

İBN HALDUN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM KURUMLARI İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL MEDYA VE INFLUENCER
PAYLAŞIMLARININ SOSYAL ÖĞRENME YOLUYLA
EBEVEYNLERİN ÇOCUK YETİŞTİRME
ANLAYIŞLARINA ETKİSİ

SELİN GÜÇLÜ

TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ MEHMET AKIN BULUT

İSTANBUL, 2025

İBN HALDUN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM KURUMLARI İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL MEDYA VE INFLUENCER
PAYLAŞIMLARININ SOSYAL ÖĞRENME YOLUYLA
EBEVEYNLERİN ÇOCUK YETİŞTİRME
ANLAYIŞLARINA ETKİSİ

SELİN GÜÇLÜ

TEZ JÜRİ ÜYELERİ

DR. ÖĞR. ÜYESİ MEHMET AKIN BULUT

(TEZ DANIŞMANI)

DR. ÖĞR. ÜYESİ ADEM YURDUNKULU

DOÇ. DR. AHMET GÖÇEN

İSTANBUL, 2025

AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI

Bu çalışmada yer alan tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu, söz konusu kurallar ve ilkelerin zorunlu kıldığı çerçevede, çalışmada özgün olmayan tüm bilgi ve belgelere, alıntılama standartlarına uygun olarak referans verilmiş olduğunu beyan ederim.

Adı Soyadı: Selin GÜÇLÜ

İmza:



ÖZ

SOSYAL MEDYA VE INFLUENCER PAYLAŞIMLARININ SOSYAL ÖĞRENME YOLUYLA EBEVEYNLERİN ÇOCUK YETİŞTİRME ANLAYIŞLARINA ETKİSİ

Güçlü, Selin

Eğitim Kurumları İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı

Öğrenci No: 224058001

Open Researcher and Contributor ID (ORC-ID): 0000-0002-3132-8872

Yök Tez Merkezi Referans Numarası: 10718641

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akın Bulut

Haziran 2025, 76 Sayfa

Bu araştırmanın amacı, sosyal medya ve influencer paylaşımlarının sosyal öğrenme yoluyla ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarına olan etkisini incelemektir. Eğitim Bilimleri alanında yürütülen bu çalışmada, sosyal medya içeriklerinin ebeveyn tutumları üzerindeki yansımaları nitel bir yaklaşımla ele alınmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış ve toplam 50 ebeveynle birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sosyal öğrenmenin etkileri ile bireyler etkilendikleri kişileri gözlemleyerek kendi yaşamlarında bir takım tutum ve davranışlar sergilemektedirler. Bu tutum ve davranışlar kimi zaman kişinin yaşamına pozitif katkı sağlarken kimi zaman ise negatif etkiler göstermektedir. Elde edilen bulgulara göre, sosyal medya ve influencer paylaşımlarının ebeveynler üzerinde psikolojik bir baskı oluşturduğu, özellikle “mükemmel ebeveynlik” algısının yaygınlaştırdığı ve bunun ebeveynlerde yetersizlik, eksiklik hissi gibi olumsuz duyguları tetiklediği görülmüştür. Katılımcıların influencerlara güven duymadıkları ifade edilse de, bu tür içeriklerin bilinçdışı düzeyde etkili olduğu anlaşılmıştır. Araştırmanın sonucunda, sosyal medyanın yalnızca ebeveynleri değil, dolaylı olarak çocukları da etkilediği ortaya konmuştur. Bu bağlamda, ebeveynlerin sosyal medya kullanımında daha bilinçli olması, takip edilen içerik üreticilerinin alanında uzman kişilerden seçilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Yetiştirme, Ebeveynlik, Influencer, Nitel Araştırma, Sosyal Medya, Sosyal Öğrenme.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA AND INFLUENCER SHARES ON PARENTS' PERCEPTIONS OF RAISING CHILDREN THROUGH SOCIAL LEARNING

Güçlü, Selin

Master of Education in Management of Educational Institutions

Student Number: 224058001

Open Researcher and Contributor ID (ORC-ID): 0000-0002-3132-8872

YOK Thesis Center Reference Number: 10718641

Thesis Advisor: Dr. Lecturer Mehmet Akın Bulut

June 2025, 76 Pages

The purpose of this study is to examine the effects of social media and influencer posts on parents' understanding of child rearing through social learning. In this study conducted in the field of Educational Sciences, the reflections of social media content on parental attitudes were addressed with a qualitative approach. A semi-structured interview form was used as a data collection tool in the study, and one-on-one interviews were conducted with a total of 50 parents. With the effects of social learning, individuals exhibit certain attitudes and behaviors in their own lives by observing the people they are influenced by. While these attitudes and behaviors sometimes contribute positively to the person's life, they sometimes have negative effects. According to the findings, it was observed that social media and influencer posts create psychological pressure on parents, especially the perception of "perfect parenting" is widespread, and this triggers negative feelings such as inadequacy and deficiency in parents. Although it was stated that the participants did not trust influencers, it was understood that such content was effective at an unconscious level. As a result of the study, it was revealed that social media not only affects parents, but also children indirectly. In this context, it is recommended that parents be more conscious in their use of social media and that the content producers followed are selected from experts in their fields.

Keywords: Child Rearing, , Influencer, Parenting, Social Media, Social Learning, Qualitative Research.

İTHAF



Canım kızım Lina'ya...

TEŞEKKÜR

Benim için çok kıymetli bu çalışmada her türlü bilgisi ve tecrübesi ile bana destek olan değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akın Bulut hocama motivasyonu ve emeklerinden dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Varlıkları ile bana her daim huzur veren ve desteklerini esirgemeyen büyük aileme,
Her türlü durumda ve süreçte yanımda olan, mutluluk ve motivasyon kaynağım,
olmazsa olmazım sevgili eşime,

Ve mucizem, şükür sebebim, canım kızım Lina'ya çokça teşekkürlerimi sunuyorum.

Sonsuz şükür ile nice güzelliklere...

Selin GÜÇLÜ
İSTANBUL, 2025

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iv
ABSTRACT	v
İTHAF	vi
TEŞEKKÜR	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	x
BÖLÜM I GİRİŞ	1
BÖLÜM II TEORİK ARKA PLAN	4
2.1. Sosyal Medya	4
2.2. Influencer Kültürü	5
2.3. Ebeveynlik ve Sosyal Medya	6
2.4. Sosyal Öğrenme Teorisi	7
2.5. Sosyal Yapılanmacı Yaklaşım.....	7
2.6. Ebeveyn Tutumları ve Çocuk Üzerindeki Etkileri	8
2.7. Sosyal Medya ve Ebeveynlik İlişkisi Üzerine Yapılan Çalışmalar.....	9
BÖLÜM III METODOLOJİ	14
3.1. Giriş	14
3.1.1. Araştırmanın Amacı	14
3.1.2. Araştırmanın Önemi	15
3.1.3. Araştırmanın Varsayımları	15
3.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	16
3.1.5. Örneklem	16
3.1.6. Veri Toplama Süreci	17
3.1.7. Araştırma Yöntemi	17
3.1.8. Verilerin Analizi	18
3.1.9. Geçerlilik	18
BÖLÜM IV BULGULAR	20
4.1. Araştırmanın Birinci Alt Problemine İlişkin Bulgular	20
4.1.1. Sosyal Medya Takipçi Özellikleri ve Geçirilen Zaman	20
4.1.2. Sosyal Medya Paylaşımlarının İçerikleri	24
4.1.3. Influencerların Çocuk Yetiştirme Önerileri	27
4.2. Araştırmanın İkinci Alt Problemine İlişkin Bulgular	34

4.2.1. Sosyal Medya Paylaşımlarının Etkisi.....	34
4.2.2. Sosyal Medya Paylaşımlarının Tetiklediği Yetersizlik Hissi.....	39
4.2.3. Sosyal Medya İçeriklerinin Ebeveynler Üzerinde Baskı Oluşturma Durumu..	44
4.2.4. Sosyal Medyanın Etkileri	48
4.2.5. Sosyal Medya Paylaşımlarına ve İnfluencerlara Eleştiriler	56
BÖLÜM V SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER	64
REFERANSLAR.....	69
EKLER.....	73
EK A Etik Kurul Kararı.....	73
EK B Bilgilendirme ve Onam Formu.....	74
EK C Görüşme/Mülakat Soruları	75
ÖZGEÇMİŞ.....	76

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	16
Tablo 4.1. Takipçi Özellikleri ve Sosyal Medyada Geçirilen Zaman.....	21
Tablo 4.2. Paylaşımların İçerikleri.....	24
Tablo 4.3. Influencerların Ebeveyn Pratiklerine Yönelik Önerilerinin Etkileri.....	27
Tablo 4.4. Paylaşımların Etkileri	35
Tablo 4.5. Yetersizlik Hissi.....	39
Tablo 4.6. Tutumlar.....	44
Tablo 4.7. Sosyal Medyanın Ebeveynlere Hissettirdikleri.....	49
Tablo 4.8. Sosyal Medya Paylaşımlarına ve Influencere Eleştiriler	56



BÖLÜM I

GİRİŞ

Günümüzde bilişim teknolojilerinin bir getirisi olan internetin eriştiği kişi sayısı ve kullanım amaçları her geçen gün artmakta ve farklılaşmaktadır. Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre 2022 yılında hanelerin %94.1'inin evden internete erişiminin olduğu gözlemlendi. Bu oran bir önceki yıl ise %92 olarak görülmektedir. İnternete erişim imkanı olan hanelerin bölgelere dağılımı incelendiğinde, İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS)' na göre çoktan aza doğru sıralamasında ilk üç bölge İstanbul, Batı Anadolu ve Ege bölgeleri yer almaktadır. İnternet kullanımının cinsiyetlere göre farklılaşması ise 2022 yılında erkeklerin %89.1, kadınların ise %80.9 olduğu sonucuna ulaşılmıştır (TÜİK, 2022).

İnternette geçirilen sürenin büyük bir çoğunluğunu ise sosyal medya platformları oluşturmaktadır. Sosyal medya web 2.0 donanımı ile kullanıcıları merkeze alan, interaktif yapılı, yarattığı sanal dünyada insanlar arasında iletişime ve etkileşime müsait bir platformdur (Kaplan ve Haenlein, 2010). Sosyal medyanın kişiler arasında resim, video, müzik ve hatta link paylaşımı ile etkileşim özelliği bulundurmaktadır. Kişiler bu paylaşımlar ile iletişimde ve etkileşimde bulunarak diğer kişilere hem yön verebilmekte hem de paylaşımlara etki edebilmektedirler (Baym ve Boyd, 2012).

Sosyal öğrenme ise bireylerin kendi yaşamlarında birebir yaparak yaşayarak tecrübe etmediği fakat örnek aldığı kişileri gözlemleyerek veya taklit ederek belli başlı tutum ve davranışlar sergilediği bir öğrenme türüdür. Bu öğrenme biçiminde davranışların gözlenmesinin yanı sıra dolaylı pekiştirme yolları ile de davranışların öğrenildiği görülmektedir. Örnek alınan kişilerin yaptığı davranışlar sonucunda ödüllendirildiği ya da cezalandırıldığı gözlemlenir ve davranış durumu gözlemleyen kişiler tarafından bu sonuçlara bağlı olarak örnek alınabilir (TÜBİTAK, t.y.).

21. yüzyılın en belirgin toplumsal dönüşüm araçlarından biri kuşkusuz dijitalleşmedir. Bu dijitalleşme süreciyle birlikte sosyal medya platformları, bireylerin gündelik yaşamlarında vazgeçilmez bir yere sahip olmuş; bilgi edinmeden gündem takibine, sosyalleşmeden kişisel marka oluşturmaya kadar birçok alanda etkili olmaya başlamıştır (Castells, 2013). Sosyal medyanın bu yaygın ve yoğun kullanımı, yalnızca bireyleri değil, aile yapısını ve ebeveynlik anlayışlarını da doğrudan etkilemektedir. Toplumun önemli yapı taşı olan aile sağlıklı bir toplum için gerekli olan vazgeçilmez bir kurumdur (Boyd, 2014). Aile yapısında anne babanın çocuğu ile olan iletişimi, tutumu ve kişilik özellikleri gibi durumlar ailede yetişen çocukların toplumun geleceğine nasıl yön vereceklerine kadar etki etmektedir. (Tarcan, 2022).

Sosyal medyada yerini bulan, güncelliğini koruyan ve artık bir meslek olarak kabul edilen “influencer” kavramı etkileyen, etki sahibi olan kişiler anlamı taşımaktadır. Sosyal medya üzerinde influencerlar tanıttıkları ürünler üzerinde tüketicilerin satın alma motivasyonlarını etkilerler, oluşturdukları güven duygusu ile marka ve ürün hakkında bilirkışı konumunda tanıtım yaparlar (Aktaş ve Şener, 2019). Influencer kavramının ortaya çıkması ile birlikte reklam ve pazarlamanın tüketici kitle ile iletişim halinde olmayı gerektirdiğini ortaya koymuştur (Anık, 2011). Bu nedenle influencer ile marka ve ürün tanıtmak sıklıkla tercih edilir hale gelmiştir. Influencere duyulan güvenin, beraberinde tanıttıkları ürünü hedef kitlenin satın alma potansiyeline anlamlı etkisi olduğu görülmektedir (Özkan ve Yerezhep, 2023).

Gündelik yaşantıda sıklıkla zaman geçirilen yeni medya uygulamaları anne ve çocuklara yönelik içerikler ortaya çıkarmış ve toplumsal hayata instamom, blogger annelik, sharenting gibi kavramları dahil etmiştir (Ergül ve Yıldız, 2021). Sosyal öğrenme yoluyla bireyler gözlemledikleri ve örnek aldıkları tutum ve davranışları tekrar hayatlarında hatırlayıp kullanabilmeleri için bu davranışların sonuçlarını da görebilmelidirler. Burada davranışların bilişsel boyutları da önem kazanmaktadır (Korkmaz, 2021). Sosyal medya uygulamalarında takip edilen kişiler de yaptıkları paylaşımlar, aldığı yorumlar veya beğeniler vasıtasıyla kişiler üzerinde etki alanı oluşturmaktadır (Sarı & Dal, 2024).

İlgili çalışmalar incelendiğinde kişilerin sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerden ve influencer paylaşımlarından ebeveyn tutumlarının ne denli etkilendiği

merak konusu olmuştur. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı; sosyal medya ve influencer paylaşımlarının ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarına olan etkilerini incelemek, bu etkileşimin hangi boyutlarda ortaya çıktığını analiz etmek ve bu sürecin olası sosyo-psikolojik sonuçlarını değerlendirmektir. Tezin ilerleyen bölümlerinde, kuramsal altyapıdan hareketle dijital ebeveynlik pratikleri detaylandırılacak, çeşitli örnekler ve görüşmelerle bu dönüşümün boyutları ortaya konacaktır.

Bu amaçla, çalışma aşağıdaki araştırma sorularına cevap arayacaktır:

- Araştırma Sorusu 1: Sosyal medya ve influencer'lar, ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarını ne derecede şekillendiriyor?
- Araştırma Sorusu 2: Sosyal medyada görülen ebeveynlik içeriklerinin, ebeveynlerin kendi ebeveynlik yeterliliklerini ve ebeveynlik kaygılarını nasıl etkiliyor?

BÖLÜM II

TEORİK ARKA PLAN

Bu bölümde, araştırmanın kuramsal ve kavramsal altyapısını oluşturmak amacıyla sosyal medya, influencer kültürü, ebeveynlik ve sosyal medya ilişkisi gibi temel kavramlar incelenmiştir. Ayrıca, çalışmanın teorik temelini oluşturan Sosyal Öğrenme Teorisi ve Sosyal Yapılanmacı Yaklaşım'a yer verilmiş; bu kuramların ebeveyn tutumları üzerindeki etkileri çerçevesinde değerlendirmeler yapılmıştır. Ebeveyn tutumlarının çocuk gelişimi üzerindeki yansımaları da ele alınarak, sosyal medyanın bireyler arası etkileşimde ve tutum gelişiminde nasıl bir rol oynadığı bütüncül bir yaklaşımla ele alınmıştır. Bu başlıklar, araştırma probleminin anlaşılmasına katkı sunacak nitelikte kuramsal bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır.

2.1. Sosyal Medya

Sosyal medya günümüz teknolojisinin el verdiği ölçüde, web 2.0 teknolojisinin gelişimi sonrasında, interaktif özellikli, kullanıcı merkezli bir teknolojik platformdur. Bireyin internet üzerinden çevrimiçi olarak katılım sağladığı bu platformlara forumlar, bloglar, wikiler, paylaşım siteleri, sosyal ağ siteleri, mikro-blog siteleri ve çevrimiçi diğer sanal platformlar örnek gösterilebilir. İletişim süreçlerinde yaşanan ve gelişen durumlar insanların ve toplumun yaşantılarında da etkilere sebep olmaktadır. Bu etkilere iki farklı bakış açısı görülmektedir. Bunlar sosyal medyanın hayata dair olumlu katkıları olduğunu ileri süren yaklaşımlar ve bir diğeri de sosyal medyanın insan hayatını ve toplumu olumsuz olarak etkilediğini düşünenlerdir. Olumlu yaklaşımlar olarak insanların bilgiye daha kolay ulaşabildikleri için zamandan ve mekândan bağımsız hareket konforu, sosyal medyanın demokrasi ve özgürlük konularını geliştirdi ve bireyin kararlarına öncelik verdiği gibi imkânları saymak mümkün olurken bir diğeri görüşte ise sosyal medya imkanlarının büyük bir yanılsama olduğu, adalet ve özgürlük gibi konularda halkı kin ve nefrete sürükleyebildiği, bilgi dezenformasyonu sağladığı, bireysel kararları merkeze alması sebebi ile doğrudan

insan psikolojisine etki edebildiği gibi düşünceleri de burada saymak mümkün olacaktır (Babacan, 2022).

Erdoğan ve Yumrukuz (2021), kapitalist düzende bir nesnenin ya da değerinin başkası için artmasının, bir başkası için eksilme anlamına geldiğini belirterek, bu tür unsurları “meta” olarak tanımlamaktadır. Çalışmada, bu bakış açısıyla sosyal medyanın bireyler ve toplum üzerindeki etkileri ele alınmakta; özellikle manevi boyutta, kıyas kültürünün, aidiyet hissinin zedelenmesinin ve değersizlik duygusunun arttığı vurgulanmaktadır. Sanal dünyada yapılan beğeniler, rtler, paylaşılan içerikler, yorumlar gerçek hayata olan ilginin azalmasına sebep oluyor. Burada sosyal medya okur-yazarlığı hayati önem taşımaktadır. Kişi her gördüğü paylaşıma inanmamalı akıl süzgecinden geçirebilmelidir. Sosyal medyaya uzun süre maruz kalındığı zaman kişide görülebilecek bazı belirtileri saymak mümkün olacaktır. Gerçek yaşamdan kopma, gündelik yaşamdan keyif alamama, kendini bulamama, anksiyete, kıskançlık, kendini beğendirme arzusu ve iletişim bozukluğu gibi durumları saymak mümkündür. Sosyal medyada kişi yaşadığı değil yaşamak istediği hayatı, gördüğü kişi değil görünmek istediği kişiyi paylaşır hale geldiyse sosyal medyaya bağımlılık boyutunda maruz kalmış ve gerçeklik algısı kırılmış demek mümkündür (Erdoğan & Yumrukuz, 2021)

2.2. Influencer Kültürü

Gelişen teknolojinin getirisi sosyal medya ve sanal dünyada çeşitli meslek grupları da ortaya çıkmıştır. Influencer olarak adlandırılan, Türkçede etkileyici/etkileyen olarak karşımıza çıkan kişilerdir. Eski zamanlardan bu yana insanları bir konuda etkilen ve çoğu kişi tarafından tanınır durumda olan kişileri görmek mümkündür. Bir fikri veya bir hareketi savunurken insanlar tarafından benimsenip bir şekilde yaptıkları, konuştukları popülerlik kazanan kişiler her zaman olmuştur. Günümüz şartlarında da bu durum sanal ortamlarda “influencer” adı altında ortaya çıkmıştır (Yağcı, 2019).

