

PAPER DETAILS

TITLE: Sosyal Medyada Annelik

AUTHORS: Hava ÖZKAN,Betül UZUN ÖZER

PAGES: 222-229

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2009375>



Motherhood in Social Media

Sosyal Medyada Annelik

Hava Özkan¹, Betül Uzun Özer^{*2}

ABSTRACT

The values and judgments of the society in which the woman lives are effective factors in gaining the role of motherhood. Today, it is thought that the increasing use of social media with the development of technology may also be effective in gaining the role of motherhood. With this planned review, it is aimed to examine how motherhood is handled in social media and the effect of this situation on women's motherhood role. For the study planned as a compilation, "motherhood", "motherhood role", "social media", "motherhood in social media", "women in social media" and related words were found in electronic databases (PubMed, Science Direct, Web of Science, Cochrane and Mendeley). scanned. Although motherhood is generally handled with the "good mother" and "bad mother" dilemma in social media, motherhood is accepted as a sacred life event that all women want on these platforms. In the studies conducted, it has been concluded that mothers generally use social media to meet their social support needs, to be a good mother and to gain admiration, and that social media is an effective factor in gaining motherhood role and adaptation to motherhood. In addition, it has been stated in these studies that the use of social media puts pressure on women to be a better mother, and cases of neglect and abuse occur as a result of sharing photos and videos of the child. As a result, the use of social media is an effective factor in women's maternal role acquisition and adaptation to motherhood. The accuracy of the information shared on these platforms, which reach large audiences, must be questioned.

Key words: Motherhood, Role, Social Media, Adaptation.

ÖZET

Kadının içinde yaşadığı toplumun değer ve yargıları, annelik rolü kazanımında etkili birer faktördür. Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte artan sosyal medya kullanımının da annelik rolü kazanımında etkili olabileceği düşünülmektedir. Planlanan bu derleme ile sosyal medyada anneliğin nasıl ele alındığı ve bu durumun kadınların annelik rolü üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Derleme niteliğinde planlanan çalışma için “annelik”, “annelik rolü”, “sosyal medya”, “sosyal medyada annelik”, “sosyal medyada kadın” ve bağlantılı kelimeler elektronik veri tabanlarında (PubMed, Science Direct, Web of Science, Cochrane ve Mendeley) taranmıştır. Sosyal medyada annelik genel anlamda “iyi anne” ve “kötü anne” ikilemi ile ele alınmakla birlikte bu platformlarda annelik bütün kadınların istedikleri kutsal bir yaşam olayı olarak kabul edilmiştir. Yapılan çalışmalarda genel olarak annelerin, sosyal destek ihtiyaçlarını karşılamak, iyi bir anne olmayı başarmak ve beğeni kazanmak amacıyla sosyal medyayı kullandıkları, sosyal medyanın annelik rol kazanımı ve anneliğe uyumda etkili bir faktör olduğu sonucu elde edilmiştir. Ayrıca bu çalışmalarda sosyal medya kullanımının kadın üzerinde daha iyi bir anne olmak için baskı oluşturduğu, çocuğa ait fotoğraf ve videoların paylaşılması sonucu ihmal ve istismar olgularının meydana geldiği belirtilmiştir. Sonuç olarak sosyal medya kullanımı, kadınların annelik rol kazanımlarında ve anneliğe uyumlarında etkili bir faktördür. Geniş kitlelere ulaşan bu platformlarda paylaşılan bilgilerin doğruluğunun mutlaka sorgulanması gerekmektedir.

Anahtar kelimeler: Annelik, Rol, Sosyal Medya, Uyum.

Received / Geliş tarihi: 04.10.2021, Accepted / Kabul tarihi: 29.01.2022

¹ Atatürk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü

² Amasya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü

*Address for Correspondence / Yazışma Adresi: Betül Uzun Özer, Amasya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, İpekköy Yerleşkesi Merkez/Amasya -TÜRKİYE, E-mail: betul123uzun@gmail.com

Özkan H., Uzun Özer B. Sosyal Medyada Annelik. TJFMPC, 2022;16(1): 222-229.

DOI: 10.21763/tjfmprc.1004604

GİRİŞ

Bir toplumdaki kültürel değerlerin aktarılması ancak neslin devam etmesiyle mümkündür. Bu nedenle çocuk sahibi olmak kültürün temel yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. Fakat geçmişten itibaren çocuk sahibi olmak ile ebeveynlerin cinsiyetleri arasında bir eşitsizlik olduğu, çocuk sahibi olmanın sadece annelik ile eşdeğer görüldüğü bilinmektedir.^{1,2} Özellikle geleneksel toplumlarda kadının birincil görevinin doğurmak, anne olmak olduğu bilinen bir gerçektir.² Günümüzde ise annelik, kadınlar için başarılması gereken bir sorumluluk olarak görülmektedir.³

Annelik, gebe kalmak ile başlayan, fizyolojik ve psikolojik birtakım değişikliklerin yaşanması ile devam eden, doğumun gerçekleşmesiyle birlikte dünyaya gelen bebeğin tüm ihtiyaçları ile ilgilenmeyi gerektiren ve kadının uyum sağlaması gereken bir süreçtir.⁴ Türk Dil Kurumu (TDK) ise anneliği, anne olma niteliği, anneye yakışan davranış olarak tanımlamaktadır.⁵ Fakat anneliğe yakışan davranışın ve annelik rolünün ne olduğu belirtilmemektedir.

