

"Anne misiniz?": Bir Benlik Sunumu Olarak Annelik

Beriz Elmas*

ÖZ

Web 2.0 ile birlikte kullanıcılar internet ortamlarına etkileşimli bir şekilde katılmaya başlamıştır. Gelişen dijital teknolojiler kullanıcıları birer üreticiye dönüştürmüştür. Kullanıcılara interaktif bir iletişim imkânı sunan sosyal ağlardan biri de Instagram'dır. Instagram'ın sunduğu olanaklar, arkadaşlık ilişkilerini, kişilerin diğerleriyle kurduğu iletişimi, toplumsal yapıyı ve kitlesel eylemleri etkilemiştir. Sosyal ağlar içerisinde Instagram, bunların yanı sıra bireylerin benlik sunumlarını gerçekleştirdiği bir ortam olma özelliğini de göstermektedir. Erving Goffman'ın dramaturjik teorisi çerçevesinde kimlik ve benlik sunumu, Instagram kullanımıyla birlikte görünür hâle gelmiştir. Instagram aynı zamanda annelik olgusunu ve anne kimliğinin sunumunu da kamusal alana taşımıştır. Böylece annelik kimliği yer bulduğu mecra olan Instagram'ın kendine özgü özelliklerinden etkilenerek dönüşüme uğramıştır. Instagram'ın kullanıcıların özel hayatlarına dair yaptığı fotoğraf paylaşımlarıyla içerik akışının sağlandığı bir mecra olması görseelliği ön plana çıkarmaktadır. Tüm bunlardan hareketle bu çalışmanın kapsamını annelik olgusunun Instagram'daki temsili ve dönüşen bir kimlik olarak anneliğin sunumu oluşturmakta; çalışmada annelik kimliğinin sunumunun ne şekilde gerçekleştirildiği, anneliğin anne olan/anne olmayı düşünen Instagram kullanıcıları tarafından nasıl algılandığı, bir kimlik olarak anneliğin ne olduğu ve nasıl idealize edildiği sorularına yanıt aranmaktadır.

Anahtar Kelimeler: annelik, sosyal medya, benlik sunumu, instagram

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
elmasberiz@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5390-4818

“Are You a Mother?”: Motherhood as an Self-presentation

ABSTRACT

With Web 2.0, users started to participate in internet environments interactively. Developing digital technologies have transformed users into manufacturers. One of the social networks that offers users an interactive communication opportunity is Instagram. Among social networks, Instagram also shows the feature of being an environment where individuals make self-presentations. Within the framework of Erving Goffman’s dramaturgical theory, the presentation of identity and self became visible with the use of Instagram. Instagram has also brought the concept of motherhood and the presentation of mother identity to the public sphere. Thus, the identity of motherhood has been transformed by being influenced by the unique features of Instagram, the medium in which it finds its place. The fact that Instagram is a channel where content flow is ensured with the photo sharing of users about their private lives, brings visibility to the fore. Based on all these, the scope of this study consists of the representation of motherhood on Instagram and the presentation of motherhood as a transforming identity. In the study, answers are sought to the questions of how the motherhood identity is presented, how motherhood is perceived by Instagram users who are mothers/who are considering becoming a mother, what is motherhood as an identity and how it is idealized.

Keywords: motherhood, social media, self-presentation, instagram

Extended Abstract

In the twentieth century; the influence of World Wide Web's invention reminds of Gutenberg's press's influence on world in the period of 1450s. Invention of the printing press opened an era in the history of communication. Printing press was a groundbreaking innovation in regard to change the way of perceiving the world. As Marshall McLuhan stated with publication of *The Gutenberg Galaxy*; printing press causes change on people's understanding and cognitive structures. With a similar effect, invention of World Wide Web made a change on communication history. In the early days of World Wide Web, Web 1.0 was allowing only one-way communication. With Web 2.0; the users of internet get an opportunity to communicate with others. Web 2.0's structure that allows participation pave the way for interactive communication. Nowadays users are no longer just receivers of information; at the same time they are also producer of the information. They can produce content on their own, communicate with each other and participate all the process of data production on the internet. Web 2.0, also known as social web, allows users to be a part of social media sites by creating digital profiles and sharing contents.

Instagram is one of the social media platforms that allows people to produce contents by sharing photos and creating digital identities. Any people who have a digital identity on the internet can create an Instagram account and start using it. People may share photos of themselves or others, give details about their private life, comment on someone's photos and can communicate via using commentary section. In the light of these, it can be said that Instagram is a platform that enables interactive communication intensely while at the same time is a showcase of self-presentations.

Self-presentation as a concept, discussed Erving Goffman's *The Presentation of Self in Everyday Life*. Goffman compares everyday life to theater play. He quotes William Shakespeare's famous speech "All the world's a stage, and all the men and women merely players; they have their exits and their entrances..." and in just the same way as Shakespeare, puts theater and life in the same pot. According to Goffman, as in the theater stage, people show performance in daily life. Daily life is a stage where people can play their roles. In daily life, one meets the other and makes an impression on. Individuals tend to get more and more information whom they meet and in the light of these informations they present their selfs. Individual will act upon that and performs as situation requires. As Goffman states, people tend to guide their impressions on others and go by it.