Influencerlar hemen her gün yiyecekler, içecekler, mekanlar, konumlar, eğitimler, durumlar gibi konularda paylaşım yapmaktadırlar. Burada takipçi kişinin iradesi ve rızası ile takip ettiği kadarını veya izlediği kadarını görebilmektedir. Sosyal medyada belirli takipçi sayısına ulaştıktan sonra influencerlar yönlendirdikleri platformlar üzerinden link vererek iş birliği yapabilirler ve kendisine tanıtım yapmak için

gönderilen ürünü deneyerek takipçileri ile tecrübe ve deneyimlerini paylaşarak tavsiyelerde bulunabilirler. Takipçileri tarafından sevilen ve güvenilen influencerlar da tavsiye ve önerileri onlar üzerinde bu anlamda etkili olduğunu söyleyebiliriz (Balta Peltekoğlu & Tozlu, 2018)

2.3. Ebeveynlik ve Sosyal Medya

Sosyal medya etkilerinin olumlu olabilecek sonuçlarının yanı sıra olumsuz olabilecek yanlarından da bahsedebileceğimiz çok yönlü bir platformdur. Bu platform topluma ve dahi ailelere de ulaşabiliyorken ebeveynler üzerindeki etkilerinden de bahsetmek mümkün olacaktır. Sosyal medyaya uzun süre maruz kalan ebeveynlerde aile içi iletişimin zayıfladığı ve bazı ihmallerin ortaya çıktığı görülmüştür. Sosyal medya artık bireylerin yüz yüze değil sanal olarak iletişime geçebilecekleri bir yer olduğundan bireyler bir araya gelmek yerine burada iletişime geçebilirler, bu durum aynı evde yaşayan aile üyelerinin bile sanal dünyada iletişime geçtiklerine rastlanmaktadır (Demirel, 2023). Zaman geçtikçe sosyala medyanın bu etkilerine maruziyetin artması ve medya okur-yazarlığı eksikliği nedeni ile yan etkileri görmek mümkün olacaktır. Yapılan bir araştırmada sosyal medya kullanımının aile içi iletişimde; aile içi negatif ilişkilere, iletişim sorunlarına, yalnızlık hissine, aile üyelerinin birlikte vakit geçirmemeleri ve öğrencilerin eğitimlerine negatif etkileri gibi olumsuz sonuçlarının olduğunu aktarmaktadır (Dilber, 2019). Sosyal medya ebeveynlerin çocuk yetiştirme süreçlerinde etki sahibi olan bir platform haline gelmiştir. Ebeveynler bu sanal dünya sayesinde birçok ailenin ev yaşantılarını görebilmekte, anne baba ilişkilerine ve çocukları ile olan tutumlarına şahit olabilmekte ve kıyas edebilme imkanı bulabilmektedir (Sezgin, 2019).

Ebeveynler sosyal medyayı anne baba becerileri için, çocuklar yetiştirme anlayışları için ve benzeri kabiliyetler için bir öğrenme aracı olarak kullanabilirler (Tali, 2021). Ebeveynler sosyal medyada hem diğer anne babaları görebilir hem de uzman kişileri takip ederek bilgi sahibi olabilirler. Sanal dünyanın bir özelliği olarak kişiler gerçek hayatta elde edemedikleri ama yapmak istedikleri şeyleri, olmak istedikleri kişileri “mış” gibi yaparak öyleymiş gibi yansıtabilirler. Bu durum da onların duygusal anlamdaki bazı ihtiyaçlarını tatmin ettikleri hissini verebilir (Çevik, 2019).

Farklı birçok konuda olabileceği gibi ebeveynlerin bakış açısından sosyal medya içerikleri çocuk bakımı ve yetiştirme süreçlerinde önemli bir platform haline gelmiştir. Bu anlamda sosyal medyanın bilinçli kullanılması büyük önem taşımaktadır.

2.4. Sosyal Öğrenme Teorisi

Albert Bandura'nın Sosyal Öğrenme Teorisi, kişilerin sadece yaparak yaşayarak öğrendikleri değil başka kişileri de gözlemleyerek ve görerek öğrenebileceği temellerine dayanan bir teoridir. Aynı zamanda öğrenmenin bilişsel, davranışsal ve çevresel olmak üzere üç farklı temelini olduğunu ileri sürmektedir. Kuram incelendiğinde sosyal öğrenme dört farklı süreç ile gerçekleşir. Bunlar dikkat, hatırlama, üretim ve motivasyondur. Dikkat, bireyin modelin davranışına odaklanması gerekir. Örnek alınan veya gözlemlenen durumun/kişinin davranışları kişinin o durumla ne kadar yakın hissetmesi ile ilgilidir. Hatırlama, gözlemlenen davranışın zihinsel temsili oluşturulmalı ve hafızada tutulmalıdır. Bu süreç, sembolik kodlama, zihinsel imgeler ve sözel betimlemeler aracılığıyla gerçekleşir. Üretim, gözlemlenen davranışın fiziksel olarak yeniden üretilebilmesi gerekir. Bireyin fiziksel ve zihinsel kapasitesi bu becerileri sosyal yoldan öğrenebilmek açısından önemlidir. Motivasyon, bireyin davranışı sergilemesi için içsel ya da dışsal bir güdülenmeye ihtiyaç duyar. Pekiştirme (ödül/ceza) beklentisi bu noktada belirleyici olur (Bandura, 1977). Sosyal öğrenme teorisinin merkezinde model alma yer alır. Birey, genellikle sosyal olarak kabul gören, güçlü ya da popüler kişileri model olarak seçer. Örnek olarak da Bandura'nın Bobo Doll Deneyi (1961), direkt yaparak yaşayarak olmaksızın çocuk yaştaki bireylerin saldırgan ve kötü davranışları model alarak öğrenebileceğini göstermiştir (Bandura, Ross & Ross, 1961).

2.5. Sosyal Yapılanmacı Yaklaşım

Sosyal yapılanmacı yaklaşım, bireyin bilgi edinme sürecini sosyal, kültürel ve sözel bağlam içinde değerlendiren bir öğrenme kuramıdır. Bu yaklaşıma göre bilgi, bireyin yalnız başına edindiği bir olgu değil, sosyal etkileşim yoluyla ortaklaşa inşa edilen bir süreçtir (Vygotsky, 1978). Yani birey, çevresindekilerle girdiği iletişim, deneyimler ve kültürel araçlar yoluyla anlam oluşturur. Bu anlam oluşturma süreci, öğrenmenin temelidir. Bireyin bilişsel gelişiminde kültürel araçların ve sosyal etkileşimin merkezi

bir rol oynadığını ileri sürülmüştür. Vygotsky'nin (1978) yakınsak gelişim alanı kavramı, bireyin bir görevi tek başına yapamayacağı ancak bir başkasının rehberliğinde başarabileceği alanı ifade eder. Bu kavram, öğrenmenin sosyal bağlamda nasıl gerçekleştiğini açıklamada kritik öneme sahiptir. Sosyal yapılanmacı yaklaşım bazı temel ilkelere dayanır. Bunlar: Bilgi sosyal olarak inşa edilir. Öğrenme, bireyler arası etkileşimler yoluyla gelişir. Dil, bilişsel gelişimin temel aracıdır. Düşünce süreçleri, dilsel yapıların içselleştirilmesi ile gelişir. Kültür, öğrenmenin bağlamını oluşturur. Bireyler yaşadıkları kültür içinde anlam üretirler. Aktif katılım esastır. Öğrenen birey, pasif bir bilgi alıcısı değil, bilgiyi yapılandıran bir özne olarak görülür.

2.6. Ebeveyn Tutumları ve Çocuk Üzerindeki Etkileri

Ebeveyn tutumları, anne ve babaların çocuklarına karşı sergiledikleri davranış kalıplarını, beklentilerini ve değer yargılarını kapsayan; çocuğun bilişsel, duygusal, sosyal ve ahlaki gelişimi üzerinde doğrudan etkili olan önemli bir kavramdır (Bolat, 2018). Bu tutumlar, çocuğun kişilik özelliklerinin şekillenmesinde ve çevresiyle kurduğu ilişkilerde temel belirleyici etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir (Kırman & Doğan, 2017).

Ebeveyn tutumları, genellikle dört ana başlık altında incelenmektedir: demokratik, otoriter, aşırı koruyucu ve ihmalkâr tutumlar.

Demokratik Tutum: Ebeveynler çocuklarına karşı sevgi dolu, anlayışlı ve destekleyicidir; aynı zamanda sınırlar koyarak çocuğun sorumluluk duygusunu geliştirmesine yardımcı olurlar. Bu yaklaşım, çocukların bağımsız, özgüvenli ve sosyal yönden uyumlu bireyler olarak yetişmesini sağlar (Bolat, 2021).

Otoriter Tutum: Katı disiplin ve kurallarla çocuğun davranışlarını kontrol altına almaya çalışan ebeveynlerdir. Bu tutumla yetişen çocuklar, sıklıkla düşük benlik saygısı, kaygı bozukluğu ve sosyal çekingenlik gibi psikolojik sorunlar geliştirebilirler (Yılmaz Bolat, 2018).

Aşırı Koruyucu Tutum: Çocuğun her davranışına müdahale ederek kararlarını yönlendirme ve koruma amacı ile tutumlarında aşırıya kaçan ebeveynler, çocuğun

bireysel karar alma becerisini kısıtlayabilirler. Bu durum, çocuğun bağımlı ve kararsız bireyler olarak gelişmesine neden olabilir (Kırman & Doğan, 2017).

İhmalkâr Tutum: Ebeveynin çocuğa karşı ilgisiz ve mesafeli olması durumudur. Bu tutumla yetişen çocuklarda davranış problemleri, okul başarısızlığı ve antisosyal eğilimler gözlenebilir (Bolat, 2021).

Ebeveyn tutumları, çocuğun yaşamını etkileyerek onun kişisel gelişimi ve ileriki dönemlerde toplumdaki bireyleri ve dolayısıyla toplumları dahi etkileyebilir durumdadır.

Duygusal ve Sosyal Gelişim: Demokratik ebeveyn tutumları, çocukların duygularını tanıma, ifade etme ve başkalarıyla empati kurma becerilerini olumlu yönde etkiler (Bolat, 2018).

Akademik Başarı: Araştırmalar, destekleyici ve katılımcı ebeveyn tutumlarının, çocukların okul başarısını artırdığını göstermektedir. Bu çocuklar, içsel motivasyonlarını daha etkin kullanabilmekte ve öğrenmeye daha açık olmaktadır (Bolat, 2021).

Davranışsal Uyum: Baskıcı ya da ilgisiz ebeveyn tutumları, çocukların davranışsal uyumlarını olumsuz etkileyebilir. Bu durum, kurallara uymama, saldırganlık ya da içe kapanma gibi belirtilerle kendini gösterebilir (Kırman & Doğan, 2017).

2.7. Sosyal Medya ve Ebeveynlik İlişkisi Üzerine Yapılan Çalışmalar

Gelen ve diğerleri (2024)'nin yaptığı bir araştırma, sosyal medyayı aktif kullanan ebeveynlerin kişilik özellikleri ve ebeveyn tutumlarının aile içi iletişimle ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Samsun il ve ilçelerinde sosyal medyayı aktif kullanan 306 ebeveynle gerçekleştirilmiştir. Betimsel tarama modeli kullanılarak yapılan çalışmada, ebeveynlerin kişilik özellikleri, ebeveyn tutumları ve aile içi iletişim düzeyleri arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Ebeveyn tutumları ile aile içi iletişim birbirini etkileyen konular olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça ve sosyal medya uygulamalarında geçirilen süreler kontrol altına

alınmadıkça aile içi iletişimin bozulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma, ebeveynlerin sosyal medya kullanım sürelerini sınırlamaları ve daha etkili iletişim stratejileri geliştirmeleri gerektiğini vurgulamaktadır (Gelen, Kumcağız, İstif, & Sandalcılar, 2024).

Diğer bir çalışmada (Kurşun ve Görgün, 2020)'nin ise sosyal medya influencerların bireylerin sağlık davranışları üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle, influencerların sağlıklı ve sağlıksız ürünlerin tanıtımında yer almaları ve takipçileri açısından bu durumun etkileri araştırılmıştır. Bu çalışma bir derleme çalışmadır. Çalışmada sosyal medya içeriklerinin denetlenmesi ve bireylerin dijital okuryazarlık becerilerinin artırılması önerilmektedir. Ayrıca, influencerların paylaşım yaparken etik değerlere dikkat etmeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

(İşözen ve Özkan, 2020)'in bu çalışması, sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medyayı ne amaçla kullandıkları ile annelik kimliğine ilişkin tutum ve davranışlar arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Nicel araştırma yöntemi kullanılarak internet üzerinden anketler yapılarak verilere ulaşılmıştır. Araştırma, sosyal medya kullanımının annelik kimliği algısı üzerinde belirgin etkileri olduğunu göstermektedir. Sosyal medyayı daha çok eğlenmek ve rahatlamak amacıyla kullanan annelerin, annelik kimliklerini daha olumlu algıladıkları; buna karşılık, sosyal medyayı bilgi edinme veya diğer annelerle kıyaslama amacıyla kullananların, annelik kimliklerini daha olumsuz algıladıkları sonucuna varılmıştır. Bu durum anneleri yetersizlik, eksik hissetme gibi duygu durumlarına itebilmektedir.

Ergül ve Yıldız (2021), tarafından gerçekleştirilen çalışmada, sosyal medya platformlarının annelik deneyimi üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Araştırmada, Instagram üzerinden yapılan annelik temalı paylaşımların toplumsal olarak yeniden inşa edilen bir annelik biçimine dönüştüğü vurgulanmaktadır. "instagram anneliği" olgusu ile bu sosyal sanal dünyanın gerçek hayatın durumları ve annelik rolleri ile arasında farklar yarattığı sonucuna varılmıştır. Ve bu durum da annelerin üzerinde kapanması gereken bir farkmış gibi düşünülerek kaygılanmalarına sebep olmaktadır. Nitel bir araştırma olan bu çalışmada, popüler instagram annelik hesapları incelenmiş olup sosyal medyada paylaşılan ebeveynlik durumlarının, takip ettiği kişiler üzerinde yönlendirici etkileri olduğu görülmüştür.

Aktaş (2019), çalışmasında annelik kavramını ve geçirdiği dönüşümü sosyal medya kullanıcıları üzerinden incelemiştir. Araştırma, geleneksel annelik anlayışının modern toplumlarda değişime uğradığını ve bu değişimin özellikle sosyal medya platformlarında görünür hale geldiğini göstermektedir. Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen çalışmada, sosyal medya kullanıcılarının anneliğe dair söylem ve paylaşımları incelenmiştir. Sosyal medyada sergilenen annelik içerikli paylaşımların mükemmellik ve uygunluk kaygısıyla şekillendiği sonucu dikkat çekmektedir.

Dönmez (2019) çalışmasında, sosyal medya platformlarının ebeveynlik algısı üzerindeki etkilerini, özellikle blogger anneler örneği üzerinden incelemiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Instagram gibi sosyal medya ortamlarında aktif olan blogger annelerin içerikleri incelenmiştir. Değişen ve güncellenen “annelik” durumlarının nasıl şekillendiği araştırılmıştır. Blogger annelerin, takipçileriyle kurdukları etkileşim aracılığıyla yönlendirici roller üstlendikleri görülmüştür. Bu durum ebeveynler üzerindeki yönlendirici etkilerini fark edilebilir kılmıştır (Dönmez, 2019).

Kurtulmuş ve diğerleri (2023)'nin araştırmasında 2018–2023 yılları arasında "sosyal medya" ve "ebeveyn" kelimeleri geçen lisansüstü tezleri doküman analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde, sosyal medya ve ebeveynlik konusunun giderek artan bir akademik ilgiyle karşılaştığı vurgulanmıştır (Kurtulmuş, Yengin, & Çakar, 2023).

Işık (2015), zamanla oluşan bu kültürel değişimin Türkiye'deki annelik anlayışına etkileri üzerine bir araştırma yapmıştır. Ankara'nın Kamil Ocak Mahallesi'nde gerçekleştirdiği saha araştırmasıyla incelemiştir. Çalışmada küreselleşme ve modernleşme süreçlerinin, annelik rolleri ve ebeveynlik tutumları üzerindeki dönüşümlerini incelemektedir. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında tüketim kültürünü ve etkileri görebilmekteyiz. Devamında kadınların ve annelerin toplumsal rollerinin nasıl yeniden şekillendiği ve bunun ilişkilerdeki yansımaları dikkat çeken sonuçlardan bazılarıdır. Çalışma, “yeni” annelik anlayışının yalnızca bireysel bir değişim olmadığını ileri sürmektedir. Aynı zamanda bu değişimin toplumsal durumlarla da etkileşim içinde olduğunu vurgulamaktadır (Işık, 2015).

Teke (2014), dijital medya ve sosyal medyada uygulamalarının annelik kimliği üzerindeki etkilerini incelemiştir. Blogger anneler üzerine bir inceleme yapmıştır. Çalışmada, sanal ortamda annelik deneyimlerinin nasıl güncellendiği ve modern anneliğin nasıl şekillendiği ele alınmıştır. Blogger annelerin paylaşımları, annelik rolünü yeniden yapılandırmaktadır. Bu çalışmada sosyal medyaların bireyler üzerindeki etkisi vurgulanmaktadır. Sosyal medyada içerik üretenlerin yalnızca kendi deneyimlerini aktarmadıkları aynı zamanda annelik hakkında değişen bu algılar üzerinde güçlü bir etkileri olduğu ortaya çıkmıştır.

Coşkun (2018), eleştirel söylem çözümlemesi yaklaşımı çerçevesinde, sosyal medya platformlarında annelik kimliğinin nasıl inşa edildiğini incelemiştir. Sıklıkla kullanılan Facebook ve Instagram uygulamalarında yer alan popüler anne profillerinde paylaşılan gönderileri ve bu gönderilere gelen yorumları incelenmiştir. Çalışmada, annelerin kendilerini ve başkalarını tanımlarken kullandıkları dilin, sosyal medya kullanıcılarıyla olan etkileşimlerine bağlı olarak şekillendiği ve farklı sosyal bağlamlarda değişebildiği sonucuna varılmıştır. (Coşkun, 2018).

Çevik (2019), 3-6 yaş aralığında çocuğa sahip ebeveynlerin çocuk yetiştirme tutumları ile sosyal medya kullanım durumları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. İstanbul ilinde yaşayan 400 ebeveynin katılımıyla araştırma yapılmıştır. Araştırmada ebeveynlerin çocuk yetiştirme tutumları ile sosyal medya kullanımları arasında düşük düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırmanın sonuçları arasında çocuk sayısı, anne babanın eğitim durumları ve ailelerin sosyal çevreleri gibi konuların da çocuk yetiştirme tutumlarını etkilediği sonucu elde edilmiştir.

Aktan ve Kayış (2018), bloklardaki paylaşımlar üzerinden annelik anlayışını ve geçirdiği dönüşümü araştırmıştır. Çalışmada özellikle doğum şekli, bebek bakımı, çocukla kurulan ilişki ve ebeveynlik tutumları gibi konularda blogger annelerin takipçilerini büyük ölçüde etkiledikleri konuma geldiklerini ifade etmişlerdir. Çalışma, annelerin kendi deneyimlerini diğer annelerle karşılaştırmasına neden olduğu ve bunun annelik kimliğinde bir dönüşüme yol açtığını ortaya koymaktadır.

Bir başka çalışmada Altaş (2018), anneliğin kültürel ritüellerle nasıl kuşatıldığını inceleyerek, toplumunda “annelik” olgusunun yeniden şekil aldığı ortaya

koymuştur. Araştırmada kutlanan özel günlerin ve organizasyonların anneler üzerinde bir tür en iyisini yapabilme çabası ve performans durumu yarattığı görülmektedir. Bu ritüellerin anneler üzerinde sosyal anlamda baskı yarattığını ortaya çıkmıştır aynı zamanda annelik kimliğini tkretim ve gösteriş kültürüyle kuşatıldığını belirtmektedir.

Diğer bir çalışmada Timurturkan (2019), sanal dünyadaki ebeveynlik durumlarına odaklanarak, özellikle anneliğin nasıl değiştiğini ve sosyal medyada annelik deneyimlerinin nasıl şekillendiğini incelemiştir. Çalışma, özellikle sosyal medyadaki annelerin deneyimlerini analiz etmektedir. Çalışmanın araştırma yöntemi, nitel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Dijital platformlar, yalnızca bilgi paylaşımını değil, aynı zamanda anneler arasında duygusal ve psikolojik destek sağlayarak, toplumsal annelik tutumlarına dair yeni anlayışlar geliştirilmesine de katkı sağladığı sonuca ulaşılmıştır.

Dicel Elbaş (2024)'ın bir çalışmasında ise nicel araştırma yöntemi kullanılarak bu durum ele alınmıştır. Araştırmanın rneklemi İstanbul ilinde anaokuluna devam eden çocukların 310 ebeveyni oluşturmuştur. Ebeveynlerin sosyal medyada geçirdiği süre, kullanım amacı ve alışkanlıklarının, ebeveynlik becerilerini ve günlük yaşamda algılarını nasıl etkilediği değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında ise sosyal medya kullanım biçimlerinin ebeveynlik üzerinde anlamlı etkileri olabileceğini görülmektedir.

Bir başka çalışmada ise yaygın olarak kullanılan bir sosyal medya uygulamasında popülerlik kazanan uzman bir kişinin takipçileri ile olan etkileşimi incelenmiştir. Araştırma, Instagram'da "akademisyenanne" kullanıcı adıyla bilinen Hacettepe niversitesi ocuk Gelişimi Bölümü ğretim yesi Doç. Dr. Saniye Bencik Kangal'ın paylaşımlarını içerik analizi yöntemiyle değerlendirmiştir. Nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve içerik analizi kullanılmıştır. Araştırma, "akademisyenanne" profilinin annelere ocuk gelişimi konusunda bilgi sağladığını, anneleri çocuklarıyla kaliteli zaman geçirmeye teşvik ettiğini ve takipçilerle etkileşim kurarak içeriklerini şekillendirdiğini ortaya koymuştur. (Yazıcı & zel, 2017).

BÖLÜM III

METODOLOJİ

3.1. Giriş

Bu bölümde; araştırmanın amacı, problemi ve yöntemi, araştırma konusu ile araştırmaya yönelik sorular, çalışma grubu, veri toplama araçları, veri toplama süreçleri, verilerin dökümü ve analizi, örneklem, araştırmanın varsayımları, sınırlılıkları ve geçerlik konularında detaylı bilgilere yer verilmektedir.

