

Mahremiyet Olgusunun Sosyal Medya Platformlarında Görünümü: Instagram Anneleri Üzerine Bir Analiz

The Appearance of the Phenomenon of Privacy on Social Media Platforms: An Analysis of Instagram Mothers

Ayşe Eroğlu 

İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Gazetecilik Bölümü, Gazetecilik Pr.,
İstanbul, Türkiye,
ereylem_ayse@hotmail.com,
ror.org/03a5qrr21



Öz: Sosyal medya platformları ortaya çıktığı andan itibaren kullanıcılarının yaşamlarında yeri doldurulamaz bir yer edinmiş ve bu sanal mecralarda yeni yaşam alanları ortaya çıkmıştır. Kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerle gelişen bu ortamda, sanal bir kültürün ortaya çıkmasına yol açmış ve bu sanal kültürde kamusal ve özel alanın sınırları silikleşmiştir. Mahremiyet olgusu da bu sanal mecralarda yeni bir görünüm kazanmıştır. Bu çalışmada mahremiyetin tanımı ve tarihsel dönüşümleri ele alınmıştır. Akabinde mahremiyet olgusunun geçirdiği dönüşümleri anlaşılır kılmak için özel ve kamusal alan tanımları yapılmıştır ve sosyal medya platformlarının, özel ve kamusal alanlar üzerindeki dönüştürücü etkisi üzerinde durulmuştur.

Sosyal medya platformlarında sanal bir kültürün ortaya çıkması, kültürel normları ve mahremiyet olgularını aşağıya ederek onları yeni baştan şekillendirmesi açısından önemlidir. Çalışmanın odak noktasını sosyal medya platformlarında mahremiyet sınırlarının aşılması, özellikle ebeveynlerin çocuklara dair içerikleri bu platformlarda sıklıkla paylaşılması oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, Instagram Anneleri'nin sharenting olarak geçen paylaşımların çocuklara ait içeriklerinden oluşmasının, mahremiyet ihlaline yol açabileceğini ortaya koymaktır. Bu amaç çerçevesinde takipçi sayısı yüz binin üzerinde olan dört Instagram Annesi'nin profili örneklem olarak seçilmiş, bu profillerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Bulgular Instagram Anneleri'nin paylaşımlarının hem etkileşim hem de gelir sağladığı için devam ettiklerini göstermektedir. Ancak, bu paylaşımların uzun vadede çocukların mahremiyeti üzerinde riskler taşıdığı da ortaya çıkmıştır. Çalışma, özellikle ebeveynlerin bu sanal mecralardaki rollerini sorgulamakta; çocukların korunması ve dijital etik bilincinin geliştirilmesi yönünde yeni tartışma alanları açmakta ve alana katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Instagram, Instagram Anneleri, Kamusal-Özel Alan, Mahremiyet, Sharenting

Geliş Tarihi/Received: 27.09.2025
Kabul Tarihi/Accepted: 23.02.2026
Yayınlanma Tarihi/ Published Online:
15.04.2026

Abstract: Since their emergence, social media platforms have become indispensable parts of everyday life, creating new virtual spaces and cultures shaped by user-generated content. Within these digital environments, the boundaries between the public and private spheres have become increasingly blurred, leading to the reconfiguration of the concept of privacy. This study explores the definition and historical transformation of privacy, as well as the impact of social media platforms on the notions of private and public life. The research particularly focuses on the phenomenon of "sharenting," where parents—especially "Instagram mothers"—frequently share images and information about their children online. Using content analysis, the study examines four Instagram mother profiles with more than one hundred thousand followers to identify the motivations and implications of such sharing practices. Findings reveal that these users continue sharing to sustain audience engagement and generate income, yet such practices pose potential long-term risks to children's privacy. This study investigates parental engagement on social media and highlights new discussions on safeguarding children and promoting digital ethics, offering valuable contributions to the literature.

Keywords: Instagram, Instagram Mothers, Public-Private Sphere, Privacy, Sharenting

Extended Abstract

Privacy has persisted as a fundamental element in human life since the earliest periods of history and has maintained its importance as a social value. Constructed upon the inviolability of personal space and the delineation of individual boundaries, this concept has evolved alongside cultural, societal, and technological changes. In traditional societies, privacy was predominantly shaped through physical spaces, family structures, and social roles. In contrast, in the modern and digital era, individuals' tendencies to gain visibility and express themselves in online environments have profoundly transformed the meaning of privacy. Rapid advancements in information and communication technologies, particularly social media platforms, provide individuals with unique opportunities for self-expression and the formation of social identities. However, these platforms simultaneously promote the public dissemination of personal information, increasingly blurring the boundaries between private and public spheres. In this context, Habermas (2014) emphasizes that the concepts of public, private, and the public sphere are indispensable not only for everyday language but also across disciplines such as law, political science, and sociology (pp. 57–58), highlighting the significance of examining privacy within a social and theoretical framework.

With the ever-increasing number of users, social media has become more than just a communication or entertainment tool; it has transformed into a “modern public sphere” where individuals display their identities, establish social status, and seek social approval. This new domain undermines the traditional distinction between private and public spaces, leading to the erosion of personal boundaries. Social motivations such as being “liked,” “appreciated,” and “visible” encourage individuals to voluntarily share information about their private lives, thereby transforming privacy from an individual right into a public phenomenon.

This study focuses on parental sharing of content related to their children on social media platforms. Referred to in the literature as “sharenting,” this phenomenon involves parents sharing photos, videos, or personal information about their children online. Recently, users known as “Instagram Moms” have become particularly prominent in this regard. These parents not only make their motherhood roles visible but also gain economic benefits through follower interactions, brand collaborations, and sponsorships. However, this practice raises ethical concerns related to the public exposure of children's private lives and potential violations of their privacy rights.

A qualitative research design utilizing content analysis was employed to investigate the impact of sharenting on children's privacy. Four Instagram accounts with over 100,000 followers were selected based on high posting frequency and engagement rates. Data were collected from recent posts, captions, comments, and user interactions, and were analyzed thematically. The study aims to reveal how parental social media activity affects children's privacy and to examine digital parenting from an ethical perspective.

Findings indicate that sharing content about children has become increasingly common and normalized on social media platforms. The majority of Instagram Moms publicly share a wide range of personal details, from birthdays to playtime moments. While these posts are often framed as natural expressions of parenting experiences, they also serve purposes such as increasing follower engagement, enhancing visibility, and generating economic gain. Consequently, the boundaries of children's private lives are determined by parents, and children's rights to maintain their privacy are often neglected.

The data further reveal that most parents perceive such sharing as a positive social experience but overlook the long-term potential for children to lose control over their digital identities. Children's online identifiability, the permanent presence of personal data in digital networks, and the possibility of content resurfacing without consent in later years pose significant psychological and societal risks.

Moreover, a tension emerges between parents' desire for visibility on social media and their responsibility to protect their children's privacy.

This study demonstrates that social media functions not only as a communication tool but also as a space where societal norms are reproduced. The example of Instagram Moms represents one of the clearest illustrations of privacy transformation. In these virtual environments, a culture has emerged in which identities are constructed through sharing, and the boundaries of private life are redefined according to social approval and visibility. As a result, privacy shifts from being a domain for protecting one's life to becoming a constitutive element of public interactions.

In conclusion, safeguarding privacy in the social media era requires both individual awareness and societal responsibility. It is crucial to raise parental awareness regarding content sharing about children and to promote societal understanding of digital parenting, ethical media use, and children's rights. Additionally, legal regulations must be updated to protect children's rights in online environments. As demonstrated by the case of Instagram Moms, the opportunities provided by virtual culture, alongside the transgression of privacy boundaries, represent one of the most critical ethical challenges of our time. Social media platforms can therefore be understood not only as arenas for individual expression but also as virtual cultures where societal values are reproduced, economic interests are foregrounded, and privacy is continuously renegotiated. This study encourages a critical evaluation of parental roles in these virtual spaces and fosters discussion on protecting children and cultivating digital ethical consciousness.