As Shakespeare has it, all the men and women merely players of the daily life theater. Women get their share of it. Women who have the intention of being mother may find themselves acting upon requirements of motherhood. As Goffman states there are many showcases that one can performs on. Just as the others, mothers can

find the prepared showcases for them and display a behavior on there. Goffman defines the identity that one perform in a daily life as a role. As an identity, motherhood also can be considered as a stage where the requirements of the mother role are fulfilled. While mother performs her role as required she may not doing it consciously. As Goffman states, sometimes one can give good impression and yet he/she may not doing it with consciously or not. From another angle, individuals can be aware of their role and may have no belief in their own act.

In this study, it is aimed to understand where motherhood is positioned on the daily life's stage. How they perform their roles in the motherhood theater? Are they happy about performing the role of motherhood? Do they give good impression with consciously or not? To find answers these question; Instagram, as a digital stage where one performs his/her role in there, has been chosen.

Giriş

Benlik kavramı psikolojinin, sosyolojinin veya sosyal psikolojinin merak konusu olmakla birlikte felsefenin de incelemeye tabi tuttuğu kavramlardan biridir. Benliği anlamak, ontolojik bir sorgulamayı beraberinde getirmektedir. Varoluş felsefesinin ünlü isimleri Martin Heidegger ve Jean-Paul Sartre’dan önce ve sonrasında da insanın varoluşuna dair çok şey söylenmiştir. İnsanı tanımlamak, insanın varoluşunu anlamak çeşitli sorular sormayı gerektirmektedir: Varlık nedir, varoluş nedir, insan nedir ve tüm bunların neresindedir? Örneğin varoluş felsefesinde varlık insana göre tanımlanır. Heidegger’e göre varlık insanla anlaşılır, anlaşılmak için insan tarafından kavranmayı bekler. Aynı şekilde Sartre’a göre de varoluş gerçekte öznel varoluştur, öncelikle insan varoluşudur (aktaran Cevizci, 2019, s. 78). Sartre, varlığı; kendinde ve kendisi için varlık olarak ikiye ayırır. Kendinde varlık şeyler veya cansız nesnelere olarak tanımlanabilir, yani olduğu gibi var olmaya devam ederler, var oldukları gibidirler. İnsan ise kendisi için varlıktır.

Kendisi için varlık, onda, elbette bir varoluşa sahip olan bilinçli insan varlığına karşılık gelir. [...] İnsanın bir varoluşa sahip olması, onun ne değilse o olmasını, her ne ise o olmamasını ifade eder. İnsan bu yüzden özünü yaratmak, kendini olduğundan başka biri hâline getirmek, hayatını anlamlandırmak zorundadır (Cevizci, 2019, s.79-80).

Sartre, insanın bilinç sahibi oluşundan ötürü özgür bir varlık olduğunu söyler ve diğerleriyle sürekli bir ilişki içerisinde olduğunu ifade eder. Benlik ise insanın öz varlığıdır. Türk Dil Kurumu’nca da benlik bir kimsenin öz varlığı, kişiliği, onu kendisi yapan şey, kendilik ve şahsiyet olarak tanımlanmaktadır. Sartre, insanın özünü yaratmak zorunda olduğunu söylemektedir. İnsan, özünü yaratırken aslında öz varlığını, kişiliğini yani benliğini yaratır. Bu sebeptendir ki benlik kavramı birçok disiplinin araştırma konusu olmuştur. Benlik; ontolojik bir sorgulamaya, psikolojinin, sosyal psikolojinin ve sosyolojinin konusu olmaya aday olacak kadar incelikli bir kavramdır. Nitekim sosyolojinin önemli isimlerinden Erving Goffman da benlik üzerine sıkça düşünmüş, çalışmalarında benlik kavramına, benliği sunumuna sıkça yer vermiştir.

Goffman benliğin sunumunu bir tiyatro oyununa benzetir. Oyuncular da günlük yaşamın öznesi insanlardır. Kişiler günlük yaşamlarında tıpkı birer tiyatro oyuncusu gibi performans sergilerler. Günlük yaşam bu performansların sunum alanıdır, tiyatro salonudur. Goffman, bu performans sunumunun dramaturjik ilkelerini sunmaktadır. *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* kitabına, “Bu yazı bir tiyatro oyunu ile aynı bakış açısına sahiptir; buradan çıkarılan ilkeler ise dramaturjik ilkelerdir” şeklinde başlamaktadır (Goffman, 1956/2020, s. 13). Performanslar, gözlemciler üzerinde bırakılacağı düşünülen etkiye göre düzenlenir; böylelikle benlik sunumu gerçekleştirilir.

Bu çalışmada ise bir benlik sunumu örneği olarak anneliğin sunumunun günlük yaşamda ne şekillerde gerçekleştirildiği, annelik “vitrin”inde annelik performans-

larının nasıl sunulduğu anlaşılmalı çalışılacaktır. Yine bu çalışmada; idealize edilmiş annelik performansının anneler üzerindeki etkisi, toplumun onaylanmış değerlerine uygun bir anne olma zorunluluğunun kadınlara neler hissettirdiğini anlamak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda benlik sunumunun gerçekleştiği bir mekân olarak sosyal medyaya, Instagram’a bakılacak ve idealize edilen annelik olgusunun sosyal medyada nasıl algılandığı anlaşılmalı çalışılacaktır. Çalışmanın kuramsal dayanağını Goffman’ın kimlik ve benlik sunumu kavramlarını barındıran dramaturjik teorisi oluşturmaktadır. Tüm bunların ışığında sosyal medyada ideal anne olmak nasıl algılanıyor sorusunun cevaplanması hedeflenmektedir.

