanımı, görünürlük ve marka iş birlikleri ise anneliğin kamusal performansa dönüştüğünü göstermektedir. Çalışma, dijital mecralarda anneliğin yalnızca özel bir rol değil, kamusal, kültürel ve ekonomik bir kimliğe dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Ayrıca, dijital annelikte seküler ve dinî söylemlerin bir arada var olabildiği, hatta hibrit bir annelik söyleminin oluştuğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Dijital Annelik, Sosyal Medya, Instagram, Temsiliyet.

* Bu makale CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

** Bu makale, 30-31 Mayıs 2025 tarihlerinde düzenlenen 3. Uluslararası Aile Sempozyumu'nda sunulan "Annelik Temsillerinin Algoritmik Görünürlüğü: Instagram Keşfet İçeriklerinin Tematik Analizi" başlıklı bildirinin genişletilmiş versiyonudur. Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur. Bu çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

The Transformation of Motherhood on Digital Platforms: A Thematic Analysis of Motherhood Representations in Instagram Hashtags* **

Research Article

Received: 01 September 2025 Accepted: 17 December 2025

Abstract

This study examines representations of digital motherhood through content shared on the Instagram platform. A total of 660 post captions shared between May 16 and May 26, 2025, using the hashtags #instagramanneleri, #müslümananne, #instamom, #muslimmoms, #ebeveyn, and #annelik were analyzed through thematic analysis. The findings indicate that motherhood is not framed solely in terms of childcare but is reconstructed through themes such as health and hygiene, pedagogical guidance, emotional intimacy, religious–spiritual emphasis, community and solidarity, and commercial content. Instagram mothers generate content that extends beyond personal childcare experiences, sacralizing motherhood, reinforcing it with pedagogical knowledge, and integrating it with commercial activities. In particular, religious mothers construct discourses that associate motherhood with worship and frequently employ spiritual motifs such as prayers and Qur’anic verses. Practices related to follower accumulation, visibility, and brand collaborations suggest that motherhood has increasingly become a form of public performance on the platform. Overall, the study demonstrates that motherhood in digital media has evolved from a primarily private role into a public, cultural, and economic identity. Furthermore, the findings reveal that secular and religious discourses coexist within digital motherhood, giving rise to hybrid forms of maternal representation.

Keywords: Sociology of Religion, Digital Motherhood, Social Media, Instagram, Representation.

* This article is published under the CC BY-NC 4.0 licence.

** This article represents an expanded version of the paper titled “Algorithmic Visibility of Motherhood Representations: A Thematic Analysis of Instagram Explore Feed Content,” which was presented at the 3rd International Family Symposium on May 30-31, 2025. It is acknowledged that the study adheres to established scientific and ethical standards, and all referenced works are duly cited in the bibliography. The research does not require approval from an ethics committee.

Summary

This study examines the phenomenon of digital motherhood on Instagram, with particular attention to how algorithmic visibility and thematic content production shape the construction of motherhood identities within contemporary digital culture. The research was conducted between May 16 and May 26, 2025, and analyzes 660 public posts shared under the hashtags #instagramanneleri, #müslümananne, #instamom, #muslimmoms, #ebeveyn, and #annelik. The data were analyzed using thematic analysis in accordance with Braun and Clarke’s methodological framework, enabling the identification of recurring patterns, discourses, and representational strategies in motherhood-related content on the platform.

The analysis identified six major themes: health and hygiene, pedagogical guidance, emotional intimacy, religious and spiritual emphasis, community and solidarity, and commercial content. Collectively, these themes demonstrate that motherhood is represented not merely as a private role centered on child-rearing, but as a multifaceted cultural, economic, and performative identity shaped by digital visibility and social media practices. First, the theme of health and hygiene highlights how mothers present themselves as custodians of children’s physical well-being. Many posts include practical advice on nutrition, hygiene routines, breastfeeding, and protection against environmental risks. Such content constructs mothers as both caregivers and semi-experts who share technical knowledge and quasi-medical guidance with a broad audience. This positioning frames digital mothers as both learners and educators within an interactive platform, thereby reinforcing the ideal of the “responsible mother.”

Second, pedagogical guidance emerged as a key theme, with posts offering advice on child psychology, learning processes, and behavioral development. Mothers frequently positioned themselves as guides to their children’s moral and intellectual growth, blending scientific or pedagogical insights with religious teachings. For instance, posts tagged with #müslümananne linked prenatal prayers to a child’s future character, illustrating how digital motherhood discourse integrates secular expertise with spirituality.

Third, emotional closeness constituted a central theme, with mothers expressing love, gratitude, and vulnerability through personal reflections or messages addressed to their children. Posts frequently idealized motherhood as a sacred and fulfilling experience, while some also incorporated humor or acknowledged emotional and physical fatigue. This emphasis on affective expression both strengthened bonds with followers and reinforced motherhood as a selfless, emotionally intensive role.

Fourth, religious discourses were prominent in posts tagged with #muslimmoms and #müslümananne, where motherhood was framed as both a divine trust and a spiritual duty. Qur’anic verses, prophetic traditions, and prayers portrayed childrearing as an act of worship and a form of communal responsibility. Mothers frequently described children as being “entrusted

by God,” thereby linking their maternal role to the moral well-being of the ummah. This pattern demonstrates how digital spaces reinterpret and circulate religious narratives, simultaneously empowering mothers spiritually while reinforcing traditional maternal roles.

Fifth, community and solidarity emerged as central aspects of digital motherhood. Posts frequently encouraged mothers to comment, share experiences, or participate in support groups, with online interactions often extending into offline activities such as playgroups or workshops. Among religious mothers, the use of kinship terms such as “sister” reinforced bonds grounded in shared faith and maternal identity. In this respect, Instagram functioned as a space in which individual expressions coalesced into collective support networks and shared discourses.

Finally, commercial content constituted a persistent element, underscoring the economic dimension of digital motherhood. Mothers promoted a range of products and services—from baby clothing to cosmetics—through personalized narratives, frequently engaging in brand collaborations or promoting their own entrepreneurial initiatives. In #müslümananne posts, the marketing of modest fashion exemplified the intersection of commerce with religious and cultural values. Consequently, motherhood identity was constructed as both symbolic and commodified, positioning mothers as digital entrepreneurs and influencers.

Taken together, these findings suggest that Instagram motherhood constitutes a hybrid discourse in which secular, religious, emotional, and commercial narratives coexist. Motherhood is reframed as a public performance shaped by algorithmic logics, where content is optimized for visibility through the strategic use of hashtags, aesthetics, and engagement practices. Within this digital arena, mothers navigate multiple roles by presenting themselves as affectionate caregivers, responsible educators, spiritual guides, and entrepreneurial actors, thereby extending motherhood identity into broader cultural and economic domains.

From a sociological perspective, Instagram transforms motherhood from a private role into a public identity subject to both admiration and critique. While the platform offers empowerment, visibility, and opportunities for community building and income generation, it also reinforces ideals of the “perfect mother” and raises concerns regarding child privacy and the commodification of motherhood. The convergence of secular and religious discourses illustrates how traditional values intersect with digital practices, producing a hybrid model of motherhood characteristic of the digital era.

In conclusion, the study demonstrates that digital motherhood on Instagram extends beyond the sharing of personal experiences and entails the construction of multifaceted identities shaped by cultural norms, algorithmic dynamics, and economic opportunities. In the digital era, motherhood emerges as a public, performative, and hybrid phenomenon—simultaneously intimate and commercial, traditional and modern, private and collective. Future research may build on these findings by examining diverse cultural contexts or conducting comparative analyses across digital platforms to further elucidate the evolving role of motherhood in digital societies.

Giriş

Annelik, tarihsel olarak toplumsal öğrenme ve aktarım süreçleriyle biçimlenen özel bir role sahiptir. Ancak dijital çağda, annelik deneyimleri giderek artan biçimde sosyal medya aracılığıyla kamusal alana taşınmaktadır.¹ Özellikle Instagram gibi görselliğin ön planda olduğu platformlarda anneler günlük yaşamlarını, çocuk bakım deneyimlerini ve tavsiyelerini geniş kitlelerle paylaşarak çevrimiçi “*Instagram anneleri*” olarak anılmaya başlamıştır. Literatürde “*Instamom*” (Instagram annesi) kavramıyla da ifade edilen bu olgu, annelerin çocuklarına ait içerikleri dahi çevrimiçi vitrine çıkarabildikleri yeni bir annelik performansına işaret etmektedir.² Bu durum, sosyal medyada anneliğin giderek daha görünür ve tartışılır hale geldiğini göstermektedir.

Postmodern dönemde aile, klasik çekirdek aile modelinden farklı olarak çeşitlilik, bireyselleşme ve kamusal-özel alan sınırlarının belirsizleşmesiyle tanımlanmaktadır. Dijitalleşme süreci, aileyi yalnızca özel bir kurum olmaktan çıkararak medya aracılığıyla görünür ve tartışılır bir hale getirmektedir. Bu bağlamda Instagram anneleri, postmodern aile yapısının hem kırılma noktalarını hem de dönüşen rollerini yansıtan bir örnek teşkil etmektedir. Bu çalışmada, dijital anneliğin nasıl tezahür ettiğini anlamak amacıyla, 16-26 Mayıs 2025 tarihlerinde Instagram’da #instagramanneleri, #müslümananne, #instamom, #muslimmoms, #ebeveyn ve #annelik etiketleri altında paylaşılan gönderi metinleri incelenmektedir. Çalışmada çözümlenen veriler üzerinden, annelerin dijital platformlarda nasıl bir kimlik inşasına gittikleri ve dinî söylemleri annelik rolüyle nasıl harmanladıkları ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Bu çerçevede dijital annelik olgusunun dinî anlam üretimi boyutuna ışık tutularak, modern iletişim teknolojilerinin aile ve din ilişkisine etkisi irdelenmektedir. Çalışmanın temel amacı, dijital çağda annelik deneyimlerinin geleneksel değerlerle nasıl iç içe geçerek dönüştüğünün anlaşılmasıdır. Dolayısıyla araştırma, dijital anneliği tekil bir fenomen olarak değil, özellikle dinî değerler ve söylemler bağlamında incelenmesi gereken bir toplumsal pratik olarak ele almakta ve seçilen etiketlerin analiziyle bu bağlamı görünür kılmaktadır.

¹ Gül Aktaş, “Günümüz Toplumlarında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek”, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 36/2 (Aralık 2019), 253-271.

² Alev Fatoş Parsa - Zuhâl Akmeşe, “Sosyal Medya ve Çocuk İstismarı: Instagram Anneleri Örneği”, *KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi* 5/1 (2019), 163-191.