Annelik rolü, toplumların kendi değer ve yargılarına göre şekillenen bir durumdur. Bu durum esas olarak toplum tarafından kadına atfedilen roller ile belirlenmektedir. Dolayısıyla toplumların toplumsal cinsiyet algısının anneliğe yakışan davranışları ve annelik rolünü belirlediği söylenebilir.⁴

Günümüzde özellikle sosyal medyada kadın veya anne olmak konusu popüler tartışma konularından biridir ve bu konu hakkında oldukça büyük kitlelere ulaşan söylemler üretilmektedir. İlgili söylemlerde kadınsı davranışların ve iyi bir anne olmanın kuralları bulunmaktadır.⁶ Hemen hepsi toplumun cinsiyetçi bakış açısıyla şekillenen ve kadına ekstra yük getiren bu kurallar özellikle kadın cinsiyetini olumsuz etkilemektedir. Ayrıca bu söylemlere maruz kalan kadınlar kendilerini daha fazla baskılanmış hissedebilmektedir.⁷

Günümüzde teknolojiye yaşanan gelişmeler sayesinde kadından beklenen anneliğe ilişkin davranışlar, toplumların geleneksel bakış açılarından sıyrılıp sosyal medyanın ürettiği ve genel geçer olduğu varsayılan annelik formlarına göre belirlenmektedir.⁸ Yani annelik kimliğinin geleneksellikten sıyrılmaya başladığı ve sosyal medya tarafından yeniden inşa edildiği söylenebilir. Bu nedenle yapılan çalışmaların daha çok iletişim teknolojilerine ve sosyal medyaya odaklandığı görülmektedir.⁹ Bu derleme ile sosyal medyada anneliğin nasıl ele alındığı ve sosyal medya kullanımının kadınların annelik rolü kazanımlarındaki etkisini incelemek amaçlanmıştır.

Toplumsal Bir Kavram Olarak Kadın ve Annelik

“Kadın”, biyolojik olarak belirlenmiş cinsiyet olmanın yanı sıra, toplumların bakış açısına göre yorumlanabilen, insanların üzerinde konuşabildikleri ve nasıl davranması gerektiği hakkında açıklamalar ürettikleri bir söylem olarak da tanımlanabilir.¹⁰ Özellikle toplumumuzda bu söylemi destekleyen açıklamalar olduğu görülmektedir. Örneğin TDK toplumda var olan bu söylemden etkilenecek “kadın” kelimesini, biyolojik bir kavram olmanın çok daha ötesinde erişkin dişi, analık ve ev yönetimi bakımından gereken erdemleri, becerileri olan, hizmetçi bayan şeklinde tanımlamaktadır.¹¹ Tarih boyunca bu tanımların ortaya çıkmasında ve şekillenmesinde topluma dair birtakım özelliklerin etkili olduğu düşünülmektedir.

Bireyin içinde yaşadığı toplumun eğitim durumu, sosyo-ekonomik düzeyi ve kültürel değerleri kadın kavramını belirlemekte ve kadının, doğumundan itibaren yaşam tarzı, davranış kalıpları, rol ve sorumlulukları toplumun cinsiyetçi bakış açısına göre şekillenmektedir. Bu durum çocukluk çağından itibaren gerek oynadıkları oyuncaklar gerek eğitim sistemi gerekse de medya tarafından pekiştirilerek kadın sınırlandırılmaktadır.^{9,12,13}

Tarih boyunca kadın kimliği üzerine farklı anlamların yüklendiği ve bu durumun geçmişten günümüze farklılık göstererek süregeldiği bilinmektedir. Yakın zamana kadar ülkemizde kadınlık, ev işleri ve annelik üzerinden tanımlanmıştır.¹² Sanayi devrimiyle birlikte kadınların çalışma hayatında daha fazla yer edinmelerine ve toplumdaki statülerini yükseltmelerine rağmen yine de cinsiyetleri nedeniyle toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinden daha fazla etkilendikleri, her türlü ayrımcılık ile baskıya maruz kaldıkları bilinmektedir.⁹