1. Giriş

Mahremiyet olgusu, geçmişten günümüze insanların sosyal yaşantılarında merkezi bir rol oynamıştır. Mahrem alanın sınırları, kültürel kavrayışlar çerçevesinde şekillenip belirlenmiş, ancak iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemelere bağlı olarak önemli değişim ve dönüşümlere uğramıştır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medya platformlarının bu dönüşümde kayda değer bir rolü bulunmaktadır. Bu platformlarda mahrem olan/olmayan arasındaki sınırlar birbirinin içine geçmiş, hatta kimi zaman ortadan kalkmıştır ve bireyler bu platformlarda özel yaşamlarına dair birçok içeriği gönüllü olarak sergileme eğilimi göstermeye başlamıştır.

İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, tarihsel süreç boyunca toplumsal yapıları köklü biçimde dönüştürmüştür. "Van Dijk (2016, s. 38), yeni medyanın yükselişini 'ikinci bir iletişim devrimi' olarak nitelendirmekte ve bu sürecin etkilerinin, bir asır önceki ilk iletişim devrimi kadar sarsıcı olduğunu savunmaktadır. Yazara göre iletişim ağları, modern toplumun vazgeçilmezi haline gelmiş; çevrimdışı sosyal ağlarla bütünleşerek 'Ağ Toplumu' yapısını inşa etmiştir." Bu teknolojik dönüşüm, sadece sosyal bir olgu değil, aynı zamanda ekonomik bir yapıdır. Briggs ve Burke'ün (2004, s. 126) işaret ettiği gibi, teknoloji ve ekonomi birbirinden ayrı düşünülemez; zira süregelen endüstri devrimleri, iletişimdeki öncülüğün bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. 21. yüzyıldaki dijitalleşme, medya içeriğinin satılabilir mallara dönüşmesine yeni yollar açarak ve yeni meta biçimleri yaratarak, hâkim kapitalist eğilimleri sürdürmektedir. Bu bağlamda dijital medya, yalnızca enformasyon aktarımına olanak tanımakla kalmaz, aynı zamanda yoğun bir ticarileşme faaliyetinin yaşandığı bir alana karşılık gelir.

Sosyal medyanın temel işleyiş mekanizmalarını tanımlayan Mayfield (2008, s. 5), bu platformların katılımcılık, açıklık, sohbet, işbirliği ve bağlantılık gibi özelliklerinin altını çizer. Sosyal medya platformları, eğlence, iletişim ve sosyalleşme gibi temel ihtiyaçlara cevap veren, modern kamusal alanlar olarak nitelendirilen mecralardır. Ancak bu mecralar, kullanıcıların ürettikleri içeriklerle varlık gösterirken beraberinde farklı mahremiyet sorunlarını da getirmektedir. Kullanıcılar, bu platformlarda benliklerini sergilerken, daha fazla etkileşim ve beğeni almak adına kurgulanmış bir

benlik sunumu içerisine girerler. Bu durum, beğenilme ve takdir edilme arzusuyla yapılan paylaşımların, mahremiyetin sınırlarını ciddi biçimde aşındırıldığına işaret etmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal medya platformları, toplumsal normların dönüşümünü beraberinde getirirken, aynı zamanda yeni meslek gruplarının da doğmasına olanak sağlamıştır. Bu yeni gruplardan biri, çocuklarına ait içerikleri paylaşarak takipçi ve gelir elde eden "Instagram Anneleri" (Instamoms)dir. Literatürde, ebeveynlerin çocuklarına ait içerikleri sosyal medyada paylaşması durumu "Sharenting" kavramıyla ifade edilmektedir. Instagram Annelerinin sharenting eylemi, çocukların özel alanlarına giriyor oluşları ve bu durumun çocuklar için yaratabileceği olası riskler nedeniyle kritik bir sorunsal gündeme getirmektedir. Son dönemlerde popülerlik kazanan ve çocukları üzerinden şöhret ve gelir elde eden Instagram Anneleri, yaptıkları paylaşımlarla bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde çocuklarının mahremiyetini ihlal etme riskini taşımaktadır.

Bu bağlamda, bu çalışma; Instagram Anneleri örneği üzerinden mahremiyet olgusunun sosyal medya platformlarında nasıl görüldüğünü ve sharenting eyleminin çocuk hakları ve mahremiyeti üzerindeki etik ve hukuki etkilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, ilk olarak mahremiyet kavramının tarihsel evrimini ve sosyal medyada dönüşümünü kuramsal bir çerçevede ele alacaktır. Ardından, dijitalleşen ebeveynlik pratiklerinin bir yansıması olan sharenting kavramı ve bu kavramın Instagram Anneleri üzerindeki görünümü incelenmiştir. Son olarak, yapılan alan araştırmasının bulguları sunulacak ve elde edilen sonuçlar ışığında mahremiyetin ihlali sorununa ilişkin öneriler geliştirilecektir.

2. Mahremiyetin Tarihsel Süreci

Mahremiyet ihtiyacı, toplumsal yaşamın başlangıcından itibaren bireyin kendisini dış dünyadan sakınma ve koruma arzusuyla şekillenmiş, her dönemde farklı görünümlemlerle varlığını sürdürmüştür. Kişinin kamuya paylaşmak durumunda olmadığı bedensel ve duygusal sınırlarını temsil eden bu kavram, en yalın haliyle kamusal alan dışındaki özel yaşam edimlerini kapsar. Bu edimler, bireyin dış dünyadan sakındığı bilgilerden, kendisine sakladığı fikir ve duygusal ilişkilerine kadar geniş bir yelpazeyi içine alır. Göle (2001, s. 128), mahremiyetin bu çok boyutlu yapısının içinde yaşanan kültüre ve tarihsel süreçlere bağlı olarak sürekli bir devinim halinde olduğunu belirterek, kavram üzerinde evrensel bir konsensüse varılmasının güçlüğüne dikkat çeker. Göle'nin işaret ettiği bu kültürel değişkenlik, mahremiyetin sabit bir tanımından ziyade, toplumsal yapıların izin verdiği ölçüde inşa edilen ve sürekli yeniden müzakere edilen esnek bir sınır olduğunu göstermektedir. Bu sınırın inşası, bireyin başkalarıyla kurduğu etkileşimin niteliği ve bu etkileşimde koruduğu özerklik alanı ile doğrudan ilişkilidir.

Mahremiyetin sınırları sadece bireyin kendisiyle değil, "öteki" olarak tanımlanan kişi ve kurumlarla kurduğu ilişkiyle belirlenir. Giddens (2014, s. 131) mahremiyeti tanımlarken, insanların istemedikleri duygu ve davranışlarını başkalarıyla paylaşmaması ve benliğin ötekiyle kurduğu duygusal iletişim süreci olarak değerlendirerek meseleyi kişilerarası eşitlik bağlamına oturtur. Giddens'in bu vurgusu, mahremiyetin aslında bir "iletişimsel denetim" mekanizması olduğunu ve bireyin kendi sınırlarını belirleme yetkisinin temel bir kişisel özerklik alanı yarattığını kanıtlar. Bu denetim yetkisi, mahrem alanın ne zaman ve ne kadar paylaşılacağına dair ciddi bir sorumluluğu beraberinde getirir. Nitekim Sennett (1996, ss. 433-435) mahremiyeti bir olgudan ziyade bir "bakış açısı" ve insan ilişkilerinin temelindeki bir beklenti olarak görür; özel yaşamdaki tüm davranış ve arzuların sınırını belirleme yetkisini doğrudan bireyin kendisine bırakır. Sennett'in merkeze aldığı bu yetki, bireyin kamusal alandaki varlığını kendi iradesiyle yönetebilmesinin zeminini hazırlayarak, mahremiyetin modern bir hak statüsü kazanmasının önünü açmıştır.

