



Uluslararası Sosyal
Bilimler Akademisi
Dergisi (USBAD)

International Journal of
Social Sciences
Academy (IJSA)



Yıl 7, Year 7, Sayı 20, Issue 20, Aralık 2025, December 2025

e issn: 2687-2641

Özgünlük kontrolü



Authenticity process

DOI: 1807210

Makale türü: Araştırma
makalesi

Article type: Research
article

Geliş tarihi 20.10.2025

Submitted date

Kabul tarihi 18.12.2025

Accepted date

Elektronik yayın tarihi 20.12.2025

Online publishing date

Atıf Bilgisi / Reference Information

Turan Eroğlu, D. (2025). Habermas'ın Kamusal Alan Kuramı Bağlamında Dijital Ebeveynlik: Sosyal Medyada Momfluencer Pratikleri. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademisi Dergisi / International Journal of Social Sciences Academy*, 7(20), 1407-1433.

HABERMAS'IN KAMUSAL ALAN KURAMI BAĞLAMINDA DİJİTAL EBEVEYNLİK: SOSYAL MEDYADA MOMFLUENCER PRATİKLERİ

Dilek TURAN EROĞLU¹

Öz

Bu çalışma, Jürgen Habermas'ın kamusal alan teorisinin merceğinden dijital ebeveynlik uygulamalarını inceleyerek, anne etkileyicilerinin anneliğe dair özel deneyimlerini sosyal medyada kamusal olarak paylaşılan ve sosyal açıdan anlamlı anlatılara nasıl dönüştürdüklerine odaklanmaktadır. Araştırma, Instagram gibi dijital platformların, annelerin çağdaş medya kültürü içinde kimlik, görünürlük ve topluluk ilişkilerini müzakere ettikleri yeni kamusal alanlar olarak nasıl işlev gördüğünü incelemektedir. Nitel bir araştırma tasarımı ve içerik analizi yöntemi kullanılarak, çalışma seçilen anne etkileyicileri tarafından paylaşılan sözlü ve görsel materyalleri sistematik olarak analiz etmektedir. Biyografilerinde açıkça "anne" olarak tanımlanan ve ebeveynlik ve aile hayatıyla ilgili içerikleri düzenli olarak paylaşan yedi annenin herkese açık Instagram hesabını seçmek için amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Takipçi

¹ Öğr. Gör. Dr., Anadolu Üniversitesi, dteroglu@anadolu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-1760-6127.

sayıları 94.300 ile 4,7 milyon arasında değişen profiller, Eylül ve Ekim 2025 arasında incelenmiştir. Tematik analiz yoluyla, ebeveynlik uygulamaları, anne kimliği inşası, duygusal ifade ve çocuk yetiştirme yaklaşımları gibi temel temalar belirlenmiştir. Bulgular, dijital platformların özel ve kamusal alanlar arasındaki sınırları nasıl yeniden şekillendirdiğinin anlaşılmasına katkıda bulunmayı ve anneliğin çevrimiçi ortamlarda hem kişisel hem de kolektif bir söyleme nasıl dönüştüğünü göstermeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışma, duygusal iletişimin, paylaşılan deneyimlerin ve aracılı görünürlüğün dijital çağda anneliğin toplumsal anlamını yeniden tanımladığı bir "dijital anne kamusal alanı"nın ortaya çıkışını vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Habermas, Kamusal Alan, Sosyal Medya, Momfluencer.

Digital Parenting in the Context of Habermas's Public Space Theory: Momfluencer Practices in Social Media

Abstract

This study explores digital parenting practices through the lens of Jürgen Habermas's public sphere theory, focusing on how momfluencers transform private experiences of motherhood into publicly shared and socially meaningful narratives on social media. The research examines how digital platforms such as Instagram function as new public arenas where mothers negotiate identity, visibility, and community within contemporary media culture. Using a qualitative research design and the content analysis method, the study systematically analyzes verbal and visual materials shared by selected momfluencers. A purposeful sampling method was employed to select seven publicly accessible Instagram accounts of mothers who explicitly identify as "moms" in their biographies and regularly share content related to parenting and family life. The profiles, with follower counts ranging from 94,300 to 4.7 million, were examined between September and October 2025. Through thematic analysis, key themes such as parenting practices, maternal identity construction, emotional expression, and approaches to child-rearing were identified. The findings aim to contribute to the understanding of how digital platforms reshape the boundaries between private and public spheres, illustrating how motherhood becomes both a personal and collective discourse in online environments. In

doing so, the study highlights the emergence of a “digital maternal public sphere,” where emotional communication, shared experiences, and mediated visibility redefine the social meaning of motherhood in the digital age.

Keywords: Habermas, Public Sphere, Social Media, Momfluencer.

GİRİŞ

Modern hayat, Max Weber'in ortaya koyduğu rasyonelleşme kavramıyla şekillenir. Weber'e göre modern toplumlarda bireyler ve kurumlar, geleneksel ve duygusal davranışlardan ziyade hesaplanabilir, öngörülebilir ve sistematik bir biçimde hareket eder. Günlük yaşamda, iş dünyasında ve eğitim sisteminde her şey ölçülebilir hedefler ve kurallar çerçevesinde organize edilir. Bu süreç, bireylerin zamanını, emeğini ve kaynaklarını en verimli şekilde kullanmalarını sağlarken, başarıyı da ölçülebilir kriterlerle tanımlar. Henry Ford'un sanayi üretim modeli, modern hayatın rasyonelleşmesini ve standartlaşmasını somutlaştırır. Montaj hattı, işin küçük parçalara bölünmesi ve her parçanın ölçülebilir performansla değerlendirilmesi, üretimde verimliliği artırırken bireysel emeğin sayılarla ifade edilmesini sağlar. Bu yaklaşım, modern insanın yaşamına da yansır: başarı, artık gözle görülür çabadan çok, ölçülebilir çıktı ve performans göstergeleri ile ölçülür. İş dünyasında yapılan iş saatleri, üretilen ürün miktarı veya hedeflenen satış rakamları, modern başarı ölçütlerinin erken örnekleridir.