Çalışmada veri toplama tekniği olarak kategorik içerik analizi seçilmiştir. Çalışmanın evreni Instagram kullanıcısı anneler, çalışmanın örneklemini ise @anneitirafları kullanıcı isimli hesabın takipçisi anneler olacaktır. Seçilen Instagram hesabının 2021 yılının Ocak ve Haziran ayları arasında yaptığı tüm paylaşımlar incelenecektir. Kategorik içerik analizi, kullanıcı gönderilerini inceleyip annelik kimliğinin sunumunun ne şekillerde gerçekleştirildiğini anlamak bakımından araştırmaya yardımcı olacaktır. Nitekim sosyal medyada, çalışma kapsamında ise özellikle Instagram’da anneliğe hazırlanan veya hâlihazırda anne olan kişilerin annelikle ilgili paylaşımlarını incelemek, annelik kimliğinin farklı sunumlarının kamusal alanda nasıl gerçekleştiğini anlayabilmek açısından önem arz etmektedir. Anneliğin hangi kodlar yoluyla anlaşıldığı ve aktarıldığı analiz edilecektir. Bu kapsamda araştırmada, Instagram hesabı olan annelerin paylaşımları belirli kategoriler çerçevesinde incelenecek ve öne çıkan temalardaki anlatılarla annelik kimliğinin hangi kodlar üzerinden aktarıldığı anlaşılacaktır. Yapılan paylaşımlar Goffman’ın benlik sunumu kavramından yola çıkılarak sosyolojik bağlamda yorumlanacaktır. Kuramsal olarak benlik sunumu kavramının seçilmesinin sebebi, benliğin; bireylerin içinde buldukları ortama, iletişim kurdukları kişilere ve toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olarak yeniden ve yeniden üretilen bir şey oluşudur. Bireyler toplum içerisinde özel veya kamusal alanlarda benliklerinin sunumu bağlamında farklı performanslar gerçekleştirirler. İşte bu sebeplerden dolayı, çalışmanın çerçevesini *web* ortamı ve benlik sunumu kavramlarının Instagram üzerinden çözümlenmesi oluşturmaktadır.

Web Ortamı, Benlik Sunumu ve Instagram

Web 2.0’ın sağladığı etkileşimli *web* ortamının öğelerinden biri de sosyal ağlardır. Sosyal ağlar, *web* üzerinden diğer kullanıcılarla iletişim/etkileşim kurmaya imkân veren ağlardır. Sosyal ağlar sayesinde kullanıcılar, diğerleriyle bilgi ve enformasyon paylaşabilmekte, ilgi alanlarına, kişisel hayatlarına dair paylaşımlarda bulunarak sosyal ilişkiler kurabilmektedir. Kullanıcılar, sözlü veya görsel paylaşımlar yapabilir, bilgi edinebilir ya da paylaşabilir, kişiselleştirilmiş profiller oluşturup gruplara dahil olabilir, paylaşım-

larını multimedya olarak destekleyebilir ve özetle kendi içeriklerini oluşturabilirler. *Web 1.0*'da yalnızca alıcı konumunda olabilen kullanıcılar artık birer üretici hâline gelmiştir. Kendi içeriklerini üretebilir ve diğer kullanıcılarla interaktif bir iletişim kurabilirler. Dijital bir cihaza, internet bağlantısına ve e-posta hesabına sahip tüm kullanıcılar kendi profillerini oluşturarak sosyal ağlara katılım gösterebilirler. Bugün dünya genelinde en çok kullanılan sosyal ağlardan biri olan Instagram da dijital bir kimliğe sahip tüm bireylerin paylaşım yapmasına, diğer kullanıcılarla etkileşim kurmasına olanak sağlamaktadır.

İlk kez 2010 yılının Ekim ayında kullanıma sunulan Instagram, önceleri sadece Apple kullanıcılarının ulaşabildiği bir sosyal paylaşım ağı iken, sonraları Android kullanıcılarının kullanımına da sunularak kısa sürede dünya genelinde milyonlarca kez indirilen bir uygulama hâline gelmiştir. Kullanıcılar Instagram üzerinden fotoğraf ve video paylaşımları yapabilmekte, paylaşılan fotoğraf ve videoları çeşitli kamera filtreleriyle düzenleyebilmekte ve paylaşımlar üzerinden diğer kullanıcılarla iletişim kurabilmektedir. Instagram'ın kendine ait birçok farklı görsel filtreleri bulunmaktadır. Ağustos 2016'da gelen Instagram Stories özelliği ile artık kullanıcılar yirmi dört saat içinde silinecek fotoğraf ve video paylaşımları da yapabilmektedir. Kasım 2017'de ise kullanıcıların yirmi dört saatin sonunda silinen paylaşımları saklayabilecekleri hikâyeler arşivi özelliği eklenmiştir. Instagram her geçen gün eklenen yeni özellikleriyle kullanıcılara farklı dijital deneyimler sunan bir mecra hâline gelmiştir.