Mahremiyetin hukuki ve toplumsal bir hak olarak tescillenmesi, toplumsal yapıdaki köklü dönüşümlerle mümkün olmuştur. Şener (2013) mahremiyetin modern dünyanın gelişimine paralel yayıldığını ifade ederken, Çelikoğlu (2008, ss. 3-35) bu ayrışmanın 17. yüzyıldan itibaren Batı Avrupa'da sanayileşmeyle birlikte somutlaştığını belirtir. Söz konusu tarihsel kırılma, kamusal ve özel alan arasındaki duvarları yükseltmiş ve Laclau ve Mouffe'un (1992 s. 193) vurguladığı gibi, "insanı modern zamanların bir ürünü" olarak değerli kılan o özerk alanı yaratmıştır. Modernizm, bireye kendi yaşamı üzerinde bir tasarruf hakkı tanımış olsa da, günümüzde bu özerklik neo-liberal sistemin dayattığı yeni normlarla yapısal bir aşınmaya uğramaktadır. Giddens'in (2014, s. 113) neo-liberalizmle birlikte mahremiyetin dönüştüğüne ve birey kimliğinin "düşünsel bir projeye" dönüştüğüne dair tespiti, bu sürecin kritik bir yansımasıdır. Bu durum, bireyin kendi özgün kimliğini inşa etmek yerine, sistemin sunduğu hazır imajlar ve dijital vitrinler arasında bir tercihe zorlanmasıyla sonuçlanmaktadır. Dolayısıyla mahrem alanlar, artık bireysel iradenin özerk kararlarından ziyade, küresel sistemin makbul gördüğü sergileme biçimlerine ve kurgulanmış yaşam standartlarına bağımlı hale gelmektedir. Bu bağımlılık, mahremiyetin özündeki gizlilik ve dokunulmazlık ihtiyacını zayıflatarak, bireyi modernizmin başlangıcında vadedilen o korunaklı özgürlük alanından uzaklaştırmaktadır.

3. Kamusal Alan

Bireyin mahrem alanının sınırlarını belirleme yetkisindeki tarihsel değişim, bu sınırların kamusal alanda nasıl yeniden inşa edildiği sorusunu gündeme getirmektedir. Kamusal ve özel alan ayrımının kökeni, Habermas'a (2014, s. 60) göre Antik Yunan'ın polis (kamusal) – oikos (özel) karşıtlığına kadar uzanır. Bu dönemde vatandaşların ortak kullandığı polis (koine) alanı ile evlerdeki özel hayatı temsil eden oikos (idia) kesin sınırlarla ayrılmıştır. Habermas, site sorunlarının, savaş ve yargı süreçlerinin (bios politikos) agora gibi pazar meydanlarında yaşandığını, özel alanın ise bu siyasi yaşamın tamamen dışında kaldığını aktarır. Bu tarihsel ayırım, modern dönemde kamusal alanın sadece teorik bir kavram olmaktan çıkıp, Dacheux'un (2012 s. 21) ifadesiyle kişilerin sözleri ve eylemleriyle varlık kazandıkları "gerçek bir yer" olarak görülmesine zemin hazırlamıştır. Ancak Antik Yunan'da kurulan bu keskin hiyerarşi, kapitalist üretim ilişkilerinin derinleşmesiyle yapısal bir kırılmaya uğramıştır.

Habermas (2014, s. 305), sistemin temel unsurları olan "mal ve haber dolaşımı" üzerindeki kontrolün zamanla pazarın eline geçmesinin, eleştirel kamuoyunu zayıflatarak basını bir "sisteme hizmet etme" aracına dönüştürdüğünü savunur. Thompson (1997 s. 243) ise bu alanın aslında her zaman mülkiyet ve eğitim düzeyiyle sınırlandırılmış, "dışlayıcı" bir karakter barındırdığını ekleyerek bu aşınmanın sınıfsal boyutuna dikkat çeker. Günümüzde bu tarihsel aşınma, dijital teknolojilerin egemenliğiyle birlikte yerini fiziksel sınırların ötesine geçen "yeni kamusal alanlara" bırakmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki devrim, Habermas'ın işaret ettiği o sınırlı ve kontrol edilen kamusallığı, dijital platformlar aracılığıyla her an ve her yerden erişilebilir kılmıştır.

Yeni kamusal alanlar, geleneksel kamusalıktan farklı olarak "mekânsız" ve "eşzamanlı" bir yapı sunarak Antik Yunan'dan bu yana süregelen oikos ve polis arasındaki ayrımı tamamen muğlaklaştırmıştır. Teknolojik genişleme, bireyi sadece bir izleyici değil, aynı zamanda mahrem hayatını kamusal bir performans olarak sunan bir "içerik üreticisi" haline getirmiştir. Bu yeni düzende mahremiyet, korunması gereken bir gizlilik alanı olmaktan çıkmış; Habermas'ın dikkat çektiği ticarileşme sürecinin dijital bir uzantısı olarak, onay ve etkileşim odaklı bir "içerik nesnesine" dönüşmüştür. Yeni kamusal alanın en belirgin özelliği, "görünür olmanın" toplumsal varoluşun ön koşulu haline gelmesidir. Bu durum, mahremiyetin piyasa değeri olan bir temsil gibi sanal meydanlarda sergilenmesine ve küresel ağlar üzerinde ticarileşen seyirlik bir kamusalığın parçası haline gelmesine neden olmaktadır. Bu yapısal değişim, mahrem alanın en sessiz öznelinin hayatlarının bile dijital sermaye üretiminin bir parçası haline gelmesine kuramsal bir zemin hazırlamaktadır.

4. Dijital Mahremiyet ve Kamusal/Özel Alan Sınırlarının Bulanıklığı

Antik Yunan'da sınırları keskin hatlarla belli olan kamusal ve özel alan ayrımı, feodal yapıdan kapitalist sisteme geçişle birlikte köklü bir dönüşüme uğramış; bu süreç Hannah Arendt'in "toplumsal alan" olarak kavramsallaştırdığı ara bir sahanın ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır. Arendt'e (2012, s. 71) göre, modern dönemde evin yani özel alanın ekonomik etkinliklerinin kamu alanına taşınmasıyla mahrem konular kolektif bir mesele haline gelmiştir. Arendt, toplumsal alanı olumsuz bir perspektifle değerlendirerek, bu alanın kamusal veya özele sızmasının bireylerin siyasi bir varlık olma yetilerini zayıflattığını ve kamuoyu oluşturma gücünü aşındırdığını ifade etmektedir. Bu süreçte birey, kamusal alanda bir "özne" olarak var olmak yerine, toplumsal beklentilerin ve ekonomik gerekliliklerin içinde anonimleşmeye başlamıştır (Arendt, 2012, ss. 37-40, akt. Öztimur, 2006).

Modern dünyada bireyciliğin ve özel hayatın öneminin artmasıyla birlikte, özel alan ticari dünya ile eklemlenmiş; bu durum Sennett'in (1996, s. 136) "kamusal insanın çöküşü" eleştirilerinin temelini oluşturmuştur. Sennett'e göre, modern insandaki narsist eğilimler, "ben" in toplumsal önüne geçmesine sebep olmuş ve toplumsal ilişkileri tanımlayan ilkelerin bireysel benlik etrafında şekillenmesine yol açmıştır. Küreselleşme ve iletişim teknolojisindeki ilerlemelerle birlikte Sennett, kamusal alanın giderek özelleştiği, buna karşın özel alanın da kamusal olduğu bir "sınır belirsizliği" uyarısında bulunur. Yazara göre bu durum, bireyin toplumsal sahnede maskesini yitirmesine ve mahremiyetin bir "sergileme alanı" haline gelmesine neden olmaktadır (s. 138).