3.1.1. Araştırmanın Amacı

İnternet çağında bilgiye ulaşmak, onu yayabilmek ve sosyal mecraların oluşması oldukça kolaylaşmıştır. Bu çağda çocuk yetiştirmek, ebeveyn olmak, geleneksel olarak gelen alışılmış anne baba tutumlarında da farklılaşmaya sebep olmaktadır. Çocukların ihtiyaçları ve istekleri veya hizmet edecekleri gelecek dahi alışılan durum ile farklılık göstermektedir. Uzay çağına doğru ilerlerken ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarında, sosyal medya ve influencer paylaşımlarından ne denli etkilendikleri merak konusu olmuştur. Sosyal medya bu anlamda güçlü bir unsur mu yoksa insan zihninin kalıpları arasına giremeyecek kadar yüzeysel bilgiler mi içeriyor, ebeveyn olmak ve çocuk yetiştirmek bu anlamda dış dünyadan ne denli etkileniyor gibi başlıklar araştırmanın çıkış noktaları olmuştur.

Bu araştırmanın amacı; sosyal medya ve influencer paylaşımlarının ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarına etkisini anlamlandırabilmek hedeflenmiştir. Bu kapsamda ebeveynlerde yapılan görüşmelerde aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır.

- Araştırma Sorusu 1: Sosyal medya ve influencer'lar, ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarını ne derecede şekillendiriyor?

- Araştırma Sorusu 2: Sosyal medyada görülen ebeveynlik içeriklerinin, ebeveynlerin kendi ebeveynlik yeterliliklerini ve ebeveynlik kaygılarını nasıl etkiliyor?

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Bu araştırmanın önemi; günümüz teknoloji şartlarında internet ve sosyal medya kullanımının, toplumun en önemli yapı taşı olan aile kavramında, ebeveyn yeteneklerini ne derece etkilediği boyutunun incelenmesi üzerine kurulmuştur. Anne babalar olarak en değerli parçaları olan çocuklarını yetiştirme boyutunda ne tür içerikleri dikkate aldıkları, pasif olarak dahi denk geldikleri bir içerikten ne derecede etkilendikleri ve bu içeriklerin yaşantılarında ne gibi bir güncellemeye sebep olduğu gibi bir çok noktadan konu ele alınmak istenmiştir. Sosyal medya ve influencer paylaşımlarının “çocuk” içerikli paylaşımlarının etkileşimde olduğu kişileri ne boyutta etkilediği saptanmak istenmiştir. Bu platformda ekilen psikolojik tabloların ebeveynleri ne tür zorluklarla/kolaylıklarla karşı karşıya bıraktığını anlamlandırmaya çalışılmıştır.

Günümüz insan ilişkilerinde sosyal medya ve influencer paylaşımlarının etkilerini bir çok alanda görmek mümkün. Özellikle bu mecraanın pazar haline dönüşmesi markaların bu mecraları ticari bir sektör olarak görmelerine sebep olmaktadır. Influencer adı ile tanıdığımız içerik üreticilerinin de markaların bu pazardaki topluma ve kişilere bilgi transferi, ürün tanıtımı gibi bir çok alandan kullandıkları reklam yüzleri olarak açıklamak mümkün olacaktır. Bu mecra artık bir sektör ve toplumu, kişileri ve dahi aileleri etkileyebilecek güçlü bir unsur. Toplumun en önemli yapı taşı olan ailenin ve yine toplumun gelecek nesilleri olacak çocuklarını yetiştirirken ne tür kanallardan beslendiğini/etkilendiğini araştırmak ve sonuçlamak bu alanda faydalı bir yönlendirme sağlayacağı düşünülmektedir.

3.1.3. Araştırmanın Varsayımları

Gerçekleştirilen bu tez çalışmasında görüş ve düşüncelerine başvuru alan ebeveynlerin, yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorularının katılımcıların görüş ve deneyimlerini ortaya çıkardığı, katılımcıların kendilerine yöneltilen görüşme

sorularına içtenlikle ve doğru cevaplar verdikleri ve araştırmada kullanılan soruların araştırmanın hedefine ulaşmada yeterli olduğu varsayılmıştır.

3.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın evreni olarak seçilen İstanbul ilindeki ebeveynlerden oluşuyor olması, kullanılan yöntem olarak yarı yapılandırılmış görüşme formunun kullanılması bu araştırmanın temel sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan ebeveynlere yöneltilen sorular araştırmacı tarafından hazırlanan görüşme formu ile sınırlıdır. Araştırma bulguları, veri toplama araçları, araştırmanın gerçekleştirildiği zaman ile sınırlıdır.

3.1.5. Örneklem

Araştırmanın örneklemini İstanbul ili özelinde sosyal medya kullanan 50 ebeveyn oluşturmaktadır. Örneklem; seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir.

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Özellikler		Frekans
Cinsiyet	Kadın	38
	Erkek	12
Yaş	25-30	2
	30-35	19
	35-40	22
	40-45	7
Eğitim Durumu	Lise Mezunu	13
	Lisans	35
	Lisansüstü	2

3.1.6. Veri Toplama Süreci

Katılımcılara görüşme başlatılmadan önce çalışma ile ilgili ayrıntılı bilgi verilerek, görüşmede elde edilen verilerin sadece bu çalışmanın amaçları için kullanılacağı ve kimlik bilgilerinin gizli tutulacağı açıklanmıştır. Nitel araştırma yaklaşımı ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak katılımcılardan yüz yüze ve çevrim içi görüşmelerle veriler toplanmıştır. Görüşmeler gerçekleştirilmeden önce gerekli etik kurul izinleri alınmıştır. Bilgilendirme neticesinde katılımcıların izni alınarak görüşmeler kayıt altına alınmıştır.

3.1.7. Araştırma Yöntemi

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji modeli ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, sosyal medya ve influencer paylaşımlarının ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarına etkisi, bireylerin yaşantıları ve deneyimleri üzerinden derinlemesine incelenmiştir. Bu doğrultuda, İstanbul'da yaşayan farklı sosyo-ekonomik düzeylerden 50 ebeveyn ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılar, amaçlı örnekleme yöntemlerinden kriter örnekleme tekniği kullanılarak ve çeşitlilik gözetilerek belirlenmiştir.

Nitel araştırma yöntemleri, sayısal olmayan veri türlerini temel alan ve farklı kullanım sistematiklerine sahip çeşitli yöntemlerin bütünü ifade etmektedir. Her bir nitel araştırma yöntemi, kendine özgü işleyiş süreçleriyle farklı araştırma tasarımlarına uyarlanabilir niteliktedir. Bu yöntemlerde veri, genellikle sözel ifadeler, semboller ve diğer sayısal olmayan biçimlerde toplanmakta ve analiz edilmektedir. Verilerin daha sonra sayısal forma dönüştürülmesi, araştırmanın nitel karakterini değiştirmemekte; aksine, yöntemin esnek ve anlam odaklı yapısını korumasını sağlamaktadır. Dolayısıyla, nitel araştırmalar, karmaşık sosyal ve kültürel olguları derinlemesine anlamaya yönelik, çok yönlü ve kapsamlı bir yaklaşımdır (Yıldırım, 2021).

Fenomenoloji, bireylerin belirli bir olgu veya kavrama ilişkin yaşantılarını ve bu deneyimlerin anlamını derinlemesine anlamaya odaklanan nitel bir araştırma yaklaşımıdır. Edmund Husserl'in felsefi temellerine dayanan bu yöntem, katılımcıların dünyayı nasıl algıladıklarını ve deneyimlerinin özünü ortaya koymayı

amaçlar. Fenomenolojik araştırmalarda, derinlemesine mülakatlar veya açık uçlu sorular yoluyla veri toplanır ve elde edilen bilgiler temalar hâlinde analiz edilerek bireylerin deneyimlerine ilişkin anlamlı sonuçlar çıkarılır. Bu yaklaşım, özellikle eğitim, psikoloji ve sağlık gibi alanlarda bireylerin yaşantılarını kapsamlı biçimde incelemek için yaygın şekilde kullanılmaktadır (Tekindal & Uğuz Arsu, 2020).

3.1.8. Verilerin Analizi

Görüşmeler ses kaydı alınarak gerçekleştirilmiş ve ardından yazılı metne dönüştürülmüştür. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Görüşme metinleri detaylı bir şekilde okunarak benzer ifadeler gruplanmış ve bu gruplardan temalar oluşturulmuştur. Temalar, araştırmacı tarafından doğrudan verilerden yola çıkılarak geliştirilmiştir. Katılımcıların ifadelerinden alınan doğrudan alıntılar, temaları destekleyecek şekilde analiz bulguları içerisinde sunulmuştur.

3.1.9. Geçerlilik

Araştırmanın geçerliliğini sağlamak amacıyla, görüşme soruları hazırlanırken ilgili literatür taranmış ve alanında uzman kişilerin görüşlerinden yararlanılmıştır. Veri toplama sürecinden önce küçük ölçekli bir pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Güvenirlik kapsamında, görüşmelerde tutarlı ve sistematik bir yaklaşım benimsenmiş, veriler titizlikle analiz edilmiştir. Kodlama ve tema oluşturma süreci araştırmacı tarafından yürütülmüş ve öznellik etkisini azaltmak amacıyla dikkatli refleksif tutum sergilenmiştir. Ayrıca, araştırmanın aktarılabilirliği için katılımcıların bağlamsal özellikleri detaylı şekilde sunulmuş, tutarlılık sağlamak amacıyla araştırma süreci ayrıntılı biçimde dokümanite edilmiştir. Doğrulanabilirlik açısından, analizler katılımcı ifadelerine sadık kalınarak doğrudan alıntılarla desteklenmiş ve araştırmacının öznelliği minimize edilmeye çalışılmıştır. Bu yaklaşım, Guba ve Lincoln'un (1985) nitel araştırma kalitesi kriterleri doğrultusunda, çalışmanın metodolojik güvenilirliğini güçlendirmiştir.

Guba ve Lincoln (1985), nitel araştırmalarda klasik nicel araştırma kriterlerinin yerini alan bu dört temel ölçütü geliştirerek, nitel çalışmaların bilimsel rigorunu artırmayı hedeflemişlerdir. Bu kriterler, araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için sadece veri

toplama ve analiz aşamalarını değil, aynı zamanda araştırmacının tutumunu ve sürecin Őeffaflıđını da dikkate alır. Özellikle gúvenirlik, katılımcıların deneyimlerinin gerçeği biçimde yansıtılması anlamına gelirken; aktarılabirlik, araştırma bulgularının benzer bağımlarda kullanılabilme imkânını ifade eder. Tutarlılık araştırmanın süreç bütünlüğünü ve tekrarlanabilirliğini sağlarken; doğrulanabilirlik ise araştırma sonuçlarının kişisel önyargı ve sübjektiflikten arındırılmasını garanti eder. Bu bağlamda, Guba ve Lincoln'un yaklaşımı nitel araştırmaların metodolojik sağlamlığını artıran temel bir rehber olarak kabul edilmektedir (Tekindal ve Uğuz Arsu, 2020).



BÖLÜM IV

BULGULAR

Bu bölümde, iki araştırma sorusuna cevap bulmak üzere yapılan görüşmelerin tema analizi ele alınacaktır.

- Araştırma Sorusu 1: Sosyal medya ve influencer'lar, ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarını ne derecede şekillendiriyor?
- Araştırma Sorusu 2: Sosyal medyada görülen ebeveynlik içeriklerinin, ebeveynlerin kendi ebeveynlik yeterliliklerini ve ebeveynlik kaygılarını nasıl etkiliyor?

4.1. Araştırmanın Birinci Alt Problemine İlişkin Bulgular

“Sosyal medya ve influencer'lar, ebeveynlerin çocuk yetiştirme anlayışlarını ne derecede şekillendiriyor?” Problem sorusundan yola çıkarak açık uçlu sorular etrafında aşağıdaki temalar şekillenmiştir. İlgili problem sorusuna yönelik alınan cevaplar doğrultusunda elde edilen temalara bu bölümde yer verilecektir.

4.1.1. Sosyal Medya Takipçi Özellikleri ve Geçirilen Zaman

Çocuk yetiştirme ile alakalı içerikler ile sosyal medyada karşılaşma sıklığını tespit edebilmek ve bu tarz içerikler takip ediliyorsa ne sıklıkla takip edildiği gibi durumları ortaya çıkarmak adına ebeveynlere sorular yöneltilmiştir. Elde edilen cevaplara göre takipçi özellikleri ve sosyal medyada geçirilen zaman gibi farklı kategoriler elde edilmiştir.

Tablo 4.1. Takipçi Özellikleri ve Sosyal Medyada Geçirilen Zaman

Tema	Kategori	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyal Medya	Takipçi Özellikleri	Rastlantısal takipçiler	26	%52
		İçerik üreticisi olarak doktorlara ve psikologlara olan güven	5	%10
		Kasıtlı takipçiler	14	%28
	Sosyal Medyada Geçirilen Zaman	Günde bir saatten fazla vakit ayıranlar	19	%38
		Günde bir saatten az vakit ayıranlar	31	%62

Bu tabloya göre “Çocuk yetiştirme ile alakalı içerikler ile sosyal medyada karşılaşılıyor musunuz? Takip ediyorsanız, örneğin ortalama bir gün veya haftada kaç saat takip etmektesiniz?” sorusuna en çok rastlantısal olarak karşılaşıldığına ve yine en çok günde bir saatten az zaman geçirildiğine yönelik cevaplar alınmıştır.

Ebeveynlerin rastlantısal olarak takip ettiklerine dair bazı görüşler şu şekildedir:

“Evet. Ama takip etmiyorum sadece çıktığı zaman izliyorum.” (K26)

“Evet karşılaşıyorum. Psikolog takip ediyorum. Özellikle girip bakmıyorum. Ekrana çıkınca izliyorum. haftada 30 dk max”(K27)

“Günlük karşıma çıktıkça bakıyorum 10-15 dakika” (K30)

“Karşılaşıyoruz, ama özellikle takip ettiğimiz herhangi bir hesap yok.” (K34)

“Karşılaşıyorum ancak çok takip etmiyorum, denk geldiğimde bir göz atıyorum sadece” (K41)

“Evet çok sık geliyor karşıma. Ortalama günde 5-6 kez mecburi görüyorum önüne düşüyor” (K50)

“Çok fazla takip etmem, karşıma çıkınca bazen bakarım.” (K1)

“İçerikler karşıma çıkıyor. Günde ortalama 1 saatimi ayırıyorum.” (K2)

“Evet karşılaşıyorum Genelde sosyal medya akışına geldiği için devamlı dinliyorum günlük muhakkak bi 10-20 dk mı alır” (K3)

“Evet karşılaşıyorum karşıma çıktıkça izliyorum. Düzenli bir şekilde takip ettiğim içerik üreticisi yok.” (K4)

“Evet karşılaşıyorum ama takip etmiyorum dolayısıyla haftalık 1 saati bile bulmuyodur.” (K12)

“Çok karşılaşıyorum, genellikle her gün 30 dk takip ediyorum”(K10)

Ebeveynlerin içerik üreticisi olarak doktorların veya psikologların paylaşımlarına duydukları güveni tema alan cevaplar:

“Önceden kitaplarını okuduğum pedagogların yada yazarların sayfalarını takip ediyorum.” (K21)

“Evet karşılaşıyorum. Psikolog takip ediyorum. Özellikle girip bakmıyorum. Ekrana çıkınca izliyorum. Hafta da 30 dk max.” (K27)

“Sosyal medyadan çok kitaplardan faydalaniyorum, doktorların veya psikologların tavsiye ettiği kitaplardan.”(K37)

“Evet karşılaşıyorum. Daha çok çocuk doktorlarını takip ediyorum, oraya gelen soruları kontrol ediyorum günlük en fazla yarım saat.” (K6)

“Düzenli olarak takip ettiğim bir içerik yok ancak ihtiyaç duyduğum konularda başvurduğum, güvenilir bulduğum içerikler var. Özellikle bazı doktorları takip ediyorum. Haftada 1-2 saat arası zaman ayırıyorum.” (K11)

Ebeveynlerin kasıtlı olarak bu içerikleri takip ettiklerine dair bazı görüşler şu şekildedir:

“Evet takip ediyorum, yararlı olan şeyleri dinliyorum uyguluyorum.” (K25)

“Karşılaşıyorum ve benim içinde doğru bulduğum içeriği mutlaka not alırım kaydederim ve sıklıkla takip ederim.” (K31)

“Evet karşılaşıyorum, hatta düzenli takip ettiğim içeriklerine göz attığım sayfalar mevcut. Süre olarak net bir şey söyleyemem ama 30dk ile 1 saat arası diyebilirim.” (K3)

“evet takip ediyorum. daha çok akşamları instagrama bakıyorum ve haftada ortalama 6-7 saat vakit geçiriyorum.” (K39)

“ilgi alanım,takip ediyorum günde ortalama yarım saat takip ediyorum” (K13)

“Evet karşılaşıyorum, bazılarını tesadüfen gördüm bazılarını da ilgi alanıma göre takip etmeye başladım, ilgimi çeken bir konu paylaşım olursa vakit ayırıyorum.” (K7)

“Evet özellikle son zamanlarda çok sık karşılaşıyorum. Belli bir saat takip ettiğimi söyleyemem denk geldikçe bakıyorum ya da merak ettiğim bir durum varsa onunla ilgili doğru paylaşımlara bakmaya çalışıyorum.” (K8)

“Takip ediyorum,hafta da en az 2 gün baktığım alanlar oluyor.” (K9)

“İlgi alanım,takip ediyorum günde ortalama yarım saat takip ediyorum.” (K5)

Cevaplar ortaya koymaktadır ki, ebeveynlerin sosyal medya üzerinden alanında uzman olan, doktor ya da psikologlar gibi, içerik üreticilerine yönelik ilginin genel olarak yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bu ilgi, çoğunlukla rastlantısal maruz kalmaya dayanmaktadır. Öte yandan belirli bir grup ebeveyn, bu içerikleri güvenilir bilgi kaynağı olarak görmekle birlikte düzenli olarak takip etmektedir. Bu durum, ebeveynlerin dijital medya ortamındaki bilgiye erişim ve güven düzeylerinin

farklılaştığını, uzman içeriklerinin etkili olabilmesi için güven unsuru ve içerik niteliğinin belirleyici olduğunu göstermektedir.

4.1.2. Sosyal Medya Paylaşımlarının İçerikleri

Sosyal medyada influencer'ların çocuk yetiştirme önerilerine olan güvenin ortaya çıkarılması için ebeveynlere yöneltilen soru neticesinde elde edilen cevaplar ile aşağıdaki durumlara ulaşılmıştır.

Tablo 4.2. Paylaşımların İçerikleri

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Paylaşımların içerikleri	Paylaşım yapan kişinin eğitimi	10	%20
	Paylaşımlardaki samimiyet	7	%14
	Gerçek hayat ve sosyal medyaya yansıtılan hayat arasındaki fark	10	%20

Ebeveynlerin paylaşım yapan kişilerin eğitimleri hakkındaki temaya dayalı cevaplarına aşağıda yer verilmiştir:

“Aldığı eğitime göre değerlendiriyorum.” (K3)

“Çocuk yetiştirmeye ilgili eğitimi olan eğitimcileri takip ediyorum. Onların önerilerini dikkate alıyorum. Güvenmediklerimi izlemeden geçiyorum.” (K4)

“Tamamen doğru olarak kabul etmiyorum sonuçta her çocuğun gelişimi ve ihtiyaçları farklılıklar gösterebiliyor. Paylaşım yapan kişinin aldığı eğitim de bu doğrultuda önemli benim için.” (K7)

“Çocuk gelişimi alanında uzman, yetkin influencer'ların önerilerine güveniyorum.” (K20)

“İnfluencer takip etmiyorum uzman olması belirleyici benim için.” (K27)

“Kesinlikle güvenmiyorum, benim için uzman kişilerin içerikleri önemli bu işin uzmanı kişilerse takip ediyorum.” (K33)

“Sadece influencer, kitle sahibi olması yeterli değil benim için. Uzman ve bilgi birikimi olan kişiler olması daha güvenilir. Çocuğu olan herkesin fikir beyan etmesi ve kitleleri etkilemeye çalışması şahsen bana güvenilir gelmiyor.” (K38)

“Güvenli uzmanların tavsiyelerine uyuyoruz, alanında uzman olması bu konuda önemli.” (K44)

“Tabi ki bu konuda eğitimli kişilerin önerilerini dikkate alıp takip ediyorum.” (K45)

“Mantığıma kültürüme uymadığında o söyledi diye kabul etmiyorum.” (K36)

Ebevenylerin sosyal medya paylaşımlarındaki samimiyet teması adı altında alınan cevaplara aşağıda yer verilmiştir:

“Samimi paylaşımlar yaptığını düşündüğüm birkaç kişi haricinde çoğunluğuna hiç güvenmiyorum.” (K10)

“Her söylenene inanmıyorum. Söylenenler içinde mantıklı ve samimi bulduklarına güveniyorum.” (K34)

“Kronik takipçileri olmadığımız için açıkçası içeriklerine tam olarak vakıf değiliz. Çocuğumuzu genel ahlak, edep ve görgü kurallarına göre yetiştirmeye gayret ediyoruz. Bu konuda dürüst ve samimi paylaşım yapanlar dikkatimi çekiyor. İnfluencer'ların örf adet ve kültürümüz dışındaki önerileri ilgimizi çekmiyor.” (K37)

“O kişinin samimiyeti, hayat tarzının bizim aile ortamınıza uygunluğuna bakarım, o şekilde karar veririm.” (K41)

“Sosyal medyada çocukların reklam aracı olarak kullanılmasını doğru bulmuyorum. Gerçek ebeveynlikte çocukla birebir etkileşim ön planda olduğundan influencer ların

ebeveynliklerini yetersiz buluyorum, samimi gelmiyorlar. Çocuğunun her anını gözler önüne çıkararak, çocuğun ihtiyacından önce takipçilerinin ihtiyaçları için link bırakan ebeveynlik elbette eksik ve yapay kalacaktır.” (K49)

“Sosyal medya hayatın sadece sergilenmek istenen yüzü olduğu için bana samimi gelmiyor, güven teşkil etmiyor.” (K50)

“İnfluencer’a göre değişiyor bu. Bazılarına hiç, birkaç kişinin samimi olduğunu düşünüyorum.”