Kadınları toplumsal yaşamda en fazla baskıya maruz bırakan ve aynı zamanda da yaşamlarındaki en önemli kararlardan birisi anne olmaktır. Anne olmak, eş veya partnerlerin ebeveyn olma kararı alması ile başlayan, gebelik döneminde gelişen, esasen doğum sonu dönemde şekillenen ve yaşam boyu devam bir süreçtir.^{14,15} Bu süreç bazen planlı ve istendik olabilirken bazen plansız ve istenmeden de oluşabilmektedir.¹⁶ Literatürde anne olmak konusunda kadınlar üzerinde ciddi bir baskının olduğu ve kadınların hem bu baskıdan kurtulmak hem de toplumda değer görmek, statü sahibi olmak amacıyla anne olmayı istedikleri konusunda görüş birliği bulunmaktadır.^{2,15} Bu nedenle annelik, özellikle geleneksel bakış açısına sahip toplumlarda kadına bakış açısının bir göstergesi olarak yorumlanabilmektedir. Dolayısıyla bir toplumun kadın algısı ve kadına yönelik bakış

açısı değıştikçe her kadının anneliği çok daha farklı deneyimleyeceği söylenebilir.¹⁶

Doğum sonu dönem özellikle anneliği ilk kez deneyimleyen kadınlar için oldukça zor bir süreçtir. Bu süreç, kadın için bir paradoks olmakla birlikte sosyo-kültürel pek çok faktörden etkilenmektedir. Bu durum da kadın için yeni rol ve sorumlulukları getiren annelik rolüne uyumu zorlaştırabilmektedir.² Bireyin meydana gelen değışikliklere alışmak için kalıtsal olmayan morfolojik ve fizyolojik değışiklikler kazanması yani adaptasyon göstermesi, uyum olarak tanımlanmıştır. Meydana gelen fizyolojik ve psikolojik değışikliklerle birlikte yeni rol ve sorumluluklara uyum sağlamak, bu sürecin olumlu bir deneyim ve sağlıklı bir şekilde devam etmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir.¹⁷

Annenin fizyolojik ve psikolojik sağlık durumu, beden imajı algısı, annelik rolünde yaşanan belirsizlik, babanın bebek bakımına katılmaması, bebek bakımından sadece annenin sorumlu olması, yaşanan toplumun kültürel değerleri, toplumun kadın ve anneliğe bakış açısı, toplumsal cinsiyet algısı, kadının anneliğinin sürekli yargılanması ve ne yapması gerektiği hakkında söylemlerde bulunulması, anneliğe uyumu etkileyen faktörlerden bazılarıdır.^{18,19} Ayrıca son zamanlarda yukarıda yer verilen tüm bu faktörlere ek olarak kültürel kimliklerin dönüştürülmesi ve meydana gelen popüler kültürün etkisiyle sosyal medyada; yeni anne kimliklerinin oluşturulması, nasıl iyi anne olunacağı, iyi anne olmayı başaran kadınların özellikleri, anneliğin olumlu veya olumsuz yönleri, annelerin sıklıkla yaptığı hatalar ve yaşadıkları problemler hakkında yapılan paylaşımlar, kadınların annelik deneyimini ve anneliğe uyumunu etkileyebilmektedir.^{20,21} Popüler kültür, geçmiş yaşam alışkanlıkları ile günümüz toplum yapısı arasında bir köprü kurmuş ve kişisel bir süreç olan anneliği toplumsal bir boyuta taşımıştır. Ayrıca annelik kodlarını yeniden üretmiş ve kişileri edilgenleştirmiştir. Böylece sosyal medyanın annelik rolü üzerindeki etkisi görülmeye başlanmıştır.²¹

Sosyal Medyada Annelik

Geçmişte annelik ve bebek bakımı hakkında merak edilen konular kitap ve gazetelerde ele alınmaktayken günümüzde bireyler merak ettiklerinden çok daha fazlasına sosyal medya aracılığıyla erişebilmektedirler. Bu anlamda sosyal medyanın kullanıcılara büyük kolaylıklar sağladığı gerçeği yadsınamaz. Sosyal medya ayrıca bireylerin yaşam tarzlarını şekillendirme özelliğine de sahiptir. Özellikle anneliğin sosyal medyada ele alınması kadınlara “ideal anneliğin” ne olduğu konusunda yol

gösterir ve annelerde davranış değışikliği oluşmasına yol açar.²

Günümüzde sosyal medya ve internet, anneler için oldukça değerli bir destek kaynağı haline gelmiş ve kadınların gebelik ve ebeveynlik deneyimlerinde devrim yaratmıştır. Bu sanal destek, kadınların anneliğe geçişte karşılaştıkları zorluklarla başa çıkmasına yardımcı olur, memnuniyeti artırır, anne ve çocuğun fizyolojik ve psikolojik sağlığını olumlu anlamda etkiler.²²