Araştırma konusu olan Instagram annelerine ilişkin kayda değer bir literatür bulunmaktadır. Bu literatürde dijital platformların, anneler açısından hem destek hem de rekabet ortamı sunduğuna dikkat çekilmektedir. Nitekim günümüzde ideal anneden beklenen, bir taraftan geleneksel değerleri korurken, diğer taraftan modern yaşamın gereklerini eksiksiz yerine getirmesi; başka bir deyişle “süper kadın” kimliğine bürünmesidir.³ Dolayısıyla kadının hem anne hem çalışıp üreten bir profesyonel hem de ev içi sorumlulukları eksiksiz yerine getiren bir eş olması istenmektedir. Instagram gibi mecralarda anneler, bu idealize edilmiş annelik imajına uyum sağlama çabasıyla hayatlarının seçilmiş anlarını sergilemekte ve “mükemmel anne” imgesini yansıtmaya çalışmaktadır.⁴ Görsel temsillerde estetik kompozisyon, ev-aile temsili, tüketim alışkanlıkları ve çocukla kurulan ilişkinin sunumu öne çıkarken, özellikle anneliğin dijitalleşen temsili aracılığıyla anneler birer dijital performans aktörüne dönüşmektedir.⁵

Sosyal medya annelik rolünün kazanımı ve anneliğe uyum sürecini etkilemekte ve kadınların annelik deneyimlerini hem destekleyici hem de baskılayıcı biçimlerde şekillendirmektedir. Bu mecradaki annelik söylemleri genellikle “iyi anne” ve “kötü anne” ikiliği üzerinden kurulmakta; bu söylemler kadın-erkek rollerine ilişkin kabuller tarafından biçimlendirilmekte ve sosyal medyada hem sosyal destek arayışı hem de “iyi anne” imajını sürdürme çabası içinde olduklarından psikolojik baskı altında kalabilmektedir.⁶ Diğer yandan sosyal medya, annelerin birbirleriyle etkileşime geçerek dayanışma kurduğu bir topluluk alanına dönüşmektedir. Nitekim dijital anneler kişisel paylaşımları sayesinde kendileri ve çocukları için sanal bir dünya oluşturup takipçilerinden destek almaktadır; bu interaktif iletişim, annelerin endişe ve belirsizliklerini gidermelerine yardımcı olmaktadır.⁷ Instagram annelerinin ürettikleri içeriklerde öne çıkan özelliklerden biri, doğum öncesi ve sonrası deneyimlerini, çocuklarının bakımına dair bilgilerinin takipçileriyle samimi bir dille paylaşmalarıdır. Bir odak grup

³ Gizem Ergül - Sıtkı Yıldız, “Sosyal Medyada Sosyal Annelik: Instagram Anneliği”, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 11/2 (Temmuz 2021), 611-627.

⁴ Deniz Palalar Alkan v.dğr., “Problematising Sharenting of Supermoms in a Neoliberal Context”, *Gender Issues* 42/1 (2025), 1-23.

⁵ Kübra Engin Tufan, *Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı ve Popüler Instagram Annelerinin Etkileri Üzerine Odak Grup Araştırması* (İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018).

⁶ Hava Özkan - Betül Uzun Özer, “Sosyal Medyada Annelik”, *Turkish Journal Family Medicine and Primary Care* 16/1 (2022).

⁷ Deborah Lupton, “The use and value of digital media for information about pregnancy and early motherhood: a focus group study”, *BMC Pregnancy and Childbirth* 16/171 (2016), 1-10.

çalışmasında⁸ da belirtildiği üzere, Instagram anneleri hesaplarını “dijital bir bebek günlüğü” gibi tutarak hamilelik, çocuk sağlığı ve eğitimi gibi konularda fotoğraflar ve yazılı açıklamalar paylaşmakta; bu paylaşımlar bir dayanışma ortamı oluşturmanın yanı sıra küçük ölçekli reklam ve pazarlama örneği işlevi de görmektedir. Nitekim Instagram annelerinin takipçileri üzerinde yarattığı etkiyi değerlendiren bir araştırmada⁹ takipçilerin büyük çoğunluğu Instagram annelerini uygulamanın keşfet bölümü veya arkadaş önerisi yoluyla keşfetmiş olmasına rağmen bu annelere çok yakın olduklarını, hatta onları bir arkadaş ya da danışabilecekleri biri olarak algıladıklarını ifade etmiştir.

Instagram’daki annelik temsillerinin uluslararası düzlemde bir standartlaştırma eğiliminde olduğu görülmektedir. Fransa ve Almanya örnekleri üzerinden yapılan bir çalışmada annelerin çocuklarıyla birlikte sergilediği görsel temsillerde “yoğun annelik” (*intensive motherhood*) paradigmasının baskın olduğu ifade edilmektedir. Anneler genellikle çocuklarını kucağında tutarak ya da onlara sarılarak poz vermekte, bu pozlar anneliğin estetikleştirilmiş, huzurlu ve duygusal temsillerini yansıtmaktadır. Ancak bu imgeler, anneliği sadece olumlu duygular, düzenli görünüm ve fiziksel yakınlıkla sınırlı bir çerçeveye oturtarak, gerçek yaşamın zorluklarını görünmez kılmaktadır.¹⁰

Instagram anneleri üzerinden çocukların temsili ve mahremiyetin dönüşümü konusunda yapılan araştırmaların bulguları da oldukça dikkat çekicidir. Bu bağlamda, beş popüler Instagram annesinin çocuklarıyla ilgili paylaşımlarının incelendiği bir çalışmada, paylaşımlardaki görsel ve videoların çocukların özel hayatının gizliliğini ihlal edip etmediği sorgulanmıştır. Araştırmada; çıplak veya yarı çıplak çocuk fotoğrafları, uyurken ya da yemek yerken çekilen kareler ve çocuğun güvenli alanlarında paylaşılmış görüntüler gibi içeriklerin varlığı analizine yer verilmiştir.¹¹ Ayrıca Instagram annelerinin çocuklarını bir meta gibi sunduklarına dikkat çekilmiş; annelik kimliğinin sosyal medya üzerinde inşa edildiği bu ortamda çocuk-

⁸ Rengim Sine - Damla Parlak Yorgancı, “Yeni Medya ve Metalaşan Annelik: Instagram Anneliği Üzerine Bir Odak Grup Çalışması”, *Route Educational and Social Science Journal* 4/8 (2017), 399-412.

⁹ Leyla Aydemir - İleyda Şen, “Kadın Takipçilerin Gözünden Instagram Annelerine Yönelik Bir Değerlendirme”, *International Journal of Social and Humanities Sciences* 4/1 (2020), 41-54.

¹⁰ Helen Knauf - Annamareike Schramme, “#mamanblogeuse and #mamablogger_de. A cross-country comparison on the concept of mothers and motherhood on Instagram”, *Popular Communication* 21/3-4 (2023), 232-246.

¹¹ Ayten Güngör, “Sosyal Medyada Çocuk Hakları İhlali ve Çocuk İstismarı: Instagram Anneleri”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 54 (Yaz 2021), 1-24.

ların da birer ticarî değer olarak paylaşıldığı belirtilmiştir.¹² Bununla birlikte sosyal medya ortamının neredeyse tamamen “monolog”lara dönüştüğü; görsel vurgunun etik değerleri aşındırdığı, mahremiyetin göz ardı edilerek bir gözetim toplumu yaratıldığı ileri sürülmektedir. Bu bağlamda, annelerin sanal mecrada bebeklerini ön plana çıkartarak kendilerini birer yıldız gibi göstermeye çalıştıkları, paylaşımlarda takipçi sayısının değer ölçütü hâline geldiği, içeriklerin etik tartışmalara yol açsa dahi önemsenmeyip “var olma” amacına hizmet ettiği ifade edilmektedir.¹³ Söz konusu literatürde, sosyal medyada annelik pratiğinde çocukların haklarının ve mahremiyetinin göz ardı edilebildiğine işaret ederek, çocuk temsiline dair etik kaygılara da dikkat çekilmektedir. Bu çalışma, dijital annelik literatürüne, anneliğin yalnızca seküler bir performans olarak değil, dini değerlerin, ticarî dinamiklerin ve modern ebeveynlik kültürünün iç içe geçtiği hibrit bir kimlik inşa süreci olarak da okunabileceğini göstererek özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

1. Yöntem

Bu araştırma, 16-25 Mayıs 2025 tarihleri arasında Instagram’da paylaşılan ve #instagramanneleri, #muslimmoms, #instamom, #müslümananne, #ebeveyn ve #annelik etiketlerini içeren gönderilerin metinlerini inceleyen nitel bir araştırmadır. Veri toplama süreci 16-26 Mayıs 2025 tarih aralığını kapsamaktadır. Belirtilen dönem boyunca her gün ilgili etiketlerle yapılan paylaşımlar manuel olarak taranmış, gönderilerin metin içerikleri derlenmiş ve bu amaçla Instagram’ın herkese açık hashtag arama özelliği kullanılmıştır. Araştırma kapsamına, yukarıdaki etiketlerden en az birini içeren tüm uygun paylaşımlar dâhil edilmiştir. Aynı gönderi farklı etiket aramalarında tekrar görülebilmektedir. Mükerrer kayıtların sayısındaki artış ile veri toplama sürecine son verilmiştir. Böylece tekrar eden gönderilerin dâhil olduğu 660 Instagram gönderisine ulaşılmıştır. Her bir etiket altındaki ilk 10 gönderi analiz edilmek amacıyla kaydedilmiştir. Seçilen etiketler dil ve içerik açısından çeşitlilik göstermektedir: Örneğin #instagramanneleri, #annelik ve #ebeveyn etiketleri Türkçe’de genel annelik/ebeveynlik paylaşımlarını içerirken; #instamom etiketi küresel ölçekte popüler bir “Instagram anneleri” topluluğunu temsil etmektedir. Benzer şekilde, #muslimmoms (İngilizce) ve #müslümananne (Türkçe) etiketleri, annelik deneyimlerinin dinî-kültürel bir boyutunu vurgulayan gönderiler barındırmaktadır. Bu etiketlerin tercih edilmesinin temel nedeni, çalışmanın odağının “dijital annelik” fenomenini yalnızca çeşitlilik bağlamında değil, özellikle

¹² Lale Barçın Aka, “Sosyal Medya ve Instagram Anneleri”, *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademisi Dergisi* 7/17 (2025), 194-207.