“Çok değil ama bazen de faydalı oluyor.” (K47)

Gerçek hayat ile sosyal medyaya yansıtılan hayat arasındaki farka değinen ebeveynlerden alınan cevaplar aşağıda derlenmiştir:

“Pek güvenmiyorum.” (K1)

“İnfluencerlar kameralara oynuyorlar bana göre o yüzden çocuk yetiştirme önerileri de bana kesinlikle güven vermiyor.” (K2)

“Hiç güvenmiyorum.” (K5)

“Kesinlikle güvenmiyorum.” (K6)

“Bir kaç kişi var gerçekten anlatımlarını ve bakış açısını beğendiğim. Onun dışında her önüne gelen çocuk yetiştirmeye veya çocuk gelişimiyle alakalı içerikler paylaştığı için çok güvenmiyorum. Çünkü sosyal medya üzerinden paylaşılanla gerçekte olan arasında fark olduğunu düşünüyorum.” (K8)

“Çocuk yetiştirme konusunda güvenmiyorum. Yansıtılanların gerçek olduğunu düşünmüyorum. Ek gıda süreci veya herhangi bir eğitici kitap tarzında alanlara yönelik bakıyorum.” (K9)

“Takip etmiyorum ve güvenmiyorum.” (K11)

“Mantığıma, kültürüme, benim gerçeklerime uymadığında o söyledi diye kabul etmiyorum.” (K42)

“İnfluencerların çocuk yetiştirme önerilerine hiçbir şekilde güvenmiyorum ve gerçeği yansıttıklarını düşünmüyorum.” (K12)

“Güvenmiyorum çünkü doğal gelmiyor herşey sahte buluyorum hayat maceradan ibaret değil hayat kolay değil sorumluluk almak lazım.” (K25)

Cevaplar göstermektedir ki ebeveynler, sosyal medyada çocuk gelişimi üzerine yapılan paylaşımlara karşı yüksek bir eleştirel tutuma sahiptir. İçeriklerin güvenilirliği, paylaşım yapan kişinin eğitimi, samimiyeti, değer uyumu ve gerçeklik algısı gibi faktörlere bağlı olarak değerlendirilmektedir. Bu bulgular, sosyal medyada ebeveynlere yönelik içerik üretenlerin sadece bilgi vermekle kalmayıp, aynı zamanda şeffaf, etik ve samimi bir iletişim dili benimsemelerinin önemini ortaya koymaktadır.

4.1.3. Influencerların Çocuk Yetiştirme Önerileri

Bu bölümde influencerların paylaşımlarının kişiyi ve ailesini ne derece etkilediğine dair derinlemesine bulgular elde edebilmek için ebeveynlere yöneltilen soru eşliğinde elde edilen bulgular yer almaktadır. Cevaplar incelendiğinde bazı ebeveynlerin olumlu anlamda etkilendiği görülmekte iken bazılarının ise olumsuz anlamda etkilendikleri görülmektedir.

Tablo 4.3. Influencerların Ebeveyn Pratiklerine Yönelik Önerilerinin Etkileri

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Influencerların Ebeveyn Pratiklerine Yönelik Önerilerinin Etkileri	Olumlu etkiliyor	12	%24
	Olumsuz etkiliyor	8	%16
	Hem olumlu hem olumsuz etkileyebiliyor	3	%6
	Etkilemiyor	23	%46

Influencerların çocuk yetiştirme önerilerinin kişilerin beklentilerini ve kişiyi olumlu etkisi altına aldığı ileri süren yorumlar aşağıdaki gibidir:

“Bazen yaptığımız hatalara denk geldiğimiz de düzeltme eğilimi gösterebiliyoruz onlarla konuşmak vakit geçirmek duygularını anlamaya çalışmak ya da sevgimizi devamlı dile getirmek ya da baba ile iletişimin çok önemli olduğu konuları gündeme alabilmek gibi.” (K3)

“Etkiliyor tabii ki de. Örneğin baba rolünü incelerim, eşimde eksik ya da fazla olan yanlarını birlikte değerlendiririz.” (K14)

“Olumlu yönde etkisi oluyor diyebilirim. Aile içi paylaşım yapmamızı, kendimize uyarlamamızı, çocuğumuza evet ya da hayır dediğimizde bunun nedenini açıklayabilmemizi sağlıyor.” (K15)

“Ailecek oyun önerilerini, çocuğumun yaşına uygun aktiviteleri kendimize uyarlayıp uygulamaya çalışıyorum. Bu aktivitelerle çocuğum mutlu olduğunda ben de mutlu oluyorum ve ilişkimizin güçlendiğini hissediyorum.” (K16)

“İnfluencer eğer uzmansa dikkate alıyorum, eşime repost ediyorum. Birlikte bilgi paylaşımı yapmaya çalışıyoruz.” (K22)

“Bazı uzmanların öneri ve tavsiyelerine yer verdikleri için, çocuk yetiştirme konusunda ki bazı hassas noktalar da faydaları oluyor tabii. Örneğin çocukla doğru iletişim, özgüvenin gelişmesi, ebeveynlerin çocuk yanında ki davranışları vb. konularda eğitici ve öğretici oluyor.” (K27)

“Daha önce de belirttiğim gibi dikkate alınabilecek uzmanlıkta ise uygulamaya çalışıyorum ve çoğu da ilişkilerimizi kuvvetlendiriyor. Yeni bir örnek daha önce oğlum için okuduğum bir uzmanın da tavsiyeleri arasındaydı çocuklarla hareketli eski tabirle boğuşarak oynamak çocukta büyüme, rahatlama, regresyon ve birçok konuda olumlu etki sağlıyormuş. Bunu özellikle uyguluyorum ve o zaman etkilerini görüyorum ve iletişimin zamanla daha da kuvvetlendiğini gözlemliyorum.” (K28)

“Çok kötü örnek duymadım. Taze ebeveyn kalmadı artık çevremde. Geçmiş yıllarda sosyal medya bu kadar etkili değildi. Son birkaç yılda her şey çok hızlı değişiyor yetişmek mümkün değil bana göre.” (K31)

“Olumlu katkı sağlayacak örnekleri fikirleri eşimle paylaşırım hepsini uygulamamız mümkün değil fakat elimizden geldiğince bu anlamda içerikleri aklımızda yer etmeye çalışırız.” (K33)

“Bizi çocuklarımla iyi etkiliyor. Yeni içerikler görmek, oyunlar öğrenmek veya gidilecek mekânlar öğrenmek sosyal açıdan olumlu etkiliyor. Sosyal medyayı yararlı kullanabilmek lazım bence bu anlamda.” (K37)

“Kendime göre yorumluyorum ama çok zaman onların dediğini yapmaya çalışınca çocuk hiç etkilenmiyor gibi geliyor bana. Çocuğumla direk duygularımı anlatarak konuşurum onu da dinlemeye çalışıp ortak yol ararız. Bu anlamda olumlu etkisi oluyor diyebilirim. Sonuçta bu bilgileri açıp bir yerden okumaya fırsat bulamayız belki ama sosyal medyada önümüze düştükçe görüyor ve bilgi sahibi olabiliyoruz.” (K39)

“Bazıları olumlu yönde etkiliyor. Örnek olarak ders çalışma adaptasyonu ile ilgili olumlu ilerleme oluyor. Çalışma metotları edinmemizi sağlayabiliyorlar.” (K42)

Influencerların çocuk yetiştirme önerilerinin kişilerin beklentilerini ve kişiyi olumsuz etkisi altına aldığı ileri süren yorumlar aşağıdaki gibidir:

“Oğlum için ne faydalı olacaksa onu yapıyorum. Bazen akademik kaygılarım oluyor. Çocuğum akademik olarak başarılı olsun istiyorum. Bu yüzden çocuk üzerinde biraz baskım oluyor.” (K4)

“İnfluencerlardan ziyade uzmanların önerilerini dinlemeyi tercih ediyorum, etkilenmemek adına takip etmiyorum. Takip ettiğim zamanlarda çocuklarımdan daha çok beklenti halinde olduğumu ve kendimde de yetersizlik duygularını yoğun olarak yaşadığımı fark ettim.” (K11)

“İnfluencerların çoğu çocuğunun giyim kuşam, odasının dekorasyonu, çeşit çeşit oyuncakları ve vitaminli macun karışımları gibi gelir elde edebildikleri önerilerde bulunuyorlar. Bunlar açıkçası hiç ilgimi çekmiyor. Ve yine çoğu çocuğunun eğitimiyle ilgili paylaşımlarda bulun(a)mıyorlar. Ancak çocuğuyla doğada vakit geçiren ve doğada yapılacak aktiviteler önerilerinde bulunanlar çocuğun faydasına olduğundan, çocuğumla dışarda yeterince vakit geçiremediğimde hafif bir vicdan azabı oluşturmuyor değil.” (K34)

“Yani ben de oluşan farkındalıkları eşimle paylaşıyorum veya izlediğim bazı içerikleri onunla da paylaşıyorum. Ama ondan aynı hassasiyeti görememek beni biraz üzüyor. Bu anlamla babaların annelerden farklı olduklarını düşünüyorum.” (K35)

“Olumsuz etkiliyor. Çocuklarımla ve eşimle olan durumlarda karşılaştırma yapıyorum ister istemez. Bu durum beni strese sokuyor. Akademik başarı, aktiviteler, sosyal ilişkiler, kılık kıyafet ister istemez dikkat ediyor insan ve eksik hissettiğim veya yetersiz hissettiğim bir hale bürünebiliyorum.” (K38)

“Etkiliyor. Özellikle 2 işte birden çalışan kocama fazla yüklendiğimi ve ne alırsam alayım, ne yaparsam yapayım iyi bir anne olmadığımı düşündürüyor.” (K41)

“Bazen hem kendimizi hem çocuğumuzu yetersiz görüyoruz. Kıyas etmemize neden oluyor, izlediklerimiz. Oysaki her çocuğun, ailenin yaşantısı farklı ama bilinçaltımıza engel olamıyoruz.” (K43)

“Bazılarının çocukları çok iştahlı güzel yiyor bizde o yok, bazıları yaşından büyük davranıyor bazıları hiçbir şey bilmiyor gibi. Kafa karışıklığından başka bir şeye sebep olmuyorlar. Çocuğum yemeğini yemediğinde hemen aklıma geliyor sadece benim çocuğum mu iştahsız diye. İnsan ister istemez kıyaslıyor ve hal böyle olunca gereksiz yere moralimizi bozuyoruz.” (K44)

Influencerların çocuk yetiştirme önerilerinin kişilerin beklentilerine ve kişiye hem olumlu hem olumsuz etkisi olduğunu ileri süren yorumlar aşağıdaki gibidir:

“Bu alanda güzel örneklerde var tabi ama örneğin uyku eğitimi ve yaşına uygun gıda hazırlama paylaşımları faydalı buluyorken çocuklarda telefon bağımlılığı ile mücadele aileyi zorlamaktadır.” (K7)

“Araştırmacı, özünü bildiğim, güvendiğim ve çocuk gelişimiyle ilgili genel bilgileri paylaşan kişileri takip etmeyi ve dinlemeyi tercih ediyorum. Ve benim için en önemlisi özüne inanmadığım bir influencer ‘ın sözüne de inanmıyorum. Doğrusunu bilmediğim önerilerin hayatımıza yön vermesini istemiyorum. Ben genel bildiğim doğrular doğrultusunda çocuğumu büyütmeye çalışıyorum. Mükemmel bir insan değil iyi bir insan büyütmek istiyorum, saygıyı sevgiyi birliği beraberliği bilen biri olarak büyüsün istiyorum. Herkesten her öneri alınmaz ve herkese her öneri verilmez diye düşünüyorum. Bu anlamda bazen faydalı bazen etkisiz buluyorum.” (K8)

“Bazen olumlu bazen olumsuz. Çocuklarımı kıyas ettiğimi fark ettiğim durumlarda kendimi suçluyorum ve kötü hissediyorum. Fakat onlar için yararlı bir tarif öğrendiğimde ya da bir oyun o zaman da mutlu oluyorum.” (K32)

Influencerların çocuk yetiştirme önerilerinin kişilerin beklentilerini ve kişiyi etkilemediğini öne süren cevaplar da aşağıdaki gibidir:

“Bizi hiç etkilemiyor.” (K1)

“Kendi aile ilişkimi etkilenmesine izin vermiyorum mümkün olduğunca da önüne geçiyorum.” (K2)

“Onların çocuk yetiştirme tarzı benim aile yapıma gelenek ve göreneklerime uyum sağlamamaktadır. Bu nedenle etkilenmiyorum.” (K5)

“Benim üzerimde etkileri yok çünkü çok yapmacık buluyorum ayrıca paylaştıkları her şeyi bir iş olarak görüyorum tek araçları dikkat çekmek bu sebeple beni etkilemiyor.” (K6)

“Aile bağımızı bu gibi durumları karıştırmamaya çalışıyoruz.” (K8)

“Bu önerilerin beni ve ilişkilerimi etkilemesine müsaade etmemeye çalışıyorum. Her evin ve ailenin dinamiğinin farklı olduğunu düşünüyorum. Ve influencerların bizimle paylaştıkları çocuk yetiştirme önerileri ve yaşam tarzlarını kendi yaşam tarzımla çok bağdaştırmıyorum.” (K10)

“Influencerların çocuk yetiştirme önerilerini umursamadığım için olumlu ya da olumsuz bir etkisi olmuyor.” (K12)

“Etkilemiyor. Karşıma çıkarsa da gülüp geçiyorum samimi ve gerçekçi bulmuyorum.” (K13)

“Yetiştirme yönünden öğüt verecek tarzda bulmuyorum hiçbirini. Bu anlamda etkilenmiyorum.” (K17)

“Bana gerçekçi ve samimi gelmiyor hiçbiri. Çocuklarımı da sosyal medyanın sahteliğini örnek alınmaması gerektiğini vurgulayarak öğretmeye çalışıyorum.” (K18)

“Etkilemiyor onları takip etmiyorum çocuk gelişimci ve dr takip ediyorum.” (K19)

“Etkilemiyor ben kendi aileme gelenek ve görenekleri ne ve şuan ki yaşam standartlarımı da göze alarak olması gerektiği gibi ilerletiyorum doğru her zaman doğrudur yanlışta yanlış yıllar asırlarda geçse bu böyledir hayatı ciddiye alarak sorumluluk alarak gerçekleri görerek büyütüyorum çocuklarımı.” (K20)

“Dediğim gibi dışarı veya sosyal medya benim çocuğum ile olan ilişkimi örnek değil ben doğru çocuk yetiştirdiğime ve doğru olanı yaptığıma inanıyorum.” (K21)

“Etkilemiyor, çünkü her çocuğun karakteri farklı.” (K23)

“Genel olarak dikkate almıyorum sosyal medyada gördüklerimi.” (K24)

“Ben çok fazla influencerlerin çocuk yetiştirme önerileri ile ilgilenmiyorum... Daha farklı içerikleri faydalı bulabilirim ama çocuklarını kullanarak içerik üretenleri dikkate almıyorum.” (K25)

“Çok etkilemiyor beğendiğim içerikleri deneme şansım varsa uyguluyorum yoksa da kasmıyorum.” (K26)

“Pek önemsemiyorum. Herkes kendi yaşam şartlarına göre yaşıyor.” (K29)

“Açıkçası onların metodları beni pek etkilemiyor. Sosyal medyada o kadar aktif olup da hayata ve çocuklarına gösterildiği kadar yetebilen biri olabileceğine inanamıyorum.” (K30)

“Dediğim gibi ben çok takip etmiyorum açıkçası çok etkilendiğimizi de düşünmüyorum belki sadece hayatı başka etkinliklerle renklendirme konusunda sosyal medyadan fikir alıyoruz onun dışında her aile kendine özel bir dünyada yaşar diye düşünüyorum.” (K36)

“İfluencerlara çok güvenemiyorum bu anlamda onlardan etkilenmiyorum. Daha çok psikoloji konulu içerikleri olanları örnek alıyor kendimde yanlış gördüğümü düzeltebiliyorum.” (K40)

“Çok güvenmiyorum arka planda basıl bir hayat yaşandığını bilemiyoruz göstermelik de olabilir. Bu anlamda etkilenmemeye çalışıyoruz.” (K45)

“Pek etkilemiyor, çünkü herkes farklı hayatlar yaşıyor. İfluencerların kamera arkasını göremiyoruz ve ne kadar dürüstler bilemiyoruz. Bu nedenle paylaşımları havada kalıyor.” (K46)

Cevaplar göstermektedir ki katılımcıların görüşlerine dayalı olarak yapılan analiz sonucunda, influencerların çocuk yetiştirme önerilerinin bireyler üzerindeki etkisinin çok boyutlu ve farklılaşan bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, bu etkilenmenin katılımcıların kişisel değer yargılarına, ebeveynlik anlayışlarına, sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ve psikolojik eğilimlerine bağlı olarak şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bazı katılımcılar, özellikle uzmanlık temelli içeriklere güven duymakta ve bu içeriklerin çocuk yetiştirme sürecinde farkındalık, iletişim becerileri ve aile içi etkileşimi artırma açısından olumlu katkılar sunduğunu ifade etmektedir. Buna karşın, bazı katılımcılar influencer içeriklerini yapay, ticari ve

gerçeklikten uzak olarak değerlendirmekte; bu nedenle bu tür paylaşımların kendi ebeveynlik pratiklerine herhangi bir katkı sağlamadığını belirtmektedir. Ayrıca, bazı katılımcılar önerileri yararlı bulsalar dahi, bu içeriklerin bireyde yetersizlik hissi, kıyaslama, stres ve suçluluk gibi olumsuz psikolojik etkiler yarattığını dile getirmektedir. Bununla birlikte, içeriklerin hem olumlu hem de olumsuz etkilerini bir arada deneyimlediğini belirten katılımcılar da bulunmaktadır. Bu çerçevede, sosyal medya içeriklerinin ebeveynlik üzerindeki etkisi; içeriklerin niteliği, influencerın güvenilirliği ve ebeveynin bu içerikleri nasıl değerlendirdiğine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Sonuç olarak, influencerların çocuk yetiştirme önerileri, bireyler üzerinde belirli bir etki yaratmakla birlikte, bu etkinin yönü ve düzeyi, bireysel ve kültürel faktörlere bağlı olarak farklılaşmaktadır.

4.2. Araştırmanın İkinci Alt Problemine İlişkin Bulgular

“Sosyal medyada görülen ebeveynlik içeriklerinin, ebeveynlerin kendi ebeveynlik yeterliliklerini ve ebeveynlik kaygılarını nasıl etkiliyor?” problem sorusundan yola çıkarak ebeveynlere yönlendirilen açık uçlu sorular etrafında aşağıdaki temalar elde edilmiştir.

4.2.1. Sosyal Medya Paylaşımlarının Etkisi

Sosyal medyada çocuk yetiştirme ile ilgili içeriklerle karşılaşıldığında neler hissedildiği ve bu içeriklerin ebeveynlik davranışlarını ne derece değiştirdiği gibi noktaları ortaya çıkarmak adına ebeveynlere yöneltilen soru etrafında bazı bulgular elde edilmiştir.