Sosyal medyada kadınlar sıklıkla annelik rolleriyle temsil edilmekte ve temsil edilen annelik, esasen toplumun ataerkil bakış açısıyla şekillenmektedir. Medyada “iyi anne” ve “kötü anne” başta olmak üzere “çalışan anne, hırslı anne, cani anne, korkunç anne, fedakâr anne, seven anne” gibi çeşitli ikilemlerle karşılaşılmaktadır. Medyada yer alan ikilemler cinsiyetçi bakış açısının etkisiyle oluşmuştur.²² Ayrıca sosyal medyada annelik bütün kadınların istedikleri kutsal bir yaşam olayı olarak ele alınmaktadır. Bu durum kadınlar üzerinde yoğun bir baskının yaşanmasına sebep olmaktadır. Özellikle ünlü kadınların annelik deneyimlerini ve çocuklarını paylaşması kadınları anne olma konusunda baskılamaktadır.²³

Sosyal medyada iyi bir anne olmak kimi zaman bebek bakımına ilişkin en kaliteli ürünleri kullanmakla bağdaştırılmaktadır. Annelerin bebek bakımına ilişkin kullandıkları malzemelerin kalitesi onların iyi anne olup olmadıklarının göstergesi olarak ele alınmaktadır. Böylece sosyal medyada annelik tüketime dayandırılmakta ve bu durum belirli ürünlerin sosyal medyada pazarının oluşmasına sebep olmaktadır.²⁴

Sosyal medyanın kullanım amaçlarından birisi de kadınlara nasıl iyi bir anne olacağını öğretmektir.²⁵ Hachisuka ve Sugiyama²⁶ yaptıkları çalışmada sosyal medyayı aktif olarak kullanan kadınların, aslında “iyi ve muhteşem bir anne” olmak için çabaladıklarını saptamıştır. Bu durum anneleri o an için tatmin etse de kadın üzerinde oluşturulan baskı neticesinde hem annelik kimlik gelişimleri hem de ruhsal sağlıkları olumsuz etkilenmektedir.¹³ Fakat medyada anneler sevgi dolu ve neşeli yani ruhsal açıdan sağlıklı kadınlar olarak betimlenmektedir.²⁷ Tam bir karmaşa olan bu durum kadınların da duygusal olarak karmaşık bir dönem yaşamalarına sebep olabilmektedir.

Esasen çocuk bakımı üzerine odaklanan bu platformlarda yer verilen ve kadın sağlığını önemli ölçüde etkilediği düşünölen bir diğer alan da doğum yapan kadının bedeni hakkında üretilen söylemlerdir. Literatürde yapılan çalışmalar, sosyal medyayı aktif olarak kullanan kadınların diğer

kullanıcıların paylaşımlarından etkilendiklerini ve bu durumun kadınların beden imajı algılarını etkileyen önemli bir faktör olduğunu göstermiştir.^{28,29} Cinsiyetçi bakış açısının etkisiyle şekillenen, fiziksel görünümün çekici olmanın temel özelliği olarak kabul edildiği bu platformlarda yer alan paylaşımların annede kaygıya sebep olduğu ve sağlığa zararlı davranışlara yönelttiği gerçeği unutulmamalıdır.³⁰

Annelerin Sosyal Medya Kullanımının Emzirme Durumlarına Etkisi

Amerikan Pediatri Akademisi (AAP), Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve Emzirme Tıbbı Akademisi (ABM) dâhil olmak üzere büyük sağlık kuruluşları, yaşamın ilk 6 ayı boyunca yalnızca emzirmenin devam etmesi gerektiğini ve 2 yaşına kadar tüm bebeklerin emzirilmesini önermektedir.³¹⁻³³ WHO ve Amerikan Jinekoloji ve Obstetrik Derneği (ACOG) gibi kuruluşlar ise emzirmeyi önermekle kalmamış emzirme haklarının desteklemesi adına “Support Mums To Breastfeed Any Time, Any Where”, “Lets Make It Work” gibi sloganlar ve çeşitli önerilerle harekete geçmiştir.^{34,35} Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF) da yayınladığı bir raporda toplum içerisinde emzirmeye yapılan müdahalelerin engellenmesi ile emzirme oranlarının 2,5 kat artacağını belirtmiştir.³⁶

Doğum sonrası dönemde kadınların sıklıkla bebek bakımı ve emzirme konularında sosyal medyaya başvurdıkları bilinmektedir. Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler ve sosyal medyanın kullanımının hızla artması sanal platformlarda emzirme danışmanlığı destek gruplarının oluşmasına yol açmıştır. Sosyal medya aracılığıyla kendilerine destek olabilecek kişi veya gruplarla tanışan kadınlar aynı zamanda diğer kadınlara da destek verebilmektedirler.³⁷

