

# ANNELİĞİN YOUTUBE'DA YENİDEN ÜRETİLMESİ ÜZERİNE ETNOGRAFİK BİR İNCELEME<sup>1</sup>

**Zeynep Zelal KIZILKAYA\***

## ÖZ

Annelik, hamilelikle başlayan ve biyolojik bir değişimle beraber duygusal bir deneyimi de içeren doğum sonrasında ise kültürel olarak belirlenmiş sorumlulukları barındıran bir kimliktir. Kadınların anneliği öğrenmeye ihtiyacı olmadığı zaten anneliği bildikleri varsayılır. Ancak annelik kadınlar arasında kuşaktan kuşağa aktarılan, deneyim ve tecrübelerle dayalı bilgilerin öğrenilmesine dayanan pratikler bütünüdür. Bugün için anneliğin yeniden üretilişini gözlemleyebileceğimiz platformların biri de YouTube'dur. YouTube'da paylaşılan videolar/vloglar kullanıcısının editöryel müdahalesine rağmen bize çok zengin veriler sunmaktadır. Bu çalışma, anne YouTuberların paylaştığı videolarını/vloglarını inceleyerek annelik imgesi ve kimliğinin yeniden üretilişine odaklanmaktadır. Çalışma için Çevrimiçi Etnografi yöntemi benimsenmiştir. Anne YouTuberların seçilen vloglarından temsil edici betimlemeler yapılarak yeni annelik sunumu açığa çıkarılmıştır. Çalışmada, anneliğin küresel bir eğilimin etkisiyle yeniden üretildiği, yeni-annecilik paradoksunun dijital platformlar aracılığıyla güçlendiği, anneliğin romantize edilerek zorlayıcı yönlerinin göz ardı edildiği, kadının ev içi ve bakım emeğinin görünürleştiği sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Annelik, YouTuber, Yeni Annecilik

## AN ETNOGRAPHIC EXPLORATION OF REPRODUCTION OF MOTHERHOOD ON YOUTUBE

### ABSTRACT

Motherhood encompasses culturally determined responsibilities that begin with pregnancy and include a biological change as well as an emotional experience after birth. It is assumed that women do not need to learn about motherhood and already know motherhood. However, motherhood is a set of practices that are passed on from generation to generation among women and based on teaching knowledge and experience. YouTube is one of the platforms where we can observe the reproduction of motherhood today. The videos/vlogs shared on Youtube provide us with very rich data, despite the editorial intervention of the user. This research studies the reproduction of motherhood image and identity by focusing on the videos/vlogs shared by mother YouTubers. Online Ethnography method was adopted for the study. The new motherhood presentation was revealed by making representative descriptions from selected vlogs of mother YouTubers. In the study, it was concluded that motherhood was reproduced with the effect of a global trend, the neo-motherhood paradox was

<sup>1</sup> Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim dalında 2018 yılında kabul edilen "Sosyal Ağlarda Annelik: YouTuber Anneler Örneği" başlıklı doktora tez çalışmasının verilerinden faydalanılarak yeniden üretilmiş olup, Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi ev sahipliğinde 2021 yılında düzenlenen 18. Uluslararası Milenyumda İletişim (CIM) Sempozyumu kapsamında sözlü olarak sunulmuştur.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, zz.dag@alparslan.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1073-1264.

Makale Geliş Tarihi: 06.12.2021

Makale Kabul Tarihi: 16.04.2022

Araştırma Makalesi

strengthened through digital platforms, the compelling aspects of motherhood were romanticized and ignored, and the domestic and care work of women became visible.

**Keywords:** Motherhood, YouTuber, New Momism

## GİRİŞ

Annelik hamilelikle başlayan ve biyolojik bir değişimle beraber duygusal bir deneyimi de içeren doğum sonrasında ise kültürel olarak belirlenmiş sorumluluklar barındıran bir kimliktir. Annelik, bireysel ve toplumsal yaşam için varoluşsal olup hayatı teşvik etmek ve yaşamı korumak anlamlarına haiz kabul edilir. Annelik, biyolojik, fiziksel, duygusal, hormonal, sosyal ve kültürel etkenlerle iç içe olup kadın doğasıyla bağlantılıdır. Hamilelikle başlayıp ölene kadar devam eden annelik rolünün görev ile yakın ilişkili olup bunun içgüdüsel olduğu algısı yaygındır. Bu içgüdü kadınlığa içkin görüldüğünden kadınların anneliği öğrenmeye ihtiyacı olmadığı zaten anneliği bildikleri varsayılır. Ancak annelik aynı zamanda kadınlar arasında kuşaktan kuşağa aktarılan bilgilerle öğrenilen deneyim ve tecrübelerle şekillenir.

Annelik deneyim ve pratikleri günümüz dünyasında dijital ağlarla kamusallaşmış ve paylaşılmaya başlanmıştır. Bu dijital ağlar, bloglar, Instagram, YouTube, anne-bebek web siteleri, TikTok gibi güncel platformlardır (Gürçayır Teke, 2014; Davis, 2015). Bu kamusal mecralarda kadınlar kendilerini güvenle sunup, annelik deneyimlerini de aktarmaktadırlar. Anneler interneti, sosyal destek, hikâye paylaşmak, anne-babalık sorunlarıyla ilgili önerilerde bulunmak, kendi algılarının doğru olduğunu veya çocuğun davranış veya gelişiminin normal olduğunu teyit etmek için kullanmaktadır. Popüler olmayan sıradan kadınlara geleneksel medyada pek fazla yer verilmezken yeni medya araçlarından olan sosyal medya platformlarıyla birlikte şöhret olmayan sıradan insanlar kamusal alan sayılan bu mecralarda görünür olmaya ve sesini duyurmaya başladılar. Sosyal ağların anneler tarafından içerik üretimi ve tüketiminde kullanılması aynı zamanda annelik bilgisi aktarımı yollarının da bir dönüşüm yaşadığını göstermektedir. Sosyal ağlarla birlikte toplumsal yapının değişiminin de etkisiyle annelik farklı biçimlerde ve görünümde kendisini göstermeye ve görünür kılmaya başlamıştır. YouTube'taki anne vloglarından önce sıradan kadınların annelik kimliğini merkeze alarak dijital kamusalığa çıkışlarının ilk örnekleri web siteleri ve bloglar üzerinden olmuştur. Sosyal mecraların ortaya çıkışı ve çeşitlenmesi ile annelik bilgi ve deneyim paylaşımının Instagram ve YouTube gibi görüntü esaslı mecralara kaydı görülmektedir. YouTube performatif bir sunumu gerektiren görüntü esaslı bir platformdur. Bu platformda annelik deneyimlerinin aktarımı performatif veya hikâye anlatıcılığı şeklinde gerçekleşmektedir.

İlk çocuğunu dünyaya getiren bir anne için ilk yıllar bilinmezlikler dönemidir. Bu yüzden ilk çocuğunu dünyaya getiren anneler, geçmişte yakın çevresinde bulunan annelerden bilgi ve deneyim desteğini almaktayken toplumsal değişim ve dönüşümle birlikte annelerin bu öğrenme kanalları kopmuştur. Günümüzde anneler bilinmezliklerle başa çıkmak için farklı disiplinler tarafından üretilen internet tabanlı bilgiye daha çok başvurmaktadır. Bu bilgi sosyal mecralarla birlikte çeşitlenmektedir. Sosyal platformlarda sıradan kadınlar samimi bir dille kendi bilgi ve deneyimini paylaşmaktadır ve anneler bu paylaşımlara itibar etmektedir. Bu çalışma da anne YouTuberların paylaştığı vloglarına/videolarına

odaklanarak annelik imgesi ve kimliğinin dijital alanda yeniden nasıl üretildiğini ve annelik pratiklerinin dönüşümünün izini sürmeye odaklanmaktadır. Dijital platformlar aracılığıyla sunulan annelik temsillerinin makbul annelik tipini ve toplumsal cinsiyet rollerini yeniden ürettiği ve küresel düzeyde bir benzeşmeyi sağladığı gösterilmeye çalışılmaktadır.

## 1. ANNELİĞE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

“Bedene ait bir deneyimi, kültürel olarak tespit edilmiş sorumluluk duygularını ve bir bebeğin ihtiyaçlarını karşılayabilmeyi” (Miller, 2010: 33) içeren annelik, hamilelikle başlayan ve biyolojik bir değişimle beraber duygusal bir deneyimi de karşılayan, doğum sonrasında ise kültürel olarak belirlenmiş sorumluluklar barındıran bir kimliktir. Annelik söylem ve tanımları kültüre, sosyal sınıfa, yaş ve sosyo-kültürel konuma bağlı olup annelik kimlikleri çeşitli ve parçalıdır. Bu kimlik bir kültürel belirlenmişliğe bağlıdır ama aynı zamanda her kadının kişisel deneyimi ve tercihlerine bağlı olarak da farklılaşmalar taşır.