Günümüzde bu yaklaşım, sosyal medyada sayısal göstergeler üzerinden başarıyı ölçme biçimine evrilmiştir. Like sayıları, takipçi sayıları, paylaşım ve yorumlar, bireylerin sosyal alandaki “başarılarını” nicel olarak ortaya koyar. Tıpkı Ford'un üretim hattında her ürünün sayılması gibi, modern birey de sosyal medya ortamında görünürlüğünü ve etkisini sayılarla ifade eder. Bu sayısallaştırma, ekonomik boyutla birleşerek para kazanma fırsatına dönüşebilir; influencer'lar, içerik üretiminde daha çok etkileşim alan gönderilerle gelir elde eder. Böylece, modern hayatın rasyonelleşmesi ve sayısallaştırılmış üretim anlayışı, başarı kavramının da niceliksel bir ölçüte dönüşmesine yol açar. Eskiden başarı; sosyal statü,

görevde ilerleme veya üretimde katkı ile tanımlanırken, günümüzde sosyal medya etkileşimleri, dijital görünürlük ve ekonomik kazanç gibi göstergelerle ölçülür. Bu süreç, bireyleri görünürlük ve performans odaklı yaşamaya yönlendirir, geleneksel değerleri ikincil hale getirir ve başarının sayılarla ifade edilmesini modern hayatın temel karakteristiklerinden biri haline getirir.

Birisi bankadan nakit çektiğinde, para yatırdığında, gelişigüzel bir şekilde ışığı veya musluğu açtığında, mektup gönderdiğinde veya telefonla araması yaptığında, modern sosyal yaşamı mümkün kılan geniş, güvenli ve koordineli eylem ve olay alanlarını dolaylı olarak fark eder. Elbette, her türlü aksaklık ve çöküş de yaşanabilir ve şüphecilik veya düşmanlık tutumları gelişebilir ve bu da bireylerin bu sistemlerden bir veya daha fazlasından kopmasına neden olur. Ancak çoğu zaman, günlük eylemlerin soyut sistemlere nasıl uyarlandığı, kabul edilmiş bir şekilde, bu sistemlerin (kendilerinden beklenen bağlamlarda, çünkü aynı zamanda birçok beklenmedik sonuç da doğururlar) ne kadar etkili bir şekilde işlediğine tanıklık eder (Giddens, 1990, s. 113). Giddens' a göre yaşam sakince orada duran topluma bağlı değildir. Modernite ile kurumları yeniden üreten, insanların çeşitlenen yaşam pratikleri ile gelişen organik bir canlıdır. O yinelenen toplumu soyolojinin merkesizine alır.

Ritzer McDonaldization kavramını tüketim kültürünü ifade etmek için ortaya atmıştır. McDonald's, modernleşmeyi, rasyonalizasyonu, verimliliği ve kültürel homojenliği açıklayan sosyolojik bir olgudur. McDonald's, bir fast-food restoranını ve kapitalizmin yayılmasını simgeleyen bir kavram haline gelmiştir. Çalışanların ve müşterilerin standart bir yapıya kavuştuğu McDonalddlaştırma, rasyonalizasyon ve öngörülebilirlik; birçok kurum ve topluluk tarafından örnek alınmaktadır. McDonald's sistemi, vasıfsız çalışanlar tarafından bile neyin, ne zaman ve nasıl işe yaradığının tekrarlayan ve otomatik bir şekilde uygulanmasına dayanır. Böylece McDonald's, son derece rutinleşmiş, kalıplaşmış ve tekrarlayan bir bürokratik örgütsel yapı oluşturur (Boje, 2017). McDonalddlaştırma süreci aynı zamanda

hesaplanabilirliği de içerir. Çalışma hayatının McDonaldlaştırılmasında, hesaplanabilirlik öncelikle üretimi ve hizmeti sayılara indirger (Ritzer, 2019, s. 194).

Kamusal Alanda Ebeveynlik

İlk olarak Jürgen Habermas tarafından kuramsallaştırılan kamusal alan kavramı, bireylerin toplumsal meseleler hakkında özgürce tartışıp fikir alışverişinde bulunabilecekleri, ideal olarak devlet denetiminden ve ekonomik baskılardan bağımsız bir alanı ifade eder. Twitter, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformları, kullanıcıların fikirlerini paylaşımlarına, konuları tartışmalarına, kolektif eylemler düzenlemelerine ve bilgileri geniş bir kitleye yaymalarına olanak tanıdıkları için giderek daha fazla dijital kamusal alan olarak yorumlanmaktadır. Yurttaşlar ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmamış bir tarzda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabildiklerinde kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar. Bu tür bir iletişimin daha genel bir kamusal gövde içinde gerçekleşmesi, bilginin muhataplarına aktarılmasını ve onların etkilenmesini mümkün kılacak özgül araçları gerektirir. Günümüzde gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal alanım iletişim araçlarıdır (Habermas, 2004, s. 95).

Sosyal medya, katılım engellerini azaltarak ve farklı seslerin kamusal tartışmalara katkıda bulunmasını sağlayarak tartışmaya erişimi demokratikleştirir. Ancak dijital kamusal alan, Habermas'ın ideal modelinden birkaç yönden farklılık gösterir: algoritmik küratörlük, ticari çıkarlar, yankı odaları ve performatif etkileşimler, rasyonel-eleştirel tartışmayı çarpıtabilir. Bu zorluklara rağmen, sosyal medya hâlâ kamusal alanın daha geniş hedefleriyle uyumlu bir şekilde, sivil katılım, kamusal müzakere ve kolektif kimlik oluşumu için bir alan olarak işlev görmektedir (Papacharissi, 2002).

Dijital çağda ebeveyn olmak ise başka tanım ve algı gerektirmektedir. Yurdakul ve diğerlerine (2013) göre dijital ebeveynlik; dijital çağın gereksinimlerine göre hareket eden, temel düzeyde dijital araçlara hâkim, imkanların farkında olan, çocuklarını bu ortamlardaki risklere karşı koruyabilen, gerçek hayatta olduğu gibi sanal ortamda da kişi haklarına saygılı olmayı çocuklarına aşılayan, hızla değişen ve gelişen teknolojik yeniliklere açık olan bireyler olabilmektir.