Günümüzde "yeni kamusal alanlar" olarak tanımlanan sosyal medya platformları, bu sınırların tamamen ortadan kalktığı dijital bir evreyi temsil etmektedir. Web 2.0 teknolojileriyle kullanıcı, sadece bir tüketici değil, aynı zamanda kendi yaşamını kamusal bir performans olarak sunan bir içerik üreticisi (prosumer) haline gelmiştir. Habermas'a göre, kamusal alanın işleyişinde belirleyici olan mesafe ortadan kalktığında, bireyler birbirine "mekânsız" bir yakınlık içine girmekte ve bu durum kamusal topluluğun niteliksel olarak bir "kitleye" dönüşmesine yol açmaktadır (s. 275). Bu platformlarda özel sayılan her tür konunun paylaşılması, özeli kamusal dönüştürürken; bireyleri Guy Debord'un (1967) "gösteri toplumu" kavramının dijital birer aktörü haline getirmektedir. Debord'un teziyle uyumlu olarak, günlük hayat sosyal medya aracılığıyla sömürgeleştirilmekte; mahremiyetin barındırdığı giz ve kutsallık, görsel paylaşımların hızı ve sergilenme zorunluluğu nedeniyle zedelenmektedir (akt. Kellner, 1996, ss. 186-187).

Yeni kamusal alanları geleneksel olandan ayıran temel fark, mahremiyetin artık sadece bir "gösteri" değil, ticarileşmiş bir veri ve sermaye nesnesi haline gelmesidir. Fuchs'un (2014, s. 110) "dijital emek" perspektifinden bakıldığında, sosyal medya kullanıcıları mahremiyetlerini kamusallaştırırken aslında bu platformların sermaye birikimini besleyen ücretsiz birer veri kaynağına dönüşmektedir. Bu yeni düzende mahremiyet, Bauman'ın (2011, ss. 32-35) ifadesiyle gözetim toplumunun gönüllü bir parçası haline gelmiş; gizliliğin yerini toplumsal onay uğruna her anın ifşa edildiği bir "itiraf kültürü" almıştır. Bauman'a göre dijital dünyada "var olmak" ancak "görünür olmakla" mümkündür; bu da mahremiyetin bir dokunulmazlık alanı olmaktan çıkıp, kamusal onay için feda edilen bir performans nesnesine dönüşmesiyle sonuçlanmaktadır.

Sonuç olarak; Arendt'in toplumsal alanı, Sennett'in narsizmi ve Debord'un gösterisi, bugün Fuchs ve Bauman'ın işaret ettiği dijital ticarileşme ile birleşerek yeni kamusal alanı inşa etmiştir. Bu alanda mahremiyet artık korunması gereken bir gizlilik değil, küresel ağlar üzerinde sürekli izlenen, puanlanan ve ticarileşen seyirlik bir metadır. Mahrem olanın bu denli şeffaflaştığı ve "görünürlük" baskısıyla yönetildiği bu yapısal dönüşüm, ebeveynlerin çocuklarına ait özel yaşam kesitlerini dijital mecralarda sergilemelerine zeminini hazırlamaktadır. Bireysel mahremiyetin sınırları, artık bireyin salt özgür iradesinden ziyade; dijital platformların algoritmik teşvikleri ve modern dijital kültürün sunduğu toplumsal onay mekanizmaları tarafından yeniden çizilmektedir.

5. Dijital Ortamda Ebeveynlik: Instagram, Instamomlar ve Sharenting Olgusu

2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından hayata geçirilen Instagram, 2012 yılında Facebook (Meta) tarafından satın alınmasının ardından küresel ölçekte etkisini artırmıştır. Kullanıcılarına fotoğraf, video, hikâye (story) ve Reels gibi görsel-işitsel formatlarda içerik üretme ve takip etme olanağı sunan platform, etkileşimi maksimize eden yapısıyla kısa sürede dijital kültürün merkezine yerleşmiştir. Ocak 2022 itibarıyla 4,62 milyar sosyal medya kullanıcısı arasında Instagram'ın en büyük dört sosyal ağdan biri olması, platformun toplumsal yaşamı şekillendirme gücünü kanıtlamaktadır. Görsel odaklı bu yapı, platformun sadece sosyal bir araç olmanın ötesine geçerek ticarileşmesini ve yeni bir "ekonomik alan" yaratmasını beraberinde getirmiştir (Yegen ve Yanık, 2015, s. 384).

Bu ekosistem içerisinde, annelik kimliği üzerinden kurgulanan ve "Instamom" (Instagram Anneleri) olarak tanımlanan profiller, ebeveynlik pratiklerinin dijital temsili açısından kritik bir öneme sahiptir. Instamomlar, hamilelik sürecinden başlayarak çocuk bakımına dair her türlü deneyimi takipçileriyle paylaşmakta; bu süreçte annelik deneyimini Fuchs'un (2014) ifadesiyle bir "dijital emek" biçimine dönüştürmektedirler. Bu profillerin içerikleri, genellikle ticari iş birlikleri ve reklamlar yoluyla gelire tahvil edilmekte; böylece annelik, dijital kamusal alanda bir "performans nesnesi" haline gelmektedir (Avcı ve Yıldız, 2019, s. 86). Burada annelik, sadece biyolojik veya sosyal bir süreç değil, aynı zamanda takipçi sayısı ve etkileşim oranlarıyla ölçülen profesyonel bir içerik üreticiliği kimliğidir.

Ebeveynlerin çocuklarına dair kişisel ve mahrem verileri dijital mecralarda paylaşma pratiği, literatürde "sharenting" (share+parenting) kavramıyla karşılık bulmaktadır. Bu olgu, görsel bir paylaşımın ötesinde, çocukların yaşam öykülerinin dijital dünyaya nakledilmesi sürecini kapsar (Steinberg, 2017, s. 842). Sharenting pratikleri, ebeveynlik rolünün dijital temsili ile çocuğun mahremiyet hakları arasında gerilimli bir alan yaratmaktadır. Bauman'ın (2011) "itiraf ve paylaşım kültürü" tezine paralel olarak, ebeveynler dijital dünyada "görünürlük" kazanmak adına çocuğun mahrem alanını kamusal seyre açmaktadırlar.

Blum-Ross ve Livingstone (2017, s. 111), bu durumun paradoksal bir zemin sunduğunu vurgular: Ebeveyn, çocuğu dış dünyadan koruma sorumluluğu taşıyan figürken, dijital mecralarda mahremiyet ihlalinin bizzat faili haline gelmektedir. Bu noktada sharenting, sadece bir veri paylaşımı değil, aynı zamanda çocuğun gelecekteki "dijital ayak izini" ebeveynin iradesiyle inşa etmektir. Dolayısıyla sharenting eylemi, yeni kamusal alanın tüketim dinamikleriyle birleşerek mahremiyetin sınırlarını, çocuğun yüksek yararından ziyade ebeveynin görünürlük ve onay arzusu lehine yeniden çizmektedir.

6. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

6.1. Araştırmanın amacı

İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler sonucunda ortaya çıkan sosyal medya mecraları; kimi yaklaşımlara göre yeni kamusal alanlar, kimilerine göre ise yeni sosyalleşme mecraları olarak değerlendirilmektedir. Van Dijk (2016, s. 17), yeni medyanın ortaya çıkışını ve bireylerin yaşamında edindiği merkezi konumu bir "iletişim devrimi" olarak nitelendirir. Yazara göre bu süreç, yüz yıl önce gerçekleşen ilk iletişim devrimi kadar baş döndürücü ve etkilidir. Van Dijk, yeni medya araçlarının toplum üzerindeki etkisinin daha çok evrimsel bir nitelik taşıdığını belirterek bu mecraların toplumsal yapılar üzerindeki dönüştürücü gücüne vurgu yapmaktadır.

Sosyal medya platformları, her ne kadar kamuoyu tartışmalarına zemin hazırlasa da asıl etkisini bireylerin gündelik yaşam pratiklerinde göstermektedir. Etkileşimin küresel ölçekte gerçekleştiği bu sanal mecralar; var olan kültürel normları ve mahremiyet algılarını dönüştürerek yapay bir sanal kültürün inşasına işaret etmektedir. Bu bağlamda araştırmanın odağını oluşturan Instagram; görsel ve işitsel içerik üretimine imkân tanıyan yapısıyla, kullanıcıların özel yaşamlarını geniş kitlelere açtığı

temel bir platform haline gelmiştir. Özel alana dair içeriklerin kamusal alanda gönüllü olarak paylaşılması, beraberinde ciddi mahremiyet ihlallerini getirmektedir.