¹³ Esra Bostan v.dğr., “Gözetim Toplumu Bağlamında Sosyal Medya ve Instagram Anneleri”, *Route Educational and Social Science Journal* 4/7 (2017), 313-321.

dinî değerler ve söylemler ekseninde anlamaya yönelmesidir. Dolayısıyla örneklem, annelik içeriklerinin geniş yelpazesini temsil ederken, özellikle dinî söylemlerin dijital annelik deneyimlerine nasıl yansıdığını çözümlmeye elverişli bir biçimde yapılandırılmıştır.

Toplanan veriler yalnızca kullanıcıların kendi paylaştıkları gönderi metinlerinden oluşmaktadır. Gönderilere eklenen fotoğraf veya video görselleri analize dâhil edilmemiş, inceleme sadece yazılı içerikle sınırlandırılmıştır. Benzer şekilde, gönderiler altına kullanıcılar tarafından yapılan yorumlar da kapsam dışında tutulmuştur. Her bir Instagram paylaşımından yalnızca gönderi sahibi tarafından yazılan metin kısımları alınmıştır. İlgili gönderinin paylaşım tarihi, kullanıcının görünen adı (kullanıcı adı gibi kişisel bilgiler sonraki aşamalarda anonimleştirilmek üzere not edilmiştir) ve gönderideki metin ile kullanılan etiketler gibi veriler kaydedilmiştir. Veriler, Instagram platformundan herhangi bir otomatik araç kullanılmadan manuel olarak derlenmiş ve doğrudan platform arayüzü kullanılarak her bir gönderinin metin içeriği kopyalanarak çalışma veri tabanına aktarılmıştır. Gönderi metinleri bir görsel ile paylaşılmışsa ilgili görseldeki metin gönderi açıklaması olarak kaydedilmiştir. Bazı gönderilerin içeriği Türkçe dışında ifadeler barındırıyorsa (örneğin #muslimmoms etiketiyle paylaşılan İngilizce metinler), anlam bütünlüğünü korumak için bu kısımlar analiz öncesinde Türkçeye çevrilmiştir. Sonuç olarak, çalışmanın veri seti Mayıs 2025'teki kamusal Instagram paylaşımlarından elde edilen ve annelik/ebeveynlik temalarını içeren gönderi metinlerinden oluşmaktadır.

Toplanan gönderi metinleri üzerinde nitel bir tematik analiz gerçekleştirilmiştir. Analizde Braun ve Clarke'ın altı aşamalı tematik analiz yaklaşımı benimsenmiştir.¹⁴ Bu yaklaşım uyarınca veriye odaklanan induktif bir analiz izlenmiş, yani kodlar ve temalar önceden belirlenmiş kuramlardan ziyade doğrudan veriden türetilmiştir. Tematik analiz süreci, Braun ve Clarke'ın belirttiği şu altı basamak doğrultusunda ilerlemiştir: a) tüm gönderi metinleri okunarak verilere aşına olunmuş ve dikkat çeken kısımlar not edilmiş, b) gönderilerde anlamlı bulunan her veri parçasına etiketler atanmış, c) kodlar arasındaki örüntüler incelenerek bunları bir araya getirebilecek potansiyel temalar belirlenmeye çalışılmış, d) temalar gözden geçirilmiş, e) her tema ayrıntılı olarak tanımlanmış, kapsamı ve içeriği netleştirilmiş (sağlık ve hijyen odaklı içerikler, topluluk ve dayanışma gibi) ve e) belirlenen temalar doğrultusunda bulgular organize edilip yazıya dökülmüştür. Tematik çözümlene tamamen gönderi metinlerine dayalı olarak gerçekleştirilmiş ve çalışmanın bulguları yalnızca Instagram gönderilerinin yazılı içeriklerinden çıkarılmıştır.

¹⁴ Virginia Braun - Victoria Clarke, "Using thematic analysis in psychology", *Journal of Qualitative Research in Education* 3 (2006), 77-101.

Bu çalışma, kamusal Instagram paylaşımlarının incelenmesine dayanmaktadır. İncelenen veriler genel erişime açık, halka açık hesaplardan alınmış gönderi açıklamaları olduğu için ayrıca bir izin talep edilmemiştir. Araştırma kapsamında gerçek kişi adları, kullanıcı adları veya kimliği belli edilebilecek diğer kişisel veriler ham veriden çıkarılırken anonimleştirme uygulanmıştır. Veriler toplanırken gönderi sahiplerinin kullanıcı adları ve profil bilgileri ayrı bir kimlik bilgisi olarak değil, yalnızca araştırma içi referans amacıyla geçici olarak not edilmiş; analiz ve raporlama aşamasında hiçbir gerçek kullanıcı adı veya özel bilgi raporda yer almamıştır. Elde edilen bulgular sunulurken doğrudan alıntı kullanılan durumlarda bile, alıntılar içindeki özel isimler veya benzersiz ifadeler sansürlenmiş ya da genel bir şekilde yeniden ifade edilmiştir. Böylece araştırmaya dâhil olan bireylerin kimlikleri ifşa edilmeden, paylaşımlarından elde edilen genel tema ve mesajlar yansıtılmaya çalışılmıştır. Örneğin, bir gönderi metninden alıntı verilecekse, o kişinin kullanıcı adı yerine “A, K, Y” gibi bir kod kullanılmış, metinde geçen özel yer veya kişi isimleri “[şehir]” veya “[isim]” şeklinde değiştirilerek gizlenmiştir. Ayrıca, veri toplama sürecinde yalnızca herkese açık içerikler derlenmiş, herhangi bir özel hesap veya gizlilik ayarı kısıtlı içerik kapsam dışı bırakılmıştır.

2. Bulgular

Instagram’daki annelik içeriklerinin incelenmesi sonucunda sağlık ve hijyen, pedagojik rehberlik, duygusal yakınlık, dinî-mânevî vurgu, topluluk ve dayanışma ile ticarî/paylaşım odaklı içerikler gibi başlıca temalar belirlenmiştir. Bu temalar yalnızca örneklem seçiminden kaynaklanan kategoriler değil, Instagram’da anneliğin hangi boyutlarda temsil edildiğini ortaya koyan bulgular olarak değerlendirilmektedir. Bazı temaların (örneğin dinî vurgu) seçilen etiketlerle doğrudan ilişkili olduğu açıktır; ancak bulgu niteliği taşıyan nokta, bu temaların hangi kavramlarla, hangi anlatı biçimleriyle ve hangi toplumsal anlamlarla yeniden üretildiğini göstermesidir. Dolayısıyla her tema, anneliğin dijital kültürde nasıl anlamlandırıldığını ve dönüştürüldüğünü görünür kılmaktadır. Bu temalar aşağıda örneklerle detaylandırılmaktadır. Her tema altında, ilgili gönderilerden temsilî alıntılar verilerek içerikte öne çıkan söylem ve pratikler analiz edilmektedir.

2.1 Sağlık ve Hijyen Odaklı İçerikler

Birçok paylaşım, anneliğin temel sorumluluklarından biri olarak çocukların sağlığını korumaya yönelik pratik bilgileri vurgulamaktadır. Beslenme ve hijyen konusunda anneler takipçilerine tavsiyeler sunmakta, sağlıklı bir çocuk yetiştirmek için gereken özeni göstermeyi teşvik etmektedir. Örneğin, bir gönderide pestisit kalıntılarına karşı meyvelerin nasıl yıkanması gerektiği adım adım anlatılmıştır. Anne, çilek, elma, üzüm gibi sevilen meyvelerin yüzeyinde biriken tarım ilacı kalıntılarında dikkat çeke-

rek “Hepsi masum ama iyi yıkanmazsa küçük bedenler için görünmez bir risk olabilir. Çünkü biz çocuklarımıza sadece sağlıklı değil, aynı zamanda güvenli bir tabak hazırlamak istiyoruz” şeklinde gönderi açıklaması yazmıştır. Bu örnek, annelerin günlük gıdaların dahi çocuk sağlığı açısından bir endişe kaynağı olabileceğine değinerek sağlıklı beslenme ve hijyen bilgisini aktardığını göstermektedir. Bir diğer paylaşımda ise emzirme ve beslenme konusuna değinilerek annelere bilimsel bilgiler sunulmuştur. “Şunu unutmayalım, bebek emzirilirken her pozisyonda yatar, pozisyon değiştiren annedir. Lütfen bebeklerinizi her istediğinde mutlaka emzirin” şeklindeki ifadelerle anne sütüyle beslenmenin önemi vurgulanmış ve emzirme tekniği hakkındaki yanlış bilinenler düzeltilmiştir.

Benzer şekilde, bazı paylaşımlarda çocuk sağlığı ile ilgili pratik bilgiler yer almaktadır. Örneğin, bebek cildini güneşin zararlı etkilerinden korumak üzere doğal içerikli ürün önerileri yapılmıştır. Bir anne, organik hindistan cevizi yağı içeren bir cilt bakım ürününü tanıtırken “Güneş sonrası cilt bakımınızı A’ya (marka ismi) emanet ettiyseniz, size güneşin tadını çıkarmak kalır” diyerek ürünün güvenilirliğini vurgulamıştır. Bu tür paylaşımlar, annelerin çocuklarının sağlığı için hem geleneksel yöntemlere (örneğin karbonatlı su ile meyve yıkama) hem de yeni ürün ve hizmetlere yöneldiklerini göstermektedir. Paylaşımlarda teknik bilgilerin yer bulduğu görülmektedir: Bir gönderide oda nem oranının %40-50 arasında tutulması gerektiği belirtilerek alerjik çocuklarda nemlendirici cihaz kullanımının sakıncaları tartışılmıştır. Bu tür detaylı bilgiler, annelerin çocuk sağlığı konusunda birer “uzman” gibi davranarak edindikleri bilgi ve tecrübeyi diğer ebeveynlerle paylaştığını ortaya koymaktadır.