Simone de Beauvoir, kadın bedeninin biyolojik yazgısı soyun devamını sağlamaya dönük olduğunu, annelik görevinin doğal ve içgüdüsel olduğunu ancak hayvanlarda olduğu gibi “annelik içgüdü” diye bir şey olmadığını ve bu bağlamda annelik içgüdüünün insan türüne uygulanamayacağını savunur (Beauvoir, 2020: 227). Bunun için Beauvoir kadınların doğum kontrol yöntemlerine başvurmasını örnek verir. Badinter de (2017), benzer bir şekilde annelik içgüdü kavramını eleştirerek anneliğin toplumsal olarak öğrenildiğini söyler. Beauvoir’ın anneliğe dair bu düşünceleri kendisinden sonra gelen feminist düşünceyi etkilemiştir. 1960’larda belirip 80’lere kadar etkisi süren ikinci dalga feminist hareket toplumsal cinsiyet rollerine odaklanarak aileyi, anneliği ve ataerkilliği tartışmaya açar. Bu dönemde kadın ve erkek arasındaki cinsel farklılığa odaklanan feministler, kadınların baskı altına alınmasının kökeninde erkek egemenliğin ya da ataerkilliğin olduğunu savundular. Bu dönemde özellikle ailenin ortadan kalkmasını ve üreme için rahim dışı yolların geliştirilmesi gerektiği tezini savunan radikal feministler, kadınların ezilmesinin ailede başladığını ve ailenin ideolojik baskının nedeni olduğunu ileri sürmüşlerdir (Donavan, 2015: 266-270). 1990’lardan başlayan üçüncü dalganın feministleri ise, kadınlar arasındaki etnik, sınıfsal, kültürel ve cinsel farklılıklara eğilerek bu farklılardan dolayı yekpare bir kadın kategorisinden bahsedilemeyeceğini savunur. Yine bu dönemde yükselen farklı kimliklerin tanınması tartışmaları kadınların talepleriyle örtüşmüştür. Anneliğe dair ikinci dalganın yaklaşımından farklı bir yaklaşımın etkisi 1980’lerde başlar ve 1990’larda devam eder. Bu dönemdeki feministler ailenin ve anneliğin feminist bir bilinçle tanınması gerektiğini savunurlar (Öztan, 2015: 92-93). Badinter de (2017: 41), 80’lerden itibaren hâkim kültürel modelin açmazlarını eleştiren, farklı bakış açılarına sahip üç söylemin ortaya çıktığını belirtir. Ona göre ekoloji, etolojiye dayanan davranış bilimleri ve yeni özcü feminizm iş birliğine girerler ve kadına, anneye, aileye, topluma ve hatta bütün insanlığa mutluluk ve bilgelik getirmekle övünerek, her biri kendi tarzında, bir tür “doğaya dönüş”ü önerirler. Annelik rol ve beklentileri tarihsel süreç içinde toplumsal dönüşümler, teknolojik gelişmeler, tıbbi bilgiler ve uzman bilgisine göre şekillenmektedir. Ailelerin modern dönemde küçülmesi ve mekansal dağınıklık da deneyimin aktarılması ve bakım yükünün kuşaklararası paylaşılmasını kısıtlarken (Miller, 2010: 238) annelik görevini gitgide daha zorlaştırır ve çocuklara karşı ahlaki ve kültürel sorumluluğun ağırlığını büyütür. Yine Miller (2010: 14-15), anneliğe dair görevin

ve iyi annelik kurgularının hâkim ve etkili söylemler tarafından şekillendirildiğini söylerken annelik kurumunun tarihsel, sosyal, kültürel, siyasi olarak ve en önemlisi ahlaken şekillendirildiğini belirtir. Makbul anne rolü, kadınların dar bir şekilde tanımlanan haliyle anne olmasını ve annelik yapmasını sağlar. Bu kısmen bilimsel bilgi üretimi aracılığıyla da desteklenir. Modern dönemdeki annelik kurgusunun yıkılmasıyla “annelik içgüdü” mitine daha kuvvetli bir eleştiri getirilmesi beklenirken natüralist ve bilimsel çalışmalar bu mitin devam etmesine neden olur (Badinter, 2017: 51). Her kültüre, döneme göre değişebilen hâkim, ideal annelik modelinden kadınların çoğu etkilenir. Günümüzde ise egemen olan annelik modeli geçmişe göre daha zorlu hale gelmiştir.

Feminist yaklaşımın annelik hakkında kurduğu be bağlamı temel alan Susan Douglas ve Meredith Michaels ise, bu annelik paradoksunu “yeni annecilik” (new momism) kavramı ile açıklamaya çalışırlar. Yeni annecilik anlayışında, bir anne çocuklarına koşulsuz şartsız tüm zamanını vermeli ve bunun yanı sıra kendi ideal hayatına da devam etmelidir. Yeni annecilik, 1980’li yıllarda başlayan ve şu anda devam eden medyadaki annelik temsillerine dayanmaktadır. Yazarlara göre medyanın birbiriyle örtüşen çerçeveleri yeni anneciliği harekete geçirmiştir. Bu çerçevelere haber medyası, reklam ve pazarlama, ebeveynlik kitapları ve Hollywood’un film endüstrisi ve ünlüleri dahildir. Bu çerçeveler kültürel anlatıları yaratmak ve devam ettirmek için kullanılır. Yeni annecilik hakkında medya çerçevelerinde sunulduğu gibi annelik konusunda üzerinde anlaşmaya varılmış "normlar" ortaya çıkmaktadır. Yani anne çocuğun her türlü fiziksel ve psikolojik ihtiyacını görmeli, bağımsız bir kişilik geliştirmesini sağlamalı, eğitime hazırlamalı, organik besinlerle beslemeli, organik pamuklu kıyafetlerle giydirmeli, oyuncaklarını organik ahşaptan seçmelidir. Medya aracılığıyla yaygınlaşan bu normları yalnızca anneler değil herkes öğrenmeye başlar. Dolayısıyla bunları yerine getirmeyen bir anneyi herkes yargılayıp eleştirebilir. Bu normları içselleştiren ama bu normlara göre davranamayan anneler suçluluk duygusu yaşarlar (Yonker, 2012: 24-29). Balta Paker (2009), yeni annecilik mitinin “anne-çocuk dergileri, ebeveynlik kitaplarının yanı sıra kocasını el üstünde tutan ve onunla çok sık vakit geçiren, mutfaktan çıkmadan çocuğuna yemek yapan, onunla evde olduğu her an kaliteli zaman geçiren” idealleştirilmiş popüler anne figürleriyle desteklendiği söyler. Modern anneliği destekleyen belirli sosyal, kültürel ve önemli ölçüde ahlaki bağlamlar, aynı zamanda anne olmaya dair deneyim ve sorumlulukla ilgili neyin ifade ediliyor, neyin edilmeyeceğini de biçimlendirmektedir (Miller, 2010: 20). Bu yeni annecilik durumu hem dışarıda çalışan kadınları hem de evde çalışan kadınları aynı şekilde baskılar. Sever’e göre (2015: 73-74), annelik ideolojileri annelik içgüdü miti üzerinden tüm kadınların anne olmayı istediği ve eninde sonunda anne olacağı algısını yaratan bir fonksiyona sahiptir. Dolayısıyla annelik ideolojisi bu algının kabulü için anneliği “kutsal” ilan eder ve bu “görevin” içselleştirilmesini sağlar.

Teknolojik gelişmeler batı toplumlarında hamilelik ve doğumun şeklini değiştirdikçe geçmiş kuşakların deneyimleri de geçersiz kılınmıştır. Ancak modern toplumlarda risk algısı azalmamış bilakis güvenlik ve sorumlulukla alakalı bir durum olarak artmıştır. Hamilelik, doğum ve annelik süreci riskten kaçınma, sorumlu görünme ve uzmanlara güvenmeyi gerektirir (Miller, 2010: 85-87). Buna karşın kadınlar arası bilgi aktarımına eğilen çalışmalarında Cantek ve Akşit (2011: 555-6), kurumsal-bilimsel bilgi ile deneyime dayalı bilgi arasında bir farklılık çizer ve bu iki bilginin her zaman çatışmadığını, deneyime dayalı bilginin ise bir taraftan ataerkil ve hâkim cinsiyet rollerini yeniden üretirken diğer taraftan kadınlar arasında sağaltıcı ve müzakere gücü kazandıran bilgiyi

aktardığını ifade ederler. Üst kuşak kadınlarla beraber komşu, akran, akraba kadınların da yer aldığı kadınlar arası aktarımlarda kurumsal kaynaklardan akan bilgi de zamanla deneyime dayalı bilgiye eklenilip onun bir parçasına dönüşmüştür. Geç modern toplumlarda yaşanan dönüşümler ile mesela ailenin bir arada yaşama koşulları değişmiş ve eski gelenek ve alışkanlıkların bir zamanlar sağladığı kesinlik artık sağlanamaz olmuştur. Ayrıca yeni gelişmiş bilgi, bilim ve medya aracılığıyla hamilelik, doğum ve çocuk bakımı ile ilgili olarak kadınlara neleri yapmaları veya yapmamaları gerektiğini söyleyen bir dizi buyurgan veri sunulmaktadır. Hamilelikten itibaren upuzun bir “ihtiyaç” listesi öne sürülerek ebeveynlere yeni tüketim alışkanlıkları kazandırılmaktadır. İyi anne olmanın gereği olan bu ihtiyaçlar ile anne ve bebek, yeni tüketiciler olarak piyasaya içerilirler (Balta, 2005: 21-22). Küresel düzeyde bir paradigma değişimi sonucunda çocuk merkezli toplumun öne çıkışı da özellikle orta sınıf hanelerde çocukluk dönemine dair bilinç artışı, çocuğa atfedilen psikolojik değerın yükselmesi, çocuğa dair risk kaygılarının çoğalması ve bundan yararlanmak isteyen piyasanın tüketim stratejileri ile ilişkilidir (Işık, 2015: 67).