Tablo 4.4. Paylaşımların Etkileri

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Paylaşımların Etkileri	Kendini yanlış veya yetersiz hissetmek	18	%36
	İçerikleri eğitici ve faydalı bulmak	20	%40
	İçerikleri gerçeküstü ve yapay bulmak	7	%14
	Sosyal medyadan etkilenmemek	5	%10

Elde edilen temalardan kendini yanlış ve yetersiz hissetmek temasında altında birleşen bazı cevaplara aşağıda yer verilmiştir:

“Kendimi yetersiz hissediyorum ve gerçek yaşamın anlatılanlar gibi kolay olmadığını düşünüyorum.” (K3)

“Sevindiğim bir durum oluyor içerikle karşılaştığım zaman, kendimde yanlış ve eksik bulduğum durum olabiliyor eğer güven duyduğum bir kişiye hayatıma entegre etmeye çalışıyorum.” (K5)

“İlk annelik zamanlarımda çok yetersiz hissediyordum kendimi. Fakat sonra sosyal medya üzerinden her anlatılanın kendi hayatımızda uygulama kısmında farklılık gösterebileceğine kanaat getirdim.” (K8)

“Faydalı içerikler olduğunda uygulamaya çalışıyorum ama bazen de bilgi karmaşası yaşamama ve bazı yaptıklarımı yanlış yaptığımı düşünmeme sebep oluyor.” (K10)

“Bu tarz içerikler karşıma çıktığında üzerinde durmuyorum, özellikle de ilk defa karşıma çıkıyorsa bakmadan geçiyorum. Kafa karışıklığına neden oluyor, yanlış yaptığımı düşünür oluyorum, her okuduğumu ve dinlediğimi uygulamıyorum.” (K11)

“Sosyal medyada çocuk yetiştirme ile ilgili kimin içerik paylaştığı önemli gerçekten uzmansa ve vaktinde yapmadığımı düşündüğüm farkındalığının olduğu bir durumsa üzüntü yaşıyorum ve bazen yetersizlik hissi oluşuyor fakat çok ciddi bir entegrasyon oluşmuyor.” (K12)

“Evet oluyor bilmediğim veya yanlış yaptığımı anladığımda olumlu yönden bilgileniyorum bilinçlendiriliyor.” (K22)

“Eskiden yetersiz hissetmeme neden olurdu ama artık bu hesapların ne kadar bilgisiz olduğunun farkındayım. Eğer bilgisine güvendiğim bir kişiden gelmişse öneri elimden geldiğince yapmaya çalışırım.” (K26)

“Sosyal medyadaki bazı paylaşımlar yetersiz ebeveynlik yaptığımız hissi veriyor. Ancak öyle bir durum olmadığına farkında olarak paylaşımların faydalı yönlerinden istifade ediyorum.” (K32)

“Bazı içerikler kendimi yetersiz hissetmeme sebep oluyor. Özellikle gerçeklikten uzak, sürekli etkinlik yapan ebeveynler.” (K42)

“Kendimi sorgulamama sebep oluyor acaba yanlış olan durumlar söz konusu mu diye pozitif yönde değerlendiriyorum.” (K43)

Ebeveynlerden içerikleri eğitici ve faydalı bulanlara ilişkin cevaplara da aşağıda yer verilmiştir:

“Tek bir duygu yönelimi olmuyor, bazen faydalı bazen gereksiz görebiliyorum. Ancak sosyal medyadan öğrenip ebeveynliğime kattığım yeni şeyler olmuyor pek.” (K1)

“Uygulanabilir olan içerikleri dikkate alıyorum. Yararlı olacağını düşündüğüm önerileri uygulamaya alıyorum.” (K4)

“Bazı paylaşımları faydalı buluyorum, özellikle beslenme ve gelişim süreçlerini ile ilgili bilgileri faydalı buluyorum, bazı bilgilerin doğruluğundan emin olursam

uyguluyorum, örneğin ay ve yaşına göre yemesi gereken gıdaların hazırlanma tekniklerini günlük rutinlerime ekliyorum.” (K7)

“Evet oluyor, özellikle yenidoğan döneminde oldukça faydalandım. Her edindiğim bilgiyi hayatıma entegre etmesem de çoğunlukla etkilenirim.” (K16)

“Evet faydalı bulduğum ve örnek alınan noktalar oluyor.” (K17)

“Kendimde, çocuğumda uygulayabileceğim doğru bulduğum içeriklerle karşılaştığımda ilgimi çekiyor ve mutlu hissediyorum. Hayatıma entegre etmeye çabalıyorum.” (K18)

“Bazı önerileri faydalı buluyorum, ilgimi çekiyor bazen davranışlarıma yön verebiliyor.” (K24)

“Evet, mantıklı bulduğum şeyleri dikkate alıyorum.” (K25)

“Evet, ben daha çok çocuk yetiştirme konusunda fazlaca içerikler görme taraftarıyım ve böyle olmasını da isterim.” (K27)

“Ebeveyn olarak ilgimizi çekiyor, kendi yöntemlerimizle karşılaştırıp, farklı bakış açıları kazanmamıza da etkisi oluyor. Faydalı olduğuna inandıklarımızı tabi ki hayatımıza da entegre ediyoruz.” (K30)

“Bilinçlendiğimi düşünüyorum, doğru bildiğim yanlışları görüyorum.” (K33)

“Bahsedilen konu çocuğumun yaş grubuna hitap ediyor ve ilgimi çekiyorsa dinliyorum. Kendi kural ve doğrularım doğrultusunda faydalı bulursam bakış açımı genişletebiliyorum. Anne çocuk ilişkimize faydası dokunacak her türlü etkileşime fırsat veriyorum.” (K36)

“Genelde kendimi gözden geçiriyorum ben bu tarz şeyler yaşadığımda nasıl davranıyorum diye düşünüyorum bu anlamda faydalı olduklarını düşünüyorum.” (K39)

“Akıl süzgecimden geçirip hayatıma yansıttığım güzel şeyler var. Bazen de empati kurma becerimi geliştirebiliyorum.” (K41)

“Bilmediğim bir konu ise merakla izliyorum. Evet yanlışlarımı düzeltiyorum. Bu anlamda faydalı oluyor.” (K44)

Ebeveynlerden içerikleri gerçeküstü ve yapay bulanlara ilişkin yorumlara aşağıda yer verilmiştir:

“Herkesin yaşam standartları farklı tekdüze bir çocuk yetiştirme bizlere empoze edilmeye çalışılıyor. Bu gerçek olamaz. Ebeveynlik anlayışımı da değiştirmiyor.” (K2)

“Her çocuğun kendine özgü gelişimsel özelliği olduğunu düşündüğüm için kıyaslama yapmıyorum. Her çocuğa uyacak bir bilgi paylaşıyor gibi yapmak biraz yapay bence.” (K9)

“Dikkatle takip ediyorum fakat her gördüğüm bilgiyi doğru kabul etmiyorum.” (K28)

“Genelde uygulamaya çalışırım. Fakat bazı içeriklerin izlenme için hazırlanmış uygulanırlığı düşük ve yüzeysel, empatiden uzak hazırlandığını düşünüyorum. Çocuğum için dikkate aldığım içerikler onun davranışlarına uyumlu ve sonuç alınabilir olduğunda kıymetli benim için.” (K31)

“Gerçeküstü şeylere takılmıyorum faydalı bulduğum ve uzman olan kişilerin önerilerini dikkate alıyorum.” (K35)

Sosyal medyadan etkilenmeyen ebeveynlerin bazı yorumlarına da aşağıda yer verilmiştir:

“Beni çok fazla etkilemiyor daha çok kendi bildiğim doğrular üzerinden çocuklarımı yetiştiriyorum.” (K6)

“Hayır, nadir olarak içerisinde bulunduğum durumla bağdaştığında fikrimi değiştirebiliyor.” (K15)

“Doğru olanla yanlış olan var mı diye kendi açımdan sorgulama yapıyorum sadece kendime göre doğru buluyorsam uyguluyorum diğer türlü beni etkilemiyor.” (K23)

Katılımcı görüşleri doğrultusunda elde edilen bulgular, sosyal medyada influencerlar tarafından paylaşılan çocuk yetiştirme içeriklerinin ebeveynler üzerinde çok boyutlu etkiler yarattığını göstermektedir. Bu içeriklerin bazı ebeveynlerde yetersizlik ve kendini sorgulama duygularını tetiklediği, özellikle güven duyulan kaynaklardan gelen bilgiler karşısında bireylerin kendilerini eksik hissedebildikleri görülmektedir. Öte yandan, bazı katılımcılar içerikleri eğitici, geliştirici ve yönlendirici bulmakta; kendi ebeveynlik pratiklerini gözden geçirme ve yeni yaklaşımlar edinme açısından fayda sağladığını belirtmektedir. Ancak bir diğer grup ise bu tür içerikleri yapay, gerçeklikten uzak ve genellenemez bulmakta; içeriklerin her aile yapısına ve çocuğa uygun olmadığını düşünerek temkinli yaklaşmaktadır. Son olarak, bazı ebeveynler ise bu tür içeriklerden etkilenmediklerini, kendi doğruları ve deneyimleriyle hareket ettiklerini ifade etmektedir. Bu durum, sosyal medya içeriklerinin etkisinin bireysel farklılıklar, içeriklerin sunumu ve içerik üreticisine duyulan güven gibi çeşitli değişkenlere bağlı olduğunu ortaya koymaktadır.

4.2.2. Sosyal Medya Paylaşımlarının Tetiklediği Yetersizlik Hissi

Sosyal medya üzerindeki ebeveynlik içerikleri, kişiyi yeterli veya yetersiz hissetmesine neden olup olmadığını anlayabilmek ve eğer neden oluyor ise çocukları ile olan iletişimlerini ne boyutta etkilediğini anlamlandırabilmek için ebeveynlere yöneltilen soru ile bazı noktalara ulaşılmıştır. Elde edilen cevaplardan şu şekildedir:

Tablo 4.5. Yetersizlik Hissi

Tema	Kategori	Frekans (f)	Yüzde (%)
Yetersizlik	Hissettiriyor	19	%38
	Hissettirmiyor	31	%62

Kendimi yetersiz hissediyorum teması etrafında birleşen ebeveyn cevaplarına ilişkin örnekler aşağıda yer almaktadır:

“Evet kendimi yetersiz hissetmeme neden oluyor ama bazı şeylerde de doğru yapıyormuşum dediğim de oluyor.” (K3)

“Ara ara yetersiz hissetmeme neden oluyor. Ama herkesin hayatı mücadelesi farklı. O yüzden çok da etkilenmiyorum. Çocuğumla ilişkimi olumsuz etkileyecek bir durum olmuyor.” (K4)

“Elbette oluyor. Özellikle anneliğimin ilk zamanlarında kendimi bu paylaşımları çok sık takip ettiğim için yetersiz hissediyordum. Dönem dönem karşıma bazı videolar çıkıyor ve bunu düşünmeme yeniden sebep olabiliyor. Fakat bu durum bence çok ince bir çizgi. Çocuğumla aramdaki ilişkiyi bozmasına müsaade etmiyorum. Çünkü her çocuk kendine göre özeldir ve farklıdır. Ebeveynler de bunun farkına vardıktan sonra çocukla arasındaki bağı olumsuz etkileyeceğini düşünmüyorum.” (K8)

“Çoğunlukla kendimi çok yetersiz hissetmeme neden oluyor. Hep eksik bir şeyler yaptığımı düşünmeme ve kaygılanmama sebep oluyor. Bu sebeple de çocuğuma sürekli bilgi aktarımı yapmak zorunda hissediyorum ve bazen bu içeriklerin sadece sıcak bir gülümseme ve sarılmanın ne kadar önemli olduğunu unutmamıza neden olduğunu düşünüyorum.” (K10)

“Bazı ebeveynlik içerikleri yetersizlik hissetmeme neden oluyor eğer gerçekten bağlanma odaklı ve kapsayıcı içeriklerse çocuğumla olan ilişkiye yansıtmaya çalışıyorum.” (K12)

“Yetersiz hissetmeme neden oluyor, bu sebepten kendimi sürekli geliştirmeye çalışıyorum.” (K16)

“Bazen yanlış bir şey yapıyor muyum acaba diye düşündürebiliyor. Çoğu zaman bu endişe ile yetersiz hissediyorum.” (K18)

“Evet bazı içerikler yetersiz hissetmeme neden oluyor. Çocuğumla olan ilişkimi güçlendirme isteğı uyandırıyor.” (K20)

“Ebeveyn olarak evet bazen yetersiz hissettiğimiz tutumlarımız olabilir bunları doğru uygulamamıza etkiliyor diyebilirim ama altını çizerek söyleyeyim uzman kişiler olduğı takdirde.” (K30)

“Kimi durumlarda kendimi yetersiz hissediyorum. Ama çoğı zaman kendimi daha iyi bir ebeveyn olmam konusunda motive ediyorum.” (K31)

“Bazen kendimi yetersiz hissediyorum çocuklarıma daha fazla zaman ayırmaya çalışıyorum.” (K32)

“Kimi zaman yetersizlik gibi düşünülebilir fakat hepimiz vaktiyle çocuktuk ve anne babalarımızın doğru bildiğı kurallarla büyütüldük. Ama bugün sosyal medya sayesinde bu kural ve davranışların bazılarının doğru olmadığını görüyoruz. Özellikle çocuk yetiştirme konusunda uzman kişilerin paylaşımlarına ve çalışmalarına ulaşılıyor olmak eksiklerimizi tespit etmemiz açısından çok değerli. Bu da çocuğumuzla ilişkimize olumlu yansıyor.” (K34)

“Evet ister istemez bazen. Ama mantık çerçevesinde bakıldığı zaman söylenen her şeyin uygulanabilmesi mümkün değil. İlk zamanlar bu baskıyı hissedip çocuğumu da zorlayabileceğimi fark ettim açıkçası.” (K35)

“Yetersiz hissettiriyor. Suçluluk duygusu oluşuyor. Ama çocuğumla olan iletişime olumsuz etki etmemesi için çaba sarf ediyorum.” (K37)

“Kısa süreliğine yetersizlik etkisi oluyor. Aile yapım, çocukların her becerilerinin farklı olduğunu kendime bir daha hatırlatınca normal hayatıma devam ediyorum.” (K39)

“Kesinlikle oluyor. Çocuğuma yetemediğim ve iyi bir anne olamadığımı hissediyorum.” (K50)

Ebeveynlerden kendini yetersiz hissetmeyenler teması etrafında buluşanları cevapları ise şu şekildedir:

“Sosyal medya üzerindeki ebeveynlik içerikleri öz yeterliliğimi etkilemiyor. Çocuğumla olan ilişkim etkilenmiyor.” (K1)

“Yetersiz hissetmiyorum. Yeterli hissedip hissetmemeyi çocuğumun bana karşı tavırlarından yola çıkarak karar veririm.” (K2)

“Sosyal medyaya güvenin olmadığı için etkilenmiyorum. İşin ehli kişileri önemsiyorum.” (K5)

“Bu tarz içeriklerin doğru olduğunu düşünmediğim için onlara güvenmediğim den yetersiz hissetmiyorum ve çocuklarımla olan ilişkilerime etkileri yok.” (K6)

“Hayır yetersiz hissetmiyorum ve etkilemiyor çünkü çok fazla bilgi kirliliği olduğunu düşünüyorum.” (K7)

“Bilinçli olarak yapıldığını ve gerçeklerle bağdaşmadığını düşündüğüm için beni etkilemesine izin vermiyorum.” (K10)

“Olmuyor. Olumlu olanları kendi sürecime eklemeye çalışıyorum.” (K19)

“Hayır kendimi kötü hissetmeme neden olmuyor, ben doğru olanı yapıyorum iyi yönde bilgilere daha çok dikkat ediyorum uyguluyorum.” (K24)

“Çocuk gelişim dönemleri konusunda hatırlatıcı oluyor. Kendimi kötü hissetmek yerine yaşadığımız bazı durumların normal olduğunu görebiliyoruz.” (K26)

“Yetersiz olduğumu düşünmüyorum sosyal medyanın sadece görünen kısmında özverili olduklarını düşünüyorum.” (K41)

“Yeterli veya yetersiz her anne çocuğu için en iyi seçenektir. Hiçbir zaman mükemmel olunamayacağı göz önünde bulundurulursa yeterli veya yetersiz annelik kavramı

oldukça göreceli geliyor kulağa. Sosyal medyada takip ettiğim veya karşıma çıkan ebeveynlerden çocuğum için yapabileceğim daha güçlü etkileşim teknikleri, gezilecek yerler, yapılacak aktivite önerilerini alıyorum. Tavsiyelerden çocuğumun ihtiyacına yönelikse eğer uzmanları dinlemeyi tavsiye ediyorum. Her şartta kendimi geliştirmek adına bir çaba içinde olduğumdan kendimi yetersiz hissetmiyorum.” (K45)

“Zaman zaman hatalı davrandığımı düşünüp üzüldüğüm oluyor. Sonuçta hiç kimse kusursuz değildir. Ama yetersiz hissetmiyorum.” (K46)

“Hayır olmaz çünkü çocuk yetiştirmek bir kurala bağlanamaz bir sistem içinde olamaz her anne her çocuk ve yaşam şartları birbirinden bambaşkadır bu sebeple de bence ebeveynlik birbirine kıyaslanamaz bir şeydir.” (K47)

“Her anne kendine özeldir. Çocuğu ile bağı farklıdır. Bu sebepten kendimi yetersiz hissetmem.” (K48)

“Yapabildiğimi doğru olduğunu hissettiğimi yaparım. Yapamadığım yapamadığımdır. Kabullenirim. Bu durum kendimi yetersiz hissetmeme neden olmaz.” (K49)

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda yapılan değerlendirme, sosyal medyada yer alan ebeveynlik içeriklerinin ebeveynlerin öz yeterlilik algısı ve ebeveynlik tutumları üzerinde farklı etkiler yarattığını göstermektedir. Bir grup ebeveyn, bu tür içeriklerin özellikle ilk ebeveynlik dönemlerinde kendilerini yetersiz hissetmelerine, kaygı duymalarına ve zaman zaman suçluluk yaşamalarına neden olduğunu belirtmiştir. Bu duyguların, kimi zaman çocukla ilişkiyi olumsuz etkileyebilecek düzeyde içsel baskı oluşturduğu; ancak birçok katılımcının da bu hissi fark ederek denge kurmaya çalıştığı görülmektedir. Ayrıca, bazı katılımcılar yetersizlik hissine rağmen bu içeriklerin farkındalık oluşturduğunu ve kendilerini geliştirme motivasyonu sağladığını ifade etmektedir. Diğer taraftan, önemli bir grup ebeveyn ise sosyal medya içeriklerinden etkilenmediklerini; bilgi kirliliği, içeriklerin yüzeyselliği ya da genelleyci yapısı nedeniyle bu tür içerikleri eleştirel bir süzgeçten geçirdiklerini ve kendi doğrularına, çocuğun ihtiyaçlarına ve uzman görüşlerine öncelik verdiklerini ifade etmektedir. Bu katılımcılar, yetersizlik hissi yaşamadıklarını, her ebeveynin ve çocuğun koşullarının farklı olduğunu kabul ettiklerini vurgulamaktadır. Cevaplar göstermektedir ki, sosyal medya içeriklerinin ebeveynlik üzerindeki etkisi kişisel

farkındalık düzeyi, bilgiye yaklaşım biçimi, ebeveynlik deneyimi ve içeriklere duyulan güven gibi değişkenlere bağlı olarak değişmektedir. Bu durum, dijital medya çağında ebeveynlik deneyiminin çok boyutlu ve bireysel farklılıklara açık bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır.

4.2.3. Sosyal Medya İçeriklerinin Ebeveynler Üzerinde Baskı Oluşturma Durumu

Sosyal medyada sıkça karşılaşılan “mükemmel ebeveynlik” içeriklerinin ebeveynler üzerinde ne gibi tutumlar ortaya çıkardığını anlamlandırabilmek adına ebeveynlere yönlendirilen soru neticesinde bazı bulgulara ulaşılmıştır. Ebeveynlerin vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki şekilde derlenmiştir.