Ebeveynlik, bireylerin çocukların fiziksel, duygusal, sosyal ve bilişsel gelişimini desteklemek için bakım, rehberlik ve eğitim sağladığı süreçleri ifade eder. Çocukların sağlıklı büyümesini sağlamayı, değer ve normları aktarmayı, bağımsızlığı teşvik etmeyi ve sosyal uyumu kolaylaştırmayı amaçlar. Ebeveynlik uygulamaları kültürel, sosyal ve ekonomik bağlamlarda farklılık gösterir ve değişen toplumsal normlara göre gelişir (Bornstein, 2019).

Değişen teknolojilerle birlikte ebeveynlik algısı ve pratikleri de değişmiştir. İnternet ve blogların erişilebilirliğinin artması ile ebeveynlik deneyimlerini yazılarla paylaşmak yaygınlaşırken yeni medya ile birlikte söz konusu içerik üretimlerinin şekli ve içerik üretim nedenleri farklılaşmıştır. Annelik blog yazarlığı ve Instagram ünlülüğü artık bir hobiden çok daha fazlası haline geldi. İçerik oluşturmak, çoğu internet ünlüsü için genellikle bir kariyerdir. Bu içeriğin oluşturulması ve başarısının güvence altına alınması için önemli miktarda dijital emek harcanır. Aile odaklı internet ünlüleri, birlik ve beraberlik içinde mutlu bir aile imajını yaymaya çalışırlar (Abidin, 2017).

Momfluencerlık (mother + influencer), annelerin kişisel deneyimlerini, ebeveynlik pratiklerini ve gündelik yaşamlarını sosyal medya üzerinden paylaşarak hem bireysel hem de kamusal bir kimlik inşa ettiği bir dijital fenomendir. Bu bağlamda sosyal medyada annelerin özel alana ait deneyimlerini (örneğin çocuk bakımı, ev düzeni, duygusal zorluklar) kamusal tartışmanın parçası haline getirdiği yeni kamusal alanlara dönüşmektedir.

Instagram'da, bir momfluencer genellikle bir anne olarak günlük deneyimlerini paylaşır; ürünler, aile rutinleri ve çocuklarıyla yapılabilecek aktiviteler hakkında tavsiyelerde bulunur. Bir başka deyişle sosyal medyada annelik kimliği üzerinden paylaşımlar yaparak kalabalık takipçi kitlelerini paylaşımlarıyla etkilen anneler momfluencer denilmektedir. Momfluencer'lar içerik yayınlamanın yanı sıra, çevrimiçi etkileşimler aracılığıyla takipçileriyle aktif olarak etkileşim kurarlar. Soruları yanıtlar, tavsiyelerde bulunur ve yorumlarda ve özel mesajlarda kişisel deneyimlerini paylaşırlar (Germic vd., 2021). Birçoğu ayrıca, annelerin anneliğin zorluklarıyla başa çıkmalarına yardımcı olmak için zamanı etkili bir şekilde yönetme, organize olma ve çoklu görev yapma konusunda rehberlik eder (Holiday vd., 2020).

Momfluencer'lar, benzer deneyimlere sahip diğer annelerle bağlantı kurma ve destek grupları oluşturma amacı güderler. Bu, yalnızlık hissini azaltabilir ve sosyal destek ağı oluşturabilir. Anne vlogger'ların temel motivasyonları para kazanmak, günlük yaşamlarını kaydetmek ve ücretli işlerinden ayrıldıktan sonra finansal ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayarak bireysel kimliklerini ve değerlerini geliştirmektir (Zhou vd.,2022).

Sosyal medya platformları, özellikle Instagram, bireylerin fikir alışverişinde bulunduğu, deneyimlerini paylaştığı ve Habermas'ın kamusal alan kavramsallaştırmasına uygun olarak tartışmalara katıldığı dijital kamusal alanlar olarak anlaşılabilir (Habermas, 1989; Papacharissi, 2002). Bu bağlamda, anne-insan etkileşimcileri (momfluencer'lar), yani ebeveynlik deneyimlerini çevrimiçi olarak paylaşan anneler, bu dijital kamusal alanda aktif katılımcılar olarak hareket ederler. Çocuk bakımı, ebeveynlik uygulamaları ve aile hayatı hakkında bilgi yaymanın yanı sıra, takipçileri arasında destek ve diyalog toplulukları da oluştururlar. Geleneksel kamusal alanlar gibi, bu etkileşimler de norm oluşumuna, kolektif kimlik inşasına ve kamusal müzakereye katkıda bulunur; ancak bu etkileşimler aracılı ve algoritmik olarak düzenlenmiş bir ortamda gerçekleşir (Couldry & Hepp, 2017).

Ancak, Habermas'ın rasyonel-eleştirel tartışma ideal modelinin aksine, anne-insan etkileşimcileri alanı, normatif ebeveynliğin söylemini ve temsilini şekillendiren ticarileşme, görünürlük metrikleri (beğeniler, takipçiler) ve anneliğin performatif sunumundan etkilenir. Bununla birlikte, Instagram ve benzeri platformlar annelerin kendi bakış açılarını dile getirmelerine, ebeveyn kimlikleri üzerinde müzakere etmelerine ve anneliğe ilişkin daha geniş toplumsal anlayışları etkilemelerine olanak tanıyarak, modern, dijital olarak aracılık edilen bir kamusal alan işlevi görüyor. Couldry ve Hepp (2017), bu dijitalleşmiş kamusal alanların, bireylerin sosyal gerçekliklerini inşa etme süreçlerinde medya altyapıları ve sembolik yapılarla nasıl iç içe geçtiğini, medya teknolojilerinin ve dijital altyapıların sosyal yaşamın her alanına derinlemesine nüfuz etmesi ve bireylerin sosyal ilişkilerini ve toplumsal yapıları yeniden şekillendirmesi ile açıklar.