Dünya genelinde dört milyarı aşkın, Türkiye'de ise altmış milyon aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (We Are Social ve Hootsuite, 2021). Bu verilere göre Türkiye'de sosyal medya kullanıcıları günde ortalama üç saatini sosyal medyada geçirmektedir ve yine Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformlarından Instagram yüzde 89,5 ile ikinci sırada yer almaktadır. Bu rakamlardan hareketle benlik kavrayışına bakılacak olduğunda bireyin bedensel ve ruhsal bütünlüğünün algılanışı, kişiliğine atfedilen değerlerin kavranışı olarak tanımlanabilmektedir. Benlik kişinin kendisiyle ilgili görüşlerini, düşüncelerini ve değerlendirmelerini kapsamaktadır. Bu açıdan benlik kavramı kişinin kendisini tanımlamak için kişiliğine en uygun olarak atfettiği özellikleri içine almaktadır (Hortaçsu'dan aktaran Kavut, 2018, s.2) Özetle benlik, bireyin kendi benliğine ilişkin kavrayışlarının bütünüdür.

Benlik sunumu ise bireyin kendi benliğine ilişkin kavrayışlarının birey haricindekiler tarafından nasıl kavrandığını kontrol etme çabası olarak tanımlanabilir. Benliğin sunumunda birey, etkileşimde buldukları için ne anlama geldiğini, benliğinin nasıl algılandığını sorgulamaktadır. Bireylerin kendilerini sunuş şeklini ve diğerleriyle olan ilişkisinde kendisiyle ilgili kavrayışları yönlendirme biçimlerini inceleyen Goffman, günlük yaşamı tıpkı William Shakespeare'in kavrayışında olduğu gibi bir tiyatro oyununa benzetmektedir. Tiyatro sahnesinde bireyler performanslar sunarlar. Günlük hayat bir

performanslar sunumu merkezidir.

Goffman, günlük etkileşim ve ilişkileri açıklamak için bir rol kuramı geliştirmiştir. O, tıpkı sahnedeki oyuncular gibi bizlerin de sürekli olarak karşısına çıktığımız çok çeşitli izleyicilere kendi imgemizi sunmakla meşgul olduğumuzu iddia eder. Goffman’ın yaklaşımı açısından zor olan, hem sahnede hem de sahne dışında oyun oynamak değil oyun oynamamaktır. Herkes her zaman oyun oynadığı için doğallığın ve sahiciğinin ne olduğunu sorgulamak çok anlamlı değildir. İnsanlar doğal ve kendiliğinden davranışlarına inandıkları zaman bile sahne üzerinde oyun oynamaktadırlar (Hülür, 2017, s. 158).

Goffman’a göre bireyler, yaşam boyu karşılaştıkları kişilerle ilgili bilgi toplarlar. Bireyler ilk kez karşılaştıkları kişiler hakkında önceden sahip oldukları bilgileri kullanarak bir değerlendirme gerçekleştirir. Kişiler hakkındaki bilgiler, bireylerin karşı taraftan ne beklediğini ve kendilerinden ne beklenebileceğini tanımlayabilmelerini sağlar. Bireyler, kişilerin sosyoekonomik durumları ile ilgili yeterli bilgiye sahip olunca da benlik sunumlarını bu bilgiye göre gerçekleştirirler.

Bir kimse bir rolü canlandırdığında ima yoluyla gözlemcilerinden gözleri önüne serilen izlenimleri ciddiye almalarını talep eder. İzledikleri karakterin sahipmiş gibi görüldüğü niteliklere gerçekten de sahip olduğuna, yapmakta olduğu işin yol açacağı ima edilen sonuçlara gerçekten yol açacağına ve genelde her şeyin görüldüğü gibi olduğuna inanmaları istenir kendilerinden (Goffman, 1956/2020, s. 29).

Goffman’a göre bireyler birer oyuncu olarak kendilerini oynadıkları role tamamen kaptırmış ya da oyun için kinik bir yaklaşım benimsemiş olabilir. Bireyler oynadıkları role inandıklarında, oyunu sunan da oyunu izleyen de gerçekliğinden kuşku duymayacaktır. Aksi durumda bireyler oynadıkları oyunun farkında olup rolün gerçekliğine inanmadıklarında ve bunun bir rol olduğunu bildiklerinde, kinik bir tutum sergileyeceklerdir.

Kişi (*person*) sözcüğünün ilk anlamının “maske” olması büyük olasılıkla basit bir tarihsel rastlantı değildir. Daha ziyade herkesin her zaman ve her yerde, az çok farkında olarak belli bir rolü oynadığı gerçeğinin kabulüdür bu... Biz birbirimizi bu roller içinde tanırız; bu rollerde kendimizi tanırız. [...] Bir anlamda, kendimiz hakkında oluşturduğumuz anlayış-hakkını vermeye çalıştığımız rolü temsil ettiği sürece bu maske bizim daha hakiki benliğimizdir, olmak istediğimiz hâlimizdir. Sonuçta, rolümüze anlayış şeklimiz doğamızın, kişiliğimizin ayrılmaz bir parçası hâline gelir. Bu dünyaya bireyler olarak geliriz, kişilik kazanırız ve birer kişi oluruz (Goffman, 1956/2020, s. 31).

Goffman bireylerin tıpkı bir tiyatro sahnesinde olduğu gibi performans sergilediğini söylemektedir. Performans sözcüğünü bir kimsenin belli bir gözlemci kümesi önünde gerçekleştirdiği ve gözlemciler üzerinde etkisi olan faaliyetleri açıklamak için kullanmaktadır. Performans sunumunun mekânı da vitrinlerdir Goffman’a göre.