Tablo 4.6. Tutumlar

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Tutumlar	Mükemmel ebeveynlik yoktur	17	%34
	İnandırıcı gelmiyor	6	%12
	İzlemeden geçiyorum	3	%6
	Kendimi yetersiz hissediyorum	6	%12

Baskı oluşturmuyor teması üzerinden “mükemmel ebeveyn yoktur” koduna göre cevap veren ebeveynlerin cümleleri aşağıdaki şekildedir:

“Baskı yaratmıyor. Sosyal medyada yansıtılan mükemmelliği gerçekçi bulmuyorum.”
(K1)

“Kesinlikle baskı hissediyorum ama mükemmel ebeveynlik diye bir şeyim mümkün olmadığını da biliyorum.” (K3)

“Mükemmel ebeveynlik diye bir şey olmadığını düşünüyorum. Her anne baba çocuk farklıdır. Sosyal medyada verilen içeriklerin sadece bize yansıtılan kısmını görüyoruz. Görmediğimiz ve zorluk yaşayan içerik üreticileri mutlaka vardır. İzleyip geçiyorum.” (K4)

“Mükemmel ebeveynlik diye bir durumun olduğunu düşünmüyorum, reklam geliyor bana, her çocuk kendine özgüdür her annenin bakış açısı yol çizimi farklıdır.” (K5)

“Bu mükemmeliyetçi yaklaşım beni rahatsız ediyor. Çünkü kimse mükemmel bir anne ya da mükemmel bir baba olamaz diye düşünüyorum. Herkesin elbette vardır bir yanlışı bir kusuru. İnsanız her nihayetinde. Ben ebeveynlerin mükemmel zihniyetinden daha çok elinden gelenin en iyisini yapmaya çalışmasından yanayım. Çünkü elinden geleni yapıyor ise bir anne veya baba o dünyanın bence en iyi annesi ve babasıdır zaten. Mükemmel olmaya ya da dört dörtlük olmaya çalışılmamalı. Çünkü bu hem ebeveynleri hem de çocukları çok yorar, yıpratır diye düşünüyorum.” (K8)

“Mükemmel ebeveynliğe inanmıyorum ve bu tür içeriklerini dikkate almıyorum, Her ebeveynin tetikleyici unsurlarının olduğunu farkındayım yeterince iyi olmaya çalışıyorum.” (K12)

“Mükemmel anne baba yoktur. Her çocuk, aile yapısı, sosyal imkânlar farklıdır. Her ebeveyn kendi imkânlarında en iyiyi yapma yolunda olsun yeter.” (K15)

“Mükemmel ebeveynin mümkün olmadığını biliyorum. Sosyal medyanın içeriklerinin abartılı olduğunu farkındayım.” (K16)

“Mükemmel ebeveyn yoktur bana göre çok inandırıcı gelmiyor.” (K21)

“Hayır dikkate almıyorum. Mükemmel ebeveynlik olduğuna inanmıyorum.” (K26)

“Mükemmel ebeveynlik olmadığını bildiğim için önemsemiyorum.” (K28)

“Evvvela bu tabire katılmıyoruz. Başta da söylediğimiz gibi çocuğumuzu sosyal medya kalıplarıyla değil, genel örf ahlak ve manevi değerlerimizle yetiştirme çabasındayız. Bu tür içerikler bizim için bir önem arz etmiyor.” (K31)

“Mükemmel ebeveyn diye bir şey mümkün değil. Sadece elimden geleni yapmaya çalışıyorum.” (K33)

“Hayır mükemmel ebeveynlik yok tamamen içgüdüsel hareket edilmeli.” (K37)

“Hayır, hiç bir şey mükemmel ebeveyn diye bir şey yoktur. Hem olumlu, hem olumsuz çok içerik var.” (K41)

“Mükemmel ebeveynlik diye bir şey yoktur bence. Olsaydı da bunun jürisi yetişkinler değil çocuklar olmalıydı. Çoğunun etkileşim ve reklam amaçlı olduğundan emin olduğum için bunlar ebeveynliğimi sorgulamama asla sebep olmuyor.” (K43)

“Baskı yaratmıyor mükemmel ebeveyn yoktur.” (K48)

Baskı oluşturmuyor teması üzerinden “inandırıcı gelmiyor” koduna göre ebeveynlerin verdikleri cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Baskı yaratmıyor. Onları samimi bulmuyorum bu durumlara tepkisiz kalmak benim açımdan daha sağlıklı.” (K2)

“Hayır yaratmıyor, çünkü samimi bulmuyorum gülüp geçiyorum.” (K6)

“Yok yaratmıyor bu durumu samimi bulmuyorum, akışına göre olması gerektiği kadar yapıyorum her şeyin azı karar çoğu zarardır.” (K20)

“Bebeklik ve ilk çocukluk döneminde mükemmeliyetçilik eğilimi taşıyordum ama şimdi çocuklarım daha büyükler kendilerini ifade edebiliyorlar içerikler bu konuda olumsuz etkilemiyor. Hatta çoğu zaman yansıtılanlar inandırıcı gelmiyor.” (K22)

“Açıkçası şu anki 6.5 senelik annelik deneyimim ve gördüğüm birçok içeriği de düşündüğümde sahte geliyor. Çocuğumla yeterince vakit geçirip ona faydalı olduğumu düşünüyorum. Çok dikkate almıyorum.” (K32)

“Bana çok inandırıcı gelmediği için herhangi bir baskı hissetmiyorum.” (K45)

Baskı oluşturuyor teması üzerinden “izlemeden geçiyorum” kodu etrafında birleşen cevaplar aşağıdaki gibidir:

“İstemesem de evet baskı yaratıyor ve bazen izlemeden geçmeyi tercih ediyorum.” (K10)

“Bir müddet üzerimde baskı oluşturdu. Takip etmeyi ve izlemeyi bıraktıktan sonra normale dönüyorum.” (K11)

“Evet, baskı yaratıyor o nedenle izlememeye gayret ederim.” (K14)

Baskı oluşturuyor temasında “kendimi yetersiz hissediyorum” koduna göre verilen cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Kendimi baskılanmış ve ne yaparsa yetemeyecek gibi hissediyorum. Paylaşılanlara yetişmek mümkün değil.” (K30)

“Elbette baskı yaratıyor. Onu mu yapsam bunu mu yapsam telaşına girip daha da negatif enerjiyle doluyorum. Ve ne yaparsam yapayım eksikmişim gibi geliyor.” (K34)

“Kısa süreli baskı yaratıyor. Kendimi o hengâmenin içinde bulup sürekli eksiklerimi görür oluyorum.” (K35)

“Yaratıyor. En basit yemeği bile pişirsem izlediklerim aklıma geliyor. Organik mi, ne kadar yararlı, tuz koysam mı koymasam mı gibi gibi aklımı tırmalayan bir sürü soru ile ne yaparsam yapayım çocuğuma eksik mi davranıyorum diye düşünürken buluyorum kendimi.” (K36)

“Evet yaratıyor. Kendimi yetersiz hissetmekten alıkoyamıyorum düşüncelerimi. İnsanız neticede ve yavrumuza en mükemmel şekilde davranmak istiyoruz fakat gördüğümüz tablo öyle mükemmel oluşturuluyor ki çoğu zaman hal böyle olunca evimizde olumsuz durumlar gözümüze batıyor ve içinden çıkamadığımız her an için kendimi suçlarken buluyorum kendimi.” (K39)

“Bazen daralıyorum yetemediğimi düşünüyorum.” (K50)

Elde edilen veriler doğrultusunda, sosyal medya üzerinde paylaşılan ebeveynlik içeriklerinin, ebeveynler üzerinde farklı düzeylerde etkiler yarattığı görülmektedir. Bu etkiler, bireysel farkındalık, medya okuryazarlığı, ebeveynlik deneyimi ve kişisel tutumlara göre değişkenlik göstermektedir. Bazı ebeveynler sosyal medyada idealize edilen “mükemmel ebeveynlik” söylemini gerçek dışı, abartılı ve inandırıcılıktan uzak bulmakta; bu nedenle bu tür içeriklerin üzerlerinde baskı oluşturmadığını ifade etmektedirler. Bu grup, “yeterince iyi ebeveynlik” anlayışını benimseyerek sosyal medyadaki anlatıları eleştirel bir süzgeçten geçirmekte ve ebeveynlik rollerini kendi değer ve koşullarına göre şekillendirmektedir. Diğer yandan, bazı ebeveynler ise bu içeriklerin etkisiyle yetersizlik, suçluluk ve kaygı gibi olumsuz duygular yaşadıklarını belirtmektedir. Bu ebeveynler, mükemmel olma baskısı altında ebeveynlik süreçlerini sorgulamakta ve sosyal medyada sunulan idealize anlatıların kendi ebeveynlik yeterliklerini olumsuz etkilediğini dile getirmektedir. Sonuç olarak, sosyal medyada yer alan ebeveynlik içeriklerinin, bazı ebeveynler için destekleyici bilgi kaynakları olarak değerlendirilmesine rağmen, önemli bir kesimde psikolojik baskı ve yetersizlik hissine yol açtığı anlaşılmaktadır. Bu durum, sosyal medya içeriklerinin sorumlu bir biçimde sunulması ve ebeveynlere medya okuryazarlığı ile psikolojik dayanıklılık kazandıracak desteklerin sağlanması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

4.2.4. Sosyal Medyanın Etkileri

Sosyal medyanın, toplumun ebeveynlik konusundaki beklentilerini nasıl şekillendirdiğini anlayabilmek ve bu beklentilerin kişi üzerindeki yansımalarını anlamlandırabilmek adına ebeveynlere yöneltilen soru neticesinde alınan cevaplar derlenmiş olup aşağıdaki kategoriler elde edilmiştir.

Tablo 4.7. Sosyal Medyanın Ebeveynlere Hissettirdikleri

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyal Medyanın Ebeveynlere Hissettirdikleri	Ebeveynler çocuklarına sürekli aktivite yaptırmalı	7	%14
	Her şey mükemmel olmak zorunda	17	%34
	Ebeveynler değil anneler her şeye yetişmelidir	6	%12
	Sosyal medyayı ben şekillendiriyorum	10	%20
	Bilgiye ulaşılabilirlik kolay	3	%6

Sosyal medyanın etkileri temasında sosyal medyanın ebeveynlerde oluşturduğu beklentilerden çocuklarına sürekli aktivite yaptırmak zorunda hisseden ebeveynlerin cevapları aşağıdaki gibidir:

“Ebeveynden çok bir eğitimci gibi davranmaya yöneltiyor herkesi. Bu da rol karmaşası yaşamaya sebep oluyor ve ebeveyn çocuk ilişkilerini olumsuz etkiliyor gibi geliyor. Sürekli aktif ve çocuğa yönelik yaşamak zorundaymışım gibi hissettiriyor.” (K10)

“Toplum hap bilgiler bekliyor ve sosyal medyada yer alan çoğu ebeveynlik içeriği pedagojik öneriler üzerinden ilerliyor ama daha ötesi bir insan olarak çocuk yetiştirdiğimiz için ve insan olarak bir geçmişe de sahip olduğumuz için hap bilgiler öznel olarak üzerimize oturmuyor, yeterli hissetmememizin nedeni de bundan kaynaklanıyor.” (K12)

“Sosyal medya ebeveynin üzerindeki rollerini abartmakta ve eksiklik hissettirmektedir. Bu da ebeveynlerin çocukların zamanlarını her an yönetme ve yönlendirmeye itmektedir. Çocukların özgür yaratıcı zamanlarının azaldığını düşünüyorum.” (K15)

“İyi yönde pek şekillendirmiyor. Hayat oyundan, maceradan, sürekli aktiviteden ibaret değil gerçeklik yok sosyal medyada kolaylıkla her şey elde ediliyor gibi duruyor. Bu da bizleri yetersiz hissettiriyor.” (K18)

“Bizi yönlendiriliyor buda sinirimizi bozuyor. Çocuklar sürekli aktif, sürekli kurslarla ya yüzmedeler ya resimde. Her çocuk satranç oynuyor sanki. Yani tek benim çocuğum mu evde oturuyor anlamıyorum. Bazı şeyler de maddiyat tabii. Bu durum yetersizlik hissi veriyor karamsar oluyorum ebeveyn olarak.” (K31)

“Her şey çocuklarımız için diye aşırı pohpohlama beni rahatsız ediyor. Doyumsuz çocuk çoğalıyor bana göre. Her şeyi hemen elde eden, sürekli aktivite halinde olan, sırf çocuklar mutlu olsun diye her istediğini alan, sosyal medyada gördüğü her kıyafeti, oyuncu alan anne babalarla dolu etrafım. Bu durumda kendimi frenliyorum ama genele baktığımda herkes nereye gidiyor bilmiyorum.” (K38)

“Bazıları gerçekten haklı olabiliyor fakat gereksiz içerikler de var. Çocuğuma sürekli aktivite yaptırmak zorundayım algısı çiziliyor. Bakıyorum sanki onlar sürekli dolu dolu her saatleri dersteler gibi bu durumda evde boş durduğum her an suçluluk hissediyorum acaba yetersiz bi ebeveyn miyim diye. (K40)

Sosyal medyanın ebeveynlerde oluşturduğu beklentilerden her şey mükemmel olmak zorunda algısını taşıyan ebeveynlerden alınan cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Artık sosyal medyayla yaşayan bir toplum olarak ebeveynler yanlış olanları bile doğru kabul edebiliyor. Herkes mükemmel ebeveyn olmaya çalışılıyor fakat kimse çocuğunun nasıl büyümesini istediği hakkında söz sahibi olamıyor maalesef.” (K2)

“Sosyal medya mükemmel ebeveynler olmamızı istiyor. Bu durum beni rahatsız ediyor açıkçası. Çocuğum için her şeyi yapmaya çalıştım ama yetersiz kaldığım durumlar elbet oluyor. Bunu normal buluyorum.” (K4)

“Yanlış ve bilinçsiz bir şekilde şekillendirdiğini düşünüyorum, öyle bir mükemmel çocuk büyüme algısı var ki sanki çocuklar bizi yetiştirecekmiş anneliği öğretecekmiş

gibi bir durum söz konusu. Böyle bir algıda çocuğun üzerindeki etkisini yanlış buluyorum.” (K5)

“Sosyal medya üzerinden çocuk yetiştirmeyle alakalı öyle paylaşımlar yapılıyor ki sanki tek bir sistem varmış gibi. Hâlbuki bu böyle değil. Toplumda algı değiştiriliyor bence. Her çocuk mükemmel olmalı. Her çocuk aynı gelişimi göstermeli ya da her çocuk aynı yaşta aynı gelişimi göstermeli gibi gibi.. Böyle bir durumda biz anne baba olarak çocuğumuzu ve bizi olumsuz etkilemesine elimizden geldiğince izin vermiyoruz.” (K8)

“Mükemmeliyetçi bir bakış açısı oluşturduğunu düşünüyorum.” (K9)

“Birçoğunun tamamen gösteriş ve insanların gerçeklik algıları ile oynama üzerine şekillendiğini düşünüyorum. Beklentileri arttırıyor, her şey mükemmelmiş gibi gösteriyor bu da daha çok baskı ve beraberinde stres, tükenmişlik, yetersizlik duygularını getiriyor. Bazı platformlar karşı tarafı yormadan yıpratmadan bunu çok güzel yapıyor. Çok sık olmamakla birlikte ihtiyacım olduğunda onlara başvuruyorum.” (K11)

“Ebeveynlik konusunda bizim toplumumuzda etkilenen çocuklarını kendini aile yapısını hiçte aslında olmadığı gibi gösteren yada sırf oradan etkisine çocuklarına yanlış davrandıklarını düşünüyorum. Bilgi kirliliği ile dolu olduğunu düşünüyorum. Her şey izlenmek uğruna konu ediliyor ve neyin gerçek neyin yalan olduğunu görmek gerekli. Oradaki herkes mükemmel anne yani öyle mi...” (K16)

“İçerikleri hazırlayanların fikirlerini aşılıyor pek etkili olmuyor. Sanki tek doğru varmış gibi, bu doğru her çocuğa uyacakmış gibi ve mükemmel olmak zorundaymışız gibi.” (K17)

“Sosyal medyada özel hayatımı tamamen paylaşmıyorum çocuklarım kendileriyle ilgili paylaşımda bulunmamı istemiyorlar masum bir şekilde paylaşıyor olsam bile zamanla beklentilere karşılık verme dayatması hissedebirdim belki ama şimdi kendi ebeveynlik kriterlerime göre ilerliyorum. Sosyal medyanın yüzen ördek sendromuna sebep olduğunu biliyorum.” (K20)

“Bence ebeveyn beklentilerini artırıyor. Mükemmel olmak zorunda anne babalar her şeye yetmeli gibi bir imaj çiziyor.” (K23)

“Kurgulanmış bir mükemmeliyetçilik var ortada ve bu durum yetersizlik duygusu hissettiriyor insana.” (K25)

“Sosyal medya birçok şeyi ticarete dökmüş durumda. Özellikle doğum günleri vb. organizasyonlar çocukların beklentilerini yükseltiyor, her şeyi mükemmelmiş gibi gösteriyor ve doyumsuz bir nesil yetiştiriyor. Çocuk gelişimi için önemli gördüğüm içeriklerden faydalanarak alışveriş yapıyorum. Ancak bu içerikleri fazla dikkate alarak alışveriş konusunu abartan ebeveynler mevcut.” (K28)

“Neredeyse sosyal medya yön veriyor her şeye bunaldım. Her ne yaparsa paylaşan, aldığı gösteren, özel günlerde linkler veren anne sayfaları ile dolu. Bu durumda toplumun çoğu hipnoz olmuş gibi bana göre. Kendimi korumaya çalışsam da bu mükemmellik algısı beni yoruyor.” (K30)

“Mükemmel ebeveyn olmaya çalışıyor çoğu insan oradan gördükleri kadarıyla ben etkilenmiyorum çünkü mükemmel ebeveynlik diye bir şey yoktur.” (K32)

“Aslında asla var olmayan ve varolması mümkün olmayan bir ebeveynlik örneği sergileniyor. Tarhanalı pankekler, doğal olması şart yumurtalar, asla sinirlenmeyen ebeveynler, ekrana asla bakmayan çocuklar... Gerçeklik algısını sosyal medyada yitirdiğimizi düşünüyorum. Gerçeklik algısı olmayan bir dünyaya kendimi fazla kaptırdığım zaman kendimi gereksiz etkinlik eşyaları alırken ya da sürekli acaba çocuğumun davranışları normal mi derken buluyorum...” (K39)

“Herkes mükemmel olamaz her şeye yetişemez. Ben sadece ilgimi çekecek bir konu olursa benim de yaptığım yanlışları vurgularsa dikkatimi çekiyor.” (K42)

“Olumsuz etkiliyor, çünkü hayatın gerçekleri çok farklı. Sosyal medyada çizilen mükemmel anne olmak, her şeye yetişmek ve yetebilmek imkansız. Bu durum içinden çıkılmazsa psikolojisini bozar insanın.” (K44)

Sosyal medyanın ebeveynlerde oluşturduğu beklentilerde babadan çok anneye yüklenildiğini düşünen ebeveynlerin cevapları aşağıdaki gibidir:

“Benim gördüğüm hep mükemmel anne profili çizilmeye çalışılıyor, hem eve hem işe hem gezmeye yetişiyorlar ve bunları sanki tek başına yapıyorlar mış gibi gösterip bunları yaşayanlar yetersiz miş gibi gösteriliyor.” (K6)

“Çevremde gözlemlediğim çocuklar için olumsuz, ebeveynler için tutarsız iletişime sürüklendiğini düşünüyorum. Daha çok anneler onu mu yapsam bunu mu yapsam derken hiçbir şeye yetişemiyormuş ve tam yapamıyormuş hissi yaşar oldu.” (K13)

“Ebeveynlik değil de annelik konusunda baskı yaratıldığını düşünüyorum. Misal bir baba sosyal medyada çocuğuna yemek yapsa yedirse (günlük rutinler) çok büyük bir iş başarmışçasına yüceltiliyor. Ama anne hayatın içinde iş ev vs her şeye yetişmeye çalışırken çocukla ilgili çok ufak bir gereksinimi aksatsa 'linç kültürü' devreye giriyor. Ben kendi adıma çok etkilenmiyorum. Herkesin her konuda diyecek bir şeyleri elbet oluyor.” (K27)

“Sosyal medyaya göre hem dışarda çalışan, hem evi tertemiz, çeşit çeşit yemekleri olan, çocuklarının her türlü sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını karşılayabilen, tüm bunların yanında kendi de sosyalleşebilen ayrıca formunu ve ruh sağlığını koruyabilen ebeveynler mükemmel ebeveynlerdir. Ve bizler de öyle olmalıyız baskısını özellikle kadınlar üzerinde kurmaktadır.” (K34)

“Çevremizde sosyal medyada daha aktif olanlardan edindiğim bilgilere göre sosyal medyada ebeveynlik algıları insanların kendi hatalarında bazı farkedişler yaratıyor ve en kıymetlisi olan evladına karşı bazen suçluluk bazen eksiklik hisseden anneler bunu düzeltmek için harekete geçiyor. Babaları bilemiyorum sanki bu konu sadece anneleri ilgilendiriyormuş gibi...” (K36)

“Fazla yük bindiriyor özellikle anneye. Baba normal hayatına devam ederken anneden beklentiler çoğalıyor.” (K41)

Sosyal medyanın kontrollü etkilerinden sosyal medyamı ben şekillendiriyorum kodu etrafında toparlanan cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Toplumumuz bilgide seçici olmadığı için ebeveynlik algılarında büyük değişikliklere sebep olabilmektedir. Ancak beni etkilememektedir. Ben her izlediğimden etkilenmiyorum.” (K1)

“Benim düşüncem öncelikle kimleri takip edip etmemiz konusunda hassas olmamız gerekmekte çevremize baktığımızda sosyal medyadan etkilenen ve ebeveynler görebiliyoruz.” (K7)

“Tüm toplum özenti gibi yaşıyor bana göre ebeveynler de aynı şekilde herkes çocuğunu yarıştırtıyor birbiri ile... Benim üzerimde bir etki yaratmıyor ben sadece çocuklarımla kaliteli geçirdiğim zamanı baz alıyorum.” (K19)

“Sadece kitapta okuduğum öğrendiğim bir bilgiyi bilgi olarak görüyorum. Topluma veya sosyal medyaya göre değil kendi düşünceme göre yetiştiriyorum çocuğumu.” (K21)

“Olumsuzluklara karşı önlem almaya çalışıyorum. Samimi bulmadığım içerikleri engelliyorum.” (K22)

“Sosyal medyanın anne babalar üzerinde ki etkisi yadsınamaz, bugün kendisinin yetiştirilmediği kural ve davranışlarla çocuklarını yetiştirmeye çalışan ebeveynler görüyoruz. Biz şahsen bu mecranın çizdiği kuralların bizim örf, ahlak ve manevi değerlerimizle zıt olduğu noktalar olduğunu düşünüyoruz. Çocuğumuzu toplumun beklentilerine göre yetiştirmediğimiz için de, pek bir etki yaratmıyor.” (K26)

“Kişi yani ebeveyn kendindeki eksik veya yeterli durumu görüp, harekete geçerse sosyal medya ya da çevrenin etkisi azalıyor. Burada kişi dış dünya ile değil kendi kendine bazı şeyleri fark edip şekillendirmeli. Bu da kişisel olarak araştırmak ve bu konuları bilirkişisinden okuyup anlamaktan geçiyor. Sosyal medyanın esiri olmak yerine kendimi eksik bulduğum noktalarda eğitmeyi seçiyorum ben.” (K29)

“Hem olumlu, hem olumsuz. Sosyal medyada kirli bilgi çok var. Benim üzerinde herhangi bir etki yok. Neyi izleyeceğimi neyi izlemeyeceğimi biliyorum. Sosyal medyanın esiri olmuyorum.” (K33)

“Benim takip ettiğim kişiler özgüveni olan kendini, ifade edebilen, kendine ve toplumsa saygısı olan bireyler yetiştirmenin önemini vurguluyor. Bu tarz içerikleri takip ediyorum. Her videoyu izlemiyorum, kendimi bu anlamda koruyorum.” (K35)

“Olumlu olmadığını düşünüyorum. Bende güvenebildiğim bakış açımın aynı paralelde olduğu aydın insanları takip edip kendime göre yorumlayabiliyorum. Bana zarar verebilecek içerikleri takip etmiyorum.” (K37)

Sosyal medyanın kontrollü etkilerinden bilgiye kolay ulaşılabilirlik kodu etrafında birleşen cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Sosyal medya artık herkesin her şeyi bilmesine bütün bilgilere kolayca ulaşmamıza bazı yanlış bilgileri de hafızamıza almamıza sebep oluyor pedagoga gideceğimizde bize neler söylenebileceğini aşağı yukarı tahmin edebiliyoruz o hale geldik ne kadar doğru ne kadar yanlış tartışılır tabi.” (K3)

“Her öneri ve biçimleme aynen uygulanamaz. Ama bazı içeriklere hemen ulaşabiliyor olmak işe yarıyor tabii.” (K14)

“Daha çok olumlu diyebilirim çünkü biz ebeveynlik dersi vs almadık bizim de bilmediğimiz çok şeyler var, bunları öğrenmemizi kolaylaştırıyor anne babalar olarak ama bunu kesinlikle kabullenmeyen bir grup kesimde var tabi.” (K24)

Katılımcıların görüşleri, sosyal medyanın ebeveynlik algısı ve uygulamaları üzerinde karmaşık ve çok boyutlu etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Sosyal medya içeriklerinin ebeveynlere yönelik idealize edilmiş, pedagojik ve mükemmeliyetçi normlar dayattığı; bunun da ebeveynlerde rol karmaşası, yetersizlik, suçluluk ve stres gibi olumsuz duygulara sebep olduğu görülmektedir. Özellikle annelere yönelik aşırı beklentilerin ve toplumsal baskıların arttığı; babaların ise sosyal medyada daha az sorumluluk ve eleştiri yükü aldığı ifade edilmektedir. Bununla birlikte, bazı

ebeveynlerin sosyal medyadaki içeriklere karşı eleştirel bir tutum geliştirdiği, kendi değerleri ve deneyimleri doğrultusunda sosyal medyanın etkilerini kontrol altına almaya çalıştığı da gözlemlenmiştir. Ayrıca sosyal medyanın bilgiye kolay erişim imkânı sunması, ebeveynlerin bilgi edinme süreçlerini desteklese de, yanlış bilgi ve genellemelerin yaygınlığı nedeniyle bu bilgilerin sorgulanması gerekliliği vurgulanmaktadır. Sonuç olarak, sosyal medyanın ebeveynlik deneyimleri üzerindeki etkisi hem destekleyici hem de zorlayıcı unsurlar içermekte olup, ebeveynlerin sosyal medya içeriklerini seçici ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeleri, medya okuryazarlığı becerilerinin artırılması ve toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin farkındalığın yükseltilmesi önem taşımaktadır.