2.2. Pedagojik Rehberlik ve Ebeveynlik Tavsiyeleri

Bir diğer belirgin tema, çocuk eğitimi ve gelişimi konusunda verilen pedagojik tavsiyelerdir. Anneler ve uzmanlar, Instagram gönderileri aracılığıyla ebeveynlere rehberlik etmektedir. Özellikle Türkçe içeriklerde #ebeveyn etiketi altındaki paylaşımlarda, çocuk psikolojisi ve eğitimine dair ipuçları sunulmuştur. Örneğin, bir gönderi başlığında “Çocuğum yalan söylüyor, ne yapmalıyım?” sorusu sorularak ebeveynlerin sık karşılaştığı bir problem gündeme getirilmiştir. Bu soruya yanıt niteliğinde hazırlanan içerikte, çocuğun dürüstlüğünü desteklemek için hikâyeler ve masallar önerilmiş, doğruyu söylemenin önemi vurgulanmıştır. Bir başka paylaşımda “Çocukta yetersizlik hissine neden olan ebeveyn davranışları” listelenmiş; aşırı korumacı veya her istediğini anında yerine getiren anne-baba tutumlarının çocuk üzerindeki olumsuz etkileri anlatılmıştır. Bu gönderideki maddeler arasında, sınır koymadan büyütülen çocukların sabırsız ve doyumsuz olabileceği, her sorunu ebeveynleri çözdüğü için problem çözme becerilerinin zayıf kalabileceği gibi tespitler yer almıştır. İlgili

anne, tüm bu maddelerin sonunda ebeveynlere şu öğüdünü vermektedir: “İşte tüm bu nedenlerden ötürü çocuklarınızı sevin ama her isteklerini yerine getirme çabasına girmeyin. Onların beklemelerine, istemelerine, bazen de üzümlerine müsaade edin ki güçlensinler, kıymet bilsinler.” Bu ifadeler, anne babalara çocuk yetiştirirken sınır koyma ve sabır öğretme konusunda pedagojik bir öğüt niteliğindedir.

Pedagojik tavsiyeler teması altında, ebeveynlerin kendilerini geliştirme ve bilinçlenmesi de vurgulanmaktadır. Özellikle dinî referanslı içeriklerde, bir çocuğun eğitim sürecinin anne karnında başladığı ve anne adayının daha hamilelikten önce kendini yetiştirme konusunda eğitmesi gerektiği belirtilmiştir. Bir #müslümananne paylaşımı, anne adaylarına “Bir çocuğun eğitim süreci anne karnında başlar... sağlıklı bir evlat olması için anne her namazda dua etmelidir” diyerek hem pedagojik bir bakış açısı hem de dinî bir öğüt sunmuştur. Bu örnek, pedagojik rehberliğin zaman zaman mânevî tavsiyelerle de iç içe geçtiğini göstermektedir. Genel olarak, Instagram anneleri yalnız kendi deneyimlerini aktarmakla kalmayıp uzman diline benzer bir üslupla diğer ebeveynlere yol göstermeye çalışmaktadır. Bunu yaparken bilimsel terimler, psikoloji ve eğitim kuramlarından ifadeler kullanmakta; gerekirse akademik bilgiler basit bir dille özetlenmektedir. Böylece Instagram, annelerin “öğrenci ve öğretici” konuma geçtikleri bir etkileşim ortamına dönüşmektedir.¹⁵ Nitekim sosyal medya gönderileri günümüzde adeta bir eğitim ortamı işlevi görmeye başlamıştır; pek çok anne, bu platformlardan edindiği bilgileri doğru ya da yanlış demeden uygulamaya yönelmektedir.¹⁶

2.3. Duygusal Yakınlık ve Annelik Deneyiminin İfadesi

Instagram annelerinin paylaşımlarında yoğun bir duygusal anlatım göze çarpmaktadır. Anneler, çocuklarıyla olan bağlarını, annelik deneyiminin duygusal yönünü içtenlikle dile getirmekte; sevgilerini ve hislerini takipçileriyle paylaşmaktadır. Birçok gönderide anneler çocuklarına hitaben notlar yazmış veya duygusal anılarını anlatmıştır. Örneğin Anneler Günü döneminde paylaşıldığı anlaşılan bir gönderide bir anne, küçük oğluna şu sözlerle sesleniyor: “Canım oğlum, her geçen gün daha çok şey öğreniyorsun gözümün önünde ve ben de seninle çok şey öğreniyorum. Umarım bu çağ senin çağın olur.” Bu alıntıda anne, çocuğunun büyüyüp gelişmesini hayranlıkla izlerken kendisinin de onunla geliştiğini ifade etmektedir. “Canım oğlum” gibi samimi ifadeler kullanılması, anne-çocuk arasındaki sıcak ilişkinin doğrudan ve duygusal bir dille aktarıldığına işaret etmektedir.

¹⁵ Mehmet Fatih Öztürk - Mustafa Talas, “Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi”, *Zeitschrift für die Welt der Türken-Journal of World of Turks* 7/1 (2015), 101-120.

¹⁶ Rabia Başoğlu, “Annelerin Sosyal Medya Kullanımı ve Instagramda Olan Popüler Anneler”, *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi* 7/1 (Bahar 2020), 857-873.

Bir başka anne ise kızının doğum gününü kutladığı gönderide duygularını şu sözlerle paylaşmıştır: “Benim çiçeğim 4 Yaşında... Ben hiç böyle güzel sevilmemiştim, bu kadar derinden bu kadar saf bir sevgi...” Burada anne, çocuğunu “çiçek” metaforuyla sevgiye layık bir varlık olarak tasvir etmekte ve evladından gördüğü koşulsuz sevgiyi dünyanın en özel sevgisi olarak tanımlamaktadır. Yine bir başka gönderide “Annelik bazen bir bakışa bile içinin sızlamasıdır... Biri çocuğuma sert konuşsa hemen fark ederim” sözleriyle anne olmanın getirdiği duygusal hassasiyet vurgulanmıştır. Bu ifade, bir annenin çocuğuna yönelik en ufak bir olumsuz tavır karşısında bile derinden etkilendiğini, anneliğin empati ve koruma içgüdüleriyle yüklü bir duygu durumu olduğunu ortaya koymaktadır. Gerçekten de anneler Instagram’da sık sık kendi “yürek sızısı” veya “iç titremesi” olarak tanımladıkları duyguları paylaşıp birbirlerine destek olmaktadır.

Duygusal yakınlık temasında paylaşımların ortak noktası, idealize edilmiş bir annelik sevgisini yansımasıdır. Annenin çocuğa duyduğu büyük sevgi, fedakârlık ve hayranlık duyguları çoğunlukla olumlu bir dille aktarılmaktadır. Zor ve travmatik deneyimler anlatılsa bile (örneğin zor bir doğum hikâyesi paylaşan anne, ölüm tehlikesi atlattığını anlatarak “Rabbim yardım etti, mucizemi kucağıma aldığım an anladım anneliğin ne demek olduğunu” gibi sözler kullanmaktadır), anlatının sonunda şükür ve mutluluk duygusunun ön plana çıktığı görülmektedir. Böylece Instagram gönderilerinde annelik, her şeye rağmen kutsal ve ödüllendirici bir deneyim olarak resmedilmektedir. Bu tür bir söylem, anneliğin toplumsal normlara uygun biçimde özverili ve yüce bir kimlik olarak sunulmasıyla uyumludur. Diğer yandan az da olsa bazı paylaşımlar, anneliğin zorluklarını mizahî bir dille ifade ederek gerçekçi bir tablo çizmektedir. Örneğin yabancı bir anne, “Eles dormem como anjinhos... E eu pareço ter lutado 12 rounds com a maternidade” (Portekizce: “Onlar melekler gibi uyuyor... Ben ise annelikle 12 raund dövüşmüş gibiyim”) diyerek, çocukları uyuduktan sonra kendini bitkin bir boksör gibi hissettiğini esprili biçimde dile getirmiştir. Bu gibi paylaşımlar, kusursuz anne imajının yanında gerçek hayattaki yorgunluk ve güçlüklerin de zaman zaman görünür kılındığını göstermektedir.¹⁷ Genel olarak duygusal anlatımlar, Instagram annelerinin takipçileriyle içten bir bağ kurma çabasının parçasıdır.¹⁸

2.4. Dinî ve Mânevî Vurgular

İncelenen içeriklerin önemli bir kısmında annelik deneyimi dinî referanslar ve mânevîyat ile iç içe sunulmaktadır. Özellikle #muslimmoms ve

¹⁷ Başoğlu, “Annelerin Sosyal Medya Kullanımı ve Instagramda Olan Popüler Anneler”, 857-873.

¹⁸ İzzet Taşkiran - Adem Koç, “Sosyal medya dili yozlaştırıyor”, *Anadolu Ajansı* (26 Eylül 2017).

#müslümananne etiketli paylaşımlar, anneliği İslâm inancının değerleriyle bağlantılı bir rol olarak tasvir etmektedir. Bu durum, kısmen seçilen örneklemin doğasından kaynaklanmaktadır; zira çalışmaya dâhil edilen altı etiketten ikisi doğrudan dinî içerikli paylaşımları hedeflemektedir. Ancak bu etiketlerdeki içeriklerin yoğunluğu, çeşitliliği ve dinî söylemin nasıl temsil edildiği, basit bir örneklem etkisinin ötesine geçerek önemli bulgular sunmaktadır. Dua, şükür, âyet ve hadis alıntıları bu paylaşımlarda sıkça yer almaktadır. Örneğin İngilizce bir gönderide Müslüman bir anne, “We want our children to love Allah, to trust us, and to grow into people of character and faith” (Çocuklarımızın Allah’ı sevmelerini, bize güvenmelerini, karakter ve imana sahip insanlar olarak büyümelerini istiyoruz) diyerek ebeveynlik amacını dile getirmiştir. Bu sözler, dindar anne-babaların çocuk yetiştirirken öncelikle ahlâklı ve inançlı bireyler yetiştirmeye odaklandığını göstermektedir. Aynı gönderide devamla “It’s Allah guiding us through them. And the more you open your heart to your child, the more it opens your heart to the One who created them” ifadeleriyle (Çocuğunuza kalbinizi ne kadar açarsanız, bu, onları Yaratan’a kalbinizi açmanızı sağlar; aslında Allah çocuklar aracılığıyla bizi yönlendiriyor) annelik tecrübesine mistik bir anlam yüklenmiştir. Bu tür içeriklerde annelik, salt bir biyolojik bakım görevi değil, mânevî bir yolculuk ve kişiyi Allah’a yakınlaştıran kutsal bir sorumluluk olarak sunulmaktadır.