Vitrin, performans sırasında kişi tarafından kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan standart ifade donanımdır (Goffman, 1956/2020, s. 33). Vitrin, içerisinde onu oluşturan öğeleri barındırmaktadır ve bu öğeler; yaş, cinsiyet, ırk, bedensel özellikler gibi bireyden bireye değişiklik gösteren şeylerdir. Kişisel vitrini oluşturan bu öğeler zaman zaman değişiklik gösterebilirler; hareketli veya geçici olabilmektedirler. Goffman, kişisel vitrinlerin kimi durumlarda toplumsal vitrinlere dönüşebileceğinden bahseder. Oyuncular için performanslarını sergileyebilecekleri, önceden hazırlanmış vitrinler vardır. Bir rolü sergilemek üzere olan oyuncu, onun için önceden hazırlanan vitrinin içinde bulacaktır kendini. Kimi durumlarda da çok farklı sayıda performans olmasına rağmen sınırlı sayıda vitrin olduğu için oyuncular performanslarını aynı vitrinde sergilemek durumunda kalacaklardır.

Bir oyuncu önceden belirlenmiş bir toplumsal role soyunduğunda, genellikle onun için belli bir vitrinin zaten yerleşik olduğunu görür. O role soyunmasının amacı ister esas olarak belli bir görevi yerine getirmek, ister ona karşılık gelen vitrini devam ettirmek olsun, neticede her ikisini de yapması gerektiğini görecektir (Goffman, 1956/2020, s. 38).

Oyuncular aynı zamanda rolünün gerektirdiği bir dramatik canlandırmaya gitmektedirler. Faaliyetlerini dramatik olarak altını çizerek bazı işaretlerle donatır. Goffman söz konusu faaliyetlerin oyuncular tarafından etkileşim sırasında iletmek istediklerini ifade edecek şekilde gerçekleştirilmesi gerektiğini söyler. Oyuncular dramatisasyon yoluyla buldukları konunun gerekliliklerini ve özelliklerini iletme işini gerçekleştirirler. Oyuncular aynı zamanda performanslarını idealize etmektedirler. Goffman’a göre kişiler kendilerini başkalarına sunduğunda, performanslarının toplum tarafından onaylanmış değerlerini temsil ederler. Performans idealize edilene uygun olduğunda toplumsallaştırılmış olmaktadır. Kişi, idealize edilene ne kadar yaklaşırsa konumu o kadar sağlamlaşmış olur. Bir kimsenin performansı sırasında ideal standartlara uygun bir ifade ortaya koymak istemesi bu standartlarla uyumsuz eylemlerden vazgeçmesini veya onları gizlemek zorunda kalmasını gerektirmektedir. Oyuncu eğer kendisinin idealize edilmiş versiyonuyla uyum sağlamayan edilmiş olana faaliyetleri varsa bunları saklayabilir. Oyuncu, seyircisine idealize olana uygunluğunu kanıtlamaya çalışacaktır. Bu durum performans sunumunda takımın varlığına da dikkat çekmektedir.

Takım kavramı bir veya daha fazla oyuncu tarafından sergilenen performansları düşünmemize yardımcı olur; ayrıca bir yararı daha vardır. Daha önce bir oyuncunun, yarattığı gerçekliğin tek gerçeklik olduğuna inanışına ikna olup kendi oyununa inanmaya başlayabileceğinden söz etmiştik. Böyle vakalarda oyuncu kendi kendisinin seyircisi hâline gelir; aynı gösteride hem oyuncu hem gözlemci olur. Böyle vakalarda oyuncu kendi kendisinin seyircisi hâline gelir; aynı gösteride hem oyuncu hem gözlemci olur (Goffman, 1956/2020, s. 85).

Bireyin benlik sunumunun bir performans niteliği taşıması ve bunun bir takım içinde gerçekleşiyor oluşu literatürde özellikle yeni medyayla birlikte annelik kimliğinin

sunumu konusunda yapılan çalışmaların arttığını göstermektedir. Dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte sosyal ağların kullanıcı sayılarının artması ve mahremiyetin özel alandan çıkıp kamusal alana taşınması beraberinde değişen kimlik sunumu biçimlerini getirmiştir. Annelik de bu kimliklerden biridir. Dijital ortamda yeni bir anne kimliği üretilmiştir.

Kullanıcıların dijital ortamda birbirleriyle gerçekleştirdiği etkileşimler bu yeni anne kimliğinin sunumunun ve annelik olgusunun nasıl algılandığının bir resmini çizmektedir. Bu bağlamda Aktaş'ın (2019) anneliğin değişen biçimlerini sosyal medya kullanıcıları üzerinden inceleyip gündelik yaşam pratiklerini geniş kitlelere ulaştırabilen sosyal medyanın, diğer alanlarda olduğu gibi annelik kimliğinin dönüşümüne de sebep olduğu gerçeğine ulaştığı görülmektedir. Anneliğin bireysel, sosyal ve politik boyutlarının annelik kimliğinin dönüşümündeki başat nedenler olduğu belirtilmektedir. Sosyal ağlarla birlikte ise annelik kamusal alana taşınmış ve annelik deneyimleri dijital ortamda kullanıcılarla paylaşılmaya başlanmıştır.

Dijital ortamda annelik belirli kodlar yardımıyla idealize edilmiş ve bunun sonucunda yeni bir anne kimliği üretilmiştir. Popüler kültürün üretiminde ve sürdürülmesinde medya, özellikle de sosyal medya ideal anneliğin görsel paylaşımlar aracılığıyla aktarılmasını sağlamaktadır (Aktaş, 2019, s. 255). Medya, kadınların eve ve aileye ilişkin rollerinin önceliğini vurgulayan basmakalıp imgeler kullanarak anneliğin öğrenilme sürecinde önemli bir yer edinmektedir.

