



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Berre ALTAŞ

TÜKETİM TOPLUMUNDA ANNELİĞİN YENİ GÖRÜNÜMLERİ

Sosyoloji Ana Bilim Dalı  
Doktora Tezi

Antalya, 2018



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Berre ALTAŞ

TÜKETİM TOPLUMUNDA ANNELİĞİN YENİ GÖRÜNÜMLERİ

Danışman

Prof. Dr. Nurşen ADAK

Sosyoloji Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2018

Akdeniz Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Berre ALTAŞ'ın bu çalışması jürimiz tarafından Sosyoloji Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Serap SUĞUR (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Nurşen ADAK (İmza)

Üye : Prof. Dr. Esra Burcu SAĞLAM (İmza)

Üye : Doç. Dr. Emine UÇAR İLBUĞA (İmza)

Üye : Doç. Dr. Gönül DEMEZ (İmza)

Tez Başlığı: Tüketim Toplumunda Anneliğin Yeni Görünümleri

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 20/06/2018

Mezuniyet Tarihi : 16/07/2018

(İmza)  
Prof. Dr. İhsan BULUT  
Müdür

## **AKADEMİK BEYAN**

Doktora Tezi olarak sunduğum “Tüketim Toplumunda Anneliğin Yeni Görünümleri” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

**Berre ALTAŞ**





**T.C.**  
**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU**  
**BEYAN BELGESİ**



**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE**

<b>ÖĞRENCİ BİLGİLERİ</b>	
<b>Adı-Soyadı</b>	<b>Berre ALTAŞ</b>
<b>Öğrenci Numarası</b>	<b>20135224002</b>
<b>Enstitü Ana Bilim Dalı</b>	<b>Sosyoloji</b>
<b>Programı</b>	<b>Doktora</b>
<b>Programın Türü</b>	<b>( ) Tezli Yüksek Lisans ( X ) Doktora ( ) Tezsiz Yüksek Lisans</b>
<b>Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı</b>	<b>Prof. Dr. Nurşen ADAK</b>
<b>Tez Başlığı</b>	<b>Tüketim Toplumunda Anneliğin Yeni Görünümleri</b>
<b>Turnitin Ödev Numarası</b>	<b>980529534</b>

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 237 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 05/07/2018 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 3

alıntılar dahil % 13'tür.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

( ) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

**Gerekçe:**

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

05/07/2018

(imza)

Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı  
Prof. Dr. Nurşen ADAK

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iv
SUMMARY.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
ÖNSÖZ.....	vii

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### GELENEKSELDEN MODERNE ANNELİK VE DEĞİŞEN ANLAMI

1.1. İçgüdüsel Annelikten Toplumsal Olarak Şekillenen Anneliğe.....	1
1.1.1. Doğal ve Toplumsal Boyutuyla Annelik.....	1
1.1.2. Cinsiyete Dayalı İşbölümü ve Annelik.....	4
1.1.3. Kutsal Bir Görev Olarak Annelik.....	7
1.2. Değişen Görünümüyle Tarihsel Süreçte Annelik.....	8
1.3. Annelik İdeolojisi ve İdeal Anne Üzerine.....	15
1.4. Gelenekselden Moderne Aile ve Annelik.....	22
1.5. Günümüzde Annelik Türleri ve Annelikle İlgili Popüler Kavramlar.....	28
1.6. Anneliğin Kadın Üzerindeki Etkisi.....	33
1.7. Anne Olmaya Yönelik Değişen Tutumlar.....	38

### İKİNCİ BÖLÜM

#### TÜKETİM VE ANNELİKLE İLGİLİ TÜKETİM PRATİKLERİ OLARAK ARMAĞANLAŞMA VE KUTLAMALAR

2.1. Tüketim Tanımı ve Değişimi.....	46
2.2. Tüketim Kültürü.....	49
2.3. Tüketim Toplumu.....	52
2.4. Tüketici Davranışı ve Tüketim Kararlarına Etkileri.....	53
2.5. Tüketici Olarak Anne ve Anneliğin Sınayıcısı Olarak Tüketim.....	55
2.6. Armağan Üzerine.....	63
2.7. Annelik ve Yeni Doğan Bebekle İlgili Ritüel, Kutlama ve Armağanlaşmaya İlişkin Geleneksel Uygulamalar.....	67
2.7.1. Lohusa Ziyareti.....	69
2.7.2. Ana Gecesi.....	69
2.7.3. Kırklama.....	70
2.7.4. Diş Bulguru (Diş Hediği, Diş Buğdayı).....	71

2.7.5. Ad Verme .....	72
2.7.6. Saç Kesme .....	72
2.7.7. Doğum Günü .....	72
2.8. Annelik ve Yeni Doğan Bebekle İlgili Ritüel, Kutlama ve Armağanlaşmaya İlişkin Modern Uygulamalar .....	73
2.8.1. Baby Shower Partisi .....	75
2.8.2. Hastane Süsleme Organizasyonu .....	77
2.8.3. Lohusalık ve Bebek Armağanları .....	77
2.8.4. Doğum Günü Kapsamında Hazırlanan İlk Yaş Hediyelekleri .....	77
2.8.5. Pasta Patlatma.....	78

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Gösterişçi (Kıskandırıcı) Tüketim .....	79
3.2. Nispi Gelir Hipotezi (Duesenberry Kuramı).....	83
3.3. Trickle-Down (Süzülme) Kuramı .....	83
3.4. Geri Kalmama Etkisi - Sürüye Katılma Talebi (Bandwagon Etkisi).....	84
3.5. Snob Etkisi (Züppe Etkisi).....	85
3.6. Görelî Yoksunluk ve Tüketim .....	85
3.7. Annelerin Tüketim Tercihlerine İlişkin Kavramsal Çerçeve.....	87
3.7.1. Kültür Endüstrisi .....	87
3.7.2. Moda.....	89
3.7.3. İmaj.....	90
3.7.4. Kimlik.....	91
3.7.5. Yeni Kültür Aracıları.....	93
3.7.6. Yaşam Tarzları .....	94
3.7.7. Hazcı (Hedonist) Tüketim .....	95

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### ARAŞTIRMA DENEYİMİ, YÖNTEMİ VE BULGULAR

4.1. Çalışma Konusu Seçilme Nedenleri, Sorunsalları ve Argümanları.....	96
4.2. Araştırmanın Yöntemi, Uygunluğu ve Sınırlılıkları .....	99
4.2.1. Araştırma Sahası ve Katılımcılar.....	103
4.2.2. Veri Toplama ve Değerlendirme Süreci.....	104

4.2.3. Saha Süreci .....	108
4.3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri.....	112
4.4. Annelik Deneyimine İlişkin Bulgular .....	113
4.4.1. Anneliğe İlişkin Beklentiler ve Annelik Deneyimi .....	113
4.4.2. İdeal Anne ve İdeal Anne Yapılanmasında Etkisi Olan Unsurlara İlişkin Bulgular .....	122
4.4.3. Anneliğin Toplum İçindeki Yeri ve Sınıflandıran İçeriği Üzerine Bulgular	124
4.5. Annelik ve Tüketim İlişkinine Ait Bulgular.....	128
4.5.1. Annelikle Birlikte Tüketimi Değiştiren Nedenlere İlişkin Bulgular .....	131
4.5.2. Annelerin Farklılaşan Tüketim Pratiklerine İlişkin Bulgular .....	132
4.5.3. Annelerin Tüketim Kararları Üzerindeki Olası Baskıya İlişkin Bulgular ....	134
4.6. Annelik ve Çocuk Ekseninde Gerçekleşen Kutlama ve Armağanlaşma Pratiklerine İlişkin Bulgular.....	135
4.6.1. Annelerin Kutlama ve Armağanlaşma Pratiklerinden Haberdar Olma ve Gerçekleştirilen Kutlama, Armağanlaşma Ritüelleri.....	136
4.6.2. Annelerin Kutlama ve Armağanlaşma Ritüellerine Bakışına ve Bu Pratikleri Gerçekleştirme Nedenlerine İlişkin Bulgular .....	141
4.6.3. Kutlama ve Armağanlaşma Pratiklerinin Yarattığı Olası Baskıya İlişkin Bulgular .....	152
4.6.4. Kutlama ve Armağanlaşma Pratikleri Bağlamında Annelikte Ayrım.....	154
4.6.5. Geleneksel ve Modern Kutlama ve Armağanlaşma Pratikleri .....	155
4.7. Sosyal Medyanın Annelik, Tüketim ve Kutlama ve Armağanlaşma Pratikleri Üzerindeki Etkisi .....	158
<b>SONUÇ .....</b>	<b>165</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>179</b>
<b>EK 1- Meksika'da Babyshower .....</b>	<b>209</b>
<b>EK 2- Görüşme Formu Örneği .....</b>	<b>211</b>
<b>EK 3- Genel Katılımcı Profili .....</b>	<b>214</b>
<b>EK 4- Örnek Görüşme .....</b>	<b>215</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>221</b>



## ÖZET

İlk bakışta içgüdüsel ve doğal bir süreç olarak görülebilecek annelik aslında toplumsal değer ve normların etkisiyle sosyal olarak inşa edilir. Bu bağlamda anneliğe yüklenen anlamda zaman içerisinde toplumlar ve toplumsal değer ve normlar değiştikçe farklılık gösterir. Her toplumda anneliğe ilişkin değer ve normların değişkenliği farklı “ideal annelik”lerin oluşmasına katkı sunar. Günümüzde anneliğin tanımlanması ve sosyal olarak inşa edilmesine etki eden önemli faktörlerden birisi de tüketimdir. Buradan hareketle bu doktora çalışmasının temel amacı, hem çocuk bakım pratikleri hem de annelik ile ilgili kutlama ve armağanlaşma pratikleri üzerinden anneliğin nasıl yeniden tanımlanarak üretildiğini anlamaya çalışmaktır.

Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada Antalya’da yaşayan annelere kartopu tekniği ile ulaşılmış ve amaçlı örnekleme tekniğiyle belirlenen 50 anneyle derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşülen kadınların annelik rolü ile birlikte yeni deneyimler yaşadıkları gözlenirken hamilelik ve çocuk sahibi olduktan sonra tüketim alışkanlıklarının da değiştiği, kadınların hem çocuk bakımı hem de armağanlaşma konusunda farklı tüketim kalıplarını benimsedikleri anlaşılmıştır.

Kadınların annelik ve çocuk ekseninde gerçekleştirdikleri kutlama, armağanlaşma pratiklerinin bazı noktalarda geleneksel yöntemlere yaklaşırken bazı noktalarda geleneksel pratiklerden uzaklaştığı anlaşılmıştır. Geleneksel (loğusa gecesi, ana gecesi, kırklama, diş bulguru, ad verme, saç kesme, doğum günüdür) ve modern kutlama ve armağanlaşma pratikleri (babyshower partisi, hastane odası süsleme organizasyonu, lohusalık ve bebek armağanları, doğum günlerinde hazırlanan armağanlar, pasta patlatma) ele alındığında bu uygulamaların törensel boyutu ve gerekçeleri benzerken, içeriklerinin farklılaştığı gözlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen verilere göre kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin günümüzde anneliğin inşasında yadsınamayacak bir etkiye sahip olduğu ve tüketim kültürü içerisinde farklı iş alanlarının oluşmasına katkı sunduğu belirtilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Annelik, Tüketim, Kutlama, Armağanlaşma.

## SUMMARY

### NEW APPEARANCES OF MOTHERHOOD IN CONSUMER CULTURE

Motherhood is a social construct which can be regarded as an instinctive and a natural process at first side, though. Within this context, the meaning attributed to motherhood changes in the course of time as societies, social values and norms change, as well. The fluidity of values and norms concerning motherhood leads to several forms of “ideal motherhood”. Nowadays, one of the important factors which defines motherhood and contributes to its reconstruction is consumerism. In the light of the above considerations, the primary purpose of this dissertation is to understand the reconstruction of motherhood through both child care practices and celebration and gift exchanges with regards to motherhood.

In-depth interviews with fifty women are carried out in Antalya via snowball sampling. It is seen that the women interviewed have new experiences upon “being a mother” and they internalize different patterns of consumption regarding both child care and gift exchange as their consumption habits have changed after pregnancy and having a baby.

It is inferred that the practices of celebration and gift exchange in the context of motherhood and baby have some similarities and differences with traditional practices. When traditional (*postpartum night, name giving, hair cutting, birthday party, ana gecesi, kirklama, diş bulguru*) and moderns practices of celebration and gift exchange (*baby shower parties, decorating hospital room, gifts for babies and postpartum women, birthday gifts and blasting birthday cakes*) are taken into consideration, it is observed that the contents of the practices are differentiated while the ritual aspect of and the reasons behind these practices are similar.

In the light of the findings gathered through the research, it can be stated that the practices of celebration and gift exchange have nowadays an undeniable impact on the reconstruction of motherhood and contribute to various fields of work to develop in consumer culture.

**Keywords:** Motherhood, Consumption, Celebration, Gift Exchange.

## TEŞEKKÜR

Araştırmanın konu seçiminden, yazımına kadar her aşamasında değerli bilgisini, özenli ilgisini, çok kıymetli zamanını, araştırma konum dâhilindeki tüm bilgi ve kaynakları tarafıma aktaran cömertliğini, güler yüzünü, içtenliğini esirgemediği ve bir danışmandan çok daha fazlası olduğu için kıymetli danışmanım Prof. Dr. Nurşen ADAK' a;

Araştırmama görüşleri, önerileri ve bakış açıları sayesinde yön vermemi ve olgunlaştırmamı sağladıkları için değerli hocalarım Doç. Dr. Gönül DEMEZ' e ve Doç. Dr. Emine UÇAR İLBUĞA' ya;

Ona ayırmam gereken zamanı çaldığım için yaşadığım suçluluk duygusunu mis kokusuyla bertaraf ettiği, ders aşamamın son döneminde karnımı, tez aşamamın ilk döneminde kucağımı daha sonra yanı başımı şenlendirdiği, elleri klavyemi, boya kalemleri notlarımı renklendirdiği, bitmeyen bir enerji verdiği ve anneliği içselleştirmemi sağladığı için canım kızım Beste ALTAŞ' a;

Her zaman sırtımdaki el oldukları, beni yüreklendirdikleri, üstün ebeveynliklerine ilaveten tez çalışmama zaman ayırabilmem için gerçekleştirdikleri üstün anneanne ve dedelik sayesinde gücüme güç kattıkları için kıymetlim annem Hülya ÜNAL ve kahramanım babam Gürcan ÜNAL' a;

Bilkent Üniversitesi kütüphanesini ayaklarıma kadar getirdiği ve beni her daim motive etmeyi başardığı için karındaşım Berkan Orhan ÜNAL' a;

Tez sürecimi titizlikle takip ettikleri ve desteklerini, güzel temennilerini esirgemedikleri için değerli kayınvalidem Mualla ALTAŞ' a ve kayınpederim Necati ALTAŞ' a; çalışmama katıldıkları, görüşmeler sürecinde samimiyetle yüreklerini açtıkları için görüştüğüm tüm annelere; annelere ulaşmam konusunda destek ve önerilerini içtenlikle paylaştığı için kıymetli kadın doğum doktorum Dr. Sevgül ŞAHİN' e;

Desteklerini esirgemedikleri, hem akademik hem de sosyal anlamda yanımda oldukları, beni yüreklendirdikleri, dualarını esirgemedikleri için Hasan ŞAHİN' e ve ERSÖZ ailesinin tüm fertlerine; bu satırlarda emeği, desteği, iyi temennileri olan tüm kıymetli dostlarıma, akrabalarıma;

Var olduğu için eşim Erdem ALTAŞ' a;

Teşekkür, saygı, sevgi ve minnetlerimi sunarım. İyi ki varsınız, şanslısınız.

**Berre ALTAŞ**  
**Antalya, 2018**

## ÖNSÖZ

*“Önce ben”in ilke hâline geldiği bir uygarlıkta annelik bir meydan okuma, hatta bir çelişkidir.”*

ElisabethBadinter

Anne olmak kadın hayatında o denli köklü bir gelişime karşılık gelir ki; Nicolson (1999) kadınların annelikten sonra özlerini yeniden değerlendirmeleri gerektiğine değinmiştir. Ona göre kadınlar, annelikten önce kendilerini tanımladıkları çoğu etkeni anneliklerinden sonra ya kaybeder ya büyük oranda yitirir ya da değiştirmek durumunda kalırlar. Bu nedenle kadınlar, özerkliklerinin, fiziksel görünüşlerinin, cinselliklerinin, mesleklerinin, kimliklerinin ve diğer unsurların annelikten önceki halleriyle anne olduktan sonraki durumlarını yeniden değerlendirmelidirler. Dolayısıyla annelik kadının hayatında çok yönlü ve köklü bir değişime neden olmaktadır; bir kadının bedensel görünümü, kimlik duygusu ve sosyal ilişkileri çocuğu olduğunda farklılaşır. Bu açıdan bakıldığında anneliğin kadının hayatındaki belli noktaları yoksullaştıran bir yapısı olduğunu belirtmek mümkündür. Kadın anne olduktan sonra daha az sosyal, daha az seksi, daha az özgür ve daha az eski hayatındaki gibi olabilir. Çünkü Direk’ e göre (2009) çocuğun annenin bütün mevcudiyetini, zamanını, enerjisini talep eden bir yönü bulunmaktadır. Bu durum annenin hayatının, yaşanmışlıklarının, varlığının çocuk ile eşleşerek değişmesini ve kadının anne olmadan önceki hayatından uzaklaşmasını beraberinde getirmektedir.

Yaşanan değişim annenin yeni hayatına alışmasını ve yeni rolüne ilişkin gereklilikleri öğrenmesini, özümsemesini zorunlu kılmaktadır. Stern, Stern ve Freeland (2013) anneliğin bu içeriğinin kimliksel bir dönüşüme doğru olduğunu belirtir. Onlara göre annelik, kadının psikolojik anlamda yeniden doğumunun nedenidir. Bu psikolojik doğumun annenin yeni rolüne ilişkin çelişkili duyguları fark etmesinden ve içselleştirme çabasından da etkilendiği düşünülebilir. Çünkü annelik birçok çelişkili duygunun aynı anda hissedilmesine neden olmaktadır. Aynı zamanda hem zor hem çok eğlenceli, hem yorucu hem huzur sağlayıcı, hem ruhsal doyuma kaynak olan hem de kendinize yabancılaşacağınız kadar kaygı eşiğinizi değiştiren bir rol olan annelik, Nisan 2015 de tarafımda da deneyimlenmiş ve adeta dünyanın merkezi, yaşamımdaki önce - sonra ayrımının belirleyicisi olmuştur. Öznel yaşanmışlıklarında düşünüldüğünde anneliğin öncelikle bir öğrenme ve alışma süreci olduğunu belirtmek mümkündür. Annelik kapsamında sürekli öğrenilenler ve yeniden yapılandırılanlar anneleri daimi bir adaptasyon sürecine mecbur kılmaktadır. Tüm bu

aşamaların yanında fiziksel bakım problemleri, doğum sonrasında annenin iyilik hali, çocuk bakımı ve büyütülmesinde alınan destek durumu, artan sorumluluk, ideal anne şekillenmesinin dinamik yapısı ve bu durumun yarattığı baskı gibi unsurlar anneliği, hayallerin tozpembeliğinden uzaklaştırmaktadır. Fakat tüm bunlara rağmen kadınlardan anne olmaları, annelik konusunda yalnızca olumlu duygular yaşamaları ve toplum tarafından tasvir edilen ideal anne profiline yaklaşmaları beklenmektedir.

Beck ve Gernsheim (2012) Kaufmann' ın (1982) söyleminden hareketle günümüzde ailenin ama özellikle annenin tarihte eşi benzeri görülmemiş bir çocuk yetiştirme baskısı altında olduğunu vurgularlar. Onlara göre 20. yüzyılın ebeveynlerine,annelerine "yetiştirme çılgınlığı" (1982: 229) denebilecek bir virüs bulaşmıştır. Yetiştirme çılgınlığının temel gerekliliği ise gittikçe artan bir oranda sorumluluk ilkesi çerçevesinde hatasız, kusursuz bir ebeveynlik ama daha çok annelik gerçekleştirme pratiğidir. Bu bağlamda annelik zorlaşmış, karmaşıklaşmış, anne olma yaşı artmış ve tek çocuklu ailelerin sayısı gittikçe çoğalmaya başlamıştır. Bu duruma anneler açısından yaklaşan Gündüz (2017) "süper anne sendromu" (Aynı zamanda modern anne ve zorlanmış anne sendromu da denmektedir) kavramından hareketle günümüz annesiyle empati kurmamızı sağlar. Ona göre sahip olduğu her rolü kusursuz gerçekleştirmeye çabalayan annelerin yaşadığı durumun belirleyicileri Besser vd. (2010) tarafından artan toplumsal rol, beklenti ve sorumluluklar, modern şehir hayatının güçlükleri ve annelik olgusunun sosyal tanımı olarak değerlendirilir. Daha çok çalışan annelerin yaşama ihtimalinin yüksek olduğuna değinilen bu sendrom hem anneliğin kusursuz bir şekilde gerçekleştirilmesine hem de annenin diğer rollerinin gerektirdiklerini de eksiksiz olarak yerine getirmesine odaklanmaktadır. Bu bağlamda vurgulanması gereken, kadın üzerinden biçimlendirilmeye çalışılan idealin adeta bir "süper kahramanı" andırdığıdır. Hâkim koşullarca annelik ekseninde idealleştirilen eylemlerin, ürünlerin, hizmetlerin ve anneyi "kusursuzluğa" yaklaştıracaklarını vadeden diğer unsurların amaç haline gelen bir içeriği bulunmaktadır. Bu unsurların büyük bir kısmına ulaşmanın yolu ise tüketimle mümkün görünmektedir.

Tüketim annelik özelinde ele alındığında, O' Donohoe ve arkadaşlarının (2014) güncellenen pazarlama araç, teknik ve yöntemleriyle yaygınlaşan tüketim kültürünün anneler üzerinde baskı oluşturduğuna ilişkin fikirleri önemlidir. Onlara göre hâkim tüketim kültürü annelerin neyi önemsemeleri, nasıl davranmaları, niçin ilgili ürün, hizmet ya da uygulamaları tercih etmeleri gerektiğine dair özel imgeler oluşturmaktadır. Taylor' a (2004) göre bu durum çağdaş anneliği şekillendiren temel unsurlar arasındadır. Byström (2015) günümüzde yaşanan gelişmelerin etkisi ve kapitalist odakların desteğiyle, bebeklerin adeta metalaştığını ve bu

durum üzerinden çeşitli toplumsal değişimlerin yaratıldığını vurgulamaktadır. Ona göre bu yaşananlar bebeğin geçmişteki örneklerden farklı bir toplumsal kategoriye sahip olmasına ve çocuğun biyolojik doğumunun sosyal doğum ile bütünleşmesine neden olmaktadır.

Günümüzde tüketimin tüm bu içeriklerinin gözlemlenebileceği alanlardan birisi de annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma ritüelleridir. Tez çalışması kapsamında tüketim toplumunda kutlama ve armağanlaşma ritüelleri ele alınacaktır. İlgili kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin hızla artması, ticarileşmesi ve toplumun çoğu kesimi tarafından kabullenilip uygulanması geç kapitalizminin kültürel mantığına denk düşmektedir. Dolayısıyla bu süreç sonucunda da anneler, babalar ve sevgililer günü gibi tüketim kültürü çerçevesinde kapitalizme hizmet eden günlere ve o günlerdeki mevcut armağanlaşma ritüellerine ilave olarak annelik ve çocuk çerçevesinde de çeşitli günler, kutlama ritüelleri ve armağanlaşma pratikleri eklenmiştir. Bu pratikler lohusa mevlidi, diş buğdayı, ilk yaş kutlaması şeklinde geleneksel uygulamaların bir devamı olduğu gibi gender parti, süttan kesme partisi, babyshower partisi, hastane odası süslemesi, pasta patlatma, 6 ay kınası gibi yeni ve modern içeriklerle de ortaya çıkmıştır.

Byström' a (2015) göre anlam yüklenmiş sembollerle yapılandırılan sembolik eylemler ritüel olarak karşılanmaktadır. Ona göre ritüeller insan tutumlarını etkileme, dönüştürme gücüne sahiptir. Bu bağlamda annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen ritüellerin sembolik yapısının armağanlar olarak karşılanabileceği düşünülebilir. Günümüzde gerçekleştirilen kutlama ritüellerinin beraberinde getirdiği armağanlaşma pratikleri de araştırma kapsamında irdelenmiş, geleneksel ritüellerde misafirlere sunulan ikramlıklardan ibaret olan "kutlama armağanı" algısının günümüzde geçirdiği dönüşüm ayrıca incelemeye tabii tutulmuştur.

Annelerin rollerine ilişkin öznel değerlendirme ve yaşanmışlıklarını, tüketime ve kutlama - armağanlaşma pratiklerine ilişkin kişisel anlatılarını sunan bu tez çalışması, anneliğe ilişkin, tüketim alışkanlıklarına ve gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratiklerine dair doğru ve ideal bilgi sunmaktan sakınarak, her annenin deneyim ve tecrübelerini kişiye özelliği ve biricikliği üzerinden ele almayı hedeflemektedir. Tez çalışması kapsamında annelerin anneliği, çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma ritüellerini, bu ritüeller kapsamında gerçekleştirdikleri tüketim pratiklerini ve nedenlerini detaylı bir şekilde çözümleyebilmek için 50 anne ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların seçiminde annelerin mevcut kutlama ve armağanlaşma ritüellerinden en az birini gerçekleştirmiş, farklı eğitim ve gelir düzeyine sahip olmalarına ve en son gerçekleştirdikleri doğum üzerinden en çok 3 yıl geçmiş olmasına dikkat edilmiştir.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması neticesinde yarı yapılandırılmış bir mülakat formu hazırlanmıştır. Mülakat formu üç ana başlık(Annelik tecrübesine ilişkin deneyimler, annelik ve tüketim ilişkisine dair deneyimler, annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratiklerine ilişkin deneyimler) ve bu başlıkları irdellemek için oluşturulan alt başlıklar şeklinde tasarlanmıştır. Derinlemesine görüşmeler katılımcı anneler tarafından seçilen mekânlarda ses kayıt cihazı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Hiçbir şekilde müdahale edilmeden deşifre edilen görüşmeler çalışmanın kuramsal ve kavramsal çerçevesinden hareketle çözümlenmeye çalışılmıştır.

Anneliğin tüketim kararlarını değiştirdiği ve bir tüketim alanı olarak kutlama-armağanlaşma pratiklerinin anneliğin güncel inşasına katkı sağladığı odağına sahip tez çalışması dört ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde geçmişten günümüze anneliğin inşasına ve bu doğrultuda anneliğin kutsallığını, içgüdüsellliğini ve toplumsallığını savunan argümanlara yer verilmiştir. Ayrıca ideal anne yapılanmasına yönelik kabuller, aile içinde annenin konumu, günümüz koşullarında ortaya çıkan annelik türleri, anneliğin kadın üzerindeki etkisi ve anne olmaya yönelik değişen tutumlar da çalışmanın ilk bölümünde irdelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde tüketim toplumunda annelik ve bir tüketim şekli olarak kutlama ve armağanlaşma pratikleri incelenmiştir. Touraine' e (2016) göre batı ideolojisinin iktisadi biçimi olan kapitalizmin öğütlediği "tüket" mantığının süregelen toplumsal öğütlerle çelişen bir yönü bulunmaktadır. Bu durumun geçmişten bugüne tüketim kalıplarının değiştirdiği kabulünden hareketle tüketimin değişimi ve bu değişimin tarihsel evreleri üzerinde durulmuştur. Zaman içinde adeta bir erdem olarak tutumluluğun değil, tüketimin algılanmaya başladığı kabulü tüketim toplumu ve tüketim toplumunun içselleştirdiği tüketim kültürünün etraflıca incelenmesine neden olmuştur. Yaşanan değişim içinde tüketicinin de algıları değişmiş ve bölüm dâhilinde tüketici davranışı da ele alınmıştır.

Ayrıca ikinci bölümde kutlama ve armağanlaşma pratiklerine de yer verilmiştir. İlk olarak armağan kavramı ele alınmış, armağanlaşmanın toplumdaki yeri ve işlevi incelenmiş, armağanın ve armağanlaşma eyleminin yaşam seyrinde geçirdiği değişim irdelenmiştir. Bu bölümün ikinci kısımda benzer bir perspektifle kutlama eylemleri üzerine odaklanılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle annelik ve çocuk ekseninde gerçekleştirilen kutlama ritüellerine tarihsel bir perspektifle yaklaşılmış geleneksel dönemlerde gerçekleştirilen pratikler alt başlıklar şeklinde irdelenmiştir. Çalışma kapsamında geleneksel kutlama ritüelleri; lohusa ziyareti, ana gecesi, kırklama, diş buğdayı, ad verme, saç kesme ve doğum günü olarak detaylandırılmıştır. Ardından annelik ve çocuk eksenindeki kutlama ritüelleri günümüz şartlarından hareketle,

analiz edilmiştir. Günümüzde anneler tarafından gerçekleştirilen modern kutlama ritüelleri ise; babyshower partisi, hastane odası süsleme organizasyonları, lohusalık ve bebek armağanları, doğum günü ve pasta patlatma olarak çalışmaya yansıtılmıştır.

Tezin üçüncü bölümü çalışmanın kuramsal ve kavramsal çerçevesine ayrılmıştır. Anneler Bauman ve Baudrillard gibi düşünörlere göre “maddi ihtiyaçlarını ikincilleştirerek” bir tüketim gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla güncel koşullarda egemen olan tüketim şekli maddi, temel, fizyolojik ihtiyaçları karşılamaktan uzaklaşmış ve farklı dinamiklerce biçimlenmeye başlamıştır. Bu sebeple annelerin tüketime, bir tüketim alanı olarak kutlama – armağanlaşma pratiklerine yaklaşımı çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturan kavramlar özelinde incelenmiş ve bu kavramların kutlama, armağanlaşma pratiklerine yansımaları çözümlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda temel kavramlar; kültür endüstrisi, moda, imaj, kimlik, yeni kültür araçları, yaşam tarzları, hedonist tüketimdir. Çalışmada gösterişçi tüketim, trickle-down (süzölme), bandwagon (geri kalmama – sürüye katılma) etkisi, snob (züppe) etkisi, görelî yoksunluk kuramlarına ve nisbi gelir hipotezine annelerin tüketim davranışların açıklamak için odaklanılmıştır.

“Araştırma Deneyimi, Yöntemi Ve Bulgular” başlığı tez çalışmasının dördüncü ve son bölümünü oluşturmaktadır. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada araştırma bulguları sunulmadan önce çalışma konusunun seçilme nedenleri, araştırma sorunsalı ve argümanları anlatılmış, araştırma yöntemi ve çalışmanın sınırlılıkları belirtilmiştir. Ardından çalışmada kullanılan nitel araştırma yöntemine ilişkin yaklaşımlar, derinlemesine görüşmelerin gerçekleştirilme süreci, araştırmacı-saha etkileşimi gibi veri toplamaya ve analize ilişkin süreçler detaylandırılmıştır. Dördüncü bölüm araştırma bulgularının sunulması ile tamamlanmıştır. Bu bağlamda elde edilen bulgular öncelikle anneliğe daha sonra annelik ve tüketim ilişkisine, son aşamada da annelik ve çocuk ekseninde gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratiklerine ilişkin bulgular olarak ayrı ayrı incelenmiştir.

Tez çalışması araştırmanın bir bütün olarak değerlendirildiği, sonuç bölümüyle tamamlanmıştır.



## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **GELENEKSELDEN MODERNE ANNELİK VE DEĞİŞEN ANLAMI**

#### **1.1. İçgüdüsel Annelikten Toplumsal Olarak Şekillenen Anneliğe**

Anneliğin içgüdüsel olduğu düşüncesi tüm kadınlar tarafın rolün sahiplenilmesi, gerçekleştirilmesi, çocuk bakımının kadın tarafından üstlenilmesi gerektiğine dair beklentileri biçimlendirmektedir. Bu beklentiler bir süre sonra annelik yetilerinin kadına verilmiş olduğu söylemlerinin üretilmesine ve çocuk bakımının, sorumluluğunun anne ile bütünleşmesine neden olmaktadır.

Anne olmak insanın sürekliliği için gerçekleştirilen bir davranış olduğu gibi bir dönüm noktası, bir ayırım, bir değişim olarak da karşılanabilmektedir. Baherirad (2016) annelik sürecinde yaşanan bu değişimin nedenini biyolojik anneliğin bitişi ve toplumsal anneliğin başlangıcı ile açıklamaktadır. Benzer bir şekilde Miller' e (2010) göre de kadınların anne olarak yaşamlarını sürdürdükleri bağlamlar toplumsal olarak inşa edilen, tarihsel olarak spesifik ve kültürel olarak değişken bağlamlardır. İçerimleri ait olduğu kültürle bütünleşmiş olan bu bağlamlar anne olmayı, anneliğe yaklaşımı ve annelik algısını şekillendiren unsurlardır.

#### **1.1.1. Doğal ve Toplumsal Boyutuyla Annelik**

Geleneksel değerler çerçevesinde kadın olmanın bir gereği olarak görülen anneliğe geçiş kadın için hamilelikle başlayan karmaşık, çelişkili duygu ve tutumları içerisinde barındıran ve birçok faktör tarafından etkilenecek kadının hayatında köklü değişikliklere neden olan bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Aslında kadın olmak hamile olmasanız dahi potansiyel anne adayı olarak birçok beklenti, norm ve değerle yüzleşmenize neden olmakta davranışlarınız, becerileriniz alışkanlıklarınız gözetim altında tutulmaktadır.

Çoğu kadın tarafından deneyimlenen, şahitlik edilen, gözlemlenen annelik serüveni düşünüldüğünde; bireylerin her zaman "anne" ve "annelik" üzerine söylenecek sözü olduğunu belirtmek mümkündür. Çünkü anneliğin doğası Donath' ın (2015) da vurguladığı gibi kadınların salt bireysel deneyimlerinden değil, çoğu kadın tarafından ortak olarak üretilen unsurların iç içe geçmesi ile oluşmaktadır. Bu bağlamda dış çevrenin de desteklediği anneliğe ilişkin sosyal yapılar, kadınların anne olma deneyimlerini besler niteliktedir (The Voice Group; Prothero ve diğerleri, 2010). Bu açıdan bakıldığında "Anne" kelimesi çoğunlukla her kişi tarafından tanımlanabilir bir özelliğe sahiptir.



beceriler gibi unsurların ön plana çıkarılarak çocuk bakma ve yetiştirmeyi tamamen anneye ait görenlerin sayısının azımsanmayacak boyutta olduğu belirtilebilir. Hatta anneliğin içgüdüsel olduğu inanisında olan kişilere göre bu durum bebeğin doğumu ile kendisini gösterir. Bu başlangıç kadın hayatında öylesine bağlayıcıdır ki; Mitchell' e göre ilk önce emzirme ile anne yoğun bir kendini gerçekleştirme ve yetkin bir ilişki yaşamaya başlar, bir süre sonra ise annelik bir hayat tarzına, kadının bütünsel benliğini dışa vurma aracına dönüşür (2006: 67). Hager ise kendi deneyiminden hareketle anneliğin içgüdüsellğine şu şekilde yaklaşır; "Anneliği öğrenmek zorunda değilsiniz çünkü adeta üzerinize basılmış bir parçanız, bir çocuğa bakıyor, endişeleniyor ve kendinizi ona yakın hissediyorsunuz" (2011: 35). Dolayısıyla ilk etapta daha çok çocuğun bakım pratikleriyle ilişkilendirilen annelik bir süre sonra bir yaşam biçimine dönüşmektedir.

Anneliğin toplumsal ve sosyo-kültürel boyutlarına vurgu yapan tanımlar (Eisenstein, 1994: 247-248; Uluğtekin, 2002: 4; Hryciuk, 2010; Parmaksız, 2012; Miller, 2010: 33) ise anneliğin bireysel bir süreç olmadığına, anneliğin çok boyutlu yapısına, dinamik yönüne, kültürel içerimlerine, çocuğun anneye muhtaçlığına ve annenin sadece fizyolojik değil psikolojik ihtiyaçları da karşılama yükümlülüğüne değinerek anneliği tanımlamaya çalışmışlardır. Bu tanımlardan hareketle de anneliği sosyal, toplumsal ve kültürel bağlamlarda inşa edilen, ilk etapta kişisel olarak başlayan ama gitgide evrenselleşen, çatışmayı da içeren ve her zaman bireye özel olandan daha fazlasına karşılık gelen bir yapıda açıklamak mümkündür. Benzer bir şekilde Miller kadının biyolojik doğasının gereği olarak görülen, bedensel bir deneyim şeklinde algılanan anneliğin aslında farklı kültürel içerimlere sahip ve doğumun ardından çocuğun çok yönlü, değişken ihtiyaçlarını karşılama ekseninde yapılan bir rol olduğunu belirtmektedir (2010: 33). Bu doğrultuda anneliğin adeta görev halini almış belli eylemleri bulunmaktadır. Hatta her ne kadar Uzel' e (2008) göre annelik içgüdüsel, biyolojik unsurları ya da toplumsal, sosyal ve kültürel unsurları ön plana çıkararak tanımlansa da yapılan bu tanımların çoğu toplumsal olarak, annenin çocuğuna karşı yerine getirmesi gereken görevleri açıklamak için kullanılmaktadır. Dolayısıyla annelik hem içgüdüsel hem de toplumsal süreçleri olan ve bu boyutlarda ayrı deneyim ve duygu dünyasına sahip bir rol olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda annelik ideolojisini açıklamak hem biyolojik hem toplumsal hem de tarihsel bir perspektif gerektirmektedir. Anneliğin biyolojik yönü, içgüdüsel olup olmadığını, toplumsal yönü de toplumsal cinsiyet pratiklerini irdelemeyi gerekli kılmaktadır.

### 1.1.2. Cinsiyete Dayalı İşbölümü ve Annelik

*“Çocuk taşımak ya da çocuk emzirmek kadını geride bırakmıyor, kadını geride bırakan erkek egemen toplumun toplumsal hayatın böylesi gerekli etkinliklerine yüklediği anlamdır.”*  
Mary O'Brien

Annelikle ilgili diğer bir tartışma alanı da anneliğin toplumsal cinsiyetle ilişkisi üzerinedir. Bu noktada Veblen' in “ebeveynlik içgüdü” perspektifine değinmek yerinde bir çaba olarak görülmektedir. Onun bu yaklaşımına göre ebeveynlik içgüdü hissedene, anneliğe hazır olan ya da koşullarını uyumlaştırmış kadın ya da erkek bu pratikleri yapma yetisine sahip olacaktır. Burada önemli olan nokta tanımın “annelik içgüdü” değil “ebeveynlik içgüdü” olarak tanımlanmasıdır. Bu bakış babayı da sürece dâhil eden bir içeriğe sahiptir. Benzer bir şekilde Chodorow' a (1978) göre anneliğe yüklenen bütün işlevler aslında erkek tarafından da yapılabilecek niteliktedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde annelik içgüdüsünün değil anne ya da baba olma arzusunun çocuk bakımı hususunda körükleyici unsur olduğunu belirtmek mümkündür. Fakat bu noktada çocuk bakımına annenin ve babanın etkin katılımı ya da bu katılımın toplum tarafından onaylanma, beklenme derecesi farklılık göstermektedir. Anneliğin sadece çocuk bakımı ile ilişkilendirilen bir kavram olduğu varsayıldığında çocuğun birincil bakımı üstlenen babaların da anneleştikten söz etmek mümkün olur. Ancak Chodorow (1978) aynı örneği anne üzerinden yapılandığında görüntünün değiştiğini belirtmektedir, çünkü ona göre yüksek statülü bir mesleğe sahip olan kadın sosyal anlamda babalaşsa da kadının çocuğa babalık etmesinden söz etmek mümkün değildir. Bu yaklaşımdan hareketle anneliğin salt çocuk doğurma anlamına gelmediği, annenin aynı zamanda çocuğu sosyalleştiren ve bakan kişi olduğu da belirtilmelidir (Chodorow, 1978: 11). Dolayısıyla ebeveynlik eşit koşullarda başlamadığı gibi, eşit koşullarda da devam etmemektedir.

Çocuk bakımını kadın ve erkek arasında süregelen keskin bir görev paylaşımı unsuru olarak karşılamak mümkündür. Hakim' in (2014) belirttiği gibi, kamusal ve özel alanda iktidarı erkeklerden almak isteyen kadınlara rastlanılsa da, aile hayatında çocukların eğitimi ve yetiştirilmesi de dahil olmak üzere aynı şeyi kadınlardan talep eden erkeklere çok az rastlanır. Ona göre bu durumun sebebi geçmişten günümüze çocuk yetiştirmek, hamile kalmak ve ev işlerini üstlenmek gibi kadına ait olduğu düşünülen ve doğuştan varlığı kabul edilen cinsiyete dayalı işbölümüdür. Chodorow ise kamusal alandaki birincil konumlarından dolayı erkeklerin ikincil ebeveynlik rolünü üstlendiklerini belirtir (1978: 34). Oysa ki literatürde çocuk yetiştirmek, çocuğun çok yönlü ihtiyaçları ile ilgilenmek "ebeveynler" in görevi olarak anne ve babaya verilmektedir. Ancak gündelik hayatta çocuk bakımına ve çocuğa ilişkin birçok eylem süregelen geleneksel toplumsal cinsiyet şemaları ile uyumlu

olarak genellikle anneye bırakılmaktadır. Selçuk' a (Bilge Selçuk İle Söyleşi, 2015: 111) göre bu geleneksel öğretilerin sonucunda aile içinde rol gerekleri bölünmekte ve anne "anaç olan, besleyen, çocuğu koruyan, bakan, büyüten, sevgi gösteren, babaysa ekmek getiren, kural koyan, aileyi koruyan..." olarak konumlandırılmaktadır. Bu söylemden hareketle anne için normalleştirilen ve öğütlenen eylemler daha çok çocuk bakımına ve sorumluluğuna ilişkin olurken baba için evin maddi ihtiyaçlarını karşılamaya, daha kural koyucu, daha otoriter olmaya yönelik olarak yapılandırılmış olur. Bu yaklaşımlardan hareketle anneliğe ilişkin hâkim deterministik yaklaşımın babaların çocuk bakım ve yetiştirmesine ilişkin sorumluluklarını azaltırken çocuk bakımını sadece anneye ait kılma eğiliminde olduğunu belirtmek mümkündür.

Toplumun kadına bakışının bir sonucu olarak yorumlanabilecek anneliğe geçiş kadın için hamilelik süreciyle başlayan karmaşık, çelişkili duygular içeren ve sosyal, kültürel, iktisadi vb. birçok faktör tarafından etkilenecek kadının hayatında köklü değişim ve dönüşümleri beraberinde getiren bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Hamilelik ile birlikte anneliğin kadın üzerindeki dönüştürücü etkisinin en somut görünümü önce bedeninde gerçekleşmeye başlar; anne adayı tombul olmaktan keyiflidir, büyüyen karnı ile bedeni arasındaki uyumsuzluk belki de ilk defa hem kendisi hem de çevresi için mutluluk kaynağıdır. Toplumsal beklentileri de deneyimine yansıtan, bebeğini kucağına almaya hazırlanan kadın, bu süreçten sonra sağlıklı beslenmeli, durumuna uygun giyinmeli, sağlıklı alışkanlıklar edinerek zararlı alışkanlıklarından vazgeçmeli ve geleneksel ya da güncel, onaylanan yaklaşımların annelere öğütlediklerini gerçekleştirmelidir. Bu doğrultuda kadının beslenme, giyim, sosyalleşme tarzlarında yaşadığı dönüşümle beraber artık günümüzde ebeveynliğe hazırlık, pilates, yüzme, yoga, suda doğum, ve hamileler için üretilmiş çeşitli kurslara katılmayı benimseyebilir, bir doğum koçu ile anlaşabilir veya çocuğunu daha sağlıklı olarak dünyaya getirmek için çok yönlü ultrason taramalarına girmeyi tercih edebilir. Her toplum ve koşula göre değişen bu tercihlerin çeşitliliği ve kadın hayatında yarattığı değişimler Miller'e (2010) göre anne olmak için uygun hazırlanma biçimlerinin kültürel ve sosyal olarak şekillenip deneyimlendiğinin ve bu uygulamaların doğum öncesi dönemlere de yayıldığı bir göstergesidir.

Hamilelikle beraber kadının bedeninde başlayan değişim annenin davranışlarına, alışkanlıklarına, algılarına, yaklaşımlarına yayılmaya ve çeşitli çelişkiler yaratmaya başlar. Anneliğin bu çelişkili muhteviyatına çoğu çalışmada rastlanmaktadır (Donath,2015; Beauvoir, 1949; Rich, 1976). Bu çalışmalarda annelik sağladığı sosyal, duygusal ve kültürel tatminlerin yanında aynı zamanda sıkıntı, çaresizlik, hayal kırıklığı, düşmanlık, baskı ve boyun eğme gibi

içeriklere de sahiptir. Bu bağlamda Rich (1976) annelikteki yoksulluk ve bollukları ifade ederken kendi annelik deneyiminden yola çıkmış ve çocuklarının kendisine hem büyük bir tecrübe hem de büyük bir acıyı yaşattığına değinmiştir. Onun bu durumu nitelendirdiği kavram "duygu karmaşası" dır ve bu karmaşa içinde kızgınlık, hassasiyet, duygusallık, acı, mutluluk, mutluluğun yarattığı tatmin gibi birbirine zıt olan kavramların mücadelesini ve bu mücadeleden doğan değişimi barındırmaktadır. Anne olan kadının algıları da bu süreçte ve sonrasında bir değişim geçirir. Laney (2014) anneliğin kadın hayatında yarattığı dönüşümü; kadınların, başkalarıyla etkileşime geçme biçimlerine, hatta anlamlı ilişkiler içinde olmadıkları kişilere yaklaşımlarına bile yansıdığını belirtmektedir. Belli bir zaman aralığına sahip olmayan anneliğin gerçekleşmesi ile artık kadın daha çok "anne gibi" görmeye, gözlemlemeye, algılamaya ve davranmaya başlar. Stern, Stern ve Freeland'a (2013) göre bu dönüşüm bebeğin doğduğu günden itibaren yeni başlayan kişisel bir takvim eşliğinde yapılanmaya başlar. Bu dönüşümün bir sonucu olarak anne kendi öz deneyiminden hareketle anneliğe, anneliğine ilişkin değerlendirmeler yaparak olması gerekenleri, ideal tutumları, onaylanan hareketleri sentezleme sürecine girer. Bu sentezleme aşamasında anneliğin bireysel yönü toplumsallaşırken toplumsal görünüm de anneliğin bireyselliğine nüfuz eder. Benzer bir şekilde Bora (2001) annelik kimliğini toplumsalın ve bireyselin kesişme noktası olarak tasvir etmektedir. İplikçi' ye (2000) göre ise annelik toplumsallaştıkça kadına özgü olan özelliklerinden ve özellikle biyolojik içeriğinden uzaklaşmaktadır. Dolayısıyla kadınların anneliğe giden yolda kamusal beklenti ve varsayımların yanında, hem biyolojik hem de özel deneyimlerinden oluşan karma bir süreçten geçtiklerini belirtmek mümkündür. Anneliğin içeriği Miller'e (2010) göre bedensel, sezgisel deneyimler ve bir başka bağımlı insan evladının ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sorumluluklardan oluşmaktadır. Bu çok yönlü sorumluluk bilinci ile annenin rolüne ilişkin tüm öneri ve eleştirilere aşırı duyarlı hale geldiğini belirtmek mümkündür. Bu durumun bir neticesi olarak kadın anne olduktan sonra nasıl görüldüğünü ve başkalarının kendisini nasıl gördüğünü görece hayatının diğer aşamalarından daha çok önemser hale gelmekte ve sosyal çevresinde öncelikle anneliği ile tanımlanmaya başlamaktadır. Chodorow'a (1978) göre bu içeriği nedeniyle annelik günümüzde diğer insan ilişkilerinin içine yedirilmiş bir şekilde karşımıza çıkmakta ve müstakil bir rol oynamamaktadır. Haliyle kadınlıkla anneliği birbirinden ayırmak mümkün olmamaktadır. Toplumsal cinsiyet pratiklerinde de bu konuda süregelen sosyal gerçek o kadar baskındır ki; adeta kadınlık ve annelik birbiri olmadan değersiz ve gereksiz hale getirilmektedir. Benzer bir şekilde Hays (1996) da anneliği kadının sosyal rolünden, bir kadının yetiştirilmesinden ve annelik kültüründen doğan fikirlerden ayırmanın zorluğunu

vurgulamaktadır. Bu inanışın bir sonucu olarak annelik ve kadınlık iç içe geçerek bütünleşmiş olur. Reed' e göre ataerkil propagandanın neden olduğu bu durum adeta kadınların analık işlevleri ile tanımlanmasını, cinsiyete dayalı iş bölümünün eşitsiz yapılanmasını ve kadınların aşağılanan konumlarını haklı göstermek için kullanılmaktadır (Reed, 1985: 17-18). Reed ile paralel görüşe sahip olan Chodorow ise toplumdaki cinsiyete dayalı iş bölümü temelinde de, iki cinsin farklı iş yüklerini üstlenmesinin nedeninde de anneliğin yattığını savunmaktadır. Ona göre annelik kadın yaşantısının, kadın hakkında üretilen ideolojik söylemlerin, sürekli üretilen cinsiyete dayalı eşitsizliklerin temel dayanak noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda kadınlar anne olarak sosyal yeniden üretimin önemli aktörleridir (Chodorow, 1978: 11). Anneler bu yönüyle dinamik olsa da aslında konum itibarı ile özel alanda sıkışırılar. Orther' a göre bu durumu "kadının yeri evidir" cümlesiyle özetmek mümkündür. Bunun sebebi kadının doğum sonrası üstlendiği çocuk bakıcılığı ve yetiştiriciliğidir ve zaman içinde kadının diğer rollerinin de özel alanda konumlandırılması ile sonuçlanmaktadır (Orther, 1974: 67-87). Erdoğan ise konuya Orther'in görüşleri bağlamında bir yorum getirir; ona göre kadın hem ev içinde hem de sosyal alanda çift yönlü bir sosyalizasyon yaşamaktadır ve her iki tarafın hâkim unsurları tarafından hem baskı hem de bir ayırım sürecine tabii tutulmaktadır (Erdoğan, 2008: 76). Bu bakıştan hareketle baskı anneliği şekillendiren yapıları içerirken ayırım annenin ev içi alana ait kılınmasını ve hayat içinde diğer rollerinden sıyrılarak öncelikle anneliğinden hareketle tanımlanmasını içermektedir.

### **1.1.3. Kutsal Bir Görev Olarak Annelik**

Anneliğe ilişkin geçmişten bugüne geçerliliğini koruyan kültürel ve dinsel içerikli "kutsallık" söylemi konuya ilişkin yerli ve yabancı literatür incelendiğinde üzerinde uzlaşılan diğer önemli bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Baherirad' a (2016) göre anneliğin insan hayatındaki en güçlü ilişki olarak düşünülmesi, yaşanan dünyadaki en yüce anlam ve simgeleri annelere yüklemektedir. Ona göre özellikle geleneksel toplumlarda anneliğe atfedilen bu kutsallık söylemi öyle bir noktadadır ki; insanlığın hayallerinin zirvesi olan cennet annelerin ayakları altına serilmiş olarak tanımlanır (2016: 84). Anneliğe kutsallık atfedilmesinin yaygın bir eğilim olduğunu belirten Uzel'e göre ise "Dünya'ya yeni bir canlı getirme gibi soylu işlev sayesinde din kitaplarından alınan kelimelerle de annelere "Gönülde Duyulan Tanrı Çağrısı" veya "Anne Özverisi" deyimleri kullanılmaktadır (Uzel, 2008: 65). Dolayısıyla sosyal bir araştırma alanı olarak annelik insanlık tarihi boyunca kadının kutsal

kılınmasının sebebi olarak karşımıza çıkmış ve birçok mit<sup>1</sup> ve anlatı bu kutsallığı yeniden üreterek toplumdan topluma aktarılmasına sebep olmuştur. Anne kutsaldır çünkü üretir, bir metafor olarak bereketli topraktır çünkü doğurgandır, ailelerin dolayısıyla toplumların niceliksel gücüdür. Bu sebeple anneliğe atfedilen "gelecek nesiller" söylemi anneliğin sahip olduğu potansiyelin ve kutsallığın kaynaklarından biridir. Gelecek anneler sayesinde kurulacak algısını harekete geçiren bu politik yaklaşım ile annelik sosyal devletin gündeminde de sürekli var olmuştur. Nüfus planlamaları, doğumu teşvik uygulamaları, kadınların anne oldukları takdirde kolaylaşan çalışma koşulları bu duruma örnek teşkil edebilir. Devletlerin bu sebeple sağlıklı, güçlü, eğitilmiş, beşeri gücüne katkı sağlayacak bireyler aracılığı ile güçlü bir ülke olma idealinde anneleri en büyük destek olarak gördüğü belirtilebilir. Hatta kadınlar açısından anne olmak Bayraktar'ın tanımı ile adeta "iyi vatandaşlık" ile eşdeğer tutulmuştur (2011). Hatta Server'e (2015) göre çağımızın hâkim modeli olan ulus-devlet, bizi çocuk sahibi olma konusunda geçmiş yüzyılların devletlerinden çok daha fazla sıkıştırmaktadır. Dolayısıyla modern değişimlerle birlikte yeni anlam ve görünüm kazanmaya başlayan anneliğin, anne olan, olamayan ya da olmak istemeyen kadınları kategorize ederek baskı uyandıran bir içeriğinin bulunduğu da belirtilebilir. Örneğin "evlenmemiş ve çocuk sahibi olmamış kadınlar hem İslam hem de daha geniş anlamda geleneksel Osmanlı toplumsal değerleri açısından toplumsal hiyerarşide en alt basamaktadır" (Goodwin, 1998: 65).

Yukarıdaki tartışmalardan hareketle bireysel ve toplumsal bir deneyim olarak annelik biyolojik, sosyo-kültürel, dini ve politik boyutları olan çok yönlü bir olgudur. Tarihsel süreç içerisinde de anneliğin görünümü ve işlevleri değişip dönüşmüştür.

## 1.2. Değişen Görünümüyle Tarihsel Süreçte Annelik

Anneliğe dair idealler, annelikten beklentiler, iyi anneliğin koşulları dönemler ve şartlar temelinde değişse de annelik özünde çok az değişime uğramış bir roldür. Çünkü tarihin her döneminde bazı kadınlar hayatının bir döneminde anne olur ve çocuk yetiştirme hususundan temel sorumlulukların görece çoğunu üstlenir. Anneliğin bu tarihsel yönü ve derinliği Chodorow'un (1978) dediği gibi "kuşaklar boyunca üretilir" olmasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda geçmişten günümüze anne olmanın kişinin yaşam döngüsünde çok önemli bir ayırım, anne olmadan önceki ve sonraki yaşamı arasındaki keskin bir çizgi olduğunu da belirtmek mümkündür. O'Donohoe ve arkadaşları tarafından 2014 yılında gerçekleştirilen çalışmada "bir anne olmak için bebekten fazlası gerekir ve anneler

<sup>1</sup> Mit daha çok geleneksel olarak yayılan veya toplumun hayal gücünün etkisiyle de biçim değiştirme ihtimali olan yaklaşımlar, algılar anlamına gelmektedir.



bebeklerden çok daha fazlasını yaparlar." (s.29). Aynı bakış ile McMahon' a (1995) göre de annelik başlı başına bir dönüşüm kaynağı olarak karşılanmaktadır.