Türkçe paylaşımlarda da anneliğin dinî boyutu güçlü şekilde işlenmektedir. #müslümananne etiketi altındaki içeriklerde anneler, evlatlarını Allah’ın bir emaneti olarak görmekte ve onlara iyi birer mümin olarak yetiştirme idealini vurgulamaktadır. Örneğin bir gönderide, Hz. Muhammed’in “Cennet annelerin ayakları altındadır” hadis-i şerifine atıf yapılarak anneliğin İslâm’daki yüce mertebesine değinilmiştir. Bir anne, yavrusunun doğum hikâyesini anlatırken “Rabbim yardım etti... o zaman anladım ‘annelik’ neymiş” şeklindeki ifadesiyle yaşadığı zorluğu ilahî bir imtihan ve yardım perspektifinden aktarmıştır. Bazı paylaşımlarda doğrudan doğruya dua metinleri görmek mümkündür: Özellikle Ramazan ayında anneler “Bu Ramazan çocuklarımız için içten bir dua edelim. Allah onları salih, imanı güçlü, Kur’an ile rehberlenmiş evlatlar eylesin... Âmin” gibi duaları takipçileriyle paylaşmışlardır. Türkçe bir gönderide anne, evladının geleceğine dair ümidini “Ailemizin her daim sonu güzel olur inşallah” sözleriyle dile getirerek hem kendi ailesine dua etmekte hem de benzer durumdaki diğer annelere moral vermektedir. Bu örnek, duygusal ifadenin dindar söylemle buluştuğu noktayı göstermektedir: Kalp ve filiz emojileriyle birlikte “inşallah” ifadesinin kullanılması, annelerin gelecek hakkındaki ümitlerini Allah’a tevekkülle birleştirdiğini göstermektedir.

Dinî vurgulu içeriklerde ahlâkî ve toplumsal sorumluluk teması da göze çarpmaktadır. Anneler, çocuk yetiştirmenin ibadet kadar

önemli bir görev olduğunu, iyi bir neslin ancak mâneviyatlı annelerle mümkün olacağını vurgulayacak içerikler üretmektedir. Örneğin bazı #müslümananne paylaşımları, anneliği sadece kendi çocuğuna karşı değil, ümmete karşı bir sorumluluk olarak sunmaktadır. Bir gönderide, her mümin kadının ideal bir “Müslüman anne” olması halinde toplumun düzene gireceği mesajı verilmiştir. Bu bakış açısıyla annelik, bireysel bir ailevi rolden çıkarılıp kolektif bir misyon haline Din sosyolojisi açısından bakıldığında, Instagram’da Müslüman annelerin söylemi, modern dijital platformlarda geleneksel annelik kimliğini yeniden tanımlama çabası olarak değerlendirilebilir. Anneler bir yandan sosyal medyanın popüler kültüründen etkilenirken diğer yandan dinî değerleri koruma ve aktarma gayreti içindedir. Nitekim yapılan analizler, #müslümananne etiketi altındaki içeriklerde anneliğin çoğunlukla dua pratikleri ve ahlâkî öğretiler ekseninde inşa edildiğini, anneliğin adeta bir ibadet olarak temsil edildiğini ortaya koymuştur. İncelenen veri de bu durumu doğrular niteliktedir: Dinî içerikli paylaşımlarda Kur’an âyetleri, hadisler, dualar ve İslâmî kavramlar (ör. “ihlâs”, “hayırlı evlat”, “ümmet bilinci”) yoğun biçimde kullanılmış; çocukların mânevi gelişimi, helal-haram bilinci ve ahlâklı birey olmaları en önemli hedefler olarak sunulmuştur.

Sonuçta Instagram’da Müslüman annelerin söylemi, modern dijital platformlarda geleneksel annelik kimliğini yeniden tanımlama çabası olarak değerlendirilebilir. Anneler bir yandan sosyal medyanın popüler kültüründen etkilenirken diğer yandan dinî değerleri koruma ve aktarma gayreti içindedir. Dolayısıyla bu tema, örneklem tercihiyle örtüşen öngörülebilir bir eğilimi göstermekle birlikte, anneliğin dua pratikleri, ahlaki öğretiler ve kolektif sorumluluk perspektifiyle nasıl anlamlandırıldığını ortaya koyması bakımından dikkate değerdir.

2.5. Topluluk ve Dayanışma

Instagram anneleri, paylaşımlarında kendi seslerini duyurmakla kalmayıp bir topluluk ve dayanışma ortamı da yaratmaktadır. Birçok gönderide anneler diğer annelere veya ebeveynlere doğrudan seslenmekte, onlarla etkileşim kurmaya davet etmektedir. Örneğin kimi paylaşımların sonunda “Faydalanmasını istediğiniz kişileri etiketlemeyi unutmayın” veya “Postu kaydedip ihtiyacı olan ebeveynlere gönderirseniz sevinirim” gibi notlar yer almıştır. Bu tür ifadeler, verilen bilginin daha geniş bir kitleye ulaşmasını amaçladığı gibi anneler arası bilgi paylaşımını ve dayanışmayı teşvik etmektedir. Nitekim bir anne, emzirme konusunda hazırladığı bilgilendirici gönderinin sonunda takipçilerinden, bu bilgiyi ihtiyaç duyan diğer annelere iletmelerini rica etmiştir. Böylelikle Instagram, sadece tek taraflı bir yayın mecrası değil, annelerin birbirine ulaşabildiği ve destek olabildiği bir ağ haline gelmektedir.

Dayanışma temasının bir boyutu da yerel ve sanal grupların oluşumudur. İnceleme döneminde karşılaşılan bir paylaşımda, Ankara’da bir oyun grubunun tanıtımı yapılmıştır: “Atölye T ile Y’de her hafta bir araya gelip oyunla, neşeyle, sevgiyle büyüyüyoruz... Eğer siz de 16-48 ay arasındaki minik yol arkadaşınızla şöyle yavaşlayan, şefkatli, sıcacık bir oyun ortamı arıyorsanız — biz buradayız. Mesaj atmanız yeterli, gelin tanışalım.” Bu davet içerikli mesaj, sanal ortamda başlayan iletişimin gerçek hayatta bir araya gelme çağrısına dönüştüğünü göstermektedir. Anne, Instagram üzerinden bölgesindeki diğer annelere ulaşarak bir arada öğrenme ve sosyalleşme imkânı sunmaktadır. Böylece annelik deneyimi, çevrimiçi topluluklardan fiziki buluşmalara taşınarak genişlemektedir.

Özellikle dindar anneler arasında çevrimiçi dayanışma daha belirgin olabilmektedir. #muslimmoms etiketi altında, dünyanın farklı yerlerinden Müslüman anneler birbirlerine “sister” (kardeş) veya “sis” diye hitap ederek ortak bir kimlik duygusu oluşturmaktadır. Örneğin bir girişimci anne, evden çalışarak aile bütçesine katkı sağlamak isteyen kadınlara “Serious sisters who are ready to change their lives, comment ‘ready’ to find out more” şeklinde seslenmiştir. Burada “kardeş” hitabı, din üzerinden kurulan bir kardeşlik ve dayanışma hissini yansıtırken, ortak ekonomik çıkarlar etrafında da birleşen bir kadın topluluğuna işaret etmektedir. Benzer biçimde, kimi anneler Telegram veya e-posta grupları kurduklarını, takipçilerinin bu platformlara katılarak daha fazla paylaşım ve destek alabileceğini duyurmuştur. Örneğin “Join us on Telegram!” şeklindeki ifadelerle anneler arası çevrimiçi ağların genişletilmesi hedeflenmiştir. Tüm bu örnekler, Instagram annelerinin birbirlerini destekleyen, bilgi alışverişi yapan ve gerektiğinde bir araya gelen bir kolektif anne kimliği oluşturduğunu göstermektedir. Bu kolektif kimlik, sosyolojik açıdan anneliğin bireysel bir pratik olmaktan çıkarak sosyal bir role ve hatta harekete dönüştüğünü akla getirmektedir. Annelik söylemi, paylaşılan deneyimler ve ortak değerler üzerinden bir grup aidiyeti inşa etmektedir.

2.6. Ticarî İçerikler ve Ürün Tanıtımı

Ele alınan gönderilerde dikkat çeken bir diğer tema, annelerin ürün ve hizmet tanıtımı yapması, yani ticarî içeriklerin varlığıdır. Instagram, pek çok anne için aynı zamanda bir pazarlama ve gelir elde etme platformu işlevi görmektedir. İnceleme kapsamındaki paylaşımlarda, doğrudan doğruya reklam olduğu anlaşılan veya “iş birliği” içeren içeriklere rastlanmıştır. Örneğin bir anne, yeni doğan bebeği için hazırlanan özel isimli tulum takımını giydirmiş halde bebeğin fotoğrafını paylaşmış ve altına “K.A. bebek için hazırlanan 3’lü tulum setimiz çok yakışmış. Ürünler %100 pamuktur, kargo ücretsizdir. Sipariş ve ayrıntılı bilgi için DM’den bize ulaşabilirsiniz” notunu eklemiştir. Başka bir paylaşımda anne, temsilcisi

olduğu kozmetik markasının ürünü tanıtmakta ve takipçilerini yenilenen web sitesine yönlendirmektedir. “...yenilenen internet sitemizden ulaşabilirsiniz. Mutlu hafta sonları www...[site adresi]” şeklindeki mesaj, kurumsal bir reklam dilini samimi bir üslupla harmanlamaktadır. Bu tür içeriklerde #reklam, #işbirliği gibi etiketlerin kullanıldığı da görülmektedir.

Annelerin ürün tanıtımları, sadece bebek ürünleriyle sınırlı kalmamaktadır; sağlıklı gıda, eğitim materyali, anne bakım ürünleri gibi çeşitli alanlarda promosyonlar yapılmaktadır. Örneğin, bir doktor anne kendi kliniğini veya bir eğitimci anne kendi danışmanlık hizmetini tanıtan paylaşımlar yapabilmektedir. İncelenen verilerde, bir çocuk gelişimi uzmanının ebeveynlere yönelik çevrimiçi seminer duyurusu, bir anne girişimcinin el yapımı ürünlerini tanıtmaya gibi örnekler mevcuttur. Bu durum, Instagram annelerinin içeriklerinde tüketim kültürüyle kesişen bir yön olduğuna işaret etmektedir. Nitekim yapılan bir araştırma, popüler annelik hesaplarında reklam ve tanıtım içeriklerinin de bulunduğunu, annelerin kişisel deneyimlerini paylaşırken aynı zamanda ürün yerleştirmeleri yaptığını ortaya koymuştur.¹⁹ İncelediğimiz gönderiler de bunu doğrular niteliktedir: Birçok anne, influencer rolüne bürünerek takipçilerine ürün tavsiye etmektedir.