Bu çalışma, annelerin dijital kamusal alanlarda ebeveynlik deneyimlerini nasıl paylaştıklarını anlamak için Instagram tabanlı momfluencer hesaplarını incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle, momfluencerların annelik deneyimlerini sunma, ebeveynlik normlarını şekillendirme ve yansıtma ve aile hayatı ve çocuk bakımı hakkındaki kamuoyu tartışmalarını etkileme biçimlerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu dinamikleri inceleyerek araştırma, dijital medya, ebeveynlik uygulamaları ve sosyal etkileşim arasındaki kesişimi aydınlatmayı ve anneliğin çevrimiçi alanlarda nasıl müzakere edildiğine ve temsil edildiğine dair içgörüler sunmayı amaçlamaktadır. Bu çalışma annelerin sosyal medyayı bilgi paylaşmak ve destek aramak için nasıl kullandıklarını vurgulayarak dijital ebeveynlik uygulamalarının anlaşılmasına katkıda bulunması ve Instagram'ın dijital bir kamusal alan olarak nasıl işlev gördüğünü, topluluk oluşumunu, diyalogu ve Habermas'ın teorik çerçevesi doğrultusunda normların müzakeresini nasıl kolaylaştırdığını göstermesinden dolayı önem taşımaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma için nitel araştırma yaklaşımı olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi “sözel, yazılı ve diğer materyallerin içerdiği mesajı, anlam ve/veya dilbilgisi açısından nesnel ve sistematik olarak sınıflandırma, sayılara dönüştürme ve çıkarımda bulunmadır” (Tavşancıl & Aslan, 2001, s. 22).

Örnekleme dahil olan annelerin hesapları Eylül 2025-Ekim 2025 tarihleri aralığında detaylı incelemeye tabi tutulmuştur. Bu çalışmada amaçlı örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örnekleme seçilen kişilerin ya da objelerin, araştırmacının amaçlarına en uygun yanıtı verebilecek birey ve objeler arasından seçilmesidir. Seçimde ölçüt kolaylık yanında amaca uygunluktur (Aziz, 2008, s. 55). Örneklem belirlemede kullanıcıların hesaplarının annelik konusu üzerine odaklanmaları ve bio da hesap tanıtımını anne olmak üzerinde yapmaları, hesapların herkese açık olması ve takipçi sayılarının fazlalığı dikkate alınmıştır. Aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere örnekleme dahil edilen yedi Instagram annesine ait profiller analiz edilmiştir. Instagram profilleri en fazla 4,7milyon en az 94300 bin arasında değişen takipçi sayısına sahip Instagram annelerinin profilleri incelenmiştir. Tematik analiz kullanılarak, ebeveynlik uygulamaları, annelik kimlikleri ve çocuklara yaklaşım ile ilgili temel temaları belirlemiştir. Bu yaklaşım, dijital platformların ebeveyn deneyimlerini sosyal medyada nasıl gösterildiğini ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasını sağlar.

BULGULAR VE YORUM

Tablo 1. Momfluencerların hesap bilgileri

Hesap	Takipçi Sayısı:	Gönderi Sayısı	Biyografi
@bebek_mutfagii	313.000	358	Gıda kalite kontrol ve analiz bölümü diplomalı

Dilek TURAN EROĞLU

			ve bol gıda sertifika sahibi bir anne
@puremomblog	29800	1929	Annelik, vegan tarifler ve sağlıklı yaşam üzerine içerikler
@krystianatiana	4,7 milyon	616	Aileme hoş geldiniz. R'nin eşi ve 5 çocuk annesi
@nohahamid	159000	1936	Tampa, Florida merkezli bir anne, seyahat, yaşam tarzı ve annelik
@american.turkish.mom	147000	641	Long Island'da yaşayan bir anne, seyahat ve günlük yaşam üzerine içerikler
@Uykusuz Anneler Kulübü	151000	6615	Ukusuz anneler ve babalar yalnız değilsiniz! Ebeveynlerin şefkat alanına hoş geldiniz.
@Anneysen	94300	2209	Anne ve anne adaylarının buluşma noktası. Araştırmacı anneler burada! Siz de hemen katılın.

Tablo 1'deki hesaplar, dijital annelik kültürünü ve “momfluencer” kimliğini farklı biçimlerde temsil eden örnekler olarak seçilmiştir. Her biri, anneliğin toplumsal, kültürel ve kişisel yönlerini farklı temalar üzerinden sunmaktadır. @bebek_mutfagii ve @puremomblog hesapları sağlıklı beslenme, çocuk gelişimi ve ebeveynlik pratikleri odağında içerikler üretirken; @krystianatiana ve @nohahamid çok kültürlü kimlik ve göçmen annelik deneyimlerini öne çıkarmaktadır. @american.turkish.mom Türk ve Amerikan kültürleri arasında annelik

Habermas'ın Kamusal Alan Kuramı Bağlamında Dijital Ebeveynlik: Sosyal Medyada Momfluencer Pratikleri

rollerini karşılaştırmalı biçimde ele alırken, @Uykusuz Anneler Kulübü ve @Anneysen ise topluluk temelli paylaşımlar aracılığıyla dayanışma ve duygusal destek alanları yaratmaktadır. Bu hesaplar, kamusal alanda annelik temsillerinin çeşitliliğini ve dijital mecralarda annelik söyleminin nasıl inşa edildiğini göstermesi bakımından önemli örneklerdir.

Momfluencerların paylaşımlarının içerik analizleri sonucu ortaya çıkan ve temel temalar olarak belirlenen ebeveynleri bilgilendirme ve destekleme, idealize edilmiş annelik kimliği ve çocuklara yaklaşım örnekleri aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 2. Momfluencer Hesaplarının Ebeveynlik Bilgilendirme ve Destek Uygulamalarına Yönelik Örnekleri

Hesap	Paylaşım tarihi	Gönderi	Gönderi metni
@bebek_mutfagi	16 Ekim 2024		Öğrenmesini istediğin arkadaşlarına göndermeyi unutma. Siz biliyor muydunuz? Ben İlay bebekken öğrendim ve hep bu şekilde salladım. Oturmaya başladığı an salıncaklarda eğlendi.