Annelik rolü tarihin her aşamasında kutsallığın, üretkenliğin, bereketin, ailenin sembolü olmuştur. Bu doğrultuda anaerkil toplumlarda toplumsal inancı yönlendiren ana tanrıçaların adı Hattiler için Kubaba, Hititler için Kubala, Frigler için Kibeler ve Efesliler için Artemis olmuştur. Ünsal bu dönemlerdeki anne figürünün doğurganlığı, cinselliği ve emzirmesi ile ön plana çıkartıldığını belirtir. Ona göre bu dönemde "Ak Ana" denilen bu ulu anne hakim inanışa göre dünyanın en yüksek dağının tepesindeki süt gölünün kenarında oturur ve dünyaya her yeni bebek geldiğinde hizmetkarlarının süt gölünden aldığı bir damla sütü ağzına alarak bebeğe ruh ve can verir (2007: 49). Tarihsel evrelerin her aşamasında kutsal kılınan annelik rolü Server' e (2015) göre daha çok yerleşik hayata ve tarımsal üretime geçilmesiyle birlikte önem kazanmaya başlamıştır. Ona göre bu süreçte toplum yapısı karmaşıklaşmış, işbölümü artmış ve kadınlar özel alana itilerek, ücretsiz ev içi emekle özdeşleştirilerek kodlanmışlardır. Tıpkı Nazilerin kadınlar için idealize ettiği 3K (Kinder-çocuk, Küche-mutfak, Kirsche-Kilise) formülünde olduğu gibi, dünya genelinde kadının yaşam alanının birincil sınırı çocuk aracılığıyla çizilmiş ve bu süreçlerden sonra kadın annelik rolü ile daha çok ev içinde konumlandırılmıştır. Ev içi emek ile eşleştirilen kadının anne olma hali tarih boyunca cinsiyetinin en önemli getirisi olarak, cinsiyetinin kaderi olarak görülmüştür. Badinter' e (2011) göre anneliğin zorunlu bir kader olma hali düne göre bugün de geçerliliğini sürdürmektedir. Kadınlığa ilişkin bu deterministik bakışın yıllardan beri adeta ezbere bir norm olarak süregeldiği belirtilebilir. Kadın kimliğinin tanımlanması açısından anneliğin bu merkezi konumu anneliği sadece bir rol olmaktan uzaklaştırmaktadır. Nitekim Goffman da anneliğin deneyimlendiği bağlamın sosyal ve kültürel olarak ele geçirilmesinden hareketle anne olmanın her zaman "bir rol oynamaktan" çok daha fazlası olduğunu belirtmektedir. (Goffman, 2010: 263). Dolayısıyla annelik, bedene ait, fizyolojik ve doğal bir deneyim olarak başlasa da sonrasında kültürel olarak belirlenmiş beklentileri, yine kültürel olarak yerleştirilmiş sorumluluk kalıplarıyla karşılayabilme durumu ile sosyo-kültürel bir boyut kazanmaktadır. Anneliğin bu konumuna ilişkin örnekleri 13.yy dan itibaren dünya genelinde, mevcut kültürümüz açısından ise Osmanlı ve Cumhuriyet dönemleri özelinde ele almak mümkündür.

Özellikle günümüz batı toplumlarının annelik ve annelik pratiklerine dair tarihi incelendiğinde 13 yy ve 18 yy arasındaki zaman diliminde ideal kadın modelinin annelikle pek ilişkili olmadığı, hatta bu dönemlerde annelik eylemlerinin ve çocuk bakım pratiklerinin seçkin kadın olma ideali ile örtüşmediğini belirtmek mümkündür. Örneğin günümüzde temel

annelik eylemlerinden biri olan emzirme 13. yy da kadınların reddettiği ve çocuklarının bu ihtiyacını sütanneler aracılığı ile giderdikleri bir eylemdir. Çocuğun doğar doğmaz sütanneye teslim edilmesi geleneği 17 yy. da burjuva sınıfına geçmiş, 18 yy. da kentte yaşayan birçok ailenin yaşamına yayılmaya başlamıştır. Emzirme ayrıca o dönemde “ideal eş” olması beklenen kadının toplumsal görevlerini de olumsuz etkileyen ve erkeklerin keyfini kaçıran bir eylem olarak karşılanmaktadır. Bebeğin emzirilmesi erkeklerin keyfini kaçırdığı için spermin sütü bozduğu ve kaçırdığı düşünülürken uzun bir perhiz dönemine girmek zorunda kalırlar ve bu durum hem aile kurumunun ahlaki geleceğini hem de tek eşlilik geleneğini tehlikeye sokma riski taşımaktadır. Neticede dönemin doktor ve ahlak mercileri anneleri bebeklerini sütanneye vermeleri konusunda ikna ederler böylece aile kurumunun geleceği garanti altına alınmış olur. Emzirmeye olan yaklaşımla benzeşecek bir şekilde anneliğe olan bakış da bu zaman diliminde günümüzden oldukça farklı bir boyuttadır. Bu dönemlerde çocuksuz kadınlarla karşılaşmak şaşırtıcı olmadığı gibi, maddi kaygıları olmayan, aristokrat kesime mensup kadınlar çocuksuz kadınların ilk örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Aydınlanma çağında ise hem aile ve çocuk ilişkileri hem de annelik eylemleri süregelen alışkanlıkların etkisi ile yine günümüze nazaran en minimum düzeyde yaşanmaktadır. Dolayısıyla annelik eyleminin bu dönemde çocuğu dünyaya getirmek ve zamanı geldiğinde kendi ailelerine uygun biri ile evlendirmekten ibaret olduğunu belirlemek mümkündür. Badinter (1992: 115) özellikle 1760’ dan sonra annelere çocuklarıyla bizzat ilgilenmelerini öğütleyen ve emzirmelerini “emreden” söylemlerin arttığını belirtmektedir. Ona göre bu dönemden sonra kadına her şeyden önce anne olması için adeta bir yükümlülük getirilmişken, anneliğin içgüdüsel yönüne vurgu yapılarak her annenin kendiliğinden çocuğuna ilişkin bakım ve yetiştirme pratiklerini bilmesi gerektiğine ilişkin "efsanevi" söylemler gündeme gelmeye başlamıştır. Bu doğrultuda Badinter 18 yy da kusursuz kadın olma koşullarını şu şekilde sıralar; öncelikle bir eş, daha sonra toplumsal görevleri olan bir kişi ve son olarak bir anne. Dolayısıyla günümüzle kıyaslandığında 18.yy da aile içinde çocuğu görmek, anne-baba-çocuk ilişkisinden söz etmek çok mümkün görünmemektedir. Bu dönemde dünyaya gözlerini açtığı an sütanneye teslim edilen çocuk, daha sonra bakıcıya verilir, bakıcı çağını da geçince bu kez yatılı okullara gönderilir, eğitim sürecini tamamlamasının ardından ise iş düzenini oluşturmanın akabinde evlenir.

18.yy da Rousseau’nun "Toplum Sözleşmesi" kitabında kadının doğurganlığını ve aile içinde önemini vurgulayan söylemleri ile birlikte kadın, aile ve çocuğa bakış açısında bir dönüşüm yaşanmaya başladığı belirtilebilir. Rousseau bu çalışmasında kadının öneminden söz ederken; onun anneliğinin ve eşliğinin aileyi kuşatan, merkezi konumuna değinmektedir.

Hatta Rousseau 1762 yılında kaleme aldığı Emile (Bir Çocuk Büyüyor) isimli kitabında kadını anne ve eş olarak iki merkezi rolle ön plana çıkarır. İlgili kitapta Rousseau "hele bir kere kadınlar anne olsunlar, erkekler hemen baba ve koca olacaklardır" cümlesi ile ona göre yuvayı yapanın "dişi kuş" olduğunu vurgulamakta ve bu sürece kadar varlığı eşine ait olan kadının "varlığını bebeğine ait" (2007: 222) olacak şekilde güncellenmektedir. Genç'e göre Rousseau' nun bu argümanlarından hareketle kadının anne olmak istemediği takdirde "işlerin sarpa saracağını" (2015: 27) belirtmek mümkündür. Rousseau'nun ardından 1869 yılında yayınladığı "The Subjection of Women" kitabında Mill de kadının artık kendisine erkekle aynı haklar verilse de yapısı gereği anneliğine ve evine yöneleceğini belirtmiştir. Özellikle 18.yy'ın sonlarından itibaren artık kadın çocuğun bakımından emzirilmesine, eğitiminden kişisel gelişimine kadar tüm süreçlerinde bizzat bulunan ve bu süreçleri mükemmel yönetmesi beklenen, "evinin kadını çocuklarının anası" olarak idealize edilmeye başlanmıştır. 19.yy dan itibaren anneliğe ilişkin bu bakış açısı hakim ve yaygın hale gelmiş, bu aşamadan sonra annelerin aile içindeki sorumlulukları ve görevleri artmış, çocuklarının hem ruhsal hem fiziksel alandaki eğitim ve gelişimi ile öncelikli olarak ilgilenmesi gerekliliği hakim bir sosyal kabul unsuru olarak ortaya çıkmıştır. 20 yy. da annelerin süre gelen bu sorumluluklarının yanına çocuklarının ruhundan anlamak, örtük ya da aleni isteklerinden haberdar olmak ve bilinçaltılarını çözümlmek gibi çeşitli meslek alanlarının uzmanlık konusu sayılabilecek görevler de eklenmiştir. Tıpkı geçmiş zamanlarda olduğu gibi bu dönemde de hakim ideoloji dönemin çeşitli uzman, hekim ve ahlakçıları tarafından da desteklenmiş, bu seferde çocuğunu emzirmeyen, eşinin ve çocuğunun ihtiyaçlarını özenli bir şekilde karşılamayan anne ve kadın onaylanmamıştır.

Dünya genelinden Türkiye özeline geldiğimizde; Osmanlı döneminde ana kucağına "ilk mektep" denildiğini belirterek söze başlamak mümkündür. Bu nitelime Osmanlı'dan itibaren, öz kültürümüzde çocuk yetiştirme hususunda kadının önemi ve yeri hakkında bir öngörü kazanılmasını sağlar niteliktedir. Kadın geçmişten bugüne çocuk yetiştirme konusunda birincil sorumlu iken aynı zamanda "tam zamanlı" olarak hem çocuğuyla hem de ailesiyle ilgilenmektedir. Yılmaz' a göre Osmanlı döneminin toplumsal gerçekliğinde hem cinsiyetler arası keskin bir ayırım bulunmakta hem de çalışma hayatı söz konusu olduğunda kadına oldukça az imkân sağlanmaktaydı (2015: 68). Bu doğrultuda Akın' a (1991) göre annelik Osmanlı toplumunda tüm kadınlar için öngörülen, kadın cinsinin bir gerekliliği olarak yorumlanan ve tartışmasız en önemli görevi olarak karşılanmaktaydı. Ona göre bu süreçte kadınlar anne oldukları oranda toplumsal bir kimlik edinir, toplumsal hiyerarşide yer bulur ve saygı görürlerdi (1991: 111-112). Dolayısıyla Osmanlı döneminde anne olan kadın toplumsal

statüde bir üst kademeye çıkarken sosyalist Raşim Haşmet Bey, doktor Safiye Ali gibi öncülerin izinde “Valide Mektebi”, “Ev Kadını Mektebi” gibi eğitim kurumları oluşturularak annelik ve kadınlık üzerinden eğitilmiş, bilinçli ve sağlıklı nesiller üretilmesi amaçlanmıştır.

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde anneliğin kutsallığının, annelerin toplumsal hayatta ve aile hayatı içindeki sorumluluklarının giderek arttığını belirtmek mümkündür. Yılmaz' a (2015) göre bu sefer "yeni cumhuriyetin yeni insanını yetiştirme" odaklı pronatalist<sup>2</sup> siyaset söylemleri annelerin sağlıklı toplumsal hayat için gerekliliğini vurgulamaya başlar. "Yeni cumhuriyet ve yeni rejim, fikri akli ve bedeni hastalık ve "arızalardan" azade bireyler gerektirmekte, özellikle bünyesi sağlam yetişen genç neslin bin bir zorlukla kurulan cumhuriyetin gelecekteki paydaşını oluşturacağı düşünülmektedir" (Yılmaz, 2015: 84). Bu ideal doğrultusunda şekillenen cumhuriyet kadını, Coşkun' a (1934) göre cumhuriyet değerlerini sindirmiş, bu değerleri çocuklarına aktarabilen, spor ve beden terbiyesini bir tür ulusal yükümlülük olarak yerine getiren, beden terbiyesi sayesinde neşeli, doğurgan ve mutlu olabilen kadın olarak betimlenmektedir. Yeni rejim, cumhuriyetin temel ihtiyaçlarından biri olarak sahiplenilen kadınlara Osmanlı döneminde sahip olmadıkları sosyal ve siyasi haklar vermiş, bu doğrultuda kadınlar 1926'daki medeni kanun ile sosyal haklara, 1934'te de siyasi haklara sahip olmuştur. İmançer' e göre "Cumhuriyet kadını çalışkanlığı ve üretkenliğiyle hayatı erkeği ile paylaşan Anadolu kadınının devamı olarak görülür. Bunun üzerine yeni modern kadın, kültürlü (eğitilmiş), haklarını savunan (sorumluluk sahibi vatandaş), çocuğunu iyi yetiştiren (özverili anne) ve fedakâr eş olarak formüle edilir" (2006: 84). Parmaksız (2012) Cumhuriyet kadınından aynı zamanda aydınlanmış bir anne olmasının da beklendiğini belirtmektedir. Bu bakışa göre bir cumhuriyet kadını aynı zamanda anne olarak temel sorumluluklarını ve özelliklerini yitirmeden doktor, avukat, hakim, arkeolog, bilim adamı da olabilirdi. Dolayısıyla bu süreçte Cumhuriyet kadınının ev içinde ve ev dışında bir duruşu, görünüşü oluşmuş ve bu görünüş batılı kadınları andırmıştır. Cumhuriyet'in ilk yıllarından yaklaşık olarak 1950'li yıllara kadar devam eden kadının batıya yakın konumu daha sonra bir gerileme sürecine girmiştir. Bu aşamadan sonra Cumhuriyet kadını çeşitli medya araçlarında tekrar ev içinde tasvir edilmiş ve çalışan anneler, düzensiz bir ailenin veya olumsuz özelliklere sahip bir çocuğun sorumlusu olarak gösterilmeye başlanmıştır. Parmaksız' a (2012) göre dönemin popüler dergileri kadınlara, kahraman olarak tanımlanan Friedan' ın "mutlu ev kadını" adres göstermekte ve bu doğrultuda onlara mesaj göndermektedirler. Popüler

<sup>2</sup> Pronolist siyaset nüfusun artırılması amacı ile hareket etmektedir. Ülkemizde özellikle 1923-1960 'lı yıllar arasında benimsenmiş bu politika doğum yanlısıdır. Bu doğrultuda mümkün olduğunca çok çocuk yapmak öğütlenir, bunu gerçekleştiren çiftlere para yardımıyla bulunulur, geniş aile propagandası yapılırken her türlü doğum kontrol aracının satışı, kullanılması, üretilmesi yasaklanır.

kültürde yer almaya başlayan bu mesajların da katkısıyla annelerin sadece eş ve anne olarak konumlandırılması normalleşmeye başlamıştır.

1970'li yıllarda ise kadınların çalışma hayatında kalabilmesi için ihtiyacı olan çeşitli soysal haklar (annelik izni, süt izni, gündüz bakım olanakları gibi) gündeme getirilmiştir. Bu uygulamaların ardından annelerin özel alandan çıkabilme ve iş hayatında aktif olarak yer alma imkânı olmaya başlamıştır. Daha sonra dünya genelinde gerçekleşen feminist dalga anne ve kadın dostu uygulamaların sayısını arttırmıştır. Bu durumun bir sonucu olarak Türkiye' de 1989 yılında Aile Araştırma Enstitüsü, 1990 yılında ise Kadın Statüsü ve Sorunları Enstitüsü, Türk ailesinin korunması ve güçlendirilmesi, Türk kadınlarının statüsünün iyileştirilmesinden sorumlu olarak kurulmuşlardır. Fakat bu idealist ve dünya işleyişiyle uyumlu çalışmalar bir süre sonra gündelik hayatta gözlemlenemez olmuş, daha sonra bu kurumlar kadının çalışma hayatında var olmasına çabalamaktan çok 'Parmaksız' ın (2012) ifadelerine göre "kadınların evdeki yerinin merkeziyetçiliğini" vurgulamaya başlamışlardır. Ona göre bu aşamadan sonra adeta nostaljik bir söylem olarak; eğitilmiş ve çalışan kadınların ailenin ve toplumun uyumuna, mutluluğuna zarar vereceği fikrini desteklemeye başlanmıştır. Aile içinde annenin bu konumu yıllar geçtikçe hem daha çok yönlü hem de daha zorlayıcı bir şekilde karşımıza çıkmaya başlamaktadır. Bu aşamadan sonra çocuğun bütüncül sağlıklılık hali annenin niteliği ile özdeşleştirilmiştir. Bu doğrultuda 80' li yıllara gelindiğinde sosyal baskıların da etkisi ile artık hedef "mükemmel" bir çocuk yetiştirmektir. Bu süreçte anneler çocuğun gelişiminin ve ihtiyaçlarının karmaşıklığını daha net fark etmeye başlamışlarken çocukları için ödemeleri gereken bedeller de önceki dönemlere nazaran artmıştır.

1980' li yıllardan itibaren medya bilgilendirici ve etkileyici rolünü daha çok çocuk gelişim uzmanlarına aktarmaya başlar; bu sayede uzman demeçlerine rahatlıkla ulaşan anneler, uyguladıkları annelik pratiklerini uzman bilgileri ile kıyaslamaya başlarlar. Bu yıllardan itibaren anneden beklenenler artık çocuğunun temel fizyolojik ve bakım ihtiyaçlarını karşılamasının çok ötesindedir. 80'li yıllardan günümüze ulaşan algıda; artık anne bebeğinin jest ve mimiklerini çözümlenmek, anlamak ve bunun için gerekli teknikleri de bilmek durumundadır. Annelerden beklenenlere ilişkin örnekleri arttırmak mümkündür, örneğin; bebekler uygun tonlarda güldürülmelidir, eğer bebek gülmüyorsa bu durum bebeğin yeteri kadar uyarılmadığı ile ilişkilendirilir, çocuk güldürüldüğü gibi dinlenilmelidir de, televizyondan izole edilmesi gereken çocukların ileride iyi kitap okumaları için ebeveynlerinin özenle seçtikleri kitapları onlara okumaları gerekmektedir. Furedi bu ve benzeri örneklerden hareketle artık ebeveynlerin ama özellikle annelerin en sıradan davranışlarının bile çocuk üzerindeki negatif veya pozitif sonuçlarla ilişkilendirilerek, en

küçük noktasına kadar analiz edildiğini savunmaktadır (2013: 111). Uzel' e göre 80'li yıllarda Türkiye'de yaşanan bireyselleşme, devletin dönüşümü, piyasanın düzenleyici etkisi ve çeşitli tabuların yıkılması gibi gelişmeler toplum içerisinde anneliğin yaşanma şekli üzerinde etkili olmuştur. Annenin bu dönemlerde iş dünyasında aktif olarak rol almaya başlaması çocuklara bakmak ve bu konuda sorumluluğu üstlenme zorunluluğunu hafifletmeye yetmemiştir. Knibiehler' a (1999) göre bu değişim 70' li yılların yenilikçi ve neşeli özgürlüğünün 80' li yıllardan itibaren yeni normlarla sınırlanması ve kendini dayatması olarak karşılanmaktadır. Türkiye için de geçerli olduğu düşünülebilecek bu durum neticesinde kadınlık gittikçe çocuk bakımı etrafında yeniden yapılırken, anneye yüklenen sorumluluklar anne üzerinde baskı yaratmaya başlamıştır.

Annelik üzerinde yaratılan baskı kapitalizm ve kapitalist araçlarla daha da yoğunlaşmıştır. Dolayısıyla kapitalist süreç ve beraberinde getirdiği kitlesel işsizlik de anneliğin, özellikle de tam zamanlı anneliğin tekrar ön plana çıkmasında, kadın emeğinin özel alanda yoğunlaşmasında önemli rol oynamış bir diğer unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Badinter' in Fransa örneğinden hareketle belirttiğine göre 1990'lı yıllarda yaşanan ekonomik bunalımın ardından kitlesel işsizlik sürecine girilmiş ve babanın işsizliğinden annenin işsiz kalması tercih edilmiştir. Bu örneğin Dünyanın büyük bir kısmı için hala geçerli olduğunu belirtmek mümkündür. Özellikle çocuk psikiyatrlarının, pedagogların ve diğer uzmanların çocuğun ruhsal gelişimi için anne ile geçireceği vakti yineleyen, sadece anneye düşen yeni sorumlulukları aktaran argümanlarının da bu durumun etkisinin artmasına sebep olduğu söylenebilir. Yıllar önce Rousseau'nun idealize ettiği gibi kadının bu dönemden itibaren görece en temel içgüdüsüne; anneliğe yeniden geri dönmeye başladığını belirtmek mümkündür. Badinter'e göre artık bu aşamadan sonra geleceğin annesi başına buyruk olamaz ve anneliğin ruhsal anlamda hafiflikle yaşayabildiği 70'ler çok uzakta kalmıştır (2011: 73). Welldon'a göre bu aşamadan sonra toplumun annelerden beklentileri ütopyeleşmeye başlar. Ona göre bu süreçten sonra annelerden karşılaştıkları her acil durumu doğru, uzman ve becerikli bir şekilde çözümlenmelerini sağlayacak bir sihirli değneğe sahiplermiş gibi davranmaları beklenir (2001: 31). Bu beklenti anneliğe yüklenen sorumluluğu arttırmıştır.

Anne artık tam zamanlı anne olmanın yanında öğretmen, beslenme uzmanı, pedagog, psikolog da olmalı bu mesleklerin gerektirdiği bilgi ve birikimi çocuğuna bilinçli davranışları aracılığı ile aktarmalıdır çünkü çocuğun yaşayacağı olumlu ve başarılı gelecek bu eylemlere ilişkilendirilmektedir. Zeybek (2013) günümüz annesinin aktif çalışma yaşamına vurgu yaparak; evin sorumluluğunu yüklediği ve "24 saatin yetmediği kadınlar" dan oluştuğu belirtilmektedir. Beck ve Gernsheim' a (2012) göre günümüz ebeveynleri adeta bir "mini-

uzman" olmak zorundadır. Onlar bu durumu "pedagojileşme çağı" kavramı ile açıklamaktayken, bu durumun sebeplerinden birini pedagoji, eğitim, tıp, psikoloji gibi bilim dallarındaki ilerlemenin sonucu olarak daha fazla bilginin üretilmesi ve bu bilgilerin popüler bilim ve medya araçları tarafından yaygınlaştırılması olarak değerlendirmektedir. Bu durum da günümüzde "iyi ebeveyn, iyi anne" ideolojisi üzerinde etki sahibi olarak, bu bilgileri edinen ebeveynlerin "iyi ebeveynler" olarak idealize edilmesine neden olmaktadır.

### 1.3. Annelik İdeolojisi ve İdeal Anne Üzerine

Günümüzde annenin çocuğun gelişiminde birincil sorumlu oluşu, çocuk kişiliğinin anne ile doğrudan ilişkilendirilmesi, çeşitli uzmanlık alanlarına içkin bilgilere sahip olmasının beklenmesi ve diğer tüm baskıların anneleri adeta bir mükemmellik ya da kusursuzluk sendromuna sürüklediğini belirtmek mümkündür (Miller, 2010; Furedi, 2013; Chodorow, 1978; Hays, 1993; Gündüz, 2017). Anneliğin önemine ilişkin argümanların temeline yerleştirilen ve en ufak bir yanlış uygulamanın adeta geri dönülmesi imkânsız problemleri yaşatma ihtimali içerdiğine ilişkin kabuller ideal ve "iyi anne" yapılanmasını şekillendirir niteliktedir. Örneğin yanlış beslenen çocuğun entelektüel gelişimin olumsuz etkileneceği, çocuğun organik beslenme, kaliteli ve sağlıklı giyinme gerekliliği, yanlış ve tutarsız kurallarla yaklaşılacak çocuğun kural tanımaz olacağı, oyuncakların zekâ geliştirici etkisinin beraberinde yanlış oyuncak seçiminin olumsuzlukları, sürekli ilgilenilen çocuğun mizacının şımarık, sürekli ağlayan çocuğun güvensiz, ayaklarının altı öpülen çocuğun bencil, aşırı uyarılan bebeklerin nörolojik açıdan problemlili, hazır bez kullanan çocukların kısır olma ihtimali bu örneklerin en bilinenleridir. Günümüz koşullarında bu ve benzeri örneklerin çoğunun "uzman" söylemleri ile desteklenip birçok platform tarafından yaygınlaştırıldığı da gözlenmektedir. Görece "ideal" çocuk bakımına ilişkin çoğu örneğin "uzman görüşü" eşliğinde sunulması, diğer annelerce bu örneklerin sahiplenildiğini gösteren çeşitli platformlardaki paylaşımların yaygınlaşması bu uygulamaları kendi anneliklerine yansıtamayan annelerin yetersiz ve güçsüz hissetmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda anne yetersiz ve güçsüz hissettikçe toplumun kendisinden beklediği annelik görevini hakkıyla yerine getiremediğini düşünmektedir. Bu durumu aşma kaygısında olan annelerin çocuklarına bir proje muamelesi yapmaları literatüre "proje çocuk" kavramını kazandırırken, aşırı korumacı yaklaşımı benimseyen annelere "helikopter ebeveyn" mükemmeliyetçi yaklaşımları olan annelere "toksik ebeveyn" kavramı literatürde kullanılmaya başlanmıştır.

Her bilginin kendi doğruluğunun tartışmasızlığını savunduğu günümüzde çok farklı kaynaklardan, sürekli bilgi bombardımanına tutulan annelerin bu bilgilere rasyonel

yaklaşmasını beklemek gitgide olanaksızlaşmaktadır. Anneliğin hem annelerin toplumsal yapıdaki yerine dair pek çok soruyu akıllara getiren hem de anneliğin yapılaş şekline dair çeşitli sorgulamaları yaratan bir rol olduğunu belirten Koçkar'a göre günümüzde annelerin zihninde "iyi anne olma" kavramına ilişkin pek çok ideal yer almaktadır (2015: 207). Hangi yaklaşımı kabul ederse etsin akli diğerinde kalan, sürekli doğru seçimi yapıp yapmadığına dair kendisini sınavan annenin çocuğuna yaklaşımındaki tedirginlik ve riskten kaçınan aşırı tedbirlilik hali günümüz anneliğinin baskın özellikleri arasında değerlendirilebilir. Bu doğrultuda Miller' e göre risk algısı arttıkça bireyler daha çok uzman bilgisine başvurmaktadır (2010: 85). Annelik kimliğine ilişkin kendisini yeterli ve donanımlı hissetmemek günümüz annesinin hem risk algılarından hem de ideal anneyi yapılandıran unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Artık anneler için başkaları tarafından incelenip potansiyel olarak yargılanma ihtimali kaçınmak istediği bir risk olarak ortaya çıkmaktadır. Kadınlar anneliklerine ilişkin birçok şeyi olduğu gibi risk tanımlarını da sürekli yeniden yapılandırır, zaman içinde annelikte görece deneyim kazanan annelerin risk algıları da değişir. Artık kamusal alanda annelik gerçekleştirmek kadın için korkutucu değildir. Miller' e göre yeterince iyi annelik yapma konusunda daha deneyimli hale gelmek ve çocukların ihtiyaçlarını tanımak başkaları ne düşünürse düşünsün kadınların kendi becerilerine daha çok güvenmelerini ve öncelikle anneliklerini kendilerine kanıtlamalarını sağlamaktadır (2010: 201). Bu kanıtlama çabası da Furedi' ye göre becerikli bir ebeveyn olma arzusunu arttırdığı için anne ve babalığın gelecekte çok daha fazla zaman ve enerji gerektireceğinin göstergesidir (2013: 156). Bu koşullar, çocuk bakımından birincil sorumlu olan annelere ve anneliğe yüklenen anlamlar, annenin bütün enerjisini mükemmelliğe adanmasına ve bir süre sonra da anneliğini kusursuzlaştırabilmek için uzman desteğine ihtiyaç duymasına neden olmaktadır. Çünkü, bebeğin gelecekteki fiziki ve sosyal yönlerinin temellerinin atıldığı ilk yıllarında annenin olası bir hataya tahammülü yoktur bu nedenle anne uzmanlardan destek almak zorundadır. Nesne ilişkileri okulu savunucularından Donovan'a göre, çocuğun karakterinin adeta birincil belirleyicisi olarak kabul edilen anne aynı zamanda çocuğun bebeklik döneminden itibaren başlayan toplumsal ilişki deneyiminde, psikolojik gelişiminde ve kişilik oluşumunda da belirleyicidir (1997: 208). Dolayısıyla annenin sorumluluğu o kadar büyüktür ki, daha yeni doğmuş çocuğunun bilinmeyen geleceğinde yaşama ihtimali olan bütün problemleri yaratma ya da engelleme durumu adeta onun davranışları ve yaklaşımlarıyla eşleştirilmektedir. Haliyle anne bireyin yetiştirilmesinde oldukça önemli bir konuma sahiptir ve ne kadar ideal bir anne olursa o kadar topluma faydalı bireyler kazandırabilir. Bu süreçte anne, kendi annelik deneyimini medyanın sunduğu iletiler,



diğer annelerin deneyimleri, uzman görüşleri, kendi aile ve akrabalarının önerilerinden hareketle biçimlendirir. Anneye göre güvenilir ve meşru olan bu bilgi kaynakları ona sürekli çocuğun gelecekteki karakter yapısı ve gelişimi üzerinde her tavrının ve yaklaşımının çok ciddi etkisi olacağını yinelerken annenin "içgüdülerine" güvenmesi hem düşük hem de zor bir ihtimal olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hâkim akımlarca oluşan ve desteklenen uzman demeçleri öncülüğünde şekillenen annelik Öztan' a göre "anneliğin profesyonelleşmesi" olarak tanımlanmakta ve bu süreçte çocuk bakımı ve eğitimine ilişkin bilgiler ayrı bir uzmanlık ve derinleşme alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ona göre günümüzde çocuk beslenmesinden, aktivitelerine, çocuğa ilişkin eğitimden pedagoji alanına kadar çocuk ekseninde gittikçe yaygınlaşan yeni akım, eğilim, söylem ve enformasyon patlaması yaşanmaktadır (2015: 92). Kendisinin de dikkat çektiği gibi günümüzde çocuk bakım ve gelişimi söz konusu olduğunda hemen hemen her eylemin bir uzmanı vardır. Bu uzmanların ebeveynler arasındaki sorumluluğu daha çok anneye atfeden söylemleri ideal anne yapılanmasını etkilemektedir. Teknolojik gelişmelerin de etkisi ile artan uzmanlık alanları, uzmanların referansları ile servis edilen bilgiler anne adayları tarafından daha sık başvurulur olmuştur. Geç modern toplumlarda rastlanan bu durum geleneksel otoriter bilgileri geri plana iter niteliktedir. Miller' e göre yaşanan teknolojik gelişmeler batı dünyasında hamilelik ve doğumun şeklini değiştirdikçe geçmiş kuşakların deneyimleri de geçersiz hale gelmektedir (2010: 86). Modern uygulamaların kullanımı ve öğütlenmesinin yanı sıra geleneksel uygulamaların da gündemde olması çocuk bakım pratikleri ve annelikte "kuşak farkı" tartışmalarını da gündeme taşımaktadır. Furedi' ye göre bencil ve kariyer yönelimli yetişkinlerden oluşan yeni jenerasyonun, büyük ölçüde çocuklarını yetiştirme sorumluluğunu reddettiklerine inanılmaktadır (2013: 32). Bu güvensizliği hisseden anne kendini hem kendine hem de diğerlerine daha çok kanıtlama çabasına girmektedir. Laney' e (2014) göre anneler kendilerini kanıtlamaz ve yaygın olan ideal kalıpları sağlamazlarsa, çoğu kez kendilerini suçlu hissetmekte ya da anne olarak eksiklikleri yüzünden kendilerini sorumlu tutmaktadırlar. Neticede kadın ne kadar "iyi anne" olmaya yakınsa kendisini, çocuğunu o kadar güvence altında hissetmekte ve bu iyilik hali diğer rollerine de yansımaktadır. Bu doğrultuda Ebravaya' ya göre anne bebeğine iyi bakabildiğini hissettiği ölçüde, kademeli olarak eşine, diğer çocuklarına ve kültürel nesnelere olan ilgisini yeniden canlandırır ve nitelikleştirir (2007: 23). Haliyle annenin iyilik hali toplumsal sistemdeki diğer rollerindeki niteliğini de etkiler vaziyettedir.

Anne olan her kadın için annelik kendi içinde farklı bir deneyim olarak algılansa da, yaşanan zahmet, sevinç, hissedilen sevgi, yoğun sorumluluk duygusu, beslenen umut,

geleceğe ilişkin kurulan hayaller, çelişkiler, karamsarlıklar, kaygılar, yorgunluklar açısından benzeri bir içeriğe de sahip olduğu belirtilebilir. Toplum genelinde "iyi" olarak nitelendirilebilecek annenin yaşayışına ve eylemlerine dönük fikirler ekonomik ilişkilerden siyasi değişimlere, sosyal olgulardan hukuki yaptırımlara kadar birçok unsur tarafından şekillendirilir ve sürekli yeniden üretilir. Dolayısıyla aslında annelik üzerine kurgulanan ideallerin kadınları "hizaya sokan" bir içeriği olduğu da belirtilebilir. Maier'e göre bazı ülkelerin doğum yanlısı nüfus politikaları ile örneklendirilebilecek bu diktatöryel tutumun yazılı olmayan buyruğu "Sizin çocuk yapmanız devletin çıkarıdır " cümlesidir (2015: 15). Ovadia ve Habip' e göre politikacılar dünyanın çoğu yerinde kullandıkları nedensel argümanlarla kadını doğurganlık alanına hapsetmektedirler. Onlara göre bu durum kadını tek bir boyuta indirgeyerek özneliğini, tüm varlığını anneliği ile ilişkilendirerek tanımlamaktadır (Ovadia ve Habip, 2015: 119). Benzer bir şekilde Hryciuk (2010) da anneliğin devlet desteği ile yapılandırılmasına dikkat çekerek, resmi cinsiyet söylemindeki rolünden söz eder. Ona göre devlet kadını anneliği ile tasvir ederken; anneye sadece çocukların sorumluluğunu yüklemekle kalmaz aynı zamanda çocuğun beslenmesinden, aşlarına, psikolojik olarak iyilik durumundan eğitim hayatının niteliğine kadar çocukluğun her evresini annelikle bağdaştırır. Aynı örneği günümüz Türkiye'sinde de gözlemlemek mümkündür. Bu noktadan hareketle kadınların yaşamlarını sürdürdüğü sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel koşulların anneliğe ilişkin analitik yaklaşımlarda öneminin büyük olduğu görülebilir. Kadını özel alanla sınırlayan uygulamaları yürürlüğe koyan iktidarlar ideal tip olarak anneyi çalışma hayatında değil evin içinde konumlandırırlar. Böylece Rosaldo'nun ifadesiyle "kadınların ekonomik ve siyasal faaliyetleri, çocuk bakımı sorumlulukları ile sınırlanmakta olup, duygu ve ilgilerinin odak noktası, belirli bir noktada odaklanmakta ve sonuçta çocuğa ve eve yönelmektedir." (1974: 24). Miller bu doğrultuda yürütülen politikaların bir süre sonra evde kalan ya da ücretli işle anneliği bir arada yürütme sonucu suçluluk ya da duygu karmaşası yaşayan annelerin sayısını arttırdığını (2010: 98) belirtir. Aktif çalışma hayatı devam ederken anne olan kadının kendi içinde yaşadığı çelişki günümüz koşullarında yadsınmayacak boyuttadır. Bir yanda ev özel alanında kalmasını öğütleyen öğretiler ve çocuğuyla her an bir arada olması gerektiğini yineleyen uzmanlar diğer yanda ise kamusal alanda yer alması ve çalışması gerektiğine ilişkin anlatılar anneyi derin bir çelişki içine soktuğu gibi bir karar vermeye de zorlar. Çocuk bakımının cinsiyetlendirilmiş bir eylem olarak toplum tarafından onaylanması, annenin kendini, hayatını, ideallerini çocuğuna adamasının olağan, alışılmış ve beklenen bir davranış olarak normal kabul edilmesine neden olur. Selçuk' a göre çocuğun bakımının her aşamasında öncelikli sorumlu olan annenin bu uğurda gerekirse çalışma hayatından ve

toplumsal hayattan kopması normal karşılanmakta, hatta kendisinden beklenmektedir (Bilge Selçuk İle Söyleşi, 2015: 112) Oysaki Miller' e (2010) göre ev dışında çalışmak anneyi ne bencil ne de kariyer yönelimli yapar. Ona göre kadının çalışma hayatına dönmesi ya da çalışmaya başlaması gibi şeyler yapması annenin akıl sağlığını korumasına katkı sağlayacaktır (2010: 200). Fakat konu dâhilindeki hâkim, desteklenen ve adeta öğütlenen görüş Bailey' e (2000) göre ideal annenin dışarıda çalışmayan- ya da çoğunlukla yarı zamanlı çalışan- biri olarak temsil edilmesi üzerine yoğunlaşmaktadır. Ona göre bu koşullarda olası sosyal kınamayı önlemek için bir kadın kendini yalnızca çocuğuna adanmış zorundaymış gibi bir baskıya maruz kalmaktadır.

“İyi anne” derken tam olarak ne kastedilir? Server' e (2015) göre iyi annelik, şefkatli ve fedakâr olma gibi geleneksel annelik kodlarını korurken, hâkim ilerlemeci ve bilimsel söyleme göre annelik pratiklerini “çağın bilgisine” uydurmak da iyi annenin bir diğer aranan özelliğidir. Bu yaklaşım, çocuk bakımında tıbbî bilginin öne geçmesini (Miller, 2010) ve pedagogların “uzman görüşü” ışığında hazırlanmış bir annelik öğretisini beraberinde getirmiştir. Böylece kadınlara dayatılarak adeta görev haline getirilen ideal ve onaylanan kadınlık argümanlarının içine bir de ideal ve modern anne olma boyutu da eklenmiş olur. Bilge Selçuk ise kendisi ile gerçekleştirilen söyleşide iyi anneden beklenenin çocuk yetiştirmek için tüm olanakları seferber etmesi, hatta kendi hayatından vazgeçmesi olduğunu belirtir ve ekler; bu baskı altında ise doğal olarak çalışma hayatında ve sosyal hayatta yer almak durumunda olan kadın buralarda sarf ettiği zamanı, emeği sanki çocuğundan çalmış gibi hissetmeye başlar. Tam da bu noktada bir paradoks fark edilir, o da; anneliğe bir yandan yüklenen kutsallık ve ululuk özellikleri ile yaşadığı suçluluk duygusu da bir anlamda yüceltilmiş, normalleşmiş olur. Aslında anneliğin abartılarak ulaştırılmasının sonucunda kendi hayatını yaşayamayan, sarf ettiği enerjinin sabrını ve otokontrolünü tüketmesi ile sürekli suçluluk duygusu yaşamaya mahkum olan annelerin sayısını her geçen gün artmaktadır.

Uzel'e (2008) göre iyi anne olmanın en önemli koşulu kadının bebeği olacağını öğrendiği andan itibaren çocuğun gereksinimlerine adapte olabileceğinin bilincine varabilmesi ve bebeği ile arasında olan biyolojik bağın psikolojik açıdan da her dönemde olumlu olarak geçebilmesidir. Coward' a (1995) göre ise, çağdaş iyi anne nosyonunun en önemli şartı, annenin çocuklarına verebileceği sonsuz enerji ve özellikle de çocukların gelişimlerini ilerletmek için çeşitli yaratıcı etkinlikler düzenlemektir. Ona göre ideal annelik belli bir süre içinde geçiştirilecek bir şey değil, aynı zamanda biçimlendirilecek, çocuklarını çoğu şekilde teşvik edecek ve eğitici etkinlik içinde kendi potansiyellerini bulma hususunda

onları yüreklendirecek süreçlerin iç içe geçtiği bir yapıdadır. (1995: 92). Bu söylemler belli bir zaman sınırlaması olmayan, sürekli, yoğun ve tam zamanlı anneliğin idealleştirildiğine işaret etmektedir. Benzer bir şekilde Chae (2015) de güncel annelik ideolojisinin yoğun (tam zamanlı) annelik ile karakterize edildiği belirtilmektedir. Çoğu araştırmacıya göre, (Johnston & Swanson, 2006; Tummala-Narra, 2009, Hays 1996) günümüzde baskın olan annelik ideolojisi, annelerin zamanlarının, paralarının ve enerjilerinin çoğunu çocuklarına aktarmasını gerektiren yoğun ya da tam zamanlı annelik olarak şekillenmektedir. Benzer bir bakışla Dedeoğlu (2010) iyi ve ideal bir anne ev içinde, çocuk merkezli ve kendi kişisel gereksinimlerinden daha da fazla çocuklarının ihtiyaç ve isteklerine öncelik veren bir şekilde tasvir edilebildiğini belirtmektedir.

Miller (2010) anneliğin de ideal anneliğin koşullarının da tarihsel, sosyal, kültürel, siyasi ve en önemlisi de ahlaki olarak sürekli şekillendiğini belirtmektedir. Ona göre çağdaş toplumlarda kadının anneliğe geçiş deneyimlerine odaklanılarak biyolojik olan anneliğin hangi şartlarda sosyal ve kültürel olarak örüntülediği, farklı bağlamlarda nasıl dokunarak biçimlendirildiği çözümlenebilir. Bu çözümlenmeden elde edilen veriler annelik konusunda toplumsal onayı tanımlamaya, ve dolayısıyla idealleştirilen anneliğe ilişkin stereotipleri belirlemeye yardımcı olur. Benzer bir şekilde Badinter (2011) de ideal annelik modelinin dönemden döneme, kültürden kültüre değiştiğini belirterek günümüz ideal annesinin hiçbir zaman olmadığı kadar çetin olduğunu ve günümüz ataerkinin anneliği popülerleşmesi ve teşviki ile ilişkili olduğundan söz ederek bu durumu natürel materyalizm olarak adlandırmaktadır. Anneliğin tarihin her döneminde bu çok yönlü yeniden üretimi sayesinde her kadın oluşturulmuş stereotiplerden etkilenmektedir. Dolayısıyla kadınlar isteseler de istemeseler de, eleştirmelerine ya da reddetmelerine rağmen her dönem farklı şekilde idealize edilen anneye yakınlaşmaya çalışırlar. Bu devrimde "iyi" anneye dair oluşturulan ideolojiler sürekli yenilenerek devam eder ve güncel olan yaklaşımlar diğerlerine eklenerek daha baskın olmaya başlar. Nitekim Uluğtekin'e göre de ideal annelik hâkim kapitalist ve ataerkil ideolojinin çıkarları doğrultusunda toplumsal perspektifte genel olarak belirlenmiş ailenin ihtiyaçlarını karşılamak için sürekli yeniden inşa edilir (2002: 3). Sonuç olarak çalışmanın daha önceki kısımlarında da belirtildiği üzere anneler toplumsal kabul ve takdirin koşulu olan ideolojilerle uyumlu olduklarında "iyi ve ideal anne" olacaklarını bildikleri için bu düşünce kalıplarını benimserler.

Değişen annelik ideolojileriyle sürekli güncellenen "iyi anne" modeline uyum sağlamaları için günümüzde her türlü medya organında kadınlara uygulanan baskıya, bu doğrultuda gerçekleştirilen algı yönetimine ve tektipleştirici söylemlere rastlanmaktadır.

Yaygın olan bu durum da ideal annelik tipolojisini oluşturmakta ve sürekli değiştirmektedir. Bu değişimin aktörlerinden biri de medyadır (Furedi, 2013: 32).

Miller (2010) iyi ve ideal anneye ilişkin fikirlerin kültürel ve sosyal olarak şekillendiğini, ahlaken temellendiğini vurgulamaktadır. Onun perspektifine göre biyolojik olan annelik, beklentilerimizi, otoriter bilgi biçimlerini ve profesyonel pratikleri şekillendirmeye devam etmektedir. (2010: 31). Sonuç olarak kadınlar anne olduklarında gerçekleştirecekleri annelik pratiklerini filtreleyen bir dizi görüş ile karşılaşır. Günümüzün iyi annesinin ise bu yoğun ideal tip bombardımanı içinde oldukça zor koşullara sahip olduğu belirtilebilir. Her biri farklı sosyal, kültürel, ekonomik vs. konuma içkin olan bu "ideal" görüşlerin kimi uzmanlara, kimi uzman olmayanlara kimi popülerlere kimi de kamusal alanlara aittir. Neticede anne gerçekleştirmesi gereken "ideal anneliğe" dair yoğun bir bilgi bombardımanına tutulur. Yaşlı kuşak annelerin, yaşdaşlarının, kendi annesinin öğütlediği annelik pratikleri birbirinden farklı olabilir. Bu doğrultuda Bora 1998 yılında gerçekleştirdiği çalışmada yaşlı kuşak annelerle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirmiş ve elde ettiği verileri modern kuşak annelerin aynı sorulara verdiği cevaplarla karşılaştırmıştır. Kendisinin elde ettiği verilere göre yaşlı kuşak anneler için çocuk bakımında “çocuğu beslemek, altını almak, giysilerini yıkamak gibi bakıma yönelik faaliyetler” önemli ve anne olmanın en öncelikli koşulu olarak görülürken genç kuşak için çocuğun eğitimi önem kazanmakta ve “topluma yararlı insanlar” yetiştirme ideali gündeme gelmektedir (1998: 82). Dolayısıyla kadınların anneliğe yüklediği anlam zaman içinde kuşaklararası farklılık göstermektedir. Furedi' ye göre iyi anne ve babalık geleneksel olarak çocukları eğitime, ilgilerini canlı tutma ve sosyalleştirme ile ilişkiliyken günümüzde çocukların aktivitelerini gözetlemekle özdeşleştirilmektedir. Değişen bu algı sebebi ile günümüzde "iyi ve ideal" annenin çocuğunun emniyetini sağlayan, bu uğurda onun hemen hemen her anında yanında olan ve gözetleyen bir görünümü de olduğu belirtilebilir.

Tüm bunlardan hareketle günümüzde idealize edilen anne ise; hem modern dönemlerin çok yönlü beklentilerini karşılar hem de herhangi bir yardım almaya ihtiyaç duymadan hayatını her açıdan, anne olmadan önceki dönemlerdeki gibi sürdürebilir. Anne artık geçmişe kıyasla daha mücadelecidir, en çok da “iyi annenin” kalıplarını oluşturan ideolojilere ulaşmak için enerjisini harcar. Badinter (2011) annelik söz konusu olduğunda yaşanan ideolojik mücadelenin iki ilkeye dayandığından söz eder. İlki; iyi anne figüründe çocuğun ihtiyaçlarının olması gerektiği gibi ve doğal olarak her şeyin önüne geçmesi gerektiği, ikincisi; çocuğun ihtiyaçlarının doğa tarafından belirlendiği ve bu ihtiyaçların giderek daha fazla keşfedilmesi gerektiğidir.

Çalışmanın daha önceki kısımlarında belirtildiği gibi anneliğe yönelik ideallerin dinamik yapısı iyi anne rolünü de sürekli değiştirmektedir. Özellikle günümüzde naturalist ideolojinin de etkisi ile gittikçe artan annelik görevlerinin birçok anneyi çelişkiler yaşama eşiğine getirdiği görülmektedir. Bu gerekçelerle de bazı kadınlar yeniden anne olmayı sorgular hale gelmektedir. Miller' e göre anneliğin yaşandığı ahlaki mayın tarlası ve cinsiyetlendirilmiş ahlaki mantığın annelik ve ücretli işle ilgili toplumsal müzakereleri şekillendirmesi göz önüne alındığında annelik yapmak karışık bir iş olarak karşımıza çıkmaktadır (2010: 206).

#### **1.4. Gelenekselden Moderne Aile ve Annelik**

Geleneksel ailede çocuk bakım pratikleri değerlendirildiğinde, annelerin birçok açıdan günümüze kıyasla görece daha rahat oldukları ve geleneksel ailedeki kalabalık aile yaşantısının çocuk bakımını kolaylaştıran bir unsur olduğu düşünülebilir. Server' e (2015) göre geleneksel ailede çocuklara ailedeki diğer kadınlar ve hatta evin büyük çocukları yardımıyla bakılır, annenin sosyal hayatına devam etmesi, çalışma hayatına başlaması ya da geri dönmesi ve kariyerini sürdürmesi beklenmediği (hatta tasvip edilmediği) gibi, çocuklarını “en gelişmiş” bilgilerle yetiştirmesi de beklenmezdi. Bu dönemin koşullarında en gelişmiş bilgi tanımı ise aile büyüklerinin ön gördüğü geleneksel pratiklerden oluşmaktadır. Anne ev içi emeğini sürdürürken çocuk aile büyüklerinin tecrübeleri ile sınanmış pratiklerle büyütülür, bu doğrultuda aile büyüklerinin çocuk bakım pratiklerini uygulamak "iyi ve onaylanan anne" olma yolunda atılan büyük bir adım olarak yeterli görülürdü. Dolayısıyla geleneksel ailelerde geleneksel anne, çocuk bakımına ilişkin birçok sorumluluğu daha çok aile büyükleri ile paylaşan, bu yönü ile onaylanan, çocuk bakımına ilişkin çok yönlü beklentilerden uzak, çocuğunu her halükarda kendisinden önce çok çocuk büyütmüş, tecrübeli ve bilirkişi büyüklerine bırakmaya yakın bir şekilde konumlanmaktadır. Bu yönleriyle sosyal hayatı daha çok ev içi emek ile örtüşen geleneksel ailedeki annenin çocuk sahibi olmanın çelişkili, zorlayıcı yönlerini günümüz annesine nazaran çok daha az deneyimlediğini belirtmek mümkündür.

Nicolson' a göre "çağdaş annelik, XIX. ve XX. yüzyılın tıp, biyoloji, psikoloji ve sosyal bilimlerin ürünüdür ve çeşitli şekillerde görülebilir" (1993: 203-204). Bu açıdan bakıldığında, hakim bilimsel argümanların desteğiyle modern ailelerdeki annenin birçok bilim alanının bilgileri ile sınındığı belirtilebilir. Günümüz annesi geleneksel, kalabalık ailelere kıyasla hem daha yalnız hem de anneliğe ilişkin yükünün çok daha ağır olduğu bir durumla karşı karşıyadır. Server' e (2015) göre modern anne, çocuklarına modern tıp ve çocuk

uzmanlarının sunduğu “en gelişmiş” bilgilere uygun bir bakım vermeli, bu esnada onları çağın fikirlerine göre yetiştirmeli ve bilişsel gelişimlerini desteklemelidir; tüm bunları yaparken de sosyal hayatını ve mümkünse kariyerini devam ettirmeli, kişisel bakımını da ihmal etmemelidir. Ayrıca anne rolüne geçmişten günümüze eklenen kutsallığın bir göstergesi olarak içgüdüsel anlamda çocuk bakmayı da bilmelidir.

Furedi' ye göre günümüzde çocuk bakımı hakkındaki profesyonel düşünce geçmişten gelen anne babalık pratiklerinden bir veba gibi kaçılması gerektiği önermesi vasıtası ile yayılmaktadır. Ona göre nadiren kabul edilse de bu önerme günümüzde hem çok hakimdir hem de güncel çocuk yetiştirme felsefesinin hareket noktasını oluşturmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak artık önceki nesil nadiren rol model olarak kabul edilir duruma gelmiştir (2013: 220 - 225). Benzer bir şekilde Beck ve Gernsheim' a (2012) göre de günümüzde çocuk konusunda doğal yollardan gelen bilgilerle kültürel yollarla gelen bilgiler arasında gittikçe büyüyen bir uçurum bulunmaktadır. Geleneksel ve modern çocuk yetiştirme pratikleri arasında süre giden bu çatışma sayesinde çocuk bakım pratikleri sürekli yeniden üretilmektedir. Bu pratikler modern koşullarla yeniden üretildiğinde, geleneksel uygulamalarda son derece rutin, kolay ve doğal karşılanan süreçler karmaşıklaşmaktadır. Örneğin bebeğin uyuma şekline nasıl yıkanacağına, altının nasıl değiştirileceğine, beslenmesinde uygulanması gereken pratiklere, kullanılan ses tonuna, tercih edilen renklere ve nasıl terbiye edileceğine kadar geniş bir alanda uzman demeçleri ile anneliğin önceden "doğal olan" süreçleri doğal olmaktan çıkarılarak uzman desteğinin şart olduğu, desteksiz baş edilemeyecek eylemlere dönüştürülerek zorlaştırılmaktadır.. Bu durum da iki kuşak arasında deneyim çatışması yaşanmasına neden olmaktadır. Günümüz annesi zaman zaman geleneksel pratiklerden tamamen ayrı olan eylemlerini yerine getirirken bir önceki kuşağın "siz bu şekilde büyüdünüz de ne oldu?" ifadesinde yer bulan eleştirilerine maruz kalır. Dolayısıyla artık çocuk yetiştirmede "Gerçekten hangisi doğrudur?" sorusunun cevabını bulabilmek, farklı ekolleri destekleyen uzmanların, annelik ve çocuğa ilişkin oluşan rant ve ticari çıkarların ve sürekli değişen argümanların olduğu bunca bilgi bombardımanının içinde oldukça zor görünmektedir. Neticede çocuk bakımının anne için güçleşen bir hal aldığını belirtmek mümkündür. Zamanla kolaylaşması gereken pratikler çocuk bakımı söz konusu olduğunda tersine bir durum izleyerek gittikçe zorlaşmış görünmektedir. Furedi' nin Isaacs dan aktarımı ile artık "bebek büyütme artık yiyecek, uyku, giyinme, ışık ve havanın etkileri ile hastalığı önleme yöntemleri hakkındaki kanıtlanmış bilimsel bilgiye dayanmaktadır (2013: 225). Fakat anneliğini bilimsel bilgilere dayandırarak gerçekleştirenler olduğu gibi geleneksel

uygulamaları ideal kabul eden yaklaşımları, argümanları ve bu uygulamaları destekleyen bilimsel ekolleri de görmek mümkündür.

Modern dönemlerde rastlanılan bir diğer annelik görünümü de sürekli değişim ve gelişim karşısında çocuk bakımı ve gelişimi konusunda geleneksel uygulamalara tutunmaktır. Uzman demeçlerine dayanan modern uygulamalardan ziyade yıllardır süregelen ve tecrübe ile sınanmış geleneksel uygulamaları sahiplenen bu reaksiyonel annelik davranışının örneklerini hem Türkiye’de hem de dünya da görmek mümkündür. Kimi anneler için kültürel olarak temellenmiş annelik pratikleri, çoğu kişinin atıfta bulunduğu uzman bilgilerinden daha güvenilirdir. Modern annelikte gelenekselliğe dönüş pratiklerinin sebepleri çeşitli olsa da en sık akla gelen gerekçe sürekli değişim ve gelişen taleplerin doğurduğu güvensizlik duygusu neticesinde gelenekselliğin tecrübeye sabit, güvenli limanına sığınmak olabilir. Anne sürekli değişen yöntemler yerine kendi annesinin, anneannesinin ve diğer tanıdıklarının yıllardan beri, kuşaktan kuşağa uyguladığı "güvenilir ve tecrübe edilmiş" yöntemleri tercih edebilir. Bu sayede tekrar sahiplenilen geleneksel pratikler bir süre sonra eski ataerkil ideolojiyi de yeni koşullara uyumlu hale getirerek yeniden üretmiş olur.

Günümüzde annelik eylem ve söylemlerinde rastlanan bu geçmiş ve modern zamanların iç içe geçmiş hali annelerin hem geleneksel hem de modern görüşlü diğer kişiler tarafından eleştirilme ihtimalinin de önünü açar niteliktedir. Bu durumun sonucu olarak da anne artık hem geleneksel hem de modern olarak yapılandırılmış uygulamaları gerçekleştirmek, geçmişe de bugününe de hakim olmak zorunda olup adeta zamanlar ve kuşaklar arası yaşayan bir boyuta gelmektedir. Bu koşullarda modern annenin geleneksel anneye kıyasla daha çok baskıya maruz kaldığı tahmin edilebilir. Uzmanların yarattığı moda akımlar neticesinde de artık çocuk bakımı dahilinde bebekleri yatırma şeklinden, altlarını değiştirmeye, gaz çıkarma ayrıntılarından, kullanılacak puset ve diğer bakım ürünlerine kadar her şey sürekli değişir, anneler de güncel kitapları okuyup, uzmanları dinleyerek en iyi stratejiyi belirlemek durumunda kalır. Günümüz annesinin kendisinden beklenen birçok eylemin farkındalığı ile adeta bir masal kahramanı gibi yaşamaya çabalayışını, “her gün böyle bir performans gösterebilmek için ya geri zekâlı olmak ya da avuç avuç Prozac<sup>3</sup> içmek lazım” (2015: 97) diyerek tanımlayan Maier’ den hareketle günümüz annesinin içinde olduğu koşulların karmaşıklığı üzerine düşünülebilir.