Bu araştırmanın temel amacı; "Instagram Anneleri" (Instamoms) olarak tanımlanan fenomenlerin, çocuklarına ait mahrem verileri paylaşma pratiklerini ve bu sürecin yol açtığı mahremiyet ihlallerini eleştirel bir perspektifle analiz etmektir. Bu çerçevede, amaçlı örneklem yoluyla seçilen dört Instagram annesinin profili incelenerek; paylaşılan içeriklerin çocuk mahremiyeti üzerindeki etkileri ve bu paylaşımların ticarileşme boyutları değerlendirilmiştir.

6.2. Araştırmanın örnekleme ve kapsamı

Araştırmanın örnekleme, nitel araştırma gelenekleri içerisinde yer alan ve belirlenen araştırma problemi çerçevesinde zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen vakaların seçilmesine olanak tanıyan amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme (criterion sampling) tekniği ile belirlenmiştir. Ölçüt örnekleme, araştırmacı tarafından önceden saptanmış bir dizi kriteri karşılayan tüm durumların incelenmesini ifade etmektedir (Patton, 2015, s. 243). Yıldırım ve Şimşek'e (2016, s. 112) göre bu yöntem, araştırmanın odağındaki olguyla ilgili derinlemesine analiz yapabilmek adına belirli nitelikleri taşıyan birimlerin seçilmesini zorunlu kılar. Bu çalışma kapsamında, Instagram platformunda çocuk mahremiyeti ve ebeveynlik pratiklerini incelemek amacıyla şu ölçütler temel alınmıştır:

1. *Instamom Kimliği*: Profil sahibinin kendisini dijital mecrada "anne" kimliği üzerinden konumlandırması.
2. *Etki Gücü (Takipçi Sayısı)*: Paylaşımların geniş kitlelere ulaşması adına 100 bin ve üzeri takipçi sayısına sahip olunması.
3. *Ticari Faaliyet ve Metalaşma*: Paylaşılan çocuk içeriklerinin marka iş birlikleri, reklamlar veya ürün yerleştirmeler aracılığıyla bir gelir modeline dönüştürülmesi. Bu ölçütler doğrultusunda seçilen ve araştırmanın kapsamını oluşturan dört Instagram annesinin profil bilgileri aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 1

Instagram Anne Profil Hesapları ve Takipçi Sayıları

Instagram Anneleri	Meslek	Eğitim Durumu	Takipçi Sayısı	Toplam Gönderi
Ayşegül Bayındır (aysegullbayindi)	Sosyolog/çocuk gelişimi/yazar	Lisans	304 Bin	821
Bahar Bozdağ (bahar_bozdag)	Tarih öğretmeni /Mommini.co	Lisans	138 Bin	1.658
Nermin Candemir(nero)	Muhasebeci/blog yazarı	Lisans	259 Bin	2.416
Merve Köklü (mervefeayyaz)	Psikolog	Lisans	261 Bin	552

6.3. Veri toplama ve analiz tekniği

Araştırmada veri toplama ve çözümlenme süreci için nitel içerik analizi yöntemi benimsenmiştir. Özdemir (2010, s. 335), içerik analizini özellikle görsel ve yazılı verilerin bilimsel bir çerçevede çözümlenmesinde en işlevsel yöntemlerden biri olarak tanımlamaktadır. Bu yöntem doğrultusunda analiz süreci iki aşamalı bir izlek üzerinden gerçekleştirilmiştir: İlk aşamada, belirlenen dört Instagram profilinin 2021-2022 yılları arasındaki tüm görsel paylaşımları ve bu görsellere eşlik eden metinler geriye dönük olarak taranarak veriler oluşturulmuştur.

İkinci aşamada ise elde edilen bu veriler; paylaşımların yapıldığı fiziksel mekanlar ve içeriklerin ticari niteliği dikkate alınarak kodlanmış ve nitel bir yoruma tabi tutulmuştur.

Bu süreçte görseller sadece betimsel düzeyde bırakılmamış; özel alanın dijital mecralardaki sunumu ve kamusal alanla olan etkileşimi bağlamında eleştirel bir yaklaşımla analiz edilmiştir.

6.4. Sınırlılıklar

Araştırmanın kapsamı ve geçerliliği belirli sınırlılıklar dahilinde şekillenmiştir. Bu çalışma; Instagram platformunda yüksek etkileşime sahip olan ve Instagram ebeveynliği ekosisteminde farklı sosyo-kültürel kurguları (yaşam tarzı, muhafazakâr-estetik, pedagojik söylem vb.) temsil eden Ayşegül Bayındır, Bahar Bozdağ, Nermin Candemir ve Merve Köklü isimli kullanıcıların profilleriyle sınırlıdır. Seçilen bu profiller, takipçi sayıları ve ticari iş birliği hacimleriyle dijital annelik pratiğinde belirleyici (trend-setter) bir rol oynadıkları için "ölçüt örnekleme" dahilinde karakteristik birer vaka olarak ele alınmıştır.

Zamansal olarak, dijital ebeveynlik pratiklerinin ve ticari paylaşımların yoğunlaştığı 2019 yılı ile 2022 yılı Mayıs ayı arasındaki paylaşımlar veri setine dahil edilmiştir. Veri setinin 2022 Mayıs ayında sınırlandırılması, pandemi sürecinin dijitalleşmeyi ve e-ticaret odaklı sosyal medya kullanımını zirveye taşıdığı (Dwivedi vd., 2020) ve "sharenting" pratiklerinin yapısal bir forma kavuştuğu "eşik dönemi" (We Are Social, 2022) derinlemesine analiz etmek adına metodolojik bir tercih olarak belirlenmiştir. Nitel bir araştırma olması hasebiyle elde edilen bulgular, seçilen örneklem grubu üzerinden bir derinlik sunmayı amaçlamakta olup, tüm sosyal medya kullanıcılarına yönelik genelleyici bir iddia taşımamaktadır.

6.5. Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan fenomen annelerin genel karakteristiklerini ve paylaşımlarındaki temel motivasyonları anlamak adına hazırlanan Tablo 1 verileri değerlendirildiğinde, profile dahil edilen Instagram Anneleri'nin tamamının lisans düzeyinde eğitim aldığı görülmektedir. Annelerin profillerinde blog yazarlığı, kitap yazarlığı ve ticari faaliyetlere dair bilgilerin yer alması, dijital mecranın bir kimlik inşası ve ekonomik alan olarak kullanıldığını göstermektedir. Eğitim düzeyi ile sosyal medya kullanım becerisi arasındaki pozitif ilişki, Bhroin ve ark. (2022, s.375) tarafından vurgulanan "dijital özgüven" olgusunu beraberinde getirmektedir. Yazarlara göre, dijital becerilerini ve özellikle gizlilik yönetimi yeteneklerini yüksek gören ebeveynler, süreç üzerinde tam bir kontrole sahip oldukları yanılsamasıyla diğer ebeveynlere oranla daha sık paylaşım yapma eğilimi göstermektedirler.