Mutluer (2019) idealize edilen kimlik ve kimlik türlerini, kimlik oluşumunu etkileyen faktörleri, benliği ve seçtiği Instagram annelerinin sosyal ağlardaki benlik sunumlarını eleştirel bir gözle incelediği çalışmasında teknolojik imkânların getirisi olan sosyal ağların hayatımızda oldukça yer işgal etmesini ve günümüzde oldukça popüler olan Instagram'ın bireylerin benlik sunumunda önemli rol oynamasını gözetmiştir. Annelik kimliği, sosyal medyanın ideal kimlikler yaratma gücünün etkisi altında kalan kimliklerden biri olma niteliğini taşımaktadır. Mutluer de (2019) bireylerin hem günlük yaşamlarında hem de kullandıkları sosyal ağlarda kendilerine verilen performans sunma görevini kendi rutinleri içinde devam ettirmekte olduğunu savunmaktadır (s. 2).

Annelik bir kimlik olarak hem gündelik hayat pratiklerinde hem de sosyal ağlarda bir performans olarak sunulmaktadır. Sosyal ağlardaki paylaşımlar yoluyla anneliğe dair oluşturulan kodlar üzerinden yeniden üretilmekte ve geliştirilmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri kadınlığa, erkeklığe, çocukluğa ve nitelikli anneliğe dair ideal olanın ne olduğunu belirlerken, özel hayatın kamusal alana taşındığı sosyal medya aracılığıyla yine annelik belirlenen idealler üzerinden anlatılmaktadır. Bu sebeple üretilen bu yeni anne kimliğinin hangi pratikler yoluyla gerçekleştirildiğini anlamak, bu anlama çabasında da yol gösterici olarak sosyal medyayı seçmek gerekli görülmektedir. Bu

bağlamda Tekdemir ve Coşkun (2020) Türkiye’de sosyal medya bağlamında annelik kimliğinin kadınlar tarafından inşasını, söylemsel kaynaklar olan açıklayıcı repertuarlar ve özne konumlarıyla ele almaktadır. Çalışma kapsamında fenomen anne profilleri, annelik gruplarında paylaşılan gönderiler ve bu gönderilere yapılan yorumları inceleyen yazarlar, Türkiye’de feminizmi annelik üzerine yapılan önceki çalışmalar ve sosyal medyada benlik sunumu bağlamında tartışmaktadır.

Annelik kimliğinin sosyal medya bağlamında çalışılmasının temel motivasyonunu sosyal medyanın toplumsal yaşamın bir parçası hâline gelmesi, yaşamın dönüştürücü öznesi olma konumu edinmesi ve sosyal medya kullanıcılarının iletişim hâlindeyken benlik ve kimlik üretmeye devam etmeleri oluşturmaktadır. Bu çalışmada da toplumsal cinsiyet kavramı üzerinden annelik rolünün nasıl inşa edildiği ve hangi pratiklerle sunulduğu ve algılandığı anlaşılmaya çalışılmaktadır. Tüm bunların sonucunda sosyal medyada annelik kimliğinin sunumunun incelenmesi hem toplumsal cinsiyet rolleri içerisinde anneliğin nasıl inşa edildiğini anlamak açısından hem de sosyal medyanın bir benlik sunumu mekânı olduğu gerekçesinden ve bu mekânın annelik kimliğini dönüştürebilme gücü oluşundan dolayı önemli görülmektedir.

Instagram’da Annelik

Çalışma kapsamında incelenen @anneitiraflari kullanıcı isimli Instagram sayfasının 2021 yılının Ocak ve Haziran ayları içerisinde toplamda altmış gönderi paylaştığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu altmış gönderinin içeriklerine göre her birine birer kategori adı verilmiş ve öne çıkanları aşağıda başlıklandırılarak incelenmiştir.



Görsel 1. Sayfanın genel bilgileri (@anneitiraflari)

Kategori	Kullanım
Yetersizlik ve suçluluk hissi	10
Ev işleri ve/veya çocuk bakımında yeterli desteği görememek	16
Değer görme ve iletişim kurma ihtiyacı	11
Hemcinsler tarafından eleştiriye maruz kalmak	4
Bireysellikten yoksun olmak	8
Kurulan evlilik ilişkisinden memnun olmak	2
Diğer	9

Tablo 1. İncelenen gönderilerin kategorilere göre dağılımı

Yetersizlik ve suçluluk hissi

@anneitirafлари kullanıcı isimli Instagram sayfasında incelenen gönderilerde yetersizlik ve suçluluk hissi içeriklerin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Buna göre; anne olmayı tercih eden kadınlar, annelik rolünün gerekliliklerini yerine getiremediği inancıyla kendilerini yetersiz ve suçlu hissetmektedirler. Gönderilerin geneline hâkim yetersizlik ve suçluluk duygusu; ideal anneliğin “yorulmayan, sıkılmayan, tüm vaktini çocuğuyla geçirip en iyi bakımı veren” annelik olarak algılandığını ve bunu yerine getiremeyen annelerin yetersiz/suçlu hissettiğini göstermektedir.