4.2.5. Sosyal Medya Paylaşımlarına ve İnfluencerlara Eleştiriler

Çocuk yetiştirme konusundaki sosyal medya paylaşımlarını ele alırken, hangi tür içeriklerin eleştirildiğini ve yapay/zorlayıcı gelen içeriklerin hangi tür içerikler olduğunu anlamlandırabilmek adına ebeveynlere açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplar neticesinde ulaşılan bulgular aşağıda yer almaktadır.

Tablo 4.8. Sosyal Medya Paylaşımlarına ve İnfluencerlara Eleştiriler

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyal Medya Paylaşımlarına ve İnfluencerlara Eleştiriler	Çocukların kullanıldığı içerikler	9	%18
	Sosyal medyada reklamı yapılan ürünlerin her çocuğa iyi gelecekmiş algısı	8	%16
	Sosyal medyadaki gibi olmayan yaşantıların kendini suçlu veya eksik hissetmesi	7	%14
	Sosyal medyanın yapaylığı	12	%24
	Sürekli link paylaşımı ile bilinçsiz tüketiciliğe neden olan influencerlar	2	%4
	Sosyal medyada paylaşılan çocukların yetişkinmiş gibi konumlandırılmaları	2	%4
	İnfluencerların uzmanlık alanları dışında bilgi verme eğilimleri	2	%4

Sosyal medya paylaşımlarına ve influencerlara olan eleştirilerde çocukların kullanıldığı içeriklerden rahatsızlık duyan ebeveynlerden alınan cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Çocukların içerik üretmede kullanılmasını doğru bulmuyorum.” (K1)

“Çocukların doğallıktan uzak olması ve sürekli olarak bir video kaydında olması, sürekli olarak çocukların kullanılması. Çocukları kullanarak hazır gıdaların çok şirin gösterilmesi diğer çocuklara özendirilmesi.” (K2)

“Çocuklarını sırf içerik üretmek para kazanmak için kullanan ebeveynleri eleştiriyorum. Küçük yaştaki çocukların sosyal medya içerisinde bu kadar bulunması doğru gelmiyor. Her çocuk farklıdır. Farklılıklar göz önünde bulundurulmuyor.” (K4)

“Çocukların özel alanlarının olmaması her türlü yaşantılarının göz önünde olması.” (K6)

“Çocukların kullanıldığı, hemen her konuda paylaşım yapılan içerikleri doğru bulmuyorum.” (K11)

“Çocuğun kişisel hayatın gizliliği gibi kriterler korunması gerekli bazı sevimli doğal içerikleri tatlı bulsam da tamamen çocuğun sevimliliği üzerinden bir hesap açıp belki gelir elde etmek çocuğun ticari olarak istismarına kadar gidebilir.” (K23)

“Ebeveynlerin çocuklarını sosyal medyada paylaşımlarını yanlış buluyorum.” (K31)

“Kültürümüzden ve manevi değerlerimizden kopuk, bize uygun olmayan yaşam tarzlarının dayatıldığı paylaşımları doğru bulmuyoruz. Şimdi bir isim ve hesap aklıma gelmediği için genel bir örnek vermek gerekirse, ticari kaygılarla çocuklarını ve aile yaşantılarını paylaşan hesapları söyleyebilirim.” (K32)

“Çocuklar üzerinden etkileşim yapanlar beni rahatsız ediyor. Çocuklarını etkileşime alet edenler, onların her anını paylaşanlar.” (K42)

Sosyal medya ve influencerlara eleştirilerde sosyal medyada reklamı yapılan ürünlerin her çocuğa iyi gelecekmiş algısından rahatsız olan ebeveynlerin cevapları aşağıdaki gibidir:

“Bence çocuk yetiştirmeyle alakalı birçok içerik yanlış ve olmaması gereken bir durum. Yeme içme , yürüme , konuşma , büyüme , gelişme , öğrenme ve benzeri gibi konularda sosyal medya üzerinden olur olmadık herkes bir öneride bir paylaşımda buluyor. Örnek verecek olursam; influencer bir anne paylaşım yapıyor ve gösterdiği vitaminin onun çocuğuna çok iyi geldiğini anlatıyor , onun reklamını yapıyor. Bir başka influencer anne aldığı bir oyuncacı çocuğunun çok sevdiğini onunla çok oynadığını anlatıyor ve paylaşıyor. Evet baktığımız zaman belki fikir alışverişi gibi gözüксе de arka planda belki o vitaminin bir başka çocuğa zararı olabileceğini ya da diğer annenin aldığı anlattığı oyuncacı aldıktan sonra kendi çocuğunun ilgisini çekmemiş hiç oynamamış olabilir. Bunlar normal durumlar iken ebeveynler karşılaştırma yapmaya başladığında içinden çıkamadığı bir hal almaya başlıyor ve kendilerini zorlayıcı bir sürece sokmuş oluyorlar.” (K8)

“Her çocuk /bebek kendine özel olduğu için standart tavsiyeleri dikkate almam. Örneğin uyku düzeni tavsiyeleri.” (K14)

“Çocuk yetiştirme konusunda her bir çocuğun ayrı kişilikte insan olduğunu unutarak tek düzene verilen öğütleri içerikleri yanlış buluyorum.” (K18)

“Evet oluyor. Her şey teoride olduğu gibi olmayabiliyor. Pratikte farklılık oluyor. Her çocuk kendine has özelliklere sahip olduğu için her paylaşılan her çocuğa uymayabilir.” (K24)

“Genellemeler yapan içerikleri eleştiriyorum her çocuğun ve her ebeveynin biricik olduğunun farkındayım. Bu tarz içerikler bana zorlama geliyor.” (K27)

“Çocukların farklılıklarını göz önüne almadan herkesi aynı gören önerileri dikkate almıyorum.” (K29)

“Bazı düşünceler ütöpik geliyor. Paylaşılan içeriklerin her çocukta aynı etkiyi yaratacakmış algısı yaratılması kandırmaca bana göre.” (K44)

“Öncelikle markalı ürünlerin abartılı tanıtımı ve öncelik gibi gösterilmesi örneğin yaniltici vitamin takviyelerinin yanlış kullanıma sebep olabiliyor. Her çocuğa her ilaç takviye bile olsa iyi gelmiyor olabilir.” (K7)

Sosyal medya ve influencerlara yapılan eleştirilerde paylaşılan içeriklerdeki gibi olmayan yaşantıların kendini eksik veya suçlu hissettiğini düşünen ebeveynlerin cevapları aşağıdaki gibidir:

“Emzirme, uyku eğitimi videolarını çok zorlayıcı bulurum sanki herkesin yaşadığı süreç ve çocuklar aynıymış ve paylaşılanların aksi yaşandığında çocukta ya da annede bir problem varmış gibi hissettiriyorlar.” (K10)

“Daha çok "Böyle davranmalısınız şunu yaparsanız bu olur bunu yapmadığınızda şu gerçekleşir" gibi aşırı meli malı perspektifinden oluşturulan paylaşımları eleştiriyorum çünkü işlevsellikten uzak geliyor.” (K12)

“Ebeveyne çok fazla baskıcı, her şeyi aynı anda yapması gerekiyormuş gibi çok fazla yük yükleyen, birini yapamasa eksik gösterilmesine sebep olan gerçekten uzak içerikleri bir süre sonra geçiyor takip de etmiyorum.” (K33)

“Sosyal medyada gelir seviyesi yüksek refah içinde yaşayan insanların çocuk yetiştirme konusunda nasihatler vermesini eleştiriyorum. Çünkü hayatın yükünü omuzlarında taşıyan yüzlerce ebeveyn tanıyorum bir sürü imtihandan geçerken hiç istemeden de olsa ebeveynliklerinde hata yaptıkları için eksik hissettiklerini biliyorum oysa ikisi birbirine kıyaslanamaz bir durum aynı imkânları evlatlarına veremeyen insanların hassasiyeti artıyor.” (K41)

“Her şeyi günlük güneşlik göstermeleri sinir bozucu oluyor. İşin diğer tarafı var bir de o kısımlar hiç paylaşılmıyor. O etkinlik yapıldıktan sonra etrafı kim toparlıyor, akşam yemeği yenildiğinde dökülenleri kim temizliyor, her şey nasıl yetişiyor bunları

paylaşan yok, gösterilen kısımda her şey mükemmel her şey olması gerektiği gibi.”
(K46)

“Kesinlikle sürekli mükemmel anne olanlara kıızıyorum, her şeyle bu kadar ilgilenen yetişen gibi gösteren anne sayfaları psikolojimi bozuyor.” (K47)

“Bazıları çok aşırı abartıyor. Okul hayatı, ev düzeni, yemek yemesini... Zorlayıcı gelenler fazla abartılı şeyler, kıyafetleri ve yapmadığı bir şeyi kendisi yapıyor gibi gösterilmesi. Yemek, temizlik, alışveriş... Oysaki evde yardımcısı olan olabilir veya destek aldığı birileri ama bunların hepsini tek başına yapıyormuş gibi gösterildiği için biz yapamadığımızda çok farklı boyutlara çekiliyoruz bu durumlar yanıltıcı ve zorlayıcı olabiliyor.” (K48)

Sosyal medya ve influencerlara yapılan eleştirilerde sosyal medyanın yapaylığı üzerinde duran ebeveynlerin cevapları aşağıdaki gibidir:

“Çocuk öfkelendiğinde sabırla dinleyip onun göz hizasına gelip senin duygularını anlıyorum ve haklısın sakinleşince bunu konuşalım gibi eylemler bana çok yapay geliyor. Çünkü her çocuk farklı ve bu şekilde yaklaştığında öyle bir anlatılıyor ki sanıyoruz bizim çocuğumuz da tamam annecim deyip devam edecek. Ama öyle olmuyor daha çok şımarıyor daha çok bağılıyor çağırıyor kendi kendine sakinleşemiyor istediğini almadan seni asla rahat bırakmıyor. E annenin de bu akışta çok sinirlerini aldırması gerekir ki gerçek yaşamda anne üzgün olabilir kayıp yaşamış olabilir bir iş yetiştirmesi gerekiyor olabilir hasta olabilir ve bir sürü şey o yüzden her seferinde bu anlatılan yolu sabırla yapabilmek çok yapay geliyor.” (K3)

“Yapmacık hareketler, çocuğa zorla yaptırma...” (K15)

“Mükemmel başlığı altındaki her şey yapay geliyor.” (K16)

“Planlanmış içeriklerin, her şeyin çok doğru yapıldığı, ebeveyn ve çocukların kusursuz mutlu birlikteliklerinin olduğu içeriklere inanmıyorum. Çocuğun bir günü boyunca ebeveyni ile birlikte olup tüm zamanının yönlendirildiği içerikleri

eleştiriyorum. Bu planlanmış zamanın çocuğun problem çözme becerilerini, yaratıcı düşünme becerilerini körelttiğini düşünüyorum.” (K17)

“Hayatı ciddiye almayan içerikler, kolay yoldan para, emek olmadan bir şeyler yapılması ve yapaylık beni rahatsız ediyor çocuklar olumsuz yönde etkileniyor büyük bir oranda.” (K21)

“Hepsi yapmacık geliyor gerçek yok bana göre inandırıcı değil.” (K22)

“Çocuğu her alanda mükemmel yetiştirmek çok kolay ve çocukların çok itaatkâr olması bana çok yapay ve zorlayıcı geliyor.” (K30)

“Çocuğun çok uyumlu, hiçbir şeye tepkili olmaması her şeye razı gelmesi beni şaşırtıyor ve bu durumları kurgulanmış ve yapay buluyorum.” (K34)

“Çocuklarıyla bütün gün vakit geçirdiklerini gösteriyorlar, ne ara işe gidiyorlar, ne ara yemek vs. ev işlerini yapıyorlar, hep mi çocuklarla ilgileniyorlar, bazen zorlayıcı olduğunu düşünüyorum.” (K37)

“Evler çok düzenli çocuklar hepsi tertemiz ve cicili bicili bu hiç inandırıcı değil.” (K38)

“Her durum da ebeveynlerin çok sakin kalarak tane tane her şeyi izah edebilmeleri zorlayıcı ve yapay buluyorum mesela.” (K40)

“Hepsi yapay, samimi paylaşım bulmak çok zor.” (K43)

Sosyal medya ve influencerlara yapılan eleştirilerde sürekli link paylaşımı ile bilinçsiz tüketiciliğe neden olan influencerlardan rahatsızlık duyan ebeveynlerden alınan cevaplar şu şekildedir:

“Sürekli link veren alışverişe yönlendiren bilinçsiz tüketici toplumu yetiştiren içerikleri eleştiriyorum. Elbette yapay ve zorlayıcı içerikler mevcut.” (K35)

“Maddiyat ve çocuğun becerisi ile ilgili konularda paylaşımlar yanlış geliyor. Paylaşım yapılacaksa da özendirici olmaması için uyarılar bulunmalı. Herkesin yaşantısı ve gelir seviyesi aynı değil. Paylaşılan şeyin özendiriciliği oluyor tabii ki ama onu herkes alamaz veya çocuğunu götüremeyebilir veya ihtiyacı olmayabilir. Fakat almak zorundaymış imajı çiziliyor ve bu durumlar kişiyi zorluyor.” (K36)

Sosyal medya ve influencerlara yapılan eleştirilerde sosyal medyada paylaşılan çocukların yetişkinmiş gibi davranmalarından rahatsızlık duyan ebeveynlerin cevapları şu şekildedir:

“Büyümüş çocuk gibi hareket eden yaşından büyük çocuğu varmış gibi içerikler üretenleri eleştiriyorum.” (K49)

“Çocuklar çocuk gibi olmalı hayal kurmayı bilmeli, bazen kendi ayakları üstünde durmalı fakat sosyal medyada yansıtılan bazı paylaşımlarda çocuklar yetişkin gibi giyiniyor, konuşuyor vs. E çocukluklarını ne zaman yaşayacaklar, toplumu neden bu özentiliğe sevk ediyorlar.” (K50)

Sosyal medya ve influencerlara yapılan eleştirilerde influencerların kendini uzman zanneden yaklaşımlarından rahatsızlık duyan ebeveynlerin cevapları da şu şekildedir:

“Influencerların yönlendirmeye çalışması oldukça yanlış bazı kesimlerde olumsuz etki oluşturuyor. Alanında uzman kişiler gibi davranıyorlar.” (K26)

“Çocuklarla ilgili tavsiye vermesini beklediğim kişiler her zaman uzmanlar olmuşlardır. Ama görüldüğü kadarıyla her çocuk doğuran ve takipçisi çok olan herkes uzman gibi tavsiyeler vermektedir. Bunları eleştiriyorum.” (K39)

Katılımcıların görüşleri göstermektedir ki, sosyal medyada çocukların içerik üretiminde kullanılmasına ilişkin ciddi endişeler olduğunu göstermektedir. Ebeveynler, çocukların özel hayatlarının ihlal edilmesi, yapay ve ticari kaygılarla üretilen içeriklerin çocukların doğal gelişimini olumsuz etkileyebileceği yönünde kaygı taşımaktadır. Ayrıca, sosyal medya paylaşımlarında sunulan genelleyici ve standart tavsiyelerin her çocuğa uymadığı, bu durumun ebeveynlerde psikolojik baskı

ve yetersizlik duygusu yarattığı vurgulanmaktadır. Paylaşımın gerçeklikten uzak, mükemmel anne-çocuk imajı yaratmaya yönelik yapay ve zorlayıcı nitelikte olması, ebeveynlerin sosyal medyaya yönelik eleştirilerini artırmaktadır. Bunun yanı sıra, influencerların uzmanlık alanı dışındaki konularda tavsiye vermesi ve sürekli ürün tanıtımı yapması, güven sorununu derinleştirmekte ve bilinçsiz tüketimi teşvik etmektedir. Son olarak, çocukların sosyal medyada yetişkinmiş gibi gösterilmesine yönelik rahatsızlıklar, doğal çocukluk deneyimlerinin korunması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, sosyal medya içerik üreticilerinin etik sorumluluklarının artırılması ve ebeveynlerin bilinçlendirilmesi gerekliliğine işaret etmektedir.



BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmanın sonucunda sosyal medyanın ebeveynler üzerinde çok yönlü etkiler yarattığı görülmektedir. Dönmez (2019)'in sosyal medya içeriklerinin annelik kimliğinde dönüşüme yol açtığını ve blogger annelerin takipçileriyle kurdukları etkileşim aracılığıyla yönlendirici roller üstlendiklerini belirtmiştir. Bu bulgu, çalışmamızda katılımcıların içeriklerden etkilenerek kendi ebeveynliklerini sorguladıkları yönündeki ifadeleriyle örtüşmektedir. Görüşmelerde sosyal medya içeriklerinin bir yandan eğitici ve faydalı bulunduğu, diğer yandan yapay, gerçeküstü ve zaman zaman da baskılayıcı olarak deneyimlendiği ifade edilmiştir. Katılımcıların önemli bir kısmı, özellikle influencerların içeriklerinde “mükemmel ebeveynlik” algısı yarattığını, bu durumun ise kendilerini yetersiz ve suçlu hissetmelerine neden olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda varılan bu sonuç alanda pek çok çalışma ile benzerlik göstermektedir. Örneğin (İşözen ve Özkan, 2020)'nin çalışmalarında da benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Çalışma, sosyal medyanın özellikle "mükemmel annelik" beklentilerini tetikleyici bir rol oynayabildiğini ortaya koymaktadır. Aktaş (2019)'ın çalışmalarında da sosyal medya paylaşımlarının, annelerde mükemmeliyetçilik baskısını artırdığı ve psikolojik baskı oluşturduğunu ortaya çıkaran bir diğer çalışmadır. Bilgi edinme veya diğer annelerle kıyaslama amacıyla sosyal medya kullanan annelerin, kendilerini yetersiz hissetme eğiliminde oldukları ve annelik kimliklerini daha olumsuz algıladıkları belirlenmiştir. Bu durum, sosyal medyada paylaşılan “annelik” uygulamalarının, kadınlar üzerinde "mükemmel ebeveyn olma" baskısı yarattığını göstermektedir.

Bazı ebeveynler, sosyal medyadan etkilenmediklerini, platformu sadece bilgi edinme amacıyla kullandıklarını ifade ederken; bir grup katılımcı da içerikleri geçersiz, yapay ve inandırıcılıktan uzak bulmuştur. Ergül ve Yıldız (2020)'nin çalışmalarında da “instagram anneliği” olarak tanımlanan durumun anneliğin sadece bakım ve sevgi değil, aynı zamanda görsel olarak sunulan ve performansa dayalı bir kimliğe

dönüştüğünü göstermektedir. Diğer bir araştırma olan Coşkun (2018)'in çalışmalarında ise annelerin sosyal medya üzerindeki paylaşımlarda kullandıkları dilin sosyal bağlamlara göre değiştiğini ve bu durumun bazen yapaylık hissi yarattığını ifade etmektedir. Katılımcıların içeriklerin “samimiyetsiz ve inandırıcılıktan uzak” olduğunu dile getirmesi, bu tespitlerle paralellik göstermektedir.