Kadınların özel alandaki deneyimlerinden, özellikle de annelik rolünden kaynaklanan farklı ama pozitif tarzları önemseyen Ruddick'in feminist düşüncesine göre annelik deneyimleri ve çocuk yetiştirilmesi, kadın epistemolojisi ve ahlaki bakışının kurucusudur. Annece düşünme; çocuğun, yani korunma ve yetiştirilme talep eden ötekinin gerçeğine yanıt vermeyi gerektiren ‘annelik pratiğinden’ doğar (Donovan, 2015: 326). Elshtein ise annelik gibi güçlü bir deneyim ve düşünme biçiminin sosyal feminizm için yeni bir siyasal bilinç olarak dönüştürülmesi gerektiğini savunur (Öztan, 2015: 94). Badinter'e göre, yeni feministler kadınlığın sadece bir öz olmadığını merkezinde anneliğin yer aldığı bir erdem olduğunu düşünür. Anneliği kadınların hayatındaki bin yıllık baskının kaynağı olan bir ikincil olgudan ibaret olarak gören Beauvoir'ın tersine, anneliği daha insani ve daha dürüst bir dünyanın temelini oluşturabilecek çok önemli bir kadınlık deneyimi olduğunu savunurlar. Kadınların biyolojik deneyimini her yönüyle öne çıkaran yeni bir feminizm doğduğu ve bu feminizmin regleri, hamileliği ve doğumu yücelterek anneliğin yüceliğinin dönüşüne destek verdiği söylenir (Badinter, 2017: 61-63). Fakat yine de Badinter, kadının özgürleşmesinin ve cinsiyet eşitliğinin önündeki en büyük engel olarak, natüralizmin zayıflamış olan annelik içgüdüsüne yeniden saygınlık kazandırarak kadın mazoşizmini ve fedakârlığını övmesini ve annelik mitine tekrar güç vermesini görmektedir. Birçok feminist için farklı anlamlar taşıyan annelik karşısında temel ikilem, “geleneksel cinsiyet düzenlemelerinin kısıtlamalarını pekiştirmeden anneliği güçlendiren, zevkli yönlerinin nasıl elde tutulabileceği” (Miller, 2010: 95) yönündeki gerilimde saklıdır. Geçmişte çocuk doğurma ve çocuk yetiştirmeye ilişkin farklı kültürel formlar söz konusuydu. Oysa günümüzde üreme, çocuk doğurma ve çocuk yetiştirmeye dair tıbbi, pedagojik bilgi ile natüralist yaklaşımla standart bir annelik formu gitgide hâkim olmaya başlamıştır. Bu forma göre iyi bir annenin tüm zamanını çocuğuna adanması ve annenin bütün süreç boyunca uzman bilgisine başvurması gerekmektedir.

Bu çalışmada, Feminist yaklaşımın yukarıda aktarılan verimleri üzerinden ilerleyerek Susan Douglas ve Meredith Michaels'ın “yeni annecilik” kavramsallaştırması aracılığıyla açıkladığı makbul annelik tipinin sosyal medyadaki temsillerine odaklanılmasını tercih edilmektedir. Annelik temsilleri üzerinden çeşitli medya çerçeveleri ile modern annelere makbul gösterilen formun romantik ve ideal form olarak sunulduğu fakat bu sunumun annelerde bir tarafta çocuğa karşı yetersizlik duygusunu beslediği diğer tarafta ev içi bakım emeğinin görünürliğini arttırdığı öne sürülmektedir. Bu durum ise, hem geleneksel

annelik rolünü yeniden üretmekte ve pekiştirmekte, hem de bu role dair eleştirel bir yaklaşımın yaygınlaşma imkanını ortaya koymaktadır.

## 2. SOSYAL MEDYA VE YOUTUBE

Yeni medya, bilgisayar ve internet teknolojisine sahip, dijital kodlar içeren, kaynak ve mesaj alıcının karşılıklı etkileşimine dayanan, bu etkileşimin yüksek hızda ve multimedya öğelerle gerçekleşmesiyle ortaya çıkan bir altyapıya dayanır (Binark, 2007: 5). Web 2.0 internet teknolojisi ile kullanıcıların fotoğraf, video ve metinden oluşan içerik üretimini gerçekleştirmesi ve bunları çeşitli sosyal ağlarda paylaşan failler olması mümkün hale gelmiştir. Sosyal medya bireylerin sınırlı bir sistem içinde kamuya açık ya da yarı açık profil oluşturmaya, kullanıcıların birbiriyle bağlantılarının sistem içinde ölçülebilmesine izin veren web tabanlı bir hizmettir (Boyd ve Ellison, 2008: 212). Sosyal medya, anlık, içeriğin kullanıcı tarafından üretildiği, gönüllü paylaşımına dayalı, ortaklaşmacı, amatör, mobil, etkileşime ve diyaloga açık, öngörülemez, tepkisel, gündelik, bireysel ve farklı seslerin birlikte yer aldığı, görünür olduğu, melez, alternatif, katılımcı, kimlik paylaşımını ve ifade özgürlüğünü öne çıkaran bir iletişim şeklini sunmaktadır (Bilgili ve Şener, 2013:6).

Paypal şirketinin üç çalışanı tarafından 2005 yılında kurulan YouTube, kuruluşundan bir yıl sonra ise Google tarafından yüksek bir ücretle satın alınır (Ying, 2007: 18). YouTube, kurumsal ve bireysel kullanıcılar tarafından oluşturulan çok farklı ve çeşitlilikte içerik sunabilen bir platform olarak öne çıkar (Van Dijck, 2016: 161). YouTube'un sloganı "Kendini yayınla" (Broadcast yourself) olup kullanıcılarını kendi hayatlarını yayınlamaları için teşvik etmektedir. İnsanlar özel anlarını kaydettikçe YouTube'da onları geleceğin yayıncıları haline getirmek konusunda cesaretlendiriyor (Ying, 2007: 15).

YouTube'un kurucuları sitelerini gerçek yaşamda bir gruba ait olma ve ortak amaç edinme eğilimi anlamına gelen topluluk olarak tanıtmışlardır; "Bunun sizin topluluğunuz olduğunu hatırlayın! YouTube'un tüm kullanıcıları ve her biri sitenin mevcut biçimini yaratanlardır, bu nedenle irtibat kurmaktan ve katılmaktan korkmayın" (Van Dijck, 2016: 166). YouTube, amacının kullanıcılarına kolay ve eğlenceli bir deneyim yaşatmak olduğunu belirtmektedir. YouTube'un popüler olmasının nedenlerinden birisi de daha adil bir gelir dağılımına sahip olduğu iddiasıdır. YouTube reklamlardan edindiği gelirlerin yarısını içerik oluşturucularıyla paylaştığını iddia eder. Böylece dünyada para kazandıran en popüler platform olarak kabul edilmektedir (Yüksel, 2017: 26). YouTube'un bu gelir getiren modeli içerik üretimini motive eden önemli unsurlar arasındadır. YouTube'un bu modeli profesyonel bir meslek dalı olan YouTuberlığı ortaya çıkarmıştır. YouTube platformunda kişisel kanal açan ve bu kanalda video içeriği üreten kişilere YouTuber veya Vlogger denilmektedir. YouTuberlar, takipçi, beğeni ve izlenme oranına göre popülerleştikçe YouTube'tan gelir elde etmektedir. Çeşitli alanlarda düzenli ve kişisel içerik üretmeye imkan veren YouTube'ta annelik de bir kariyer edinme yolu olarak görülebilmektedir. Annelik vlogları popülerite ve gelir kazanımını beraber getirmektedir. Böylece başta daha öznel amatörce bir deneyim paylaşımı yapan YouTuber annelerin vlog içerikleri de YouTube'un gelir getiren modelinden etkilenmektedir.

### 3. ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışma, anne YouTuberların kişisel YouTube kanallarında paylaştığı vloglarına/videolarına odaklanarak annelik imgesi ve kimliğinin dijital alanda yeniden nasıl üretildiğini incelemeye odaklanmaktadır. “Anne vloglarında sunulan annelik deneyimleri anneliği yeniden nasıl üretmektedir?” ve “Anne YouTuberların annelik vloglarında bilgi ve deneyim aktarımının takipçi/izleyiciler için anlamı nedir?” gibi sorulardan hareket eden çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden çevrimiçi etnografi yöntemi benimsenmiştir. Çevrimiçi etnografi, etnografik alan araştırma yönteminin bilgisayar dolayımı ile iletişim çalışmalarına uyarlanması ile yapılmaktadır (Alyanak, 2014: 134). “Sanal alanda yürütülen etnografik araştırmalar için kullanılan bu yöntem, toplumu ve olayları kullanıcıların internet üzerinde sergiledikleri davranışlarla ve bunların sonuçlarıyla araştırmayı ve tanımlamayı tarif etmektedir” (Polat, 2016: 49). Etnografik yöntem içinde en çok kullanılan tekniklerin başında katılımcı gözlem gelir. Katılımcı gözlem tekniğinde araştırmacı uzun süre gözlem yaptığı grubun bir üyesi gibi davranarak gözlemlerini kaydeder (Erdoğan, 2007: 136). Katılımcı gözlem tekniğinin kullanılmasıyla araştırmacı ortamın uzlaşımlarının, değer yargılarının ve kimlik oyunlarının ne şekilde, hangi kurallar etrafında şekillendiğini öğrenebilir (Binark, 2007: 182).

YouTube platformu 2016-2018 tarihleri arasında doktora tez çalışması sahası olarak görülmüş ve bu saha amaçlı bir şekilde gözlemlenmiştir. Bu dönemden itibaren düzenli takip edilen, annelik bilgi ve deneyimini paylaşan ve YouTube’da beş binin üzerinden takipçisi/izleyicisi olan, düzenli izlenen 32 kişisel YouTube kanalından vloglar amaçlı örneklerle seçilmiştir. Seçilen bu anne YouTuberlar “pusucu” (lurker) olarak tanımlanan bir araştırmacı pozisyonundan (Binark, 2007: 35) izlenmiş ve gözlemlenmiştir. Doktora çalışması ve sonrasında elde edilen verinin sınırlı bir kısmı kullanılarak yapılan bu çalışmada ise YouTuberların takipçileri ile etkileşimleri ve kapsam dışı bırakıldığından, bu durum çalışmanın sınırlılığı olarak ifade edilmelidir. Annelerin vlog aktarımları çalışmada gerekli görülen yerlerde birebir alıntı yapılarak kullanılmıştır. Çalışmada incelenen YouTuber’ın hesabı kişisel kanalın ismi, ilk yayın tarihi, abonman/takipçi sayısı dikkate alınarak kendisini tanımlayacak notlar alınmıştır. Eğitimli ve dijital okuryazarlığı orta sınıftan kadınları temsil eden anne YouTuber’lardan bazıları annelikleri öncesinde YouTube’da bir kariyere sahipken bazılarının da annelikleri sonrasında YouTube kariyerine başladıkları gözlemlenmiştir.