Dilek TURAN EROĞLU

@puremomblog	9 Eylül 2025		Bazen ihtiyacınız olan motivasyonun yarısını giyinmek sağlayabilir. Paylaşımın altına bırakacağım bağlantı ile evde spor salonuna gitmiş gibi spor yapabilirsiniz.
@krystianatian a	17 Ekim 2025		Gelin hastanede yardımcı olacak hemşirelere teşekkür sepetini birlikte hazırlayalım.
@nohahamid	3 Ağustos 2025		Fransa'nın İtalya sınırında Menton dayım ve birkaç dakika içinde buraya taşınmak istiyorum

Habermas'ın Kamusal Alan Kuramı Bağlamında Dijital Ebeveynlik: Sosyal Medyada Momfluencer Pratikleri

@american.turkish.mom	24 Temmuz 2025		Anlamalı ekran süresi için kızım için alternatifler arar dururdum. İşte bir tanesini paylaşıyorum.
@Uykusuz Anneler Kulübü	10 Eylül 2025		Sezen Aksu'nun "Geçer" şarkısı ile "neler neler geçmedi ki"
@Anneysen	17 Temmuz 2024		Harika fikir. Artık her öğün sonrası bebeği yıkamaya son.

Tabloda verilen örneklerde @bebek_mutfagii hesabı salıncakların bebek henüz oturmaya başladıktan sonra bile kullanımının kolaylıkla yapılabilmesinin yolunu öğretmek için bir paylaşım yaparken, @Anneysen de benzer şekilde bebeğin kirlenmeden yemek yemesinin ip ucunu veriyor. @puremomblog egzersiz için diğer anneleri motive etmeyi deniyor. @krystianatiana hastane hemşerilerine teşekkür etmenin alternatif yollarını paylaşırken @nohahamid ziyaret edip çok beğendiği bir şehri tanıtıyor. @american.turkish.mom çocuklara yönelik anlamlı ekran kullanımı için bir alternatif tanıtırken @Uykusuz Anneler Kulübü zorluklara karşı ebeveynliğin en zor uykusuz ve öz-bakımdan uzak günlerin geçeceğini anlatıyor.

Tablo 3. Momfluencer Hesaplarında İdealize Edilmiş Annelik Kimliğine Yönelik Örnekler

Hesap	Paylaşım tarihi	Gönderi	Gönderi Metni
@bebek_mutfagii	19 Haziran 2024		“Her şey seninle güzel” şarkısı ile Canım Ailem metni fotoğraf üzerinde yazan “Birbirini seven insanların çocukları daha güzel oluyormuş” açıklaması ile veriliyor.

Habermas'ın Kamusal Alan Kuramı Bağlamında Dijital Ebeveynlik: Sosyal Medyada Momfluencer Pratikleri

@puremomblog	19 Eylül 2025		Sonbahara her geçen gün daha da yaklaşıyoruz."Oh my love In my heart so much love" şarkısı ile veriliyor.
@krystianatiana	12 Ekim 2025		Çocuklara kendi evlerini yapmalarına izin verince iki evi de benim temizlemem gerekiyor.
@nohahamid	10 Ekim 2025		Tipik bir sabah
@american.turkish.mom	4 Haziran 2025		Ama önce kahve

@Uykusuz Anneler Kulübü	31 Temmuz 2025		Bir çocuğun üç ebeveyni vardır. Annesi, babası ve annesi ve babasının ilişkisi. Bu üçüncü ebeveyn çok önemlidir.
@Anneysen	7 Nisan 2024		Çocukla araba yolculuğu

Tablo 2 de gösterilen bulgular @bebek_mutfagii ve @Uykusuz Anneler Kulübü hesaplarının ideal anne kimliğini mutlu aile paylaşımı yoluyla, @krystianatiana ve @Anneysen hesapları çok şeyi aynı anda yapabilen ve çocukları için zoru başaran anneler olarak ve @puremomblog, @nohahamid ve @american.turkish.mom ideal anne kimliğini kendisine de vakit ayıran kitap okuyarak ya da kahve içerek kendisi için zaman ayıran anneler olarak sunmuşlardır.

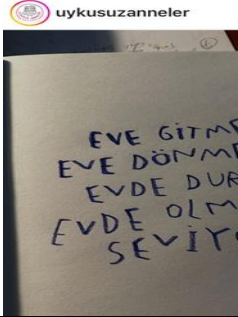
Tablo 3. Momfluencer Hesaplarında Çocuklara Yaklaşım Örnekleri

Hesap	Paylaşım tarihi	Gönderi	Gönderi İçeriği

Habermas'ın Kamusal Alan Kuramı Bağlamında Dijital Ebeveynlik: Sosyal Medyada Momfluencer Pratikleri

@bebek_mutfagii	9 Eylül 2025		Sebze sevmeyen çocuklar için bir alternatif sunmaktadır. Sebzeli kuskus pilavını çocuğu ile yapan bir anne.
@puremo mblog	26 Eylül 2025		Çocuğun doğru beslenmesi için yemeyi eğlence haline getiren çocukla paylaşılan bir gönderi
@krystiana tiana	8 Eylül 2025		Kızının saçlarını farklı şekillerde nasıl yaptığını anlatan bir paylaşım

Dilek TURAN EROĞLU

@nohaham id	13 Ağust os 2025		Yurtdışı seyahatinde çocuğu ile eğlenceli vakit geçiren annenin paylaşımları
@american .turkish.m om	30 Mayıs 2025		Ekran süresini azalt ve olumlu alışkanlıklar kazandır
@Uykusuz Anneler Kulübü	30 Ekim 2024		Kısacası evde olmayı seviyoruz.