Dikkat çekici bir nokta, dinî içerikli hesaplarda da ticarî paylaşımların yer almasıdır. Örneğin #müslümananne etiketi altındaki bir gönderide, tesettür giyim markasının tanıtımı yapılmış ve bu gönderide hem #müslümananne hem de #hijabfashion gibi etiketler bir arada kullanılmıştır. Böylece dijital annelik söylemi, tüketim kültürüyle iç içe geçebilmekte, hatta dinî temalarla bile harmanlanarak sunulabilmektedir. Anneler, dinî kimlik vurgusunu korurken bir yandan da ürün pazarlamasını gerçekleştirebilmektedir. Annelik tecrübesi bir bakıma ekonomik değeri olan bir gösteri alanına dönüşmektedir. Anneler kendi yaşamlarından kesitler sunarken, bu kesitlerin içerisinde markalar, ürünler ve hizmetler de görünürlük kazanmaktadır. Bu yönüyle Instagram anneleri, takipçileriyle duygusal bir bağ kurmanın yanı sıra güven ilişkisini ekonomik kazanca dönüştürebilen yeni nesil girişimciler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ticarî içerikler, sosyolojik açıdan anneliğin geleneksel “fedakâr anne” rolünden nasıl farklılaştığını da ortaya koymaktadır. Anneler artık sadece ev içi emek veren kişiler değil, aynı zamanda dijital platformlarda “çalışan” ve kazanç sağlayan aktörler haline gelebilmektedir. Örneğin ev hanımı, dört çocuk annesi olduğunu belirten bir kullanıcı, Instagram sayesinde hem homeschooling (evde eğitim) yapıp hem de kendi çevrimiçi işini kurarak finansal özgürlük kazandığını anlatmaktadır. Takipçilerine de “9-5 işinizi bırakmak, evden çalışmak ve daha çok zaman kazanmak istiyorsanız bu

¹⁹ Aka, “Sosyal Medya ve Instagram Anneleri”, 194-207.

tam size göre” diyerek bir kazanç fırsatı sunmaktadır. Bu tür mesajlar, Instagram’ın annelere sunduğu yeni kariyer ve girişimcilik imkânlarını göstermektedir. Nitekim bazı araştırmalar, Instagram annelerinin geniş takipçi kitleleri üzerinden duygusal ve ekonomik düzeyde önemli bir etki yaratabildiğine işaret etmektedir.²⁰ Fenomen annelerin güvenilir ve kullanışlı ürün tanıtımı yapması, satın alma eyleminde temel motivasyonlar arasındadır. Instagram anneleri, takipçileri nezdinde hem bilgilendirici hem de yönlendirici birer dijital kanaat önderi haline gelmekte ve bu bağlamda sosyal medya aracılığıyla sadece annelik temsillerini değil, aynı zamanda dijital tüketim kültürünü de dönüştürmektedir.²¹ Sonuç olarak, ticarî içerik teması, dijital annelik olgusunun ekonomik boyutunu gözler önüne sermekte, annelerin sosyal sermayesini pazar değeri olan bir unsura evrildiğini ortaya koymaktadır.

3. Tartışma ve Yorum

Instagram annelerinin 11 günlük paylaşımlarından elde edilen tematik bulgular, dijital platformlarda annelik temsiline çok boyutlu bir olgu olduğunu göstermektedir. Yukarıda ayrıntılandırılan temalar bir arada değerlendirildiğinde, modern annelik deneyiminin çevrimiçi ortamda yeniden tanımlandığı söylenebilir. Öncelikle, bulgular dijital annelik söyleminin idealize edilmiş bir çerçevede sunulduğunu ortaya koymaktadır. Anneler içeriklerinde genellikle sevgi dolu, fedakâr, bilinçli ve çok yönlü bir anne figürü çizmektedir. Nitekim Instagram anneleri, paylaşımlarında anneliğin en güzel yanlarını, çocuklarıyla olan özel anları ve başarılı ebeveynlik pratiklerini ön plana çıkararak takipçilerine normatif bir model sunmaktadır. Bulgular, dijital annelik söyleminin idealize edilmiş bir çerçevede sunulduğunu ortaya koymaktadır. Anneler, içeriklerinde genellikle sevgi dolu, fedakâr, bilinçli ve çok yönlü bir anne figürü çizmektedir. Bu durum, sosyoloji literatüründe Erving Goffman’ın dramaturjik yaklaşımı ve benliğin sunumu yaklaşımı ile açıklanabilir. Goffman’a göre bireyler, başkalarının huzurunda sergiledikleri performansları aracılığıyla, toplumun resmî olarak onayladığı değerleri, davranışlarından çok daha fazla içerecek şekilde idealize edilmiş bir izlenim sunma eğilimindedir.²² Annelik, kişinin benliğine eklenen önemli bir sosyal rol olarak, toplumsal yapının beklentileri doğrultusunda inşa edilmektedir. İşman, Buluş ve Yüzüncüyl’ın belirttiği gibi, dijital ortamlar bireylere benliklerini diledikleri gibi tasarlama ve özellikle “diğerlerinin”

²⁰ Aydemir - Şen, “Kadın Takipçilerin Gözünden Instagram Annelerine Yönelik Bir Değerlendirme”, 41-54.

²¹ Ayşe Yavuz - Seval Ürkmez, “Instagram Annelerinin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 13/1 (Mart 2025), 189-218.

²² Erving Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, çev. Barış Cezar (İstanbul: Metis Yayınları, 2014), 45.

beklenti ve varlığına göre şekillendirme imkânı tanımaktadır.²³ Nitekim Instagram anneleri de bu “dijital vitrin” arkasında, anneliğin zorluklarını veya Goffman’ın tabiriyle “arka bölge”yi²⁴ gizleyerek, sadece en güzel yanlarını, çocuklarıyla geçirdikleri özel anları ve başarılı ebeveynlik pratiklerini ön plana çıkaran normatif ve idealize edilmiş bir model sunmaktadır. Başoğlu²⁵ sosyal medya annelerinin çoğunlukla güzel ve keyifli yönlerine odaklandığını, perde arkasındaki zorlukların gölgede kaldığını belirtmektedir. İncelenen veride de annelerin nadiren yorgunluk, çaresizlik ya da negatif duygular paylaştığı, bunları dile getirirler bile bir çözüm veya şükür cümlesiyle durumu dengeledikleri görülmüştür. Bu yönüyle Instagram, anneliğin bir bakıma estetize edilmiş haliyle sergilendiği bir mecra haline gelmektedir. Anneler gerek sevinçlerini gerek endişelerini paylaşırken dahi dil ve görseller yoluyla belli bir estetik standardı korumaya özen göstermektedir.

Öte yandan, dijital annelik içerikleri yalnız idealizasyon değil, aynı zamanda bilgilendirici ve eğitici bir işleve de sahiptir. Bulgular, annelerin sosyal medyada sadece kendi hayatlarını paylaşmadığını, aynı zamanda geniş bir ebeveyn kitlesine bilgi aktardıklarını göstermektedir. Bu durum literatürde, anneliğin dijital platformlarda “öğretici” bir rol üstlenmesi şeklinde değerlendirilmiştir.²⁶ Dijitalleşen dünyada anneliğin yeni bir kamusal rol olarak belirlediği ve dijital anneliğin beraberinde getirdiği sorumlulukları olduğu ifade edilmektedir.²⁷ Nitekim bulgularda annelerin birer aktivist ebeveyn gibi davranarak toplumda farkındalık yaratmaya çalıştığı ifade edilebilir. Örneğin pestisit kalıntıları, çocuk güvenliği, eğitim metotları gibi konularda yapılan paylaşımlar, annelerin sadece kendi çocuklarının değil, tüm çocukların iyiliğini gözetten bir kamusal mesaj ilettiğini düşündürmektedir. Bu yönüyle Instagram anneleri, bir tür yarı-uzman kimlik kazanmakta ve takipçileri nezdinde güvenilir bir bilgi kaynağı haline gelmektedir. Aydemir ve Şen’in araştırması,²⁸ takipçilerin Instagram annelerini çoğunlukla arkadaş gibi yakın bulduğunu ancak aynı zamanda onların önerilerini de önemseyişini ortaya koymuştur. Bu bulgu, annelerin dijital platformda kurduğu samimi fakat etkili iletişime işaret etmektedir.

²³ Aytekin İşman v.dğr., “Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu”, *TRT Akademi* 1/2 (Temmuz 2016), 618.

²⁴ Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, 112.

²⁵ Başoğlu, “Annelerin Sosyal Medya Kullanımı ve Instagramda Olan Popüler Anneler”, 857-873.

²⁶ Öztürk - Talas, “Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi”, 101-120.

²⁷ Zühtüye Nur Yazıcı, “E-Dünya’da Yeni Bir Rol: Dijital Annelik”, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi* 1/2 (2021), 115-132.

²⁸ Aydemir - Şen, “Kadın Takipçilerin Gözünden Instagram Annelerine Yönelik Bir Değerlendirme”, 41-54.

Bu çalışmada seküler kavramı, dünyevi olana odaklanması bakımından dinî olanın dikotomisi olarak kullanılmıştır. Elde edilen veriler, seküler ve dinî annelik söylemlerinin dijital platformda yan yana var olduğunu göstermiştir. #instagramanneleri gibi etiketler altında daha seküler, pratik ve uzmanlaşmış bir üslup benimsenirken, #müslümananne ve #muslimmoms gibi etiketlerde dinî terminolojinin ve mânevî değerlerin baskın olduğu içerikler paylaşılmıştır. Bu iki eksenin ortak noktasında ise anneliğin kutsiyeti ve anne sorumluluğunun önemi bulunmaktadır. Hem seküler hem dinî söylemde anne, çocuğun hem fiziksel hem de ahlâkî gelişiminden sorumlu, onun iyiliği için kendini adanmış bir figürdür. Ancak kullanılan dil ve referanslar değişmektedir: Seküler söylem bilimsel kavramlara, pedagojik ilkelere ve bireysel deneyimlere vurgu yaparken, dinî söylem kutsal metinlere, dualara ve ümmet bilincine dayanarak bir çerçeve çizmektedir. Örneğin, #instagramanneleri etiketli bir paylaşımda nem oranı veya beslenme tavsiyesi teknik bir dille verilirken, benzer konudaki #müslümananne paylaşımında âyet ve dualarla çocuğu koruma önerisi sunulabilmektedir. Burada yapılabilecek önemli bir çıkarım, dijital platformun bu iki söylemi bir arada barındırarak “hibrit anne” olarak nitelendirilebilecek yeni bir annelik tipi oluşturduğudur. Bu durum, Nestor Garcia Canclini’nin “kültürel melezleşme” (*hybridity*) teorisiyle ilişkilendirilebilir. Canclini’ye göre modernleşme süreci, geleneksel olanı tamamen ortadan kaldırmaz, aksine geleneksel ve modern, yerel ve küresel, dinsel ve seküler öğeler iç içe geçerek yeni, melez formlar oluşturur.²⁹ Araştırma bulgularımızda görüldüğü üzere, dindar annelerin pedagojik bilgiyi âyetlerle desteklemesi veya tesettür giyim, organik gıda gibi modern tüketim ürünlerini dinî hassasiyetlerle pazarlaması, bu melezleşmenin somut bir tezahürüdür. Burada anneler, “geleneksel dindar anne” ile “modern dijital girişimci” rolleri arasında bir çatışma yaşamaktan ziyade, bu iki kimliği Instagram’ın sunduğu dijital pratikler ve etkileşim alanı içerisinde sentezlemektedir. Dolayısıyla çalışmada işaret edilen “hibrit anne”, sosyal medya ve dijital araçları aktif biçimde kullanırken geleneksel değerlerini terk etmeyen, aksine bu araçlar sayesinde bu değerleri yeniden üreten, görünür kılan ve dolaşıma sokan stratejik bir öznedir. Postmodern dönem akışkanlık ve belirsizlik gibi olguları gündeme getirmektedir.³⁰ Böylece bu dönemde hibrit/melez desenlerin de görülmeye devam ettiği, anneliğin de bunlar arasında yer aldığı ifade edilmelidir. Bu bağlamda dijital platformlar, Canclini’nin ifadesiyle gelenek ve modernliğin “birlikte var olduğu” ve birbirini dönüştürdüğü önemli geçiş alanlarıdır. Instagram

²⁹ Nestor Garcia Canclini, *Hybrid Cultures*, çev. Christopher L. Chiappari - Silvia Lopez (London: University of Minnesota Press, 1995).