Modern annenin yaşadığı bu karmaşaya hayatının gereklilikleri de eklendiğinde içinde bulunulan durum kaotikleşmeye çok yatkındır. Kadın geçmişe nazaran daha çok özgürleşse de evlilik hayatında hala erkekten daha yüksek bir sorumluluk ve yük ile var olmaktadır. Server'

<sup>3</sup> Antidepresan olan bir ilaçtır. Günümüzde depresyonun atlatılmasında mucizevî bir ilaç olarak nitelendirilmektedir.



e (2015) göre baba, ideal aile için şarttır ama çocuk bakımındaki rolü anne ve bebeğin güvenliğini sağlamak ve onların ihtiyaçlarını karşılamak için gereken parayı kazanmaktan ibarettir. Çeşitli stereotipler de babanın bu davranışlarını normalleştirmesini sağlar. Örneğin babanın bebekle direkt bir teması olmamıştır; o nedenle böyle bir içgüdüye sahip değildir ve dolayısıyla bebeğe istese de anne gibi bakması mümkün değildir. Toplumsal ve ailesel iş bölümünün cinsiyetleştirilmesi ise bu şekilde gerçekleşmiş, ayrımcı toplumsal cinsiyet pratikleri de bu şekilde yayılmış olur. Dolayısıyla ebeveyn olmak erkek ve kadın açısından farklı bir şekilde yapılanmaya başlar. Maier bu durumu erkek ve kadın hayatındaki değişim üzerinden örneklendirmeye çalışarak "Erkekler baba olduklarında, mesleki faaliyetleri artıyor ve – kadınların aksine- kendilerini işlerine daha fazla adıyorlar. Çalışmalar, parlak kariyere sahip erkeklerin genellikle çocuklu aile babaları olduğunu gösterirken, daha başarılı kadınların genellikle çocuksuz olduğunu gösterir (2015: 72)" der. Benzer bir şekilde Halford ve ark. (1997) da, evlenmek ve çocuk sahibi olmanın, sorumluluk ve saygınlık algılarını barındırdığından dolayı bir erkeğin kariyerini artırabilirken, aynı koşulların kararlılıklarını ve işlerine olan bağlılıklarını azalttığı gibi gerekçelerle bir kadının kariyerine ters etki yapabileceğini belirtmişlerdir.

Modern zamanlarda anneliğin zorlayıcı karakteri yanında belirtilmesi gereken bir diğer yönü de anneliğin artık bir seçim, tercih ve zamanlama meselesi olduğu gerçeğidir. Modernleşen anneliğin belki de en tipik özelliği anne olmanın artık kadının bir tercihi olarak karşımıza çıkmasıdır. Zaten çağımızın gerçeği olan tercihlerin çeşitliliği hali söz konusu annelik olduğunda da kendisini göstermektedir. Kendisini kalabalık bir aileye adama hayali kuran kadınlar ile hem çocuk hem de kariyer isteyenler, hiç çocuk istemeyenler ve ne pahasına olursa olsun çocuk arzulayan kadınlar grubu tarafından anneliğin oldukça farklı biçimlerde kavrandığını ve değerlendirildiğini belirtmek gerekir (Badinter, 2011: 29). 1970' li yıllardan önce evliliğin rutini olan çocuk sahibi olmak, günümüzde kullanılan doğum kontrol yöntemlerinin bir neticesi olarak planlı bir tercih olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın anne olmayı tercih edebilir ya da henüz tercih etmediği için istediği zamana erteleyebilir veya anne olmayı hiç düşünmeyebilir. Dolayısıyla artık kadın sıklıkla kullanılan doğum kontrol yöntemleri ile annelik duygusunu istediği zaman yaşayabilir ya da yaşamayabilir. Badinter (2011) kadınların doğurganlıklarını kontrol altına alarak istediği zaman anne olmayı tercih etmeye başlamaları ile birlikte tüm gelişmiş ülkelerde aşağıdaki dört olgunun ortaya çıktığından söz eder:

- Doğurganlığın azalması,
- Ortalama annelik yaşının yükselmesi,

- İş dünyasındaki kadın sayısında artış,
- Kadınların hayat tarzlarının çeşitlenmesi

Bu şartların yaygın olduğu ülkelerde ise çocuksuz çift sayısının, bekâr kadın sayısının ve çalışan kadın sayısının yüksek olması, anne olma yaşının artması bir rastlantı olarak karşılanmamalıdır. Dolayısıyla elde edilen tüm verilerin ışığında modern anne profilinin daha çok planlı bir gebelik neticesinde, 30'lu yaşlarda çocuk sahibi olmuş ve aktif çalışma hayatına devam etme çabası gösteren, çocuk bakım pratiklerine ilişkin hem geleneksel hem de modern bilgi içerimlerini sentezleyen kadınlar tarafından şekillendirildiğini belirtmek mümkündür. Haliyle annenin taşıdığı özellikler de geçmişe kıyasla bir değişim geçirmiştir. Miller' e göre çocuk sahibi olmanın zamanlaması ve çocuk doğurmanın sıklığındaki bu değişimler anneliğe atfedilen anlamlara da kadınların annelik deneyimlerine de yansımaktadır (2005: 20). Miller Badinter' in tespitlerine ilaveten; azalan aile büyüklükleri neticesinde artık kadınların anneliği ilk elden öğrenme şansının olmadığından, coğrafi olarak dağılan ailelerden ve geçmişe nazaran doğum gerçekleştirmenin her ne kadar daha güvenli olsa da kadınların risk algısının onları daha çok uzman rehberliğine yönlendirdiğinden bahsetmektedir. Bu durum kadının çeşitli rolleri arasında bir sıralama yaratmakta ve anneliğe öncelik vermektedir. Bu doğrultuda Maier' e göre günümüzde kadın açısından kazanan ve onaylanan sıralama önce anne, sonra çalışan ve en son kadın olarak şekillenmektedir (2015: 69).

Yaşanan tüm süreçler modern annenin anneliğe yaklaşımını ve bu süreçte hissettiklerini de etkilemektedir. Günümüzde annelik açısından hâkim olan hem bireycilik hem de kişisel tamamlanma anlamında annelerin sürekli bir arayış içinde olması ve geleceğin annelerinin kendilerine dün sormadıkları soruları bugün sormaya yöneltmesi olarak özetlenebilir (Badinter, 2011: 20). Annelikteki bu değişim Öztan' a göre feminist teori ve siyaset içerisinde anneliğe ilişkin parçalanmanın aksine, popüler kültür, medya, sosyal ve politik alanda anneliğin yeniden kutsallaştırılmasını, tanımlanmasını ve müzakere edilmesini sağlamaktadır. Ona göre bu durum çoğunlukla sağ ve muhafazakâr bir iklimin annelik açısından ulusal ve uluslararası düzeylerde egemenlik kazandığının göstergesidir (2015: 104). Dolayısıyla tüm bu bakışlardan hareketle geçmişte görece isteksiz, mesafeli ve aile hayatının adeta rutini olarak yaşanan annelikten artık tercih edilen, kendini benimseten, aktif ve özel bir anneliğe geçildiği belirtmek mümkündür. Beck ve Gernsheim' a (2012) göre de günümüz anneleri geçmişe oranla kendilerini daha çok çocuklarına adanmış durumdadırlar. Onlara göre bu durumun en önemli nedenlerinden biri de günümüzde geçmiş yıllara oranla çok daha az çocuğun dünyaya gelmesidir. Bu koşullar altında geçmişte anneliğe atfedilen kutsallığın modern anneliğin sürekli artan yükümlülüklerinin gölgesinde kaldığı düşünülebilir. Bu

durumun gerekçelerinden biri de günümüz koşullarında annelikle birlikte öğütlenen çok boyutlu pratiklerin uygulaması ile kadının ekonomik özgürlüğünü tamamen ya da kısmen kaybetmeyle karşı karşıya kalmasıdır. Anne olduktan sonra "çocuk da yaparım kariyer de" şeklinde sloganlaştığı üzere çalışma hayatına geri dönen kadın görünürde ekonomik özgürlüğünü yitirmemiş olsa da evdeki sorumluluklarının tamamını üstlenmek durumunda olduğu için ekonomik gelirinin önemli bir kısmını evle ilgili sorumluluklarını yerine getirmede ücretli emek desteğine ayırmak durumunda kalabilir. Günümüzde çocuk sahibi olan ve iş hayatına aktif bir şekilde devam eden kadınların büyük bir kısmı temizlik, yemek, ütü ve çocuk bakımı gibi konularda başka kadınların işvereni konumundadır.

Artık "çocuk odaklı" bir hayat yaşandığını belirtmek mümkündür. Bu noktada "kutsal annelik" miti "melek çocuk" mitine kaymıştır. Melek olan, eşsiz olan, kutsal olan artık çocuktur. Nitekim Furedi' ye göre doğuştan değerli ve sevginin belirgin kaynağı olarak algılanan bu yeni çocuk anlayışı, işsiz orta sınıf kadınların yüklediği yeni domestik rolün paralelinde oluşmuştur (2013: 173). Onun Zelizer' den (1994) aktarımına göre çocuğu yüceltmek kadınların domestik rolünü yüceltmek ile paralel ilerler; birlikte ailedeki işleri yüklenirler ve her biri ötekini güçlendirir.

Günümüz modern kadınına dair yapılan bir diğer sınıflandırma da Gilbert (2008) tarafından kadınların hayat tarzları, işe ve aileye verdikleri önem kriterlerine göre gerçekleştirilmiştir. Gilbert bu kriterler doğrultusunda bir devamlılık oluşturan dört ideal tipten bahseder ve "continuum" olarak kavramsallaştırır. Bu kavramla kastedilen ise sınıflandırmanın sürekliliği ve belli bir boyutta devam etme halidir. Continuum' un dört ideal tipinin iki aşırı ucunda gelenekseller ve post modernler vardır.

**Gelenekseller:** Gilbert' e (2008) göre geleneksel kadın profili üç veya daha çok çocuğa sahip olan kalabalık bir aileye sahiptir. Bizim kültürümüzde ise bu profil daha çok üç ve daha çok çocuğa sahip ev kadınlarından ya da yine üç ve daha çok çocuğa sahip olup çalışma hayatını çocuk bakımı sebebi ile noktalayan kadınlar tarafından temsil edilmektedir. Gelenekseller daha önce çalışma hayatları olsa da tam zamanlı anne olmak için kariyerlerine ara vermiş ya da tamamen sonlandırmışlardır. Onlara göre çocukların bakımı ve çocuklara ilişkin günlük etkinlikler hayatlarının en önemli eylemleridir. Çalışmalarını gerektiren maddi ve manevi ihtiyaçları olsa da, geleneksel kadınların çoğu anneliğin bir statüsü ve ayrı bir değeri olduğunu, çocukların bakımı ve eğitiminin kendi başyapıtları olduğunu düşünürler. Anne olduktan sonra çalışma hayatını sonlandıran kadınlar ise genellikle iş yaşamlarının kendilerini tatmin etmediğini, hak ettiği mevki, umduğu sosyal statü ve ekonomik özgürlüğü kendilerine

sağlamadığını düşünürler. Gilbert'e göre bu kategoride konuşlandırılacak kadınların sayısı özellikle son otuz yıldır ciddi bir şekilde azalmış ve azalmaya devam etmektedir.

**Postmodernler:** Continuum' un diğer aşırı ucunda postmodernler vardır. Bu grup çocuksuz kadınlar tarafından temsil edilir. Bu kadınlar tamamen kariyer odaklıdır ve bireycidirler. Geleneksel kadınların aksine bu kadınlar bireyin tamamlanma ve kendini gerçekleştirme sürecini aile hayatıyla değil profesyonel mesleki yaşamla bağdaştırırlar.

**Neo-gelenekseller:** Kariyerlerine annelikten vazgeçecek kadar bağlı olmayan neo-gelenekseller iş ile aile arasında bölünen kadınları temsil ederler, öncelikleri daha çok aile yaşamından yana olur.

**Modernler:** Modern kadınlarda neo-gelenekseller gibi kariyerlerine annelikten vazgeçecek kadar bağlı olmasalar da, onlar önceliklerine iş yaşamından yana kullanırlar.

Gilbert günümüz kadın profilini daha çok neo-gelenekseller ve modernler tarafından oluşturulduğunu ve sayılarının gittikçe arttığını vurgulamaktadır. Her ne kadar ona göre günümüz kadınına ilişkin bu sınıflandırmalar daha çok İngiliz ve Amerikalı kadınlara uysa da Türkiye açısından da geçerli olabilecek niteliktedir. Gilbert' in bu tespitine ilaveten değişen yaşam koşullarının özellikle internet, sosyal medya, küreselleşme gibi dinamikler aracılığı ile üretilen güncel annelik sınıflandırmalarının gittikçe arttığı gözlemlenmektedir. Çalışmanın bir sonraki kısmında bu annelik türleri irdelenecektir.

### 1.5. Günümüzde Annelik Türleri ve Annelikle İlgili Popüler Kavramlar

Modernleşme ile birlikte etkisi artan kapitalizm ve küreselleşen dünya hayatımıza yeni oluşumları getirmiştir. İnternet ve berberinde gelen sosyal medya kullanımı, değişen iletişim teknolojileri McLuhan ve Powers' ın (1989) tanımı ile yaşamlarımızı "global köye" dönüştürmüştür. Bu durumun hayatlarımıza getirdiği dinamizm annelik alanında da gözlemlenmeye başlamıştır. Uzun yıllardır kadınlar için başlı başına birleştirici bir unsur olan annelik küreselleşen dünyayla farklı bilgilerin, deneyimlerin, kültürlerin ve ideallerin paylaşıldığı bir rol olarak karşımıza çıkarak farklı anneliklere işaret eder olmuştur. Annelik dahilindeki yerli ve yabancı literatür incelendiğinde annelikle ilgili farklı tanımlamalar gündeme gelmiştir. Artık anne "ekolojik", "kutsal", "tam zamanlı", "mükemmel", "postnatal", "kuzgun" veya çok daha fazlası olabilir. Koşullar değiştikçe mevcut annelik türlerine yenilerinin de eklenildiği gözlenmektedir. Çalışmanın bu bölümünde literatürde ve internet ortamındaki çeşitli platformlarda ve bloglarda rastlanılan annelik türleri ve anneliğin bu konumundan hareketle oluşturulmuş çeşitli kavramlar irdelenecektir.

### **Ekolojik Anne**

Maier' e (2015) göre tüm gezegen için her çocuk ekolojik bir felaket iken, ekolojik anneler doğaya dönüşü benimseyen bir bakış açısı ile karşımıza çıkmaktadır. Ekolojik anneler ilk olarak anneliğin bir şekilde ellerinden alınması olarak gördükleri hastane tekniklerini reddeder ve doğumun doğasına uygun olarak gerçekleşmesi gerektiği fikrini desteklerler. Ekolojik annelerin sahiplendikleri "doğal doğum" evde gerçekleşir ve epidüral, sezeryan, anestezi gibi teknikler doğum esnasında kabul edilmez. Onlara göre epidüral yozlaşmış bir sanayi uygarlığının ifadesidir. Doğum şekli konusunda tıp dünyası ile ters düşen ekolojik anneler söz konusu anne sütü olduğunda tıp dünyası ile tam bir uyum içindedirler. (Badinter, 2011: 47-50). Ekolojist annelerin ortak noktalarından bir diğeri ölçsüz tüketime duydukları nefret olmuştur. Ekolojik anne profilinde anne mümkün olduğu kadar tüketmemeye veya tüketim malzemelerini çevre dostu, geri dönüştürülebilir ürünlerden seçmeye gayret eder.

### **Kutsal Anne**

Kutsallık birçok dini metinde anneliğe atfedilen bir özelliktir. Keser' e göre ise anne-bebek ilişkisinin masumiyeti ile şekillenen ve muhtemelen çok eski bakım gereksinimlerine de gönderme yapan bu şefkatli ifadeler anneliği bir tür kutsallık mertebesine yükseltmektedir (2007: 35). Server' e göre ise çamaşır, bulaşık, ütü gibi hiçbir kutsiyeti olmayan işler de daima "kutsal anneliğe" dâhildir, çünkü "kutsal anne" olabilmek için "iyi anne" olmak gerekir ve "iyi anne" çocukları için yemek hazırlayan, onlar için "hijyenik" bir ev ortamı sağlayan, onların ödevleriyle ilgilenebilecek kadar "bilgili" bir annedir (2014: 79). Maier' e göre kutsal anne profile uyan bir kadın bezlerin, banyonun, biberonun akışını belirlediği bir keşiş yaşamı sürmektedir (2015: 86).

### **Tam Zamanlı Anne**

Haftanın yedi günü yılın üç yüz altmış beş günü çocuğu ile ilgilenen, kendisini adeta ona adayan anneler, yaşadıkları "molasız, izinsiz" mesai ile "tam zamanlı" anne olarak nitelendirilirler. Tam zamanlı anne yirmi dört saat boyunca bebeğinin fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamının yanında, bebeğinin yaşamı ile ilgili nihai kararları da veren kişidir. Kadınlar tam zamanlı anne olduklarında her şeylerini; sütünü, zamanını, enerjisini çocuklarına vermeleri gerektiği konusunda ve aksini yaparlarsa bir bedel ödeyeceklerine dair öğütlenirler. Tam zamanlı annelik bu rol çerçevesinde durmaksızın, dinlenmeksizin çalışmanın karşılığı olarak literatürde yerini almaktadır (Himmelweit ve Sigala, 2004; Sennett, 2012, O'Reilly, 2010, Meşe, 2014). Dolayısıyla "sağlıklı" bir birey olması için tüm önceliklere sahip olması gereken çocuk bir süre sonra annenin zamanının, enerjisinin de tek başına sahibi olur. Stern, Stern ve Freeland (2013) bu tür bir sahipliği "iş sahipliği" olarak nitelendirirken, toplumun bu sahipliği

yarattığını ve sürekli beslediğini belirtirler. Onlara göre bu süreçte çocuğun gelişimine ilişkin herhangi bir başarı ya da başarısızlığın nedeni farklı etkenler olsa da oklar nihai sorumlu olarak anneyi gösterir. Greenfield' e (1999) göre idealize edilen tam zamanlı anneliğin tek amacı çocuk sahibi olmak ve ona bakmaktan ibarettir ve daha çok erken modern dönemde idealleştirilmiş bir şeydir.

### **Mükemmel Anne**

Her kültürel norma göre mükemmel anne tanımı değişmekle birlikte, günümüzde mükemmel anne tam zamanlı anneye yakın bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Mükemmel anne geleneksel ve idealist kalıplarla örtüşürken, annenin mümkün olduğu kadar çocuğuyla olması beklentisini içerir. Bu doğrultuda annenin mükemmellikten uzaklaştığı noktalardan biri Antier' in (2002) Brisset' ten aktarımına göre; çocuğun çok erken yaşta kreşe ya da bakım evine gönderdiğinde ortaya çıkar. Ona göre bu anneler hem aceleci hem de annelik görevlerinden kurtulma çabasında içinde olarak konumlandırılır ve haliyle mükemmel anne olmaktan uzaklaşır. Dolayısıyla mükemmel anneliğin sosyal çevrenin takdirini kazanmayı sağlasa da bilimsel açıdan çok gerçekçi görünmediği belirtilebilir.

### **Yarı Zamanlı Anne**

Bu tanımlama ile kast edilen anneler iki buçuk- üç yaşındaki çocuklarını kreşe gönderirler. Çalışma hayatı olan anneler de bazı metinlerde yarı zamanlı anne olarak değerlendirilirler (Crowley, 2014, Himmelweit ve Sigala, 2003).

### **Postnatal Anne**

Öztan (2015) bu kavram ile doğum sonrası anneliğe daha çok beden üzerinden gönderme yapmaktadır. Ona göre Victoria Beckham ile sembolleşen 34 beden postnatal anneler doğum kilolarını hemen verip ideal beden ölçüsüne hemen kavuşurlar. Bu tip anneler sosyal medya hesaplarında ve internet ortamındaki çeşitli platformlarda "fit anne" (Yeni Nesil Fit Anneler, 2014) veya "sporcu anne" (Sporcu Anne, 2016) gibi isimlerle de nitelendirilmektedir.

### **Yoğun Annelik (Intensive Motering)**

Hays (1996) anneliğin kendine özgü ve tümüyle çocuk merkezli, yoğun duygusallık ve zaman harcamayı gerektiren yönlerine işaret eden yoğun annelik kavramını "anneleri çocuklarını yetiştirmek için çok fazla zaman, enerji ve para harcamasını tavsiye eden cinsiyete bağlı bir model" olarak tanımlamaktadır. Bassin ve arkadaşları' na (1994) göre yoğun annelik annenin başkalarının bakımı için kendini adadığının, feda ettiğinin, vericiliğinin ve

çocuklarının ihtiyaçları için kendi ihtiyaçlarının çoğunlukla yok saydığının veya ikinci plana attığının somut göstergesidir.

### **Futbol Anneleri (Soccer Moms)**

1990' larda gündeme gelen bu kavram orta sınıf banliyölerinde yaşayan ve çocuklarını futbol maçları ve sportif faaliyetlere taşıyan evli, orta sınıf annelerini betimlemek için kullanılır (Özta, 2015: 96). Türkiye'de ise çocuklarını her hafta sonu veya her boş zamanlarına çeşitli kurs ve etkinliklere götüren anneler için bu kavramın kullanılması mümkündür.

### **Güvenlik Anneleri (Security Moms)**

Ailelerinin ve çocuklarının güvenlikleri için arayış halinde olan beyaz orta sınıf anneleri ifade eden bir tanımlama olarak annelik blogları aracılığı ile popülerleşen bir kavramdır. Özta' a göre bu kavram bir seçim kampanyası neticesinde üretilmiş ve anneliğin militarist söylem, teröre karşı bir savaş alanı ve bir seçim propagandası olmaktan öte, yükselişe geçen muhafazakâr kadın hakları söylemiyle paralel olarak şekillenmektedir (2015: 98). Türkiye' de ise "Cumartesi anneleri" nin güvenlik anneleriyle benzer sayılabilecek gerekçelerle sahiplenildiği belirtilebilir.

### **Y Kuşağı Anneler**

Y kuşağı kavramı aslen Y geninden ve İngilizceden gelmektedir. Açılımı ise "Generation Youth" yani "Genç Nesil"dir. Fakat literatür incelendiğinde bu kuşağa, "Millennials (Milenyum Kuşağı), GenerationNext (Gelecek Kuşak), DigitalGeneration (Dijital Kuşak), EchoBoomers (Eko Patlaması) ve Nexters (BirSonrakiler)" (Kapoor ve Solomon, 2011) gibi farklı isimlerle de yaklaşıldığı görülmektedir. Y kuşağı farklı isimlerle anıldığı gibi yaş aralığı konusunda da mevcut yazında biz uzlaşma bulunmamaktadır. Konu hakkındaki yerli ve yabancı literatür incelendiğinde; Y kuşağının yaş aralığı hakkında farklı yaklaşımlar olduğu belirlenmiştir. Örneğin (Lower, 2008) 1980 ile 2001 yılları arasında doğanları " Y Kuşağı" olarak nitelendirirken, Williams ve Page (2011) ise 1977-1994 arasında doğanları "Y Kuşağı" olarak nitelendirmektedir. İncelenen yaş aralıklarının alt sınırı 1977 iken (Williams ve Page, 2011; Kotler ve Armstrong, 2004; Bush, Martin ve Bush, 2004; Hacker, 2008; Kim, Knight ve Crutsinger , 2009; Nusair, Parsa ve Cobanoğlu, 2011; Senbir, 2004), üst sınır Howe ve Strauss (1997) tarafından 2004 olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında 1977-2004 doğumlu olanları anneleri "Y kuşağı anneler" olarak adlandırmak mümkündür. Yüksekbilgili' ye (2015) göre bu kuşakta ebeveynlik yaşı 27' ye yükselmiş ve ebeveynlikleri önceki kuşaklara nazaran çok farklı olarak değerlendirilmiştir. Ona göre bu

kuşağın anne babaları çocuklarının iyi şartlar altında büyüyebilmeleri, iyi eğitim alabilmeleri ve güvende olabilmeleri için önceki kuşak ebeveynlere nazaran çok daha aktif rollere sahiptirler. Y kuşağının bir diğer özelliği teknolojiyi yakından takip edip kullanmalarıdır (McQueen 2011; Puybaraud, 2010; Türk, 2013; Behrstock-Sherratt, 2010; Arhin, 2009). Mitchell (2005), Chester (2003) ve Lower' a (2008) göre ise Y kuşağı aynı anda birden çok işi yapabilme özelliğine sahiptir. Eisner' a (2005) göre ise Y kuşağı için, iş yeri sınırları da dâhil olmak üzere sosyal ağlarla sürekli iletişim kurabilmek önemlidir.

### **Kuzgun Anne**

Beck ve Gernsheim' a (2012) göre çalışan anne "kuzgun anne" olarak nitelendirilmektedir. Onlara göre güncel koşullarda, yeteri kadar iyi annelik yapamadığı baskısı ile çalışan kadının vicdanı körüklenerek anneliğin kamusal ve bilimsel dramatisasyonu ile de bu süreç desteklenir.

### **Alfa Anne**

Chae' e (2015) göre alfa anne günümüzde gözlemlenen anne türlerinden biridir. Bir kablolu televizyon kanalı tarafından icat edilen bu terim, çağdaş toplumdaki ideal anneye atıfta bulunmaktadır. Ona göre alfa annelerin "eğitilmiş, teknoloji meraklısı, A Tipi anneler olarak ortak bir amacı vardır: O da mükemmel annelik olarak özetlenebilir. Horovitz' e (2007) göre alfa annenin bir diğer özelliği de günde ortalama 87 dakika çevrimiçi olmalarıdır.

### **Süper Anne**

Keller' e (1994) göre süper anne çağımız efsaneleri arasında karşılanmaktadır. Ona göre ütopyik bir içeriği olan süper anne, evde mükemmel bir anne aynı zamanda da tam zamanlı bir çalışan kadın olarak şekillenirken, annelik dışındaki rollerinin gereklerini de kusursuz olarak gerçekleştirmelidir.

### **Aşırı Anne-Baba (Hyperparenting)**

Bu kavram ile çocuğunun gelişimi sırasında aşırı tutumları ile çocuğun kişisel gelişimine zarar veren ebeveyn davranışları kast edilmektedir. Bu tip ebeveynler aşırı kaygılı, aşırı korumacı, aşırı mükemmeliyetçi yönleri ile dikkat çekerler. Tüketim özelinde aşırı ebeveynlik yorumlandığında ise çocuğu birden fazla spor ve müzik dalı ile aynı anda ilgilenen kişiler düşünülebilir (Rosefeld ve Wise, 2001; Sayar, 2010).

### **Annelik Deliliği**

Ebravaya' nın (2015) aktarımına göre, Andre Green'e (1990) ait olan bu kavram algılarının tamamı çocuğu üzerine kilitlenmiş olan anne tanımlanmaya çalışılmaktadır. Ona göre gebelik ve beraberinden gelen annelik deneyimi ile anne hem dış dünyayla hem de



kendisiyle olan ilişkilerini yeniden düzenleyerek bir süreliğine de olsa algılarının tamamını çocuğu üzerine odaklar.

### **Annelik Savaşları**

Anneliğin idealleştirilmesi söz konusu olduğunda özellikle yabancı literatürde hakim olan bir kavram "annelik savaşları" dır. Bu kavram ile anlatılmak istenilen anneliğin idealleştirilen yönü ile karşıt konumunun girdiği mücadeledir. Peskowitz (2005) bu doğrultuda iyi ve ideal annenin son yıllarda evde konumlandırıldığı için annelik savaşının çalışan ve çalışmayan anneler arasında daha keskin olduğundan söz etmektedir. Ona göre bu savaş medya tarafından da yönlendirilmektedir.

### **Yeni Annelik (New Momism)**

Douglas ve Michaels' e (2004) göre, annelikle ilgili medya söylemlerinin 1980'lerden itibaren geriye doğru gitmeye başlamasının bir sonucu olarak, anneleri çocuklarına daha fazla bağlı kılmaya zorlayan "yeni annelik" söylemi yükselişe geçmiştir. Yeni annelik algısına göre; bir kadın yalnızca bir çocuğa sahip olmakla tamamlanabilir. Anne birincil bakıcı olmalı ve tüm zamanını, enerjisini anneliğe yönlendirmelidir. Bu durumu Hays'ın (1996) uzman düzeyinde bilgi, yüksek yoğunluklu emek ve yüksek maliyet gerektiren "yoğun annelik çağrısı" yaklaşımı ile eşleştirmek de mümkündür.

Günümüz koşullarındaki değişim annelik alanında da yeni tanımlamalara, yeni annelik türlerinin yaratımına neden olmuştur. Değişen koşullarla gelişen annelik türlerinin anneliğe bakışı farklılaştığını belirtmek mümkündür.

## **1.6. Anneliğin Kadın Üzerindeki Etkisi**

Kadın olmanın kuşatıcı, duygusal etkisi ve toplumsal cinsiyet çerçevesinde yapılandırılan yönleri ile kadın birçok unsura erkekten daha farklı yaklaşmakta ve yaşamaktadır. Bu bağlamda Griffiths "menstrüasyon, gebe kalma, hamilelik, doğum ve menopozun fiziksel olgularının kadın için kimliğe ve benlik kavramına ilişkin böyle bir değişimden geçmeyen erkeklerin tecrübe ettiklerinden farklı bir dizi ahlaki sorun yarattığını" ileri sürmektedir (1995: 33). Chodorow' a göre (1978) de kadınların benlik duygusu ile erkeklerin benlik duygusu birbirinden farklıdır ve bu farklılık kadınları anneliğe ve çocuk bakımına yöneltmektedir. Ona göre kadınların benliği hem diğer bireylerle ilişki deneyimlerine bağlıdır hem de ötekilerin benlikleriyle birleşmesi ve ayrılması ile ilişkilidir. Buna karşın erkeklerin benliği ise, katı sınırları ile ötekilerin benliğinden daha uzaktadır ve başkalarının benliğinin yadsınmasına dayanmaktadır. Annelik aracılığı ile kadın - erkek benlikleri arasında oluşan bu farkın ve anne olmanın kadın hayatı üzerindeki yeniden

yapılandırıcı etkisinin her kültürde gözlemlenmesi bu sebeple mümkündür. Kadın yaşamındaki bu devrim niteliğindeki rolün içeriği hem çok dolu hem de kadının diğer rollerinin niteliğini etkileyecek kadar baskın bir karaktere sahiptir. Üstelik bu baskın parametreler gerçekleştirilecek ufak bir gözlemlerle fark edilebilir boyuttur. Bu süreçten sonra artık hiçbir şey eskisi gibi olmaz; zaman yönetimi, beslenme, uyku ve evin düzeni, süregelen ilişkiler... Tüm bunların artık çocuğa göre yeniden düzenlenmesi, bir kısmında da vazgeçilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla anne olmanın bireysel yaşam ve özgürlükler açısından yıkıcı, yoksullaştırıcı bir etkisi bulunmaktadır. Beck ve Gernsheim' a (2012) göre çocuk hem güçlü bir paraya mal olmakta hem de her aşamadaki özenle hazırlanan planları birbirine katmaktadır. Onlara göre çocuk kendi "muhtaçlık diktatörlüğünü" geliştirip mükemmelleştirerek anne babasını kendi yaşamına uydurur. Beck ve Gernsheim (2012) bu dönüşümü Fend (1988)' den aktararak "çocuk nimetinden çocuk yüküne" cümlesiyle betimler. Campbell' in (1987) "annelik her gün sabahtan akşama, zihinsel özür, elini dilini tutamayan biriyle tek başına yaşamak gibidir" söylemi anneliğinin zorluğuna ilişkin üretilen argümanlardan sadece biridir. Bu ve benzeri argümanların artması ile öz güveni sarsılan kadının anne olma fikrinden uzaklaşması ya da bir daha anne olmayı göze alamaması ise beklenen bir netice olarak yorumlanabilir.

Kadınlar açısından anneliğe ilişkin beklentilerle anne olduktan sonra deneyimlenenler arasındaki ayrım arttıkça hem anne olma isteğinden uzaklaştırma ihtimali hem de bir daha anne olmayı tercih etmeme olasılığının arttığı belirtilebilir. Bu bakışın bir sonucu olarak annelik artık gittikçe daha geç yaşta gerçekleşen ve daha az sayıda çocuk sahibi olmakla neticelenen bir tecrübe haline gelmiştir. Miller' e göre bu doğrultuda kadınların ne hissetmeleri gerektiği ile aslında ne hissettiklerinin yerleri değiştiği yeni annelerin benliklerini salt bireysellikleri ekseninde anlamlandırıp yapılandırmaları zorlaşmaktadır. Ona göre anne olma ve annelik deneyimleri kaçınılmaz bir şekilde ırk, sosyal sınıf, yaş ve sosyo-kültürel konuma bağlıdır ve bunun bir sonucu olarak çeşitli ve parçalıdır (2010: 83). Kadın bu güçlü yeni kimliğine alışma çabalarıyla aslında anne olma halinin hayatının bu dönemine kadar edindiği tüm kimliklerden daha baskın ve daha üstün olduğunu fark eder. Kadın anneliği yaşayıp bu konuda tecrübelendikçe, yeni kimliğine ve bu kimliğin içeriklerine alıştıkça bir anne olarak sosyal benliğini de yaşadığı pratikler eşliğinden yeniden üretmeye başlar. Etkileşimsel olarak inşa edilen ve başkaları ile ilişkili olduğu takdirde gelişen benlik ise kadın için artık annelik kimliğinin yeniden düzenlenmeye başlar. Bu kapsamda Lawyer' a göre anneliğe geçiş kamusal alanda düzenlenir ve izlenir ancak kendini izlemeyi ve benliğin kişisel eleştirisini yapmayı da gerektiren çok özel ve kişisel bir geçiş olarak deneyimlenir

(2000: 36). Haliyle anneliğin kadın hayatı üzerinde fark edilir, fakat oranı kişiden kişiye değişen bir baskı kurduğu belirtilebilir.

Maier' e göre çocuk kültü kadınlar üzerinde ciddi bir baskı yaratır, bu durumun bir sonucu olarak da çağdaş Fransız kadını mutlaka anne, çalışan kadın ve eş sınırlarında şekillenmektedir (2015: 99). Maier' in Fransız kadınları üzerinden betimlediği bu durumun Türkiye'deki anneler için de geçerli olduğunu belirtmek mümkündür. Bu düzlemde öğütlenen, onaylanan kadınlıkla eşleştirilen annelik siyasal söylem ile de desteklendiğinde resmiyete de kavuşmuş olur. Nitekim Yılmaz' a göre çocuk doğurmak Osmanlı-Cumhuriyet modernleşmesi bağlamında toplumsal-siyasi bir mesele ve önemli bir dava, ancak çocuk bakmak ve büyütme, tıpkı bugün olduğu gibi o dönemde de sadece annelere ait kılınmış bireysel bir sorumlulukken, anneliğin toplumsal olarak inşası en çok bekar ve çalışan annelerin öncülüğünde gerçekleşmektedir (2015: 90). Öztan' a göre annelik siyasal gündemin temel başlıklarından biridir ve adeta en önemli kariyer alanı olarak ilan edilir. Ona göre günümüzde kadın haklarının marjinalleşmesi ve feministlerin toplumla ve annelikle ilgisi olmayan "ötekiler" ilan edilmesi (2015: 91) anneliğin sosyal gerçeklikleri açısından örneklendirilebilir. Anneliğin ötekileştirici sayılabilecek içeriği Yuval ve Davis (2010) tarafından da vurgulanmıştır. Onlara göre günümüzde anneliğin bu içeriğini kapitalizmden, modern devletin iktidarından ve maddi kaynakların toplumdaki dağılışımdan bağımsız, yalnızca biyolojik bir mesele olarak görmek de mümkün olmamaktadır. Benzer bir şekilde Uluğtekin' e göre de günümüzde anneler kapitalizm ve ataerkilliğin ana kavramsal araçlarından biridir ve bununla beraber ataerkil yapı ile birlikte ait olunan sınıf da annelik ideolojileri ve pratikleri arasındaki ilişkiyi anlamak açısından eşit derecede öneme sahiptir (2002: 1). Bu bağlamda günümüzde kadınlar kariyerlerine önem verip hayatlarını buna göre düzenlese de aynı anda hem kariyer yapmayı düşünüp hem de iyi bir anne olmaya çalışma çabaları eleştirilmektedir. Belki de bu sebeple bugün çalışan kadınların çocuklarına daha çok zaman ayırmaya çalışarak annelik zamanlarını arttırma çabasında oldukları belirtilebilir. Bu çabanın bir sonucu olarak kadın tam zamanlı anne olmaya yaklaşmak için yarı zamanlı ve esnek koşullu çalışmayı seçer, bu doğrultuda yarı zamanlı kadın emeği artarken kadın iş sahasından gitgide uzaklaşmakta ya da belli sektörlerin sınırları içinde kalmaktadır (Himmelweit ve Sigala, 2003; Sennett, 2012, O'Reilly, 2010: 435; Meşe, 2014). Koçkar kadını anne olduktan sonra birçok şok beklediğini ve bunlardan bazılarını da zaman, seçenek gelir ve statü kaybı olabileceğini belirtir ve ekler "anne olmuş bir kadın, anneliğin gerektirdiği zaman ve gerekliliklerin farkına vardığında, yorgunluk, şaşkınlık ve hızla gelişen bir tükenmişlik hissedebilir" (2015: 208). Dolayısıyla kadınlığa has bu mucizevi duygu her kadın tarafından farklı karşılanmaktadır. Kimileri için

var olmalarının sebebi ve anlamı iken kimileri için hayatını alt üst eden bir bağımlılıktır. Bu bağımlılık kadınların hayatlarının annelik görevleri çerçevesinde sıradanlaşırken, çoğu kadın için monoton işlevlerden ibaret olan yaşam heyecanını ve cazibesini kaybedebilir.

Sıkıcı bir şekilde mutlu, mesut, hamarat bir hale gelmekten endişe duyuyordum, çalışmak yerine mesela ya da yazmak yerine(...) kalkıp elmalı turta yapıyorum ya da az bulunur bir romanmış gibi "Yemek Pişirmenin Keyfi" kitabına çalışıyorum. Yuh dedim kendi kendime! Kendini evcimenliğe kaptıracak ve kafa üstü kurabiye hamuruna düşüp boğulacaksın (Plath'dan aktaran Öner, 2015: 153)

Badinter (2011) Tvarez'in "seyyar gıda" ve Darrieussecq'nun "dev bir meme başı" kavramlarını kullanarak anneliğin etkisini şu şekilde tanımlar; "bebek sahibi olmak mutluluk olduğu kadar aynı zamanda bir fırtınadır da ve bu çelişkili ortamda bazıları ilk dönem anneliklerinde "seyyar bir gıda" ya da "dev bir meme başı" olarak algılanmaktan şikâyet eder. Wall' a (2001) göre ise kadınlar anne olunca sağmal bir ekosistem haline gelirken, arzu ve istek sahibi özne statüsünü kaybetmekten korkarlar ve bu değişimin farkına varanlar durumdan şikâyet etmeye başlarlar. Maier ise çocuk sahibi olmayı büyük bir engel olarak görür ve aşağıda bu duruma yönelik düşüncelerini detaylandırır.

Kadınlar, erkekler tarafından kurulmuş adaletsiz düzenin ya da hiçbir şey yaratmamak, hiçbir şeyi tamamlamamak için bir mazeret olan kendi çocuklarının kurbanları mıdır? Bir karara varamıyorum... Kendi köşemde hayallere dalıyorum: çocuğum olmasaydı, evin idaresi, yapılacak alışverişler ve hazırlanacak yemekler bana daha az köstek olsaydı, ne olurdu kim bilir? Tek bir şey beklediğimi itiraf ediyorum: küçük yaratıcı aktivitelere nihayet daha fazla zaman ayırabilmek için çocuklarım üniversiteye başlasınlar. O zaman elli yaşında olacağım. Daha ileride, büyüdüğümde, benim için hayat başlayacak (2015: 100).

Gillespie (2000) anneliğin kadın üzerindeki zorlayıcı etkisine biraz daha farklı bir açıdan yaklaşarak anneliğe bağlı eylemlerin kadınları cinsellikten, dolayısıyla kadınlıktan uzaklaştırdığını belirtmektedir. Bu doğrultuda annelik ona göre çok yönlü fedakârlıkların yanında kadın kimliğinin kaybıyla da özdeşleştirilmiştir. Annenin "fedakâr" doğası ailesi, çocukları ve evi için yaptığı her şeyin meşrulaştığı nokta olarak düşünülebilir. Anne olduğunda kendinden beklenen fedakârlıklar eşliğinde hayatı baştan sona değişen kadının bu süreçte büyük bir adaptasyon problemi yaşamaması ise normal karşılanmalıdır. Aslında Miller' e göre bu aşamada problem olan kendi başına annelik değil anneliğin yapılandırılma ve kültürel olarak iz bırakma biçimleridir (2010: 250). Nitekim günümüz annelik kurgusu ve idealinin kendi içinde bir paradoks yarattığını da belirtmek mümkündür. Çünkü günümüzde annelerden ev hayatlarında, iş hayatlarında, sosyal hayatlarında ve diğer yaşam alanlarında diğer

rollerden beklenmeyecek kadar çok eylem beklenmektedir. Bu açıdan annenin çoğunlukla “içgüdüsel” olarak ya da kadın cinsine atfedilen anaçlığın neticesinde tüm bunları kaldıracak, bunlarla başa çıkabilecek kadar güçlü olduğu varsayılmaktadır. Sahiplenilen ve talep edilen bu bakış ebeveynlerin ama özellikle annelerin görece büyük bir problemle karşılaştırmalarına neden olmaktadır. Furedi yaşanan bu probleme hem anne hem de baba açısından değinmektedir, ona göre anne babaların karşılaştıkları birçok şeyi şiddetlendiren unsur talep edilen anne babalık kültürüdür ve toplum bu rolleri genişletmeye devam ettiği sürece, aileler iyi ebeveyn olmak için yeterli zamana asla sahip olamayacaklardır (2013: 150). Günümüzde anneliğe yönelik oluşturulan bu şekillendirilmiş yapı annelerin tecrübelerine ilişkin dile getireceklerini ve gizleyeceklerinin de ayrıştırmasına ve bir eylem- söylem paylaşımı yönetimi geliştirmelerine neden olmaktadır. Neticede anne farkında olduğu sosyal baskıların etkisi ile sanal ya da sadece ideal davranışlarını sergilendiği politik bir hayat yaşama riski ile de karşı karşıyadır. Sosyal ortamdaki anneliği ile özel alandaki anneliği arasındaki ayırım arttıkça anne olma halinin çelişkili ve dengesiz halleri ortaya çıkar ki; bu da annenin rolüne ilişkin güvenini sarsan bir diğer unsur olarak değerlendirilebilir. Maier' e göre bu gibi sosyal baskılarında etkisi ile her anne kötü anne olmaktan korkar, onlara göre artık yaptıkları hiçbir zaman yeterli değildir, hiçbir zaman yeterince "dinlemez", hiçbir zaman evde hazırlanmış yeterince yemek, "dengeli" menüler yoktur (2015: 69). Günümüz annesi sürekli "iyi" olmak için çabalarken yıllar önce Freud kendisinden çocuk yetiştirme konusunda tavsiyeler isteyen bir kadına, bu farkındalığı ile "içinizden nasıl geliyorsa... ne yaparsanız yapın, kötü olacak zaten" der. Bu paradoksun ise anneleri hem daha çok yoran hem de anneliğini ispatlama çabasına sokan bir unsur olduğunu belirtmek mümkündür.

Anneliğin kadın üzerindeki baskı niteliğindeki bir diğer etkisi de anneliğin hâkim kültür ve argümanlarca kadınlığın bir gereği, olmazsa olması olarak konumlandırılmasıdır. İşlevi üremek ile özdeşleştirilen kadın bu şekilde özel alanla, sınırları belirlenmiş eylemlerle, ev içi emekle bağdaşmış olur. Benzer bir şekilde Ovadia ve Habip anneliği kadınları evde tutarak köleleştirmenin en baş argümanı olarak değerlendirir (2015: 118). Maier (2015) anne olan kadınlar arasındaki bu ortak dili "rahim demokrasisi" kavramı ile tanımlar. Ona göre anne olan tüm kadınlar, hangi sınıf ve kültürden gelirlerse gelsinler, bunun üzerine konuşabilirler. Bayraktar ise, bu doğrultuda anne olmamış ya da olamamış kadınların kendisini annelik hikâyelerinden söz edildiği bir ortamda dışlanmış hissettiğini, bir hikâyesi olmamasından dolayı utandığını, sonrasındaysa kardeşinin çocukluk anılarını paylaşarak anlatıya dâhil olduğunu fark ettiğini belirtmektedir (2011: 19).

Sonuç olarak annelik bireysel deneyimlerden oluşmaktadır ve bu deneyimlerin yaşattığı duygu dünyası kolaylıkla kelimelere dökülecek gibi değildir. Fakat bireyselliğinin yanında aslında annelik büyük ölçüde kamusal alanda yaşanır, gözlemlenir ve güncellenir. İşte bu durum anneliğin muhteviyatının ne kadar ironik olduğunun göstergelerinden biri olarak yorumlanabilir. Evans' ın belirttiği gibi bilim yeni üreme teknolojileri yaratmış olabilir ancak şimdiye kadar yeni bir çocuk bakım yöntemi önermeyi başaramamıştır, asırlar ve kültürler boyunca temel çocuk bakımı kadınlar tarafından değişmeden yapılmaya devam etmektedir. (2003: 62). Bu süreçte her açıdan temel sorumlu kadın olduğu sürece de annenin ne yükü ne de yaşadığı koşulların zorluğu değişmeyecek gibi görünmektedir. Çünkü yıllardan beri çocuk bakımı görünmeyen, ücretsiz emek statüsünde bir iş olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çocuk bakımının "sosyal ve ekonomik anlamda belirlenmiş bir çerçevesi yoktur. Neyle karşılaşılacağı da belli değildir. Ebeveynin zamanı ile ölçülebilir. Bu konu kadının doğaçlayarak çözmesi gereken bir konu haline gelir. Acaba çocuk yapmalı mı, çocuksuz mu kalmalıdır? Tam zamanlı bir annelik görevini mi üstlenmeli, iş ve eve dair görevleri dengelemeye mi çalışmalıdır? (Koçkar, 2015: 209)

Anneliğin kadının hayatındaki dönüştürücü ve kuşatıcı etkisi kimi kadınlar tarafından içselleştirilirken kimi kadınlar açısından korkutucu bir içeriğe sahiptir. Bu sebeple emek, zaman ve yapılabilecekler anlamında sınır tanımayan anneliğe yaklaşımlar da değişmekte ve çeşitlenmektedir.

### **1.7. Anne Olmaya Yönelik Değişen Tutumlar**

Çalışmanın daha önceki kısımlarında da değinildiği gibi annelik maddi, manevi, ekonomik birçok bedeli olan bir roldür. Bu bedeller mübadele kuramcılarına göre cezalar ve vazgeçilen ödüller olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Çocuk bakımına ilişkin zorlayıcı noktalar, bedensel, ruhsal ve fizyolojik olarak kaybedilen konfor annelerin cezai bedeli olarak yorumlanabilir. Annelik döneminde iş hayatının sonlandırılması ve çalışma saatlerini azaltılması, iş arkadaşlarıyla araya giren mesafeler, ekonomik kazanımların bir kısmından ya da tamamından vazgeçilmesi ise anne olduktan sonra vazgeçilen ödüller arasında değerlendirilebilir.

Anneliğin kadınların hayatında meydana getirdiği vazgeçişler her kültürde farklılık göstermektedir. Nitekim Glenn' e göre anneliğin biyolojik bir kader olmaktan öte sosyal olarak kurgulanan bir rol olduğunu tarihsel, sosyal ve kültürel farklılıklar açıkça göstermiş ve onaylamıştır (1994: 3). Bu perspektifte anne olmak bazı toplumlarda öykünülen bazı toplumlarda da çeşitli gerekçelerle kaçınılan bir rol olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ve

benzer yaklaşımlarının doğal bir neticesi olarak anne olma fikri her ne kadar idealleştirilse de artık kadınların anneliğe karşı yaklaşımları farklılık gösterdiğini belirtmek mümkündür. Dolayısıyla "birileri için karşı konulmaz bir kendini tamamlama kaynağı olan çocuk başkaları için bir engel olarak görülebilir." (Badinter, 2011: 21). Miller' e (2010) göre ise kadınlar tam gün annelik de yapsalar, annelik ile ücretli işi aynı anda da yürütseler birçok kadına göre annelik yapmak hem tüketici hem de yalnız hissettiren bir şey olabilir. Maier ise anneliğin bedelini ekonomik bir bakışla açıklar. Ona göre kadın anne olduktan sonra maaşının bir kısmını kaybetmeye mahkumdur ve bu miktar tüm mesleki kariyeri düşünüldüğünde ortalama 100.000 ila 150.000 avro arasındadır (2015: 101).

Beck ve Gernsheim' a (2012) göre günümüzde çocuk sahibi olma isteğinin karşısına çıkan güçlü engeller bulunmaktadır. Onlara göre bu engellerin ilki kadınların kendi yaşamını yaşama isteği, diğeri çocuk sahibi olma ile ortaya çıkan sorumlulukların giderek büyümesi ve bir diğeri de gittikçe yaygınlaşan "optimal bakım" kuralı ile çocuk bakımına ilişkin gerekli olan maddi koşulların gittikçe ağırlaşmasıdır. Ekolojik, siyasi, ekonomik ve daha birçok sorun ile mücadele eden dünyaya çocuk getirmenin doğru bir fikir olmadığı düşüncesi de Beck ve Gernsheim'a (2012) göre kişileri çocuk sahibi olma fikrinden uzaklaştıran diğeri bir sebep olarak değerlendirilmektedir. Furedi' ye göre çocuk yetiştirmek hakkındaki negatif anlayışlar, yetişkin nüfusunun önemli ve artan bir oranının çocuk sahibi olmayı tercih etmeme isteklerini körükleyen bir etkiye sahiptir. Ona göre Britanya, Japonya, ABD gibi sanayi toplumlarında en hızlı büyüyen demografik grup çocuksuz yetişkinler olarak karşımıza çıkmaktadır. "Bazı kadınların çocuk sahibi olmamaya karar vermelerinin tek nedeni ebeveynliğin tahammül edilemez bir sorumluluk olduğu, bir fedakârlık ve risk hayatı olduğu anlayışıdır"( 2013: 160).

Badinter (2011) kadınların anneliğe yaklaşımlarında çeşitli çelişkiler yaşadıklarına ve bu çelişkiler ekseninde bir seçim yaptıklarına değinmektedir. Ona göre kadınların yaşadıkları bu çok yönlü çelişkiler *toplumsal çelişki*, *çift ilişkisine* ve *anne çocuk ilişkisine dair çelişki* olmak üzere üç gruba ayırır. *Toplumsal çelişki* yaşayan kadın çalışan anneyi suçlayan geleneksel aile yandaşlarının farkındadır, şirketlerin birden çok çocuk sahibi olan kadınlara sıcak yaklaşmadıklarını algırlar ve kadının anne olduğu takdirde kendini gerçekleştirebileceği inancını taşırlar. Toplumsal çelişki yaşayan kadınlar bir süre sonra evde oturup çocuk bakımına kendini adayıp, çalışan rollerini kaybetme riskini yaşar çünkü bir süre sonra onlar da anneliğin tam zamanlı olması gerektiği fikrini benimsemiş eğilimindedirler. *Çift ilişkisine ilişkin çelişki* yaşayan kadın ise çocuğun aşk hayatı ile uyumlu olmadığı inancını taşır. Bu gruptaki kadınlar bu uyumsuzluğu ya çok geç anlarlar ya da farkına varıp çocuk sahibi olmayı sürekli ertelerler. Çift ilişkisine ilişkin çelişki yaşayan kadınlar iki şekilde

davranırlar; ya bu konuda farkındalıklarını sağlayan çocuklarından sonra bir daha çocuk sahibi olmayı tercih etmezler ya da hiç çocuk sahibi olmak istemezler. Son olarak kadın *anne çocuk sevgisi ile kişisel arzuları arasında çelişki* yaşar. Bu noktada bencil birey istekleri ile anneliğin gerektirdiklerinin arasındaki ayrım fark edilir ve yine çocuk sahibi olma fikrinden vazgeçilir ya da tek çocuklu bir aile olarak kalınır. Williams' a göre ise çocuk sahibi olmanın önündeki en önemli engellerden biri çocuğun kariyer ve mesleki başarı önünde ciddi bir engel olarak görülmesidir. Nitekim ona göre çocuksuz kadınların hem iş gücüne katılımlarının hem kazançlarının annelerden daha fazla olduğu hem de cinsiyet eşitliğini daha çok yaşadıkları tespit edilmiştir ve kadınların terfi ettirilmesinde "cam tavan" yerine "annelik duvarı" olduğunu ve anneliğin profesyonel yaşamda kadınlar için daha gerçekçi bir dezavantaj olduğu vurgulanmıştır (2001: 68). Laney' e (2014) göre anneliğin mesleki açıdan maliyetli olmasının temel nedeni kadınların anne olduktan sonra kariyerlerindeki kısıtlamaların artması, anneliğin çalışma hayatına daha iyi dâhil olma yeteneklerini olumsuz anlamda etkilenmesi ve görevlerini yerine getirme kapasitelerinin düşmesidir. Aynı şekilde Simone de Beauvoir' a (1970) göre de "İkinci Cins" isimli kitabında vurguladığı gibi hem bir entelektüel hem de anne olunması mümkün değildir, çünkü ona göre annelik aile hayatı ve çocuk eksenindeki pratikler dışında aşkınliğin önünde bir engel olarak betimlenmektedir.

Dolayısıyla çocuk yetiştirme sürecinin gündün günden artan sorumluluk ve bedellerinin kişileri, çiftleri bu fikirden uzaklaştıran bir muhteviyatı bulunmaktadır. Bu bağlamda artık kadınlardan hamile olmadan önce hamile kalma ihtimalini değerlendirip bu süreçten itibaren çocuk sahibi olan bir annenin yaşam tarzını, pratikleri ve davranışlarını benimsemesinin beklendiği açıktır. Tüm bunların bazı kadınların anne olma tercihleri üzerinde doğal bir doğum kontrol hapi etkisi yarattığını belirtmek mümkündür. Bu doğrultuda kadın determinizminin yaygın kaderci doğasına bir başkaldırı olarak değerlendirilebilecek ve anne ya da ebeveyn olmayı tercih etmeyenleri tanımlayan çeşitli kavramlar oluşturulmuştur.

### **Erdişilik**

Ireland (1993) 70'lerin doğurduğu bir kavram olarak "erdişilik" ten bahseder. Erdişi kavramı ile her iki cinsiyetin rol özellikleri sahiplenen kişiye gönderme yapmaktadır. Günümüzde çalışma hayatının ile aile yaşamının zorlu koşullarının bir arada yürüten kadınların büyük bir kısmını erdişi olarak tanımlamak mümkündür. Çeşitli gerekçelerle evde ve çocuk bakımında aktif ol(a)mayan babaların rollerini üstlenen anneler, erkeklikle özleştirilen pratikleri üstlenen kadınlar bu doğrultuda "erdişi" dirler. Kavramını childfree kadınlar açısından değerlendiren Hakim (2004) ise bu kadınların kadını erkekten ayran temel ve mutlak özelliğe sahip olmadığından bahseder.



## Childfree

Tüm tarihsel süreç incelendiğinde günümüz kadınının annelik deneyimini önceki dönemlerden ayıran unsurlardan birinin anne olup olmama konusundaki özgürlük ve alternatifli doğum kontrol yöntemleri sayesinde anneliğin zamanını planlayabilme olanağı olduğu belirtilebilir. Adeta klişeleşmiş ve çoğunlukla sahiplenilmiş bir cinsiyet kaderi olarak nitelendirilebilecek annelik; Badinter' e (2011) göre kadın açısından gitgide daha az bütünleşilen bir alandır. Çünkü artık kadın için başka yollar ve roller de bulunmaktadır, bunları gerçekleştirmek mümkündür ve kadınlar tarafından anneliğe kıyasla daha çok arzulayıp tercih edilebilirler. Dolayısıyla kendilerini çocuk sahibi olmaktan, annelikten kurtarmış, "gönüllü kısır" olarak da nitelendirilebilecek "childfree" kadınların gerekçeleri vardır ve bunlar geçmişe nazaran daha anlaşılabilir boyuttadır. Dünya genelinde doğum oranlarının gittikçe düşmesi, devletlerin nüfus politikalarını gözden geçirip vatandaşlarını üremeye teşvik eden uygulamalar gerçekleştirmesi ve dünya nüfusunun gittikçe yaşlanıyor olması childfree' lerin sayısının artmakta olduğu düşüncesini gerekçelendirebilir.