Tablo 2

Instagram Annelerinin Çocuklu Paylaşımları (Mayıs 2022 ile sınırlı)

Instagram Anneleri	Paylaşım zamanı	Fotoğraf	Video/reels	Toplam Gönderi
Ayşegül Bayındır	2019/2022	135	21	156
Bahar Bozdağ	2019/2022	756	8	764
Nermin Candemir	2019/2022	55	725	780
Merve Köklü	2019/2022	13	199	212

Tablo 2'de sunulan veriler ise bu paylaşım eğiliminin boyutlarını somutlaştırmaktadır. Bazı hesaplarda çocuk odaklı içeriklerin 700 gönderinin üzerine çıkması, çocukların yaşamlarının neredeyse her anının kesintisiz bir dijital arşive dönüştürüldüğünü kanıtlamaktadır. Bu nicel yoğunluk, Sennett'in (1996) "özel olanın kamusal bir performans malzemesine dönüşmesi" teziyle doğrudan ilişkilidir. Ebeveyn, çocuğun en mahrem büyüme evrelerini kamusal birer seyirlik nesne haline getirerek özel alanın koruyucu sınırlarını şeffaflaştırmaktadır. İncelenen profillerde çocukların sürekli bakımlı ve estetik bir kurgu içinde sunulması, paylaşımların doğal akıştan ziyade bilinçli bir imaj yönetimi ve sergileme kültürü ekseninde şekillendiğini belgelemektedir. Karar yetisi gelişmemiş çocukların bu denli yüksek bir hacimle sergilenmesi; Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin 16. Maddesi (2018, s.4) ve

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 20. maddesiyle (Türkiye Büyük Millet Meclisi, t.y., md. 20) güvence altına alınan mahremiyet hakları açısından ciddi riskler barındırmaktadır. Nicel verilerin ortaya koyduğu bu manzara, bir sonraki bölümde seçilen temsili görseller üzerinden kuramsal perspektiflerle derinlemesine çözümlenecektir.

Görsel 1

Instagram Annelerine Ait Fotoğraflar



Not: Instagram mervefeyyaz hesabında 16 Mart 2020'de paylaşılmıştır.

Görsel 1'de @mervefeyyaz hesabından paylaşılan içerik; ebeveyn ve çocukların bir organizasyon konsepti dahilinde, tamamen uyumlu ve estetik bir "mizansen" (kurgu) içinde sunulduğunu göstermektedir. Bu kurgu çerçevesinde çocukların doğal yaşam akışından koparılarak belirli bir imaj ve reklam stratejisi için "sahnelenmesi", onların birer özne olmaktan ziyade görsel birer nesneye dönüşmesine yol açmaktadır. Profilde yer alan marka linkleri ve hashtag (#) kullanımı, aile yaşantısının dijital reklam sektörüyle nasıl iç içe geçtiğinin somut bir kanıtıdır. Aslan ve Gül Ünlü'nün (2016, ss. 57-58) belirttiği gibi, fenomenlerin elde ettiği gelir, paylaşımlara gelen beğeni ve etkileşim sayısı ile doğru orantılıdır. Bu ekonomik döngü içerisinde aile yaşamının en mahrem kutlama anları, reklam verenler için güvenilirliği yüksek bir tanıtım zeminine dönüşmekte; böylece mahremiyet, korunması gereken etik bir sınırdan ziyade, dijital pazarda dolaşıma giren ve pazarlanan bir "meta" haline gelmektedir.

Sennett'in (1996) "kamusal insanın çöküşü" tezi bağlamında, bu içerik özel alanın narsisistik bir performansla kamusallaşmasıdır. Çocukların "şık ve bakımlı" sunumu, ebeveynin idealize edilmiş annelik kimliğini takipçilerine onaylatma aracıdır. Ancak bu onay mekanizması, çocuğun rızasının yokluğunu gölgelemekte ve Fuchs'un (2014) ifadesiyle çocuğu, ebeveynin ticari başarısı için değer üreten bir "dijital emek" kaynağına indirgemektedir. Sonuç olarak ebeveyn, çocuğun samimi ve doğal anlarını takipçilerin duygusal bağ kurabileceği birer içerik olarak sunarken, aile yaşamının sınırlarını

dijital platformların ve piyasanın talepleri doğrultusunda yeniden çizmektedir. Bu pratik, modern reklamcılıkta mahremiyetin metalaşmasının ve etik sınırların aşınmasının somut bir örneğidir.

Bu durum, modern reklamcılıkta mahremiyetin metalaşmasının somut bir örneğini teşkil etmektedir. Sosyal medya anneleri, çocuklarının samimi ve doğal anlarını, takipçilerin duygusal bağ kurabileceği içerikler olarak sunmakta ve böylece yüksek etkileşim elde etmektedirler. Bu yüksek etkileşim ise, doğrudan reklam gelirine ve iş birliklerine dönüşen bir ekonomik değere sahiptir. Sonuç olarak, çocukların yaşam alanı, reklam verenler için güvenilirliği yüksek bir tanıtım zemini oluşturmakta, bu da ebeveynlerin ticari kazancını artırırken, aile yaşamının sınırlarının giderek daha fazla dijital platformların talepleri doğrultusunda yeniden çizilmesine yol açmaktadır.

Görsel 2

Instagram Annelerine Ait Fotoğraflar



Not: Instagram nerminecandemir (nero) hesabında 22 Ekim 2021'de paylaşmıştır.

Görsel 2'de @nerminecandemir profilinde, ebeveyn ve çocuğun reklam verenin marka kimliğiyle uyumlu (turuncu renk paleti) bir kompozisyon sergiledikleri görülmektedir. Takipçilerden hediye çekilişi için markayı takip etmeleri ve arkadaşlarını etiketlemeleri yönündeki talep, senin de belirttiğin üzere, ebeveynlik deneyiminin doğrudan bir pazarlama stratejisine dönüştüğünü kanıtlamaktadır. Bu durum, Habermas'ın (2014) kamusal alanın "ticarileşmesi" eleştirisinin en somut örneğidir; çocuk ve ebeveyn arasındaki mahrem bağ, piyasa değerlerine hizmet eden bir etkileşim aracına dönüşmüştür. Görsel 2'de sergilenen paylaşım pratikleri, samimiyetin dijital ekonominin temel bir ham maddesi

haline geldiğini göstermektedir. Bu durum, Sennett'in (1996) mahrem olanın kamusal bir performans malzemesine dönüşmesi teziyle tam olarak örtüşmektedir. Ebeveyn; çocuğun sağlığı ve okul hazırlığı gibi özel hayat detaylarını kamusal alanda bir "çekiliş kurgusu" içinde sunarak, mahremiyetin koruyucu sınırlarını ekonomik bir fayda ve takipçi etkileşimi için araçsallaştırmaktadır. Keith ve Steinberg'in (2017, ss. 413-414) vurguladığı üzere, bu süreç çocukların dijital ayak izlerini pazarlamacıların erişimine açarak mahremiyetin sınırlarını piyasa dinamikleri lehine kalıcı olarak esnetmektedir. Böylece aile içi mahrem deneyimler, dijital ekonominin sürdürülebilirliği için tüketilen birer içeriğe dönüşmektedir.

Sonuç olarak Görsel 2, mahremiyetin sadece bir veri güvenliği meselesi değil, çocuğun rızası olmaksızın bir "reklam metası" (Fuchs, 2014) olarak konumlandırılmasıdır. Bu pratik, aile yaşamının sınırlarının artık ebeveynin duygularından ziyade, dijital platformların ve markaların talepleri doğrultusunda yeniden çizildiğini göstermektedir

Görsel 3

Instagram Annelerine Ait Fotoğraflar



Not: Instagram bahar_bozdog hesabında Nisan 2021'de paylaşılmıştır.

Görsel 3'te yer alan @bahar_bozdog hesabına ait "Sisters" temalı paylaşım, ebeveynlik pratiğinin ticari bir performans haline gelişini ve çocukluk evresinin mahremiyet sınırlarının piyasa lehine nasıl silindiğini göstermektedir. Bu veriyi analiz etmek için Neil Postman'ın (1994, s. 13) "Çocukluğun Yok Oluşu" çalışmasındaki temel tezler başvurmak elzemdir. Postman, çocukluğun biyolojik bir zorunluluk değil, kültürel bir "icat" olduğunu savunur. Matbaanın icadıyla birlikte bilgiye erişim "okuma yazma" becerisine bağlanmış, bu da yetişkinlerin dünyasını çocuklardan ayıran bir sınır ve mahremiyet alanı yaratmıştır. Postman'a göre bu sınır, yetişkinlerin dünyasına ait olan ekonomik kaygıları ve toplumsal sırları çocuklardan saklayarak onlara "korunaklı bir çocukluk" alanı tanımaktaydı.