Son zamanlarda annelik ve teknolojinin kesişen noktalarını inceleyen araştırmalar, sosyal medya fenomeni haline gelen ve özellikle yeni anne olmuş kadınlardan oluşan bu platformların, takip eden annenin emzirme durumunda da etkili olduğunu tespit etmiştir.^{6,37} Sosyal medyayı aktif olarak kullanan anneler ile yapılan çalışmada sosyal medyanın annenin emzirmeye ilişkin bilgi, tutum ve davranışlarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.⁶ Sosyal medyanın emzirme üzerindeki sonuçlarını incelemek amacıyla 0-30 aylık bebeği olan anneler ile yapılan bir başka çalışmada katılımcıların neredeyse tamamı sosyal medyada yer alan emzirme gruplarının, emzirmelerini olumlu yönde etkilediğini, bilgilerini artırdığını ve emzirmeye ilişkin yaşadıkları problemlerin çözümünde yardımcı olduğunu ifade etmiştir.³⁷

Emzirme, öz yeterlilik ve süreklilik gerektiren bir süreç olması sebebiyle hem profesyonel hem de sosyal desteğe ihtiyaç duymaktadır.³⁸ Günümüzde kadınlar bu destek ihtiyaçlarını sosyal medyadan karşılamak isteyebilmektedir. Sosyal medyanın sunduğu bu destek mekanizması ile, kadınların emzirmeye teşvik edilmesinin, emzirmenin istenilen düzeye ulaşmasında ve emzirme oranlarının artmasında etkili olabileceği düşünülmektedir.³⁹ Fakat bu platformların kontrolünün iyi bir şekilde sağlanmadığı, özellikle sağlığa ilişkin kirli bilginin çokça yer aldığı göz önünde bulundurulmalı ve emzirmeye ilişkin doğru bir tutum sergilemeyen bazı davranışların emzirmeyi bırakmanın bir nedeni olabileceği de unutulmamalıdır.^{6,40}

Sosyal Medya Kullanımının Kadınların Annelik Rolü Kazanımlarındaki Etkisi

Ebeveynliğe geçişte kadının rol ve sorumluluklarını yeniden yapılandırması, kendi sağlığının yanı sıra bebeğinin de sağlığını etkileyen bir durumdur.⁴¹ Özellikle anneliği ilk defa deneyimleyen kadınların bu süreçte daha fazla zorlandığı ve sosyal destek ihtiyaçlarının arttığı bilinmektedir.⁴² Geçmişte eş, anne ve kız kardeş başta olmak üzere yakın çevresinden destek bekleyen kadın, tamamen teknoloji odaklı yaşadığımız bu çağda ihtiyaç duyduğu desteğe sosyal medya aracılığıyla kolaylıkla ulaşmaktadır.¹³ Literatürde sosyal medya platformlarının, sosyal destek algısını artırma ve annelik uyumuna etkisi üzerine yapılan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır.^{18,21,43} İlgili çalışmalar doğum sonrası dönemde annelerin yeni sürece uyum sağlamak adına diğer annelerle iletişim kurmak için sosyal medyayı aktif olarak kullanmaya başladıklarını göstermiştir. McDaniel ve arkadaşları¹⁸ yaptıkları çalışmada ilk kez anne olanların %61'inin kendi bloglarını yazdığını, Bartholomew ve arkadaşları⁴³ ise annelerin çocukları doğduktan sonra Facebook kullanımlarında önemli bir artış olduğunu saptamıştır. Bir başka çalışmada da annelerin %90'ının herhangi bir yerden internete erişebildiği ve %95'inin 12 yaş ve üstü bireylere göre internette her gün ortalama 15 dakika daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır.⁴⁴ Bu çalışmalardan elde edilen ortak sonuç ise kadınların hem kendi annelik rollerini oluşturmak hem de algıladıkları sosyal desteğin devam etmesini sağlamak amacıyla sosyal medyayı daha fazla kullandıklarıdır.^{18,39,44}

Annelik rol kazanımında sosyal medya önemli bir faktördür. Sosyal medya kullanımının, annelik sürecine uyum ve annelik rolü kazanımı konusunda olumlu veya olumsuz etkileri olabileceği düşünülmektedir.²¹ Örneğin bazı çalışmalarda sosyal medyada geçirilen zamanın fazla olmasının kadının

çevresi ile daha az zaman geçirmesine ve yalnız kalmasına sebep olacağı öngörülürken bazı çalışmalar özellikle çevrimiçi toplulukların kadının güçlenmesine ve anneliğe daha kolay uyum sağlamasına yardımcı olacağını bildirilmiştir.^{45,46} Bu olumlu etkiler sayesinde günümüzde tüm dünyada annelerin sosyal medya kullanım durumları giderek artmış²⁶ ve farklı kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu kavramlardan biri de “Blogger Annelik”tir. Kendisini “Instagram Annesi/İnstamom” olarak isimlendiren bu bloggerlar sosyal medyada büyük ilgi görmüş ve annelerin birbirleriyle iletişim kurmak için kullandıkları oldukça popüler bir medya platformuna dönüşmüştür.⁴⁷ Ayrıca bu platformlar pazarlama aracı olarak da kullanılmaktadır. Sine ve Yorgancı tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların çoğunluğu Instagram Anneleri’ni takip etmenin kendileri için faydalı olduğunu söylemiş ve bu kişilerin tavsiye ettikleri ürünleri satın alıp kullandıklarını belirtmiştir.⁴⁸ Dolayısıyla sosyal medya kuruluşlarının sağlıkla ilgili mesajları yaymak, herhangi bir konuda bilgi sahibi olmak isteyenler için bir forum sağlamak, ilgili ürünlerin tanıtımını yapmak ve ulaşılabilirliği kolaylaştırmak için kullanıldığı da söylenebilir.⁶