Habermas'ın Kamusal Alan Kuramı Bağlamında Dijital Ebeveynlik: Sosyal Medyada Momfluencer Pratikleri

@Anneyse n	7 Eylül 2024		Eksik parçayı bazen de çocuklar tamamlar.
---------------	--------------------	---	---

@bebek_mutfagii, @puremomblog, @krystianatiana, @nohahamid, @american.turkish.mom, @Uykusuz Anneler Kulübü, @Anneysenhesaplarında annelerin çocuklarıyla iletişim ve etkileşim biçimlerinde birlikte eğlenme, öğrenme ve üretme faaliyetleri görülmektedir. Çocuklarıyla vakit geçiren anneler faaliyetlerini momfluencer olarak kullandıkları hesaplarda paylaşıırken çocuklarının mutlu ve anne ile ilişkilerinin olumlu olduğu izlenimi takipçilere yansıtmaktadır.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Jürgen Habermas'ın kamusal alan teorisinden yola çıkarak, "moodfluencer" olgusu, özel deneyimlerin (özellikle annelikle ilgili olanların) kamusal söylem alanına nasıl girdiğinin bir dönüşümü olarak anlaşılabilir. Habermas'a (1989) göre kamusal alan, bireylerin ortak kaygılar hakkında rasyonel-eleştirel tartışmalara girmek için bir araya geldikleri iletişimsel bir alandır. Geleneksel olarak bu alan, kafeler, salonlar veya basılı medya gibi fiziksel mekanlarda kök salmıştır. Ancak dijital çağda, Instagram, YouTube ve TikTok gibi sosyal medya platformları, bireylerin kimlik, topluluk ve otorite üzerine müzakere ettiği yeni kamusal alanlar olarak ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, kişisel deneyimlerini, ebeveynlik tavsiyelerini ve yaşam tarzı içeriklerini çevrimiçi olarak paylaşan anneler olan "moodfluencer"lar, aile hayatının

özel yönlerini kamusal olarak tüketilebilir anlatılara dönüştürüyor. Bu dijital performanslar aracılığıyla annelik yalnızca kişisel bir yolculuk değil, aynı zamanda kamusal alana dolaylı bir katılım biçimi haline geliyor. Bu etkileyiciler, izleyicileri çocuk bakımı, duygusal refah ve toplumsal beklentiler hakkında sohbetlere dahil ederek etkili bir şekilde "dijital anne kamusal alanı" inşa ederler.

Ancak, Habermas'ın rasyonel-eleştirel tartışma idealinin aksine, momfluencer alanı duygusal iletişim ve deneyimsel özgünlük yoluyla işler. Rasyonaliteden duyguya bu geçiş, kamusal alanın sınırlarının dijital çağda duygusal ve gündelik söylem biçimlerini de içerecek şekilde nasıl genişlediğini göstermektedir. Aynı zamanda, birçok momfluencer marka ortaklıkları ve sponsorlu içerikler aracılığıyla nüfuzlarını paraya çevirdiğinden, bu alan görünürlük ekonomisi ve tüketimcilikle iç içe geçmiştir.

Bu nedenle, momfluencerlık, Habermas'ın kamusal alan anlayışını hem genişletir hem de karmaşıktırır. Özel olanın kamusal hale geldiği, duygunun rasyonaliteyle bir arada var olduğu ve kişisel anlatıların toplumsal ve ticari önem kazandığı melez bir alanı temsil eder.

Instagram'daki momfluencer hesapları @bebek_mutfagii, @puremomblog, @krystianatiana, @nohamid ve @american.turkish.mom, @Uykusuz Anneler Kulübü, @Anneysen-anneliğin dijital kamusal alanlarda nasıl icra edildiğini ve müzakere edildiğini göstermektedir. Habermas'ın kamusal alan kavramına (1989) uygun olarak, bu platformlar annelerin ebeveynlik deneyimlerini paylaşımlarına, pratik bilgi alışverişinde bulunmalarına ve diğer ebeveynlerle tartışmalara katılmalarına olanak tanır. Bebek beslenmesi, bütüncül yaşam, günlük aile rutinleri ve kültürel ebeveynlik uygulamaları hakkında paylaşımlarda bulunarak, bu hesaplar kolektif ebeveynlik normlarının ve anneliğe dair ortak anlayışların oluşumuna katkıda bulunur. Dahası, Instagram'ın etkileşimli özellikleri (yorumlar, beğeniler, doğrudan mesajlar ve hikâye anketleri) takipçilerin aktif olarak katılmalarını sağlayarak, ebeveynlik bilgisinin yayıldığı ve geliştiği aracılı, katılımcı bir topluluk yaratır. Bu dijital alanlar aracılığıyla,

momfluencer'lar yalnızca bilgi ve duygusal destek sağlamakla kalmıyor, aynı zamanda toplumun annelik beklentilerine meydan okuyor, onları yeniden doğruluyor veya yeniden şekillendiriyor; böylece Instagram'ı ebeveynlik uygulamaları ve aile hayatı hakkında kamuoyunun tartıştığı çağdaş bir arenaya dönüştürüyor (Papacharissi, 2002; Couldry & Hepp, 2017).

İncelenen hesaplarda ebeveynlerin birbirine deneyim aktarımı yapması, “yalnız değilsin” mesajını güçlendiren temel bir iletişim stratejisi olarak öne çıkmaktadır. Özellikle @Uykusuz Anneler Kulübü ve @Anneysen gibi topluluk temelli platformlarda anneler, yaşadıkları zorlukları, çözüm yollarını ve duygusal süreçlerini paylaşarak hem bilgi hem de duygusal destek sunmaktadır. Bu tür paylaşımlar, anneliğin bireysel bir sorumluluk olmaktan çıkıp kolektif bir öğrenme süreci haline geldiğini göstermektedir. “Ebeveynler arası öğrenme” olarak tanımlanabilecek bu etkileşim, hem pratik bilgi aktarımını (örneğin uyku düzeni, beslenme, oyun önerileri) mümkün kılar hem de annelerin sosyal izolasyonunu azaltır. Böylece dijital alan, dayanışmanın ve empatik iletişimin güçlendiği bir destek ağına dönüşür; annelik deneyimi yalnızlık yerine paylaşım, öğrenme ve güçlenme ile yeniden tanımlanır.

Derinlemesine görüşmeler kullanan nitel bir araştırma tasarımı, momfluencer ve takipçilerinin dijital ortamlarda anneliği nasıl inşa ettiklerini, müzakere ettiklerini ve deneyimlediklerini incelemek için kullanılabilir. Hem hesap sahiplerinin hem de hedef kitleleriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yaparak, araştırma, dijital platformların iyi annelik, topluluk desteği ve öz sunum kavramlarını nasıl şekillendirdiğini ortaya koyabilir.