Ancak Görsel 3'te çocukların üzerine iliştirilen @lcwaikiki, @zara ve @babybekcollection gibi marka etiketleri, Postman'ın uyardığı "bilgi hiyerarşisinin çöküşü"nü dijital evresini temsil etmektedir.

Postman, görsel medyanın (televizyon ve dijital ağlar) yetişkinlerin dünyasındaki ticari sırları ve ekonomik motivasyonları çocuklara açarak çocukluğu yok ettiğini belirtir. Kitabında, "Televizyonun her şeyi herkes için, her an erişilebilir kılması, yetişkinlik ile çocukluk arasındaki sınırları un ufak etmektedir" (Postman, 1994, s. 80) diyerek bu tehlikeye işaret eder. Görsel 3'teki çocuklar, birer oyun öznesi olmaktan çıkarılıp "reklam panosu" haline getirilerek, henüz idrak edemedikleri yetişkinlerin "ekonomik başarı" ve "pazarlama" dünyasına zorla dahil edilmişlerdir.

Bu süreçte çocukların "yetişkinleşmiş çocuk" (adultified child) imgesiyle sunulması, Postman'ın belirttiği gibi çocukluk evresinin özgünlüğünün piyasa mantığı tarafından istila edilmesidir (Postman, 1994, s. 120). Ebeveyn, çocuğun mahrem gelişim sürecini ve kardeşlik bağı, markalarla yaptığı iş birlikleri aracılığıyla birer "içerik" (meta) haline getirmektedir. Keith ve Steinberg (2017, ss. 413-414)'in belirttiği üzere, ebeveynler çocuklarının çevrimiçi ayak izlerini bu denli yoğun bir ticari etiketleme ile oluşturduklarında, çocukların verilerini pazarlamacıların denetimsiz erişimine sunmakta; mahremiyetin sınırlarını piyasa lehine kalıcı olarak esnetmektedirler. Görsel 3 analizi, mahremiyetin sadece bir veri güvenliği meselesi olmadığını, Postman'ın teorisinde vurguladığı gibi çocukluğun bir sosyal kategori olarak erimesini belgelemektedir.

Görsel 4

Instagram Annelerine Ait Fotoğraflar



Not: Instagram aysegullbayindir hesabında 21 Şubat 2021'de paylaşılmıştır.

Kişisel Instagram hesabında sosyolog, çocuk gelişimi uzmanı ve yazar olduğu görülen Ayşegül Bayındır, bu hesap üzerinden hem kendi yazdığı kitapların tanıtımını yapmakta hem de kızıyla ilgili içeriklere sıkça yer vermektedir. Kızının yaptığı etkinlikleri daha çok video üzerinden paylaşan Bayındır, annelere beslenme konusunda bilgi de vermektedir. Kızıyla paylaştığı içeriklerde, görsel açıdan dikkat çekici ve estetik fotoğraflar ön plandadır. Instagram Anneleri'nin paylaşımları genel

olarak incelendiğinde hem kendilerinin hem de çocuklarının görsel açıdan bakımlı ve şık içerikleri öne çıkmaktadır. Bu durum, paylaştıkları içeriklerde görselliğe dair hususların dikkatle ele alındığını ve bazı paylaşımların önceden kurgulandığını göstermektedir.

İngiliz sosyal bilimci Kevin Robins, Uyanık'ın (2009a) yaptığı söyleşide, kullanıcıların sosyal medya uygulamalarında kendilerini sergilemesini narsisizm olarak değerlendirir. Robins'e göre, kullanıcıların kendilerini güler yüzlü bir şekilde arkadaşlarıyla paylaşması, kendine duyulan hayranlıktan kaynaklanmaktadır ve bu paylaşım biçimini bir teşhir dünyası olarak görür. Ayrıca sosyal medya kullanıcılarının bireyci ve narsist paylaşımları, sosyal uygulamaların yaratıcı ve üretken amaçlar için kullanılmasını engellemektedir (Uyanık, 2009a).

Instagram uygulamasının fotoğraf ve video gibi görselliğe dayalı içeriklere uygun yapısı, insanların gösteriş tüketimi kullanımları noktasında kolaylık sağlar. Sosyal medya kullanıcıları, beğenilmek ve daha fazla etkileşim alabilmek için oluşturdukları profillerinde, özellikle kendileri ile ilgili olumlu içerik veya bilgileri paylaşarak beğeni toplama çabasına girmektedir. Örneklemimizi oluşturan Instagram Anneleri'nin paylaştıkları fotoğraflarda da, daha fazla etkileşim almak amacıyla olumlu içeriklerin öncelendiği görülmektedir. Daha fazla etkileşim, Instagram Anneleri'nin hem takipçilerinin gözünde olumlu bir imaj çizmesini sağlamakta hem de sayfalarının reklam verenlerin dikkatini çekmesine yardımcı olmaktadır. Bu durum, dijital platformların sunduğu görselliğe dayalı teşhir mekanizmasıyla birlikte, ebeveynlik kimliğinin ve çocukluk deneyiminin narsistik bir onay ve ticari kazanç döngüsü içinde tüketilmesini somutlaştırmaktadır.

8. Sonuç

Toplumsal yapıların ortaya çıkışıyla birlikte var olduğu düşünülen mahremiyet olgusu, mahrem mekanlar ve sınırlar içerisinde yaşanmıştır. Antik Yunan'da özel alanda (*oikos*) sınırları içerisindeki yaşam alanları olarak belirlenen mahremiyet bölgeleri, asıl şeklini modern zamanlarda almıştır. Modernizmle birlikte birçok yenilik toplumsal hayat üzerinde etkili olmuş ve demokrasi, kişi hakları ve özgürlükleri gelişerek bireyin hukuksal çerçevede bir değer olduğu kabul edilmiş ve bu yasal zemine oturtulmuştur. Ancak bireyin hukuksal zeminde kendisine yer bulan mahremiyet sınırları, iletişim teknolojilerinin getirdiği yeniliklere bağlı olarak bir değişim ve dönüşüm göstermiştir. İletişim teknolojilerinin yeni sosyalleşme, iletişim, eğlence alanı olan sosyal medya platformları, bu değişim ve dönüşümlerin yaşandığı sanal mecralardır. Sosyal medya platformları, kullanıcılarına, özel yaşamlarını kamuyla paylaşımlarına olanak sağlayarak mahremiyet sınırlarının aşınmasının önünü açmıştır.

Araştırmanın örneklemini oluşturan Instagram Anneleri özelinde bir değerlendirme yapıldığında, iletişim teknolojilerinin insanların hayatlarında önemli bir yer edinmesi ve bunun bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin mahremiyet sınırları ve özel hayatın korunması noktasında hem ülkemizde hem de dünya genelinde önemli bir sorunsal olarak karşımıza çıkmaktadır. Resmi olarak ebeveynlerin koruması altında olan çocukların çeşitli fotoğraf video vb. içeriklerinin sosyal medyada paylaşılması mahremiyet ihlali olarak değerlendirilebilir.