Badinter' e (2011) göre çocuk sahibi olmanın reddedilerek doğurganlığın azaldığı ülkelerde anne olma isteğinin önüne geçen iki faktör vardır. Bunların ilki; toplumdaki iyi ve ideal anne prototipine yönelik kalıplaşmış, yerleşik düşüncelerin ürkütücülüğü, ikincisi de ideal anneye yönelik bu stereotipleri yenemeyen aile politikalarıdır. Özellikle patriyarkal kültürlerde normlar annelik rolünü diğer kadınlık kimliklerini eritecek kadar genişletir. Bu kültürlerde çalışma hayatında var olmak için direnen annenin çocuğuna kreş, gündüz bakım evi ya da bakıcı alternatiflerinin kendi annesi veya kayınvalidesi tarafından onaylanmama ihtimali yüksektir. Çünkü geleneksel patriyarkal kültürlerde çocuğunu yanı başından ayırmayan anne modeli hala öğütlenmektedir. Sonuç olarak artık evde bir çocuğun varlığı ile birlikte değişen hayat tarzı bazı kadınlara cazip gelmemekte ve hayal ettikleri yaşam tarzıyla örtüşmemektedir. Park (2005) ise childfree olmayı tercih eden kadınlar üzerine yapılan araştırmaları gözden geçirmiş ve kadınları gönüllü olarak kısırlığa iten sebepleri yeniden değerlendirmiştir. Park'ın çalışmasında kadınların çocuk sahibi olmamalarını ilk ve en yaygın gerekçesi özgürlük olarak saptanmıştır. İkinci sırada ise çocuksuz hayatlarında yaşadıkları bütün ilişkilerin onlar için tatmin edici olması yer almaktadır. Üçüncü sırada mesleki ve maddi gerekçeler yer alırken, aşırı nüfus artışı korkusu, çocukları sevmeme ve onlardan nefret etme diğer gerekçeler arasında yer almaktadır. Badinter (2011) ise tek başına ya da çift olarak yaşayan çocuksuz kadınlar üzerine yaklaşık olarak otuz yıldır yapılan tüm çalışmaların bu kadınların mesleklerine güçlü bir şekilde bağlı olduğu bulgusunu ortaya koyduğunu belirtir.

Akılda kalması açısından bilinen en ünlü gönüllü çocuksuzun Alman şansölyesi Angela Merkel olduğunu belirtmek yerinde bir çaba olarak görülmektedir.

### **Postponers**

Ireland' a (1993) ait olan bir diğer kavram postponers, çocuksuz çiftleri nitelendirir. Bu çiftler çocuk arzulamaktan arzulamamaya geçen süreç neticesinde çocuk sahibi olmayı tercih etmezler. Postponer olma aşaması şu şekilde ilerler; ilk önce çift çocuk sahibi olma istegindedir fakat çeşitli öncelikleri sebebi ile bu isteği erteler, daha sonraki aşamada giderek kararsızlaşan eşler önceliklerini gerçekleştirmiş olsalar da kendilerini hazır hissedecekleri süreci beklerler. Üçüncü aşamada çift çocuk sahibi olmamanın da bir alternatif olabileceğinin farkına varır ve sonunda görece "konfor dolu" hayatlarını altüst etmemek için çocuk sahibi olmama kararını alırlar.

### **Childless**

Her ne kadar bazı kaynaklarda childfree ve childless kavramları birbiri yerine kullanılsa da Dubofsky kavramlar arasındaki farktan bahseder. Ona göre childless kavramı çocuk sahibi henüz olmama halini niteler, bu konumdaki kişiler henüz çocuk sahibi değillerdir ve çocuk sahibi olmak isteyebilirler. Oysa Childfree çocuk sahibi olmak istememeye karşılık gelmektedir ('Childless' or 'Childfree': The Difference Matters, 2014). Ayck ve Stolten' den (1978) aktaran Beck ve Gernsheim' a göre bilinçli olarak çocuk yapmamak adeta bir meydan okuma olarak algılanabilir. Onlara göre hem yeni bir etik hem toplumsal sorumluluğun yeni biçiminde kadınlar kendisini "çocuksuz" olarak nitelendirebilmektedir. Burkett ise 2000 yılında gerçekleştirdiği çalışmasında childless kadın profilini ortalama anneden daha zengin, daha bağımsız ve daha iyi eğitilmiş, hatta kendi isteği ile childless olan kadınların çok büyük bir kısmının bu isteğini diplomalarına ve sahip olduğu unvanlara ilişkilendirmiştir dayanarak açıklamaktadır. Eğitim seviyesi ve doğurganlık arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer çalışmalar incelendiğinde benzer sonuçlara ulaşmak da mümkündür.<sup>4</sup> Bu bağlamda Mcquillan ve arkadaşlarına (2008) göre daha eğitilmiş kadınlar, daha az eğitim görmüş kadınlara göre daha büyük ekonomik fırsatlara ve daha fazla alternatifli benlik saygısına sahip olduğundan, rasyonel seçim perspektifi ve eğitim düzeyleri anne olan kadınlarınkiyle kıyaslandığında önemli derecede ters orantılıdır. Onlara ilaveten Anderson, Binder ve Krause' e (2002) göre eğitim düzeyinin artması ile birlikte annelik maliyetlerinin

<sup>4</sup>Badinter bu hususta Jan M. Hoem, Gerda Neyer ve Gunnar Anderson adlı nüfus bilimcilerin 2006 yılında Demographic Research dergisinde yayınlanan "Education and childlessness: the relationship between educational field, educational level, and childlessness among Swedish women born in 1955-1959" adlı çalışmasını atıf göstermektedir. Daha çok kadınların olduğu meslekleri tercih eden kadınların daha çok erkeklerin iş sahasında çalışan kadınlara kıyasla daha çok çocuk yaptığı da bu çalışmanın ortaya koyduğu veriler arasındadır.

cezalarının arttığına dair ampirik kanıtlar bulunmaktadır. Ayrıca yükseköğrenim, çocuklara daha düşük değer verilmesi ve gönüllü olarak çocuksuz olma olasılığını yükseltmektedir (Houseknecht 1987; Myers 1997). Benzer bir şekilde Aylak Sınıfın Teorisi isimli kitabında Veblen (2005), görece ayrıcalıklı sınıflar arasında daha düşük bir doğum oranının görülme sıklığına değinmektedir. Modern dönemlerin belki de en tipik özelliği kullanılan doğum kontrolü yöntemlerinin kadınlar dünyasını anneliğe ilişkin bölüp çeşitlendirdiği gerçeğidir. Kadın bu süreçte edindiği cevapların, anne olanların tecrübelerini içselleştirme sürecinin ve yaşama dair taleplerini sorgulamanın ardından edindiği çeşitli gerekçeler neticesinde anne olmayı erteler ya da hiç tercih etmeyebilir. Bu çeşitlilik içinde gönüllü olarak çocuk sahibi olmak istemeyen kadın kendisini ve tercihinin sahiplenen kavramlarla karşılaşacağı gibi, tercihinin eleştiren birçok olumsuz kavramla da karşılaşabilmektedir. Bu doğrultuda; anne fedakârdır o ise bencildir, anne kutsal iken o değersizleşir, işlevsizleşir, anne kabul edilebilir ve makuldür o ise sıra dışıdır, egoisttir, bir deyiştir, tuhaftır, yalnızlığa mahkûmdur, acınasıdır, sorumsuzdur vs. Anne olmak ise bütün bu etiketlerden tam olarak arınma garantisini vermemektedir. Çocukların sayısı, cinsiyeti, annenin çalışma durumu, çocuğa bakım pratiklerinin niteliği gibi belirleyiciler bu sıfatların bazı annelerle de eşleştirilmesine sebep olabilir.

Toplum kadınları annelikleri üzerinden tanımlayan argümanları her geçen gün değiştirmekte ve yeniden üretmektedir, bu refleksif yaklaşımın bir neticesi olarak ideal kadın ve ideal anne sürekli yeniden üretilir. Server' e göre anne olmamak olumsuz bir şekilde kodlanmaya devam ettiği sürece gönüllü olarak çocuk sahibi olmayı tercih etmemiş kadınlarda kendileri için savunmacı bir söylem oluşturacaktır. Zıtlıklardan beslenen bu durumda çocuk sahibi olmayan kadın kendisini "eğitilmiş, özgür, başarılı, modern, özgüven sahibi ve güçlü" bir kadın olarak konumlandırırken, anneleri "eğitimsiz ya da düşük eğitim seviyesine sahip, ataerkil sisteme boyun eğmiş, geleneksel, bilinçsiz, sıradan" bir kadın olarak etiketleyebilir. İki taraf arasında bu ötekileştirici söylemler beslendikçe bir anlamda yeniden üretilmiş ve anne olan kadın ile anne olmak istemeyen kadın arasındaki uçurum derinleşmiş, "annelik savaşları" her alanda gözlemlenmeye başlamış olur. Baskın ideolojilerle tecrübelenen arasındaki fark açıldıkça da anne olmanın ve anne olmayı istememenin ortasını bulmak ise hem kadın hem de anne için daha da güçleşecek bir içeriğe sahiptir. Anne olmaya ilişkin yaklaşımlar değişmekle birlikte anne olduktan sonra anneliği gerçekleştirme, sahiplenme şekilleri de değişmektedir.

Sonuç olarak anne olma fikrinde, anneliğe bakışta ve anneliği uygulamada çeşitli dinamiklerin etkili olduğu düşünülmelidir. Çalışma kapsamında bu unsurlar tüketim ve kutlama armağanlaşma pratikleri olmak üzere iki ana grupta incelenecektir.



## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜKETİM VE ANNELİKLE İLGİLİ TÜKETİM PRATİKLERİ OLARAK ARMAĞANLAŞMA VE KUTLAMALAR

*"...gerçek, giderek artan sayıda insanın -ne kadar az paraları olsa da- şeyleri kim olduklarını göstermek için kullanma oyununa katıldığıdır" (Hall, 1995: 21).*

Günümüzde gittikçe artan ürün ve hizmet çeşitliliğinin bireyi sahip olduğu her rol için çeşitli tüketim alışkanlıklarını benimsemeye yönlendirdiğini belirtmek mümkündür. Çeliktaban' a (2014) göre günümüzde çocuk sahibi olmak kişiyi ister istemez bu çark içine sokmakta ve annelerin "doğumdaki haklarından çok hangi puseti alacağına, nasıl bir baby shower partisi organize edeceğine, hastane kapısının süslerinin nasıl olması gerektiği" gibi düşünelere odaklanmalarına neden olmaktadır. Bu noktadan hareketle annelik ekseninde gerçekleşen tüketim seyrinin hamilelikten itibaren başladığı belirtilebilir. Annelik temelinde oluşan ve günden güne çeşitlenen artan tüketimin temel itici faktörlerini artan teknoloji ve iletişim seçenekleri ile çoğalan alternatifler olarak özetleyebilmek mümkündür. Bu faktörler daha detaylı bir şekilde incelendiğinde, sayısı her geçen gün artan çeşitli meslek grupları, insanlara neyi tüketip neyi tüketmeyeceğini öğütleyen uzmanlar, popüler kültür ürünleri, sosyal medya ve annelerin deneyimlerini derleyerek paylaştığı bloglar da değerlendirmeye alınmalıdır.

Çalışma konusu bağlamında düşünüldüğünde annelik kapsamında gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma ritüellerini de popüler kültür tarafından benimsenmiş bir tüketim pratiği olarak ele almak mümkündür. Dolayısıyla küreselleşmenin de etkisi ile dünya genelinde ünlü sanatçıların gerçekleştirdiği babyshower organizasyonları, hastane odası süslemeleri, ilk yaş kutlamaları gibi annelik ve çocuk eksenindeki diğer kutlama ve armağanlaşma pratikleri kitle iletişim araçları ile diğer annelerle tanışırılır. Bu aşamadan sonra çeşitli konulardaki görece aşırılıklar ya da süregelen geleneksel pratiklerle alakası olmayan uygulamalar da normalleşmiş, yaygınlaşmış ve benimsenmiş olur. Bu normalleşme, yaygınlaşma ve aşırılıkların gözlemleneceği en geçerli alanlardan biri Mauss' a (2002) göre toplumsal ilişki kurmanın bir boyutu olarak karşılanan armağanlaşma pratikleridir. Böylece armağanlaşma pratikleri üzerinden toplumsal ilişkilerin mevcut durumunu analiz etmek de mümkün olmamaktadır. Clarke (2007b) ise günümüzde artan armağanlaşma pratiklerini "çağdaş tüketici kültürünün ve anneliğin toplumsal sürecinin ayrılmaz bir parçası" olarak belirtmekte ve bu pratiklerin tüketimle olan ilişkisini vurgulamaktadır.

Çalışmanın bu bölümünü temel olarak üç konu alanına ayırmak mümkündür. İlk olarak tüketim kavramı ele alınacak, kavramın zaman içinde geçirdiği dönüşümler, bu dönüşümlere neden olan unsurlar incelenerek, bu unsurların tüketim toplumunun ve tüketim kültürünün oluşumuna katkısı ele alınacaktır. Daha sonra günümüzde annelik çerçevesinde gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratikleri geleneksel uygulamalardan modern görünümlere doğru ele alınacaktır.

## 2.1. Tüketim Tanımı ve Değişimi

Genel algılanışı ve yaygın kullanımı ile tüketim eylemini, bir şeyleri bitirmek, yok etmek, ortadan kaldırmak şeklinde tanımlamak mümkündür. Williams' tan hareketle Featherstone (2013) tüketimin bu anlamına vurgu yaparak tüketimi "tahrip etmek, harcamak, israf etmek ve bitirmek" olarak tanımlamaktadır.

İlk insanın ortaya çıktığı andan beri var olan tüketim eylemi yüzyıllar boyunca insanın yaşamını sürdürebilmesinin temel dayanağı olmuştur. İnsan yaşamı boyunca tüketmiş ve zaman içinde tüketim alışkanlıklarının önceliği sadece temel yaşam gereksinimlerden ibaret olmamaya başlamıştır. Bu bağlamda Odabaşı' na (2013) göre tüketim ihtiyaçlarımızın hizmetkârı olma görevini üstlenmekte ve sosyo-kültürel ihtiyaçları da tatmin ederek yaşamı sürdürmeyi amaç edinmektedir. Ona göre tüketim bir süreçtir ve belli bir ihtiyacı tatmin etmek için bir hizmet ya da ürünü aramak, bulmak, satın almak, kullanmak ya da yok etmek eylemlerini içerir. Benzer bir şekilde Torlak da "...ihtiyaçların giderilmesi için harcanan ve harcanması göze alınan maddi ve manevi değerlerin seferber edilmesi" ni tüketim olarak tanımlanmaktadır" (2000: 17). Tüketime manevi değerlerin atfedilmesi ile birlikte Odabaşı' na (2013) göre tüketim soyutlaşmakta ve tüketim tercihleri artık sosyal iletişim süreçleri içinde yer almakta ve zevklerin, statünün, kimliğin, sosyal ilişkilerin işaretleri ya da kodları olarak karşımıza çıkmaya başlamaktadır. Touraine (2016) de tüketimin soyut ve somut şekilde gruplandırılan yapısına dikkat çeker, ona göre uzun zamandır tüketim kavramına ilişkin fikirler bu boyutların etkisinde kalmaktadır. Bu bağlamda ilk olarak tüketimin temel gereksinimlerden, boş zaman değerlendirilmesi gibi özgür tercihlere uzanan bir ihtiyaç giderilmesi eylemi olduğunu belirtmek gerekir. İkinci olarak tüketimi toplumsal düzeyin dile gelişi olarak açıklayan Touraine'e (2016) göre günümüzde her iki açıklama kapsamında da tüketimin içeriği farklılaşan ihtiyaçlarla birlikte bir değişim geçirmekte ve yaşanan bu değişim derin içeriği, dinamik yapısı nedenleriyle hazmedilememektedir. Dolayısıyla değişen ihtiyaç algısı ile birlikte tüketimin boyutu farklılaşmış ve bu klasik eylem karmaşıklaşarak değişen koşulların da etkisiyle sosyo kültürel bir yapıya dönüşmüştür. Her dönemde değişen egemen

güçler tarafından kişiler için bir amaç haline getirilen tüketimin dönem ve koşullar dâhilinde değişen anlamı ve içeriği düşünüldüğünde, günümüzde yaşadığımız ve gözlemlediğimiz anlamda tüketim kavramının feodal dönemin sona ermesi ile ortaya çıktığını belirtmek mümkündür. Çünkü üretimin tarım, hayvancılık, el sanatlarına bağlı ve sınırlı olarak gerçekleştiği bu dönemde tüketim hem sınırlı hem de oldukça zorlayıcı süreçtir. Bu sürecin çıktısı olan tüketim ürünlerini gereksiz ve düşünmeden tüketmek ise toplum genelinde kabul gören bir davranış olarak karşılanmamaktaydı. Feodal dönemin kısıtlı üretim imkânları, üretimin kollektif değil bireysel bir emek neticesinde gerçekleştiği düşünüldüğünde, bu dönemde neden tüketimin ve üretmeden yaşanan boş zamanın olumlu karşılanmadığını anlamlandırabilmek mümkündür. Oğuz'un aktarımına göre tüketime ilişkin bu algının değişimi 18. ve 19. yüzyıl düşünürleri tarafından üretim devriminde gerçekleşen gelişmelerin ardından yaşanmıştır (2008: 54). Bu aşamadan sonra bireyler toplumsal sınıfları ile uyumlu şekilde tüketmeye başlamıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda göze çarpan ekonomik canlanma ile beraber, Amerika Birleşik Devletleri ve Batı Avrupa ülkelerinde yaşayan bireyler için tüketim, bu sefer tüketim standartlarıyla ilişkili olarak seçim yapmanın yanı sıra malların anlamlarını okuma isteğiyle (Güleç, 2015: 75) özdeşleşmeye başlayan bir değişim geçirmiştir.

Tüketim algı ve alışkanlıklarına yansıyan bu toplumsal değişim sürecinin dönüm noktası 19.yy da yaşanmış ve kapitalist aktörlerce kâr amacı tüketim eyleminin merkezi haline getirmiştir. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de tüketimin yayılmasında, sahiplenilmesinde ve olmazsa olmaz kılınmasında kapitalizm önemli bir role sahiptir. Hatta Aydoğan' a (2005) göre, kapitalizm dışındaki hiçbir dönüşüm, hiçbir toplumsal sistem yarattığı krizi, yabancılaşmayı, stres ve çeşitli sıkıntıları paraya dönüştürmeyi başaramamıştır. Bu başarı neticesinde tüketim artık kitleler için üretilip kültürel kriterler özelinde gerçekleşir olmuş ve bu sayede tüketim aslında kapitalizmin yeniden üretilmesinde etkin rol oynamaya başlamıştır. Haliyle bu koşullarda yaşanan dünya sürekli yenilenmiş, artan ve farklılaşan tüketim eylemi adeta yaşamın yegâne amacı halini almaya başlamıştır. Bu dönüşen yenedünyanın temel eylemleri Baudrillard' a (1995) göre "Tüketmek ve Yeniden Üretmek" dir. Bu bağlamda Fiske' ye (1999) göre tüketimin yeniden ürettiği şey anlamlardır ve tüketim çeşitli pratiklerle özelleştirildiği an kültürel bir üretim faaliyeti halini alır. Dolayısıyla kapitalist mantığın sürekli körüklediği bir kısır döngü üzerine kurulmuş bu sistemde üretilenler tüketilir, tüketilenler yeniden üretilir. Bu süreçte insanın algıları, eylemleri, karar mekanizmaları kuşatılmış ve tüketim karşısında etkin bir şekilde kullanma ihtimali olan "özgür iradesi" ortadan kaldırılmış ya da büyük oranda bastırılmış olur. Ritzer' e (2016) göre üretimden

tüketime doğru kaymaya başlayan odak noktası ile tüketicilerin artık tüketip tüketmeyecekleri, neyi ne kadar tüketecekleri ve tüketime ne kadar para ayıracakları konusunda kendi başlarına karar almalarına imkân tanınmaz ve tüketim adeta dayatılır. Benzer şekilde Tomlinson'a göre de tüketimin toplumsal yaşantının odağına yerleşmesi tesadüfi bir gelişme değil, kapitalist sistemin için özelliğinin bir sonucu olarak gelişen bir süreçtir (1999: 182). Storey'e göre kapitalist sistemden önceki feodal toplumlarda, malların üretiminin tek amacı hemen tüketilmeleriyle kapitalizmden sonra tüketim bu derece basit olmaktan çıkıp yaşamın adeta temel dayanağı haline gelmiş ve karmaşık bir yapıya bürünmüştür (2000: 136). Bu aşamadan sonra tüketim şekli, miktarı, konusu olan nesne ve hizmetlerle iç içe gelerek birçok anlam barındırır hale gelmiştir. Debord (2014) bu durumu “gösteri” ve “şölen” kavramlarını kullanarak ifade etmiştir. Ona göre bu koşullar metanın kendi oluşturduğu bir dünyada sergilenen bir gösterinin ve bu gösterinin baskın olduğu bir şölen toplumunun oluşmasına neden olmuştur.

Dolayısıyla tüketim kalıplarının değişmesi ile birlikte gerçekleşen kitlesel tüketimin öncelikle kapitalizm ardından da kapitalizmin ikinci aşaması olarak değerlendirilen sanayileşme sonucu başladığını belirtmek mümkündür. Kitlesel tüketimin ön koşulu olan kitlesel üretimin ilk etapta ve küçük ölçekte kapitalizm, ardından bir miktar artarak sanayileşme, sonrasında ciddi bir artışla fordizm ve en sonunda da kültürel anlamda postmodernizm ile ilişkilendirilen postfordist süreçlerle gerçekleştiği belirtilebilir. Bu süreçlerin her biri bir diğerinin etkisini artırarak sahiplenmiş ve üretim miktarından, tekniklerine, tüketimi yönlendirme stratejilerinden, tüketim algısı yaratma stratejilerine kadar birçok unsurun hem hacmini genişletmiş hem de bireylerin daha çok tüketmesi sağlayarak gerçekleşen kitlesel tüketimin kitlesel üretimi zorunlu kılmasının koşullarını oluşturmuştur. Fordist dönemde üretim odaklı yaşanan süreç, günümüz tüketim algısını yansıtan postfordist dönemde tüketim merkezli olmuş ve kitlesel tüketimden çok bireysel tercihler ön planda tutulmuştur. Postfordizmin kitlesel üretimi bireysel tercihler bazında yeniden düzenleyerek tüketimi kışkırtan bir doğası bulunmaktadır. Murray' a (1999) göre bireyselliğin kamçılandığı bu süreçte komşular gibi olmak yerine, onlardan farklı olmak için kollektif bir eğilim yaşanmaya başlanmıştır. Bu aşamadan sonra piyasa her bireyin arzuladığını bulabileceği şekilde yapılandırılırken kişilerin tüketim ürünlerine karşı zaafı artıp dirençleri yumuşamış, planlı eskitme gibi stratejilerle de sürekli tüketme istekleri kamçılanmıştır. Tüketimin ve üretimin sürekliliği için gerekli olan bu zeminde bireylerin değişen tüketim alışkanlıkları onların bir süre sonra kimliklerini, statülerini, huzurlarını, ideal kıldıkları yaşam biçimlerini vb. ancak tüketim aracılığı ile elde edebileceklerine dair bir inancı bürünmelerine



neden olmuştur. Dolayısıyla Urry' nin (1999) de belirttiği gibi postfordist dönem taşıdığı bu gibi özellikler neticesinde hem örgütsüz kapitalizm olarak nitelendirmekte hem de bireyselliği, örgütsüzlüğü ve sembolik tüketimi öncelikli kılmaktadır. Baudrillard bu durumu insan çevresinde maddi tüketim mallarının, alternatiflerinin çoğalması ile ilişkilendirmektedir; ona göre günümüzde insan nesnelere kuşatılmıştır (2005: 127). Odabaşı' na göre fordizm kitlesel tüketimin gerçekleşmesini kaçınılmaz kılarken, post-fordizm pazarları ve tüketicileri yaşam biçimlerine, niş pazarlara, pazar bölümlerine ve hedef tüketici gruplarına göre gruplara ayırmaktadır (2013: 27).

Mevcut tüketim alışkanlıklarının oluşum sürecinde etkin olan postmodernizm tüketim kalıplarındaki değişimi anlamak için irdelenmesi gereken bir diğer unsur olarak değerlendirilebilir. Postmodernizm ile birlikte tüketimin ekonomik bir problem olma niteliğini yitirdiğini belirten Featherstone, bu süreçten sonra tüketimin kültürel boyutuyla ön plana çıktığını vurgular. Bu aşamadan sonra tüketilen şey, yalnızca nesnelere değil, göstergeler, hayaller, imajlar ve hazlar olarak önem kazanmıştır (Yanıklar, 2006; Bocoock, 2009). Postmodernizme ilişkin bu tanım ve yaklaşımları arttırmak mümkün olmakla birlikte incelenen tüm tanım ve yaklaşımların ortak noktasının adı geçen dönemin tüketim-üretim ilişkilerinde ve dolayısıyla yaşam biçimlerinde köklü değişikliklere neden olduğu görüşüdür. Bu dönem kültürel anlamda modern-postmodern, üretim anlamında ise fordist-postfordist ayrımının yaşanmasını beraberinde getirmiştir. Yaşanan bu ayrımlar ise hem yeni bir tüketim kültürü oluşturmuş hem de var olan tüketim kültürlerini dönüştürmüştür.

## 2.2. Tüketim Kültürü

Tüketim kültürü, gittikçe farklılaşan, benimsenen ve son aşamada da tüketme temel amacı ile düzenlenen, kişiye, bölgeye ve “kültüre” özel kılınan hatta ayrı bir kültür oluşturarak gerçekleşen tüketim eylemlerine karşılık gelmektedir Yerli ve yabancı literatür incelendiğinde tüketim kültürü kavramının iki şekilde kullanıldığı belirtilebilir. İlk olarak tüketim kültürü geçmişten günümüze tüm toplumlardaki farklı tüketim alışkanlıklarını, bu kapsamda oluşan farklı gelenekleri karşılamak için kullanılmaktadır. İkinci olarak ise; günümüzde küresel, ileri ya da post-modern olarak nitelendirilen toplumlara özgü, bu toplumların koşulları gereği oluşan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Featherstone'a göre tüketim kültürünü üç bakış açısı ile ele almak mümkündür. İlk olarak tüketim kültürü net anlamda kapitalist meta üretiminin genişlemesinden destek almaktadır. Bu doğrultuda maddi kültürün tüketim malları, alışveriş merkezleri ve çeşitli tüketim alanlarında büyük miktarlarda biriktirilir ve tüketilmek üzere sergilenir. Sosyolojik olarak değerlendirilebilecek ikinci bakış

açısına göre tüketim neticesinde elde edilen statü ve doyum gibi unsurlar aslında enflasyon koşullarındaki farklılıkları, tüketim ürünlerine erişimin toplumsal olarak yapılanma durumunu yansıtmaktadır. Bu perspektif daha çok insanların ürün tercih ve kullanımlarında izledikleri farklılıklar üzerinde durur. Son perspektifte ise tüketimin soyut unsurlarına değinen Featherstone, bireylerde haz yaratan, tüketicinin coşkuyla karşıladığı rüyalar, arzular ve hazlar üzerinde durur.

Tüketim kültürünün ortaya çıkışı Dolgun' a (2012) göre 1929 da yaşanan büyük buhranın tekrar yaşanmaması için talep yaratıcı ve tüketimi attırıcı Keynesyen ekonomik politikaların fordist üretimin kitlesel pratikleri ile hareket ederek tüketimin öncelikli hale getirilmesi neticesinde gerçekleşmiştir. Bu doğrultuda tüketim eylemi, ekonomik sistemin hayatın her alanına müdahale etmesini kolaylaştırmış ve böylece kültürel model ve değerler, tüketimle iç içe girmiştir. Benzer bir söylem ile Cengiz de tüketim kültürünün temel körükleyicilerini kültürün ve kültürel ürünlerin dışsal anlamlarından koparak içselleşmesi ve bu sayede kültürel anlamın üretim ve tüketim ilişkileri sınırlarında biçimlenmesi olarak tanımlar, bu sayede tüketim kültürü toplumun temel ilişki biçiminin tüketimcilik olarak belirlenmesini ve bu eylemin bir yaşam biçimi olmasını sağlar. (2009: 309). Böylece yaygın kültüre göre şekil alan tüketim kalıpları kişinin tüketim tercihlerini etkiler. Bu doğrultuda "sağlıklı yaşamak için", "moda olduğu için", "fit görünmek için", "genç görünmek için", "herkes kullandığı için"...gibi gerekçelerle tüketen birey tüketim seyrini hâkim kültürel, sosyal ve ekonomik koşullara yaklaştırmış olur. Bu gerekçeler Hürmeriç ve Baban' a (2012) göre tüketicilerin çoğunluğunda yararcılıktan başka statü ve yenilik arama, ilgi uyandırma, diğerlerinden görece farklılığını yansıtmaya şekillerinde öne çıkar ve kişi bunu sağlayacağına inandığı ürün ve hizmetleri arzular, hatta peşine düşer, edinir ve sergiler. Belk' e (1988) göre tüketim kültüründe birey ilgi uyandırma, yenilik arama gibi çeşitli özelliklerle öne çıkan ürün veya hizmetleri arzular hatta bir şekilde peşine düşüp edinerek sahipliklerini sergilemekten haz alır. Ona göre bu kültür içindeki birey yenilik arama, kıskançlık, statü kazanımı gibi çeşitli amaçlara ulaşmak için bunu sağlayan ürün ve hizmetleri tutkuyla arzulamaktadır. Dolayısıyla Featherstone' a (2013) göre farklılaştırma ve farklılık oyununun teşvik edildiği, farklılıkların toplumsal olarak hem tanındığı hem de meşrulaştığı bu kültürde mutlak bireysellik de mutlak farklılık da anlamsız olarak karşılanmaktadır. Tüketim kültürünün bu içeriği kültürü bir yandan toplum merkezine taşıırken bir yandan tüketim kültürü içindeki bireyin da dağınık, parça parça ve sürekli yeniden yapılandırılan unsurlarca kuşatılmasına neden olur.

Tüketim kültürünün dinamik içeriğini içselleştirmeye çalışan birey Wernick tarafından metaları sahiplenmekle yetinmeyen, kendini de bir meta gibi tasarlayan ve sunan yeni bir birey tipi olarak tanımlanmaktadır. (1994: 67). Bu koşullarda tüketim kültürü tarafından sarmalanan birey adeta doyumsuzdur. Bauman (1999b) dinamik tüketim kültürü içinde var olan bireyin hâkim tüketim piyasasında körüklenen haz alma ve canlandırıcı deneyimleri kovalama gibi eylemlere açık olması gerektiğini belirterek bunu başaramayanları post-modern "arı"lığın "kir"i olarak nitelendirir. Tüketme eylemini coşku ile karşılamaya başlayan "kirli" birey için bu hazzın sürekliliğinden bahsetmek mümkün görünmemektedir. Çünkü sistem ihtiyaç tanımının sürekli güncellenmesi için bireylerin algılarını yönetmekte, bu doğrultuda hiçbir ürün ya da hizmetin bireylerin beklentilerini tam olarak karşılamasına izin vermemekte, sahte ihtiyaçlar yaratmakta, var olan ürün ve hizmetleri ise planlı olarak eskitmektedir. Adorno - Horkheimer (2010) ve Marcuse' un (2002) hem fikir olduğu gibi bireylerin yaşamlarını adeta satın almaya zorlayan tüketim kültürü "yanlış ve sahte ihtiyaçlar" üretmektedir. Bu süreçte ihtiyaçları manipüle edilen birey ihtiyacı olmayan şeylere de ihtiyaç duyar hale gelmekte, sürekli "eskiten" ürün ve hizmetlerini yeni ve moda uygun kılmaya çalışmaktadır. Bauman da benzer bir şekilde, yapay ihtiyaçların sürekli olarak üretilerek tüketiciler üzerinde baskı oluşturduğu bu kültürde, kişinin diğerleri gibi tüketmediğine, moda olana uymadığına kanaat getirdiğinde kendisini kültürel olarak alçak ve itibarsız hissetmesine neden olan suni bir ortam yaratıldığını belirtmektedir (2005: 127). Sonuç olarak Ekin'in değindiği gibi böylesi bir ortamda bireyin tüketime ilişkin yaklaşımı ihtiyaç karşılamaktan çıkmış ve tüketme eylemi birey için bir adeta bir zorunluluğa dönüşmüştür ( 2010: 25). Bu dönüşüm neticesinde günümüz toplumunda bireylerin tüketim tercihleri adeta onları niteleyen sıfatlar haline gelmiştir. Tüketimin kendisinin öğütlediği bu ortamda bireyleri yönlendiren sendromlar ve anlayışlar ortaya çıkmıştır. Özellikle 1980' li yıllarda ortaya çıkan "shop till you drop (tükenene kadar tüket)" (Schor, 1991: 107) ve "kullan ve at" sendromunu örnek vermek mümkündür. Kadıoğlu' na göre insan ilişkilerine de yansıyan bu durumlar sonucunda tüketim toplumunda yaşayan birey her anlamdan "geçici kullanıcı" olarak konumlandırılmaktadır (2014: 52). Tüketim kültürünce içselleştirilen bu koşullar Bauman (1999) a göre günümüz tüketim toplumlarının esas ayırıcı noktalardır. Dolayısıyla geçmişte üretime yapılan vurgunun günümüzde tüketime ve harcamaya yönelmiş ve bu durum tüketim toplumunu irdelemeyi gerekli kılmıştır.

### 2.3. Tüketim Toplumu

Tüketim toplumu tanımı, postmodern dönemin başlangıcı ile birlikte, daha çok Batı ülkelerinde, sanayileşmeden sonra ortaya çıkan yeni toplum biçimini nitellemek için kullanılmıştır. Bauman' a (1999a) göre bu yeni toplum biçimi postmodern dönemin en ayırıcı unsuru olarak değerlendirilmektedir. Orçan' a (2014) göre tüketim toplumunun ayırıcı noktası yeni tüketici kültürünün genel olarak toplum bireylerinin çoğunluğu tarafından benimsenmiş olmasıdır. Bireyin tüketim toplumda tüketimi öğrendiğini belirten Baudrillard (1995) da günümüz toplumlarını "tüketim toplumu" olarak tanımlamakta ve bu tip toplumlarda tüketime ilişkin toplumsal bir hazırlık olduğundan söz etmektedir. Kişilerin bu hazırlığındaki temel amaç ise ona göre hâkim kültürce öğütlenen tüketim mallarını satın alıp bunu sergilediğinde kazanılması umulan "ayrıcalık" tır. Simmel' e (2009) göre ise bu kazanım üstün bir kişiye gösterilen daha gönüllü bir hürmet olarak tanımlanan "prestij" olarak şekillenmektedir. Wernick de benzer bir şekilde tüketim toplumunda yüceltilenin değerler değil tüketimin kendisi olduğunu vurgulamaktadır (1994: 62).

Kronolojik olarak bakıldığında tüketim toplumu oluşumunun, sanayileşme sürecinden beslenen Fordist üretim sistemine geçiş ile başladığını belirtmek mümkündür. Zengingönül' e (2012) göre 18.yy ortalarından itibaren İngiltere, Fransa, Almanya ve bugünkü Benelux ülkelerinde ve İtalya'nın bazı bölgelerinde tüketim toplumu kendini göstermeye başlamıştır. Fordist aşamadan sonra ivmesini arttıran kitle üretimi, kurumsallaşan pazarlama ve işletmecilik eğitimleri, değişen ödeme seçenekleri, taksitli alışverişin ortaya çıkışı, üretim toplumunu, tüketimle ve tüketicilerle şekillenen tüketim toplumuna dönüştürmüştür (Yanıklar, 2006: 76; Baudrillard, 2010: 193; Desmond, 2003: 37-38). Tüketim toplumunu yegâne amacı iyi, nitelikli, kaliteli vs. yaşamaktır. Benzer içerikteki kavramların göreceli hali tercihleri değiştirmekte, iyi yaşamak için adeta tüketmenin maksimizasyonu öğütlenmektedir. "Yaşanan ekonomik, kültürel, sosyal ve ideolojik dönüşümler neticesinde, tüketimin anlamı başarı, haz, eğlence ve özgürlük gibi kavramları çağrıştıracak şekilde genişlemiş ve iyi bir yaşamın anahtarı olarak görülmeye başlanmıştır" (Güleç, 2015: 75).

Sistem ölçüsüzce tüketin demekte ve tüketim toplumunda yaşayan bireylerinin tüketim takıntılı olduğu gözlemlenmektedir. Var olabilmek ve görece nitelikli yaşamak için öncelikli görevin tüketmek olduğu inancı bu yeni toplumdaki bireyler aslında yaşanan dönüşümün somut bir kanıtı niteliğindedir. Tüm bunlara ilaveten geçmişe nazaran yükselen yaşam standardı eşliğinde daha fazla tüketen insanların daha mutlu, daha güçlü olduğu algısı da gelişmekteyken, kişilerin tüketim tercih ve şekilleri sosyal kimlikleri, yaşam tarzları, moda algıları, ekonomik seviyeleri, imajları vs. hakkında ipuçları vermektedir. Haliyle bireylerin

tüketim davranışının nedenlerini çözümlmek sektörün daha çok kazanmasının, bireyler üzerinde hâkimiyet kurmasının temel koşulu olmuştur.

Birey neden ve niçin tüketir? Tüketici davranışı nedir ve bu davranışı yönlendiren unsurlar nasıl gruplandırılabilir? Tüketim kararlarını etkileyen faktörler nelerdir? gibi sorular çalışmanın bir sonraki kısmında ele alınacaktır.

#### **2.4. Tüketici Davranışı ve Tüketim Kararlarına Etkileri**

İnsan davranışının nedenlerini anlama çabası sosyal bilimlerin süregelen uğraşları arasında yer almaktadır. Tüketici insan, "homo consumericus" davranışını Arman, "bireylerin ekonomik değeri olan mal ve hizmetleri elde etme ve kullanmalarıyla doğrudan ilgili etkinlikler ve bu etkinliklere yol açan, belirleyen karar süreçleri" (2013: 34) şeklinde tanımlamaktadır. Ona göre tüketici davranışının inceleme alanı tüketim değil, tüketicinin satın almaya ilişkin karar verme sürecini ve eylemlerini içermektedir.

Williams (1991) ise tüketici ve tüketicilik üzerine tartışırken "rüya dünyası" metaforunu kullanarak tüketicinin karmaşık haline gönderme yapmaktadır. Tüketicinin bu karmaşık davranışını anlamlandırabilmek için tüketim davranışını etkileyen, yönlendiren, değiştiren ve bu doğrultuda tüketicinin sosyalizasyon sürecini oluşturan faktörleri incelemek gerektiği belirtilebilir. Açıkalın ve Erdoğan' a göre tüketici farklı farklı dürtülerden etkilenen biyo-psiko-sosyolojik bir varlıktır. Bu durum tüketici davranışı üzerine genellemeler yaparak çözümler gerçekleştirme ihtimalini düşürürken, tüketim davranışını etkileyen unsurların sayısını sürekli arttırmaktadır ( 2005: 2). Kadioğlu' na (2014) göre de tüketim sürecini başlatan güdülerdir ve bu güdüler yalın ihtiyaçlar, sosyalleşme güdüsü, kendini ifade güdüsü, tüketim zorlayıcıları ve öğrenilmiş tüketim güdüleri olarak gruplandırılabilir. Onun "güdüler" olarak belirlediği tüketim süreci etkileyicilerini iktisadi, demografik, sosyolojik ve psikolojik olmak üzere dört ana alanda toplamak mümkündür. Arman' a göre mevcut ülke koşullarında tüketici davranışını en fazla etkileyen faktör iktisadi koşullar (2013: 42-48) olarak değerlendirilmektedir. Her kültür ve ülke koşullarına göre tüketici davranışını etkileyen faktörler değişmekte ve tüketici davranışları kendi içinde çelişkili tutumlar sergilemektedir. Kadioğlu' na (2014) göre bu durumun sebebi bireyin kendini ifade etme güdüsündeki çelişkilerdir. Ona göre birey zaman zaman olduğunu değil, olmak istediğini ifade etmekte ve zenginlik, zevklilik, estetik anlayışa hâkim olmak gibi kendi ile bağdaştırdığı bir seçeneği bir yaşam biçimi olarak benimsemek istemektedir. Sonuç olarak da birey olduğu ya da olmak istediği kimliği tüketim tercihleri ile destekleme, oluşturma ve yansıtma çabasına girmektedir. Bireyin tüketim ideallerini gerçekleştirmesinin öncelikli koşulu maddi kaynaklardır ve bu

kaynaklar iktisadi davranış ile edinilir. Tüketim harcama ve davranışında en önemli unsur olarak değerlendirilebilecek gelir Arman' a göre "bir sahsın veya topluluğun çalışmaları karşılığı bir dönem içerisinde elde ettiği ve periyodik olarak süregelen satın alma gücünün parasal olarak ifadesi" (2013: 42) şeklinde tanımlanmaktadır. Kısaca bireyin satın alma gücünün somut göstergesi olan gelirin oranı tüketici davranışını etkileyen öncelikli unsurlardan biridir. Yeteri kadar geliri olmayan tüketicinin satın alma davranışı, her anlamda ekonomik olandan, temel fizyolojik ihtiyaçlarını en verimli şekilde karşılayacak olandan yana olmaktadır. Kişinin gelirindeki yükseliş satın alma gücünü arttırırken ihtiyacı dışındaki tüketim ürünlerine ulaşabilmesine de imkân tanımaktadır.

Tüketici davranışını şekillendiren bir diğer unsur da demografik faktörler olarak karşılanmaktadır. İktisadi faktörlerin tüketici davranışı üzerindeki etkisini daha somut bir şekilde anlamak mümkünken demografik faktörleri bu derece net ve matematiksel bir dilde anlatmak zordur. Her biri ayrı bir konu alanı olan demografik faktörler genellikle yaş, cinsiyet, meslek, eğitim durumu, medeni durum vb. değişkenlerdir (Mucuk; 2001: 75, Yakın; 2004). Bu değişkenler ekonomik bir davranış olarak değerlendirilen tüketici davranışının insanların yaşadıkları toplumun yapısından, çevrelerinden, kültürel kodlarından, mesleklerinden, yaşlarından, geleneklerinden, sosyal norm ve yaptırım güçlerinden, inanç, değer ve tutum pratiklerinden etkilenen dinamik bir yapısı olduğunu vurgular niteliktedir.

Tüketici davranışı üzerindeki sosyo-demografik etkiler olarak değerlendirebileceğimiz bu parametrelerin sayısını arttırmak mümkündür. Tüketicinin kişiliği, tutumları, güdeleri ile ilintili olarak tüketme davranışına yansıyan etkileri ise psikolojik faktörler olarak tanımlamak gerekmedir. Bu bakış açısı ile Kadioğlu (2014) ürün ya da hizmetlere yüklenen yan anlamların ve bu ürün/hizmetlerin kullanıldığı takdirde yansıtılan yaşam tarzlarının tüketim üzerindeki sosyolojik ve psikolojik faktöre örnek ele alınması gerektiğini vurgular. Tüm bu koşullar biline gelenden farklı bir tüketici olarak "yeni tüketici" kavramını incelemeyi gerekli kılmıştır.

Yeni tüketici derken, ekonomik sistemde üretmek değil tüketerek var olan tüketiciler üzerinde durulmaktadır. Baudrillard' a göre bu kişiler, tüketim toplumu tarafından nesneleştirilmelerinin yanında tüketici kimlikleri ile önemsenip tanınırlar. Onlar rasyonel seçimlerden uzaklaşarak gitgide arzularına teslim olurlar (2010: 225). Yanıklar bu teslim oluş sayesinde kişilerin özgürlüklerini yitirdiğini savunan ve tüketim sürecinin bireye sunduğu alternatifli seçimlerin aslında onu özgürleştirdiğini ileri sürenlerin ikileminden bahseder (2006: 216). Bu karşılaştırma Baudrillard ve Elliott tarafından bir yanılsama ile çözümlenir. Onlara göre bu süreçte tüketicinin alternatifler arasından, öz iradesi ile seçtiğini sandığı şey

aslında sistemin kendisine seçtiği şey olmaktadır (Baudrillard, 2010: 173; Elliott, 1998: 286). Kadioğlu' na (2014) göre yeni nesil tüketiciler zaten tüketmenin yarattığı tatmin duygusu tarafından beslenen bir kültür içine doğmuş ve tüketim tercihlerinin kendilerini tanımlamanın bir yolu olduğunu fark etmişlerdir. Featherstone' a göre ise postmodern tüketimin öznesi olan postmodern tüketici biline gelmiş tüketici profilinden oldukça farklı bir yeni tüketicidir. Ona göre postmodern tüketicinin ayırıcı özellikleri; ihtiyaçlarının anında tatmin edilmesini beklemesi, günlük mutluluk peşinde koşması, içerik yerine biçime daha çok ilgi duyması, hazcı yanının ön planda olması, kendisini tüketime hazır bir imaj haline getirmesidir ( 2005: 144). Dolayısıyla yeni tüketici tüketim toplumunun karakteristik özelliklerini içselleştirmiş bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda günümüzde annelik eksininde fazlasıyla tüketim gerçekleştiren bazı anneler de yeni tüketici profilini annelik özelinde yansıtır. Yeni tüketicinin tüketim şekilleri de değişmiş ve bu durum yeni tüketim türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Günümüzde armağanlar da kutlamalar da bir tüketim nesnesine dönüşmüş ve anne yeni tüketici profili ile uyumlu bir şekilde gerçekleştirdiği ritüeller aracılığıyla bu ürünleri tüketmeye başlamıştır.

## **2.5. Tüketici Olarak Anne ve Anneliğin Sınayıcısı Olarak Tüketim**

Anneden çocuk gibi kutsal, eşsiz ve yüce oluşumun mutluluğunu garanti etme konusunda üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmesi beklenir. İçinde bulunduğumuz koşullarda bu beklentiyi yerine getirme aracının tüketim ürün ve hizmetlerinden geçtiği düşüncesi yaygın bir kabuldür. Özellikle kapitalizm ile değişen yaklaşımlar çalışan ya da çalışmayan annelere tüketim aracılığı ile anneliklerini sınama ve kanıtlama imkânı sunmuştur. Annelerin anneliklerini sınıdıkları bir araç haline gelen tüketim Zengingönül' e (2012) göre günümüzde annelik ve çocuk yetiştirme ile iç içe geçmiştir. Daniel' e (1999) göre de tüketim ve annelik alanında iç içe geçen daha çok, kadınların fiziksel zorunlulukları, duygusal olarak uzun süredir bağlanıp, yaygın olarak kullandıkları kültürel inançları ile annelik sevgisi ve fedakârlığı gibi ideolojilerdir. Gram ve Pedersen (2014) günümüzde tüketim varlıklarının ve bu varlıklar üzerinden anneliğin tanımlanma süreçlerinin birbiri ile bağlantılı hale gelmiş olduğunu belirtmektedir. Onlara göre tüketim artık annenin temel eylemlerinden biri olma konusunda önemli bir araç olarak görülmektedir. Dolayısıyla annelik olgusunun ve iyi anne idealinin gereklilikleri, son yıllara kadar hiç olmadığı kadar değişmiş ve adeta tüketim aktörlerince kuşatılmış durumdadır. Dedeoğlu' na (2010) göre ise tüketim faaliyetleri aracılığıyla annelikle ilgili kültürel anlam ve ideallerin soyut yönü somutlaşmaktadır.

Kapitalist sürecin hızını arttırması ile birlikte özel alana ait olan kadın 1960'lı yıllardan itibaren kamusal alanda ve çalışma hayatında aktif olarak yer almaya başlamıştır. Ekonomik koşulların gittikçe zorlaşması sadece babanın çalışmasını yetmediği ve annenin de desteğinin şart olduğu bir dönemi beraberinde getirmiştir. "Bu nedenle tüketim kalıpları, yalnızca erkeklere özgü değil, kadınları da içine alan bir yöneliş sergilemiştir" (Bocock, 2009: 32-34). Kamusal alanda yer almaya başlayan kadın artık pazara hâkimdir, ekonomik özgürlüğü olduğu için tercih etme ve satın alma imkânına görece daha fazla sahiptir. Kadının tüm rolleri ile birlikte aktif olarak yer aldığı tüketim piyasasının aktörleri bir süre sonra bu çok yönlü tüketici kesimi fark etmiş ve onun algılarını şekillendirme çabasına girmiştir.

Kadın olarak anne, öğretmen, çalışan, ev hanımı ve diğer rollere sahip kişilerin tüketim mal ve hizmetlerine olan algı ve ihtiyaçları farklılık gösterse de, Furedi (2013) zeki girişimcilerin çocuklarına üstünlük sağlamak isteyen çaresiz ebeveynler üzerinden kazanılacak paranın mevcut olduğunu fark ettiklerini belirtir. Dolayısıyla ebeveynler ama özellikle çocuk bakımından birincil sorumlu olan annelerin günümüzde birçok sektörün hedef tüketicisi olduğunu söylemek mümkündür. Kadınların annelikleri üzerinden kazanılabilecek ekonomik gelirin alternatifli ve tatmin edici hali pazar öncülerini harekete geçirir. Çünkü "Her şey bir nedenle üretilir; her şey, anında tanınan ve aşikâr olan bir sosyal amacın parçasıdır ve bu üretim ediminin üretimin kendisi için yapıldığı kişiden ayrılması" (Godbout, 2003: 223) mümkün değildir. Bu doğrultuda öncelikle annelerin algılarını yönlendirmek ve daha çok tüketmelerini sağlamak piyasanın temel amaçlardan biri olarak şekillenmeye başlar.

Ailelerin çocukları için her daim en iyiyi istiyor olması ve bu uğurda ekonomik koşulları çok fazla önemsememeleri onları birçok sektör için kolay hedef haline getirmekte, yeni bir aile türü olarak "çocuk merkezli aile" (Beck ve Gernsheim, 2012: 265) yi yaygınlaştırmaktadır. Çocuk merkezli aileler bu konudaki hâkim sektörün hedef kitlesidir. Çünkü bu aileler her zaman çocukları için en iyisini isterler ve bu durumun doğal bir neticesi olarak çeşitli medya araçlarında reklam ve tanıtımlarını gördükleri yeni ürün ya da hizmetleri, zekâ geliştiren ya da çocuğun olumlu gelişimine ufakta olsa katkısı olduğu belirtilen her şeyi çocuklarına almak isterler. Bu açıdan değerlendirildiğinde çoğu sektörünün hedef kitlesini genişletmek için garantili yolun çocuklardan geçtiğinin çözümlenmiş olduğu da aşikârdır. Bir psikiyatr olan Furedi' ye göre ise aileler çocukları için daha çok para harcadıkları takdirde onlara sağlıklı, başarılı, mutlu ve uzun bir ömür sunacaklarını düşünmektedirler. Oysa hiçbir çocuğun fiziksel, ruhsal, bedensel ve zihinsel gelişimi ya da güzel, uzun bir hayat geçirmesi pahalı oyuncaklarla, en yeni ürünlerle (2013: 11) veya çalışma konusu bağlamında en gösterişli kutlamalarla, pahalı armağanlarla ilişkili değildir.



Günümüzde annelerin tüketimini artırdığı düşünülebilecek yaklaşımlardan bir diğeri anneliği bağlanma kuramı çerçevesinde ele alan psikolojik yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Bu yaklaşımın temel argümanına göre; aile ama daha çok çocuk bakımında birincil sorumlu kabul edilen annenin sağladığı ebeveynliğin duyarlı, tutarlı ve nitelikli olması çocuk gelişimi için oldukça önemlidir. Bu noktada belirleyici unsur ise çocuğun ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Bağlanma kuramına göre ihtiyaçları karşılanan çocuk doygunluğa ulaşır ve ailesiyle, annesiyle arasındaki bağ güçlenir. Peki çocuğun ihtiyaçları tam olarak nedir ve bu hususu gerekli kılan sosyal koşullar nasıl olmalıdır? İşte bu sorunun net olarak cevabına bulmak mümkün görünmemektedir. Fakat özellikle çocukların bakıma muhtaç oldukları dönemde çocuğun çok yönlü ihtiyaçlarının tespiti ve öncelik sıralaması çoğunlukla anne tarafından belirlenir. Bu çok yönlü ihtiyaçları fizyolojik, duygusal, sosyal gibi çeşitli ana başlıklar altında gruplandırmak mümkündür, ama hangi kategoriye ait olursa olsun bu ihtiyaçları karşılamak maddi bir gelir gerektirmektedir. Bu noktada çocuk sahibi olmanın maddi manevi aile kaynaklarının çocuğa adanmasını gerekli kılan içeriğine de çocuk bakımının temelindeki adanmışlık eylemine de değinilebilir. Bu bağlamda Giddens (2000) da benzer duruma dikkat çekerek çocuğun hanedeki rolünün merkezileşen konumuna vurgu yapar. Konuya Balta (2005) da benzer bir şekilde yaklaşarak "sonsuz çocukluk" durumundan bahseder ve dünyanın merkezine konulan bu durumun hem çocukluğu mutlaklaştırdığını hem de sonsuz bir tüketimle şekillenen aileler üzerinde daha çok egemen olduğunu belirtir. Çocuk merkezli yaşam ve tüketim ekseninde şekillenen yeni aile yapısı Aries' inde (1996) dikkatini çekmiş ve artık çocukların evde en büyük, en konforlu odaya yerleştiğini ebeveynlerin ise çocukların her türlü kararına saygı duyan, daima sabırlı ve onların isteklerini yerine getiren "kolaylaştırıcı" lar haline geldiğini belirtmiştir. Ayrıca kendisi piyasa- tüketim kültürü ve yeni ebeveynlik arasındaki ilişkiyi ima ederek günümüz ideal ebeveynlik anlayışının çocukların daimi memnuniyetine ve para dâhil olmak üzere her türlü isteklerinin yerine getirilmesine dayandığını belirtir. Balta ise benzer bir yaklaşımla "anne ve babalığın kendisine, çevresine ve büyüklerine karşı saygılı ve sorumluluk sahibi çocuklar yetiştirmekten, çocukların bitmek bilmeyen arzularını tatmin etmeye dönük bir kurum haline geldiğine tanık olduk"(2005: 22) demektedir.

Bourdieu (2015) uzman bilgileri ekseninde şekillenen tüketim pratiklerine beden çerçevesinde değinirken verdiği örneklerin annelik açısından da geçerli olabileceğini belirtmek gerekmektedir. Ona göre her geçen gün artan meslek grupları tükenmek bilmeyen bir pazar oluşturmakta ve bilimin gücünü arkasına alarak kendi normallik tanımlarını şekillendiren uzmanlar yaratmaktadır. Örneğin diyet uzmanlarının çevresindeki beden

üzerinden yapılandırılan “idealler” doğrultusunda mankenler, tasarımcı ve stilistler, reklamcılar, gazeteciler birbirleri ile rekabet ederken bu sistemin sürekli yeniden üretilmesine katkıda bulunurlar. Dolayısıyla idealleşen popüler kültür figürleri söz konusu annelik olduğunda da diğer anneler tarafından hem içselleştirilir hem de anneler etraflarında dönen bu yarıştan etkilenirler. Bu doğrultuda Erdoğan(2005) çalışması dâhilinde gazeteleri inceler. Ona göre gazetelerde yer alan annelik haberleri genel olarak magazin sayfalarında ve tanınmış sanatçı, manken gibi popüler kültür unsurları üzerinden ele alınmaktadır.