Günümüzde annelerin sosyal medya kullanımı sonucunda ortaya çıkan bir diğer problem çocuk haklarının ihlal edilmesidir. Instagram Anneleri veya Blogger Anneler, takipçi kazanmak, takipçilerinden beğeni veya olumlu bir geri bildirim almak amacıyla sosyal medyada çocuklarının fotoğraf veya videolarını paylaşmaktadır. Bu durum literatürde “Sharenting” olarak adlandırılmıştır. “Sharenting” anne üzerinde olumlu bir etki bırakırken çocuğun sosyal medyada geniş bir kitleyle paylaşılması istismar konusunu da gündeme getirmektedir.^{49,50} Sosyal medyada beğenilmek amacıyla çocuğun gerçek kimliğinden soyutlaştırılması, dijital kimliğin benimsenmesi ve çocuğun metalaştırılması çeşitli ruhsal problemlere yol açabilmektedir.⁵¹ Örneğin Ersoy’un⁴ 2018 yılında yaptığı çalışmada sosyal medya kullanan annelerin kullanmayan annelere göre mükemmeliyetçi tutumlarının daha baskın olduğu ve çocuklarına karşı duygusal değil mantıklı davrandıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla sosyal medya kullanımının annelik rolü üzerinde etkileri olduğu ve bu durumun çocuğun sağlığını da etkilediği sonucuna ulaşılabilir. Ebeveyn ve çocuk haklarının çakıştığı bu noktada annelerin bilinçlendirilmesi oldukça önemlidir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Geçmişte geleneksel bakış açısı tarafından belirlenen annelik kimliği, günümüzde sosyal medya tarafından yeniden inşa edilmektedir. Dolayısıyla sosyal medyada çeşitli platformlarda özellikle annelik konusunda büyük kitlelere ulaşan söylemler

üretilmektedir. Değişen rol ve sorumluluklara uyum sağlanması gereken doğum sonu dönemde annelerin, bu sürece uyum sağlamak, annelik rolü kazanmak ve artan sosyal destek ihtiyacını gidermek için bu platformlardan sıklıkla yararlandıkları bilinmektedir. Ancak ilgili platformlar her zaman kadını olumlu yönde etkilememekte, özellikle kadın bedenine yönelik içerdikleri söylemlerle fizyolojik ve ruhsal yönden kadın sağlığının olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır. Ayrıca topluma iyi bir anne olduğunu kanıtlamak ve beğeni kazanmak amacıyla annelerin çocuklarını sık sık paylaştıkları, bu durumun da çocukları istismara açık hale getirdiği gerçeği unutulmamalıdır. Tam da bu noktada ebeveynlerin bilinçlendirilmesinin öneminden bahsetmek gerekir. Ebeveynlerin sosyal medya kullanımı ve bu platformlarda yer alan bilgi kirliliği konusunda bilinçlendirilmesi, anne ve çocuğunun sağlığını korumak amacıyla oldukça önemlidir. Kadın ve çocuk başta olmak üzere tüm toplumun sağlığını korumayı ve geliştirmeyi amaç edinmiş ve bu yolda kanıt temelli uygulamalar eşliğinde ilerleyen profesyonel bir meslek mensubu olan ebeler önemli rol ve sorumluluklar düşmektedir. Ebeler, kadın ve ailesini doğum sonu dönemde sosyal desteğin önemi hakkında bilgilendirmeli, sosyal destek mekanizmalarını harekete geçirerek kadınların bu sürece daha kolay uyum sağlamalarına destek olmalı ve internet kullanımı hakkında aileleri bilinçlendirmelidir.

Yazar Katkıları: Literatür tarama: H.Ö., B.U.Ö., derleme yazımı: H.Ö., B.U.Ö.