Ayrıca Instagram Anneleri'nin çocuklarına ait paylaşım (sharenting) hakkına sahip olmaları ve bu paylaşımların hamilelik süreciyle başlayıp devam etmesi uzun vadede çocukların mahremiyet ihlalleri noktasında sorunları da beraberinde getirebilir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerden çocukların paylaşımına (sharenting) ilişkin söz sahibi olmadığı göz önüne alındığında ve bu hakkın Instagram Anneleri'nde olduğu düşünüldüğünde, sosyal medya ortamdaki çocuklarının mahremiyetlerini koruma hakkı ve sorumluluğu ebeveynlerdedir. Instagram Anneleri'nin genel olarak paylaşımın (sharenting), getirdiği hem etkileşim hem de gelir gibi olumlu sonuçlara göre paylaşım yapmaya devam ettikleri görülse de bu paylaşımların uzun vadede etkileri önemli riskleri beraberinde getirebilir. Buna bağlı olarak sosyal medya çağında mahremiyetin korunması, hem bireysel farkındalık hem de toplumsal sorumluluk gerektiren önemli mesele hâline gelmiştir. Ebeveynlerin, özellikle

çocuklarına ilişkin paylaşımlar konusunda bilinçlendirilmesi; dijital ebeveynlik, etik medya kullanımı ve çocuk hakları konularında toplumsal farkındalığın artırılması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, yasal düzenlemelerin çocukların çevrimiçi ortamdaki haklarını koruyacak biçimde güncellenmesi gereklilik olarak görülmektedir. Instagram Anneleri örneğinde olduğu gibi, sanal kültürün sunduğu fırsatlarla birlikte mahremiyetin sınırlarının aşılması, çağımızın en kritik etik sorunlarından birini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının yalnızca bireysel ifade alanı değil, aynı zamanda toplumsal değerlerin yeniden üretildiği, ekonomik çıkarların öne çıktığı ve mahremiyetin yeniden tanımlandığı sanal bir kültür olduğu söylenebilir. Bu da bireylerin ve özellikle ebeveynlerin bu sanal mecralardaki rollerini sorgulamakta; çocukların korunması ve dijital etik bilincinin geliştirilmesi yönünde yeni tartışma alanları açmaktadır.

Bu bağlamda araştırma bulguları, sharenting pratiklerinin ebeveynlik rollerinin ötesinde, çocuk hakları ve mahremiyeti ekseninde ele alınması gereken çok boyutlu bir mesele olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital mecralarda çocuk haklarının korunabilmesi adına, mevcut medya okuryazarlığı eğitimlerinin 'dijital ebeveynlik etiği' çerçevesinde genişletilmesi ve toplumsal farkındalık çalışmalarının çocuk mahremiyetini merkeze alacak şekilde güçlendirilmesi faydalı görülmektedir. Ayrıca, politika yapıcıların ve eğitimcilerin bu alandaki yasal ve etik boşlukları doldurmaya yönelik geliştireceği stratejiler, dijital gelecekte çocukların özel hayatının korunması açısından kritik önem taşımaktadır. Sonuç olarak bu çalışma; dijitalleşen dünyada çocuk haklarının sürdürülebilir bir zemine oturtulması için disiplinler arası bir bakış açısının ve ortak bir toplumsal bilincin gerekliliğine işaret etmektedir.

Makale Bilgi Formu

Yazar Notu: Makalede kullanılan tüm görseller için gerekli kullanım izinleri temin edilmiş olup, ilgili süreçte 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu hükümlerine uygun hareket edilmiştir.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Yapay Zeka Bildirimi: Bu çalışmada yalnızca İngilizce metinlerin çeviri yardımı ve dil kontrolü amacıyla ChatGPT (GPT-4o-mini) modeli kullanılmıştır. Tüm içerik, yazarın özgün katkısını yansıtmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.

Kaynakça

Arendt, H. (2012). *İnsanlık durumu* (B. S. Şener, Çev.). İletişim Yayınları.

Aslan, A. ve Gül Ünlü, D. (2016). Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: Instagram fenomenlerinin gözünden bir değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 57-58. <https://izlik.org/JA84ZT92LD>

Avcı, İ. ve Yıldız, E. (2019). Fenomenlerin güvenilirlik, çekicilik ve uzmanlık özelliklerinin marka tutumu, satın alma niyeti ve elektronik kulaktan kulağa pazarlama üzerindeki etkileri: Instagram örneği. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(38), 85-107. <https://doi.org/10.35343/kosbed.569351>

Bauman, Z. (2011). *Modernite, postmodernite ve ötesi: Entelektüel söyleşiler* (S. Öztürk, Çev.). Say Yayınları.

Birleşmiş Milletler. (2018). *Çocuk haklarına dair sözleşme*. UNICEF. <https://www.unicef.org/turkiye/çocuk-haklarına-dair-sözleşme>

- Blum-Ross, A. ve Livingstone, S. (2017). Sharenting, parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110–125.
<https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1223300>
- Briggs, A. ve Burke, P. (2004). *A social history of the media: From Gutenberg to the Internet* (2. bs.). Polity Press.
- Çelikoğlu, N. (2008). *Mahremiyet: Kişiyeye ait özel alanlar tartışması*. İskenderiye Yayınları.
- Dacheux, E. (2012). *Kamusal alan*. Ayrıntı Yayınları.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu* (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, D. L., Coombs, C., Constantiou, I., Duan, Y., Edwards, J. S., ... ve Upadhyay, N. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice: Transforming education, work and life. *International Journal of Information Management*, 55, 102170. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102170>
- Fuchs, C. (2014). *Dijital emek ve Karl Marx*. Nota Bene Yayınları.
- Giddens, A. (2014). *Mahremiyetin dönüşümü*. Ayrıntı Yayınları.
- Göle, N. (2001). *Modern mahrem*. Metis Yayınları.
- Habermas, J. (2014). *Kamusallığın yapısal dönüşümü*. İletişim Yayınları.
- Keith, B. E. ve Steinberg, S. (2017). Parental sharing on the internet: Child privacy in the age of social media and the pediatrician's role. *JAMA Pediatrics* 171, 413–414.
<https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2016.5059>
- Kellner, D. (1996). *Medya gösterisi* (Z. Paşalı, Çev.). Açılım Kitap.
- Laclau, E. ve Mouffe, C. (1992). *Hegemonya ve sosyalist strateji*. Birikim Yayınları.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media*.
<http://tr.scribd.com/doc/13217586/Whatis-Social-Media-iCrossing-eBook>
- Ní Bhroin, N., Dinh, T., Thiel, K., Lampert, C., Staksrud, E. ve Ólafsson, K. (2022). The privacy paradox by proxy: Considering predictors of sharenting. *Media and Communication*, 10(1), 371–383.
<https://doi.org/10.35343/kosbed.569351>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4. bs.). Sage Publications.
- Postman, N. (1994). *Çocukluğun yok oluşu*. (C. Kanat, Çev.). İmge Kitabevi.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323–343.
<https://izlik.org/JA58SW87AG>
- Öztimur, N. (2006). *Modernleşme sürecinde birey*. Bağlam Yayınları.
- Şener, G. (t.y.). Sosyal ağlarda mahremiyet ve yeni mahremiyet stratejileri.
https://www.academia.edu/4029958/Sosyal_a%C4%9Flarda_mahremiyet_ve_yeni_mahremiyet_stratejileri
- Sennett, R. (1996). *Kamusal insanın çöküşü* (S. Durak ve A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal*, 66(4), 839–884.

- Thompson, J. B. (1997). Kamusal alanın dönüşümü (S. Alankuş Kural, Çev.). *İLEF Yıllık '94*. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi. (t.y.). *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*.
https://cdn.tbmm.gov.tr/TbmmWeb/Anayasa/anayasa_2018.pdf
- Uyanık, F. (2009). *Kevin Robins: Sosyal medya eylemsizliği teşvik ediyor*. BBC Türkçe.
http://www.bbc.co.uk/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100306_superguc_kevinrobins.shtml
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. Epsilon Yayıncılık.
- We Are Social & Hootsuite. (2022). *Dijital 2022 küresel genel bakış raporu*.
<https://recrodigital.com/dunyada-ve-turkiyede-internet-sosyal-medya-kullanimi-2022>
- Yeğen, C. ve Yanık, H. (2015). Yeni medya ile değişen tüketim anlayışı: Kadınların Instagram üzerinden alış-veriş pratiği. T. Kara ve E. Özgen (Eds.), *Ağdaki şüphe: Bir sosyal medya eleştirisi* içinde (ss. 103–132). Beta Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. Baskı). Seçkin Yayıncılık.