YouTube’da annelik bilgi ve deneyim paylaşımı yapan annelerin içerik sunumları farklılık gösterse bile platformda yaygın kullanılan benzer başlıklarda içerikler üretilmektedir. Sıkça üretilen vlog başlıkları şunlardır: *Hamilelik Günlükleri*, *Baby Shower Partisi*, *Hastane Çantamda Ne Var?*, *Hamilelik Çatlakları*, *Doğum Hikayem*, *Emzirme Hikayem*, *Lohusalık Dönemi/Lohusalık Kafası*, *Bebek Odası Turu*, *Bebeklerde Ek Gıdaya Geçiş*, *Bebeğin Uykusu*, *Tuvalet Eğitimi*. Çalışmada özellikle bu başlıklar temel alınarak kategoriler oluşturulmuş ve annelik kimliğinin dijital ortamda sunumu gözlemlenmiştir.

Daha önce doktora çalışması olarak tamamlanan araştırmaya dayanarak yeniden şekillendirilen bu makalede, YouTuber annelerin beden deneyimleri ile bebek bakımına dair aktarımlarını içeren vloglar üzerinden annelerin performansları betimlenerek bir açıklama yapılmaya çalışılmaktadır.

## 4. ANNELİK KİMLİĞİ VE İMGESİNİN ANNE VLOGLARINDA YENİDEN ÜRETİMİ

Bu bölümde takip edilen YouTuberların kişisel kanallarında paylaşılan içeriklerden temsil edici örnekler verilecektir. Neredeyse her anne YouTuberın içerik oluşturduğu benzer başlıklar bulunmaktadır. Bu başlıklara odaklanıldığında annelik kimliği ve imgesinin sunumunun temel yapısı ortaya çıkmaktadır.

### 4.1. Hamilelik Duyurusu

Hamilelik, fiziksel ve duygusal değişimlerle birlikte kadınlar için zorlayıcı bir süreçtir. Geçmişte çocuk doğurma ve çocuk yetiştirmeye ilişkin farklı kültürel formlar söz konusuydu. Oysa günümüzde üreme, çocuk doğurma ve çocuk yetiştirmeye dair tıbbi, pedagojik bilgi ile natüralist yaklaşımla standart bir annelik formu hâkim olmaya başlamıştır. Bu form modern annelik kategorisine karşılık gelmektedir. Modern annenin, “çocuk sahibi olmaya karar verdiği andan itibaren kendi bedenini bir yabancı gibi tetkik etmesi ve kontrol altına alması gerekir; sigara içiyorsa bırakmalı, alkol tüketimini minimuma indirmeli, sağlıklı beslenmelidir” (Sever, 2015: 76). YouTuber annelerin vloglardaki anlatımlarında, yeni annecilik paradoksunu yansıtan bu sorumluluk bakışının egemenliğini görmek mümkündür.

Anne vloglarında hamile olduğunu duyuran YouTuberlar, hamilelikte yaşanan duygusal ve fiziksel değişimlerin yanı sıra anne bebek için alınan ürünlere dair bilgi ve deneyim paylaşımı da yapmaktadırlar.

Özellikle yurtdışında yaşayan anne YouTuberlar, hamilelik günlüklerinden önce hamile olduğunu öğrenme anına dair performatif içerikler üretip paylaşmayı tercih ederken; Türkiye’de yaşayan anne YouTuberlar ise hamileliklerini daha geç bir zamanda takipçilerine hikayeleştirerek aktarmayı tercih etmektedirler.

Bu kategoride incelenen anne vlogu Londra’da yaşayan Türkiye kökenli üç çocuk annesi ve yüzbinin üzerinde takipçisi olan “*Anne Günlüğü*” kanalına aittir. Kanalın sahibi Ezgi, ikinci ve üçüncü çocuklarına hamileliğini öğrenme anlarını, takipçi/izleyicileriyle performatif bir şekilde paylaşmaktadır.

Merhaba arkadaşlar, Hormonlarım tavanken bu testi yapıp kayıt edersem ağlarım da gülerim de şaşırıyorum da. Gerçekten benim için çok beklenmedik bir sürpriz oldu ne kadar bebek istesek de bir anda testin pozitif olması çok şaşırtıcı ve sürpriz oldu, ne bileyim o an öyle hissettim... çok düşünceli ve hafif bir üzümlük ve duygusallık vardı acaba, Derin eksik kalır mı, Derin’e tüm sevgi mi veremeyecek miyim artık diye. İkinci kez anne olanlar belki beni anlarlar ve ben mi sadece öyle hissettim. Ertesi gün benliğime ve kendime döndüm ne kadar iyi bir şey olduğunu anladım oğluma kardeş geliyor onun ömür boyu inşallah en yakın arkadaşı olacak (Anne Günlüğü, 2017).

Bu aktarımda da görüldüğü gibi anne, ikinci çocuğu bir yandan isterken diğer yandan da yetersizlik tedirginliğini yaşamaktadır. Çünkü modern dönemdeki yeni annecilik kadınlara bilimsel bilgiyle desteklenmiş reçeteler sunmakta ve annelere birçok sorumluluk



yüklemektedir. Bu reçeteler, bedensel ve duygusal bakımın yanısıra çocuğun psikolojik, sosyal ve entelektüel gelişimini de içermektedir.

Anneliğe başlangıç olan hamilelik, fiziksel ve duygusal değişimlerle birlikte zorlayıcı bir süreçtir. Anne adayları bu zorlu deneyimin üstesinden gelmenin hikâyesini başkalarıyla paylaşarak takdir ve onay almaktadır. Takdir ve onay almanın yanı sıra anneler, bir başkasına faydalı olmak ve dijital bir hatıra bırakma arzusuyla bu paylaşımları yaptıklarını belirtirler. Bu deneyim paylaşımları anneliğin öğrenilmesini şekillendiriyor.

#### 4.2. Hamilelik Günlükleri

Hollanda'da yaşayan ve “*Gurbetçi Aile*” anonim ismiyle 2013 tarihinde YouTube'da kanal açmış ve 300 binin üzerinde takipçisi olan üç çocuk annesi Tuba, ilk bebeğinin doğumundan sonra üniversite eğitimini dondurmuştur. Tuba, daha çok ev içinde bebek/çocukla günlük yaşam ve bakım ile ev işlerine dair vloglar paylaşmaktadır. YouTube kariyerine bir bebekle başlayan Tuba, ikinci ve üçüncü bebeklerinin hamileliklerini, hamilelik günlükleri şeklinde periyodik olarak hikayeleştirip paylaşmaktadır.

Tuba, “4 HAFTALIK HAMİLEYİM | HAMİLE GÜNLÜĞÜM” etiketli videosunda neden hamile günlüklerini çektiğini şöyle aktarmaktadır:

Herkese merhaba ve ilk hamile günlüğüme hoş geldiniz. Bu benim ilk hamile günlüğüm, o yüzden biraz heyecanlıyım... bu benim için çok güzel bir hatıra olur. İlerde hani böyle on yirmi sene sonra benim için paha biçilmez bir değeri olur bu videoların. Bu ikinci neden. Hamileyken birkaç sıkıntılar yaşadım. Ve kimseye de bir şey sormadım. Annem en son 1980'lerde hamile kalmıştı. Herşeyi hatırlamıyor ayrıntılara kadar. Sorduğumda kızım ben hatırlamıyorum o kadarını diyordu bana. O yüzden soramıyordum. Çevremde de hamile kadın yoktu. Yani hiç kimsesiz öyle soramıyordum. Hiçkimseye soramıyordum. ... O yüzden Google benim en iyi arkadaşımı ben Melis'e hamileyken. En küçük şeyler için saatlerce arardım saatlerce forumlarda gezinirdim. Bu ne demek, işte kendimi rahatlatmak için, sonuç bulmak için, iyi bir çözüm bulabilmek için. ...ilk defa hamile olan kadınlar elbette vardır. İzleyiciler arasında var, biliyorum bana yazıyorsunuz çünkü ve benim yaşadıklarım çünkü her hamilelikte farklı tabii ki de. Melis'teki yaşadıklarımı bu hamileliğimde yaşayamayabilirim ama ben yine de Melis'teki hamileliğimde ve bu hamileliğimde yaşadıklarımı sizlerle paylaşmak istiyorum ki sizde benim gibi saatlerce Google da araştırmayın, bir şey yaşadığımızda diyebilirsiniz ki, a Tuba da bunu yaşadı. Bunu biliyorum ki bu normal bir şey yani biraz rahatlamış olursunuz inşallah, o nedenle. En büyük motivem aslında bu. Aranızda bir tanenizi birazcık da olsa rahatlatabilirsem yani ne çok mutlu olurum. O yüzden yapıyorum bu vlogları (Gurbetçi Aile, 2014).

Bu günlükte, anneliliğin içgüdüsel olarak öğrenilen bir kimlik olmaktan ziyade bilgi ve deneyim aktarımıyla öğrenilebileceği belirtilmektedir. Bu yaklaşıma karşın saha çalışması boyunca görüldü ki, deneyim aktarımını sağlayan kuşaklar arası bağlantıların kopması yeni arayışlara yol açmaktadır. Modern dönemde annelik pedagojik, naturalist ve tıbbi bilgiyle

yeniden üretilmektedir. Bu dönemde üst kuşağın bilgi ve deneyiminin kesintiye uğraması ve bu yeni bilgiler karşısında zayıflamasından dolayı bilgi ve deneyim aktarımında yaşanan kopukluk günümüzde kimi annelerin dijital platformlara yönelmesine neden olmakta ve burada paylaşılan deneyimlerle annelik öğrenilmektedir. Tuba'nın yukardaki konuşmasında görüldüğü gibi, annelik bilgi ve deneyiminin sıradan ve kuşaktaş olan mikro ünlülerden öğrenilme arayışı YouTuberların içerik üretimini süreklileştirmektedir.