Ailenin tüketim ekseninde değişen konumu tüketim davranışının değişkenliğini, karmaşıklığını ve nasıl birçok unsur tarafından etkilendiğini gösterir niteliktedir. Bu doğrultuda annelerin tüketim alışkanlıkları ve pratikleri ise annelik rolleri ile birleşen duygusallıkla şekillendiğinden görece diğer tüketici profillerinden daha karmaşık olarak değerlendirilebilir. "Anneler neden bu şekilde tüketir?" sorusuna cevap olabilecek çok çeşitli açıklamalar sunulabilir. Mesela annelerin bazı tüketim alışkanlıklarının kendi hayallerinden ya da çocukluk dönemindeki eksikliklerden derlenerek şekillendiği belirtilebilir. Nitekim Hurrelmann' dan aktaran Beck ve Gernsheim'a göre (2012) de genellikle anne babalar çocuklukları esnasında vazgeçtikleri kendi hayallerini ve hayat planlarını çocuklarına sunma çabasındadırlar. Bu örnekte onlar da çocukları aracılığı ile geçmiş çocukluklarını yeniden keşfetmiş olurlar. Dedeoğlu tarafından 2010 yılında gerçekleştirilen çalışmada bu yaklaşımlar katılımcı ifadeleri ile desteklenmiştir. O bu düşüncede olan anneleri "kendi çocukluğunu çocuğunun yaşantısında yaşamak isteyen anne" ler olarak nitelendirmektedir. Dedeoğlu' na (2010) göre hoş bir çocukluğa, sevdikleri oyuncaklar gibi tüketim mallarına sahip olamayan annelerin ifadelerinde çocukluklarında çocukluklarını telafi etme arzusunun ipuçlarına rastlanmaktadır. Daha çok tüketmenin ya da çocuk için tüketim alışkanlığının değişmesinin sebebi ya da sebepleri ne olursa olsun Maier' e göre çocuk bir servete mal olmaktadır ve ortalama bir tüketicinin tüm hayatı boyunca yapabileceği en maliyetli alımlar arasında bulunmaktadır. Ona göre çocuğun yemeği, giyeceği, bakıcısı, eğitim masrafları bir ailenin sabit giderleri arasında yer alır ve çoğunlukla on sekiz, yirmi beş hatta otuz yıl devam eder, bunların en düşük ihtimalle gelirin ortalama %20 ile %30 unu temsil ettiği düşünülse de oran tam olarak belirlenememektedir (2015: 51). Benzer bir şekilde Mcquillan ve arkadaşları (2008) da çocukların, özellikle kadınlar için, daha az zaman, para, duygusal enerji, iş ilerletme olasılığı veya ekonomik fırsatlar da dâhil olmak üzere potansiyel maliyetlerini vurgulamaktadır.

Tüketimin doğal olarak da arttığı annelik sürecinde yaşanan rol değişimi bazı kaynaklar için daha fazla tüketmenin temel gerekçesi olarak karşılanmaktadır. Tüketim ve rol

geçişleri arasındaki ilişkiyi inceleyen Davies ve arkadaşları (2010), perspektiflerini literatürden hareketle maddelendirdikleri bazı öncül yaklaşımlara dayandırır. Onlara göre kişilerin yaşamlarına yeni rollerinin geldiği dönemler “geçiş dönemi” olarak nitelendirilmektedir. İlk olarak tüketim rol geçişlerini kolaylaştıran bir unsur olarak karşılanmaktadır. İkinci olarak tüketiciler bu geçişler yoluyla nasıl ve neye göre tüketileceklerini çözümlerler, üçüncü olarak tüketim sayesinde tüketiciler yeni rollerine yaklaşmak ve alışmak için motive olur ve son olarak tüketim bilinç eşliğini çözer. Onlara göre bu perspektif, hayattaki büyük yaşam geçişlerinin yönetiminde tüketimin rolünün eksik bir resmi olarak yorumlanabilir. Tüketim aracılığı ile belli ürünlere, hizmetlere, organizasyonlara veya aksesuarlara eklenen anlamları çözmek, sembolik anlamların kod açımını gerçekleştirmek ve bu eylemler sonucunda gerçekleşen tüketime direnmek, tüketimden kaçınmak veya aşırı tüketime yönelmek bu rol geçişini zorlaştıran etkenler olarak yorumlanabilir (Connidis and McMullin; 2002, Otnes Lowrey, and Shrum; 1997). Benzer bir şekilde Jennings ve O'Malley (2003), annelerin verdikleri tüketim kararlarının doğru olduğuna inandıkları ölçüde rollerini benimsemiş olduklarını belirtmektedirler.

Dünya'ya gelen bebeğin her konuda öncelikli olan konumu "ona her şeyi sunmalıyım" düşüncesi ile hareket etmeye başlayan annenin çocuğu için en iyisi olduğunu düşündüğü ya da bu konuda ikna olduğu ürün ve hizmetleri almaya başlamasına neden olur. Furedi'ye göre bebek ve ebeveyn determinizmi argümanları üzerinden bir endüstri inşa edilmekte ve girişimciler ebeveynlere çocuklarının ilk yıllarında maksimum oranda uyarılmalarını sağlayacak her türlü aygıtı sunarak onları sömürmektedirler (2013: 111). Server ise çocuğun “piyasalaştırılması”nın, yalnızca çocuk sahibi olma teknolojilerinden ibaret olmadığını ve bugün gerçekten çok kârlı bir tüketim piyasasının tuğlasına dönüştüğünü belirtmektedir (2014: 80). Clarke' a (2014) göre ise günümüzde bir kadının iyi bir anne olması için hangi özellikleri taşıması gerektiği annelerin sorumluluklarını daha da zenginleştirirken, çocukların bir tüketim projesi haline gelmelerine neden olmaktadır.

İçinde bulunduğumuz dönemde tüketim mal ve hizmetleri o kadar cazip, o kadar alternatifli ve o kadar "albeni"li dir ki; anneliğin duygusal atmosferince kuşatılmış kadın aldığı ya da almayı düşündüğü ürünler karşısında nadiren "Bu gerçekten ise yarıyor mu?" sorusunu sorabilir. Özellikle yakınındaki diğer anneler bu ürün ya da hizmetleri almış ve çok memnun kalmışlarsa, birçok uzman bu ürün ve hizmetlerin olumlu yönlerini çeşitli platformlar aracılığı ile paylaşıyorlarsa annenin bu ürün/hizmeti edinme konusunda kararsızlık yaşama ihtimali oldukça düşüktür. Anne kendisine göre rasyonel seçimler neticesinde tüketim davranışını şekillendirir. Bu noktada özellikle teknolojinin etkisi büyüktür.

Teknolojinin etkin kullanımı ile birlikte artan yoğun bilgi paylaşımı ebeveynlerin ama özellikle çocuk bakımında birincil sorumluluğa sahip olan annelerin farklı tüketim pratikleri ile karşılaşmalarını, tek tuşla çeşitli ürünlere, hizmetlere ve tüketim deneyimlerine ulaşmalarını sağlamaktadır. Çocuklar üzerine kurulu sektörler günümüzde yadsınamayacak önem ve büyüklüğe ulaşmıştır. Bu doğrultuda birçok endüstrinin çocuğa ve çocuk bakımına özel hizmet veriyor olması tesadüf değildir. Çocuk gelişimi, çocuk bakımı, hamilelik, çocuk emniyeti ve daha birçok ayrıntı adeta ayrı birer endüstri kolu olarak sürekli gelişmekte ve dönüşmektedir. Hangi alanda olursa olsun çocuk sektörünün tamamının anneye mesajları ise açıktır; çocuğunuz için sıfır risk, çocuğunuz için en iyisi, çocuğunuzu seviyorsanız vs... Sadece bu mesajlar bile kendisini çocuğuna en iyi şekilde bakmaya adanmış annenin daha fazla tüketmesi için yeterli olarak düşünülebilir.

Hamilelik ile başlayan anne olma serüveni çeşitli kriterlere göre "ideal" olan hizmet ve ürünleri tüketmeyi, ideal anne kalıplarına uygun davranmayı gerektirir. Hamilelikten itibaren uzun bir "ihtiyaç" listesi ortaya çıkmaktadır ki bu "rehber" liste bazı ebeveynlerin çılgın tüketim alışkanlıklarıyla ilgilidir. Çocuk daha çok tüketmek için geçerli bir sebeptir ve nitekim Maier'in, çocuğu "kapitalizmin objektif müttefiki" (2015: 53) olarak tanımlaması da bu noktada son derece anlaşılırdır. Kadının hamileliği ile birlikte iyi anne olarak tanımlanmaya başlanmasının bir diğer yolu da çeşitli ürün ve hizmetleri tüketmesi ya da tüketmemesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Furedi bu doğrultuda kadının hamile kalmayı düşünmesi ile birlikte çeşitli ilaç ve vitaminler kullanmaya başlamasından, hamilelik döneminde çocuk gelişimine uygun diyetlerden, anne karnında bebek gelişimi desteklediği düşünüldüğü için klasik müzik dinlemeden ve müziğin bebeklerin beyin gücünü artırıcı etkisinden bahseder (2013, 10;108). Son dönemlerde Türkiye'de de uygulanmaya başlanan ebeveyn hazırlık kursları hamilelerin tüketim tercihleri açısından örneklendirilebilir. Bu kurslara katılan ebeveynler bu hizmeti tüketerek kendilerini doğmamış çocukları için yapılandırıyorlar. Birçok hastanenin hizmet çizelgesine aldığı bu kurslar aracılığı ile ebeveynler hastaneden ekstra bir paket satın almış olurlar. Hastane dışında çeşitli "uzmanlar" ca da verilen ilgili kurslar hamile iken "çocuk bakımı" ismi ile çocuğun doğumundan sonra ise "bebekler için ilk yardım, iletişim, ek gıdaya geçiş ve sağlıklı beslenme vs." şeklinde çeşitlendirilir. Bu örnek günümüzde daha anne karnındayken bebekler aracılığı ile yapılandırılmış hizmet sektörünün ufak bir örneği niteliğindedir. Hamilelik ile başlayan doğrudan bebek için ve dolaylı yoldan ise ebeveynler için geliştirilmiş bu sektör şüphesizdir ki anneliğin idealize edilmesinde rol oynamaktadır. Furedi' ye göre kadınlar ve eşleri büyük bir kitap, dergi ve çocuklarının hayata mümkün olabilen en iyi başlangıç ile gelmesini

garantileyen diğer ürün ve hizmetlerce kuşatılmıştır (2013: 119). Bu kurslara katılan, mevcut yaklaşımlarca öğütlenen ürün ya da diğer hizmetleri tüketen ebeveyn ama özellikle anne etrafındaki sosyal ve kültürel çevrenin desteklediği bir davranışı gerçekleştirmenin rahatlığı ile sosyal onay edineceği yeni kurs arayışına da girebilir. Tüm bu çabaların yegâne amacı doğacak olan bebeğin hayata mükemmel olarak hazırlanmasının yanında sağlıklı, başarılı, akıllı ve kariyer sahibi bireyler olarak hayatlarını sürdürmelerini bir anlamda garanti altına almak olarak yorumlanabilir. Anne babaların bu amacının da çocuklara ilişkin oluşturulan sektör için bulunmaz bir fırsat olduğunu belirtmek mümkündür. Her ürün ve hizmet "çocuğunuz için en iyisi" alt mesajı ile piyasaya sürülür ve bu duygu anne babaya gerçekten aktarıldığında ürün ya da hizmetin satılmama, talep görmeme riski ortadan kalkmış olur.

Sektör açısından ortadan kaldırılan bu risk ebeveynler, özellikle birincil sorumlu anneler açısından sürekli üretilir. Annenin hissetmesi istenilen "yanlış yapmamalıyım" düşüncesi onları hep görece doğruyu ve en iyiyi aramaya, bu amaç ekseninde de sürekli tüketime iter. Davies ve arkadaşları (2010) yanlış kararların tüketilmesi, tüketicilerin istenen ve idealize ettikleri kimliklerini oluşturmalarını önemli derecede zayıflattığını belirtmekte, Thomsen ve Sorensen (2006) ise bu durumu anneler üzerinden örneklendirerek; yeni bir annenin ilk çocuğu için aldığı nispeten diğerlerinden daha ucuz olan bebek arabası nedeniyle kendisini nasıl yanlış yorumlandığını anlatmaktadırlar. Bu koşullarda annenin tüketim tercihlerine göre hissedeceği suçluluk, tatmin, kendine güven yaşamıyla iç içe geçer.

Çocuğun davranışlarından, başarı ve başarısızlıklarından öncelikli olarak aileyi fakat çoğunlukla anneyi sorumlu tutan yaklaşım ve argümanların annelerde bir tedirginliğe, baskıya sebep olduğu aşikardır. Çünkü yetişkinler annelik rolleri üzerinden diğerlerinin kendileri hakkındaki görüş, eleştiri, beğeni ve diğer düşüncelerini önemserler. "Beslenmeye, giyim-kuşama, kozmetiğe değin tüm tercih uzamları, sermayenin hacmi ve yapısına göre belirlenen toplumsal uzamla aynı temel yapıya göre düzenlenir" (2015: 306) diyen Bourdieu' dan hareketle aslında annelerin çocuklarını yetiştirirken aynı zamanda kendilerini toplumsal uzam çerçevesinde yeniden inşa ettiklerini belirtmek mümkündür. İşte bu süreç annenin tüketim alışkanlıklarında da bir yeniden yapılanmayı beraberinde getirmektedir. Bu "anneler dünyada" dolaylı yoldan çocuğunda birincil beğeni kriterleri oluşmaya başlar. Bu süreçte beğeni üzerindeki kültürel yapıların temelleri çocuk içinde oluşmaya başlar. Bourdieu' ya göre çocuğun içine doğduğu dünya, çocukluk evreni, her şeyden önce annesel dünyadır. Bu dünyada haz vermenin, hazzın ve hazza dair seçiciliğin kriterleri oluşur (2015: 125). Günümüzde haz kaynağı olan ihtiyaçların geç modernitede annelik sorumlulukları, anne-çocuk ilişkisi ve iyi anneliğin güçlü ve hâkim yorumları üzerinden kavramsallaştırılması 1999

yılında Duncan ve Edwards tarafından çalışılmıştır. Bu çalışmada çocuğun çok yönlü ihtiyaçları ile annelik sorumlulukları arasındaki çağrışımın söz edilmiştir. Çalışmada bu bağlamın hem ilk annelik deneyimleri açısından güç hem de geç modernitede ahlaken iz bırakmış risk ve sorumlulukla yakından ilişkili olduğu saptanmıştır (1999: 126, 95, 158). Duncan ve Edwards' ın çalışmasından hareketle "ideal ve onaylanan" anneliği gerçekleştirmenin çocuğun ihtiyaçlarını karşılamak için gerçekleşen tüketim ile yakından ilişkili olduğunu belirtmek mümkündür. Miller' e göre ise çocuk ihtiyaçları ve annelik sorumluluklarına ilişkin katı yorumlar birçok batı toplumunda hala geçerliliği sürdürmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak birçok kadın sonradan inkâr etmelerine rağmen anne oldukları ilk dönemde otoriter bilginin, tıbbileşmenin hiyerarşik biçimlerini kabul eder ve büyük ölçüde onlara bağlanmış olur (2010: 254). Dolayısıyla annelerin kabul ettiği bu bilgi kaynakları onun anne olarak tüketim kalıplarını da değiştirebilir. Bu doğrultuda anne olmadan önce diğer annelerin yaklaşımlarına eleştirel bir tutum geliştiren kadın anne olduktan sonra çocuk eksenindeki birçok davranışı sahiplenmeye başlar. Örneğin oyuncakların zekâ gelişimine olumlu etkileri olduğu doğrultusunda çok çeşitli medya unsurları, annelerin tecrübeleri ve uzmanlar tarafından uyarılan anne daha çok oyuncak almaya başlar. Furedi ye göre de oynamak ve eğlenmek neşeli bir ebeveyn çocuk ilişkisinin önemli bir parçasıdır (2013: 193). Böylece oyun materyalleri de her türlü alternatif ile birlikte satın alınmaya hazırdır. Winnicott da bebeğin sağlıklı ruhsal gelişiminin gerçekleşebilmesi için, oyun oynama kapasitesinin açığa çıkması ve geliştirilmesi gerektiğinden bahseder, bu durumda da oyun aracı olarak görülen oyuncaklar devreye girer ve aile sürekli oyuncaklara para yatırmaya başlar. Bu süreçte etkili bir unsur olan popüler kültür ve medya aracılığıyla süregelmiş gelenekler konusunda da bir değişim yaşanmaya başlamıştır. Bu değişimi Erdoğan ve Alemdar kırk elli yıl öncesinden çocuklara miras kalan oyunlar, o dönemin çocuklarına büyük keyif veren el yapımı oyuncaklar üzerinden nostaljik bir yaklaşımla açıklamaya çalışırlar. Onlara göre günümüzde hâkim olan pazar egemenliğinde oyun ve oyuncak satın alınır, oyuncaklar öncelikle pazarın çıkarına uygun olacak şekilde hazırlanıp çocukların beğenisine sunulur. Bu sayede yaşamın anlamının ve değerinin, arzu edilenleri tüketmekten geçtiği küçük yaştan itibaren insan beynine kazınarak "doyumsuz tüketici" neslin devamlılığı sağlanmış olur (2005: 169).

Sektörün temel amacı açısından incelendiğinde tüketim devamlılığı kazancın devamlılığının öncelikli koşuludur. Bu amaç ile uyumlaştırılan piyasa koşulları ailelerin her türlü ilgi, duygu ve kaygılarını kendi çıkarları için kullanmaktadır. Aşırı kaygılı ve dış dünyayı tehlike ve tuzaklarla örülü olarak nitelendiren aileler çocuk için ev hayatını güvenli

ve cazibeli kılma çabasına girmektedirler. Bu durumda aileler güvenlik ürünlerine ve evlerini oyun alanlarına dönüştürmek için çeşitli materyallere yatırım yaparlar. Sektör ise bu kaygıyı çözümlenmiş ve uygun ürünleri çoktan tasarlamıştır. Ev tipi kaydıraklar, ev tipi salıncaklar, üç boyutlu konsol oyunları vb. ürünler ebeveynlerin tüketimi için tüm renk çeşitleri ile sürekli piyasadır. Annelik kapsamında tercih edilmesi için sektör tarafından süslenen bir hizmet örneği olarak popüler kurslar düşünülebilir. Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür çünkü çocuk ile aileleri arasındaki özel ilişkiden, ailelerin kaygılarından, hassasiyetlerinden beslenen ve bunları bir pazarlama aracı haline getiren birçok sektör vardır ve onların bu doğrultuda elde ettikleri ekonomik kazanç küçümsenmeyecek boyuttadır.

Sonuç olarak anneler birçok kategorideki ürün ve hizmeti annelik rolleri kapsamında tüketirler. Hamilelikle başlayan bu tüketim uzmanların, moda yaklaşımların, popüler kültürün, teknolojinin, diğer annelerin deneyimlerinin ve birçok farklı değişkenlerin etkisiyle gerçekleşir. Çalışmayı derinleştirmeye katkı sağlayacağı düşünülen bu değişkenleri incelemek annelerin kutlama ve armağanlaşma pratikleri özelinde sergiledikleri tüketim davranışlarının seyrini çözümlenmek açısından önem taşımaktadır.

## 2.6. Armağan Üzerine

Yadigâr, hibe ödül, rüşvet, ihsan, lütuf, ülüş, hörmət, bahşış, eşantıyon, inayet hediye ya da en sık kullanılan ismi ile "armağan" insanlığın en eski geleneklerinden biri olarak tarihin her evresinde toplumsal yaşamda var olmuş bir kültür kalıbıdır. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde "bir kimseyi sevindirmek, mutlu etmek için verilen şey" olarak tanımlanan armağan, kimi zaman kutsallık çerçevesinde tanrılara sunulmuş, kimi zaman karşılıklılık esas çerçevesinde bir beklentinin örtük mesajı olmuş, kimi zaman da kişiye verilen değer somut bir göstergesi olarak kabul edilmiştir. Godbout' a göre armağan "bireyler arası sosyal bağları inşa etmek, yeniden üretmek amacıyla verilen ve karşılıklılık garantisi olmayan her türlü mal ve hizmet olarak" (2003: 18) tanımlanmaktadır. Çalışmada ise armağan ve hediye aynı anlamlarda kullanılmış olmakla birlikte Demez' in değindiği gibi "armağan daha çok bir ekonomik sisteme ve mübadeleye işaret ederken; hediye kavramı daha çok kişisel alanda gerçekleşen ve kişiler arası etkileşimi ifade eden dolayısıyla maddi değerden çok sembolik değeri olan ve duygusal yatırım ve beklentiler içeren süreçlere denk gelmektedir" (2011: 91).

İçinde bulunduğumuz tüketim toplumunda armağanlaşma da kendi içinde bir sektör oluşturmuştur. Kapitalizm ruhuna uygun bir şekilde ürün ya da hizmetlere yüklenen çeşitli anlamlarla bu tüketimin arttırılması, çeşitlenmesi amaç edinilmiştir. Dolayısıyla "tüketim toplumunda armağan; bireye statü vaad eden, zenginliğini ve yer aldığı toplumsal sınıfı

gösterme şansı tanıyan, geçmişte sıradan bir nesneyken artık paha biçilemez bir nesneye dönüşmüştür" (Ateş, 2013: 97). Günümüz koşullarının paha biçilmez nesnesi olan armağan armağanlaşma eylemi ile sınıftan sınıfa, kişiden kişiye, kültürden kültüre aktarılır ve bu aktarım temelinde birçok duyguya, eyleme sahiplik yapar. Sakarya' ya (2006) göre armağanlaşma geleneğindeki bu içerikler almak, vermek, karşılığını götürmek gibi birbirini takip eden eylemlerden ve gönüllülük, cömertlik, zariflik, yaratıcılık gibi nitelendirilen çeşitli duygulardan oluşmaktadır. Godbout (2003) armağan verme ile karşı tarafa bir duygu vermenin aynı olduğunu belirterek bu duygulara karşılık verme, aktarma, elinde tutuma, sahip olma, iştah, bencillik, merhamet ve cömertlik gibi hissiyatları da eklemektedir. Armağanlaşmanın bu içeriğinden sonra artık sunulan ya da kabul edilen armağanların geleneksel pratiklerdeki saflığından çok, bir konum, bir örtük mesaj ya da bir kimlik göstergesi olarak algılandığı daha karmaşık bir süreç yaşanmaktadır. Nitekim Özdemir (2008) de armağanlaşma geleneğinin sosyal yaşamı meydana getiren ve ayakta tutan karmaşık bir sistem olduğunu belirtir. Armağanlaşmanın içeriğindeki karmaşanın nedenlerinden birinin karşılıklılık esası olduğunu belirtmek mümkündür.

Mauss (2005) insanların armağan ilişkilerinde gösterdiği karşılık vermeyi reddedememe, armağanları kabul etmek zorunda hissetme veya armağan verme davranışlarından hareketle irdeler. Bu bağlamda armağanlaşmanın adeta kişiler arasında sössüz, informal bir anlaşma olduğunu belirtmek mümkündür. Mauss' un (2005) gösterdiği ve Bataille' nin (1999) güçlü biçimde desteklediği gibi, armağanlaşma konusundaki bu sessiz, sözsüz anlaşmanın temelinde metaların adeta canlı bir gücü olduğu ve bir anlamda karşılık verme zorunluluğu ürettiği düşünülmektedir. Mauss' a göre (2005) insanların bu davranışı göstermelerine neden olan ilk unsur ekonomik içeriklidir. Armağanlaşmanın ekonomik işlevine dayanan bu yorumun ardından armağanlaşmaya ilişkin ikinci yaklaşım "yerli yorum" olarak adlandırılmaktadır. Bu yorumun temel savunusu kişilerin kendilerine verilen armağanın bir ruhu olduğuna inanması ve kişiye armağan vermeyi kendinden bir parça vermekle eşleştirmesidir. Bu "yerli" bakışın hareket noktası geçmişte armağanlaşmanın daha çok hayata ilişkin duyguları ifade etmesidir. Örneğin "bir kabile şefinin oğlu ya da kızı doğduğunda ya da toplum tarafından önem verilen birinin ölümünde armağanlar devreye girmektedir. Sevincin veya hüznün ifadesi, verilen armağanlarla gösterilmektedir" (Ateş, 2013: 1). Armağanlaşmaya ilişkin üçüncü yorum ise Levi-Strauss' un mübadeleci ve yapısalcı yorumudur. Ona göre armağanlaşma söz konusu olduğunda Mauss' un (2005) kurduğu vermek, almak ve karşılığında vermek eylemlerinden oluşan eylemler geçerli değildir. Strauss (2010) armağanlaşmaya ilişkin sadece bir zorunluluk olarak değiş tokuş



eylemine kabul etmektedir. Armağanlaşma eylemini mübadele ekseninde değerlendiren bir diğer kişi de Derrida (2005) dır. Ona göre bir mübadele biçimi olarak armağan vermek ve zaman vermek arasında ciddi bir ilişki bulunmaktadır. Bu noktada insanlar arası ilişkilerin çoğunu mübadele kategorisinde ele alan Simmel' in ve mübadeleyi değiş-tokuş kuramı ile irdeleyen Homans 'ın fikirlerine yer vermek yerinde bir çaba olarak görülmektedir. Simmel' in temel yaklaşımına göre tek taraflı olduğu düşünülen eylemler bile karşılıklılık içermekte ve çoğunlukla bu karşılıklılığın içeriğini ekonomik mübadele, karşılıklılık oluşturmaktadır. Bu karşılıklılığı Kadıoğlu (2014) bireyin karşısındakine armağan verirken onu hoşnut etmenin yanında, kendisini de tatmin etme arayışından hareketle açıklamaya çalışır. Bu bağlamda armağanlaşmanın içeriğinin bir değişim geçirdiğini belirtmek mümkündür. Dolayısıyla armağanlaşma pratikleri de değişen koşullar, kültürel normlar ve medeniyetler boyunca farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma armağanlaşmanın hem anlamı hem de muhteviyatı açısından karşımıza çıkmaktadır. Simmel' e göre mübadele şeylerin nitel ve nicel özelliklerinin sonucu değildir, ona göre mübadelenin hem kendine özgü bir sosyolojik yapısı hem de bireylerin yaşamının asıl biçim ve işlevini oluşturan bir içeriği bulunmaktadır. Bu bağlamda hem bir mübadele biçimi hem de sosyal bir davranış olarak değerlendirilebilecek armağanlaşma pratiklerinin toplumsal davranış temelinde çözümlenmesi konusuna Homans' ın katkıları büyüktür. Öncelikle sosyal davranışı "en az iki kişi arasında, elle tutulur veya tutulmaz ve az veya çok ödüllendirici veya değerli faaliyet alışverişi" (1961: 13) olarak tanımlayan Homans' ın tanımından hareketle armağanlaşmayı hem ödüllendirici hem de değerli bir faaliyet olarak tanımlamak mümkün görünmektedir. Nitekim Homans' ın (1961) öncüsü olduğu değiş tokuş kuramına göre armağanlaşma ile, davranışın karşılık beklentisi güdülenmekte, insanların çeşitli ilişkilerindeki faydacılık, yararcılık ölçütleri okunmaktadır. Ayrıca armağanlaşma ile toplumsal etkileşim duygusal, ekonomik ve sosyal içerikli değiş-tokuşlara dayanan içeriği ortaya çıkmaktadır.

Akay' a (2016) göre armağanlaşma kültüründe yaşanan değişimin sebepleri arasında kapitalizm önemli bir konumdadır. Ona göre kapitalizmin ürünlere ait artı değeri kendine çevirerek tek elde toplama çabası armağanlaşmanın geleneksel sistemi ile zıttır. Benzer bir şekilde Ateş' e göre de geleneksel armağanlaşma sisteminden kopuşun ilk adımı ticaret ve paranın kullanımı ile ikinci adımı ise modern düşüncenin ivmelendiricisi olan kapitalist sistem ile gerçekleşmiştir (2013: 57). Belk (1977) de armağanın bu durumuna değinerek armağanlaşmanın kişiler arasını ilişkilerdeki belirleyici gücüne vurgu yapmaktadır. Bu noktada armağanlaşmanın karşılıklılığının bir diğer boyutu ortaya çıkmaktadır. Bu aşamayı Saad (2011) "yakın bağları güçlendirme" olarak değerlendirmiştir. Ona göre armağanlara

ilişkin yapılan harcamaların temel belirleyicisi ilişkilerin yakınlığıdır. Bu doğrultuda daha yakın bağları güçlendirmek isteyen ya da bu yakın bağı kabul eden kişiler için bedeli daha yüksek olan armağanlar tercih edilmektedir. Bu sistemin kişilerarası ilişkileri de metalaştırdığı belirtilebilir. İnsel' e (2003) göre bu süreçte dolaylı yoldan ilişkilere de bir değer biçilmeye başlanır, her şey piyasa ekonomisinin bir parçası haline gelir. Ona göre yüz yüze ve sürekliliği olan ilişkileri ve bu ilişkilerin toplumsal varoluşunu düzenleyen armağanlaşma pratiği pazar ekonomisinden önceki dönemlerde kalmıştır (2003: 11). Saad'a (2012) göre kapitalizm armağanlaşma üzerinde etkin olmuştur. Bu doğrultuda armağanlar verilmesine neden olması için üretilen sayısız olayla yetinmeyen kapitalist odaklar ve pazarlama profesyonelleri, kutlama merkezine odaklanan birçok yeni armağan verme durumu yaratmış ve bu durumları yaratırken diğer kültürlerdeki armağanlaşma şekillerini de aktarmaya, bir nevi bu durumun da ticaretini yapmaya başlamışlardır. Hyde' ye göre ise ülkeler arası ticaretin gelişmesi ile birlikte armağanın hem ruhu yok olmaya başlamış hem de mübadele ilişkileri kişileri birbirine bağlama işlevinden uzaklaşmıştır. "Armağanın ruhu yok olduğunda armağanın tarafları arasındaki ilişkinin yerini borçlu ile alacaklı arasındaki faiz almaktadır" (2008: 72). Godbout (2003) da armağanlaşmanın toplumsal ilişkilerin temelinde yattığını belirterek, temel amacın hem kişinin kendisini sürekli "borçlu" hissetmesi hem de özne ve nesnenin birbirinden ayrılmaması olduğunu söylemektedir. Dolayısıyla bir meta olarak ederinden çok armağanın bir ruhu olduğuna inanılan dönemlerin geçmişte kaldığı belirtilebilse de özel ve yakın ilişkilerde devam eden armağanlaşma geleneği kapitalist sistemin duyguları bile metalaştıran boyutunu biraz esnetmektedir. Hatta Demez' e (2011) göre hâkim kapitalist toplumlar içinde armağanlaşma pratikleri "bireylerin duygusal olarak nefes aldıkları" bir alan olarak değerlendirilmektedir. Birekul' a göre ise her ne kadar armağanlaşmanın içeriği değişse de armağanlaşmanın kültürel boyutlarının ilk insanlardan günümüze süre gelen bazı ortak noktaları da bulunmaktadır. Ona göre armağanlaşma verme, alma ve karşılıklı etkileşim gibi bağlamlarda değerlendirildiğinde ilk benzerlik mübadele, diğeri armağanlaşmanın bir güç gösterimi ve prestij ifade eden içeriği ve son olarak armağanlaşmanın geçmişten günümüze sahip olduğu kutsalın varlığıdır. (2014: 10). Bu bağlamda günümüzde de armağan almanın da armağan vermenin de kişiye atfedilen değer açısından bakıldığında "kutsal" karşılanabilecek, toplumsal dayanışmanın örneği olarak değerlendirilebilecek bir içeriği bulunmaktadır.

Armağanın toplumsal dayanışmanın kaynağı olduğunu savunan görüşe göre armağanlaşma eylemi sayesinde toplumsal ilişki süreklilik kazanmakta, armağan alanın bir süre sonra armağan götürmesi insanlar arasında oluşan bu bağı kopmasını engelleyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Akay' a (2016) göre armağan ve karşı armağan, bir

toplumsal döngüyü yaratırken bu döngü de toplumsal bağın kurulmasını ve devamlılığını sağlamaktadır. Bu devamlılık sayesinde kültür, beğeni, duygu ve algılanması umulan çeşitli mesajlar da karşı tarafa aktarılmaktadır. Dolayısıyla armağanın hem birleştirici hem toplumsal hem de sosyal bağları sağlamlaştıran bir konumu vardır. Demez (2011) ise armağanın toplumsallığına dikkat çekmektedir. Ona göre bireysel bir eylem olarak başlayan armağanlaşma belirli toplumsal kurallar, gelenekler çerçevesinde yapılandığı için toplumsal bir içerik kazanmaktadır. Mauss' a (2005) göre de verilen armağan toplumsal bir içerikte değerlendirilirken, armağanlaşma aracılığı ile kurulan toplumsal iletişim önemsenmektedir. Bu bağlamda armağanlaşma sürecinin bir kod açımını da beraberinde getirdiği belirtilmelidir. Armağanlaşma sahip olduğu gizli dil sayesinde kişilerin kendileri için ayırdıkları zaman, emek ve bütçeden hareketle ilişkilerin anlam ve önemini çözümler. Bu ilişkilerin bir diğer boyutu da Simmel' e (2009) göre armağanlaşmanın bir sonucu olarak görülen prestijdir. Bu sayede insanların kendi etki alanlarını yine kendilerinin oluşturduğu yorumlanabilir. Armağanlaşmanın bir dili olarak gücün gösterimini Offer (2003) "itibar ekonomisi" kavramı ile açıklamaya çalışırken, armağanlaşmayı bireysel ve sosyal alışverişin bir ürünü olarak itibarın tatmininde önemli faktör olarak değerlendirmektedir.

Çalışma konusu açısından değerlendirildiğinde; dünya genelindeki diğer kültürlerde olduğu gibi Türkiye'de de annelik ve çocuk ekseninde birçok geleneksel ritüel, kutlama ve armağanlaşma pratikleri gerçekleştirilmektedir. Bu kutlama ve armağanlaşma pratikleri incelendiğinde; bu pratiklerin hem geleneksel hem de modern uygulamaları içeren pratikler olduğu gözlenmektedir. Bu doğrultuda günümüzde hem lohusa, ilk diş ve ilk yaş armağanları gibi geleneksel kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin sürdürüldüğü hem de gender partileri (cinsiyet partileri), babyshower partileri, hastane odası süslemeleri, altı ay kınası ve doğum günü hamamı gibi modern kutlama örneklerinin gerçekleştirildiği belirtilebilir. Çalışmanın bir sonraki kısmında annelik ve bebek ekseninde gerçekleşen geleneksel ve modern pratikler incelenecektir.

## **2.7. Annelik ve Yeni Doğan Bebekle İlgili Ritüel, Kutlama ve Armağanlaşmaya İlişkin Geleneksel Uygulamalar**

Toplumsal yaşama ilişkin değer ve normların ilk öğrenildiği yer olarak aile, tüketim pratiklerinin de deneyimlendiği, benimsendiği, şekillendiği mikro düzeyde bir tüketim birimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ailede benimsenen tüketim pratikleri kadının rol ve sorumlulukları üzerinde dikkate değer bir etkiye sahiptir. Bocock' a göre erkekler, eşlerini ve kız evlatlarını, zenginliklerini sergileyebilecekleri araçlar olarak kullanmaktadır (2009: 27-

28). Armağan tüketimi özelinde de benzer bir perspektif ile Godbout armağan dünyasını kadınların özel alanı olarak nitelerken; kadınları hediyelerden, hediye ambalajlamaktan sorumlu tutar ve ona göre kadının kendisi de başlı başına bir armağandır (2008: 472). Hurdley (2007) ise armağanlaşma ilişkisini gündelik hayatta, özellikle oturma odasında sergilenen metalar bağlamında ele aldığı çalışmasında armağanın daha çok kadınla ilişkilendirildiğini vurgulamıştır.

Bourdieu (2015) armağan ve cinsiyet ayrımı arasındaki ilişkiyi özel alandaki iktidar şekli ile bağdaştırırken; erkeklerin evlilik hayatındaki simgesel iktidarını koruduklarını belirtmektedir. Ona göre evlilik stratejilerinde erkekler özne, kadınları ise bu mübadele ilişkisinde nesne olarak konumlandırılmaktadır. Kadının armağanlaşma dünyasındaki bu konumu onu sektörün "hedef tüketicisi" haline getirirken, yaşam serüveni içinde edindiği farklı roller ürün ve hizmetlerin yeniden yapılandırılmasına sebep olur.

Hâkim kültürümüzün anne olduktan sonra hem anneye hem de bebeğe yönelik kutlama ve armağanlaşma pratiklerine dair genel tutumu incelendiğinde; bebeğin başlı başına bir "armağan" olarak görüldüğünü belirtmek mümkündür. Benzer şekilde armağanın aslını dünyaya geliş ile ilişkilendiren Godbout (2003) da doğumu sürekli ve nihai bir armağan olarak değerlendirir. Sakarya' ya (2006) göre de soyun devamını sağlayan, haneye bolluk, uğur ve bereket getiren doğum hem büyük sevinç kaynağıdır hem de kutlamaya değerdir. Çocuk sahibi olan çift artık anne babadır, nesillerini devam ettireceklerdir, çocuk aileye bereket ve şans getirecektir, zira çocuk zaten bereketiyle birlikte gelecektir. Dolayısıyla dünyaya gelişine bu kadar anlam ve değer atfedilen bebek ve annesini armağanlar eşliğinde kutlamak adeta bir gelenektir.

Kültürel değerlerimiz çerçevesinde çocuğa ilişkin armağan ve hazırlıkların annenin hamileliği ile başladığını gözlemek mümkündür. Dünyaya gelmeden eşyalarının hazır edilmesi ile birlikte de çocuğa yönelik armağanlaşma süreci başlamış olur. "Çocuk dünyaya gelmeden; çocuğa yatak, yastık, çamaşır, kundak, şapka, iç çamaşırı, beşik gibi şeyler hazırlanır" (Kalafat, 1996: 249-250). Tunç' a (2002) göre bu süreçte armağanlaşma geleneği yararlılık ilkesi üzerine kurularak, alınan armağanın işe yaramasına, ihtiyaç karşılamasına ve bu anlamda kişiye mümkün olduğunca çok açıdan faydalı olmasına özen gösterilmektedir. Ona göre hediye sektörünün günümüzdeki kadar gelişmediği bu dönemdeki hediyeler tören ritüeline göre standart içerik taşımaktaydı.

Çalışmanın bu kısmında Türkiye'de geleneksel kültürel değerler bağlamında çocuğun dünyaya gelişinden itibaren hem anneye hem de çocuğa yönelik gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratikleri incelenecektir.

### 2.7.1. Lohusa Ziyareti

Türkiye’ de yeni doğum yapmış kadına lohusa denmekte, ayrıca "emzikli", "nevse", "doğazkesen", "loğsa" gibi kavramlarda yeni doğum yapan kadını tanımlamak için kullanılmaktadır. Geleneksel kültürümüzde lohusalığın belli bir süresi vardır. Bu süre kimi kültürlere göre kırk gün, kimilerine göre yatakta geçirilen zaman, kimilerine göre de emzirme eyleminin devam edişine göre ölçümlenmektedir. Kadınların doğumdan sonra yatakta geçirdikleri zaman ise her kadının sağlık durumuna, ruh haline, çevre koşullarına, ailenin mevcut durumuna, kadının ebeveyn desteği alıp almamasına göre değişmektedir. Belirtilen kriterlere göre bu zaman değişse de geleneksel olarak belirlenmiş zaman "kırk gün" dür. Bu süre "kırk uçurma", "kırk kaçırma", "kırk uğurlama", "kırk kovalama" gibi betimlemelerden de anlaşılacağı gibi geleneksel ritüeller açısından netleşmiş boyuttur.

Lohusayı ziyaret etmenin de geleneksel uygulamalarda belli zaman dilimlerine bölündüğünü belirtmek mümkündür. Genellikle doğumu takip eden ilk haftada "göz aydın" ya da "hayırlı olsun" ve ya "Allah analı babalı büyütsün" ziyaretleri, sonraki hafta ise "hatır sorma" ziyaretleri gerçekleşmektedir. Misafirlğe gelenler bu süreçte hem anneyi hem de bebeği gözeterek çeşitli hediyeler getirirken, bu hediyeleri gıda, giyim, ziynet gibi çeşitli tüketim ürünleri olarak gruplandırmak mümkündür. Örnek’ e (1977) göre bu ziyaretlerde kurabiye, sütlaç, baklava, muhallebi, çorba, börek gibi gıda ürünleri, havlu, kumaş, yemeni ve başörtüsü gibi tekstil ürünleri ve terlik, çorap gibi anneye yönelik ya da bebek bezi, oyuncak gibi bebeğe yönelik hediyeler götürülmektedir. Tunç (2002) ise lohusa ziyaretine eli boş gidilmemesi gerektiğini belirterek, bu ziyaretlerde yakın akraba ve arkadaşların bebeğe altın, ahbabların ise bebek için el örgüsü ürünler, anne içinde oyalı havlu kumaş gibi armağanlar getirdiğini belirtmektedir.

Alınan bu hediyelere karşılık lohusa evinde gelenlere herhangi bir armağan verilmemekte, sunulan yemekler, tatlılar ve özellikle "lohusa şerbeti" denen baharatlı ve tatlı içecek ikram edilmekte, bebeği ve anneyi tebrik etmek için gelen misafirlerin konforu ve iyi şekilde ağırlanması gözetilmekteydi. Gelenlere özellikle şerbet verilmesinin ve şerbetin tatlı olmasının anlamını ise Örnek (1977) hem annenin hem de bebeğin içinde bulunduğu süreci "ağız tadıyla" geçirmesi olarak açıklamaktadır.

### 2.7.2. Ana Gecesi

Geleneksel kültürümüzde ana gecesi yeni doğum yapmış anne için yapılan bir eğlence olarak görülmektedir. Günümüzde pek karşılaşılmayan bu geleneksel kutlama ritüeli gereğince doğumun üzerinden bir hafta (yedi gün) geçer ve hem annenin lohusa yatağından

kalkarak sağlığına kavuşması, anne oluşu hem de bebeğin dđnyaya gelişi ve sağlıkla ilk haftasını geride bırakması kutlamaya değerdir. Sakarya' ya (2006) gđre de ana gecesi geleneği çocuğun annesi ile geçirdiği yedi gđn sonunda yapılan bir eğlencedir. Ona gđre "yedi gđnđ sağ salim atlatan bebek ve annesi için dđzenlenen eğlence, hediyeleşme için gđzel bir vesile olmaktadır" (2006: 81). Bu kutlama ritüeli esnasında da bebek ve anne için gelen armağanlara yđnelik lohusa evinin hazırladığı ikramlıklar armağan olarak kabul edilebilir niteliktedir. Pakalın' a (1946) gđre ana gecesinde de kutlama için gelen misafirlere lohusa şerbetleri ve çeşitli ikramlıklar verilirken akrabalar ve yakın dostlar tarafından lohusaya da çeşitli hediyelikler verilmektedir.

### 2.7.3. Kırklama

Doğum üzerinden kırk gđn geçmesinin ardından hem annenin hem de bebeğin tđrensel bir havada gerçekleşen yıkanma merasimine "kırklama" denmektedir. "Lohusaya ve çocuğuna kırk basmaması için kırk gđn içinde yapılan geleneğimizdeki "kırklama", "kırk çıkarma", "kırk dđkme" gibi isimlerle anılan ve doğumun genellikle kırkıncı gđnđ lohusanın ve bebeğinin ayrı ayrı yıkanması ile gerçekleşen bir tđrendir" (Molu, 2011: 16). Kırklama işlemi için en yaygın sđre kırk gđnlük sđredir (Araz ve ark., 1985; Uzun ve Vural, 2000). Kırklamanın temel özelliği çeşitli ritüeller eşliğinde hazırlanan özel bir su ile annenin ve bebeğin kırklanmasıdır. Bu suya kimi kđltürlerde dualar okunup üflenirken kimi kđltürlerde tuz ya da şeker ilave edilir. Kırklama suyunun hazırlanışı ve kullanılışında gđzetilen bazı kurallar Sakarya tarafından "... bebek erkekse kırk suyunu evlenmemiş geç kızlar hazırlar. Kırk suyunu hazırlayan kıza bebeğin annesi tarafından patik, eşarp gibi eyzine koyabileceği hediyeler verilir" (2006: 82) şeklinde açıklanmıştır.

Bebeğin ve annenin kutlama havasında yıkanması olarak dđřünebileceđimiz kırklama ritüelinin temel sebebinin anneyi ve bebeğini koruma fikri olduğu belirtilebilir. Sakarya' ya (2006) gđre kırklamanın temel amacı anneyi ve bebeği nazardan, kazadan, beladan, hastalıktan korumaktır. Geleneksel inanışa gđre doğumdan sonraki kırk gđn anne ve bebek açısından oldukça önemli gđrđlmekte aynı zamanda tehlikeli ve riskli olarak da kabul edilmektedir. Bu sđrete anne ve bebeğin evden çıkarılmaması, lohusanın mđmkđn olduğu kadar yatağından kalkmaması, kırkı çıkmamış başka lohusa ve bebeklerle karşılaştırılmaması ise bu ritüelde gđzetilen kurallar arasında sayılabilir. Geleneksel inanışın bir neticesi olarak bu dđnemde bebek ya da annede gđrđlen veya gđrđlme ihtimali olan çeşitli rahatsızlıkların tıbbi değil ruhani özellik taşıdığı dđřünölmektedir. Bu doğrultuda lohusaya ve bebeğine sataştığı, kimi zamanda onları öldürdüğu varsayılan ve halk arasında al karısı, al basması, al anası, al

kızı gibi adlarla anılan ve musallat olduğu düşünölen bir ruh, cin veya hastalık olarak ifade edilmektedir (Araz ve ark., 1985; Saraçoğlu, 1987; Katebi, 2002). Yaygın inanişaya göre kırkılandıktan sonra bu risklerden arınan anne ve bebek sosyal hayatlarını yaşayabilir ve rahatlıkla dışarı çıkıp, başka kişilerle iletişim kurabilir. Geleneksel bir ritüel aracılığı ile verilen bu izine ise halk arasında "kırk uçurma ve kırk kovalama" (Erk, 1976: 105), "kırk ziyareti" denir ve genellikle bebeği görmeye gelen kişilere bir iadeyi ziyaret şeklinde gerçekleşir. Bu ziyaretler esnasında da bebeğe çeşitli hediyeler verilir. Bu hediyelerin başında yumurta, tuz ve şeker vardır, ayrıca çeşitli giyim eşyaları da verilebilir. Bebeğe sunulan yumurta sağlam ve sağlıklı bir ömür yaşaması temennisinin metaforu iken tuz ve şeker "tadı tuzu yerinde" bir hayatı sembolize eder. Bazı yörelerde bu ziyaretler esnasında bebeğin yanaklarına un süröldüğü de gözlemlenmiştir. Ev sahibi bebeğin yanağına un sürerken "nineler/dedeler olasin, torunlarını okşayasın" diyerek temennisini belirtir.

#### **2.7.4. Diş Bulguru (Diş Hediği, Diş Buğdayı)**

Çocuk gelişimi açısından; diş çıkartmak hem yeni bir evre hem de çocuğun sağlıklı bir şekilde büyümeye devam ettiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Haliyle bu evre hem geleneksel hem de modern uygulamalarda kutlamaya değer görölmektedir. "Diş bulguru, diş hediği, diş buğdayı, diş aşısı, tiş çırna gibi isimler alan" (Gönöllu, 2000: 31) bu kutlamada çıkan ilk diş hem çıkacak olan diğer dişlerin hem de bebeğin yakında çiğnemeye başlayacağının habercisi olarak değerlendirilmektedir. İlk dişin ortaya çıkması ile yapılan bu kutlama Molu' ya (2011) göre yiyeceğin kutsanması, çocuğun rızkının artması, bereketin çoğalması ve dişin sağlam olması gibi alt anlamlar da içermektedir. Sakarya' ya (2006) göre ise fizyolojik bir gelişim evresi olan diş çıkarmanın aile tarafından törensel bir kutlamaya dönüşmesinin sebepleri arasında çocuğun dişlerini zorlanmadan ve sağlıklı çıkarması, çıkan dişlerin hayır dualarına vesilesi olması gibi gerekçeler bulunmaktadır. Dolayısıyla içeriği kutlama, armağanlaşma, ikramlaşma seçenekleri ile dolu olan diş buğdayı kutlamasının temel amacı bebeğin gelişim evrelerinden birini gerçekleştirdiğini duyurmak, bu sevinci akraba ve dostlarla paylaşmak olarak değerlendirilebilir. Sarıtaş' a (2011) göre ise bu kutlamanın amacı bebeğin iyi yetiştirildiğini teyit etmek, topluma doğurganlığının önemini vurgulamak ve bebeğin sağlıklı gelişiminin ilerlemesini dilemektir.

Bu özel günün ana yemeği ise içine fındık, fıstık, üzüm, bal ve çeşitli kuru meyvelerin konulduğu buğdaydır. Kaynatılan bu buğdaya "hedik" denir. Hedik dışında birçok yiyeceğinde hazırlandığı kutlama töreninde çocuğun dişini görmeye gelen kişiler yine armağan getirir. Geleneksel kültürümüzde bu ritüelin beraberinde gelen armağanlaşma

geleneginin de çeşitli uygulama ve yörelere göre farklılaştığını belirtmek, bu konuda örnekler verebilmek mümkündür. Örneğin Ayaldı 1967 yılında gerçekleştirdiği çalışmasında Turgutlu'da bu doğrultuda çocuğun dişini ilk gören kadına "diş annesi" dendiğinden ve diş annesinin çocuğu kucağına aldıktan sonra başından kaynamış buğday serptiğinden söz eder. Daha sonra buradaki geleneğe göre bebeğin başında kalan buğdaydan yedi adet alınarak bir ipe dizilir. Kalafat ise 1996 yılında gerçekleştirdiği çalışmasında Kars ve Erzurum çevrelerinde çocuğun dişini gören ilk kişinin çocuğun acısının geçmesi ya da hafiflemesi amacıyla gömleğini yırtar, ayrıca aileye demir veya herhangi bir madeni nesne vererek çocuğun gelecek dişlerinin demir gibi sağlam olacağına olan inancını paylaşır..

### **2.7.5. Ad Verme**

Geleneksel kültürümüzde doğan çocuğa ad konulmasının daha çok dinsel içerikli bir tören olarak gerçekleştiğini belirtmek mümkündür. Molu' ya (2011) göre çocuğa isim konması bir kutlama gerektirmektedir, bunun sebebi çocuğa ad koyma işinin sıradan bir iş olmamasıdır. Ailenin çocuğu için belirlediği isim bu tören esnasında bir din görevlisi veya dini açıdan saygın olan bir kişi tarafından kulağına önce ezan ve ardından da üç kere ismi bebeğin kulağına okunarak gerçekleşmektedir.

### **2.7.6. Saç Kesme**

Çocuk açısından gerçekleştirilen bir diğer geleneksel ritüel de saç kesmedir. Bu uygulamada herhangi bir tören ya da kutlama gerçekleştirilmezken, çocuğun saçını ilk kesen kişiye hediye verilmesi armağanlaşma geleneğine örnek teşkil edebilir. "Adana ve çevresinde çocuğun saçını ilk kez kesildiğinde saçını ilk kesen kişiye hediye alınır ve bu kişi de çocuğa hediye alır" (Başçetinçelik, 1998: 102). Saç kesme konusundaki geleneksel uygulamalara bakıldığında; saç kesilme zamanının batıl sayılabilecek bir inanışa dayandığını belirtmek mümkündür. Bu inanışa göre bir yaşına gelmeden çocuğun saçını kesilirse ömrü kısa olur.

### **2.7.7. Doğum Günü**

Çocuğun ilk yaşının gelmesiyle birlikte yapılan kutlamalarda ev sahibi birçok yiyecek hazırlarken doğum gününe davet edilenler de çocuk için çeşitli hediyeler getirirler. Doğum günü kutlamasının öncelikli ikramı pastadır. Pastanın üzerine dikilen mumlar ise çocuğun yaşını belirtmektedir. Doğum gününde verilen hediyeler incelendiğinde bu hediyelerin hem çocuğa yönelik olması hem de yadigâr kalma özelliğini taşıyacak olmasının tercih edildiği belirtilebilir.



Sonuç olarak geçmişten bugüne gelmiş geleneksel kutlama ritüellerinin sadece “kutlama” amacı ile şekillendiğini belirtmek mümkündür. Bu ritüeller günümüz koşullarıyla kıyaslandığında tüketimin çok mikro bir düzeyde gerçekleştiği, armağanlaşmanın yönünün sadece kutlamayı gerçekleştiren haneye yönelik olduğu ve armağan algısının ikramlıklardan ibaret olduğu ifade edilmelidir.

Annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen modern kutlama ve armağanlaşma pratiklerinde geleneksel uygulamaların yansımalarını görmek mümkündür. Çalışmanın bir sonraki kısmında modern kutlama ve armağanlaşma pratikleri detaylandırılacaktır.

## **2.8. Annelik ve Yeni Doğan Bebekle İlgili Ritüel, Kutlama ve Armağanlaşmaya İlişkin Modern Uygulamalar**

Günümüzde birçok sektörün oluşmasına, gelişmesine ve yeniden yapılanmasına neden olan çocuk ve annelikle ilgili modern kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin bazı örnekleri geleneksel uygulamalarla benzerlik gösterirken bazıları geleneksel pratiklerden oldukça farklı bir görünüme sahiptir. Özellikle armağanlaşmanın yönü, içeriği ve yoğunluğu açısından ciddi bir değişim yaşanmaktadır. Geleneksel uygulamaların tamamında armağanlaşma kutlamayı gerçekleştiren aileye yönelik, mütevazı ve çoğunlukla standart bir içeriğe sahiptir. Buna karşılık kutlamayı gerçekleştiren aile misafirlerine herhangi bir armağan sunmazken, hazırlanan çeşitli ikramlıklar, konukların rahat ettirilmesi, kutlama esnasında mutlu olmaları ev sahibinin verebileceği en büyük armağan kabul edilmektedir.

Günümüzde ise anneler çocuklarının doğum öncesi, doğum ve doğum sonrası aşamalarındaki neredeyse her evreyi kutlamakta ve tebrik etmek için gelen misafirlere çeşitli armağanlar hazırlamaktadırlar. Hatta Clarke' a (2007b) göre annelerin bu davranışı günümüzde çeşitli iş alanlarının oluşmasına ve bu alanlarda muazzam miktarda emek, ticaret, sosyal kaygı ve ilişkinin artmasına neden olmaktadır. Ona göre kültür coğrafyacıları olarak, sosyologlar ve kültür ekonomistleri, çocukların doğum günü partilerinin gittikçe artan sosyal bir tüketim ritüeli haline geldiğini belirtmektedir. Sherry ve arkadaşları modern dünyada armağanlaşmanın kapitalizm ve modernleşme etkisi ile ticarileştiğine dikkat çekmektedir. Onlara göre bu dönemde gerçekleşen pazarlama teknikleri sayesinde kelimeler ve ifadeler, reklamlar aracılığıyla armağanların sunum biçimi değişmekte ve bu durum ilişkilerin ekonomikleşmesine neden olmaktadır (1993: 225). Bu bağlamda geçmişte birçok anlam yüklenen armağanlar günümüzde çeşitli meta alternatiflerini barındıran, aranan bir tüketim nesnesine dönüşmüş, özgün anlamından uzaklaşarak adeta kapitalist sisteme hizmet eder olmuştur. "Modern dönemle birlikte toplumsal ilişkileri kurma ve devam ettirme görevini

yitiren armağanı; üretilenin satılmasını sağlayan ve bireyi egemen güçlerin çıkarları doğrultusunda tüketime yönlendiren, çıkar hesabına dönüşmüş soğuk bir araç olarak tanımlamak mümkündür" (Godbout, 2003: 18). Artık armağanların kişilerin birbirlerini mutlu etme amacının yanında bireylerin sosyo-ekonomik düzeylerinin, yaratıcılıklarının, estetik algılarının, beğenilerinin somut bir göstergesi olarak algılanmaya başlandığını belirtmek mümkündür. Bu algıyı geliştiren ve yönlendiren unsurlar düşünüldüğünde akla ilk etapta internet, sosyal medya, gelişen teknoloji, küreselleşme ve çeşitli medya araçları gelebilir. Böylece armağanlaşmanın değişen konumu bu pratiği günümüzde fazlasıyla kullanan bir taraf olarak annelerin de armağana bakışını farklılaştırmıştır. Dolayısıyla özellikle günümüzde yaygınlaşan armağanlaşma pratiklerini benimseyen annelerin armağanların taşıdığı mesajları önemsediklerini belirtmek mümkündür. Onlar açısından sundukları armağanların sahip oldukları konumun, ekonomik yeterliliklerin, moda algılarının vs. adeta sembolik bir dışa vurumu olarak algılandığı düşünülebilir.