KAYNAKÇA

Aziz, A. (2008). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri (4.baskı). Ankara: Nobel Yayınları.

- Boje, D. M. (2017). Theatres of Capitalism, <https://www.cairn.info/revuemanagement-2018-1-page-667.htm> (Erişim Tarihi: 10. 09. 2021).
- Bornstein, M. H. (Ed.). (2019). *Handbook of parenting* (3rd ed.). Routledge.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Germic, E. R., Eckert, S., & Vultee, F. (2021). The Impact of Instagram Mommy Blogger Content on the Perceived Self-Efficacy of Mothers. *Social Media + Society*, 7(3), 205630512110416. <https://doi.org/10.1177/20563051211041649>
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford University Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press.
- Habermas, J. (2004). "Kamusal Alan". Kamusal Alan (iç.). Der. ve Çev. Meral Özbek. İstanbul: Hil Yayın. 95-102.
- Holiday, S., Densley, R. L., & Norman, M. S. (2020). Influencer Marketing Between Mothers: The Impact of Disclosure and Visual Brand Promotion. *Journal Of Current Issues & Research in Advertising*, 42(3), 236–257. <https://doi.org/10.1080/10641734.2020.1782790>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Ritzer, G. (2019). Toplumun McDonaldlaştırılması. (Çev. Akın Emre Pilgir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri. İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Yurdakul, I. K., Dönmez, O., Yaman, F., ve Odabaşı, H. F. (2013). Dijital ebeveynlik ve değişen roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12(4), 883-896.
- Zhou, K. Z., Shen, B., Zimmer, F., Xia, C., & Tong, X. (2022). More Than a Wife and a Mom: A Study of Mom Vlogging Practices in China. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2206.11843>

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Bu çalışma, Jürgen Habermas'ın kamusal alan kavramının teorik çerçevesi içinde dijital ebeveynlik uygulamalarını incelemeyi ve sosyal medya fenomeni ("momfluencer") olarak hareket eden annelerin özel annelik deneyimlerini kamusal olarak paylaşılan, sosyal açıdan anlamlı ve duygusal anlatılara nasıl dönüştürdüklerine odaklanmayı amaçlamaktadır. Dijital iletişim bağlamında, Instagram gibi sosyal medya platformları, annelerin kimlik, topluluk ve duygusal emek konularında müzakere ettikleri yeni kamusal alanlar haline gelmiştir. Bu araştırma, anneliğin çevrimiçi ortamda nasıl temsil edildiğini, aracılık edildiğini ve paraya dönüştürüldüğünü analiz ederek, dijital medyanın özel ve kamusal alanlar arasındaki sınırları nasıl yeniden şekillendirdiğini ve duygusal iletişimin dijital çağda nasıl bir kamusal söylem biçimi haline geldiğini anlamaya çalışmaktadır. Araştırma, içerik analizi yöntemini kullanarak nitel bir yaklaşım benimsemektedir. Biyografilerinde kendilerini açıkça "anne" olarak tanımlayan ve ebeveynlik ve aile hayatı hakkında düzenli olarak içerik paylaşan yedi annenin herkese açık Instagram profili, amaçlı örneklem yoluyla seçilmiştir. Veri seti, Eylül ve Ekim 2025 arasında paylaşılan ve takipçi sayıları 94.300 ile 4,7 milyon arasında değişen gönderileri kapsamaktadır. Ebeveynlik uygulamaları, anne kimliği inşası, duygusal ifade ve çocuk yetiştirme yaklaşımlarıyla ilgili baskın kalıpları belirlemek için hem görsel hem de metinsel materyaller tematik olarak analiz edilmiştir. Tematik analiz, dijital iletişimin çevrimiçi annelik alanında etkileşimi, topluluk oluşturmaya ve sosyal onayı nasıl desteklediğine odaklanmıştır. Analiz üç ana tematik küme ortaya koymuştur: (1) bilgilendirici ve destekleyici ebeveynlik içeriği, (2) idealize edilmiş anne kimliği ve (3) çocuklara ve bakım uygulamalarına yönelik tutumlar. Anne etkileyicileri genellikle kişisel anlatıları sosyal etkileşim ve pazar odaklı içerikle harmanlayarak paylaşılan deneyimin aracıları olarak işlev görürler. @bebek_mutfagii ve @puremomblog gibi hesaplar beslenme ve refahı vurgularken, @krystianatiana ve @nohahamid kültürlerarası anneliği ve aile seyahatlerini ön plana çıkarır. @Uykusuz Anneler Kulübü ve @Anneysen, stres, yorgunluk ve duygusal emekle başa çıkan anneler için dayanışma alanları yaratan topluluk temelli etkileşimi örneklendiriyor. Bu profillerde annelik hem kişisel bir yolculuk hem de kolektif bir proje olarak temsil ediliyor. Özen, empati ve özgünlük dili söylemlerine hâkim olarak dijital bir "anne kamusal alanı" inşa ediyor. Duygusal hikâye anlatımı, ilişkilendirilebilir imgeler ve katılımcı iletişim (yorumlar, beğeniler, hikâyeler ve doğrudan mesajlar), kullanıcılar arasındaki