### 4.3. Doğum Hikayem

Doğum anına dair hikâyeler ve tecrübelerin paylaşılması yeni bir olgu değildir. Tarih boyunca doğum gibi mucizevi bir olayı tecrübe eden anneler, o anın olağanüstü ve zorlu taraflarını özellikle kadınlar arasında aktarmışlardır. Normal doğum, binlerce yıldır acılı ve zorlu bir kadın deneyimi iken; tıbbi bilginin ve teknolojinin gelişimi ile sezaryen doğum yöntemi kadınların bu acılı ve zorlu doğum deneyiminden kurtaracak bir yöntem olarak sunulmuştur. Ancak bu yöntemin anne-bebek sağlığı için zorunlu nedenler dışında tercih edilmemesi gerektiği bilgisi zamanla yaygınlık kazanmıştır. Anneliğe dair pedagojik ve natüralist bilgi annelere yeni bir deneyim alanı açmaktadır. Mesela batılı annelerin bazılarının evde ve suda doğum gibi vloglarında görülen yeni doğum yöntemleri bunun yansımalarıdır. Normal doğum ve bu normal doğumun suda ve evde olması yükselen bir annelik pratiği olarak göze çarpıyor. Bu anın hem takipçiler için sergilenmesi talep edilen kritik bir sonuçlanma oluşu hem de YouTuberın annelik ve vlog kariyerinin başarı tescili olması nedeniyle çokça hikayeleştirildiği söylenebilir. Tabi ki doğumun sergilenme düzeyleri YouTuberların tercihlerine bağlı olarak değişiklik göstermektedir.

Bu kategori için incelenen “*Acemi Anne*” kanalı, 2015 tarihinde açılmış ve 80 binin üzerinde takipçisi bulunmaktadır. Kanalin sahibi Berna iki çocuk sahibi, eğitimi ve çalışan bir annedir. Berna kanalında bebek bakımına dair kendi deneyimlerinden yola çıkarak pratik bilgiler sunmaktadır. Çalışma için Berna'nın doğum hikâyesini aktardığı iki farklı vlog incelenmiştir. İlk vlogu doğum deneyimini fiziksel ve duygusal tecrübe olarak aktarırken ikinci vlogunda doğuma hazırlayıcı pratik bilgiler sunmaktadır. Berna, vlogunda yazılı olarak şu paylaşımı yapmaktadır.

Ben normal doğum yapmayı çok istiyordum ve bu konuda çok araştırdım kendimi çok eğittim sporlar yaptım kitaplar okudum ama kısmet olmadı. Epidürel sezeryanla doğum yaptım. Fakat eğer imkanın varsa mutlaka mutlaka normal doğumu teşvik etmek gerektiğini düşünüyorum. Normal doğurmak gerektiğini düşünüyorum. Ben ameliyattan da aslında biraz korkuyordum. Epidürel sezeryan olmam gerektiğinde pek içime sinmedi ilk başlarda. Fakat denizi kucacağıma aldıktan sonra normal doğummuş, sezeryanmış hiçbir şey umurumda olmadı açıkçası (Acemi Anne, 2016).

Anneler, hamile kaldıktan sonra bu süreçle başa çıkmak için başkalarının bilgi ve deneyimlerine kulak kesilirken aynı zamanda fiziksel olarak hazırlanma gerekliliği hissetmektedir. Bu durum ise doğrudan deneyim aktaran vlogların çokça izlenmesini sağlamaktadır.

### 4.4. Baby Shower Partisi

Anneliğe hazırlık her kültürde farklı şekilde gelişebilecek bir süreçtir. Annelik, gitgide kuşaklararası iletişimle öğrenilen ve kültürel olarak belirlenen bir olgu olmaktan çıkıp

iletişim ağlarının gücüyle baskın kültüreliliğin etkisi altında belirlenen ve deneyimlenen bir olguya dönüşebilmektedir. Kültürel dönüşümler internetle yaygınlaşırken annelik de küresel bir kültürün etkisiyle belirlenmektedir. Dijital ağlarda yeni ritüellerin yayılması, çeşitli coğrafyalardaki annelerin farklı kutlama ve duyurma ritüellerini deneyimlemeye açık olduğunu göstermektedir.

Baby-Shower Partisi menşei itibariyle ilk olarak Amerika'da gerçekleştirilen ve yeni dönemlerde hızla dünyanın birçok yerinde benimsenen bir ritüeldir. Bebeğin anne ve yakın çevresi tarafından ne kadar istendiğini gösteren ve onun dünyaya geliş hazırlığı olarak annelerin özen gösterdikleri bir kutlama ve duyurudur bu parti. Kültürel dönüşümler internetle yaygınlaşırken annelik de kültürel olarak küresel bir kültürün etkisiyle dönüşmektedir.

Bu kategori için Merve Özkaynak'ın "*Melisa'ya Merhaba :)*" (Merve Özkaynak, 2015) başlıklı Baby Shower vlogu incelenmiştir. Uzun süredir YouTube'da makyaj ve moda üzerine paylaşımlar yapan Merve, iki milyon üzerinde takipçisiyle popüler bir YouTuber'dır. Merve, anne olduktan sonra 2015 tarihinde "*Daha Merve*" isminde yeni bir YouTube kanalı açar. Merve'nin vlogda gösterimini yaptığı Baby Shower partisi profesyonel bir ekip tarafından tertip edilmiştir. Bu partide annenin giyimi ve süsleri, ayrıca parti için dekorasyonlar ve yiyecek içecek konseptleri hamile olunan bebeğin cinsiyeti merkeze alınarak hazırlanmıştır. Gitgide bütün anne YouTuberların düzenlediği, takipçilerine sunmak mecburiyeti hissettiği ve toplumsal ortamda da yaygınlaşan bu partiler yeni medya aracılığıyla öğrenilen bir çerçeveyi kutlama ve duyurma ritüeli olarak hakim kılmaktadır. Bu vloglarda toplumsal cinsiyet konularının hem bebek ürünleri endüstrisi ve hem de anneler tarafından yeniden üretildiğini görmekteyiz.

#### 4.5. Emzirme Deneyimi

Geçmişte çocuk doğurma ve çocuk yetiştirmeye ilişkin farklı kültürel formlar söz konusuydu. Oysa günümüzde üreme, çocuk doğurma ve çocuk yetiştirmeye dair tıbbi, pedagojik bilgi ile standartlaşmaya doğru evrilen bir tarz hâkim olmaktadır. Annelikle ilgili bütün pratiklerin toplumsal olarak belirlendiği daha önce belirtilmişti. Bu deneyimler, kültüre, sınıfa, ekonomik ve toplumsal örgütlenmeye bağlı olarak değişiklik gösterirken YouTube'da etkileşimler sonucunda benzeşen ve aynılaşan deneyimler olduğu gözlemlenmektedir. Anneler, bebek bakımına dair şu başlıklarda vlog içeriği üretmektedir; bebek emzirmesi, bebeğin uykusu, bebeğin ek gıdaya geçiş, tuvalet eğitimi, oyuncaklar vs.

Bu kategoride Merve Özkaynak'ın ürettiği "*Emzirme Deneyimi - Demet Tuncer ile*" başlıklı vlog incelenecektir. Özkaynak, bebeğin anneden beslenmesi ve anne sütü ile ilgili "*Lactamil Çay Sohbetleri*" başlığında bir firma sponsorluğunda, diğer popüler YouTuber'larla söyleşi yaparak kendi deneyimi ve onların deneyimlerini karşılaştırarak tecrübe aktarımı yapmaktadır.

Demet: Ama şöyle bir durum var. O başlangıcı bir atlattıktan sonra istiyorsun. Hele iki haftadan sonra istiyorsun. Ben mesela çok sevmiştim emzirmeyi.

Merve: Ben de emzirmeyi çok sevdim bu gerçi bu kişiden kişiye değişen biraz tecrübelerle şekillenen bir şey ama bende Demet'te, ikimizde şu an konuştuğumuzda bende hakikaten emzirmeyi çok sevdim. Demet'in

söylediklerine kesinlikle katılıyorum. İlk iki hafta gerçekten çok zor oluyor. Yara oluyor göğüsleriniz, nasırlaşıyor. Acıyor. Siz daha yeni annesiniz. Kavrayamıyor, bu tarz ufak tefek aksaklıklar oluyor. Bence ikinci haftadan sonra tüm bunlar geçiyor. Asıl o anne-bebek arasındaki o güzel bağ iyice yerleşmiş oluyor.

Demet: O çok özel bir bağ yani herhalde neyle ben kıyaslayabilirim karnında tekmelerken ki bağ nasılsa sadece sana ait bir şey kimse bilmiyor. Dokunuyor belki eşin, arkadaşların ama onu sen hissedebiliyorsun yani çok gizli bir sevgi o. Emzirirken de, emzirirken de ben mutlaka ayanın eldivenlerini çıkartıp dokundururdum mutlaka. O dokunması o zamanı zaten salgıladığın hormonlar seni de uyutuyor onu da rahatlatıyor. Şeye dikkat ederdim mesela o benim için bir terapiydi. Sessiz bir yerde olmasına (Daha Merve, 2016).

İyi anne olma ve emzirme arasında kurulan ilişkinin kişiselliği yanında vlogun hedef grubunda yer alan çalışan anneleri de teskin edecek bir söylem de kurulmaktadır.