Tüketim, armağan, annelik ve kutlama kavramları arasındaki ilişki ve değişim neticesinde günümüz annelerinin algılarının farklılaştığı düşünülebilir. Annelerin bir kısmı bu değişim neticesinde kutlama ve armağanlaşma pratiklerine yaklaşırken, bir kısmı uzaklaşmış, bir kısmı da sadece geleneksel pratikleri benimsemiştir. Fakat günümüzdeki koşullar incelendiğinde; bu gibi uygulamalarda değişen algıların anneleri güncel kutlama ve armağanlaşma pratiklerini uygulamaya adeta zorladığını düşünmek mümkündür. Hatta adeta bu uygulamalardan hareketle anneler, anneliklerini, statülerini, güçlerini, ekonomik durumlarını gerçekleştirdikleri kutlama ve armağanlaşma pratiklerinden hareketle somutlaştırma eğilimine girmişlerdir. Bu bağlamda "Zorunluluğu yaratan sosyal ağlar içindeki beklentiler ve yatırımlardır" (2011: 90) diyen Demez'den hareketle bu durumun anneler üzerinde bir baskı yarattığını belirtmek de mümkündür. Clarke'a (2007b) göre günümüzde armağanlaşmayı da içeren parti ve ritüellerin düzenlenmesi için uygun armağanların ve temaların seçilmesi, armağanlar arasında bir sosyal dengeyi sağlama çabası muazzam bir baskı oluşturmaktadır. Benzer şekilde armağan verme, Otnes ve arkadaşlarının (1997) çalışmasında annelerde kaygı uyandıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Clarke' a (2007a) göre de bu gibi kutlamalarda kaygı nesnelere aslında çocuklardan çok anneleridir. Hatta anneler için doğum günü partileri fikirlerini kamuya açıklamak için bir fırsat olarak görülmektedir.

Bocock' a (2009) göre modern dönemin önemli bir eylemi olan tüketim, kişilerin hayatında önemli bir rol oynamakla birlikte, bireylere kendilerini diğer sosyal statü gruplarından ayırt edebilme fırsatı vermektedir. Ona göre modern süreçlerde gerçekleşen

tüketim aynı zamanda kişilerin kimlik edinmelerine, bu duyguyu hissetmelerine de aracı olmaktadır. Annelerin tüketim alışkanlıklarını modern dönemlerdeki alışkanlık süreçleri ile bağdaştırıp, kutlama ve armağanlaşma pratikleri özelinde incelediğimizde onların bu sayede bir kimlik, statü ve fark edilir olma yarışına girdiklerini düşünmek mümkündür. "Orta ve alt düzeyde olan sınıflar, daha yüksek statüye sahip gruplarının alışkanlıklarını kopya ettikçe, yüksek gruplar devamlı olarak kendi tüketim kalıplarını değiştirmek zorunda kalmışlardır" (Bocock, 2009: 26-27). Bu yaklaşımdan hareketle günümüzde annelik ve çocuk ekseninde gözlemlenebilen, kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin yaygınlığını ve gerekçelerini anlamak mümkündür.

### **2.8.1. Baby Shower Partisi**

Miller' a (2010) göre küreselleşmeyle gittikçe belirsizleşen sınırlar kültürel referans noktalarını daha önemli hale getirmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle ülkeler arasında kalkan sınırlar farklı kültürleri görünür kıldığı gibi, aynı eylemlere yönelik farklı yaklaşımları da gözler önüne sererken kültürel referans noktalarını da farklılaştırmaktadır. Bu koşullarda hangi uygulamanın hangi kültüre ait olduğunu belirlemek zorlaşırken uygulamalar her kültür tarafında içselleştirilerek sahiplenilir. Böylece farklı kültürlerin çocuk bakımı, annelik ve çocuk yetiştirme pratiklerinden haberdar olduğu gibi, çalışma özelinde incelendiğinde farklı kültürlerin annelik ve çocuğa ilişkin kutlama ve armağanlaşma ritüelleri de öğrenilmiş olur. Günümüzde annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen kutlamalardan biri olan babyshower partilerini de öncelikle bu perspektif ile ele almak yerinde bir çaba olarak değerlendirilebilir. Nitekim ilgili kutlama Türkiye' de son yıllarda uygulanmaya başlamış ve giderek yaygınlaşmıştır. Bu bağlamda küresel kültür entegrasyonunun somut kanıtı olarak değerlendirilebilecek "babyshower" partilerinin esasen Amerika Birleşik Devletleri' ne ait bir gelenek olduğunu da belirtmek gerekmektedir.

Kutlama ve armağanlaşma ritüellerinin "sınır ötesi" hali Morgan ve Micheals' a (1999) göre fetusları kuşatacak kadar genişlemiştir. Onlara göre babyshower kutlamaları ile daha doğmamış fetus "Hollywood" stili ile cinsiyetlendirilir, isimlendirilir, fotoğraflanır. Hatta onlar bu durumu "fetüs konusunun küreselleşmesi" olarak adlandırmakta ve gittikçe yaygınlaştığını vurgulamaktadırlar. Byström'a (2015) göre bu durum bebeğe bağlı çok çeşitli tezahürler, uygulamalar ve sosyal anlamların oluşmasına neden olmaktadır. Sanchez' e (2003) göre günümüzde babyshower partilerini annelerin bebeğini karşılama hazırlıklarının sabit elemanları arasında görmek mümkündür. Hyrciuk (2010) babyshower partilerinin anneler günü kutlamalarından sonra anneler için "yeni bir tatil" olarak tanımlarken, bu geleneklerin

daha çok orta ve üst sınıfa mensup kadınlar tarafından yetiştirilerek toplumun diğer kesimlerine, kapitalist süreçlerle de diğer ülke ve kültürlerle yayıldığını vurgulamaktadır.

Hem sektörün hem de kapitalist süreçlerin etkisiyle anneliğe ilişkin baskın argümanlar annelerin yaşamını, çocuk bakımına ilişkin sahip olduğu nitelikleri sembolik ve ticari nesnelere örüntülü ve uyumlu hale getirmiştir. Bu durumun bir sonucu olarak, annelerin yeni kültürel olgulara, seçeneklere ve uygulamalara ulaşması kolaylaşmıştır. Hyrciuk' a (2010) göre bu koşullar yüzünden anneler, kısa bir süre önce Amerika'ya özel olan ve artık ithal edilen babyshower partilerini kendilerini ifade etme aracı olarak tercih eder olmuşlardır. Bu bağlamda günümüz koşullarında öncelikli olan babyshowerın katılımcılara ailenin mevcut konumunu doğru ifade edebilecek şekilde kurgulanmasıdır. Oysa literatür incelendiğinde Amerika patentli olan babyshower partilerinin ilk gerçekleştirildiği dönemlerdeki temel amacı bebeğin ilk ayları için maddi ihtiyaçlarının karşılanmasına bir kaynak oluşturmak, ailenin bebek ile ilgili ihtiyaçları olacak şeyleri edinmelerine yardımcı olmak ve bebeğe ilişkin ihtiyaçları gelen hediyeler aracılığı ile biriktirmektir (Hyrciuk, 2010; Sanchez, 2003). Dolayısıyla o dönemlerde her ne kadar babyshower sunulan ikramlar, eğlenceler, armağanlar, mekâna ilişkin masraflar, ailenin kişisel hazırlık masrafları (giyim, aksesuar vs.) gibi maliyetlere neden olsa da ekonomik açıdan faydalı ve destekleyici bulunmaktadır. Fakat buradaki temel ekonomik faydanın, katılımcıların doğum için gerekli çoğu şeyi hazır hale getirebilecek armağanlara sahip olacakları kabulü olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Üst ve orta sınıf tarafından öncelikli olarak benimsendiği belirtilen babyshower kutlamaları (Hyrciuk, 2010; Sanchez, 2003) diğer sınıflar tarafından da sahiplenilmiş ve kültürler içirimlerle uyumlu hale getirilmiştir. Bu uyumlaştırma sürecinde babyshower partisi her kültürde farklı bir şekilde deneyimlenmektedir. Byström (2015) da benzer bir şekilde bu gibi ritüellerin çeşitli medya araçları ile aktarıldığını ve daha sonra kişilerin bu uygulamaları kendi yerel ihtiyaçlarına göre yapılandırıp uyarlayarak bu kültürel anlamda çekirdek tecrübeleri paylaşma ve kendi koşullarıyla annelik yaşantısını kutlama yoluna gitmektedirler. Hyrciuk' a (2010) göre yaşanan bu deneyimler küreselleşmenin bir sonucu olarak değerlendirilebilirse de bu durum kültürel bir homojenleşmeye neden olmaz. Ona göre yerel kültür kalıpları bu etkiyle dönüştürülür, bu sebeple tamamen taklitçilikten bahsetmek mümkün değildir. Tam tersine hâkim kültürel uygulamalarla benzeştirilen babyshower kutlamaları bir yeniden yapılanmanın, kültürle harmanlanmış yaratıcılığın göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu perspektif ile Hyrciuk 2010 yılında gerçekleştirdiği çalışmasında Meksika'daki babyshower ritüelini ele almış, hatta bir babyshower kutlamasına katılarak gözlemlerini aktarmış ve çalışmasının sonucunda Meksika açısından bir Amerikan

'babyshower'ının nasıl Meksika sınırları içinde doğaçlanarak "anneler şöleni" haline getirildiğini irdelemiştir. (Bakınız: Ek-1: Meksika'da Babyshower). Ona göre küresel süreçlerin yerel ihtiyaçları etkilemesinin bir sonucu olarak, Meksikalı kadınlar Amerikan geleneklerini Meksika kültürel değerleriyle harmanlayarak anneliklerini kutlarlar. Bu bağlamda farklı kültürlere, öykünme, gıpta etme ve özenme ya da tam tersi olarak küçümseme toplumsal hayat içinde gözlemlenebilen bir durum olarak değerlendirilmelidir. Örneğin Hürmeriç ve Baban' a (2012) göre Amerikan kültürü kendisini diğerlerinden daha iyi ve üstün görmeye dayalı psikolojik doyum sağladığı için, farklı kültürler tarafından, üstün bir karaktere sahip olarak nitelenir ve bu durumun bir sonucu olarak taklit edilir. Dolayısıyla gerçekleştirilen babyshower kutlamaları da benzer kaygı ve öykünmeleri içermektedir.

### **2.8.2. Hastane Süsleme Organizasyonu**

Günümüzde karşılaşılan ve yaygınlığı artan bir diğer organizasyon da annenin doğum yaptığı hastane odasının süslenmesine dayanmaktadır. Geleneksel kültürümüzde karşılığı olmayan bu uygulamada anne ve bebeğin kalacağı hastane odası bebeğin cinsiyetine, annenin talebine göre çeşitli şekillerde süslenerek tebrik için gelenlere ikramlar, armağanlar sunulmaktadır. İkramlar için ayrı bir köşe hazırlanırken, sahip olunan bütçeye göre ikram sayısı, armağan sayısı, bebeğe ve anneye özel olarak hazırlanmış ürün sayısı da değişiklik gösterebilmektedir.

### **2.8.3. Lohusalık ve Bebek Armağanları**

Modern uygulamalarda doğumu tebrik etmeye gelen kişilere ikramlıkların ya da lohusa şerbetinin yanında ayrıca çeşitli armağanlar sunulduğu gözlenmektedir. Bu kapsamda sunulan armağanların çeşitliliği gibi hazırlanış şekli de maddi imkânlarla doğru orantılıdır. Ekonomik açıdan güçlü olan kişilerin birden çok armağan alternatifi ile organizasyon firması ya da çeşitli kişilere ücret karşılığı bu armağanlar hazırlanmaktadır. Ayrıca bu armağanlar daha çok bir kutlama eşliğinde sunulurken. Herhangi bir kutlama olmaksızın gelen misafirlere de verilmektedir.

### **2.8.4. Doğum Günü Kapsamında Hazırlanan İlk Yaş Hediyelikleri**

Geleneksel kutlamalarla örtüşen ilk yaş kutlamaları, içeriğindeki değişim ve dönüşüm nedeni ile modern kutlama ve armağanlaşma ritüellerine dâhil edilmiştir. Modern uygulamalarda bebeğin ilk yaş kutlaması hazırlıkları aylar öncesinden başlayan bir süreci gerektirmektedir. Bu doğrultuda organizasyon firmaları ile görüşülmekte, konseptler, anne-baba ve çocuğun zevkli bir "kombin" yansıtacak giyecekleri belirlenmekte, ikramlıklar ve armağanlar hazırlanmaktadır. Adeta bir düğün hazırlığını anımsatan bu kutlama için

davetiyeler bastırıldığı, fotoğrafçılar tutulduğu, animatörlerden yardım alındığı da gözlemlenmektedir. Dolayısıyla günümüzde oldukça meşakkatli bir çalışmayı gerektiren bir çocuğun doğum günü partisinde bir temanın seçilmesi ( Batman, Barbie, Ejderhalar vs ), ideal pastanın yapılması ya da alınması, misafirler için ideal armağanlar seçilmesi, armağan çantaları, yaşla ilgili koordine edilmiş oyunlar ve etkinlikler; parti kıyafeti dikme ya da satın alma; süslü kıyafetleri, parti tabakları, bardaklar, şapkalar ve masa örtüleri seçimi; onun istediği parti malzemeleri ve atıştırılmalıklar için alışveriş yapmak veya yaptırmak ve en önemlisi, parti konuklarının ve oranlarının doğru ve dikkatli bir şekilde seçilmesi gibi birçok eylemi içinde barındırmaktadır. Clarke' a (2007b) göre bu seçimler, diğer ailelerin geçmişte kullandığı ve gelecekte potansiyel olarak kullanma ihtimalleri olan tercihlerle yoğun ve detaylı bir biçimde karşılaştırılır. Ona göre tam da bu nedenle çocukların doğum günü partileri adeta işgal edilmekte ve artık partiler sadece yaş belirlemedeki bariz rolünün yanında belli bir zaman içinde bir tüketim çeşidi haline gelmektedir. Doğum günleri kapsamında gerçekleşen bu çeşitli eylemlerin yarattığı tüketim dünyası Clarke' a (2007b) göre günümüze özel annelik türlerinin yaratılmasında da kullanılmaktadır. Bu partilerdeki eylemlerden hareketle anneler "özenli", "titiz", "sağlıklı", "zengin", "modaya uyan" vb şekillerde nitelendirilmektedir. Annelerin bu kutlamalarda tercih ettikleri armağanları ve katılımcılara sundukları ortamı kendileri, seçimleri hakkında ortaya koydukları ipuçları olarak değerlendirmek mümkündür. Bu kutlamada armağan olarak fidanlar, canlı balıklar, kurabiyeler, magnetler, anahtarlıklar, sabunlar, lavanta keseleri, tohum bombaları gibi çeşidi arttırılabilecek ürünler tercih edilmektedir

### **2.8.5. Pasta Patlatma**

Çoğunlukla çocuğun ilk yaşında gerçekleştirilen bu kutlama için aslında herhangi bir yaş limiti olmadığını belirtmek gerekmektedir. İlk yaşta yapıldığında bebeğin kıyafetleri değiştirilir ve doğum günü pastasının bir prototibi bebeğin önüne konur. Bebek pastayı "patlatırken" fotoğrafları çekilir, ailesi ve diğer misafirler alkışlar, kahkahalar, müziklerle ona eşlik eder. İlk yaş dışında da pasta patlatma kutlamasının muhteviyatı benzerdir. Çocuğun pastayı eliyle yemesi, parçalaması beklenir. Yaş biraz daha büyüdükçe beklenmeyen bir anda bir kişinin doğum günü pastasını yeni yaşını kutlayan kişinin suratına yapıştırması da "pasta patlama" ismi ile anılmaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde kuramsal ve kavramsal çerçeve çizilmiştir. İlk aşamada bir tüketici olarak kabul edilen annenin annelik rolü kapsamında gerçekleştirdiği tüketim davranışını açıklayacağına inanılan kuramlara yer verilmiştir. Daha sonra annelerin tüketimleri üzerinde ivmelendirici etkisi olan kavramlar detaylandırılmıştır.

#### 3.1. Gösterişçi (Kıskandırıcı) Tüketim

Annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin tüketim bağlamında araştırıldığı bu çalışmada gösterişçi tüketim kavramı oldukça önemli noktada durmaktadır. Bu nedenle annelerin kutlama ve armağanlaşma pratikleri doğrultusunda tüketim gerçekleştirirken gösteriş amacı taşıyıp taşımadıkları sorusunu cevaplamadan önce gösterişçi tüketim kavramına yoğunlaşmak anlamlı olacaktır.

Gösterişçi tüketim kavramını ilk olarak Veblen “Aylak Sınıfın Teorisi” adlı kitabında ele almıştır. Bu dönemde özellikle gelişen endüstriyel kapitalizm ile Amerika Birleşik Devletleri’nde oluşmaya başlayan tüketim grupları arasında ticaret ve üretim yaparak zenginleşen sınıf Veblen'in dikkatini çeker ve gösterişçi tüketim kuramının hareket noktasını oluşturur. Ona göre tüketimin temel amacı hiçbir zaman salt biyolojik ihtiyaçları tatmin etmekle sınırlı kalmaz, Veblen' in bu düşüncesinin dayanağı ise "aylak sınıf"ın tüketim tercihleridir. Ona göre aylak sınıf parasını iş ve çalışma yerine diğerlerinde olmayanlara sahip olmaya, tüketmeye ve bu şekilde statüsünü yükseltmeye harcar. Bu doğrultuda Veblen meta üretimin artması ile artan ürün alternatifleri arasında daha "ayrıcılık" olanları tercih eden bu sınıfın hareket noktasına kıyaslamayı, kıskandırmayı, sahip olma arzusunu yerleştirir. Veblen' in nitelendirdiği bu sınıfa mensup kişiler diğerlerinde olmayana sahip olduğunda hem saygı kazanacakları hem de diğer tüketicileri kıskandıracakları beklentisi ve amacı ile tüketirler. Bu doğrultuda; hedonist amaçlar, geçici arzular, alışverişe ve sürekli yeniye sahip olmaya ilişkin bağımlılıklar, geçici aidiyetler ve kullan at arzular bu tüketim türünün karakteristik özellikleri arasında yer alabilir. Dolayısıyla bu kuramın temel dayanağı tüketimin hayatta kalmak için gerçekleştirilen eylemlerden uzaklaşarak kişiler arası bir ayrıcalık yaratma, gösteriş yapma amacına dönüştüğüdür. Annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratikleri de günümüzde gösteriş amacının yansıtıldığı uygulamalar arasındadır. Bu ritüeller üzerinden anneler ayrıcalıklarını ortaya koyarken,

kutlama ve armağanlaşma içerimlerini sahip oldukları yetkinlikleri gösterecek şekilde yapılandırır.

Veblen' in ardından Bauman da tüketim kültürü ile birlikte metaların mübadele değerinin ortadan kalktığına ve malların 'yarar işlevi' yerine 'gösterge işlevi' nin ön plana çıktığına değinmektedir. Bu süreçten sonra bedeli ödenerek alınan, belli bir bedel karşılığında satılan, özenilen, tüketilen veya yeniden üretilen şeyler artık metalar değil göstergelerdir. Bauman ile benzer görüşleri paylaşan "Gösteri günümüz toplumunun başlıca ürünüdür" (2014: 16) diyen Debord' a göre ise artık metalar şenlikli bir gösteri aksesuarı haline gelirken yaşam tarzlarını da işgal etmektedirler. Ona göre, görülen ve algılanan dünya artık metaların dünyası haline gelmiştir. Bu doğrultuda tüketim kalıpları değerlendirildiğinde; bireyler kutlama, eğlence, armağanlaşma, giyim, dekorasyon, boş zamanı kullanma pratikleri ile örneklendirilebilecek eylemler ile neredeyse hayatlarının tümünü kapsayacak şekilde "gösterişçi tüketim" ideali ile bütünleşmiştir. Bu süreçte Veblen' in de işaret ettiği gibi malların statü verici nitelikleri daha genel bir ilgi odağı haline gelmiştir (Yanıklar, 2006: 47-48). "Hangi malları tüketeceklerine karar verirken insanlar nihai olarak tabakalaşma sisteminin en tepesindeki sınıfın davranışlarını taklit eder. Bu sınıfın beğenileri sonunda tabakalaşma hiyerarşisinde aşağıya iner ve birçok insan tabakalaşma sisteminde hemen üstlerinde yer alan sınıfın elindekileri taklit eder olur" (Ritzer, 2000: 249) böylece görece üst katmanların zevkleri, beğenileri en alt katmanlara inmiş olur. Dolayısıyla taklit aracılığı ile görece statüsünü, imajını ya da yaşam tarzını yükselten bireyin temel amaçlarından birinin de bu anlamda tercihlerinin "göz doldurucu" etkisidir denilebilir. Bu durumu babyshower partilerinin toplumsal hayata yayılış şekli ile örneklendirmek mümkündür. İlk olarak sanatçılar tarafından gerçekleştirilen babyshower partileri bir süre sonra diğer sınıflar tarafından benimsenmiş ve uygulanmaya başlanmıştır.

Modern dönem sonrasında bireyler tüketecekleri ürün ve hizmetlerin "göz doldurucu" luğunu önemserken, bu ürün ya da hizmetlerin sosyal işlevlerini gözetir durumdadırlar. Modern sonrası dönemdeki bu tüketim şekli "postmodern tüketim" olarak adlandırılmaktadır. Taşkaya "postmodern tüketimcilikte arzu duyulan, yani tüketilen şey gerçek çikolata, gerçek otomobil, ev veya buzdolabı değildir. Tüketim sembolik hazlar peşindedir ve bu "gerçek" nesnelere, arzuların yerine konan şeylerdir" (2009: 130) der. Yaşanan bu dönüşümün ardından farklı bir tüketici tipine bürünen bireyler, artık tüketim ürünleri statü sağlayıcılar ve ihtiyaç gidericiler olarak ayırarak öncelikli tercihlerini gerçekleştirirler. Bu süreçte tüketim konusu olan nesnelere insanların biçimlendirmeye başladığı belirtilebilir. Kişi gerçekten ihtiyacı olup olmadığını sorgulamak yerine ne olursa olsun sahip olmak amacı ile hareket eder. İhtiyaç



dışında gerçekleşen bu tip tüketim çoğu çevrelerce eleştirilmekte ve “israf” söylemi ile nitelendirilmektedir. Gösterişçi tüketimin yarattığı israf hem boşa geçirilen zaman yani "gösterişçi boş zaman" hem de "gösterişçi tüketim" yani para israfı olmak üzere çift boyutludur. Veblen' e göre: “Her ikisi de zenginliğe sahip olduğunu gösterme metodudur ve her ikisi de geleneksel anlamda birbirine eşit kabul edilir” (2005: 62). Veblen gösterişçi tüketim kuramı ile tüketim ve toplumsal sınıf arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Günümüz toplumlarında bu ilişkiyi gençler, anneler, kadınlar gibi örneklendirilecek birçok kesimde gözlemlemek mümkündür. Bu kesimler tükettikleri ve bunu sergiledikleri ölçüde toplumda var olacakları, prestij, statü ve kimlik kazanacakları,"toplumsal harita" (Aydoğan, 2005: 14) daki konumlarını belirginleştirecekleri, moda uydularını veya ekonomik refah seviyeleri hakkında mesaj verebilecekleri inancı ile tüketmektedirler. Bu doğrultuda değişen tüketim tercihlerinin Veblen'in gösterişçi tüketim teorisinde, kişileri mümkün olduğunca tek ve biricik, el yapımı ve nadir olan ürünleri tüketmeye yönlendiren bir doğası da bulunmaktadır. Hatta kişiye özel, eşi benzeri olmayan, piyasadakilerden farklılığı ile ön plana çıkan tasarımlar gibi ürünler bu konuda örnek olarak gösterilebilir. Hürmeriç ve Baban' a (2012) göre bunun önemli nedenlerinden biri el yapımı ve özel tasarım ürünlerin diğerlerinden daha pahalı olmasıdır. Bu kavramın çalışmaya dâhil edilmesinin sebeplerinden biri de bu noktadır. Günümüzde toplumda anneler kutlama ve armağanlaşma pratikleri doğrultusunda "kişiyeye özel" temalarla kutlamalar, kişiyeye özel olarak hazırlanmış hediyeliklerle de armağanlaşmalar gerçekleştirmektedir. Annelerin gerçekleştirdikleri kutlama ve armağanlaşma pratikleri de bu "kişiyeye özel" yaklaşıma örnek teşkil etmektedir.

Kişileri gösterişçi tüketime yönlendiren birçok faktör bulunmaktayken, bu etkenler arasında en önceliklisinin ihtiyaç ve günümüzde değişen ihtiyaç algısı olduğunu belirtmek mümkündür. İnsanların hayatlarını idame ettirme amacı doğrultudaki ihtiyaçlarını Maslow (1943) fizyolojik, aidiyet, güvenlik, saygınlık ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları şeklinde kategorileştirmiştir. Günümüzün temel toplum tanımlaması olan tüketim toplumunda ise kişilerin ihtiyaç algıları değişmiş ve bazı ürünler "birincil" ihtiyaç olarak algılanmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda kişiler için fizyolojik, güvenlik, aidiyet, barınma ve diğer ihtiyaçlarını karşılamaktan çok, bu süreçteki tercihleri, harcadıkları maddi bedeller ve bunları sergileme şekilleri öncelikli olmuştur.

Değişen ihtiyaç algısı dışındaki bir diğer etken günümüzde çoğalan tüketim ürün ve hizmet alternatifleri olarak düşünülebilir. Çoğalan alternatifler arasında kafası karışan birey, ihtiyacından çok kendisini çeşitli platformlar aracılığı ile daha çok etkileyen, beklediği faydayı ona sunacak, arzuladığı gösterge değerini ona sağlayacak ürün ya da hizmeti tüketme

eğilimi gösterir. Bu bağlamda değişen fayda algısının da üzerinde durulması gerekmektedir. Söz edilen yönlendirici unsurların yanında günümüzde kişiler için tüketim tercihleri aracılığıyla sosyal statü ve takdir kazanımı ile imaj ve kimlik yapılandırma beklentisi alışveriş seyrini etkileyen önemli fayda sağlayıcılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler mevcut statülerinden bir üst statüye çıkmak isterler. Veblen de gösterişçi tüketim kuramında bu noktaya değinerek tüketim şekilleri ile zenginlik ve sosyal statü kazanımı arasındaki ilişkiyi söz eder. Ona göre tüketiciler gösterişçi tüketimin "cazibesine" kapılırlar. Bu durumun ilk nedeni insan davranışının ödül beklentisi ile şekillenmesidir. Bu doğrultuda Veblen' e göre bireyler için sosyal statü açısından bir üst basamakta yer alma ihtimali bir ödül olarak algılanmakta ve ürün ya da hizmetten beklenen bir fayda olarak karşılanmaktadır. Ona göre bu durumun ikinci nedeni de, sahip olunan sosyal statünün insanların birbirlerine gösterecekleri saygının bir belirleyicisi olmasıdır. Bu doğrultuda Veblen (2005) tüketimdeki gösteriş amacının tercihleri yönlendiren en önemli unsur olduğunu belirtir. Ona göre bu durum yalnızca zenginler için değil toplumun bütün sosyal tabakaları için geçerlidir, her sosyal sınıf bir üstteki sınıfta yer almaya çalışarak statüsünü yükseltme çabasıdadır. Açıklan ve Erdoğan' a göre toplumun tamamı tarafından fark edilir boyutta olan bu durum kendi değerlendirmeleri uyarınca sistemin en altında yer alanları psikolojik bir baskı altına alarak gösterişçi tüketime yönlendirmektedir (2005: 2). Kişileri gösterişçi tüketime yönlendiren bir diğer etkenin de görece artan gelir seviyesi ve ani gelir artışları olduğunu belirtmek mümkündür. Güleç' e (2015) göre gelir seviyesindeki her artış gösterişçi tüketime neden olmamakla birlikte gelir düzeyi yükseldiği an daha önce satın alınamayan birçok ürün ve hizmet elde edilebilir. Gösterişçi tüketimi yönlendiren bir diğer unsur ise değişen çevre, iş ve eğitim seviyesidir. Kişi eğitim düzeyi yükselip sosyal ilişkileri geliştikçe, yaşadığı iş ve sosyal çevresi değişip tüketim alışkanlıkları farklılaştıkça gösterişçi tüketim alışkanlıklarını benimseyebilir.

Günümüzde bireyleri gösterişçi tüketime yönlendiren etkenlerden bir diğeri de moda ve modayı ivmelendiren akımlardır. Moda olan figürler sadece giyimde değil tüketimin kuşattığı her alanda kendisini göstermektedir. Örneğin yaşam mekânlarının rezidanslara tek kişilik evlere kayması, sağlıklı yemek alışkanlıkları, değişen müzik tercihleri ve çalışma konusu bağlamında annelik özelinde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratikleri modanın hayat üzerindeki etkisini adeta somut kanıtları niteliğindedir.

Günümüzde kişilerin moda akımlara ulaşması ve bunlardan haberdar olmasındaki en önemli etken kitle iletişim araçları da gösterişçi tüketimi arttıran bir diğer unsurdur. Ritzer' e (2016) göre de modern toplumda gösterişçi tüketimi körükleyen en önemli faktörlerden biri

iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları sayesinde kitlelerle paylaşılan güncel yaklaşımlar bireysel kimliklerin, tercihlerin ve algıların dönüşümünde önemli bir etkiye sahiptir. Gösterişçi tüketimde en etli olan faktörlerden bir diğeri de Şahin(1992)'e göre referans gruplarıdır. Ona göre referans grupları bireylerin özendiği, idealize ettiği ve normlarını benzetmeye, yaşam tarzını yakınlaştırmaya çalıştığı gruplardır. Gösterişçi tüketme yönelen kişinin temel amaçlarından biri de bu referans grupları arasında sınıfsal hareketliliğin edinmek bulunmaktadır.

### **3.2. Nispi Gelir Hipotezi (Duesenberry Kuramı)**

Amerikalı bir ekonomist olan James Duesenberry (1952) geliştirdiği nispi gelir hipotezinde toplumsal tabakalaşmanın tüketim tercihleri üzerindeki etkisini ele almıştır. Ona göre Veblen' in (2005) aylak sınıftan hareketle açıkladığı gösterişçi tüketim, bir toplumsal tabakalaşma yaratarak gelir ve tüketici talebi açısından farklı şekillere bürünmektedir. Kıray' a (2005) göre Duesenberry bu kuramında insanların daha üstün, daha kaliteli tüketim şekillerinden haberdar oldukça ve ihtiyaçlarını karşılayacak yeni yollar öğrendikçe, gelirleri değişmese de daha fazla tüketme eğilimi gösterdiklerini savunmaktadır. Dolayısıyla, görece daha yüksek seviyedeki tüketim şekillerinden haberdar olan kişi daha fazla tüketme eğilime girer. Bu noktada da tüketim sadece kişinin geliri ile ilintili olmaktan uzaklaşarak, birlikte yaşadığı, iletişim kurduğu, örnek aldığı kişilerin tüketim tercihleri ekseninde şekillenmeye başlar. Duesenberry'nin "gösteriş etkisi" dediği tam da bu durumdur. Ona göre bireylerin tüketim tercihleri üzerinde toplumsal etkiler vardır. Bu doğrultuda toplumsal statüsü daha yüksek olan bireylerin tüketim şekilleri, yani toplumsal tabakada üst grupta yer alan kişilerin tercihleri diğer bireylerin tüketim biçimlerini etkilemektedir.

### **3.3. Trickle-Down (Süzülme) Kuramı**

George Simmel tarafından geliştirilen Trickle-Down kuramı için moda kavramı oldukça önemlidir. Simmel (1957) kuramda toplumsal sınıfın üst tabakasında yer alanları moda belirleyicileri ve taşıyıcıları olarak tanımlar. Onun yaklaşımına göre orta ve üst tabakaya mensup olan kişiler sahip oldukları maddi kaynakları moda olana ve görece tüketilmesi zor olanlara yönlendirerek moda akımları yaratmakta ve toplumun bu anlamda etkilemektedir. Buna karşın üst tabaka için her kesim tarafından kullanılabilir olan artık tercih edilmez olmuştur. Simmel bu örnekten hareket Trickle-Down kuramı aracılığıyla moda olanın üst tabakadan alt tabakaya doğru yayıldığını, süzüldüğünü ve tüketimi yönlendirdiğini açıklamıştır. Erdoğan ise üst tabakaya mensup kişiler küçümseme yoluyla kendilerini popüler

kültürün işgalinden koruyacaklarını düşünmektedirler (1999: 21). Bu bağlamda popülerleşen onlara göre sıradanlaşır ve bu eylemlerden uzaklaşarak ayrıcalıklarını vurgulamak isterler.

McCracken' a (1988) göre ise süzülme yani trickle-down kuramı sembolik anlam taşıyan tüm ürünler için geçerlidir. Ona göre bu kuram birbirine karşıt konumdaki iki ilke ile gerçekleşmektedir. Örneğin alt sosyal gruplar "taklit" ilkesinden hareketle üst sosyal gruplara öykünmelerine neden olan stilleri, yaşam biçimlerini kendi koşullarına uyumlaştırarak yeni kimlik ve statülerini yapılandırırken, aynı zamanda üst sosyal sınıflar da "farklılaşma" ilkesini gözeterek hem yeni oluşan moda uyum sağlar hem de yaygın olandan, çoğu kişinin tercih ettiğinden sıyrılmaya çabasına girerler. Kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin devinimi de süzülme kuramının temel yaklaşımına örnek olabilir. Bir dönem babyshower görece üst tabaka tarafından yaygın bir şekilde uygulanmışken, bu ritüel alt tabakalara doğru süzülme başladıkça üst tabaka tarafından bazen daha farklı içeriklerle farklılaştırılmaya çalışılmış bazen de tamamen terk edilmiştir. Buna karşın yeni, keşfedilmemiş bir kutlama olarak gender partilerin (cinsiyet partileri) üst tabaka tarafından sahiplenilmeye başlanmıştır.

### **3.4. Geri Kalmama Etkisi - Sürüye Katılma Talebi (Bandwagon Etkisi)**

Geri kalmama, Bandwagon etkisi ya da sürüye katılma talebi birçok kişi tarafından talep gören ya da kullanılan ürün veya hizmetlerin zamanla diğer kişiler tarafından da kullanılmak istenmesi olarak açıklanmaktadır. Dinler' e göre kişiler zamanla bu gibi malların birçok kişi tarafından satın alınmaya başladığını görürler ve çevresindekilerin de söz konusu malları satın alacaklarını düşünerek, o malı satın alanların gerisinde kalmak istemezler ve o malı satın alanlar kervanına katılırlar (2011: 98-99). Örneğin yeni teknolojiyle uyumlu cep telefonları, televizyonlar, bilgisayarlar geri kalmama etkisi davranışı ile edinilme olasılığı yüksek ürünler arasında yer alabilir. Geri kalmama etkisini hizmet ya da çeşitli kutlama, armağanlaşma ritüelleri açısından da örneklendirmek mümkündür. Çalışma konusu bağlamında değerlendirildiğinde annelik çerçevesinde gerçekleştirilen birçok kutlama ve armağanlaşma ritüelini geri kalmama etkisi ile bağdaştırarak açıklamak mümkün görünmektedir. Bu doğrultuda annelerin bir kısmı babyshower, mevlit, ilk yaş kutlaması ve beraberinde çeşitli hediyeler hazırlamaya başladıkça, bu uygulamaları benimseyen diğer annelerde bu eylemlerden geri kalmamak isteyerek ve kendi bütçesi, imkânları doğrultusunda "sürüye katılmış" olurlar. Bireylerin kitlelerce tüketilen bu ürün ve hizmetlere kendi koşullarına uygun alternatifler yaratarak yaygın olandan geri kalmama arzusu tüketimin ekonomik gelirle ilişkili olmayan yönünü ortaya koyar niteliktedir. Bu noktada geri kalmama

etkisi Armağan göre de tüketimi gelirden başka faktörlerinde etkilediğinin kanıtı niteliğindedir ( 2013: 41)

### 3.5. Snob Etkisi (Züppe Etkisi)

Snob Etkisi ise, geri kalmama etkisinin tam tersidir. Bu yaklaşıma göre bir mal veya hizmete artan talep, bazı kişiler açısından çoğu kişi ile aynı mal ya da hizmeti tüketmemek için tüketimin azalmasına neden olmaktadır. Kişilerin sürüden ayrılma arzusuna gönderme yapan bu etki Maynard Keynes tarafından tüketici davranışını yönlendiren unsurlar arasında gösterilmektedir. Keskin' e (2014) göre bu noktada tüketicinin aslında rasyonel kararlar almadığı aşikardır ve snob etkisi tüketicinin zevk ve tercihlerini yönlendiren bir unsurdur.

Çalışma konusu açısından değerlendirildiğinde annelik çerçevesinde gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma ritüellerinde Snob etkisinin de şekillendirici olduğunu belirtmek mümkündür. Çoğu kişinin yaptığından daha farklı tema ve içeriklerle kutlamaları düzenlemek ya da çoğu anne tarafından armağan olarak sunulmayan alternatifleri benimsemek veya herkes tarafından kutlanılan bir ritüeli değil de daha farklılaşmış gerekçelerle daha farklı ritüelleri kutlamak snob etkisinin benimsendiğini örneklendirebilir niteliktedir. Odabaşı' na öre bu durumu adeta bir “sosyal kovalamaca” olarak düşünerek kişilerin temel amacının “fark edilmeyi ve farklılıklarını fark ettirmek” ( 2013: 145, 146) olduğunu belirtmek mümkündür.

### 3.6. Görelî Yoksunluk ve Tüketim

Davis'e göre bireyler, kendileri ve başkaları arasındaki sosyal kıyaslamalara dayanarak kendilerine yapılan muameleler hakkında olumsuz inanca ve hislere sahip oldukları zaman görelî yoksunluk yaşarlar (1959: 767). Ona göre görelî yoksunluk kişinin kendi grubu ya da dış gruptaki kişilerle kendini kıyaslamasının bir sonucu olarak ve kişinin başka birisini kendisine kıyasla daha olumlu koşullarda değerlendirdiğinde ortaya çıkar. Runciman tarafından belirlenen bu iki kritere göre; bireyler "egoistçe yoksunluğu", kendilerine benzeyen diğer bireylerle gerçekleştirdikleri kıyaslama ardından, "kardeşçe yoksunluğu" ise, kendisine benzemeyen kişi ya da gruplarla gerçekleştirdiği kıyaslama ardından yaşamaktadırlar (1966). Görelî yoksunluk kuramını Gibbons ve Buunk (1999) tarafından ortaya konulan Sosyal Karşılaştırma Oryantasyonu ile ilişkilendirmek de mümkündür. Bu yaklaşıma göre; kişiler kendilerini değerlendirmek için sosyal kıyaslamaları kullanmakta ve bu eğilim kişiliği yönlendirebilmektedir. Temeli karşılaştırma eylemine dayanan görelî yoksunluk kuramı ile bağdaştırabileceğimiz bir diğer yaklaşım ise Wills (1991) ile Taylor ve Lobel (1989) tarafından “aşağı ve yukarı yönlü karşılaştırma” dır. Onlara göre insanlar aşağıya doğru kıyaslama ile (Wills, 1991) kendi imajını geliştirmek ve aynı zamanda yukarıya doğru

karşılaştırma ile de kendi yeteneklerini geliştirmek için bir karşılaştırma çabasına girişirler (Taylor & Lobel, 1989). Dolayısıyla insanlar bu koşullarda neredeyse otomatik olarak karşılaştırmaya girerler (Gilbert, Giesler and Morris, 1995), ancak stres ve çeşitli değişiklikler gibi durumsal faktörler geçici olarak sosyal karşılaştırma miktarını artırabilirler (Aspinwall, 1997; Buunk B.P., 1994; Gibbons and Buunk, 1999). Chae' e (2015) göre ise medya yönü farklı olan bu kıyaslamalarda belirleyici bir etkiye sahiptir. Ona göre yukarı doğru kıyaslamada, anneler ideal annelerle aynı görüşe sahip olmak zorunda kalırlarken, bununla birlikte, aşağı doğru kıyaslamada annelerin yoğun annelik yaklaşımını onaylama ihtimalleri daha yüksektir.

Kişilerin yoksun olduklarına kanaat getirmeleri için gerekli durumlar Davis tarafından üç koşul ile belirtilmiştir. Ona göre bireyler, ya arzu ettiği nesneye başka birisi sahip olduğunda (bu sayede o nesnenin varlığından haberdar olabilir), ya o nesneyi istediğinde ya da o nesneyi hak ettiğini düşündüklerinde yoksun oldukları değerlendirmesini yaparlar (1959). Runciman (1966) bu koşullara dördüncü bir koşul eklemiştir. Ona göre kişilerin söz konusu nesneyi elde etme imkânına sahip oldukları halde o nesneyi elde edemediklerine kanaat getirmeleri de yoksun olduklarını düşünmelerini sağlar. Crosby (1976) kişinin yoksun olduklarını düşünmeleri için bir koşul daha sunar. Kişinin, istediğini elde edememesinden dolayı kendisini sorumlu hissetmemesi de göre yoksunluk hissi için önemlidir. Göreli yoksunluk hissetmenin davranışsal olarak da belli sonuçları bulunmaktadır. Crosby (1976) bu sonuçları içsel ve dışsal sonuçlar olarak sınıflarken, içsel sonuçların bireyde stres, dışsal sonuçların ise saldırgan davranışlar gibi tepkilere neden olduğunu belirtmektedir.

Görelî yoksunluk kuramı annelik ve kutlama armağanlaşma pratikleri özelindeki tüketim açısından değerlendirildiğinde; annelerin, kendilerini diğer annelerle kıyaslayarak yoksunluklarını ya da yetkinliklerini değerlendirdiklerini ve buna göre tüketim kararlarını şekillendirdiklerini belirtmek mümkündür. Bu kuramın özellikle tercih edilmesinin sebebi ise annelerin bu rollerine ilişkin kendilerini ve çalışma kapsamında gerçekleştirdikleri kutlama ve armağanlaşma pratiklerini başkaları ile kıyaslamaları, bu durum neticesinde görelî yoksunluk yaşayarak öz güvenlerini yitirmeleri, başkalarının doğruları ile yaşamaları, bireysel karar ve eylemlerden ziyade kolektif yaklaşımları benimsedikleri ve çeşitli tercihlerini yönlendirdikleri varsayımlarıdır. Bu bağlamda annelik uygulamaları kaçınılmaz olarak çocukları, babaları, büyük ebeveynleri ve daha geniş sosyal ağları içerir ve bu yapı içinde tüketim kalıpları da annelerin tüketime yaklaşımları, seçimleri de değişir. Hatta O'Donohoe ve arkadaşları (2013) için insanlar, normlar ve değerler arasındaki kesişimleri anlamanın yolu pazardaki etkileşimlerin ve annelikle ilgili tüketim uygulamalarının okunmasından geçmektedir.

### 3.7. Annelerin Tüketim Tercihlerine İlişkin Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu kısmında annelerin tüketim alışkanlıkları ama özellikle kutlama ve armağanlaşma pratikleri kapsamında gerçekleştirdikleri tüketim üzerinde etkili olduğu kabul edilen kavramlar ele alınacaktır.

#### 3.7.1. Kültür Endüstrisi

Theodor Adorno ve Horkheimer, eleştirel kuramla özdeşleştirilen kültür endüstrisi kavramını ilk kez "Aydınlanmanın Diyalektiği" isimli kitaplarında, kültürel alan içinde var olan dergi, gazete, reklam, internet sektörü ve bu sektöre bağlı araçları tanımlamak için kullanmışlardır. Şan ve Hira' ya (2004) göre ise Adorno ve Horkheimer' ın bu kavramı kullanmasının nedeni, 19. Yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başında Amerika ve Avrupa'da yükselmeye başlayan eğlence endüstrisinin kültürel biçimlerinin metalaşmasını vurgulamaktır. Kavramdaki "endüstri" vurgusu ise direkt olarak üretim sürecini değil, kültürel bir ürünün standartlaştırılmasını ve kitlelere ulaştırılması yöntemlerinin akılcılaştırılmasını açıklamak amacıyla kullanılmıştır (Adorno, 2003: 78; Held, 1984: 90). Adorno ve Horkheimer' a (2010) göre hayatın her alanını metalaştırarak ticari bir değere dönüştüren kültür endüstrisi, aynı zamanda hâkim ideolojilerce ekonomik, ideolojik, sosyal, kültürel ve diğer anlamlarda kitlelerin bilincinde sürekli yeniden üretilmektedir. Toplumsal hayatın hemen hemen her aşamasında gerçekleşen metalaşma bir süre sonra bireylerin de bir nesne gibi, endüstriyel bir ürün gibi görülerek "şeyleşmelerine" neden olmaktadır. Bu inanişin bir uzantısı olarak kişiler bir süre sonra kaliteli bir yaşamın "şeylere" sahip olmakla mümkün olacağına inanmaya başlar. Adorno' ya (2007) göre şeyleştirimin temel hedefi insanın kendi düşünsel yetisiyle ürettiği metalara ilahi bir güç atfedilmesi ve bu metaları yüceltilmesidir. Bu sayede ticarileşen kültür unsurları insanların bağımlılıklarının, tercihlerinin, algılarının da aynılaşmasına katkı sunarak endüstrinin işlevinin kolaylaşmasına neden olur. Şeyler tarafından kuşatılmış olan insanın Horkheimer' a göre artık kaçacak yeri yoktur ve onu buna mahkûm eden bilinçli bir azınlıkça planlanarak üretilen kültürel ürünlerdir (1996: 122). Kültür endüstrisi sayesinde metalaşan nesnelere kuşattığı bir dünyada var olan bireyler Yanıklar tarafından "rasyonelleşmiş ve şeyleşmiş bir düzenin hizmetkârı" (2006: 106) şeklinde nitelendirilirler. Bu düzenin oluşturduğu dünyanın ise haz ve tatmin odaklı geçici zevklerden oluştuğunu, bireyi sürekli yeni ihtiyaçlar ekseninde dolaşan daimi bir tüketici olarak konumlandığını belirtmek mümkündür. Bu bağlamda Ateş (2013) bu dünya düzeninde yeni bir toplum türü olarak "kullan at toplumunun" ortaya çıktığını belirtirken, bu ortamda yaşayan bireylerin tükettikleri ürün ve hizmetlerle birlikte değerlerini de hayat

tarzlarını da hızla kullanıp attıklarını vurgulamaktadır. Bu sayede kültürel yaşam pratikleri arasında sayılabilecek dinlenme, sanat, eğlence, kutlama, boş zaman değerlendirme ve armağanlaşma gibi eylemler de birer tüketim unsuruna dönüştürmektedir. Özdemir' e (2009) göre geliştirilen ve şölenleştirilen yeni tüketim biçimi tüketime ilişkin imkânları çoğaltmakta, bu durumun bir sonucu olarak da konulu parklar, büyük alışveriş merkezleri, plazalar gibi “şölenel” tüketim mekânlarını artmaktadır. Ona göre tüketim dışında her türlü etkinliğin de içinde olduğu bu alanlarda yaratılan ayrı bir zaman vardır, bu zaman kişilerin boş zaman algılarını yönlendirir ve kişilerin boş zamanları da bir anlamda satın alınmış olur. Artık bu düzende kültür endüstrisinin vermek istediği ana mesaj açıktır, o da gerçek mutluluğun ancak tüketmekle kazanılabileceğidir.

Güngör' e göre bu sayede mevcut endüstri kendi içerisinde kültürel üretim yapan birçok alt sektör oluşturur ve bu sektörler konser salonları, tiyatro binaları, dev alışveriş merkezleri, lüks kozmetik ürünleri, restoranlar ve moda evlerini (2011: 230) veya çalışma konusu bağlamında parti evlerini, kutlama alanlarını, organizasyon firmalarını bünyesinde barındırmaktadır. Nitekim Akay' a (2016) göre günümüz koşullarında “lüks tüketim” sadece harcamak değil insanlara eğlence ve oyun sunmak da demektir. Bu bağlamda annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen modern kutlama ve armağanlaşma pratiklerini lüks tüketim unsuru olarak ele almak da mümkündür. Her geçen gün artan bu sektörlerin amaçları arasında kitlesel üretimi yaygınlaştırmak için kişilerin tercihlerini benzeştirmek de bulunmaktadır. Bu aşamada aynı işlevlere sahip ürünlerin ya da hizmetlerin bambaşkaymış gibi sunulması kişilerin algılarının yönlendirilmesinde pazarlama tekniklerinin kusursuz bir şekilde kullanıldığı belirtilebilir. Hatta The Voice Group' a (Prothero ve diğerleri' ne) (2010) göre günümüzde pazarlama anne olmayı bekleyen ve yeni anne olmuş olan kadınların sosyo kültürel yapılarının büyük bir parçasıdır. Onlara göre pazarlama teknikleri hem annelik hakkında idealleştirilmiş inançları kullanır hem de yeniden yaratır. Dahası, pazarlar ve pazarlama mantığı medikal, yasal ve siyasi uygulamalarla iç içe geçmiş durumdadır ve bu durum annelerin tüketim tercihlerindeki kararsızlıkları arttırarak sorunsallaştırır. Bu bağlamda yaşanan kararsızlık annelerin farklı davranışları gerçekleştirmesine neden olur. Bu durumun bir sonucu olarak bazı anneler diğerleriyle benzer ürünleri tüketmeyi tercih ederken bazı anneler de ideal, ayrıcalıklı, farklı vs. ürün ve hizmetleri tercih ederek farklılıklarını ortaya koymaya çabalayabilirler. Emsallerinden farklı olduğu inancı ile edinilen ürün ya da hizmetlerin kullanılmasının kişiye sunacağı ayrıcalıklar, bu imkânı sunan her yeni şeyin kendi hayatına dâhil olması gerektiğine inanan bireyi giderek daha bağımlı hale getirmektedir. Böylece kültür endüstrisi tarafından kuşatılan bireyin bir süre sonra moda, imaj, kimlik gibi



ayırıcıları gözeterek tüketimi daimileşirken, sektöre kazandıracığı gelir de sürekli artmaya devam etmektedir.

### 3.7.2. Moda

Günümüzün vazgeçilmezi olan kitle iletişim araçları bireye sınırsız, mekânsız bir sosyalleşme sunmaktadır. Birey bu esnada beğenilerine, bütçesine, ideallerine uyan fazlasıyla alternatif ile karşılaşmaktadır. Tüketim açısından bu ortam değerlendirildiğinde; kişinin başka kişilerin tüketim deneyimlerine, arzu edilen her alternatife, ulusal ve uluslar arası alanlarda tek tuşla ulaşmasının mümkün olduğu belirtilebilir. Bu ortamda kişinin tüketim tercihleri birçok değişken tarafından şekillendirilirken, bireyin öz değerlendirme yetisi ortadan kalkar ve bu durum daha çok tüketimin gerçekleşmesi için temel koşullardan biri olarak karşılanabilir.

Kişinin bireysel karar vermesini engelleyerek rasyonel ihtiyaçlarından uzaklaşmasına neden olan dış etkenlerden biri de modadır. Bu yönüyle modanın hem ekonomik, hem kültürel hem de toplumsal etkisi bulunmaktadır. Simmel modayı, “farklılaşma ile değişimin çekiciliğini, benzerlik ile uyumun çekiciliğiyle birleştiren, çoğunlukla toplumsal farklılıkları ifade etmek üzere sınıflarda kendini gösteren bir toplumsal form” olarak tanımlar (2003: 42). Dolayısıyla Simmel' e göre moda mevcut olan tüm görünümleri, kavramsal içerikleri bünyesinde toplama kapasitesine sahiptir. Bu bağlamda herhangi bir giyim şekli, davranış, sanat, görünüş ya da kutlama ve armağanlaşma pratikleri moda olabilir. Saad' a (2011) göre ise tüketicilerin "doymak bilmeyen stil iştahları" moda akımların en büyük körükleyicilerinden biri olarak karşılanmaktadır.

Bireyin dışında yaratılan fakat tüketim kararları üzerinde etkili olan modayı, Ateş (2013) yeni algısı ile açıklayarak, 19.yy boyunca, genişleyen nüfus arasında moda olgusunun ‘yeni’ olana sahip olma ile eşleştirilmesinin tüketici taleplerinde çarpıcı bir dinamizm yarattığını belirtir. Moda akımlar, benzer olan tüketim şekilleri ile tüketicileri eşleştirirken, aynı sebepten bu tüketim şeklini gerçekleştiremeyen tüketicileri dışlayan bir içeriğe sahiptir. Bu doğrultuda sürekli en yeni olana, en moda olana sahip olma çabasında olan birey bu koşulu gerçekleştirdiği takdirde hem modaya uyduğunu hem de kendisi gibi olanlar ya da olmak istediği sınıfın üyeleri ile eşleştiğini düşünür. Douglas ve Isherwood'a göre hâkim moda anlayışı bireye yeni olana sahip olmasının zorunlu olduğunu dayatır ve “kendisi olmadan daha ilkel bir çağın kaosuna geri çekileceğini bildirerek” (1999: 34) adeta onu tehdit eder.

Moda ile ilgili geçmişten günümüze değişmeyen algılardan biri modanın kişilerin duygusal ihtiyaçlarını gideren bir unsur olarak algılanmasıdır. Bu doğrultuda moda aracılığı ile kimi bireylerin bir aidiyet gerçekleştirdiğini kimi bireylerin de bu sayede sosyal kimliklerini inşa eden tüketim tarzlarını biçimlendirdiğini belirtmek mümkündür. Sosyal kimliklerini moda ekseninde yapılandıran bireylerin amaçlarından biri ilkel, çağ dışı olmaktan sakınmaktır. Birey bu uğurda ihtiyacını gözetmeksizin ürün ve hizmet tüketmeye devam eder.

Çalışma konusu kapsamında düşünüldüğünde; annelik çerçevesinde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratikleri bu alanda moda olan yaklaşımların bir örneği olarak düşünülebilir. Günümüzde hemen hemen her annenin tercih ettiği bu kutlama ve armağanlaşma ritüellerini gerçekleştirmenin birçok annenin gözünde annelik çerçevesindeki modayı takip etmekle eşleştirildiğini belirtmek mümkündür.

### 3.7.3. İmaj

Tüketimin neredeyse her aşamasının adeta bir şölen ve gösteri havasına bürünmesinin, çeşitli platformlarda paylaşılması aracılığıyla yaygınlaştığı günümüzde imaj toplumsal ilişkileri, tüketim tercihlerini şekillendiren bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim toplumunda değişen tüketim seyrinin kişileri rasyonel olarak değerlendirilen ihtiyaç gidericilerden çok gösterge değeri yüksek olan ürün ve hizmetlere yönlendirdiği çalışmanın daha önceki kısımlarında belirtilmişti. Bu bağlamda imaj, ürün ve hizmetlerin gösterge değerlerinin, modaya uymalarının, bedellerinin sınanabileceği unsurlardan biri olarak algılanmaktadır. Tükel' e (2014) göre günümüzde tüketimin artık yalnızca alışveriş içeriğinden ibaret olmaması, gösterge, sembolik anlam ve temsil gibi değişen içerikleri tüketici açısından imaja yaklaşımı farklılaştırmıştır. Odabaşı (2013) tüketim imajının tüketicinin mevcut statüsüne ve rollerine ilişkin verdiği mesajları önemsemektedir. Toplumsal hayatta imaj kişinin sahip olduğu her rol bağlamında yeniden yapılandırılırken, mevcut rol ve statünün niteliği hakkında da çeşitli mesajlar, ipuçları barındırdığı için bireyler tarafından önemsenmektedir. Bu doğrultuda kişinin benimsediği ve imajını görünür kılan her hizmet, ürün, tercih ve marka, yine kişinin sahip olduğu sahip olunan toplumsal sınıf, statü ve prestij hakkında ipucu verir niteliktedir. Bireylerin bu tercihlerini şekillendiren, algılarını yönlendiren, ideal imaj örüntüleri ile buluşmasını sağlayan medya araçları hangi rolün hangi özelliklerle örtüşmesi gerektiğine dair adeta bir kural koyucu niteliğindedir. Bu noktada Uzel “Çocuk da yaparım kariyer de!” söyleminden örnek verir. Ona göre son dönemlerin bu favori sloganı medya aracılığı ile idealize edilen, onaylanan bir kadın imajı sunmuştur. Bu kadının kilit noktası başarılı bir çalışan aynı zamanda da iyi bir anne olmasıdır.

Kişilerin imajlarına yansıttıkları moda algıları, ekonomik yeterlilikleri, estetik zevkleri gibi faktörler adeta kişiliklerinin bir yansıması olarak kabul edilmektedir. Nitekim Martineau (2003) markanın ve ürün imajının tüketicinin kişiliğinin hatta benliğinin sembolü olduğunu vurgulamaktadır. Benzer bir şekilde Baudrillard (2012) da tüketime konu olan ürün ve hizmetlerin taşıdıkları örtük mesajlar yanında tüketicinin kimliği hakkında çeşitli aidiyetler içerdiğini belirtmektedir. Bu aidiyetlerden birinin de imaj olduğu düşünülebilir.