³⁰ David Inglis - Christopher Thorpe, *Sosyal Teoriye Giriş*, çev. İhsan Çapcıoğlu - Rüveyda Çınar (Ankara: Grafiker Yayınları, 2023).

anneliği, seküler-tüketim odaklı değerlerle dinî-geleneksel değerlerin kesiştiği bir ara alan yaratmaktadır. Bu hibritlik, modern Türk toplumunda annelik kimliğinin geçirdiği dönüşümlerin de bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Bulgular aynı zamanda dijital dinî annelik kavramına ışık tutmaktadır. Dindar anneler Instagram’da sadece bireysel mâneviyatlarını sergilemekle kalmamakta, anneliği kolektif bir iman ve toplumsal iyilik misyonu olarak çerçevelemektedir. #müslümananne paylaşımlarında anneliğin “ümmeti yetiştirme” sorumluluğu olarak betimlenmesi ve her anneye ideal bir Müslüman anne rolü atfedilmesi, geleneksel dinî söylemlerin dijital çağda yeni bir yorum kazandığını göstermektedir. İslâm kültüründe anneye atfedilen yüksek mertbe (örneğin “cennet annelerin ayakları altındadır” inancı) dijital platformda içerik üretiminin motivasyonlarından biri haline gelmekte, anneler bu unvana layık olmak için hem dünyevi hem uhrevi çaba sarf ettiklerini göstermektedir. Burada *mucizevi annelik* anlatısı ile *profesyonel annelik* anlatısının birleştiği bir profil ortaya çıkmaktadır: Hem “evladım Allah’ın emaneti, ona en iyi şekilde bakmalıyım” diyen hem de “doğru bilgi ve yöntemlerle çocuğumu geliştirmeliyim” diyen anneler, Instagram’da bu iki yaklaşımı harmanlamaktadır.

Buradaki bir boyut da gözetim toplumu ve öz-denetim kavramları üzerinedir. Anneler Instagram’da paylaşımlar yaparken aslında birbirlerini ve toplumun geneli tarafından izlenmekte, değerlendirilmekte ve geri bildirim almaktadır. Bu durum, annelerin bir tür sosyal röntgene maruz kaldığı anlamına gelebilir.³¹ Ancak aynı zamanda anneler bu mecrayı kendi kimliklerini inşa etme alanı olarak da kullanmaktadır. Gönderilere bakıldığında birçok anne için Instagram, anneliğin kamusal vitrine çıkartıldığı, deneyim ve başarıların sergilendiği bir sahnedir. Bu açıdan, annelerin sosyal medyadaki varlığı Goffman’ın deyimiyle bir ön sahne performansı³² olarak yorumlanabilir. Örneğin çocuklarının doğum günü partilerini, gelişim kilometre taşlarını veya ev düzenlerini paylaşan anneler, takipçilerinden gelen beğeni ve yorumlarla onaylanma ihtiyacını da karşılamaktadır. Aydemir ve Şen³³ takipçilerin Instagram annelerini bazen bir arkadaş, bazen de bir rol model olarak gördüğünü, dolayısıyla bu annelerin ciddi bir yönlendirici etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Bu tespit, Instagram annelerinin paylaşımlarının sadece kendileri için değil,

³¹ Bostan v.dğr., “Gözetim Toplumu Bağlamında Sosyal Medya ve Instagram Anneleri”, 313-321.

³² Liam Bullingham - Ana C. Vasconcelos, “The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities”, *Journal of Information Science* 39/1 (2013), 101-112.

³³ Aydemir - Şen, “Kadın Takipçilerin Gözünden Instagram Annelerine Yönelik Bir Değerlendirme”, 41-54.

binlerce takipçi için de referans noktası oluşturduğunu göstermektedir. Böylece, bireysel gibi görünen paylaşımlar aslında kollektif bir normatif çerçeve yaratmaktadır: Ne tür annelik pratiklerinin “iyi” ve “doğru” olduğu, bu popüler hesaplar aracılığıyla geniş bir kitleye aşılabilir.

Ayrıca, bulgular dijital annelik olgusunun ekonomik yönünü de gözler önüne sermiştir. Anneler, sosyal sermayelerini ekonomik sermayeye dönüştürmek için stratejiler geliştirmektedir. Yoğun hashtag kullanımı, profesyonelce çekilmiş fotoğraflar, takipçi etkileşimini arttırmaya yönelik çekiliş veya soru-cevap etkinlikleri, hep bu stratejilerin parçalarıdır. Bu çalışmada incelenen gönderilerde, hemen her metinde onlarca hashtag kullanıldığı görülmüştür. Bu, Instagram’ın algoritmik görünürlük dinamiklerine uygun bir davranıştır. Nitekim doğru ve sık hashtag kullanımının, gönderilerin keşfete düşme ve daha fazla kişiye ulaşma ihtimalini artırdığı görülmektedir. Annelerin bu konuda bilinçli davrandığı, içeriklerine sadece ilgili etiketleri değil, aynı zamanda popüler ve keşfet ihtimali yüksek etiketleri ekledikleri söylenebilir (#keşfet, #momsofinstagram, #baby gibi). Bu yönüyle anneler, algoritmik sistem tarafından ödüllendirilecek biçimde içerik optimize etmektedir. Bu stratejiler, annelerin takipçi sayılarını ve etkileşim oranlarını yükselterek daha cazip birer influencer haline gelmelerini sağlamaktadır. Sonuçta, yüksek takipçili anneler çeşitli markalarla işbirlikleri yaparak gelir elde edebilmekte veya kendi ürünlerini satarak girişimcilik yapabilmektedir. Bu olgu, annenin toplumsal rolüne dair klasik algıları dönüştürmektedir: Anne artık sadece ev içinde emek veren değil, aynı zamanda dijital piyasada aktör olarak yer alan bir figürdür. Instagram’da içerik üretmek, düzenli paylaşım yapmak, takipçilerle etkileşmek ve reklam anlaşmaları yürütmek bir nevi dijital emek olarak görülebilir. Bu çalışma bağlamında da annelerin içerik üretimi için kayda değer zaman ve çaba harcadıkları, hatta bazı paylaşımlarda “story’leri kaydetmek için post yapıyorum” gibi notlarla bu emeği görünür kıldıkları saptanmıştır.

Son olarak, Instagram annelerinin pratikleri sosyolojik açıdan cinsiyet normları ve annelik düşüncesi konusunda hem pekiştirici hem de dönüştürücü unsurlar barındırmaktadır. Bir yandan, paylaşımlar incelendiğinde annelerin büyük çoğunlukla hala çocuk bakımının birincil sorumlusu ve aile içinde fedakârlık yapan taraf olduğu anlatısı devam etmektedir. Başka bir deyişle geleneksel annelik olgusu (anneliğin kutsal görevi, çocuğa adanmışlık, özveri) dijital zeminde de yeniden üretilmektedir. Öte yandan, annelerin dijital alandaki görünürlüğü ve aktifliği, kadınların kamusal alandaki varlığını artırmakta, deneyim paylaşımı yoluyla kollektif bir güçlenme hissi yaratmaktadır. Anneler birbirlerine destek oldukça, bilgi paylaştıkça ve seslerini duyurdukça, anneliğin yalnız bir kadının içinde yaşadığı özel bir durum olmaktan çıkıp paylaşılan bir kadın deneyimine

dönüştüğü görülmektedir. Bu da anneliğin bireysel mahrem bir rolden toplumsal bir role evrilmesinin yansımasıdır. Özellikle “influencer anne” fenomeni, kadınların ev içi emeklerini görünür kılarak ve ona ekonomik bir karşılık yaratarak, cinsiyet rollerine dair yeni bir tartışma alanı açmaktadır.³⁴ Anneler, ev içinde yaptıkları bakım emeğini sosyal medyada sergileyerek ve hatta bundan kazanç elde ederek aslında geleneksel rolü sürdürmekle kalmaz, onu bir kariyer haline de getirmiş olurlar. Bu durumun, kadınların toplumsal konumlarını güçlendirip güçlendirmediği ya da geleneksel rolleri yeni bir biçimde pekiştirip pekiştirmediği hususu tartışmaya açıktır. Ancak kesin olan, dijital platformların annelik deneyimini bireysel bir hikâyeden kamusal bir söyleme dönüştürdüğüdür.

Sonuç

Bu çalışmada, Mayıs 2025 döneminde Instagram’da annelik ve ebeveynlik etiketleri altında paylaşılan içeriklerin tematik analizi yapılarak dijital annelik söyleminin dinî-sosyolojik boyutları incelenmiştir. Bulgular, Instagram annelerinin paylaşımlarında sağlık, eğitim, duygusal bağ, mâneviyat, dayanışma ve ticarî tanıtım gibi çok yönlü temaların öne çıktığını göstermektedir. Anneler, dijital platformu bir yandan bilgi ve deneyim paylaşım alanı, diğer yandan öz-temsîl ve gelir alanı olarak kullanmaktadır. Instagram anneleri olgusu, anneliğin geleneksel özdeşliğinin modern teknolojik ortamda yeniden inşası olarak yorumlanabilir. Anneler sosyal medya aracılığıyla birbirleriyle iletişime geçip dayanışma kurarken, aynı zamanda toplumsal normları da yeniden üretmektedirler. Paylaşılan içerikler, geniş kitleler tarafından tüketilmekte ve yorumlanmakta, böylece annelik üzerine toplumsal algıyı etkileyebilmektedir. Buradan hareketle, dijital kültürün annelik üzerindeki etkisi çift yönlüdür: Hem anneler dijitalleşmenin getirdiği imkânlarla güçlenmekte ve kamusal görünürlük kazanmakta, hem de dijital mecralar annelik pratiklerini belli estetik ve normatif kalıplara sokarak şekillendirmektedir. Instagram’ın etkileşim temelli algoritmaları, hangi tür annelik anlatılarının daha görünür olacağını belirlemekte ve dolaylı olarak annelerin içerik tercihlerine yön vermektedir. Bu nedenle, dijital platformlarda annelik, yalnız bireysel bir deneyim değil, platformlar tarafından yönlendirilen ve denetlenen bir olgu olarak da değerlendirilebilir.