Demet'e de katılıyorum biz şanslı kesimiz, hani bebeğimizi emzirme fırsatımız oluyor. Bugün birçok anne bebeğini farklı nedenlerden dolayı emziremiyebiliyor, çalışması gerekebiliyor. Sütünü sağıp biberonla vermesi gerekebiliyor. Bunları lütfen lütfen annelikle özdeşleştirmeyin. Emzirmenin anne olmakla, iyi anne olmakla hiç alakası yok. Bence neyse süreç o şekilde devam etmeli (Daha Merve, 2016).

Yine bu vlogda Demet de Merve'ye katıldığını belirterek takipçi annelere hitap eder ve emzirme yönünde bazı anneleri baskılayan, onların kendilerini kötü hissetmesini sağlayan toplumsal beklentiden kendi içsel ve fiziksel döngülerini merkeze alarak davranmalarını önermektedir.

Emzirme ve çocuğun beslenmesi sadece fizyolojik bir mesele olmayıp, ekonomik ve kültürel olup dinin de ilgilendiği meseleler arasında yer alır (Şişman, 2014: 41). Bu bağlamda emzirmek veya emzirememek, iyi annelik ve kötü annelik dikotomisine kadınları sıkıştıran bir olgu. Uzman bilgisi ve çevre baskısı emziremeyen annelerin kendilerini kötü hissetmesine neden olmaktadır. Bu vloglarda çeşitli nedenlerle emziremeyen annelerin kendilerini iyi hissetmesini sağlayan pratik öneriler de sunulmaktadır. Bu öneriler, iyi anne olmanın gerektirdiği görevlerin gönüllü üstlenimi ile bu görevlerin diğer rollerle beraber gerektirdiği yoğun emek arasında sıkışan annelere hitap etmektedir.

#### **4.6. Tuvalet Eğitimi**

Bebek ürünleri endüstrisi paketlenmiş bilgi ve ürünler sunarak annelere zorluklarla daha kolay başa çıkabilecekleri reçeteler sunmaktadır. Son zamanlarda yükselen pedagojik ve ekolojik söylemler bu sektör içinde de yankılanarak annelere daha öznel bir annelik deneyiminin mümkün olduğunu işaret etmekte ve geleneksel kodları çağırıştıran annelik pratiğini yücelten bilgi ve ürünler sunmaktadır. Badinter de (2017: 41) 80'lerden itibaren hâkim kültürel modelin açmazlarını eleştiren, farklı bakış açılarına sahip söylemlerin ortaya çıktığını belirtir. Ona göre bu söylemler kadına, anneye, aileye, topluma ve hatta

bütün insanlığa mutluluk ve bilgelik getirmekle övünerek, her biri kendi tarzında, bir tür “doğaya dönüş” önerirler.

Bu kategori için 2016 tarihinde açılmış ve 10 bin civarında takipçisi bulunan “*Melekksi*” kanalı incelenmiştir. Kanalın sahibi Melek, Almanya’da büyümüş Türkiye’de öğretmenlik yapan bir çocuk annesi genç bir YouTuber. Melek, annelik deneyimini ve bebek bakımı hakkında annelere faydalı olacağı düşüncesiyle vloglar üretip paylaşmaktadır. “*TUVALET İLETİŞİMİ / BEZSİZ BEBEK...*” (Melekksi, 2021a) başlıklı vlogunda, “bebeğinizin doğar doğmaz sizinle iletişim kurup tuvaletinin geldiğini söyleyebildiğini biliyor muydunuz?.. Bugün sizinle tuvalet iletişimi hakkında konuşacağım. Ben ilk duyduğumda ve gerçekten ilk denediğimde şoka girmiştım. Hani Freud böyle demişti (...)” derken daha doğalcı bir ilişkiye dair tutum almayı öneriyor. “*NEDEN YIKANABİLİR BEBEK BEZİ...*” başlıklı vlogda ise Melek, tuvalet eğitimi ile ilgili pratik bilgiler ve deneyimlerini ekolojik bir bakışla şöyle aktarmaktadır:

Yıkanabilir bebek bezi kullanmamın birkaç sebebi var. Örneğin, bebeğimin sağlığı doğaya ve çevreye zarar vermemesi ve fizyolojik ve psikolojik nedenler. Sağlık derken şöyle açayım. Bebeğimize ne yedirdiğimize ve ne giydirdiğimize çok dikkat ediyoruz. Organik olsun, pamuklu olsun, bambu işte ortopedik olsun. Her şeyin en iyisini layık görürüz ama iş bez meselesine gelince saatlerce tenine özel bölgesine nüfus eden bezleri alıyoruz. Ve bu bezlerin içeriğini de çok da dikkat etmiyoruz. Çünkü bize sürekli yıllarca çişimi yapıyorum çişimi yapıyorum totem kuru kalıyor reklamıyla iyi bir şey yapıyormuşuz bebeklerimizin müthiş muazzam bir iyilik yapıyormuşuz gibi hissettirdiler. Halbuki normal bir şey değil bu kuru kalması gerekiyor ki bebek rahatsız olsun. Bebekler kendini kirletmeye içgüdüyle dünyaya gelirler ama biz bunu bilmiyoruz biz doğal olana aykırı davranıyoruz (Melekksi, 2021b).

Bu vloglarda anneler arasında anne-bebek ürünlerine karşı daha ekolojik bir anlayışın izlerini görmek mümkündür. Bunun yanı sıra farklı bebek bakım tarzlarına dair bilgi aktaran birçok ayrı kanalın da takipçileriyle etkileşimi içerik üretimlerini süreklileştirmektedir.

#### 4.7. Bebeğin Beslenmesi-BLW

Bebeğin beslenmesi annenin bebeğini emzirmesi ile başlayıp ek gıdaya geçişle devam etmektedir. Bebeğin normal gıdaya geçişinde zorlanmalar nedeniyle yeni yöntem arayışına giren anneler, dijital ağlarda popüler olan BLW yöntemine dair daha fazla içerik üretiyorlar. “Baby Led Weaning” (BLW) ismiyle bilinen bu yöntem, aynı zamanda bilinçli olduğu özellikle vurgulanan annelerin uygun gördüğü ve deneyimlediği bir yöntemdir. Ek gıdaya geçişte BLW yöntemini üç bebeğinde de kullanan ve bu yöntemi başarılı bir şekilde aktaran anne YouTuberlardan biri de “*Gurbetçi Aile*” isimli YouTube kanalının annesi Tuba’dır. Anne Tuba, oğlu Mert’e Baby Led Weaning’e başlayacağını duyurduğu “*Bebek Ek Gıdaya Başladı*” başlıklı vlogda (Gurbetçi Aile, 2015), bebeğinin henüz küçük olduğunu ama başlayabileceğini söylemektedir. Bebeğinin yanında mutfak tarafına geçen Tuba bir elinde kamerayla çekim yaparken diğer eliyle de omlet pişirmektedir. Tuba omleti karıştırdıktan sonra mutfaktan tekrar bebeğin yanına geçer ve bu arada bebeğin ek gıdaya geçişe hazır olduğunu nasıl anladığını aktarır. Bazı bebeklerin ne zaman ek gıdaya geçişe

hazır olduğunu ilk bebeği üzerinden örnek vererek anlatır. Tekrar mutfağa yönelir ve ometin piştiğini söyledikten sonra yeniden bebeğinin ek gıdaya hazır olduğuna inandığını söyler. Tuba BLW’de ilk başlayacağı yiyecek olarak avakadodan başlamak istemediğini bu defa havuçla başlamak istediğini aktarır. Mert’in ek gıdaya geçişi için aldığı havuçları gösterdikten sonra kamerayı kendisine yöneltir. Daha sonra Tuba’yı giyinmiş saçları taranmış ve makyaj yapılmış bir şekilde görürüz. Tuba, Mert’i yemek sandalyesine oturtur. Hızlandırılmış çekimde Mert’e yemek önlüğünü giydirir ve önüne havuçları koyar ve bebeğin ilk yiyeceği ile tanışması takipçilere gösterilir. Tuba, Mert’in yemek masasını gösterirken temizliğin kendisine düştüğünden yakınıır.

Bebeğin beslenmesi, burada anneliği yeniden üreten annelik mitini onaylayan vloglarla karşımıza çıkmaktadır (Gurbetçi Aile, 2015). Benzer şekilde “*Anne Günlüğü*” kanalında yayın yapan Ezgi de BLW geçiş deneyimini izleyicilerle paylaşırken (Anne Günlüğü, 2020) bir taraftan ev işleri ve mutfakta beslenme işlerine koşan ve diğer tarafta işlerin organizasyonu için kafa yoran bir anne olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu betimlemelerde görüldüğü üzere anne çocuğuna en doğal biçimde yemek yeme becerisini kazandırırken yeni yöntemleri öğrenmeye ve deneyimlemeye çalışmaktadır. Bu yeni annelik öğretileri, hem annenin hem de bebeğin daha erken dönemde bağımsız olmalarını sağlayacak bir yöntem olarak tanıtılmaktadır. Bu yöntemler anneler tarafından tercih edilirken babanın ne düşündüğü veya bebeğin bakım ve beslenme deneyimlerine dair ne hissettiği görülmemektedir. Bebeğin bakım hizmetinde babalar, anneye sadece yardımcı bir şekilde konumlanabilmektedir. Bu vloglarda annenin başarıyla tüm bu süreçleri yönettiği gözlemlenirken hakim annelik kimliğinin yeniden üretildiğini söylemek mümkündür.

#### 4.8. Uyku Eğitimi

Bebeğin uykusu anneler için başa çıkılması gereken zorlu süreçlerin başında yer almaktadır. Uyku gibi temel bir ihtiyacın giderilmemesi anneler için gündelik yaşamın sağlıklı sürdürülmesi önünde bir engel olarak belirmektedir. Bebeğin uykusunun düzenlenmesi için modern dönemde eğitsel metotlarla geliştirilmiş yöntemler olduğu ve bilinçli annelerin bu yöntemleri bilmesi gerektiği söylenmektedir. YouTube ortamında bu metotlarla ilgili epeyce video bulunmaktadır. Ancak bu metotlara karşı natüralist annelik söylemlerinin yer aldığı videolar da bulmak mümkündür.