#### **3.7.4. Kimlik**

Kişilerin benzerlikleri ve farklılıkları üzerinden yapılan bir kavram olarak kimlik, insanların diğerlerine benzemelerine ve onlardan ayrılmalarına neden olan özelliklere işaret etmektedir. Daha çok psikoloji tarafından sahiplenilen kimlik kavramı, bireyin kimlik yapılanmasındaki toplumsal olanı irdelediği noktada sosyolojinin de inceleme alanına girmiştir. Özdemir' e (2001) göre toplumsal kimlik, bireyin ait olduğu toplumsal alanın kültürel, sanatsal, dini yapılarına ve bu toplumun yaşamı içinde var olan her türlü kuruma karşı geliştirilen bir aidiyet bilincini ifade etmektedir. Bu bağlamda toplumsal kimlik üyesi olunan toplumu benimseme aşamasıyken, kimlik deneyimlediğimiz toplum içinde var olma çabamızla oluşturduğumuz bir yapılanma süreci olarak algılanabilir. Dolayısıyla kimlik kişinin yaşam şeklinin, konumunun, beğenilerinin, çeşitli konulara yaklaşımının yansıması olarak değerlendirilmektedir. Özdemir' e (2001) göre bu adeta bir etiketlemedir ve amacı özneyi işaretlemek, ait olduğu zemini belirlemek ve sınırlarını çizmektir (2001: 108;114;116). Haliyle kimlik kişi hakkında ipuçları veren sembolik anlamlararasındadır.

Günümüz koşullarında kişilerin tercihleri üzerinden kimliklerinin okunduğu alanların başında da tüketim sektörü gelmektedir. Hatta Odabaşı' na (2013) göre artık çeşitli ürün ve hizmetlerin tercih edilme veya edilmeme durumuna göre kişilerin ne olduklarına, ne olmadıklarına, ne olamayacaklarına ve kimliklerine ilişkin adeta “okumalar” gerçekleştirilmektedir. Güncel koşullarda bu sembolik anlamlar tüketim tercihleri açısından şekillendirilmekte ve kimlik yapılanmasında tüketim kalıpları etkin rol oynamaktadır. Bireylerin kendi kimlik duygularını kendilerinin oluşturduğuna değinen Baudrillard (2012) için, insanlar edindikleri tüketim nesnelere aracılığıyla da kendi kimliklerini yapılandırır. Oskay' a (1982) göre özellikle tüketim seçeneklerinden yararlanılarak kişileri yeni kimlikler bulabilmesi için kültürel düzenlemeler oluşturulmaktadır. Özdemir' e (2009) göre ise kişiler kendilerini simgeler, semboller, imajlar üzerinden değerlendirerek kimliklerini yeniden tanımlarlar. Bu süreçte kaçınılmaz olarak yeni ve daha önce deneyimlenmiş olanlardan farklı kimliklerin üretilmesini beraberinde getirmektedir. Bu bakış açılarından hareketle belirtilebilir

ki, tüketim toplumunda ve bu toplumda kapitalist süreçlerce işlenen güncel tüketim kültüründe, tüketilen ürün ve hizmetlerin kimlik yapılanmasına katkısı olan değeri kullanım değerlerinin önüne geçmektedir. Benzer bir şekilde Slater' e göre insani değerlerden çok ürün ve hizmetlerin önem kazandığı bu kültürde, özgür olabilme özel yaşam ve tüketim şekilleri ile özdeşleştirilirken, temel ilke olarak ihtiyaçlar sınırsız ve doyurulmaz görülmektedir. Bu noktada da kimlik ve statü belirleyicileri tarafından kuşatılmış ortam tüketiciye sunulmakta, onlardan bu alternatifler arasından seçim yapması beklenmektedir (Slater, 1997: 25).

Kişilerin içinde bulunduğu kuşatılmış ortamın sağlayıcılarının en popülerleri günümüzde kitle iletişim araçları ve sosyal medya olarak düşünülebilir. Bireylerin güncel ürün, hizmet ve tercihlerden haberdarlığını sağlayan moda ürün ve güncel tarzlar kimliğin yeniden yapılanmasına neden olan etkenler arasındadır. Bu süreçten sonra kişinin edinmeye karar verdiği ürün ve hizmetlerin sahip olduğu derin sembolik anlamlar Elliott ve Waltanasuwan' a göre kendi kimliğimizi ifade etmemize ve başkalarının kimliğini algılamamıza yararlar (1998, s.134). Bu anlamda tüketim ve kimlik yapılanması yakınlaşmış olur. Hatta Ahuvia (2005) tüketimi, ideal ve gerçek benlik kimliklerinin en çekici özelliklerinden vazgeçilerek ortalama bir kimlik oluşumunda bu kimlikler arasında bir uzlaşmaya varmak için kullanılan bir unsur olarak değerlendirmektedir. Bu yaklaşımlardan hareketle bireylerin kendilerini görmek istedikleri konuma yaklaştıracak, gösterge değeri bu açıdan yüksek metaları tüketme eğiminde olduklarını düşünmek mümkündür.

Furedi' ye (2013) göre iyi çocuk yetiştirenlere verilen statü hem ahlaki otoritenin hem de onaylanan ebeveyn kimliğinin kaynağıdır. Ona göre ebeveynlerin kimliği toplum onayı vasıtasıyla geliştiği için, anne ve babalar asla başkalarının onları değerlendirme şekillerine kayıtsız kalamazlar. Nitekim Baherirad' a (2016) göre de bir kimlik olarak anneliğin içselleştirilebilmesi için sosyal hayatta sürekli olarak başkalarının onayına ihtiyaç duyulmakta ve bu onay yeteri kadar alınmadığında mutsuz olunarak, annelikte yetersiz hissedilmektedir. Kimliğin annelikle ilintili bu kısmı çocuk yetiştirme becerilerindeki yeterliliği gösterme vasıtasıyla şekillenmektedir. Bu nedenle ebeveynlerin kimlik yapılanmasını değiştirmeye yönelik, çocuklarının ekseninde düzenlenen bu tavsiyeler hangi kaynak tarafından gelirse gelsin olgun yetişkinler tarafından çok nadiren tartışılır. Türkdoğan' a (2013) göre ise bu aşamadan sonra annelik çocuk bakımı ile ilişkilendirilerek çeşitli alt kimliklere bölünür ve böylece iyi, kötü, bencil, eğitmen, çalışan ve ideal anne gibi sıfatları çoğaltılan ve çoğalmaya devam eden annelik kimlikleri tarihte yerini alır (2013: 43). Sayısını arttırabileceğimiz bu annelik kimlikleri hangi ekseninde benimsenirse benimsensin bir yeniden yapılandırma gerektirir. Bu yeniden yapılandırma süreç açısından ele alındığında, iki aşamadan söz

edilebilir; öncelikle zihinsel olarak değişime hazır olmakla birlikte, annelik kimliğine dair yeni bakışları, idealleri bir araya getirerek bir oluşum süreci yaşamak ve daha sonra annelik çerçevesinde yapılandırdığımız bu değişimleri hayatımızın kalanıyla bütünleştirmek.

Annelerin bu rolleri çerçevesinde yapılandırdıkları kimlikleri için onay bekler bir tutumda olduklarını belirtmek mümkündür. Nitekim Stern, Stern ve Freeland 2013 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarında bu onay arzusuna değinir. Onlara göre anneler bu doğrultuda kimliklerini sergileyecekleri alanı, onay arayışlarını onlara sağlayacak, daha çok aile ve yakın arkadaşlardan oluşan bir "destek ağı" (2013: 6) ile geliştirirler. Bu bağlamda annelik çerçevesinde yapılandırılan kimliklerin onay ihtiyacını karşılayabilecek, "destek ağı" sağlayıcısı bir diğer ortam olarak kutlama ve armağanlaşma pratikleri ele alınmalıdır. Bu doğrultu da ilgili ritüellere gelen katılımcıların çoğunun "destek ağı" elemanları olduğu iddia edilebilir.

### 3.7.5. Yeni Kültür Araçları

Değişen üretim seçenekleri etrafında dönüşen ekonomik koşullar eşliğinde postfordist sürecin yaşanmaya başlanmasıyla fordizm<sup>5</sup> ve fordist koşullar geçersizleşmesine başlamıştır. Bourdieu (2015) ve Featherstone (2005) postfordist politikalarla uyumlu olarak hızla yükselmeye başlayan üst orta sınıfı "yeni kültür araçları", Bali (1999) ise "yeni medya elitleri" olarak nitelendirmektedir. Onlara göre bu kesim toplumda yeniliklerin yayılmasını, yeni olanın şekillendirilmesini ve hâkim piyasa koşullarının güncellenmesini sağlamaktadır. Bourdieu yeni kültür araçlarının simgesel mal ve hizmet sağlanması ile uğraştıklarını belirtir ve ekler; "yeni kültür araçları pazarlama, reklamcılık, halkla ilişkiler, radyo ve televizyondaki program yapımcıları, sunucular, magazin muhabirleri, moda yazarları ve yardıma yönelik meslek mensubları olarak (sosyal hizmet çalışanları, evlilik danışmanları, cinsel terapistler, diyetisyenler, oyun önderleri vb.) yaşam karşısında bilgilendirilmeye yönelik tutum gösteren yeni entellektüellerdir" (1984: 370). Bauman' a (2003) göre yeni kültür araçları popüler kültür araçlarında seyredilen bir avuç yıldızdır. Bu yıldızlar popüler kültürün ürünleri olarak çeşitli alanlarda boy gösterirken, bireyler tarafından ünlü enformasyon uzmanları olarak gözlemlenmektedirler. Bauman (2003) bu yıldızlar aracılığıyla kitlelerin dünyayı her kültürden seyretmeye başladığını ve küresel olanın dünyanın vitrinine çıktığını belirtir. Yeni kültür araçları kendi yaşam tarzlarına ilişkin verdikleri mesajlarla yaşamlarını ve tercihlerini idealleştirilirken, diğer kişilerin yaşam tarzlarını da şekillendirilmiş olurlar (Bauman, 1999: 63). Dağtaş ve Dağtaş' a (2009) göre yeni kültür araçlarının işlevlerinden biri arzulanan

<sup>5</sup> Kavram ilk olarak Gramsci tarafından Amerikan endüstriyel yaşam biçimini nitelendirmek için kullanılmıştır.

yaşam tarzlarını geniş kitlelere ulaşacak şekilde popülerleştirmektir. Çalışma kapsamında yeni kültür araçlarını, annelik kapsamındaki güncel uygulama ve ürünleri ilk etapta gerçekleştiren, bu uygulamalardan haberdarlığı sağlayan popüler ya da yüksek kültüre mensup kişiler olarak örneklendirmek mümkündür.

### 3.7.6. Yaşam Tarzları

Modern dönem tüketici toplumlarında yaşam tarzları önemsenen ve tüketim toplumu içindeki bireyselliği, özneliği, kişinin kendini ifade etmesini çağrıştıran bir unsurdur. Kişiler bu süreçte yaşam tarzlarını yansıtabilecekleri unsurları hayatlarına katarak seçimlerini, öznelliklerini görünür kılmaktadır. Bu bağlamda Davidson (1992) modern süreçlerde yaşam tarzlarının metalaştığına değinmektedir. Featherstone' a (1996) göre bu metalaşma kişilerin boş zamanı kullanma biçimlerine kadar yayılan, bireylerin bedenlerini, konuşmalarını, giysilerini, ürün ve hizmet tüketim tercih ve şekillerini de kuşatan bir içeriğe sahiptir. Ona göre mal ve hizmetlerin tercih edilme, kullanılma şekli yaşam tarzını oluşturur, böylece bireyler birbirlerinden farklılıklarını ortaya koyarlar (1996: 41). Benzer bir bakış ile Chaney yaşam tarzı kavramını; "insanları birbirinden farklı kılan davranış kalıpları" şeklinde tanımlarken, yaşam tarzlarının, insanların neler yaptıklarını ve bunu yapmanın kendileri ve başkaları için ne anlama geldiğini anlatmaya yardımcı olduğunu belirtmektedir ( 1999: 14-15). Haliyle kültürel yapıların da şekillendirdiği yaşam tarzlarında gruplara, biçimlere ve bazı eşyalara karşı geliştirilen aidiyet duygusu da kendisini göstermektedir. Kişi bu aidiyetleri ile bireyselliğine vurgu yaparken, aynı zamanda bireysel yönünün diğerlerinden farklı olduğunun da algılanmasını istemektedir. Dağtaş ve Erol' a (2009) göre kişilerin yaşam tarzlarına yansıttıkları farklı olma çabalarını körükleyen etkenlerden biri de medya ve özel reklamlar olarak karşılanmaktadır. Onlara göre bu ve benzeri araçlara yüklenerek bireylere aktarılan imaj ve değerler bireyleri tüketime teşvik etmekle birlikte tüketimlerini de şekillendirir. Böylece popüler tanımla "lifestyle" aslında bireylerin tükettiği ürünler aracılığıyla elde ettikleri prestiji, diğerlerinden farklılığı ve yapılandırılan bu farklılık neticesinde elde ettiği seçkinliği sahiplenmesi olarak nitelendirilebilir. Bu doğrultuda tüketimler benzer yaşam tarzlarını benimseyenler için benzeşirken, piyasa koşullarında ayrılan tüketim şekillerine de rastlanmaktadır. Özdemir (2009) bu durumu "tüketimlerin benzeşmesi" üzerinden açıklarken, tüketim kültürünü temel neden olarak vurgular. Ona göre bireyler yeni ve arzuladıkları yaşam tarzını edindiklerinde bunu bir şekilde sunmak için birbirleri ile benzeşen bireylerden kurulu bir toplumsal yapı oluşturmaktadırlar. Bu toplumsal yapıda ise tüketim aracılığı ile hem herkes kendini yansıtmaya şansı bulmakta hem de farklı

yaşam tarzları toplum içinde yaşabilmektedir. Çalışma kapsamında annelik ekseninde gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratikleri günümüz annelerinin yaşam tarzlarını yansıttıkları önemli unsurlar arasında değerlendirilmelidir. Bu ritüellerde de bir toplumsal yapı oluşturulmaktadır. Bu bağlamda annelerin bu uygulamaları gerçekleştirirken somutlaştırdıkları tercihleri adeta bir metin gibi katılımcılar tarafından okunmakta ve annelerin tercihlerinden hareketle yaşam tarzları analiz edilmektedir.

### 3.7.7. Hızlı (Hedonist) Tüketim

Özellikle post fordist sürecin yaşanmaya başlanmasıyla birlikte tüketimin temel ihtiyaç ekseninden gösteriş, rekabet, haz eksenine kaydığından çalışmanın daha önceki kısımlarında bahsedilmişti (Bknz s.56). Hızlı tüketim Kadioğlu' na (2014) göre somut ihtiyaçların ötesinde kişisel ve duygusal tatminleri karşılayacak ihtiyaçları gidermeye öncelik vermek olarak açıklanmaktadır. Baudrillard (2012) ise tüketim yapısının metalden alınan haz ekseninde dönüştüğünden söz etmektedir, ona göre artık hızlı tüketim gündelik yaşamın amaçlarından biri haline gelmiştir. Babacan (2001) ise hedonik tüketim derken anlık, duygusal ve haz yaratan alışverişe gönderme yapılmaktadır. Ona göre hedonist tüketimin günümüzde şekillenmesini etkileyen sadece tüketime konu olan ürün ve hizmetlere sahip olmak değil aynı zamanda bunları düşünsel imgeleriyle de ortaya çıkarmaktadır. Literatürde hedonist tüketim olarak da isimlendirilen hızlı tüketimin temel hareket noktası bireyin edindiği ürün ve hizmetlere sahip olduğunu göstermesinin, ilan etmesinin onda yarattığı haz olarak değerlendirilebilir. Kişiler daha sonra fark ettikleri bu hazzın sürekli tatminine yönelik eylemlerde bulunurlar. Kişilerin günümüzde tatmin etme çabasında olduğu bir diğer haz kaynağı da Zengingönül' e (2012) göre "yeni tüketme döngüsü" olarak adlandırılmaktadır. Bu bağlamda yeni olanın, yeni çıkanın, yeni uygulamaların sahiplenilmesi bir haz kaynağı olarak karşılanabilir.

Çalışma kapsamında annelik bağlamında gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratiklerini de hızlı tüketime örnek teşkil edebilecek yeni uygulamalar arasında konumlandırmak mümkündür. Annelerin gerçekleştirdiği kutlama ve armağanlaşma pratiklerini çeşitli sosyal medya araçları aracılığıyla paylaşmaları, onların bu ritüelleri gerçekleştirebildiklerinin bir ilanı olarak kabul edilebilir ve bu pratikleri uygulayabilmiş olmalarından aldıkları hazzın bir dış vurumu olarak değerlendirilebilir.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### ARAŞTIRMA DENEYİMİ, YÖNTEMİ VE BULGULAR

#### 4.1. Çalışma Konusu Seçilme Nedenleri, Sorunsalları ve Argümanları

Çalışma konusu seçilirken ilk aşama annelik ve çocuk ekseninde gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin sosyal hayatta yaygınlaştığının gözlemlenmesi olmuştur. Daha sonra çeşitli platformlar aracılığı ile paylaşılan bu uygulamaların çoğu sektörün oluşumuna da katkı sağladığı toplumsal hayatta fark edilmiştir. Bu farkındalık dahilinde yerli literatür incelenmiş ve gerçekleştirilen çalışmaların anneliği daha çok feminist ideoloji, cinsiyete dayalı işbölümü, toplumsal içeriği, kimlik yapılanmasına katkısı, toplumsal cinsiyet konuları kapsamında benzer rotayı takip ettiğini tespit edilmiştir. Yerli literatürde annelik ve tüketim ilişkisinin doğrudan ele alındığı çalışmaya rastlanmadığı gibi kutlama ve armağanlaşma pratikleri açısından da daha çok diğ buğdayı ve mevlit gibi uygulamaları gelenek bağlamında detaylandıran çalışmalar olduğu fark edilmiştir. Yabancı literatür de benzer bir perspektifle incelenmiş ve çalışma konusu kapsamında daha zengin olduğu tespit edilmiştir. Örneğin Clarke (2007a) annelerin çocuklarının doğum günü partileri etrafında benzer tüketim yönelimleri benimseyerek nasıl normalleştirdiklerini, yerelleştirdiklerini ve bu bağlamda farklı bir annelik kültürü oluşturduklarını araştırmış, Boden ve arkadaşları ise (2004) annelerin ve çocukların modayla nasıl iletişim kurduklarını araştırmıştır. Hryciuk (2010) Meksika'daki babyshower partilerinden hareketle anneliğin yeniden yapılandırılmasına odaklanmıştır. Fakat bu çalışmalarda da anne bir tüketici olarak konumlandırılmamıştır. Dolayısıyla yerli ve yabancı literatürde fark edilen boşluk çalışma konusunun netleşmesine neden olmuş ve ilk etapta annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerine bakışları okunmaya çalışılmıştır. Annelerin bu uygulamalara bakışı üzerine gerçekleştirilen mikro yönelimli gözlem toplumda anneliğin, anneliğe bakışın, ideal anne kurgusunun değişen yönlerinin de fark edilmesini sağlamıştır. Nitekim Miller' a (2010) göre kadınların çağdaş toplumlarda anneliğe geçişi esnasındaki deneyimlerine odaklanılarak, biyolojik olarak başlayan anneliğin hangi koşullarda sosyal ve kültürel anlamda yapılandırıldığını ve anneliğin farklı bağlamlarda nasıl dokunup biçimlendiğini okumak mümkündür.

Çalışma dâhilinde katılımcıların hamileliklerinden itibaren annelik deneyimlerine odaklanılarak anneliğin güncel koşullarda nasıl yapılandırıldığı ve bu sürece bir tüketim biçimi olarak kutlama armağanlaşma pratiklerinin rolü okunmaya çalışılmıştır. Günümüzde annelik ve çocuk kapsamında gerçekleşen bu ritüellerin gittikçe yaygınlaşması bu



uygulamaların sahiplenildiğini düşündürmektedir. Benzer bir şekilde Clarke (2007b) da çalışmasında kadınların doğum günü ve ev yapımı organizasyonlar ile birlikte piyasa malları ve hizmetlerini tutkuyla kucakladıklarını vurgulamaktadır. Anneliğin ritüelsel ve törensel boyutu olarak değerlendirilebilecek uygulamaların giderek artan yapısını Morgan ve Meredith 1999 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarında “insan yapımı ritüel ve uygulamaların fetüslere kadar genişlemesi” şeklinde ifade etmişlerdir. Onlara göre bu süreçten sonra fetüsler artık cinsiyetlendirilmekte, adlandırılmakta, fotoğraflanmakta ve Hollywood stiline ne kadar uyup uymadıklarına dair haklarında konuşulmaktadır.

Sonraki aşamada tez konusunun sosyal, toplumsal ve sanal hayattaki uygulanma, sahiplenilme şekilleri üzerine derinlemesine gözlemler gerçekleştirilmeye devam edilmiş ve bu süreçte çalışmanın genel çerçevesi oluşturulmuştur. Çalışmanın ana problemi anneliğin tüketim kararlarını farklılaştırdığı ve bir tüketim nesnesi olarak kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin anneliğin güncel inşasına katkı sağladığıdır. Bu ana problem detaylandırılmış ve temel argümanları belirlenmiştir.

Çalışmanın temel argümanları şunlardır;

İlk olarak anne olmanın kadın hayatı, kişiliği ve algıları üzerinde dönüştürücü etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda anneliğin beklenen ve deneyimlenen aşamaları, kadınların anneliğe yaklaşımı, anneliğin toplumsal yönü, ideal anne yapılanması, anneliğin içeriğindeki baskı, anneliğin zorlayıcı noktaları gibi unsurlar incelenmeye değer görülmüştür. Anneliğe yönelik var olan ve sayısı gittikçe artan niteleyiciler olduğu kabul edilmiş ve bu niteleyiciler kutsallık, saygınlık, zorlayıcılık ve sınırlayıcılık olarak belirlenmiştir. Günümüz koşullarında anneliğin değişen içerimleri kendi içinde bir kategorizasyon yaşanmasına neden olmakta ve çeşitli annelik türlerinin ortaya çıkmasına katkı sağlamaktadır.

İkinci olarak anne olduktan sonra hayatı farklılaşan kadının tüketim tercihleri de farklılaşmaktadır. Bu durumdan annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerini gerçekleştirme fikirleri de uygulama şekilleri de etkilenmektedir. Anneliğin kadın hayatı üzerindeki dönüştürücü etkisi olduğu düşüncesinden hareketle, anneliğin annelik ekseninde üretilen ürün ve hizmetlerin daha farklı algılanmasını sağlayan bir konumunun bulunduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla anne olduktan sonra kadınların bazen diğer annelerin deneyimlerinden, bazen ürün ve hizmetlerdeki alternatif çokluğundan, bazen çocuk eksenindeki ürün ve hizmetlerin “iyi ve ideal annelikle” eşleştirilmesinden, bazen de çocuklarına her şeyin en iyisini sunmaları gerektiğine dair inanışlarından dolayı tüketim alışkanlıklarında artan ve değişen yönler bulunmaktadır. Bu bağlamda annelik ve tüketim arasında birbirini etkileyen bir ilişki olduğu kabul edilmektedir. Anneliğin toplumsal içeriği

annelik ekseninde gerçekleşen tüketim alışkanlıkları üzerinde toplumsal ve sosyal baskıların yaşanmasına neden olmaktadır. Annelerin tüketim tercihlerini yönlendiren ve ivmesini arttıran unsurlardan biri olarak diğer annelerin deneyimleri ve bu deneyimlerini sosyal medya platformları aracılığı ile paylaşımları ele alınmış ve bu sayede çalışmanın bir sorunsalı daha belirlenmiştir.

Üçüncü olarak annelik ve tüketim arasındaki etkileşimci ilişkinin annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratikleri açısından da geçerli olduğu düşünülmektedir. Annelik, tüketim ve kutlama-armağanlaşma ritüelleri arasındaki ilişkinin ilgili ritüellerin yaygınlaşmasında, sahiplenilmesinde bir gerekçe oluşturabileceği araştırmanın dayandığı temel yaklaşımlardan bir diğeridir. Günümüzde çok alternatifli ve çeşitli olan anneliğe ve aileye çocuğun katılımına ilişkin kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin uygulanma seviyesi bu ritüellerin annelerce kabul edilmiş durumunu göstermekte midir? ya da bu uygulamaların yaygınlaşmasının sebebi olarak görülebilir mi? Bu sorular çalışmanın annelik açısından kutlama ve armağanlaşma pratiklerini konumlandırma çabasını görünür kılmaktadır. Ayrıca sosyal medya platformları kutlama ve armağanlaşma pratiklerinden haberdarlığı ve bu uygulamaların benimsenme düzeyini arttırmaktadır. Bu doğrultuda annelerin sosyal medya kullanımları kutlama ve armağanlaşma pratikleri özelinde irdelemek de önemlidir.

Çalışma kapsamında annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerine bakışını, bu pratikleri gerçekleştirme nedenlerini ve annelerin bu tüketim davranışını açıklayacağına inanılan belli kavram ve kuramlara yer verilmiştir. Bu bağlamda annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerini gerçekleştirme nedenleri moda, imaj, kimlik yapılanması, yaşam tarzları, kültür araçları ve hedonist tüketim gibi kavramlarından hareketle anlaşılabilir. Annelerin bu pratikler doğrultusundaki tüketici davranışı çözümlenmeye olanak sağlayacağı düşünülen kuramlar ise; gösterişçi tüketim, görelî yoksunluk, trickle-down (süzülme etkisi), snob etkisi (züppe etkisi) ve geri kalmama kuramlarından hareketle anlamlandırılmaya çalışılabilir. Annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerini gerçekleştirme ya da bu pratikleri sahiplenme gerekçelerinden birisi hemen hemen her kesime mensup annelerce gerçekleştirilen bu ritüellerin anneler üzerinde yarattığı sosyo-kültürel baskı olduğu kabul edilmiştir. Ayrıca söz konusu pratikler anneleri yerine getirme durumlarına göre ayırtırmakta ve çeşitlendirmektedir. Anneler özenli/özensiz, düşünceli/düşüncesiz, zengin/yoksul, iyi anne/kötü anne şeklinde ayırtırılması tezin diğer bir argümanını oluşturmaktadır.

Ayrıca annelerin annelik ve çocukla ilgili kutlama ve armağanlaşma pratikleri hem geleneksel hem de modern görünümlere sahiptir. Bu uygulamalardan hangilerinin daha fazla

tercih edildiği ve bu durumun nedenleri annelerinden deneyimlerinden hareketle anlaşılmaya çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında yanıtları aranan temel ve tamamlayıcı sorunsalların annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen pratikler bağlamında irdelenmesinin mümkün olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın temel çabası tez çalışması kapsamında gerçek hayatta gözlemlenebilen, mevcut koşullarda geçerli, tanımlayıcı ve realist bir resim ortaya koymaktır.

#### **4.2. Araştırmanın Yöntemi, Uygunluğu ve Sınırlılıkları**

Nitel araştırma yöntemini ile gerçekleştirilen çalışma; annelik deyimini, annelik - tüketim ilişkisini ve annelik ile çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratiklerini incelediği için "çoklu durumlara dair derinlemesine bir betimleme ve analiz geliştirmek" (Aydın, 2016: 104) tedir. Bu bağlamda çalışmanın "durumlara yönelik derinlemesine bir anlayış sağladığı" (Aydın, 2016: 104) da belirtilebilir.

Tez çalışmasının genel çerçevesi benimsenen nitel yöntem sebebi ile yorumsamacı yaklaşım ile şekillendirilmiş ve bu şekilde "harcı insan olan" (Williams, 1999) sosyal olayların birbiriyle örüntülü ve iç içe geçmiş (Yıldırım & Şimşek, 2011) hali aydınlatılmaya çalışılmıştır. Weber'in sosyolojiyi toplumsal ve sosyal içerikli eylemlerin "yorumcu olarak anlaşılması" şeklinde konumlandırması da hermeneutik yaklaşımı akla getirmektedir. Bu bağlamda çalışma kapsamında toplumsal olarak inşa edilip öznel olarak deneyimlenen anneliğin önce tüketimle sonra da kutlama ve armağanlaşma pratikleri ile iç içe geçtiği noktalar aydınlatılmaya çalışılmıştır. Benzer bir şekilde yorumsamacı paradigma da bireysel bilinç ve öznellikten hareketle bir görüş sunmakta ve Özenç ve Uçak' a (2011) göre durum ve olguları anlamlandırma sürecinde bireyin etkin rolüne vurgu yapmaktadır.

Yorumsamacı yaklaşımın temel savunusu gerçekliğin somut ve objektif olamayacağı bu bağlamda da ancak sübjektif verilere, insan bilincinin derinliklerine, öznel deneyimlere odaklanılarak olguların, gerçekliğin çözümlenebileceği düşüncesidir. (Lelebici, 2008; Burrell ve Morgan, 1979; McKenna vd., 2011). Dolayısıyla yorumsamacı (hermeneutik) yaklaşımı benimseyenlere göre davranışı anlamak için önce anlamını, kişisel olanı yorumlamak, anlamak gerekmektedir. Bu bağlamda Gadamer (1975) insan davranışının çözümlenmesi için kişilerin sahip oldukları amaç ve nedenlerin yorumlanması, Gökçe (2012) de insan eyleminin anlaması gerektiğini belirtmektedir. Yorumsamacılara göre insan davranışını açıklamak ve anlamak arasındaki ayrım temel hareket noktasıyken; insan davranışının bu davranışı gerçekleştirenlerin algularından bağımsız olarak açıklanması

mümkün değildir. Yorumsamacı perspektife göre toplumsal olayların anlam kazandıkları nokta yorumlandıkları düzeyler olarak karşımıza çıkmaktadır. Yorumsamacı yaklaşımın bir sonucu olarak çalışmada bilginin göreliliğini savunan anti-pozitivist bir bakışı benimsenmiştir. Bu doğrultuda öznel bir deneyim olmasına karşın toplum tarafından şekillenen annelik deneyimini kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin nasıl etkilendiğini anlama girişiminin nitel araştırma teknikleriyle daha olanaklı olacağı düşünülmüştür.

Çalışmada nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan yorumlayıcı fenomenolojik yöntem kullanılmıştır. Çünkü fenomenoloji, hem üzerinde çalışılan konuyu soyut olmaktan çıkararak somutlaştırmakta hem de bir fenomen ya da kavramla ilgili yaşanmış deneyimlerin ortak anlamını tanımlamaktadır (Creswell, 2016). Bu bağlamda annelik, tüketim ve kutlama armağanlaşma pratikleri yaşamın gözlemlenebilir, somut, deneyimlenmiş bir parçası olarak değerlendirmekte ve açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu açıklamaları gerçekleştirmek için ise Giorgi & Giorgi (2003) tarafından da vurgulandığı gibi, yorumlayıcı fenomenolojik yöntemin gerekliliği olarak kişilerin konu ile ilgili deneyimlerinden, yaşantılarından ve bakış açılarından yola çıkılmıştır.

Nitel veri, Leech ve Onwuegbuzir (2007) tarafından belirli amaçlar doğrultusunda, doğal ortamda, gözlem ve görüşme gibi çeşitli teknikler yoluyla elde edilen ve bireylerin olaylara ilişkin algı ve düşüncelerini içeren her türlü bilgiyi kapsayan veriler olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda Miller 'e göre bilgi kaynağı olarak deneyimler hem kültürel metinler hem de belli bilme biçimleri tarafından şekillendirilen beklentilerden önemli ölçüde ayrılmaktadır. Ona göre nitel araştırmanın talepleri geniş kapsamlı anketler ve rastgele seçilmiş kontrol deneylerinde rastlanmayan biçimde insanların yaşamlarını, araştırma sürecinin karmaşıklığını açıklayabilmemizi ve buna sürekli duyarlı olmamızı gerektirir (2010: 31, 45). Bu doğrultuda tez çalışmasında annelerin annelik deneyimlerine, annelik rolleri bağlamındaki tüketim alışkanlıkları ama özellikle kutlama ve armağanlaşma pratikleri doğrultusundaki içsel deneyimlerine ulaşılmak istendiği için de nitel bir yöntem tercih edilmiştir. Rubin ve Rubin' e (1995) göre niteliksel metodoloji, olgu fenomeninde bulunan kimlik gibi içsel ve kişilerarası dinamiklerin incelenmesinde özellikle yararlıdır. Çünkü veri üzerine kantitatif araştırmalardan daha az kısıtlama koyar ve bireysel tecrübenin nüanslarının yüzeye çıkmasına olanak tanır. Laney' e (2014) göre ise nitel araştırmanın sağladığı satır satır analiz, hem verilerin neler içereceğini daha net bir şekilde belirlemeye olanak sağladığı, araştırmacı tarafından ise önyargıların askıya alınarak elde edilen verileri büyütme fırsatı sağladığı için bilimsel araştırmalarda yaşamsal öneme sahiptir. Byström' a göre (2015) nitel çalışmalarda katılımcı ve araştırmacı arasındaki işbirliği süreci niceliksel yaklaşımı

engellemektedir. Çünkü nitel çalışma sorularını sayı ve istatistikler aracılığıyla sunulan ölçüm ve analizleriyle cevaplandırmak mümkün değildir.

Çalışmanın katılımcı grubu 50 anne ile sınırlandırılırken katılımcıların "...ne evreni yansıtmayacak kadar küçük, ne de derinlemesine analizler yapmayı engelleyecek kadar büyük" (De Paulo 2000; Sandelowski 1995) olmasına dikkat edilmiştir. Bu bağlamda temel belirleyici araştırmanın amaçları olmuştur. Nitekim yorumlayıcı fenomenolojik yöntemde de çalışma alını seçilirken üzerinde durulması gereken katılımcıların araştırma sorunsal ve argümanlarına bağlı olarak mümkün olduğunca homojen bir grup oluşturmasıdır. Bu bağlamda özellikle çalışmanın temalarını deneyimlemiş, yaşantılarıyla araştırmanın içerimleri açısından bilgi sağlayıcı olan kişilerin katılımcı grubuna dâhil edilmesine önem verilmiştir.

Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliği konusunda Kümbetoğlu' nun (2005) vurguladığı gibi verilerin sunumuna, analizine ve kontrol aşamalarına dikkat edilmiştir. Bu bağlamda Silverman (1993) ve Gibbs' in (2002) araştırmacılar için çalışmaya ilişkin verileri yazarken geçerliliği sağlayan önerileri dikkate alınmıştır. Onlara göre çalışmanın tamamı için temel ve merkezi kavramları iyi tespit etmek, elde edilen bulguları tek bir ögeden hareketle açıklamaktan kaçınmak, bulgulardan hareketle gerçekleştirilen analizleri mantıklı ve tutarlı ilişkilere dayandırmak, bulguları değerlendirirken aşırı yorumlarda bulunmamak, araştırma esnasında sıklıkla saptanan kavramları önemsemek ve bunun yanında zıtlıkları ve olası alternatifleri de yansıtmak nitel yöntemle yapılandırılmış çalışmaların geçerliliği açısından önemlidir. Bu bağlamda çalışmanın hem verilerin toplanmasında hem de bulguların analizinde kuramsal ve kavrasal çerçeveye bağlı kaldığını belirtmek gerekmektedir.

Nitel araştırmalarda "tutarlılık, uygunluk, açıklık" kavramları ile karşılanan güvenirlik ise çalışma özelinde iç geçerlilik (inandırıcılık), dış geçerlilik (aktarılabirlik) ve iç güvenirlik (tutarlılık) ve dış güvenirlik (teyit edilebilirlik) yaklaşımları açısından sınımlanmıştır. İlk aşamada gözetilen iç geçerlilikte Yıldırım ve Şimşek' e (2011) göre gözetilmesi gereken şey araştırmacının elde ettiği sonuçlara nasıl vardığını açıkça belirtmesi ve sonuçlardan hareketle ulaştığı çıkarımlarla ilgili tespit ve kanıtları diğer kişilerin anlayacağı ve ulaşabileceği tarzda sunmasıdır. İkinci aşamada çalışmanın aktarılabirliği yani dış geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen bulguların genellenebilirliğine ilişkin olan dış geçerlilik, Yıldırım ve Şimşek' e (2011) göre nitel çalışmalarda istatistiklerle değil çalışmanın kuramsal dayanaklarına analitik yaklaşım ve genellemelerle mümkün olabilmektedir. Tez çalışmasının tutarlılığının sınımlandığı ve sağlandığı son aşamalar ise iç güvenirlik yani tutarlılık ve dış güvenirlik yani teyit edilebilirliktir. Yıldırım ve Şimşek' e (2011) göre bu koşullar bir çalışma başka araştırmacılar tarafından tekrarlandığında ve

çalışma ile aynı ya da benzer sonuçlar bulgulandığında gerçekleşmektedir. İlgili aşamalar tez çalışması kapsamında titizlikle gözetilmiş ve çalışmaya yansıtılmıştır. Örneğin tez çalışmasında dış geçerliliğini sağlayabilmek için öncelikle oluşturulan kuramsal çerçeve ekseninde veri toplamaya ve araştırma süreci sonucunda elde edilen bulguları kuramlara dayandırmaya dikkat edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın iç güvenilirliğini yani tutarlılığını arttırmak için elde edilen bulgular herhangi bir yorum katılmadan, literatür, kuramsal ve kavramsal çerçeve ile ilişkilendirilerek sunulmuştur. Gerçekleştirilen tez izleme komiteleriyle çalışma sürekli olgunlaştırılmış ve çalışmanın teyit edilebilirliği (dış güvenilirliği) de sağlanmıştır. Son aşama ise danışmanım ile bir araya gelerek çalışmanın tekrar değerlendirilmesi ve değerlendirme sonuçlarına göre düzenlenmesinden oluşmuştur. Bu noktada da çalışmanın teyit edilebilirliği artırılmıştır.

Yaklaşık iki buçuk yıllık bir diliminde gerçekleşen tez sürecinde belli zorluklar ve sınırlılıklarla da karşılaşmıştır. Çalışmanın raporlaştırılması aşamasında yaşanan zorluklar bu aşamada alınan desteklerle, yinelenen okumalarla, sürekli takip edilen güncel kaynaklarla aşılmıştır. Tez çalışmasının saha sürecinde yaşanan zorluklar ise çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmuş, çalışma sürecinin zaman zaman planlanan akıştan dışarı çıkmasına, zaman planlamasını yeniden düzenlenmesine neden olmuştur.

Çalışmanın öncelikli zorlayıcı noktası annelerin kendilerine yöneltilen sorulara gerçekten olan değil de, idealize ettikleri düşünceleri yansıtacak şekilde cevap verme ihtimalleridir. Bu olası sınırlılık annelere sohbet havasında, samimi bir ortam yaratılarak ve kendilerinin gerçek yaklaşım ve fikirlerini tespit etmek için çapraz sağlama soruları sorularak aşılmaya çalışılmıştır. Toplumsal olayların dinamizmi ve değişebilirliği çalışma kapsamında bir diğer sınırlılığın oluşmasına neden olmuştur. Değişim insanın yaşam evresinin her aşamasında gözlemlenebilen bir unsurdur ve bu bağlamda annelik, anneliğe yaklaşım ve annelik ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratiklerine bakış da değişebilmektedir. Haliyle annelerle gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler neticesinde elde edilen bulguların annelerin o andaki koşullara ilişkin fikirleri olduğunu ve bu fikirlerin çeşitli gerekçelerle değişebileceğini çalışmanın bir sınırlılığı olarak kabul etmek gerekmektedir. Kvale (2007) de bu doğrultuda derinlemesine görüşmenin avantaj ve dezavantajlarına değinmektedir. Ona göre görüşmenin avantajı, araştırmacının ve bilgilendiricinin kendi düşünceleri, hisleri hakkında birinci elden bilgi edinmesidir, ancak önemli bir dezavantaj aynı gerçekle bağlantılıdır. Çünkü araştırmacı, görüşülen kişinin gerçekçi düşünce ve hislerini nasıl irdelediğini ya da bu ifadelerin gerçek hayatta kendi veya

diğerlerinin eylemlerine karşılık gelip gelmediğini asla tespit edemez ve bu durum nitel araştırmanın sınırlılıkları içinde değerlendirilmelidir.

Çalışmanın bir zorlayıcı noktası anneliğe ilişkin toplumsal kabullere bağlı olarak katılımcıların anneliği eleştirmekten kaçınmaları olmuştur. Bu bağlamda anneliğin ataerkil toplumsal değerler ve normlar aracılığıyla sürekli idealleştirilmesi, kadının fedakâr, içten olan yönlerinin ön plana çıkarılması ve kadınlar açısından kanıksanmış, otomatik bir yeti olarak kabul edilmesi gibi kabullerin katılımcıların kendilerini oldukları gibi ifade etmelerini zorlaştırdığı ya da bu kutsiyetlerle ters düşen görüşlerini açıklamalarını kısıtladığı anlaşılmıştır. Bu engeller ayrıca anneliğin kadın tarafından her zaman istenilen, keyif alınan ve gerçekleştirilebilen bir rol olduğuna ilişkin stereotiplerin hala geçerli olduğunu da gösterir niteliktedir. Çalışmanın seyri açısından olumsuz karşılanabilecek bu durum araştırmacının da anne olması, görüşmelerin samimi bir sohbet havasında gerçekleştirilmesi, annelik kapsamında yaşananların aslında annelerin ortak paydaları olduğuna dair söylem ve örneklerin arttırılması ile aşılmıştır.

#### **4.2.1. Araştırma Sahası ve Katılımcılar**

Katılımcı annelere çalışma amaçları doğrultusunda, gerçekleştirilebilirlik, ulaşılabilirlik, uygunluk ve gönüllülük (Creswell, 2016) açılarından daha elverişli ve görece daha yoğun etkileşimler sağlanabileceği düşüncesi ile olasılığa dayalı olmayan örnekleme türlerinden kartopu (zincirleme, katılımcı örnekleme de denmektedir) tekniğiyle ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada kullanılan yorumlayıcı fenomenolojik yöntem gereği homojen bir katılımcı gruba ulaşmak hedeflendiği için kartopu örnekleme “amaçlı” bir şekilde yapılandırılmış, annelerin refere ettiği katılımcıların öncelikle katılımcı koşullarını sağlayıp sağlamadığı irdelendikten sonra katılımcı anneler listesine dâhil edilmesi sağlanmıştır.

Kartopu örneklemede katılımcı kriterlerine uygun bir kişi ile öncelikli olarak temasa geçilir, ardından bu kişinin yardımı ile ikinci kişiye, ikinci kişinin yardımı ile üçüncü kişiye ulaşılır. Böylece Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004) da belirttiği gibi çalışmanın katılımcı grubunun tıpkı bir kartopunun büyümesi gibi genişlemiş olur. Kartopu örnekleme tekniğinin taşıdığı yönlenme riski (Kümbetoğlu, 2017: 99-100) çalışmanın birkaç kartopu oluşturularak gerçekleştirilmesi ile aşılmıştır. Bu aşamayı hedeflerin, örneklem ve referans zincirlerinin tanımlanması izlemiştir. Daha sonra çalışmaya katılmak için gönüllü olacağını belirten kullanıcılara ses kayıt cihazı kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın katılımcı grubunu oluşturan annelerin profili; hâkim kutlama ve armağanlaşma pratiklerinden en az birini gerçekleştirmiş olmaları, son doğumlarının

üzerinden en çok 3 yıl geçmiş olması, Antalya' da yaşıyor olmaları olmakla birlikte anneler farklı yaşlardan, şehrin farklı bölgelerinden, farklı ekonomik, eğitim seviyelerden ve farklı sayıdaki çocuğa sahip kadınlardan oluşmaktadır. (Bakınız.: EK 3- Katılımcı Profili) Dolayısıyla farklı yaklaşımlara ulaşabilmek için belli farklılıklar gözetilerek katılımcı profili yapılandırılmıştır. Bu nokta da Hammersley ve Atkinson' un (2007) “etik durumsalcılık” duruşunun benimsediğini belirtmek gerekmektedir. Bu duruş ile araştırma kapsamındaki farklı yaklaşımların varlığı savunulurken, araştırma tecrübelerinden kaynaklanan, kişiselleştirme tehdidi içeren dezavantajları da en aza indirmeye çalışılmıştır.

Amaçlı kartopu örnekleme tekniğiyle ulaşılan 50 anne ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde annelerin bir süre sonra ortak bakış açılarının yaygınlaştığı ve verilerin birbirini tekrar ettiği farkedildiğinde, hem zaman, hem katılımcı sayısı hem de elde edilen veriler açısından Hammersley ve Atkinson' un (2007) ifadesi ile "alan tatmini" hissedilmiş ve sürecin doygunluğa ulaştığı düşünerek derinlemesine görüşme aşaması sonlandırılmıştır.

#### **4.2.2. Veri Toplama ve Değerlendirme Süreci**

Tez çalışması kapsamında annelerin deneyimlerinin değişkenliği ve anneliğe, tüketime, kutlama armağanlaşma pratiklerine ilişkin bu deneyimleri etkileyen unsurların çok farklı olması nitel araştırma tekniği olarak derinlemesine görüşmenin tercih edilmesine sebep olmuştur. Kümbetoğlu' na (2005) göre bir konuşma ve ilişkiyi başlatma sürecini kapsayan derinlemesine görüşme, Seale' e (2001) göre bireylerin içinde yer aldığı koşulları derinlemesine anlama çabası olarak karşılanmaktadır. Somers (1994) ise kişilerin yaşam tecrübelerinin eylemlerine yol gösterdiğine ve içinde bulunulan sosyo-kültürel bağlamın bireyin derinlemesine görüşme esnasında anlattıklarının içeriğini sosyal, kamusal ve kültürel açılardan şekillendirdiğine dikkat çekmektedir. Somers' tan hareketle; eylemlerimizin bir amacı ve niyeti olduğunu, ayrıca yaşanmış deneyimlerin, bugüne ve geleceğe ilişkin beklentileri çeşitlendirdiğini ve neticede kamusal ve kültürel etkilerden hareketle eylemlerin yeniden yapılandırılarak anlamlandırıldığını belirtmek mümkündür. Benzer bir şekilde Ribbens-McCarthy ve Edwards 2000 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarında derinlemesine görüşmelerin insanların normalde üretemeyeceği düşünömsel anlatılara yol açabileceğini öne sürmüşlerdir.

Çalışmada Baş ve Akturan' ın (2017) da önerdiği gibi açık uçlu ve keşif odaklı bir yöntem olan derinlemesine görüşme esnasında elde edilen veriler özgün şekillerine sadık kalınarak, bireylerin ifadelerinden doğrudan alıntılar yapılmış ve betimsel bir yaklaşımla



veriler aynen sunulmuştur. Bu doğrultuda katılımcıların anlatım bozuklukları da dahil olmak üzere hiçbir bir hatalarına müdahale edilmemiştir. Araştırmacı görüşmeler esnasında elde ettiği verilere ilave olarak gündelik hayatındaki araştırma konusuna ilişkin gözlemlerini de zaman zaman araştırmaya dâhil etmiştir. Bu bağlamda saha çalışması esnasında sosyal gerçeklik olduğu gibi kavranmaya ve anlaşılmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla katılımcıların anneliklerine ilişkin algı ve yaşanmışlıklarına, kutlama, armağanlaşma pratiklerine ve annelik rolleri çerçevesinde gerçekleştirdikleri tüketim davranışına ilişkin tüm ayrıntıları ortaya çıkarabilmek için derinlemesine görüşme aşamaları titizlikle planlanmış ve görüşmeler sonrasında yeniden gözden geçirilerek olgunlaştırılmıştır.

Görüşmeler süresinde, Kvale (2007) tarafından nitel araştırma sürecinde gerçekleştirilen, derinlemesine görüşmeler için oluşturulmuş çalışma planı takip edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak; görüşme soruları temalaştırılmış, ardından tema ve alt temalardan oluşan bir form tasarlanmıştır. Çalışma kapsamında derinlemesine görüşme aşamasına geçmeden önce ilk etapta katılımcı olma koşullarına sahip iki olası katılımcıyla ön görüşme gerçekleştirilmiştir. Öncelikle seçilen kişilere görüşmeler yapılmadan önce çalışmanın amacı, kapsamı, içeriği hakkında genel bilgi verilmiştir. Ardından da yarı yapılandırılmış mülakat formu ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu katılımcıların önerileri, eleştirileri ve gerçekleştirilen görüşmenin içerimleri doğrultusunda soruların açık ve anlaşılabilirliği, araştırma amacına uygunluğu sınanmış ve soru formunda gerekli değişiklikler yapılarak form son şekline getirilmiştir. Annelerin hamileliklerinden itibaren annelik ve çocuklarla ilgili kutlama ve armağanlaşma pratiklerini araştıran bu tez çalışmasında verilerin elde edilebilmesi için derinlemesine mülakat formu üç ana tema ve bu temalara bağlı olarak yapılandırılan alt temalardan oluşmuştur. (Bakınız: EK-2: Örnek Görüşme Formu)

### 1.ANNELİK DENEYİMİ

- Annelik deneyimi
- Anneliğin toplumdaki ve kadın hayatındaki yeri
- İdeal anne ve ideal annelik göstergeleri
- Annelik türleri

### 2.ANNELİK VE BERABERİNDE GELEN TÜKETİM ÖRÜNTÜLERİ

- Annelik ve tüketim ilişkisi
- Hamilelikte artan ya da değişen tüketim alışkanlıkları ve nedenleri
- Annelerin tüketim kararını etkileyen unsurlar
- Sosyal medya kullanımının annelerin kararlarındaki rolü

### 3.ANNELİK VE KUTLAMA, ARMAĞANLAŞMA PRATİKLERİ

- Annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerinden haberdarlıkları
- Annelerin gerçekleştirdiği kutlama ve armağanlaşma pratikleri ve yaklaşımları
- Annelerin günümüz kutlama ve armağanlaşma pratiklerine bakışı
- Kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin yarattığı görece baskı
- Annelik ve çocukla ilgili geleneksel ve modern kutlama ve armağanlaşma pratikleri
- Geleneksel ve modern kutlama-armağanlaşma pratikleri arasındaki benzeşim ve ayrışmalar

Yukarıda verilen temalar çerçevesinde gerçekleştirilen her görüşme katılımcının onayı ile ses kaydına alınmış ve müdahale edilmeksizin deşifre edilmiştir. Bu üç temanın dışında katılımcıların sosyal profillerini anlamaya yönelik yaş, eğitim düzeyi, sahip oldukları çocuk sayısı ve çocuklarının yaşları, evlilik süreleri ve gelir düzeyleri ile ilgili sorular yöneltilmiş ve katılımcı kriterlerine için uygun olan ve gönüllü olarak görüşmeyi kabul eden annelerle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler katılımcıların rızaları alınarak telefon, tablet ve bilgisayarlar aracılığıyla daha sonra deşifre edilmek üzere kaydedilmiştir. Ayrıca görüşme esnasında araştırma konusuna ilişkin gözlemler daha sonra değerlendirilmek üzere not edilmiştir. Görüşme esnasında katılımcıyı yönlendirebilecek tutum ve davranışlardan kaçınılarak katılımcıların anneliklerine ve çocuklarına ilişkin kutlama ve armağanlaşma pratikleri olduğu gibi anlaşılmaya çalışılmıştır. Kvale (2007) araştırmacıları rollerine göre madenci ve seyyah olmak üzere iki şekilde gruplandırmıştır. Bu sınıflandırmada madenci pasif ve edilgen konumdayken seyyah katılımcıyla iş birliği içine girerek daha aktiftir. Bu doğrultuda araştırmacının seyyah profili ile uyumlu olduğunu belirtmek mümkündür.

Tez çalışması kapsamında verilerin toplanması sürecinde nitel araştırma etiğine uygun bir şekilde daha önce gönüllü olarak çalışmaya katılmayı kabul eden annelere çalışmada isimlerinin geçmeyeceği, ses kayıtlarının sadece araştırma dokümanı olarak kullanılacağı, görüşmelerin verilen numaralandırılmalarla anılacağı bilgileri verilmiştir. Böylece derinlemesine görüşme aşamasına geçmeden önce araştırmacı ve katılımcı arasındaki güven sağlanmış ve katılımcının araştırmaya aşinalığı oluşmuştur. Katılımcıların annelik konusundaki deneyimlerini anlayabilme girişiminde onların gerçek duygu ve düşüncelerini paylaşabilmek, kendilerini rahat ve samimi bir ortamda hissetmeleri için King' in (1994) “sosyal bariyerleri ortadan kaldırma” olarak tanımladığı bir görüşme ortamı sağlanmaya özen gösterilmiştir.

Gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerle annelerin kendi perspektiflerinden anneliğe, kutlama, armağanlaşma pratiklerine, annelik rolleri çerçevesinde gerçekleştirdikleri

tüketim davranışına yaklaşımlarını değerlendirmeleri, deneyimlerini diğer annelerin uygulamaları ile kıyaslayarak yorumlamaları ve içinde buldukları bu durumun tüketim davranışlarını nasıl şekillendirdiğini olduğu gibi paylaşımları sağlanmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların diğer annelerin deneyimlerine hangi kanallardan ulaştıkları da araştırılarak bu konuda sosyal medyanın kullanım yaygınlığı irdelenmiştir. Çünkü katılımcıların daha çok sosyal medya aracılığı ile "farklılık" ve "takdir edilme" algılarını yapılandırdıklarına ve tüketim seyirlerindeki değişimi, görece farklı ve ideal noktaları vurguladıklarına inanılmaktadır. Kant'ın beğeniler aracılığıyla "farklılaştırmak" ve "takdir edilmek" üzere edinilmiş yatkınlıklar oluşturulduğuna dair düşüncesi bu yaklaşımın çıkış noktası niteliğindedir. Dolayısıyla tüketim mal ve hizmetleri, tüketim tercihleri toplumsal farklılıkları görünür kılmamanın en yaygın yolu olarak karşımıza çıkmakta ve bu durum günümüzde sosyal medyadan okunabilmektedir.

Görüşmeler, Strauss ve Corbin' in (1998) dört aşamalı kuramsal analiz yöntemine dayanılarak analiz edilmiştir. Bu doğrultuda öncelikle betimsel analiz için bir çerçeve oluşturulmuştur. Bu genel çerçeve oluşturulurken tüm görüşmeler katılımcıların genel deneyimlerini ve veriler arasındaki alt temaları tespit edebilmek için defalarca okunmuştur. Böylece çalışmanın temaları belirginleşmiş (Annelik-tüketim-kutlama ve armağanlaşma ritüelleri) ve anne olduktan sonra kadınların değişen tüketim alışkanlıklarını kutlama ve armağanlaşma ritüelleri özelinde irdellemek için ana temalara bağlı alt temalar oluşturulmuştur. Daha sonra bulgular tanımlanmıştır. Üçüncü aşamada annelerin ifadeleri ana ve alt temalar doğrultusunda analiz edilmiş ve düşüncelerin benzerliğine göre gruplandırılmıştır. Son aşama olan dördüncü aşamada annelerle gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerden elde edilen veriler, tematik olarak gruplandırılmış ve literatür eşliğinde, hermeneutik yaklaşım ile yorumlanmıştır.

Derinlemesine görüşme söz konusu olduğunda araştırma neticesinde nesnel, ölçümlenebilir veriler elde etmek amaçlanmamaktadır. Bu çalışma için temel amaç kadınların annelik rolüne atfettikleri anlamı, bu rolü yaşama esnasında karşılaştıkları çelişkileri, annelikle birlikte değişen tüketim pratikleri ile özellikle gerçekleştirdikleri kutlama ve armağanlaşma ritüellerinin annelik deneyimlerini nasıl etkilediğini anlayıp yorumlamaktır.

Annelerin tercih ettikleri bir mekânda ve çoğunlukla kendi evlerinde gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerin yaklaşık 10 aylık bir zaman dilimine yayılmış ve ilk görüşme Haziran 2016 da gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler her katılımcı ile ayrı ayrı, ses kayıt cihazından yararlanılarak ve katılımcıların şeffaflık, samimilik ve çekingenlik durumlarına göre 30 dakika ile 50 dakika arasında sürmüş, bu süre katılımcıların sürekli çocuklarıyla

ilgilenmeleri gibi gerekçelerle zaman zaman 2 saate kadar çıkmıştır. Temel çalışma konusu doğrultusunda temalara ayrılmış görüşme sorularına geçmeden önce katılımcılara demografik olarak nitelendirilebilecek sorular yöneltilmiştir. Görüşme sırasında katılımcılara ilişkin gözlemler ve kayıtlar çözümlenirken ses tonlarına yansıyan heyecan, çelişki, kararsızlık gibi duygular da katılımcı dosyalarında not olarak yerini almıştır. Derinlemesine görüşme esnasında etkileşimci ve iletişimsel bir yaklaşım benimsenerek katılımcıların gerçek bir ilişki ortamında kişisel dünyalarını yansıtmaları amaçlanmıştır. Ayrıca çalışmada veri zenginliğini sağlayabilmek için hem derinlemesine görüşmeler esnasında hem de görüşme öncesinde hem de görüşme süresince gözlemler gerçekleştirilmiştir.