Çocukların içeriklerde “yetişkin gibi” konumlandırılması, sürekli ürün tanıtımı ya da özel günlerin organizasyonların abartılı yapılması, influencerların kendilerini uzman gibi sunmaları da eleştirilmiştir. Bu durum ebeveynlerde bilinçsiz tüketim alışkanlıklarının oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Altaş (2018)'in çalışmasında da bu kutlama biçimlerinin zamanla normalmiş gibi bir duruma gelerek anneler arasında "yapılması gereken", "eksik kalmamak için yerine getirilen" birer zorunluluğa dönüştüğünü, dolayısıyla tüketimin, düşünülmeden ve sorgulanmadan yapılan bir alışkanlığa sürüklendiğini göstermektedir. Böylece annelik, tüketim ve gösteri kültürünün etkisiyle bilinçsizce yönlendirilen bir tutum haline gelmektedir. Teke (2014)'nin çalışmalarında ise blogger annelerin deneyim paylaşımlarının, annelik rolünü yeniden yapılandığı ve gösteri kültürü ile iç içe geçtiği belirtilmiştir. Bu gösteri kültürü ebeveynleri bilinçsiz tüketim alışkanlığı edinmelerine ortam hazırlamaktadır. Ayrıca, içeriklerin sıklıkla annelere hitap etmesi, ebeveynlik yükünün yalnızca annelere aitmiş gibi sunulması da katılımcılar tarafından eleştirilen diğer unsurlar arasındadır. Işık (2015), Türkiye'de annelik rollerinin kültürel ve toplumsal dönüşümlerle yeniden şekillendiğini ve bu değişimin çoğunlukla kadınlara yönelik sorumluluk baskısını artırdığını vurgulamaktadır. Bu durum araştırmanın bu yönü ile içeriklerin yalnızca annelere hitap etmesine yönelik eleştirileri desteklemektedir.

Elde edilen veriler, sosyal medya içeriklerinin yalnızca bilgi kaynağı olmanın ötesinde, duygusal ve psikolojik etkiler de yarattığını göstermektedir. Özellikle “mükemmel ebeveynlik” imajı, birçok katılımcıda yetersizlik hissini tetiklemiştir. Bu da sosyal medyanın görünenden daha derin bir etki alanına sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

İçeriklerin gerçeklikten kopuk olması, samimiyetsiz bulunması ve uzman olmayan kişilerin ebeveynlik tavsiyelerinde bulunması gibi durumlar güven sorunu yaratmakta ve ebeveynlerin sosyal medyaya olan mesafesini artırmaktadır. Dıcel Elbaş (2024)'in

çalışmalarında ebeveynlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ebeveynlik becerileri üzerinde anlamlı etkiler yarattığını, ancak bazı ebeveynlerin bu süreci kontrollü yönettiğini ifade etmektedir. Çalışmamızda da yalnızca güvendidikleri kaynakları takip eden katılımcılarla benzer bir eğilim gözlenmiştir. Bazı katılımcılar, sosyal medya platformlarını kişiselleştirdiklerini ve sadece güvendidikleri kaynakları takip ettiklerini belirtmiştir, bu da sosyal medya deneyiminin öznel ve kontrol edilebilir bir süreç olabileceğini göstermiştir. (Yazıcı & Özel, 2017)'in çalışmalarında ise akademisyen anne profilini kullanan, alanında uzman kişinin ebeveynlere eğitici yönlerde pozitif katkılar sağladığı, takipçilerini alanında uzman olduğu konularda aydınlattığı ve takipçilerinin bu uzmanlık doğrultusunda güvenle takip ettikleri gibi sonuçlara varılmıştır. Bu durum çalışmanın sonuçlarının alan yazında da ortak noktalar yakaladığını göstermektedir. Ayrıca içeriklerde çocukların öne sürülmesi, reklam aracı haline getirilmesi gibi etik sorunlar bazı ebeveynler tarafından rahatsız edici bulunmuştur. Bu noktada, içerik üreticilerinin sorumluluğu ve sosyal medyada çocuk haklarının korunması gibi konular da gündeme gelmesi öngörülmektedir.

Elde edilen veriler doğrultusunda araştırmanın sonucuna dayalı olarak bazı öneriler vermek mümkün olacaktır. Medya okuryazarlığı eğitimi yaygınlaştırılarak ebeveynlerin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri eleştirel süzgeçten geçirme becerileri desteklenmelidir. (Kurşun & Görgün, 2020)'in çalışmalarında da sosyal medya içeriklerinin etkisinin azaltılması için dijital okuryazarlık becerilerinin artırılması gerektiği ifade edilmiştir. Medya okuryazarlığı eğitimleri, ebeveynlerin sosyal medyada sıkça karşılaştıkları idealize edilmiş yaşamlar, mükemmel ebeveynlik temsilleri veya ticari amaçlarla hazırlanmış içerikler gibi görselleri ve mesajları sorgulamalarına olanak tanıyabileceği öngörülmektedir. Ebeveynlerin sosyal medya içerikleri karşısında kendilerini sürekli olarak kıyaslama eğilimi, bireysel yeterlik algılarını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle, ebeveynlerin içeriklerle kendilerini kıyaslamaktan kaçınmaları ve sosyal medyada sunulan idealize ebeveynlik temsillerinin çoğu zaman gerçek yaşamı yansıtmadığı konusunda bilinçlendirilmeleri önem arz etmektedir. Ayrıca, ebeveynlerin bilgi edinme ve yönlendirilme ihtiyacını daha sağlıklı biçimde karşılayabilmeleri için güvenilir, bilimsel temellere dayanan ve alanında uzman kişiler tarafından üretilen içerikleri takip etmeleri teşvik edilmelidir. Bununla birlikte, sosyal medya kullanımının birey üzerinde oluşturabileceği psikolojik baskının sınırlandırılması adına, zaman yönetimi ve içerik filtreleme gibi kişisel

kontrol mekanizmalarının geliştirilmesi önerilmektedir. Bu önlemler, sosyal medyanın ebeveynlik üzerindeki olumsuz etkilerini azaltarak, daha bilinçli ve sağlıklı bir medya kullanım sürecine katkı sağlayacaktır.

İçerik üreticilerinin şeffaflığı, özellikle uzmanlık alanları ve içerik türleri konusunda açık olmalı ve ebeveynlik konusunda bilgi verirken etik sınırlara dikkat etmeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Çocukları sosyal medya içeriklerinde araç olarak kullanılmasının önüne geçmek için bilinçlendirme çalışmaları yapılması elzem bir ihtiyaç haline gelmiştir. Sosyal medyada çocukların yer aldığı içeriklerin artışı, beraberinde önemli etik ve hukuki tartışmaları da gündeme getirmektedir. Özellikle çocukların ticari amaçlarla, birer reklam aracına dönüştürülerek kullanılması, çocuk haklarının ihlali açısından ciddi bir risk oluşturmaktadır. Bu nedenle, çocukların dijital platformlarda yer almasına ilişkin kapsamlı etik ve hukuki düzenlemelerin yapılması, çocukların korunması açısından gereklidir. İçerik üreticilerinin çocuklara yönelik paylaşımlarında sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri sağlanmalı; bu amaçla etik yayın ilkeleri oluşturulmalı ve bu ilkelere uyumu denetleyecek mekanizmalar geliştirilmelidir. Ayrıca, etik ihlallerin önüne geçilebilmesi adına gerekli durumlarda yaptırım uygulanmasını mümkün kılan yasal çerçevelerin oluşturulması, sosyal medya ortamında çocukların haklarının güvence altına alınmasına katkı sağlayacaktır.

“Mükemmel ebeveynlik” algısına karşılık, gerçek deneyimlerin paylaşıldığı samimi ve destekleyici içerikler teşvik edilmelidir. Bu içerikler ebeveynliğin sadece güzel ve başarılı anlarından değil, aynı zamanda zorluklarından, hatalardan ve öğrenme süreçlerinden de söz eden, insani ve doğal bir ebeveynlik anlayışını yansıtan paylaşımlar olmalıdır. Böylece ebeveynler yalnız olmadıklarını hisseder, duygusal olarak desteklenir ve sosyal medya aracılığıyla karşılaştıkları gerçekçi olmayan beklentilere karşı farkındalıklı hale gelebilirler. Aynı zamanda bu tür içerikler, özellikle yeni ebeveynler için empati, dayanışma ve yaşanan zorlukların veya duygu durumlarının normal olduğu duygusu vererek daha sağlıklı anne baba tutumlarını destekleyebilirler. Annelerin değil ebeveynlerin birlikte sorumluluk aldığı içeriklerin yaygınlaşması, cinsiyet rollerine dayalı baskıların da azalmasına katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda toplumda ebeveynliğe dair tek tip ve idealize edilmiş kalıpların ötesine geçilerek, her ailenin kendi sosyoekonomik, kültürel ve bireysel koşullarına göre farklı ebeveynlik yaklaşımları geliştirebileceği anlayışının yaygınlaştırılması önem arz

etmektedir. Bu çeşitliliğin kabulü, ebeveynlerin üzerindeki toplumsal baskının azalmasına ve daha sağlıklı ebeveynlik pratiklerinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Öte yandan, sosyal medya platformlarının da bu sürece yapay zekâ ve algoritma temelli çözümlerle destek vermesi gerekmektedir. Yanıltıcı, gerçeklikten uzak ve baskılayıcı içeriklerin yayılımını azaltacak algoritmaların geliştirilmesi, aynı zamanda etik ve bilgilendirici içerik üretimini teşvik edecek sistemlerin oluşturulması, dijital ortamın ebeveynler için daha güvenilir ve destekleyici bir bilgi alanına dönüşmesini sağlayacaktır. Bu yöndeki dijital politikalar, sosyal medyanın ebeveynlik üzerindeki olumsuz etkilerinin sınırlandırılmasında kritik bir rol oynayacaktır.

Sosyal medyanın ebeveynlik üzerindeki etkilerinin derinleşen yapısı, bu alanda yürütülecek bilimsel araştırmaların önemini artırmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya içeriklerinin ebeveynlik tutumları, kimlikleri ve psikolojik süreçler üzerindeki etkilerini daha kapsamlı biçimde ortaya koymak amacıyla hem nitel hem de nicel yöntemlerle yürütülecek yeni araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca, dijital çağda ebeveynliğin karşılaştığı yeni dinamikleri kavrayabilmek için eğitim programlarında "dijital ebeveynlik" kavramına yer verilmesi, ebeveyn adaylarının bu alanda farkındalık kazanmasını sağlayacaktır. Bu sürece üniversitelerin de aktif katkı sunması büyük önem taşımaktadır. Özellikle rehberlik ve psikolojik danışma merkezleri aracılığıyla düzenlenecek bilinçlendirme seminerleri, ebeveynlerin sosyal medya kullanımı konusunda daha sağlıklı ve bilinçli yaklaşımlar geliştirmelerine katkı sağlayacaktır.

REFERANSLAR

- Aktaş, G. (2019). Günümüz toplumlarında anneliğin değişen biçimlerini sosyal medya kullanıcıları üzerinden değerlendirmek. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 36(2), 253-271.
- Aktaş, G., & Şener, A. (2019). Nüfuz pazarlamasında (influencer marketing) mesaj stratejileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 399-422.
- Altaş, B. (2018). Kutlama ve armağanlarca kuşatılan annelik: Diş buğdayı, baby shower ve annelik eksenindeki diğer ritüeller. *Mediterranean Journal of Humanities*, 8(2), 1-31.
- Anık, E. (2011). Bütünleşik pazarlama iletişimi açısından ürün yerleştirme ve sinema filmleri üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Barutçu, S., & Tomaş, M. (2013). Sürdürülebilir sosyal medya pazarlaması ve sosyal medya pazarlaması etkinliğinin ölçümü. *Journal of Internet Applications & Management/İnternet Uygulamaları ve Yönetim Dergisi*, 4(1), 5.
- Babacan, M. E. (2022). Sosyal medya. In M. A. Yekta Saraç (Ed.), *Sosyal Bilimler Ansiklopedisi* (pp. xxx-xxx). TÜBİTAK Popüler Bilim Yayınları.
- Baym, N. K., & Boyd, D. (2012). Socially mediated publicness: An introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 320-329.
- Bolat, E. Y. (2018). Anne babaların çocuk yetiştirme tutumları ve tutumların çocuklar üzerindeki etkileri. *Dicle Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 11(1), 45–52.
- Bolat, E. Y. (2021). Ebeveyn tutumlarının çocukların yetenek ve becerilerine etkisi. *European Journal of Education Studies*, 7(6), 1-10.
- Cooper, C. E., McLanahan, S. S., Meadows, S. O., & Brooks Gunn, J. (2009). Family structure transitions and maternal parenting stress. *Journal of Marriage and Family*, 71(3), 558-574.

- Çevik, K. (2019). 3-6 yaş arasındaki çocuklara sahip ebeveynlerin çocuk yetiştirme tutumları ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Coşkun, H. (2018). Sosyal medyada annelik kimliği bağlamında kullanılan açıklayıcı repertuarlar ve özne konumları. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Dönmez, D. (2019). Yeni nesil ebeveynlik ve sosyal medya bağlamında blogger anneler (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Demirel, M. (2023). COVID-19 pandemi sürecinde artan sosyal medya kullanımının aile içi iletişime etkisi (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi).
- Dilber, F. (2019). Aile içi iletişimde sosyal medya: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 33, 334-381.
- Duman, K., & Özdoğan, G. (2018). Dijital emek ve kullanıcı içeriğinin metalaşması: Katılımcı sözlük yazarları üzerine inceleme. İletişim Dergisi, 5(4), 75-99. <https://doi.org/10.17680/erciyes:let:s:m.419811>
- Ergül, G., & Yıldız, S. (2021). Sosyal medyada sosyal annelik: Instagram anneliği. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(2), 611-627.
- Erdoğan, A. T., & Yumrukuz, Ö. (2021). Sosyal medyanın doğası. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi, 4(6), 173-197.
- Işık, S. Y. (2015). Küresel kültürel değişim ve yeni annelik: Ankara Kâmil Ocak Mahallesi örneği. Eğitim Bilim Toplum Dergisi, 13(50), 48-75.
- İşözen, H., & Özkan, Z. H. (2021). Sosyal medya kullanımının annelik tutum ve davranışlarına etkisinin incelenmesi. Aydın İnsan ve Toplum Dergisi, 7(1), 33-56.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 59-68.
- Kırman, A., & Doğan, Ö. (2017). Anne-baba çocuk ilişkileri: Bir meta-sentez çalışması. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi, 4(1), 28-49.

- Korkmaz, B. (2021, 15 Mart). *Albert Bandura'nın sosyal öğrenme kuramı*. Psikolog Bülent Korkmaz.
- Kurşun, A., & Türkoğan Görgün, C. (2022). "INFLUENCER": Sosyal medya etkileyicileri sağlık davranışını etkiler mi? Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 8(1), 211–225.
- McDaniel, B. T., Coyne, S. M., & Holmes, E. K. (2012). New mothers and media use: Associations between blogging, social networking, and maternal well-being. *Maternal and Child Health Journal*, 1509-1517.
- Sarı, Ç., & Dal, N. E. (2024). Sosyal medya etkileyicilerine duyulan güvenin marka algısı ve tüketici satın alma davranışına etkisi. *Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Bilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*, 8(19), 27–41.
- Tancan, B. N. (2022). Aile içi iletişimin bireyin gelişimine etkisi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Teke, S. (2014). Dönüşen anneliğe yönelik netnografik bir analiz: Blogger anneler. *Milli Folklor Dergisi*, 26(103), 32-47.
- Tekindal, M., & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-172.
- Tekindal, M., & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlilik: Guba ve Lincoln kriterleri bağlamında bir değerlendirme. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-172.
- Timurturkan, M. (2019). Ebeveynlik ve dijital dünya: Annelik üzerine yaratılan yeni temsiller ve dayanışma örüntüleri. *Mediterranean Journal of Humanities*, 9(1), 315-333.
- TÜBİTAK. (t.y.). *Sosyal öğrenme ve model alma*. TÜBİTAK Ansiklopedi. https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/sosyal_ogrenme_ve_model_alma
- TÜİK. (2022). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2022. Türkiye İstatistik Kurumu. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587)
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Yağcı, S. (2019). Fenomen pazarlama (influencer marketing): Dijital pazarlamanın kanaat önderleri üzerine araştırma. (Yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi).

Yazıcı, T., & Özel, M. (2017). Sosyal medyada anneliğin eğitim ve etkileşim boyutu: Instagram üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1715–1730.

Yıldırım, A. (2021). Nitel araştırma yöntemleri. TÜBİTAK Sosyal Bilimler Ansiklopedisi.



EKLER

EK A

ETİK KURUL KARARI

Evrak Tarih ve Sayısı: 07.05.2025-57007



T.C.
İBN HALDUN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurulu Başkanlığı



Sayı : E-71395021-050.04-57007
Konu : Etik Kurul Kararı - Selin GÜÇLÜ

07.05.2025

İLGİLİ MAKAMA

Kurulumuza başvuran Selin GÜÇLÜ'nün, "Sosyal Medya ve Influencer Paylaşımlarının Ebeveynlerin Çocuk Yetiştirme Anlayışlarına Etkisi" isimli projesi; amaç, araştırma türü, veri toplama araçları, süreç ve işlemler, veri analizleri dikkate alınmak suretiyle 25.04.2025 tarihinde değerlendirilerek 2025/05-11 karar numarası ile etik açıdan uygun bulunmaktadır.
Bilgilerini ve gereğini arz/rica ederim.

Prof. Dr. Alev ERKİLET
Başkan

EK B

BİLGİLENDİRME VE ONAM FORMU

Sizi “*Sosyal Medya Ve Influencer Paylaşımlarının Ebeveynlerin Çocuk Yetiştirme Anlayışlarına Etkisi*” başlıklı bir **araştırmaya** davet ediyoruz. Bu araştırmaya katılıp katılmama kararını vermeden önce, araştırmanın neden ve nasıl yapılacağını bilmeniz gerekmektedir. Bu nedenle bu formun okunup anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Aşağıdaki bilgileri dikkatlice okumak için zaman ayırınız. İsterseniz bu bilgileri aileniz ve/veya yakınlarınız ile tartışınız. Eğer anlayamadığınız ve sizin için açık olmayan şeyler varsa, ya da daha fazla bilgi isterseniz bize sorunuz.

Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama hakkına sahiptir. **Formda yer alan onam kısmını olumlu işaretlemeniz, gönüllü olarak ve rıza göstererek çalışmayı katıldığınızı** gösterecektir. Size verilen **formlardaki** soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır.

Katılmak İstiyorum **Katılmak İstemiyorum**

Sorumlu Araştırmacının;

Adı Soyadı: Selin GÜÇLÜ

Tarih:

İmza:

EK C

GÖRÜŞME/MÜLAKAT SORULARI

Görüşme sağlanacak ebeveynlere yönelik aşağıdaki sorular hazırlanmıştır.

1. Çocuk yetiştirme ile alakalı içerikler ile kasıtlı veya rastlantısal olarak sosyal medyada karşılaşıyor musunuz? Takip ediyorsanız, örneğin ortalama bir gün veya haftada kaç saat kasıtlı veya rastlantısal takip etmektesiniz?
2. Sosyal medyada çocuk yetiştirme ile ilgili içeriklerle karşılaştığımızda neler hissediyorsunuz? Bu içerikler ebeveynlik anlayışımızı değiştirmeye ve önerileri hayatınıza entegre etmenize neden oluyor mu?
3. Sosyal medyada influencer'ların çocuk yetiştirme önerilerine ne kadar güveniyorsunuz?
4. Sosyal medya üzerindeki ebeveynlik içerikleri, kendinizi yeterli veya yetersiz hissetmenize neden oluyor mu? Bu durum çocuklarınızla olan ilişkinizi nasıl etkiliyor?
5. Sosyal medyada sıkça karşılaşılan “mükemmel ebeveynlik” içerikleri üzerinizde baskı yaratıyor mu? Bu tür içeriklere nasıl tepki veriyorsunuz?
6. Sosyal medya, toplumun ebeveynlik konusundaki beklentilerini nasıl şekillendiriyor? Bu beklentiler sizin üzerinizde nasıl bir etki yaratıyor?
7. Çocuk yetiştirme konusundaki sosyal medya paylaşımlarını ele alırken, hangi tür içerikleri eleştiriyorsunuz? Size yapay veya zorlayıcı gelen örnekler var mı?
8. Influencer'ların çocuk yetiştirme önerileri sizin aile içindeki ilişkilerinizi (eş, büyük aile ile vb.) veya çocuklarınızla olan etkileşimlerinizi nasıl etkiliyor? Örnek paylaşabilir misiniz?

ÖZGEÇMİŞ

Ad ve Soyad:

Selin Güçlü

İletişim Bilgileri:

E-posta (1):

E-posta (2):

Eğitim:

2012 – 2016 Okul Öncesi Öğretmenliği, Atatürk Üniversitesi, Türkiye

2022 – 2025 Eğitim Kurumları İşletmeciliği Yüksek Lisans, İbn Haldun Üniversitesi, Türkiye

İş Deneyimi:

2020 – Halen Milli Eğitim Bakanlığı/ Okul Öncesi Öğretmeni