KAYNAKLAR

1. Günay G, Bener Ö. Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi. 2011;15(3):157-71.
2. Aktaş G. Günümüz toplumlarında anneliğin değişen biçimlerini sosyal medya kullanıcıları üzerinden değerlendirmek. Journal of Faculty of Letters. 2019;36(2): 253-71.
3. Sever M. Kadınlık, annelik, gönüllü çocuksuzluk: Elisabeth Badinter’den kadınlık mı annelik mi?, Tina Miller’dan annelik duygusu: Mitler ve deneyimler ve Corinne Maier’den No Kid üzerinden bir karşılaştırmalı. Fe Dergisi. 2015;7(2):72-85.
4. Ersoy AF. Sosyal medya kullanımının annelerin annelik rolü üzerindeki etkisi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi. 2018;6(81):14-20.
5. Türk Dil Kurumu (TDK). Annelik nedir? Available from: <https://sozluk.gov.tr/> Accessed: 1 April 2021

6. Skelton KR, Evans R, LaChenaye J, Amsbary J, Wintage M, Talbott L. Exploring social media group use among breastfeeding mothers: Qualitative analysis. *JMIR Pediatrics and Parenting*. 2018;1(2):1-11.
7. Hançer A. Toplumsal cinsiyet öznesi olarak kadının “annelik” kimliğine eleştirel bir bakış. *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi* 2018;1(2):177-202.
8. Timurturk M. Ebeveynlik ve dijital medya: Anneliğe ilişkin yaratılan yeni temsiller ve dayanışma örüntüleri. *Mediterranean Journal of Humanities*. 2019;9(1):315-33.
9. Yardım G. Sosyal medyadaki kültürel kimliklerin dönüşümü odaklı “blogger anne” kimliklerinin incelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 2020;(33),129-57.
10. Elçi E. Türkiye’de “kadın olmak” söylemi: Kadınlarla yapılmış bir söylem çalışması. *Psikoloji Çalışmaları*. 2011;31:1-28.
11. Türk Dil Kurumu (TDK). Kadın nedir? Available from: <https://sozluk.gov.tr/> Accessed: 5 April 2020
12. Aktaş G. Feminist söylemler bağlamında kadın kimliği: Erkek egemen bir toplumda kadın olmak. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 2013;30(1):53-72.
13. Nielsen RC. New mothers and social media: the effects of social media consumption and production on social support and parental stress (PhD thesis). USD, Brigham Young University, 2015:1-19.
14. Özkan H, Polat S. Annelik davranışını öğrenme süreci ve hemşirelik desteği. *Bozok Tıp Dergisi*. 2011;1(3):35-9.
15. Boz İ, Özçetin E, Teskereci G. İnfertilitede anne olma: Kuramsal bir analiz. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. 2018;10(4):506-21.
16. Taşkın L, Zeyneloğlu S. Cinsel sağlık/üreme sağlığı. İçerisinde Doğum ve Kadın Sağlığı Hemşireliği, 13. baskı. (Editör Taşkın L):21-38. Ankara, Akademisyen Tıp Kitabevi, 2016.
17. Arslan S, Okçu G, Coşkun AM, Temiz F. Kadınların gebeliği algılama durumu ve bunu etkileyen faktörler. *HSP*. 2019;6(1):179-92. Doi: 10.17681/hsp.432333
18. McDaniel BT, Coyne SM, Holmes EK. New mothers and media use: Associations between blogging, social networking, and maternal well-being. *Maternal and Child Health Journal*. 2012;16:1509-17. Doi: 10.1007/s10995-011-0918-2
19. Joshi D, Shrestha S, Shrestha N. Understanding the antepartum depressive symptoms and its risk factors among the pregnant women visiting Public Health Facilities of Nepal. *PLoS ONE*. 2019;14(4):1-13. Doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214992>
20. Yücebaş S. Kadının imkânsız tamlığı olarak annelik: Reklamlarda anneler. *Akdeniz İletişim*. 2019;31:577-600.
21. Dumas AA, Desroches S. Women’s use of social media: What is the evidence about their impact on weight management and body image? *Current Obesity Reports*. 2019;8(1):18-32.
22. Bozkur B, Taylan A. Medyada annelik temsili: Anaakım ve alternatif medyada anneliğin sunumuna yönelik karşılaştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 2020;(34):45-65.
23. Tanrıöver HU. Medyada Kadınların Temsil Biçimleri ve Kadın Hakları İhlalleri. S. Alankuş (Der.). *Kadın Odaklı Habercilik İçinde*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları. 2007; 149-165.
24. O’Donohoe S, Hogg M, MacLaran P. Motherhoods, markets & consumption: the making of mothers in contemporary western cultures. London, NY: Routledge. 2014.
25. van Hatch A. Mother's experience Of social media: Its Impact On Children And The Home. 2014. Available from: https://ro.ecu.edu.au/theses_hons/190 Accessed: 18 April 2021
26. Hachisuka R, Sugiyama CA. Ben çocuğumu böyle besliyorum! Beslenme Konusunda sosyal medya anneleri üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*. 2020;3(5):123-42.
27. O’Reilly A. Feminist mothering. Suny Press: New York. 2008.
28. Fardouly J, Vartanian LR. Negative comparisons about one’s appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*. 2015;12:82-8.

Doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>Festinger

26427

29. Hogue JV, Mills JS. The Effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body Image*. 2019;28:1-5.
30. Kanter R, Caballero B. Global gender disparities in obesity: a review. *American Society for Nutrition*. 2012;3:491-8. Doi:10.3945/an.112.002063.
31. Eidelman AI. Breastfeeding and the use of human milk: an analysis of the American Academy of Pediatrics 2012. *Breastfeeding Policy Statement*. 2012;7(5):323-4. Doi: 10.1089/bfm.2012.0067
32. World Health Organization (WHO). Exclusive Breastfeeding for Six Months Best for Babies Everywhere 2011. Available from: <https://www.who.int/news/item/15-01-2011-exclusive-breastfeeding-for-six-months-best-for-babies-everywhere> Accessed: 19 April 2021
33. Academy of Breastfeeding Medicine (ABM). Breastfeeding the late preterm infant. *Breastfeed Med*. 2011;6(3):151-6. Doi: 10.1089/bfm.2011.9990
34. World Health Organization (WHO). Breastfeeding Infographics 2019. Available from: <https://www.who.int/topics/breastfeeding/infographics/en/> Accessed: 21 April 2021
35. American College of Obstetricians and Gynecologists (ACOG). Breastfeeding Expert Work Group Committee on Obstetric Practice 2016. Available from: <https://www.acog.org/Clinical-Guidance-and-Publications/Committee-Opinions/Committee-on-Obstetric-Practice/Optimizing-Support-for-Breastfeeding-as-Part-of-Obstetric-Practice?IsMobileSet=false>. Accessed: 23 April 2021
36. United Nations Children's Fund (UNICEF). Capture the Moment – Early initiation of breastfeeding: The best start for every newborn Available from: https://www.unicef.org/publications/files/UNICEF_WHO_Capture_the_moment_EIBF_2018.pdf. Accessed: 23 April 2021
37. Dündar T, Özsoy S. Annelerin emzirmeye yönelik sosyal medya kullanım durumları. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*. 2020;9(1):29-39. Doi:<https://www.doi.org/10.46971/ausbid.6>
38. Hinic K. Predictors of breastfeeding confidence in the early postpartum period. *J Obstet Gynecol Neonatal Nurs*. 2016;45(5):649-60.
39. Morris MR. Social networking site use by mothers of young children. *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*. 2014;1272-82. Doi:10.1145/2531602.2531603
40. Bridges N. The faces of breastfeeding support: Experiences of mothers seeking breastfeeding support online. *Breastfeed Rev*. 2016;24(1):11-20.
41. Leigh B, Milgrom J. Risk factors for antenatal depression, postnatal depression and parenting stress. *BMC Psychiatry*. 2008;8(24):1-11. doi:10.1186/1471-244X-8-24
42. Gao L, Chan SW, Mao Q. Depression, perceived stress, and social support among first-time mothers and fathers in the postpartum period. *Research in Nursing and Health*. 2009;32(1):50-8. Doi:10.1002/nur.20306
43. Bartholomew MK, Schoppe-Sullivan SJ, Glassman M, Kamp Dush CM, Sullivan JM. New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations*. 2012;61(3):455-69. Doi:10.1111/j.1741-3729.2012.00708.x
44. Edison Research. Moms and Media. Available from: <http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2013/05/Moms-and-Media-2013-by-Edison-Research.pdf> Accessed: 12 April 2021
45. Rideout VJ, Foerher UG, Roberts DF. Generation M2: Media in the Lives Of To 18-Year-Olds. Kaiser Family Foundation 2010. Available from: <http://www.kff.org/entmedia/upload/8010.pdf> Accessed: 15 April 2021
46. Hall W, Irvine V. E-Communication among mothers of infants and toddlers in a community-based cohort: a content analysis. *Journal of Advanced Nursing*. 2009;65:175-83.
47. Feinberg J. Modern moms connect by writing and reading blogs. *The Patriot Ledger* 2010. Available from: <http://www.patriotledger.com/lifestyle/x1042479950/Modern-moms-connect-by-writing-and-reading-blogs#axzz1G2LkXadM> Accessed: 18 April 2021

48. Sine R, Yorgancı DP. New Media and commoditized motherhood: a focus group study on instagram mother. Route Educational and Social Science Journal. 2017;4(8):399-412.
49. Yavuz AC. Sosyal medya ebeveynliği ve çocukların unutulma hakkı. İzmir Barosu Dergisi. 2019;15-51.
50. Ergül G, Yıldız S. Sosyal medyada sosyal annelik: Instagram anneliği. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2021;11(2):611-627.
51. Duygulu S. Sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşımlarının mahremiyet ihlali ve çocuk istismarı açısından değerlendirilmesi. TRT Akademi. 2019;4(8):428-87.