Anneliğin kutsal olduğu kurgusu, annelik kimliğinin sunumunda kendini var etmektedir. Nitekim ev içinde çocuğuyla ilgilenen geleneksel anne rolünden sıyrılan modern anne, iş hayatına atıldığı ve kamusal alanda var olduğu için dahi kendini suçlu hissedebilmektedir. Kurgulanmış ideal annelikte annenin yeri ev, görevi ise tüm vaktini çocuğu ile geçirmektir. Işık ve mekân ilişkisi merkezinde değerlendirmeye tabi tutulmuştur.



Görsel 2. 25 Ocak 2021 tarihli itiraf gönderisi (@anneitirafлари)

Ev işleri ve/veya çocuk bakımında yeterli desteği görememek

Gönderilerin içerik olarak en büyük kısmını oluşturan kategori ev işleri ve/veya çocuk bakımında yeterli desteği görememek kategorisidir. Kadınlar, ideal annelik kurgusunda kamusal alanda var olmayan, bunun yerine özel alanda domestik görevleri yerine getirmesi gereken kişiler olarak kurgulandıkları için ev içi işler ve çocuk bakımı görevleri kadına atfedilmektedir. Bu kurguda babanın görevi ev dışında çalışmak ve para kazanmaktır.

Biyolojik olarak hamileliğin kadın bedeninde gerçekleştiğinden annenin çocuk ile bağı, ona çocuğun bakımını üstlenme görevini de getirmektedir. Tüm bunlar kadınların, kadınlık ve annelik kimliklerinin idealize edilmiş yükünü taşımasına sebep olmaktadır. Bu sorumluluk altında kadınlar, fiziksel ve ruhsal olarak yorulduklarını ve eşlerinden yeterli desteği göremediğini ifade etmektedir.

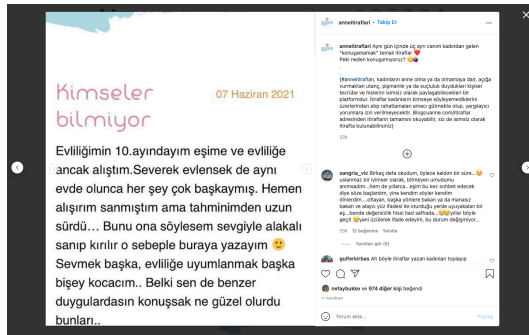


Görsel 3. 19 Mart 2021 tarihli itiraf gönderisi (@anneitirafлари)

Değer görme ve iletişim kurma ihtiyacı

Kadınlar, @anneitirafлари kullanıcı isimli Instagram sayfasında aynı zamanda evlilik içinde eşleriyle yaşadıkları iletişim problemlerini ve eşleri tarafından değerli hissettirilmediklerini de paylaşmaktadırlar. Evlilikle, çocuk sahibi olmakla veya duygusal bağ kurmakla ilgili endişelerini dile getirmektedirler. Buna göre kadınlar, ataerkil sistem içerisinde erkeğe de atfedilen rollerden yana şikayetçidirler.

İdeal kadınlık/annelik kurgusunun yanında ideal erkeklik kurgusu da duygularını paylaşmama, saklama ve olgun/ciddi olma gibi erkeklere bazı roller atfeder. Duygularını açıklıkla dile getiren erkekler duygusal, hassas olarak nitelendirilirler. İdeal erkek ise bu hassasiyetten uzak olmalıdır ve bu sebeple erkekler de duygularını açıkça paylaşmaya yanaşamamaktadır. Bu durum hem erkekler için hem de evlilik ilişkisindeki kadınlar için olumsuz hissiyatlar yaratmaktadır.



Görsel 4. 7 Haziran 2021 tarihli itiraf gönderisi (@anneitirafлари)

Hemcinsler tarafından eleştiriye maruz kalmak

Kadınlar, ataerkiyle mücadelelerinde yalnızca erkeklerin değil aynı zamanda hemcins-

lerinin de olumsuz yaklaşımlarına maruz kalmaktadır. İdeal kadın/anne rolünü benimsemiş ve kadınlık/annelik sunumunu bu ideallere uygun gerçekleştirmiş kadınlar, başka kadınların da kendileri gibi bu ideallere uyum sağlamasını beklemektedir.

Performanslarını aynı vitrinde sergileyen oyuncular, rolün gerekliliğine uyum sağlamak zorundadır. Goffman’ın çerçevesini çizdiği gibi kişiler kendilerini başkalarına sunduğunda, performanslarının toplum tarafından onaylanmış değerlerini temsil ederler. Onaylanmış değerleri temsil etmeyenler ise, diğerleri tarafından eleştiriye maruz kalabilmektedirler.



Görsel 5. 3 Mart 2021 tarihli itiraf gönderisi (@anneitirafleri)

Bireysellikten yoksun olmak

Gönderilerin bir kısmını oluşturan bireysellikten yoksun olmak kategorisi ise, kadınların modern öncesi zamanlardan bu yana maruz bırakıldıkları bir sorunu işaret etmektedir. Özel alana hapsedilmiş kadın, bireysel isteklerini yerine getirememekte, ekonomik özgürlüğünü elde edememekte ve evlilik öncesi anne/babaya; evlilikte ise eşe bağımlı yaşamak durumunda kalmaktadır.

Kamusal alanda var olamayan kadın, ev içinde domestik görevlerini yerine getirmekte, türlü baskılara maruz kalmakta ve bireysel isteklerini yerine getirememektedir. Tüm bunların sebebi hiç kuşkusuz kadını baskılayan ataerkil ideolojilerdir. Kadın içgüdüsel olarak anne olmayı seçer, belirli bir yaşa gelince evlenir, çocuk sahibi olunca ev içinde kalıp çocuğunun bakımını üstlenir gibi idealize edilen kadınlık ve annelik kurgusu, kadının bireyselliğini yok etmektedir.