İncelenen veriler, dinî değerlerin dijital annelik söylemi içinde canlı bir şekilde varlığını sürdürdüğünü ortaya koymaktadır. Müslüman anneler, Instagram paylaşımlarında inançlarını ve mânevî pratiklerini annelik rolüyle

³⁴ Ercan Aktan - Hasan Hüseyin Kayış, “Sosyal Medya ve Değişim: Bloglar Aracılığıyla Anneliğin Evrimi Üzerine Netnografik Bir Analiz”, *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology* 9/32 (15 Mayıs 2018), 39-54; Aktaş, “Günümüz Toplumlarında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek”, 253-271.

bütünleştirerek yansıtmaktadır. Dua eden, evladını Allah'ın emaneti sayan, anneliği ibadet mertebesine çıkararak söylemler, dijital dünyada da devamlılık göstermiştir. Bu bulgu, geleneğin modern iletişim ortamlarında yeniden üretildiğini göstermektedir. Seküler ve dinî annelik temsilleri, Instagram gibi ortak bir zeminde karşılaşmakta ve birbirinden etkilenebilmektedir. Örneğin seküler içerik üreten bir anne de geniş kitleye hitap etme amacıyla zaman zaman dinî veya kültürel motiflere yer verebilmekte; dinî içerikli bir anne de pedagojik ve bilimsel bilgiler paylaşarak evrensel annelik söylemine katkı sunabilmektedir. Böylece veri seti, dijital anneliğin dinî ve seküler boyutlarının birbirini dışlamaktan ziyade çoğu zaman yan yana var olabildiğini göstermektedir. Dolayısıyla çalışmada ortaya konan bu durum, yalnızca genel “mom” etiketlerinin analiziyle elde edilebilecek dolaylı bir gözlem değil; seçilen veri setinin doğrudan sunduğu temel bir bulgudur. Instagram annelerinin içerikleri, anneliği özel alanın sınırlarından kamusal alana taşıyan bir olgu olarak değerlendirilebilir. Bulgular, postmodern dönemde ailenin yalnızca biyolojik ve duygusal bir birliktelik değil, aynı zamanda dijital kültürle iç içe geçmiş esnek bir yapı haline geldiğini göstermektedir. Bu içerikler, bir yandan anneliğin değişmeyen yönlerini (sevgi, fedakârlık, sorumluluk) överken diğer yandan anneliğin değişen yönlerini (teknoloji kullanımı, girişimcilik, kamusal tartışma) gözler önüne sermektedir. Annelik temsilleri, dijital çağda hem tüketim kültürü hem de mâneviyat ile iç içe geçerek yeni bir form kazanmıştır. Bu yeni form, anneliği yalnızca aile içi bir rol olmaktan çıkarıp sosyal medyanın da etkisiyle toplumsal ve ekonomik bir kimlik haline getirmektedir.

Araştırma bulguları, dijital annelik olgusuna ilişkin anlayışımıza katkı sağlamakla birlikte, bazı sınırlılıkları da beraberinde getirmektedir. İncelenen veri seti 11 günlük bir dönemle sınırlıdır ve belirli etiketlerin popüler gönderilerine odaklanmıştır. Gelecekte daha uzun dönemleri, farklı platformları veya farklı kültürel bağlamları kapsayan araştırmalar, dijital annelik deneyiminin değişimini daha kapsamlı biçimde ortaya koyabilir. Ayrıca nitel tematik analiz yoluyla elde edilen bulguların, nicel yaklaşımlarla (örneğin anket çalışmaları ile) desteklenmesi, bu alandaki bulguları genellemek açısından faydalı olacaktır. Sonuç olarak, Instagram üzerinde annelerin paylaştığı içerikler, modern anneliğin portresini çok boyutlu bir şekilde çizmektedir. Bu portrenin içinde sevgi ve şefkat kadar bilgi ve emek, mâneviyat kadar maddiyat, bireysellik kadar toplumsallık iç içe geçmiştir. Sosyal medya çağında annelik, dijital etkileşimler ve algoritmik dinamikler eşliğinde evrilen bir pratik olarak karşımızdadır. Bu pratik, sosyolojik olarak incelendiğinde cinsiyet rollerinden aile dinamiklerine, tüketim kültüründen dinî değerlere uzanan geniş bir etki alanına sahip olduğunu göstermektedir. Annelik deneyiminin böylesine kamusal, görünür ve paylaşılır hale gelmesi, 21. yüzyıl toplumlarında aile

ve ebeveynlik kavramlarının da yeniden düşünülmesini gerektirmektedir. Bundan sonraki araştırmalar, dijital platformlardaki annelik temsil ve pratiklerinin toplum üzerindeki uzun vadeli etkilerini, çocuklar ve aile ilişkileri bağlamındaki yansımalarını inceleyerek bu önemli dönüşümün daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Aka, Lale Barçın. “Sosyal Medya ve Instagram Anneleri”. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 7/17 (2025), 194-207.

Aktan, Ercan - Kayış, Hasan Hüseyin. “Sosyal Medya ve Değişim: Bloglar Aracılığıyla Anneliğin Evrimi Üzerine Netnografik Bir Analiz”. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology* 9/32 (15 Mayıs 2018), 39-54. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.2.003.x>

Aktaş, Gül. “Günümüz Toplumlarında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek”. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 36/2 (Aralık 2019), 253-271. <https://doi.org/10.32600/huefd.441402>

Aydemir, Leyla - Şen, İleyda. “Kadın Takipçilerin Gözünden Instagram Annelerine Yönelik Bir Değerlendirme”. *International Journal of Social and Humanities Sciences* 4/1 (2020), 41-54.

Başoğlu, Rabia. “Annelerin Sosyal Medya Kullanımı ve Instagramda Olan Popüler Anneler”. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi* 7/1 (Bahar 2020), 857-873.

Bostan, Esra v.dğr. “Gözetim Toplumu Bağlamında Sosyal Medya ve Instagram Anneleri”. *Route Educational and Social Science Journal* 4/7 (2017), 313-321.

Braun, Virginia - Clarke, Victoria. “Using thematic analysis in psychology”. *Journal of Qualitative Research in Education* 3 (2006), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Bullingham, Liam - Vasconcelos, Ana C. “The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities”. *Journal of Information Science* 39/1 (2013), 101-112. <https://doi.org/10.1177/0165551512470051>

Canclini, Nestor Garcia. *Hybrid Cultures*. çev. Christopher L. Chiappari - Silvia Lopez. London: University of Minnesota Press, 1995.

Engin Tufan, Kübra. *Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı ve Popüler Instagram Annelerinin Etkileri Üzerine Odak Grup Araştırması*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.

Ergül, Gizem - Yıldız, Sıtkı. “Sosyal Medyada Sosyal Annelik: Instagram Anneliği”. *Kırkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 11 (Temmuz 2021), 611-627.

Goffman, Erving. *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. çev. Barış Cezar. İstanbul: Metis Yayınları, 3. Basım, 2014.

Güngör, Ayten. “Sosyal Medyada Çocuk Hakları İhlali ve Çocuk İstismarı: Instagram Anneleri”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 54 (Yaz 2021), 1-24. <https://doi.org/10.47998/ikad.836192>

Inglis, David - Thorpe, Christopher. *Sosyal Teoriye Giriş*. çev. İhsan Çapcıoğlu - Rüveyda Çınar. Ankara: Grafiker Yayınları, 2023.

İşman, Aytekin v.dğr. “Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu”. *TRT Akademi* 1/2 (Temmuz 2016), 608-619.

Knauf, Helen - Schramme, Annamareike. “#mamanblogeuse and #mamablogger_de. A cross-country comparison on the concept of mothers and motherhood on Instagram”. *Popular Communication* 21/3-4 (2023), 232-246.

<https://doi.org/10.1080/15405702.2023.2280683>

Lupton, Deborah. "The use and value of digital media for information about pregnancy and early motherhood: a focus group study". *BMC Pregnancy and Childbirth* 16/171 (2016), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s12884-016-0971-3>

Özkan, Hava - Uzun Özer, Betül. "Sosyal Medyada Annelik". *Turkish Journal Family Medicine and Primary Care* 16/1 (2022). <https://doi.org/10.21763/tjfmpe.1004604>

Öztürk, Mehmet Fatih - Talas, Mustafa. "Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi". *Zeitschrift für die Welt der Türken-Journal of World of Turks* 7/1 (2015), 101-120.

Palalar Alkan, Deniz v.dğr. "Problematising Sharenting of Supermoms in a Neoliberal Context". *Gender Issues* 42/1 (2025). <https://doi.org/10.1007/s12147-024-09348-2>

Parsa, Alev Fatoş - Akmeşe, Zuhâl. "Sosyal Medya ve Çocuk İstismarı: Instagram Anneleri Örneği". *KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi* 5/1 (2019), 163-191. <https://doi.org/10.21798/kadem.2019153622>

Sine, Rengim - Parlak Yorgancı, Damla. "Yeni Medya ve Metalaşan Annelik: Instagram Anneliği Üzerine Bir Odak Grup Çalışması". *Route Educational and Social Science Journal* 4/8 (2017), 399-412.

Taşkıran, İzzet - Koç, Adem. "Sosyal medya dili yozlaştırıyor". *Anadolu Ajansı*. 26 Eylül 2017. Erişim 28 Mayıs 2025. <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/sosyal-medya-dili-yozlastiriyor/919586#:~:text=%27Sosyal%20medya%20dili%20yozla%C5%9Ft%C4%B1r%C4%B1yor%27%20,Kimi%20zaman%20meydana>

Yavuz, Ayşe - Ürkmez, Seval. "Instagram Annelerinin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 13/1 (Mart 2025), 189-218.

Yazıcı, Zühtüye Nur. "E-Dünya'da Yeni Bir Rol: Dijital Annelik". *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi* 1/2 (2021), 115-132.