Ukranyalı bir çocuk annesi Prema Sundari’nin kendi ismiyle yayın yaptığı kanalın mottosu “mutlu huzurlu doğal annelik”tir. 2014 tarihinde açılan kanalın yetmiş bine yakın takipçisi bulunmaktadır. Türkçe içerik paylaşan YouTuber, kanalı hakkında şu tanıtımı yapıyor; “Bu kanalda annelik deneyimimi paylaşıyorum. Çevreye saygılı, nazik ve huzurlu yetişmenin destekçisiyim. Videolarımla, dünyada daha fazla mutlu anne, baba ve çocuk olması için size bilinçli ebeveynlik konusunda ilham vermek istiyorum.” Kanalında daha çok natüralist bir bakışla annelik deneyimlerine dayanan vloglar paylaşmaktadır. Bu paylaşımlar, pedagojinin ve bebek endüstrisinin bilgi ve önerilerine karşı natüralist yeni annelik bilgi ve deneyim aktarımı ile dikkat çekmektedir.

Uyku eğitimi başlığı için inceleyeceğimiz vlog, Sundari’nin “*Bebeklerde uyku eğitimi*” başlıklı vlogudur. Sundari, pedagojik temelli ve uyku koçlarının uyku eğitimi metodlarını doğaya aykırı, faşistçe bulduğunu belirtmekte ve bu eğitimlerin erkek bakışıyla

şekillendiğini eleştirel bir dille aktarmaktadır. Bu metodların bebeğin gelişimini engellediğini iddia etmekte ve natüralist bilgiye dayanan bir anlayış sunmaktadır. Sundari aşağıda verdiğimiz aktarımında bebek bakımına dair bilgi ve deneyime farklı bir yaklaşım sunmaktadır.

Dünyada iki metod tipi var. Hızlı ve yavaş, yani zalim ve zalim. Çünkü çok bencil ve gerçekten kaba metodlar. Bebek kendi kendine uyuyamaz, bu doğaya aykırı... Uyku eğitimi verince biz bebeğimizi kırıyoruz ve üzgün yapıyoruz. Çünkü metodlar ilk önce adamlarla bulunmuş. Yani bir hiçbir adam anne olmadı ve hiç bir adam annelik yapamaz... Mesela bir örnek vereyim. Siz anlarsınız, mesela bebek gece on defa uyanıyor. Siz de tabii ki delirdiniz. Bebek uyanıyorsa onun sebebini çözmeniz lazım. Hadi ben ona kendi kendine uyuma eğitimi vereceğim, bu çözüm değildir. Mesela bebek uyanıyor, çünkü ev soğuk bebek üşüyor. Siz onu yanınıza aldınız ve o da ısındı uyudu. Tekrar ayrı yatağa, ayrı odaya koydunuz. O da orada üşüdü, ağladı. Siz onu yine aldınız, uyuması için meme verdiniz. Yani bebek emziriyorsunuz, bebek emiyor. Emmek için uyanmıyor on kere. Bebek on kere uyanıyor çünkü yerini beğenmiyor. Bir daha söyleyeyim emmek için on kere uyanmıyor... Ne bileyim uyku oyuncağı ya da süper karanlık, süper sessizlik yani bebeğe uyumak için özel bir şey gerekmiyor. Çünkü uyumak bizim için hayat konusu, yani yemek gibi bir şeydir. Niye doğa o kadar zor yapsın ki. Hayır problemi çözelim. Yani mesela ben duydum, bana dediler ki 6 aydan itibaren gece emzirmeyi kesmesi lazım. Kim onu dediyse gerçekten sizin en büyük düşmanınızdır. Bu çok normal bebek uyanıyor, çünkü acıktı... Bebek aç olacak tabii ki sonra da sürekli uyanacak, sürekli ağlayacak. Ve siz diyeceksiniz, bebek çok kötü uyuyor. Ben bir pedagoğdan öğrendim, ben bilmem kimden öğrendim ki böyle kendi kendine uyutma metodları var... bu bayağı yani faşist metodu. Biz bebeği alıyoruz, koyuyoruz kendi yatağına... Bebek kendini güvenli hissetmezse uyuyamaz” (Prema Sundari, 2021).

Sundari buna karşın anne bebek arasında hem fiziksel hem de duygusal yakınlığın devam etmesi gerektiğine dair daha basit bir önerilerde bulunmaktadır. Bebeğin uyumama nedenlerinin basit olduğunu ve problemin tespit edilip çözüm geliştirilince bebeğin rahat uyuyacağını belirtmektedir. Sundari, annelere bebeklerinin beden dilini iyi okuması gerektiğini söylerken bebeğin uykusu için sakin aktiviteler önermektedir. Sundari'nin bu sunumunda görüldüğü üzere, iyi annelik için bebekle daha yoğun bir ilişki önerilirken diğer öneriler kolaycılıkla damgalanır ve uygulayıcı annelerin kendilerini suçlu hissetmesine neden olacak bir söylem kurulmaktadır.

## SONUÇ

İnternet tabanlı yeni medyanın gelişimiyle beraber daha önce ünlü olmayan fakat bu yeni teknolojiye uyum sağlayan bazı kadınlar annelik kimliğini merkeze alarak bloglarda deneyim aktarımına dayalı düzenli paylaşımlar yapmış ve öne çıkmışlardır. Sıradan kadınların dijital kamusalığa çıkışlarının ilk örnekleri web siteleri ve bloglar üzerinden gerçekleştikten sonra görüntü esaslı platformların gelişimi ile video-blog (vlog) tarzı

hakim olmuştur. Daha kolay izlenebilen ve performansa dayalı anlatıcılıkla şekillenen YouTube gibi platformlar annelik kimlik ve deneyiminin de sunum alanı olurken küresel bir eğilim ortaya çıkmıştır. Herkesin birbirinden öğrendiği bu platformlar aynı zamanda annelik rolünün icrasında yeni makbul anne kimliklerini güçlendiren bir çerçeve oluşturmuştur.

Bu platformlarda sunulan annelik temsilleri anneliğin zorlayıcı yönünü romantize ederek toplumsal cinsiyet rollerini normalleştirmekte ama diğer taraftan da kadının ev içi bakım emeğinin görünürleşmesini sağlamaktadır. Annelik temsilleri üzerinden çeşitli medya çerçeveleri ile modern annelere makbul gösterilen formun YouTube annelik kanallarında da yeniden üretildiği, sonu gelmez ihtiyaç listeleri ve sorumluluklar ile anneleri yetersizlik hissine maruz bıraktığı söylenebilir. Buna karşın ev içi bakım emeğinin görünürleşmesiyle geleneksel annelik rolüne dair eleştirel bir yaklaşımın yaygınlaşma imkanını ortaya çıkartmaktadır.

Susan Douglas ve Meredith Michaels'ın kavramsallaştırdıkları haliyle “yeni annecilik” (new momism) eğiliminin bu çalışma kapsamında incelenen alanda da baskın hale geldiği görülmektedir. Çocuklarına koşulsuz tüm zamanını vererek onların bakımını yapan, eğitime hazırlayan, sağlıklıları için özel ürün ve koşulları gözeten ve bunun yanı sıra kendi kariyerine başarıyla devam eden anne tipi geleneksel medyadan sonra yeni medyanın çerçeveleriyle de makbul temsillere büründürülmektedir. YouTube’da çoklukla izlenen annelik temsilleri de hâkim kültürel anlatılara uygun performanslara dayanmakta ve ideal anne çerçevesinin içinden anlatı kurmaktadır. İçerikler dijital üretimin tabi olduğu ekonomi-politik bağlam içinde üretilirken aynı zamanda bebek ürünleri endüstrisinin etkinliği de göze çarpmakta ve hikayeleştirilen deneyim aktarımının içine sızdığı görülmektedir. Hamileliğin öğrenilmesinden itibaren öne sürülen ihtiyaç listeleri ebeveynlere yeni tüketim alışkanlıkları kazandırmakta ve iyi anne olmanın gereği olarak bu ihtiyaçlar sayesinde anne ve bebeğin yeni tüketiciler olarak piyasaya içerilmesine aracılık edilmektedir.

Annelik vloglarında endişe ve küçük hoşnutsuzluklar göze çarpsa bile anneler, deneyimlerini büyük oranda olumlu ve romantize bir şekilde aktarmaktadır. YouTuber annelerin kendileri hakkında verdikleri bilgiler göz önüne alındığında çoğunlukla eğitilmiş ve orta sınıftan kadınlar olduğu görülmektedir. Bu sınıfsal profil de yeni annecilik eğiliminin gerektirdiği maddi temeli mümkün kılmaktadır.

Anneler ev içi doğal halleriyle yer aldıkları vloglarda bile günün sonunda bakımlı ve makyajlı görünmeye çalışmaktadır. Çalışan ya da alt sınıf annelerin yaşadığı gerilimlere dair söylemlerin çok az olduğu bu sunumlarda pedagojik ve daha natüralist bir annelik deneyimi aktarımının yaygın olduğu görülmektedir. Bu vloglarda anneler daha çok ev içi alanda mutfakta, bebek beslenmesi-bakımı ve ev işlerini yaparken görülmektedir. Bu durumda egemen annelik söylemlerinin yanısıra toplumsal cinsiyet konumunun yeniden üretilmekte olduğunu söylemek mümkündür.