Sonuç

Goffman yaşamı bir tiyatro sahnesine, kişileri de tiyatro sahnesindeki oyunculara benzetir. Yaşam, bir performans sunumudur, oyundur. Kişiler oynadıkları rolü canlandı-

arak seyircilere birer performans sunmaktadır. Kişi, sözcük anlamıyla da bir maskedir aslında. Maskelerin altında kişiler, performanslarını sunmak için tiyatro sahnesine çıkar, çıkarken de maskesini takmayı unutmaz. Bu bağlamda annelik de bir performans sunumudur ve oyuncular toplum içerisinde rollerinin gerektirdiğini yerine getirmektedir. Anne olmayı tercih edenler, kendilerini rol gereği onlar için önceden hazırlanmış vitrinlerde bulurlar. Anneliğin vitrininde oyuncu anneler dramatisasyon yoluyla da rollerini sağlamlaştırırlar ve böylece toplum tarafından idealize edilen annelik rolünü hakıyla yerine getirmiş olurlar. Fakat annelik rolü, kadınlar için sergilemesi güç bir roldür. Kadınlar modern öncesi veya modern dönemde, annelik rolünün sorumluluğu altında ezilmektedirler. Toplumsal normlar, kadın kimliğini tahakküm altında bırakırken bir de anne olmayı seçmiş kadınları ideal anne kimliği üzerinden yeniden ve yeniden kendi tahakkümü altına almaktadır. Kadın kimliği, ataerkil toplumsal yapı içerisinde “annelik” görevi atfedilen bir kimliktir. Kadın olabilmenin yolu anne olabilmekten geçmektedir. Nitekim ataerkil yapı içerisinde anne olamayan kadın “eksik” olarak nitelendirilecektir.

Annelik ideolojilerinin en temel işlevi, annelik içgüdüğü miti üzerinden tüm kadınların anne olmayı istediği ve eninde sonunda anne olacağı algısını yaratmasıdır. Bu algının kabulü için anneliği “kutsal” ilan eder ve bu “görevin” içselleştirilmesi için uğraşır. Nitekim annelik kutsaldır ve çocuğun bakımı görevini içselleştirmelidir. Annelik; “bakım veren, fedakar, koruyucu, olgun, nasıl çocuk bakması gerektiğini bilen” olarak kurgulanır. Annelik kurgusu kadınlara bireysel yaşamlarından ödün verip, kendilerini ev içi işlere ve çocuk bakımına adayan birer kişi olma görevi atfeder. Bu görevi yerine getiremeyenler de ideal anne, iyi anne olamamaktadır. Annelik kimliği/ideal annelik toplum tarafından öyle içselleştirilmiştir ki, anne olmayı tercih eden kadınlar da annelik performanslarını idealize edilene göre gerçekleştirme konusunda sorumlu hissetmektedir.

Geleneksel anne, kendini ev içi işlere ve çocuk bakımına adan ve kamusal alanda kendini var edemezken, modern anne hem geleneksel annenin üstlendiği sorumlulukları üstlenir hem de kendini ekonomik gücünü eline alarak, iş sahibi olarak kamusal alanda var etmeye çalışır. Her iki kurguda da anne; annelik kimliğinin zorunlu performanslarından kendini kaçırılmamaktadır. Modern dönemde iş hayatına atılan kadın, “bencil” olarak nitelendirilebilir, iş hayatı yerine evde çocuğuyla vakit geçirmesi gerektiği söylenir çünkü; kadının yeri evdir, çocuğunun yanındır. İdealize edilen annelik kimliği, en nihayetinde anne olmayı tercih eden kadınlar üzerinde büyük sorumluluklar yaratıyor. Annelik sergilenmesi zor rollerden biri olarak anne olmaya karar verilen andan, hamilelik dönemine, çocuğun doğumundan, büyüme sürecine kadar hatta belki hiç bitmeyecek bir süreçte bu hiyerarşinin altında ezilmekte, kutsallık görevinin yükünü omuzlarında taşımaktadır. Tüm bunlar en nihayetinde bir kadın tarafından başka bir kadına “anne misiniz?” sorusunun sorulmasına sebep olmaktadır.

Kaynakça

- Aktaş, G. (2019). Günümüz Toplumlarında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 36(2), 253-271.
- Cevizci, A. (2019). *Felsefeye Giriş* (7. Baskı). İstanbul: Say.
- Goffman, E. (1956/2020). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (3.Baskı) (Çev. B. Cezar). İstanbul: Metis.
- Hülür, A. B. (2017). Erving Goffman: Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu (Kitap Eleştirisi). *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 158-165.
- Kavut, S. (2018). Goffman'ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram üzerine bir araştırma. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 1, 1-12.
- Mutluer, T. (2019). *Sosyal Medyada Benlik Sunumu: Instagram Anneleri Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tekdemir, G., ve Coşkun, H. (2020). “Mesih Annelik”: Sosyal Medyada İnşa Edilen Annelik Kimliğinin Söylem Analizi. *Kadın/Woman 2000: Journal for Women's Studies*, 21(1), 69-88.
- We Are Social ve HootSuite (2021). *Digital 2021: Global Digital Overview*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>