duygusal bağları güçlendiriyor. Bu katılımcı yapı, akran öğrenimini ve paylaşılan dayanıklılığı destekleyerek annelerin "iyi annelik" kavramını reçeteyle değil diyalog yoluyla müzakere etmelerini sağlıyor. Habermas'ın teorisinden yola çıkan çalışma, momfluencer olgusunun kamusal iletişime duygusal ve deneyimsel boyutlar katarak kamusal alanın sınırlarını yeniden tanımladığı sonucuna varıyor. Habermas kamusal alanı rasyonel-eleştirel bir alan olarak öngörürken, dijital anne kamusu duygusal iletişim, somutlaştırılmış anlatılar ve görünürlüğe dayalı etkileşim yoluyla işliyor. Ancak, anneliğin dijital kamusal alanı çelişkilerden muaf değildir. Ticarileştirme, algoritmik görünürlük ve influencer markalaşması, annelik özgünlüğünü metalaştırabilir ve neoliberal üretkenlik ve mükemmellik ideallerini yeniden üretebilir. Bu gerilimlere rağmen Instagram, annelerin kimliklerini ifade ettikleri, dayanışma aradıkları ve geleneksel normlara meydan okudukları erişilebilir ve katılımcı bir ortam sunar. Sonuç olarak çalışma, anne influencer'ların yalnızca yaşam tarzlarını pazarlamakla kalmayıp aynı zamanda kültürel aracılık da yaptıklarını göstererek dijital medya ve cinsiyet üzerine güncel tartışmalara katkıda bulunmaktadır; samimiyet, ticaret ve kolektif öğrenmeyi harmanlayan söylemsel alanlar yaratmaktadır. Bu dijital anne ağları, rasyonel tartışmadan duygusal alışverişe geçişi örnekleyerek, Habermas'ın kamusal alanının, kişisel yaşamın meşru bir kamusal anlam üretme alanı haline geldiği duygusal olarak ağlanmış iletişim alanlarına evrilmesine işaret eder.

Etik Onay: Bu araştırma etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Harici hakemli.

Yazar Katkısı: Çalışma tek bir yazar tarafından yürütülmüş, yazılmış ve son haline getirilmiştir.

Çıkar Çatışması: Yazar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedir.

Mali Destek: Herhangi bir mali destek alınmamıştır.

Yapay Zeka Kullanım Beyanı: Bu makalenin araştırılmasında, yazımında veya yayınlanmasında hiçbir yapay zeka aracı kullanılmamıştır.

Teşekkür: Yazar, özellikle Habermas olmak üzere, bu çalışmaya teorik bakış açılarıyla rehberlik eden akademisyenlere teşekkürlerini sunar. Ayrıca, beslenme ve esenliği vurgulayan @bebek_mutfagii ve @puremomblog hesaplarına,

kültürlerarası annelik ve aile seyahatlerini ön plana çıkaran @krystianatiana ve @nohahamid hesaplarına, @Uykusuz Anneler Kulübü ve @Anneysen hesaplarına özel olarak teşekkür ederiz. Yazar ayrıca dil düzeltmeleri için yapay zekaya teşekkür eder.

EXTENDED ABSTRACT

This study aims to explore digital parenting practices within the theoretical framework of Jürgen Habermas's concept of the public sphere, focusing on how mothers who act as social media influencers ("momfluencers") transform their private maternal experiences into publicly shared, socially meaningful, and affective narratives. In the context of digital communication, social media platforms such as Instagram have become new forms of public arenas where mothers negotiate identity, community, and emotional labor. By analyzing the ways in which motherhood is represented, mediated, and monetized online, this research seeks to understand how digital media reshapes the boundaries between private and public spheres and how emotional communication becomes a form of public discourse in the digital age. The research employs a qualitative approach using the method of content analysis. Seven publicly accessible Instagram profiles of mothers who explicitly define themselves as "moms" in their bios and share regular content on parenting and family life were selected through purposive sampling. The data set covers posts shared between September and October 2025, with follower counts ranging from 94,300 to 4.7 million. Both visual and textual materials were analyzed thematically to identify dominant patterns related to parenting practices, maternal identity construction, emotional expression, and approaches to child-rearing. The thematic analysis focused on how digital communication fosters interaction, community-building, and social validation within the online maternal sphere. The analysis revealed three major thematic clusters: (1) informative and supportive parenting content, (2) idealized maternal identity, and (3) attitudes toward children and caregiving practices.

Momfluencers often function as mediators of shared experience, blending personal narratives with social engagement and market-oriented content. Accounts such as @bebek_mutfagii and @puremomblog emphasize nutrition and well-being, while @krystianatiana and @nohahamid foreground cross-cultural motherhood and family travel. @Uykusuz Anneler Kulübü and @Anneysen

exemplify community-based interaction, creating solidarity spaces for mothers coping with stress, fatigue, and emotional labor. Across these profiles, motherhood is represented as both a personal journey and a collective project. The language of care, empathy, and authenticity dominates their discourse, constructing a digital “maternal public sphere.” Emotional storytelling, relatable imagery, and participatory communication (comments, likes, stories, and direct messages) reinforce affective connections among users. This participatory structure supports peer learning and shared resilience, enabling mothers to negotiate the meaning of “good motherhood” through dialogue rather than prescription. Drawing on Habermas’s theory, the study concludes that the momfluencer phenomenon redefines the boundaries of the public sphere by introducing emotional and experiential dimensions into public communication. While Habermas envisioned the public sphere as a rational-critical domain, the digital maternal public operates through affective communication, embodied narratives, and visibility-based interaction. However, the digital public sphere of motherhood is not free from contradictions. Commercialization, algorithmic visibility, and influencer branding can commodify maternal authenticity and reproduce neoliberal ideals of productivity and perfection. Despite these tensions, Instagram provides an accessible and participatory medium through which mothers articulate identity, seek solidarity, and challenge traditional norms. Ultimately, the study contributes to contemporary debates on digital media and gender by showing that momfluencers not only market lifestyles but also perform cultural mediation creating discursive spaces that blend intimacy, commerce, and collective learning. These digital maternal networks exemplify a shift from rational debate to affective exchange, signaling the evolution of Habermas’s public sphere into emotionally networked communication arenas where personal life becomes a legitimate site of public meaning-making.

Ethical Approval: This research does not require ethics committee approval.

Peer Review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: The study was conducted, written, and finalized by a single author.

Conflict of Interest: The author declares no potential conflict of interest.

Financial Support: No financial support was received.

AI Use Declaration: No artificial intelligence tools were used in the research,

writing, or publication of this article.

Acknowledgement: The author expresses appreciation to the scholars whose theoretical insights guided this study, particularly Habermas. Also, special thanks goes to the accounts @bebek_mutfagii and @puremomblog emphasize nutrition and well-being, while @krystianatiana and @nohahamid foreground cross-cultural motherhood and family travel. @Uykusuz Anneler Kulübü and @Anneysen. The author also thanks to AI for language corrections.