Annelik bilgi ve deneyiminin giderek dijital ağlar üzerinden kuşaktaş ve mikro ünlüler aracılığıyla öğrenilirken bunun bir ihtiyaca karşılık geldiği söylenebilir. Kuşaklar arası bağlantısı kopmuş ve dayanışma ağlarından yoksun kalmış anneler için bu vloglar ve dijital ağlar aracılığıyla bir öğrenme ve dayanışma düzlemi de gelişmektedir. Anneler, hamile kaldıktan sonra yaşadıkları zorluk ve tecrübesizlikle başa çıkmak için başkalarının



bilgi ve deneyimlerine kulak kesilirken aynı zamanda fiziksel olarak hazırlanma gerekliliği hissetmektedir. Bu durum ise doğrudan deneyim aktaran vlogların çokça izlenmesini ve bu alanda içerik üretmekle kariyer edinen YouTuberların popülerleşmesini sağlamaktadır. Makbul annelik rolünü yerine getirmekte zorluk yaşayan, mesela emzirmede başarısız olan veya çocuğunun uykusunu düzenleyemeyen annelerin kendilerini iyi hissetmesini sağlayan pratik öneriler ve deneyim aktarımları YouTuberların yeni eğiticiler olmasını sağlamaktadır. Bu öneriler, iyi anne olmanın gerektirdiği görevlerin gönüllü üstlenimi ile bu görevlerin diğer rollerle beraber gerektirdiği yoğun emek arasında sıkışan annelere hitap etmektedir.

Anne-bebek ilişkisinin doğal olarak zorluk içeren ve öğrenme süreci gerektiren emzirme, doğru beslenme, tuvalet ve uyku eğitimi gibi başlıklarda yukarıda aktarılan örnekler göstermektedir ki YouTuberlar hem eğitici, örnekleyici hem teskin edici içerikler üretmeye özen göstermektedir. Buna karşın hamilelik duyurusu, baby shower partisi gibi benzeşen kutlama ritüelleriyle de küresel bir eğilimi yaygınlaştıran araçlara dönüşmektedirler.

## KAYNAKÇA

- ALYANAK, Zeynep Büker (2014). "Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi". *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* içinde (Der.Mutlu Binark). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 117-163.
- BADINTER, Elisabeth (2017). *Kadınlık mı? Annelik mi?* (Çev. Ayşen Ekmekçi). İstanbul: İletişim Yayınları.
- BEAUVOIR, De Simone (2020). *İkinci Cinsiyet 2 Cilt: Yaşanmış Deneyim*. (Çev. Gülnur Acar Savran) İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- BALTA PAKER, Evren (2009). "Anne ya da Değil? Annelik Etme Meselesi Üzerine". <https://m.bianet.org/bianet/toplumsal-cinsiyet/114384-anne-ya-da-degil-annelik-etme-meselesi-> (Erişim Tarihi:10.02.2018).
- BALTA, Evren (2005). "Bitmeyen Çocukluk, Erken Yetişkinlik ve Yeni Kapitalizm", *Birikim Dergisi*, Sayı:192. [https://birikimdergisi.com/dergiler/birikim/1/sayi-192-nisan-2005/2377/bitmeyen-cocukluk-erken-yetiskinlik-ve-yeni-kapitalizm/3332#.WqGYNqhl\\_IU](https://birikimdergisi.com/dergiler/birikim/1/sayi-192-nisan-2005/2377/bitmeyen-cocukluk-erken-yetiskinlik-ve-yeni-kapitalizm/3332#.WqGYNqhl_IU) (Erişim Tarihi:10.02.2018).
- BİLGİLİ, Can ve ŞENER, Gülüm (2013). *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-2, Kültür, Kimlik, Siyaset*. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- BİNARK, Mutlu (2007). "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu". (Der. Mutlu Binark). *Yeni Medya Çalışmaları* içinde. Ankara: Dipnot Yayınları. 21-44.
- BOYD, Boyd M. ve ELLISON, Nicole B. (2008). "Social Network Sites: Definition, History an Scholarship". *Journal Of Computer-Mediated Communication*, No: 13, ss.210-230, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>, (Erişim Tarihi:15.02.2017)

- CANTEK, Funda Şenol ve AKŞİT, Elif Ekin (2011). “Kadınların Kuşaklar ve Sınıflar Arası Bilgi Aktarımları”, *Birkaç Arpa Boyu...: 21. Yüzyıla Girerken Türkiye’de Feminist Çalışmalar* içinde (Ed.Serpil Sancar), İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları. 525-56.
- DAVIS, Kate (2015). *The Information Experience Of New Mothers In Social Media: A Grounded Theory Study*, (Doktora Tezi). Queensland: The University of Queensland [https://eprints.qut.edu.au/86784/1/Kate\\_Davis\\_Thesis.pdf](https://eprints.qut.edu.au/86784/1/Kate_Davis_Thesis.pdf), (Erişim Tarihi: 22.03.2018)
- DONOVAN, Josephine (2015). *Feminist Teori*. (Çev. Aksu Bora, Meltem Ağduk Gevrek ve Fevziye Sayılan). İstanbul: İletişim Yayınları.
- ERDOĞAN, İrfan (2007). *Pozitivist Metodoloji Bilimsel Araştırma Tasarımı İstatistiksel Yöntemler Analiz ve Yorum*. Ankara: Erk Yayınları.
- GÜRÇAYIR TEKE, Selcan (2014). “Dönüşen Anneliğe Yönelik Netnografik Bir Analiz: Blogger Anneler”. *Millî Folklor Dergisi*, Yıl:26, Sayı: 103, 32-47.
- IŞIK, Sefer Yetkin (2015). “Küresel Kültürel Değişim ve ‘Yeni’ Annelik: Ankara Kamil Ocak Mahallesi Örneği”. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 13(50), 48 – 75.
- MILLER, Tina (2010). *Annelik Duygusu Mitler ve Deneyimler*. (Çev. Gül Tunçer). İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÖZTAN, Ece (2015). “Annelik, Söylem ve Siyaset”. *Cogito Dergisi*, Sayı: 81, 91-107.
- POLAT, Burçak S. (2016). *Seyahat Bloglarında Benlik Sunumları*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- SEVER, Merin (2015). “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 Okuma Çalışması”. *Feminist Eleştiri Dergisi*. 7(2), 72-86.
- ŞİŞMAN, Nazife (2014). “Sütün Metalaşması: Biyomedikal/Biyotetik Yaklaşımlar”. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*. 29, 40-43.
- VAN DIJCK, Jose (2016). *Senin Gibi Kullanıcılar mı? Kullanıcı Türevli İçerikteki Failliği Kuramlaştırmak*, Himmet Hülür ve Cem Yaşın (Ed.), *Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi* içinde. Ankara: Ütopya Yayınları. 160-183
- YING, Hui (2007). *Youtube*. (Çev. İlker Şahin). İstanbul: Pegasus Yayınları.
- YÜKSEL, Okan (2017). *YouTube & Video Blog Rehberi*. Ankara: Nirvana Yayınları.
- YONKER, Madeline (2012). “The Rhetoric of Mom Blogs: A Study of Mothering Made Public”. (Yayınlanmamış Tez). Syracuse University. [https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=wp\\_etd](https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=wp_etd) (Erişim Tarihi: 20.02.2018).

**YouTube Video Kaynakçası**

- Acemi Anne (2016),“Epidural Sezaryen (Sezeryan) Notlarım | Acemi Anne”, <https://www.youtube.com/watch?v=GZtLZ5b5MkE> [Erişim Tarihi: 10.06.2021]
- Anne Günlüğü (2017), “2. KEZ HAMİLEYİM! CANLI TEST YAPTIM | ANNE GÜNLÜĞÜ”, <https://www.youtube.com/watch?v=BYWEHVhmXTk> [Erişim Tarihi 10.06.2021]
- Anne Günlüğü (2020), “6 AYLIK BEBEK! EK GIDAYA GECİS: BABY LED WEANING! 3 COCUKLU EV HALLERİ VE TEMİZLİK”, [https://www.youtube.com/watch?v=167v\\_kAnVO8](https://www.youtube.com/watch?v=167v_kAnVO8) [Erişim Tarihi: 10.06.2020]
- Gurbetçi Aile (2014), “4 HAFTA HAMİLEYİM | TÜM HAMİLELİK BELİRTİLERİM”, <https://www.youtube.com/watch?v=xaXh3B19Tjo&t=292s> [[Erişim Tarihi: 10.02. 2017]
- Gurbetçi Aile (2015), “BEBEK EK GIDAYA BAŞLADI | VLOG #453 | GÜNLÜK HAYAT”, [https://www.youtube.com/watch?v=Emm\\_OXiDUJ8](https://www.youtube.com/watch?v=Emm_OXiDUJ8) [Erişim Tarihi: 10.09.2017]
- Daha Merve (2016), “Emzirme Deneyimi-Demet Tuncer ile | Merve Özkaynak”, <https://www.youtube.com/watch?v=NZO-yKZLhWQ> [Video Yayın Tarihi: 01.05.2017]
- Melekxi (2021a), “TUVALET İLETİŞİMİ / BEZSİZ BEBEK / elimination communication /Tİ”, <https://www.youtube.com/watch?v=vquP1mg8XGo&t=308s> [Erişim Tarihi: 09.06.2021]
- Melekxi (2021b), “NEDEN YIKANABİLİR BEBEK BEZİ KULLANIYORUM / HAZIR BEZLERDEKİ TEHLİKE”, <https://www.youtube.com/watch?v=hAmks5LgNbE&t=148s> [Erişim Tarihi: 09.06.2021]
- Merve Özkaynak (2015), “Melisaya Merhaba:)", [https://www.youtube.com/watch?v=qL-d\\_qQd8cM](https://www.youtube.com/watch?v=qL-d_qQd8cM) [Erişim Tarihi: 15.07.2017]
- Prema Sundari (2021), “Bebeklerde Uyku Eğitimi”, <https://www.youtube.com/watch?v=UdRvXCyCqms> [Erişim Tarihi: 20.07.2021]