Miller' e (2010) göre görüşme, mülakat ve anlatılar aynı zamanda sosyal bir etkileşim olarak karşımıza çıkmaktadır, bu sayede bazı açılardan verilen cevapları şekillendirir ve ortaya çıkan malzeme katılımcı ve araştırmacını ortak yapımı olur. Bu doğrultuda süreç neticesinde elde edilen verilerin yorumlanması araştırmacıya dayalıdır ve araştırmacının bu verileri güvenilir olarak, inandırıcı bir şekilde, olduğu gibi yansıtma sorumluluğu bulunmaktadır. Dolayısıyla tarafımda gerçekleştirilen bu çalışmada yorumlarımdan sorumlu tutulacağımın bilincinde olduğumu da belirtmek istemekteyim.

#### **4.2.3. Saha Süreci**

Tez çalışması kapsamında saha araştırmasının gerçekleştirilmesi sürecinde bazı güçlükler yaşanmakla beraber konu çerçevesinde gözlemlenen durumlar araştırmacı için olumlu bir deneyim olmuştur. Şöyle ki araştırmacı annelerin gerçekleştirdikleri bazı kutlama pratiklerine davet edilmiş ve bu davetlerde söz konusu pratikleri gözleme şansı yakalamıştır. Katılımcı olunan kutlamaları hem davetli hem de araştırmacı statüsüyle içeriden değerlendirme imkanına sahip olmuştur. Bu kapsamda annelik ve çocuk konusundaki her kutlama ve armağanlaşma pratiğinden en az birisini gözleme şansı yakalanmaya çalışılmıştır. Pasta patlatma hariç beş uygulamaya katılmıştır. Bu uygulamalar; babyshower, hastane odası ziyareti, lohusa mevliti, diğ buğdayı ve doğum günüdür. Bu kutlamalara katılım ayrıca yeni görüşmecilere ulaşmaya da olanak sağlamıştır. Ayrıca uygulamalar esnasında anneler, babaanne gibi ileri yaşlara sahip katılımcılarla da karşılaşmıştır, bu durum da saha sürecini akıcı kılan bir diğer unsur olarak değerlendirilebilir. Çünkü büyük ebeveynlerle gerçekleştirilen görüşmeler ilgili ritüellerin değişimini, farklı kuşaklar arasındaki işlevini, bu ritüellerin geçmişteki karşılıklarını analiz etmeye olanak sağlamıştır.

Çalışma konusuna göre katılımcı olunan kutlamalarda ilk olarak annelik ve anneliğin geçirdiği değişimler daha sonra tüketim eksenindeki yaşanan dönüşüm ve ilgili kutlama armağanlaşma pratiğinin çalışma kavram ve kuramları ekseninde okunması amaçlanmıştır.

Bu bağlamda sahada gerçekleştiren gözlem sonuçlarını şu şekilde maddelendirerek tanıtmak mümkündür;

- Kadınların ilk anneliklerinde kaygı düzeylerinin yüksek olduğu ama ikinci çocuğuna sahip olan kadınların anneliğe ilişkin kaygılarının görece daha düşük, kendilerine olan güvenin ise daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla anneliği ikinci kez deneyimlemek anneliğe bakışı farklılaştırmakta, anneliğin ilk deneyime nazaran daha kolay ve rahat olarak değerlendirilmesine neden olmaktadır.
- Araştırmacı anneler arasında gerçekleşen sohbetlere zaman zaman sadece dinleyici olarak zaman zaman da kendi annelik deneyimleri paylaşma yoluyla katılımcı olarak dâhil olmuştur. Annelerin temel kaygısının çocuk bakım pratiklerine, çocuğun fizyolojik - psikolojik ihtiyaçlarına ve çocuk yetiştirme şekillerine ilişkin olduğunu belirtmek gerekmektedir.
- Annelerin büyük bir kısmının çocukları söz konusu olduğunda mükemmeliyetçi olduğu gözlemlenmiştir. Çocukları için her şeyin en iyisini isteyen anneler bu konuda araştırmalar yapmakta, birbirlerinin deneyimlerinden yararlanmakta, sosyal medyayı kullanmakta ve maddi anlamda bir sınır gözetmemektedirler.
- Annelerin özellikle tüketim ürünleri söz konusu olduğunda geniş bir referans ağına sahip olduklarını bu bağlamda hem birbirlerini hem çeşitli uzmanları hem de annelik temelinde oluşturulmuş çeşitli sosyal medya ve internet platformlarını bilgi kaynağı olarak kabul ettikleri görülmüştür.
- Armağanlaşma açısından gerçekleştirilen gözlemlerde katılımcı olunan her kutlamada katılımcılara armağanlar dağıtıldığı tespit edilmiştir.
- Armağanların sayısının, çeşidinin ve içeriğinin ailenin ekonomik geliriyle doğru orantılı olduğu gözlemlenirken dağıtılan armağanların çoğunlukla aynı işleve sahip olduğu fark edilmiştir.
- Kutlamalarda çoğunlukla birden çok armağan dağıtıldığına şahit olunmuştur. Kişiye özel olarak hazırlanan bu armağanların içeriği kutlanan şeye göre değişmiştir.
- Ekonomik düzeyi düşük ve oldukça yüksek olan ailelerin de kutlama gerçekleştirme paydasında birleştiğini belirtmek gerekmektedir. Bu açıdan

değerlendirildiğinde; ekonomik olarak düşük bir gelire sahip olmak kutlama gerçekleştirilmeyi engellememiştir.

- Davetli olunan 40 Mevlidinde yasin kitabı, tespih, şeker, çikolata armağan olarak verilmiştir. Kutlama esnasında diğer davetlilerle konu üzerine konuşulduğunda bazı mevlitlerde seccade, gül suyu gibi farklı armağanlarında dağıtıldığı duyulmuştur. Davetli olunan diş buğdayı kutlamasında katılımcılara diş fırçası, diş macunu ve diş şekilde hazırlanmış kurabiyeler dağıtılmıştır. Hastane odası ziyaretinde ise anahtarlık, magnet ve çikolata armağan olarak sunulmuştur. İlk yaş doğum gününde kitap ayırıcı ve oda kokusu dağıtılırken babyshower partisinde ayna ve çanta askılığı verilmiştir.
- Kutlamanın içeriği ailenin ekonomik durumuna göre şekillenmektedir. Bu durumda ekonomik seviyesi yüksek olan ailelerin gösterişli olarak nitelendirilebilecek unsurları kutlamalara yansıttıkları gözlemlenmiştir. Kutlamaları çoğunlukla ev dışında, yemekli, orkestralı, davetiyeli, birden çok armağan sunacak şekilde yapılandıkları ve genellikle armağanlar ve ikramlıklar için çeşitli kişi ve firmalardan destek aldıkları görülmüştür.
- Ekonomik durumu görece düşük seviyede olan annelerin ise kutlamaları çoğunlukla evlerinde gerçekleştirdikleri, armağan dağıtmadıkları ya da sadece bir armağan dağıttıkları, kutlamayı sadece kadınlara yönelik gerçekleştirdikleri ve genellikle armağanları da ikramlıkları da kendilerinin hazırladığı fark edilmiştir.
- Kutlama organizasyonun ücretli bir ekip tarafından gerçekleştirildiği uygulamalar olduğu gibi tüm detayları bizzat annenin gerçekleştirdiği uygulamalar da olmuştur.
- Kutlamalar kadınlar arasında gerçekleşmiş baba ya da diğer erkekler hiçbir kutlamada bulunmamıştır. Sadece hastane odası ziyaretlerinde ve doğum günlerinin pasta kesme aşamasında erkeklerle karşılaşmıştır.
- Kutlamalar esnasında gerçekleşen gözlemler neticesinde annelerin daha çok gerçekleştirdikleri ritüele sosyal onay ve destek sağlayacak kişileri bu pratiklere çağırdığı gözlemlenmiştir. Hastane odası süslemesi dışındaki ritüeller için geçerli olan bu görüş, daha çok diğer katılımcıların da bu uygulamaları yaptıklarını ya da yapacaklarını düşündüklerini belirtmesi ile oluşmuştur.
- Kız ve erkek bebekler arasındaki ayrımın pembe ve mavi gibi spesifik renkler aracılığı ile olduğu gibi çizgi film karakterleri, hayvanlar ve nesnelere üzerinden de yapılandırıldığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda erkek bebekler için daha çok aslan,

uçak, kaptan gibi temalar seçilirken kız bebekler için prenses, melek, uğur böceği, notalar gibi görece daha feminen temalar seçilmiştir.

- Katılımcı olunan tüm uygulamalarda ciddi olarak değerlendirilecek bir maddi hazırlık aşaması gözlenmiştir. Bu ekonomik masrafları katılımcılara sunulan armağanlar, ikramlıklar, kutlama sahibinin bireysel hazırlıkları, kutlama gerçekleşecek mekânın hazırlanması şeklinde sınıflandırmak mümkündür.
- Kutlamaya katılanların çeşitli hediyeler getirildiği gözlemlenmiştir. Fakat getirilen bu hediyelerin anne ya da aile yakınları ile koordineli bir şekilde alınmadığı da fark edilmiştir.

Tez çalışmasının saha sürecinde çeşitli zorluklarla da karşılaşmıştır. İlki annelerin derinlemesine görüşme için uygun oldukları zaman aralıklarını belirlemek olmuştur. Görüşme öncesinde annelerden uygun oldukları zaman aralığı ve görüşme yerlerini belirlemeleri istenmiştir. Görüşmeler, annelerle zaman ve mekân uzlaşımı sonucunda gerçekleştirilmiştir. Fakat görüşmeler katılımcı annelerin sık sık çocukların bakım, emzirme, altını değiştirme ya da ağlama gibi durumları nedeniyle kesintiye uğramış ve görüşmeler uzun bir zaman dilimine yayılmak zorunda kalmıştır. Görüşmenin akıcı, samimiyetle gerçekleştiği anlarda yaşanan bu olumsuz durumlara zaman zaman katılımcı dışındaki bireylerin müdahale etmesi görüşmenin sonlanmasına başka bir gün tekrarlanmasına neden olmuştur. Ayrıca küçük çocuk sahibi bir anne olması nedeniyle benzer sorunlar araştırmacıdan da kaynaklanabilmiştir. Özellikle yeni doğum yapan annelerle görüşmeler esnasında yaşanan bu duruma hamile, çocuğunun yaşı daha büyük olan ya da ev dışında gerçekleşen görüşmelerde çok daha az rastlanmıştır.

Araştırmacı saha etkileşimi açısından olumlu noktalardan biri araştırmacı olarak şahsımın da anneliği yeni deneyimlemiş, bazı ritüelleri yeni uygulamış olmam olmuştur. Bu sayede görece daha empatik bir ilişki kurulmuş, saha aşamasında görüşmelerin sohbet havasında geçmesi sağlanmış ve annelerin konu dâhilindeki gömülü düşünceleri araştırmacı deneyimlerinden hareketle ortaya çıkarılmıştır. Annelerin kendileriyle benzer kaygı, süreç ve pratikleri yaşayan araştırmacıyı bir süre sonra öncelikle anne olarak kabul ettikleri ve görüşmelerde daha rahat oldukları gözlemlenmiştir. Araştırmacı ve katılımcıların ortak noktasının annelik oluşunun bir diğer avantajı da duygudaşlık konusunda ortaya çıkmıştır. araştırmacı anne olarak çalışmanın içinde olmuştur. Görüşmenin seyrine göre mülakat sorularına ortak duygular üzerine sohbet edilerek ara verilmiştir. Bu duygudaşlığın teması bazen annelik, bazen annelik sürecini zorlaştıran etkenler olarak aile yakınları, bazen de annelerin eşlerinden ve diğer kişiler bekledikleri desteği bulamaları olmuştur. Katılımcıların öncelikle eşlerini bu konuda eleştirdiklerine şahit olunmuştur. Bu durum görüşme esnasında

eşleri evde olan katılımcıların eşleri ile iletişimlerinde, kullandıkları jest ve mimiklerde de okunmuştur. Bu noktada araştırmacının içerideki biri olduğu bir diğer durum da yaşanmışlıklara içeriden bakarak katılımcıların yaşadıklarını yorumlamaya çalışmasıdır. Araştırmacı tarafında saha etkileşiminin temelinde olan içerideki biri -dışarıdaki biri dengesinin titizlikle gözetilmiş ve araştırmacının anneliği sadece katılımcılarla empati kurularak görüşme sürecinin nitelikli bir şekilde devam etmesi için öne çıkarılmıştır.

Araştırmacı saha etkileşiminin bir diğer boyutu ritüeller ve tüketim ürünleri üzerinden gerçekleşmiştir. Bu aşamada marka ve fikir alış verişlerinde bulunmuş annelerin kullandıkları ve önerdikleri markalar üzerinden maddi gelirleri, öncelikleri, çeşitli medya araçlarından etkilenme durumları okunmaya çalışılmıştır.

Annelerle gerçekleştirilen görüşmeler esnasında annelerin annelikle ilgili idealleştirdikleri anne ile eylemlerinin çelişkili olduğu gözlemlenmiştir. Örneğin özellikle iki çocuğu olan ve ilk çocuklarının yaşı büyük olan kimi katılımcılar çocukları söz konusu olduğunda son derece sakin ve verici olduklarını, evlerine hazır gıda almadıklarını ve çok oyuncak alma taraftarı olmadıklarını belirtmişlerdir. Fakat görüşmeler esnasında bu fikirlerini aksini gerçekleştirdiklerinin düşünülmesine neden olacak olaylar yaşanmıştır.

#### **4.3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri**

Tezin bu kısmında görüşmecilerin annelik ve yeni doğan bebekle ilgili armağanlaşma ve kutlama pratiklerine ilişkin anlatıları değerlendirilmiştir. Öncelikle annelerin sosyo-demografik özellikleri sunulmuş daha sonra da annelik ve bebekle ilgili geleneksel ve modern armağanlaşma ve kutlama pratikleri tüketimle ilişkileri bağlamında çözümlenmiştir.

Araştırmanın katılımcı grubunu oluşturan anneler yaşları açısından incelendiğinde büyük çoğunluğunun (32 kişi) 30-43 yaş aralığında, kalan (18 kişi) katılımcıların da 25-29 yaş aralığında olduğu anlaşılmıştır. Çocuk sayıları açısından katılımcılar değerlendirildiğinde annelerin yarısının bir, 21 katılımcının iki çocuğu, 4 annenin ise üç çocuğu bulunmaktadır. Katılımcılardan iki çocuğu olduğunu belirten 4 annenin ise görüşme esnasında hamile olduğu anlaşılmıştır. Çalışmaya katılan en genç anne 23 en yaşlı anne ise 43 yaşındadır. Annelerin küçük çocuklarının yaşları ise minimum 4,5 ay, maksimum 3 yaşa kadar uzanmaktadır. İki çocuğu olan annelerin ikinci çocukları ise en az 5 en çok 9 yaşındadır.

Katılımcıların evlilik süreleri en az 2 en çok 15 yıl arasında değişirken katılımcıların tam olarak yarısının evlilik süresinin 0-5 yıl arasında kalanların da 6-15 yıl arasında olduğu belirtilebilir. Eğitim seviyesi açısından değerlendirildiğinde; 29 anne lisans, 5 anne doktora, 6 anne yüksek lisans, 4 anne ön lisans kalan anneler de (6 kişi) lise mezunudur.



Gelir düzeyleri açısından incelendiğinde anneler gelir sorularına iki şekilde cevap vermeyi tercih etmişlerdir. Bazı anneler ekonomik gelirlerini belirli fiyat aralıkları ile paylaşırken, bazıları ise "İyi", "İstedığımız her şeyi alıyoruz", "Orta", "Ücretsiz izinde olmasam daha iyi olabilirdi" ve "zorlanıyoruz" şeklinde ifadeler kullanarak açıklamışlardır. Yoğunluk açıdan değerlendirildiğinde; katılımcıların büyük bir kısmı (21 kişi) ekonomik gelirlerini "iyi" ve "istedığımız her şeyi alabiliyoruz" şeklinde tanımlamışlardır. Çalışmaya katılan annelerin yarısı aktif olarak çalışma hayatına devam etmektedir. Kalan katılımcıların bir kısmı çalışmamakta (16 kişi), bir kısmı doğum izni ya da ücretsiz izin almış (5 kişi), kalan katılımcılar ise (4 kişi) anne olduktan sonra çalışmadıkları için isten ayrılmak durumunda kaldıklarını belirtmişlerdir.

Elde edilen sosyo-demografik verilerden hareketle katılımcıların genel görünümünün çoğunlukla 30-43 yaş aralığında, 3 yaşından küçük en az 1 çocuk sahibi, 2-10 yıl süredir evli, lisans mezunu ve iyi gelir seviyesine sahip annelerden oluştuğunu belirtmek mümkündür. Dolayısıyla çalışma kapsamında elde edilen bulgular kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin tüketimi söz konusu olduğunda ortanın üstü bir gelir ve eğitim seviyesine sahip, aktif çalışma yaşamını deneyimlemiş annelerin deneyimlerinden oluşmaktadır.

#### **4.4. Annelik Deneyimine İlişkin Bulgular**

Çalışmanın bu kısmında ilk tema olan annelik deneyimine ilişkin katılımcıların fikirleri incelenmiştir. Bu doğrultuda gebelikten itibaren deneyimlenen anneliği nasıl anlamlandırdıkları, ideal annelik yapılanması, anneliğin toplumsal inşası temalarına ilişkin veriler çözümlenmiş ve annelerin anneliğin kadın üzerindeki etkisine bakışları irdelemiştir.

##### **4.4.1. Anneliğe İlişkin Beklentiler ve Annelik Deneyimi**

Görüşmecilere anne olmadan önceki süreçte anneliğe ilişkin beklentileri ve annelik deneyimi ile bu beklentilerinin annelik süreçlerinin nasıl etkilendiği sorularak anneliklerini nasıl inşa ettikleri anlaşılmaya çalışılmıştır. Verilen cevaplar incelendiğinde anneliğin bireysel olarak deneyimlenmeden önce toplumsal bağlamda gözlemlenebilen ve toplumsal olarak inşa edilen bir rol olduğu anlaşılmıştır.

"...aslında etrafta yaşıtımız olan, anne olmuş çok arkadaşımız vardı aşağı yukarı ne olacağını biliyordum sürprizle karşılaşmadım" (A.7, 28yaş), "...zaten hepimiz anneliği kadın olarak etrafımızda yaşıyoruz önce, mutlaka doğum yapan yakınıımız arkadaşımız oluyor. Öyle olunca da haliyle şekillendiriyorsunuz beklentilerinizi"(A.16, 28yaş)

"...ablammın çocukları olduğu için benimkinden önce gözlemlemiştim ama birebir yaşamak çok farklı. Biraz daha tozpembe hayal etmişim sanırım. Tahmin ettiğimden daha zormuş ama ilk bebeğimde böyleydi daha çok şu an hamileyim ve daha rahatım, deneyimledim çünkü"(A.18, 25yaş)

Yukarıdaki örnek ifadelerden de görüleceği gibi anneliğin toplumsal içeriği kadınların anne olmadan önce gözlemlerine, bu gözlemleri neticesinde beklentilerini oluşturmalarına ve gözlemlerinden hareketle kendilerini annelik rolüne hazırlamalarına neden olmaktadır. Rothman' a (1989) göre annelik, daima toplumsal ve kültürel alanda yapılanmış ve belirgin bir biçimde de ahlaki bir çerçeve ile oluşmuştur.

Hamilelikle başlayan anneliğe hazırlık aşamasında şekillenen beklentiler, idealler ve çocuğa ilişkin hayaller çocuğun doğması ile birlikte somut bir hal almaya başlar. Bu sürecin sonucunda da anneler ya beklentileriyle uyumlu ya da uyumsuz bir deneyim yaşarlar. Annelik deneyimine yaklaşım Hager (2011) tarafından içgüdüsellikten hareketle açıklanmıştır. Anneliğin sosyal olarak öğrenilmesine karşın Hager (2011) annelik öğretilerinin doğal ve içgüdüsel olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre bir kadın hamile olduğu an bu gibi duyguları hissetmese de gebelik ve doğum ile birlikte bu hislere ilaveten doğal sorumluluk ve aşk da doğmaktadır. Katılımcıların genel olarak söylemleri ile ters düşen bu bakış bazı katılımcı ifadelerinde de doğrulanmıştır. Katılımcı ifadeleri incelendiğinde Hager' in (2011) değindiği "doğal sorumluluk ve aşkın" anne olduktan belirli bir süre sonra da olsa mutlaka ortaya çıktığını belirtmek mümkündür. "...içimden bir anne çıktı diyebilirim. Hamileyken hiç düşünmüyordum ama doğumdan sonra insan bazı şeyleri doğal olarak yapabiliyor, sanırım içgüdüsel bir şey bu." (A.50, 29yaş)

Coser (1966) bir statü ya da rol durumundan diğerine geçiş yapıldığında, bir durumun gerekliliklerinin yerine getirilmesinin diğerlerinde çoğunlukla uyumsuzluk doğurabileceğini belirtmektedir. Yaşanan bu uyumsuzluğun nedenini Stern, Stern ve Freeland' a (2013) hamilelik sürecinden itibaren ele almaktadır. Onlara göre; "...aynı anda devam eden üç hamilelik vardır; "Rahiminizde fiziksel olarak gelişen bir fetus, ruhunuzda gelişen bir annelik ve hayal edilen bir bebek" (2013: 21). Bu düşünceden hareketle hamilelikten itibaren annenin bedeninin, ruhunun ve hayallerinin değiştiği ve doğum ile birlikte karşılaştığı koşullara uyum sağlamakta zorlandığını belirtmek mümkündür.

Katılımcı anneler daha çok beklentileri ile uyumsuz deneyimler yaşadıklarını, anneliği beklediklerinden daha zor bir şekilde tecrübe ettiklerini belirtmiş ama belli bir süre sonra bu sürece alıştıklarını vurgulamışlardır. Bireyler hayatlarında yeni bir döneme girdiklerinde yeni rol ve sorumluluklar da bu dönemle başlar. Annelik rolü de kadınların hayatında yeni bir dönemin başlangıcı olarak belli sorumlulukları beraberinde getirir. Her ne kadar kadınlar

kendileri çocuk sahibi olmadan etraflarındaki diğer kadınların annelik deneyimlerini gözlemlerler dahi bizatihi bu role ilişkin rol ve sorumlulukları icra etmek farklı bir tecrübe olarak karşılıklarına çıkmakta ve ilk başlarda bu yeni rol ve sorumluluklara adapte olmada zorlanabilmektedirler. Konuya ilişkin aşağıdaki alıntılarda kadınların ilk annelik deneyimlerinde bu durum oldukça görünür niteliktedir.

"... annelik beklediğimden daha zormuş, daha yeni evliydim ve evlilik dönemine alışmadan artı bir de çocuğun gelmesi daha da zorlaştırdı. İlk bir sene anneliğe alışamadım, hep yetemediğimi düşündüm ama şimdi gayet iyi, her şeyi yoluna koydum."(A.2, 27yaş)

"... ben anneliğin daha kolay olacağını düşünüyordum süreç zor ve ağırmış. Fizyolojik olarak çok yıpratıcı, zaten doğum sonrası çeşitli acılarınız oluyor, bebeğinizin dilinden anlamıyorsunuz, sürekli bir yetersizlik psikoza içinde yaşıyor, ama ilginç bir şekilde bir süre sonra alışıyor hatta keyif almaya başlıyorsunuz." (A.9, 32yaş)

"...hamileyken insan etrafında ne gözlemlerse gözlemlerin hep daha toz pembe hayaller kuruyor. Ağlamayan, uyuyan, inatçı olmayan, yemek yiyen bir bebek, sürekli size yardımcı bir baba, temiz ev, sosyal bir hayat geliyor gözünüze ama bebek doğduğu resmen evin içine bomba düşüyor. Hayatınız dönüşüyor, eski hallerinizden her anlamda uzaklaşıyorsunuz bu çok zor bir şey ve uzun süre alışamıyorsunuz" (A.42, 27yaş)

Annelik sürecini beklentileriyle uyumsuz olarak değerlendiren annelerin yanı sıra araştırmada bu sürece kolay uyum sağlayarak çok fazla sorun yaşamadığını belirten annelerde olmuştur. Konuya ilişkin bazı örnek alıntılar aşağıda yer almaktadır.

"...daha özenli, pımpirikli ve kuralcı olacağımı düşünüyordum. Kendimle ve beklentilerimle çeliştim ve daha rahat bir anne oldum ve avantajını çok gördüm...Çocuğum sakin ve uyumlu olduğu için daha çok kolaylaştı. Sözümü dinliyor..."(A.1, 31yaş)

"...beklentilerimden daha iyi olduğumu düşünüyorum. Çocuk bakımından korkuyordum ama başarabiliyordum."(A.3, 35yaş), "...hamileyken okuduğum kitaplar, baktığım diğer anneler ve onların hayatındaki zorluklar, yaşadıkları krizler gözümü çok korkutmuştu onlar ama ben beklediğim kadar zorluk yaşamadım diyebilirdim, umduğumdan daha kolay baş ettim ve daha kolay atlattım. Belki bebeğim daha kolaydır, eşim daha çok yardımcıdır, ailem daha çok yanımdadır, çeşitli sebepleri olabilir ama gözlemediğim diğer anneler kadar çok dağılmadım diyebilirim."( A.46, 26yaş)

Annelik rolünü benimseme sürecini daha kolay deneyimlediklerini dile getiren kadınlar bu durumu açıklarken çocuklarının daha sakin olmalarını, bebek bakım sorumluluğunun eş ya da diğer yakınlar tarafından paylaşılmış olmasının etkili olabildiğine dikkat çekmişlerdir. Bu ifadelerden hareketle annelik beklentilerinin karşılanıp karşılanmamasının annenin aldığı destek ve bebeğin bireysel özellikleri şekillendiği anlaşılmaktadır.

"Anneliğin nasıl bir deneyim olduğunu düşünüyorsunuz?" sorusu çalışma kapsamında annelere yöneltilen bir diğer soru olmuştur. Tez çalışmasına katılan annelerin tamamının

üzerinde uzlaştığı fikir anneliğin zor bir deneyim olduğu doğrultusunda, her katılımcıya göre anneliğe ilişkin zorluğun gözlemlendiği alan birbirinden farklıdır. Kimi annelere göre bu zorluğun nedeni anneliğin sınırlayıcı, özgürlüğü kısıtlayıcı yönleri iken, kimi annelere göre fedakârlık, sorumluluk, fizyolojik bakım gibi etkenler anneliği zorlaştırmaktadır. Nitekim Stanworth da anneliğin görevlerinin sadece bedensel ve duygusal bakımla ilgili olmayıp aynı zamanda çocuğun psikolojik, sosyal ve entelektüel gelişimine de dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamakta anneliğin bugün tam mesaili bir çalışma anlamı taşıdığını belirtmektedir (1987: 14). Bu bağlamda kapsamının çok geniş olması anneliği zorlaştırmaktadır. Aşağıdaki alıntıda da anneliğin beraberinde getirdiği fiziksel, psikolojik zorlukların yanı sıra anne olmanın gereği olarak görülen “iyi çocuk yetiştirme” kaygısının da anneliği zorlaştırdığı anlaşılmaktadır.

“...ne kadar yardımcınız olursa olsun yine zor bence. En basiti doğumdan sonra dikişleriniz, göğüsleriniz, bedeniniz, ağrılarınız, 2-3 saatte bir emzirmek için kalmanız vs. bunlar sadece doğumdan sonraki 1-2 ayın zorlayıcıları. Bebek büyüdükçe gazı, dişi, ateşi, aşısı, hastalığı, yürütmesi, düşmesi... her evresi ve her yaşı ayrı zorlayıcıları beraberinde getiriyor ve bu hiç bitmiyor bitmeyen bir endişe, sorumluluk. Her şeyin en iyisi, en besleyicisi, en eğiticisi olsun kaygısı var. Kendinizi her anlamda geçiştiriyorsunuz ama çocuğunuzu asla. Bu bir kere ruhen çok zorlayıcı. Ev işi yapmayın, yemek yapmayın bunların hepsini başkaları yapsa bile temel sorumluluk size ait baba kızdığı an "senin kızın" demeye başlıyor en basiti. O yüzden sanmıyorum annelik çok kolay diyen birisi olabilsin. Ama ne diyelim çok zor ama keyifli bir zorluk, çocuğunuzun bir gülüşü, elinde size getirdiği bir yaprak yetiyor her zorluğun üstesinden gelmeye”(A.37, 29yaş)

Katılımcı anlatısıyla paralel olarak anneliğin çağdaş toplumsal yorumlarının sadece mutluluk, sevinç, şaşkınlık gibi ifadelerle örtüşmediğini, aynı zamanda annelerin "kaygı", "bitmeyen bir endişe", "sorumluluk", "ruhen zorlayıcılık" gibi söylemlerle de nitelendirildiğini belirtmek gerekmektedir. Bazı çalışmalarda günümüz annelerinin bu hali "şok", "panik", "kaygı" ve "kontrol dışı hissetmek" şeklinde belirtilirken; annelerin kimliklerinin "ikiye bölündüğü" ve "bağımsızlıklarının yarıya indiği" vurgulanmaktadır. (Maushart 1997; Wolf 2001).

"...annelikte çok zorlandım belki geç anne olduğum için adapte olmam çok zor oldu. Daha önce çalışıyordum, özgürdüm, uçuş hostesiydim istediğim zaman istediğim yere gidebiliyordum istediğim zaman dışarı çıkabiliyordum şimdi çocuk olunca özgürlük kısıtlanması oldu anneliğe adapte olmakta zorlandım ama şimdi alıştım çok seviyorum anneliği çocukları seviyorum ama başta anneliğe adapte olmakta zorlandım".(A.14, 41yaş)

Yukarıdaki ifadelerden hareketle anneliğin kadın hayatındaki biçimlendirici ve zorlayıcı içeriğinin birçok kadın tarafından deneyimlendiğini belirtmek mümkündür.

Kadınların anneliğe uyum sağlamada güçlük çekmelerinin birkaç sebebi bulunabilir. Aileye yeni katılan bebekle beraber ailedeki mevcut ilişkilerin, işbölümünün ve aile düzeninin değişmesi ve yeni duruma uyumun zaman alması ikinci bir sebep olarak görülebilir. Ayrıca bebeğin ilk yaşlarında annesine olan fiziksel ve psikolojik bağımlılığı annelerin daha önceki bazı özgürlük alanlarını kısıtlamış olabilir. Bu durumu şekillendiren bir diğer unsurda ailede çocuğa bakış ve çocuğun aileye katacağı işlev olarak karşılanabilir. Nitekim Uzel' e göre aileye yeni gelecek çocuk bazı aileler için bir boşluğun doldurulması, bazı aileler için beklenen en güzel şey, bazı aileler için olması gereken bir zorunluluk olarak karşılanmakta ve bu ideallerle işlevselleşmektedir (2008: 69). Dolayısıyla çocuğa atfedilen anlam ve işlev arttıkça anneliğin içeriği de genişlemektedir. Annelikten beklentinin artması annenin sorumluluğunu arttırırken, görece karşılanmayan beklentiler anneliği zorlaştırmaktadır. Anneliğin kadın hayatındaki zorlayıcı etkisi Curasi, Maclaran ve Hogg (2004) tarafından yarattığı duygusal çalkantı ve belirsizlik ile tanımlanmıştır. Katılımcı ifadelerinden de anlaşıldığı üzere bu çalkantılı dönem, onlara göre insanların hayatındaki köklü geçiş döneminin en başında gelmektedir ve duygusal olarak çalkantılı olabilir çünkü tanımı gereği kişinin belirsiz iki statü arasında olduğu ve her ikisine de tam olarak sıkı sıkıya bağlı olmadığı bir dönemi ifade etmektedir. Bu bağlamda annelik kadın açısından duygusal değişikliklerinin üst seviyede olduğu, kadınlık ve annelik gerekleri arasında sıkışma yaşanan bir dönem olarak betimlenebilir.

"...lohusalığın ilk dönemlerini duygu değişimlerle hatırlıyorum. Bir ağlayan, bir gülen ruh halim herkes çok eğlenceliydi...benim açımdan çok zordu çünkü tam olarak anne olamıyordum, her şey çok yeniydi, kadınlığım askıya alınmış gibiydi, hiç seksi değildim, evdeki hiçbir şeye yetişemiyordum, çalışmıyordum yani o zamanlara bakınca emzirmek ve çocuk bakmak dışında hiçbir işe yaramadığımı düşündüğüm çok anlar oldu." (A.33, 37yaş)

Çalışmada elde edilen verilerle benzer bir şekilde Işık 2015 yılında Ankara Kamil Ocak Mahallesi gerçekleştirdiği çalışmasında ebeveynliğin giderek daha da güç bir iş olmaya başladığına dikkat çekmektedir. Özellikle anneliğin zorlaşmasına yönelik yaşanan bu değişimin hızla yeni sorunlar üretmekte ve annelik konusunda eğitim, nitelikli bilgi ihtiyacını arttırmaktadır. Bu durum anneleri nitelikli eğitimden temel sorumlu kişiler olarak konumlandırırken çalışan anneliğin yerine ev kadını annelerin, doğal anneliğin yerine diplomalı anneliğin makbul olduğu tezini ileri sürülmektedir ( 2015: 50).

"... tabii ki zor. Bir birey dünyaya geldiğinde hep anneden bahsediyoruz bütün vasıflar, her şey, beslenmesi, yıkanması, o su busu her şey anneye ait, gelişmesi, büyümesi...Anneliğe kolay demek mümkün değil..."(A.4, 32yaş).

Katılımcı anlatısından hareketle anneliğin kadın hayatındaki en zorlayıcı yönlerinden bir diğeri çocuğun bütünen iyilik halinin doğrudan anne ile ilişkilendirilmesidir. Enloe' nun (1990) da belirttiği gibi anne olduktan sonra kadın ve çocuk arasında bir iç içe geçiş yaşanmakta ve toplumsal düzenlemelerde de anne ve çocuk birlikteliği üzerinden bir yapı şekillenmektedir. Çocukla ilgili herhangi bir durum söz konusu olduğunda konu direk olarak anneye bağlanmakta, çocuğun beslenmesinden temel bakımına kadar tüm ihtiyaçlarının ve bakımının anne tarafından karşılanması yönünde bir beklenti oluşarak anneler üzerindeki yük ağırlaşmaktadır. Bu durum Zeybek (2013) tarafından da tespit edilmiş ve çocuk bakım işinin tek kişiye kalmasının haksızlık olduğu ve bu sebeple annelerin çoğunun doğumdan sonraki bir sene çok zorlandığı vurgulanmıştır. "...her şey en iyi olmak zorunda artık bunun için sorumluluğu çok ağır"(A.10, 37yaş) şeklinde düşüncelerini paylaşmıştır.

"...annelik çocuk oyuncağı değil... Öncelikle bir birey yetiştiriyorsunuz ve sorumluluğu çok ağır. Yaptığınız her şeyden ya da onun yapacağı her şeyden sorumlusunuz "aaa bu da böyle oluversin" diyebileceğiniz bir şey değil, çok meşakkatli ve çok."(A.10,37yaş)

"...annelik gerçekten zor kabul etmeniz, sindirmeniz gereken çok şey var. Annelik öncesinde kalıyor sizin için çoğu şey, vazgeçmeniz gereken çok şey oluyor. Dönüşüyor her şey bu anlamda, özlediğiniz çok şey oluyor. Önceden ayda bir gittiğiniz kuaförün yerini unutacak kıvama geliyorsunuz ama tüm bunlara rağmen rengarenk bir hayatınız da oluyor. Çelişkili aslında."(A.18, 25yaş)

Anneliğin zor olarak değerlendirilmesinde etkili olduğu düşünülen bir diğer unsur da günümüzde sosyal hayatın pek çok alanını düzenlemede etkili olan uzman bilgisinin annelik deneyiminde de kullanılmasıdır. Anneden çocuk bakımıyla ilgili olarak neredeyse her mesleğin uzman bilgisine sahip olması beklenmektedir. Bir görüşmeci konuyla ilişkili olarak Beck ve Gernsheim' ın (2012) Reim' dan aktardığı gibi; çocuk sahibi olmak kadının anne olmadan önceki hayatındaki bütün yaşantılarını, deneyimlerini, edindiği bütün alışkanlıkları ve ritüelleri gözden geçirmesi, değiştirmesi hatta tamamen unutmasına karşılık gelmektedir. Onlara göre çocuk ve beraberinde getirdikleri gerçek anlamda ciddiye alındığında artık hiçbir şey eskisi gibi olamaz. Eskisi gibi olmayanlar; zaman yönetimi, beslenme, sosyal ilişkiler, uyku ve evin düzeni, sosyalleşme biçimleri şeklinde örneklendirilebilir.

"annelik zor olmasının yanında bir de yorucu, anneye ait her şey... Anne artık çocuğunun her şeyini evde yapmalı, ruhundan anlamalı, onu geliştirmeli, öfkeli olmamalı, hazır ve ambalajlı hiçbir şey kullanmamalı, organik beslemeli, çok iyi beslemeli, spor yaptırmalı bu liste uzayıp gidiyor böyle. Gelişen teknoloji, internet gözümüzün önüne öyle manzaralar sunuyor ki annelikle ilgili...ama o kadar süslü paylaşımlar yapanların da arka planında tüm annelerin yaşadığı zorluklar var bence."(A.27, 25yaş)

Katılımcının ifadesinden hareketle annelik görevlerinin geçmişe oranla değiştiği vurgulanarak artık annelerin çocukların beslenmesinden, giyimine, sağlığından eğitimine kadar pek çok ihtiyacını detaylı bir şekilde düşünüp organize etmesinin gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Turan (2009) günümüzde değişimin teknolojik dinamosu son otuz yılda büyük bir ivme ile kendisini sürekli güçlendiren ve sürekli yenileyen internet ve bilgisayar teknolojisi olarak tanımlarken, Güzel' e (2006) göre de bir iletişim aracı olmanın ötesinde bir toplumsal mekân olarak karşılanan internet bu devrimde son derece önemli bir konumdadır. Bu bağlamda annelikle ilgili rol ve sorumlulukları yeniden inşa etme sürecinde gelişen teknolojiler ve internetin önemli bir işleve sahip olduğu yukarıdaki görüşmecinin görüşlerinde de işaret edilmektedir. İnternet ve diğer popüler bilgi sağlayıcılarının yoğun baskısıyla annelik görevleri, yaşanan endişe ve nevrozlarla giderek daha hırslı, daha bunaltıcı hale gelmiştir (Badinter, 2011: 57). Bu bunaltıcı atmosferde sürekli ağırlaşan ebeveynlerin temel görevi çocuklarına kendilerini bedenlen ve ruhen adamak ve çocuklarının sağlıklı gelişimi için tüm önceliği ona sunmak şeklinde somutlaşmaktadır. Nitekim Small ve arkadaşları 1994 yılında gerçekleştirdiği çalışmalarında da benzer bir durum saptamış ve çalışmalarına katılan kadınların üçte ikisinin annelik sorumluluklarını beklediklerinden daha zor olarak değerlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Gram ve Pedersen' in (2014) çalışmasında da anneliğe geçişin, katılımcıların çoğunda karmaşık duygular oluşturduğu anlaşılmış ve bu durumun sebepleri arasında anneliğe geçiş ile ilgili ağır sorumluluklar, suçluluk duygusu, endişe ve anneliğin neden olduğu bilinçsizce tüketim gözlenmiştir, onlara göre anneler bu durumla baş etme stratejileri konusunda özgür değillerdir. Benzer şekilde yapılan bazı çalışmalarda da (Warner 2005; Pew Research Center 1997) anneliğin son derece stresli ve yirmi yıl öncesinden daha zor olduğunu kabul edenlerin en az %70 olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bu yaklaşımlardan hareketle anneliğe ilişkin zorlukların hem fizyolojik, hem sosyal, hem de psikolojik içerikli olduğunu belirtmek mümkündür.

Kadınlara anneliği nasıl deneyimlediklerini anlatmaları istenmiş ve tek kelimeyle belirtmek istenirse ne ile tasvir edecekleri sorulduğunda kadınların çoğunluğu (42 kişi) söz konusu deneyimi “kutsal” olarak nitelemiştir. Bu bağlamda Server'in (2014) annenin, daha kutsal, daha fedakâr, daha şefkatli, dolayısıyla daha “iyi” bir insan olarak kodlandığına dair düşüncesi tez çalışmasında da karşılık bulmuştur. Benzer bir şekilde annelikle kutsallığı birleştiren Fransız Antoinette Fouque Carol kadınların hamile kalabildikleri için ahlaken üstün olduklarını iddia eder. Beauvoir' a (1970) göre ise annenin çocuğa ilişkin tutumunun belirleyicisi anneliğin toplum içindeki konumuna bağlıdır, ona göre anneliğin kutsallaştırıldığı toplumlarda anne çocuk ile zenginleştirilir. Bir görüşmeci “...kutsallaştırıcı zorlayıcıda var

tabi ama emin olamadım kutsallaştırıcı daha ağır basıyor.” (A.17, 30yaş) sözleriyle bir taraftan anneliğin kutsallığına diğer taraftan da zorluğuna işaret etmektedir. Annelerin önemli bir kısmında da anneliği “zorlayıcı” (28 kişi) kavramıyla tanımlamıştır. Aşağıdaki görüşmecinin sözlerinde de bu anneliğin zorlukları dile getirilmiştir.

“Annelik çok zor, çok da keyifli ama kendinizden çok ödün vermeniz gerekiyor. Bedeniniz, alışkanlıklarınız, geçmişiniz. Anne olunca bir statü atlanıyor, her kadın yaşamalı ama bence herkesin anne olması ve bu zorlayıcı aşamaya tahammül etmesi çok mümkün değil”(A.43,34yaş).

Annelik zorlayıcı doğasının yanında kadınlar açısından doğal, evliliğin ve kadın olmanın rutini olarak da algılanmaktadır. Beauvoir (1970) bu bakışı kadının bedensel yazgısını annelikle tamamlaması ve vücut yapısının bütünüyle insan türünün devamına dönük olmasından ötürü kadının "doğal" bir görevi olarak nitelendirir. Bu bağlamda aşağıdaki katılımcı ifadeleri anneliğin çocuk doğurmak bağlamında tanımlanmasına örnek olabilir. Bu bağlamda kadınlık ve onun beraberinde gelen annelik sosyal olarak çocuk doğurmakla ilişkilendirilerek kadınlık doğurganlıkla birlikte düşünülmektedir. Bu geleneksel yapı içerisinde çocuk sahibi olmayan kadın “eksik kadın” olarak düşünülmektedir. Bu eksiklik aşağıdaki görüşmecinin “kadın anne olduktan sonra tamamlanıyor” ifadesinde vurgulanmaktadır.

"... kadın anne olduktan sonra tamamlanıyor bence. Her kadın anne olmalı. Anne olduktan sonra yapılan her şey daha keyifli ve özverili yapıyor."(A.5, 27yaş)

“...harika bir şey Allah'ın kadına verdiği en güzel deneyim annelik, her kadının yaşaması gereken bir şey hayatın değişiyor çocuktan çocuğa anneliğin algılanışı değişiyor. Hırslarından vazgeçiyorsun, başka bir insan oluyorsun”(A.6, 28yaş).

Yukarıdaki katılımcı ifadelerini Nicolson'un (1999), kadınların anne olduktan sonra, daha önceden kendilerini tanımladıkları şeylerin çoğunu değiştirme gerekliliği duyduklarına dair düşüncesi ile de bağdaştırılmak mümkündür. Woolard (2004: 106) popüler bilimin anneliğin doğal olduğu kadar iyi de olduğunu söyleyerek adeta her kadının anneliğe yatkın olması ve annelikte tatmin bulması gerektiği düşüncesini yaydığını vurgulamaktadır. Badinter' e (2011) göre günümüzde doğurmamayı bir başarısızlık olarak görme eğiliminin hala geçerli olması kadınları "nostaljik" içerikli bir sosyal gerçeklik ile karşılaştırmaktadır. Ona göre döllememek bu doğrultuda toplumsal normdan sapma olarak algılanmakta ve bedeli de toplumsal olarak onaylanmamak olmaktadır. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de kadın olmanın göstergesi, cinsiyetin gerektirdiği olarak annelik ile yorumlanmaktadır. Bu deterministik bakışın hâkimiyetinin ise cinsiyet odaklı toplumsal pratiklerin asimetrik



yapılanmasını arttırır bir yönü bulunmaktadır. Nitekim anneliği cinsiyete dayalı asimetrik işbölümünün temel nedeni olarak gören Chodorow bu durumun anneliğin biyolojik olduğu kadar sosyo-kültürel anlamda da kadın rolü olarak yapılandırmasından kaynaklandığını ve hem toplumsal eşitsizliğin hem de asimetrik rol organizasyonunun en temel kaynağı olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla günümüzde de belli bir yaşta olmasına rağmen anne olmayı tercih etmemiş bir kadın toplum genelinde " anormal " olarak değerlendirilebilmektedir. Server' e (2015) göre çocuk sahibi olmayan kadın, daha en baştan olgunluk, kadınlık ve fedakârlık açısından diğerinin gerisinde görülür; anne olan kadına göre "daha bencil, sorumsuz, kariyer düşkün" olarak algılanır. Fakat bir diğer açıdan anneliğin kadınlık içinde bir üst mertebeye olarak algılanıyor olması çoğu kadın tarafından eleştirilmekte, bu eleştiriler ise belli ideolojiler tarafından benimsenmektedir. Özellikle Radikal feministler için annelik kadının ayak bağı olarak yorumlanmaktadır. Anneliğe yüklenen bu anlamların, kutsallığın ve sosyal mertebenin ağırlığı çeşitli sebeplerden dolayı çocuk sahibi olmamış kadınların adeta isyan etmesine sebep olmuştur. İkinci dalga feministler ise, kadının bulunduğu noktada anneliğin cinsiyete dayalı eşitsizliğe en açık alan olduğunu savunmaktadırlar. (Firestone, 1970; Nava, 1983; Oakley, 1979; Riley, 1983)

"...annelik tanımlanması çok zor bir şey en önce kutsal, kolay katlanabilir bir şey değil çünkü o yüzden her anne en çok kutsal. Sonra zor, sınırlayıcı, eğitici anne olduktan sonra hani derler ya "anne olunca anlarsın" o listeyi öğreniyorsun, başka bir insan oluyorsun. Ayırıcı çünkü önceki hayatın, bedeninin, alışkanlıkların, hatta arkadaşların buhar olup uçuyor adeta. Bir anlamda da özgürleştirici, anne olunca yaptığın çoğu şey anne gözüyle yapılmış oluyor." (A.31, 42yaş)

Annelerin anneliği anlamlandırırken üzerinde uzlaştığı diğer kavramlar da "dönüştürücü", "başkalaştırıcı", "eğitici" olmuştur. Ayrıca kadının hayatında anneliğin dönüştürücü, zorlayıcı etkisi katılımcı anneler tarafından ifade edilmiş ve çoğu anne (29 kişi) anneliğin zor olmasının nedenlerini; içerdiği çok yönlü ve baskılayıcı sorumluluk, önceki hayata duyulan özlem, anneliğin sürekliliği gibi ifadelerle açıklamıştır.

Tez çalışmasında bu tema altında elde edilen bulguların McMahon' ın (1995) kadınların kendilerini anneler haline getirerek yeni insanlar olarak tanımladıklarına ve bu bağlamda anne olmadan önceki hallerinden farklı olmalarına neden olan bir deneyim yaşadıklarına dair bulgularıyla paralellik gösterdiği anlaşılmaktadır.

#### 4.4.2. İdeal Anne ve İdeal Anne Yapılanmasında Etkisi Olan Unsurlara İlişkin Bulgular

Willard (1988) kültürlerin olayları nasıl gerçekleştiğine ilişkin bir metin olmaktan çok özel bir takım kültürel düşünceler sunduğundan ve böylece o kültüre üye olanların yaşamlarında önemli olay ve değişimlere sebep olduğundan bahseder. Dolayısıyla kültürel metinler ve pratikler bireysel yaşam öykülerini ve beklentileri şekillendirmektedir. Bu bağlamda çalışma konusu kapsamında hâkim kültürel kodların ideal anneliğe ilişkin yaklaşım ve koşulları da etkilediğini belirtmek mümkündür. Miller (2010) konuyu sosyal yapılar, mitler ve çeşitli uzmanlar temelinde ele alır. Ona göre annelik eksenindeki yaygın kültürel metinleri pekiştirmeye ve meşru kılmaya hizmet eden sosyal yapılar ve mitler sağlık uzmanlarının, otoriter bilginin ve çoğunlukla diğer annelerin ortak yapımı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu inanışlar pratiklerle desteklendiği takdirde "normal" veya "doğal" kabul edilir hale gelir ve karşı konulmaları zorlaşır (2010: 56, 250).

Gerçekleştirilen görüşmeler neticesine elde edilen veriler Miller' i de Willard' ı da doğrular niteliktedir. Aşağıdaki anne ideal anneyi toplumun belirlediğine vurgu yaparak ideal annenin zaman içerisinde değiştiğine dikkat çekmektedir.

“... ideal anne aslında çok zor bence, öyle bir insan yaşıyor mu bilemiyorum ama günümüzde herkes kendi çevresinin onayladıklarına göre ideal, bence bunu belirleyen de toplum zaten. Örneğin şimdi moda iyi anne oma ölçütleri var bence onları yapıyorsanız hem iyi hem de ideal olarak algılanıyorsunuz. Mesela organik besleme, oyun oynama, özgür bırakma, televizyon ve diğer teknoloji ürünlerini kullanmama, kutlamalar yapma... bunları artırabilirsiniz. Her dönem moda neyse buna göre değişiyor. Ama eğer atıyorum bir köyde yaşıyorsanız, çevrenize göre iyi annenin tek kriteri çocuk doğurmak da olabilir. Ya da çok başka bir ortadaysanız çocuğunuzu o kurs senin bu kurs benim gezdiriyorsanız ideal anne de olabilirsiniz.”( A.49, 23yaş).

Annelerin içinde yaşadıkları hâkim kültürün onayladığı pratiklere, ideal ve iyi anne kurgularına hem hamilelik dönemlerinde hem de doğum sonrası dönemde karşı koymadıkları ve bu bağlamda yaygın perspektif neyi öğütliyorsa iyi anne olma yolunda o kriteri benimsediklerini belirtmek mümkündür. Bu durumun anneliği adeta reçeteleştiren bir yönü bulunmaktadır. Nitekim Coward da anneliğin kadınların nasıl olmaları ve neyi başarmaları gerektiğine ilişkin reçetelerin en katı olduğu alan olduğunu vurgulamaktadır (1995: 88). Bu bağlamda annelik daha çok toplumsal parametrelerce şekillenen bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Hatta Glass, Hamilton ve Trebeck' e (2014) göre annelik, toplumsal bir yapıdır ve iyi annelik idealleri toplumsal normlara göre tanımlanır. Bu toplumsal normlar dinamik yapıları gereği zamanla değişir ve bu durumun bir sonucu olarak anneliğin koşulları ve

kriterleri, algılanma biçimleri de dönüşür. Aşağıdaki görüşmeci de ideal anneliğin toplumsal yaşam içerisinde değişip dönüşmesine vurgu yapmaktadır.

“...Kriterlerim hamilelikte vardı ama doğumdan sonra değişti. Hayallerimiz oluyor hayaller Paris gerçekler bizim ev... bu idealler zaman içinde dönüşebiliyor ama koşullar, ama sizin bakışınız değişiyor çünkü.”(A.11, 35yaş).

İdeal anneliğe ve ideal anne kurallarının değişen yönüne ilişkin bu yaklaşımı Brigitte Jordan' ın (1993) "otoriter bilgi" kavramı ile açıklamak mümkündür. Ona göre devamlı pekiştirilen, adeta sosyal bir norm halini alan, onaylanan ve neticede kabul edilen pratiklere dayanan otoriter bilgi insanlar tarafından sürekli onaylanarak yeniden üretilir ve bu vasıta ile pekişmiş olur. Bu bağlamda katılımcı annelerin ihtiyacı olan sosyal onayı, dolayısıyla ideal anneliğe ilişkin fikirlerini hâkim otoriter bilginin gerektirdiklerini uygulayarak edindiklerini düşünmek mümkündür. Nitekim Miller e göre beklentilerle örtüşmeyen anlatımlarda bulunmak güçtür. Ağır basan kişisel deneyimleri baskı altında tutarak herhangi bir olumsuz izlenim bırakmaktan kaçınmak ve bu sayede "iyi anne" olmaya ilişkin tutarlı bir anlatı oluşturmak özellikle de diğerleri anneliği "iyi idare etmişler" se ve o kadar beceriklilerse olağanüstü önemli görülmektedir (2010: 219). Elde edilen bulgulara göre anneler toplum genelinde bir ideal anne kurgusunun, bu doğrultuda bir yapılanmanın olduğunu kabul etmişler ve bu yapılanma üzerinde etki sahibi olan unsurları belirtmişlerdir. Katılımcı annelerin büyük bir çoğunluğu (35 kişi) ideal anne kurgusunu etkileyen faktörlerin ilk sırasına sosyal medya, internet, değişen iletişim araçlarını yerleştirmişlerdir. Bu konu tezin ilerleyen başlıklarında irdeleneceği için burada tartışılmayacaktır. Diğer katılımcılar ise ideal anne kurgusunun şekillenmesinde diğer annelerin deneyimlerinin, geleneklerinin, kendi anne, kayınvalide ve diğer akrabalarının söylemlerinin etkili olduğunu belirtmişlerdir.

“...Toplumun çok etkisi var. Gelenekler bir yere kadar ama sosyal medya olarak da çok etkisi var.”(A.3, 35 yaş)

“...Başka anneler, okuduklarım, toplumun beklentileri, anneanne babaanne söylemleri oldukça etkili, hepsi bir iyi anne çiziyor adeta kültürden kültüre de değişiyor tabii ki.”(A.4,32yaş)

İdeal anne yapılanması açısından düşünüldüğünde; Furedi' ye göre kültürel değişme ve ahlaki değerler, anne babalıkla ilgili tavsiyelerin seçimini ve ifade edilmesini etkilemekle birlikte bu konuları ele alan araştırmalar da benzer etkilere maruz kalmaktadır (2013: 248). Elde edilen bulgulara göre de ideal anne kurgusunda katılımcıların bir kültürel değer olarak geleneklerden etkilendiğini belirtmek mümkündür.

“...ilk hamile kaldığımda çocuğumu kitaplara göre yetiştireceğim dediğim. Okudum okudum... her şey çok düzenli ve sistemli olacak dediğim. Sonra anladım ki deneyim çok daha önemliymiş, kitapların hepsini bir kenara koydum ve deneyim yöneldim. Benim annelik serüvenimde çok büyük etken dış çevre oldu yani süregelen geleneklerimiz, anneler, teyzeler, kayın validemler... ben yetemediğim dönemlerde onların tavsiyelerine aklım yatmaya başladı. Çok beklemezken daha gelenekselci bir anne oldum sanırım ve onların tavsiyelerini dinlemeye ve seçimlerini bu doğrultuda gerçekleştirmeye başladım. Açık konuşmak gerekirse de oldukça rahatladım.”(A.2, 27yaş)

"...en çok koşullar değiştikçe değişiyor bence annelik. Annelik öyle bir alan ki; hem kültürel hem toplumsal hem bireysel hem ahlaki, yani hepsi. Maddelerini belirlemek zor olsa da bir ideal anne var ve herkesin yaklaşmaya çalıştığı bir model bu. İdeal anne geleneksel uygulamalara yaklaşıyorsa ve sosyal medya da falan bu örnekler görülüyorsa bir bakıyorsunuz herkes bunları benimsiyor. Hayır gelenekler sağlıklı veya ideal değilse daha sonra da herkes başka bir şeyi benimsiyor, bu insanların konuşmalarına, paylaşımlarına falan yansıyor. Mesela önceden çocuklar öyle çok serbest bırakılmamış, kurallar daha çokmuş, ev, kıyafet falan kirlensin istenmezmiş. Ama şimdi çocuklara tanınan bir özgürlük var. Sonra bir bakıyorsunuz sosyal medyada anneler başlamış çocuklarının dağıttığı, kirlendiği şeyleri paylaşmaya "kirlenmek güzeldir" yazıyorlar. Ama resim arkasında kızdıklarına eminim. Ama günümüzde özgürlük var ya kızdıkları anları kendilerine saklıyorlar." (A.31, 42yaş)

Annelerin ideal anneliğe ilişkin anlatılarından yola çıkarak ideal anneliği tanımlamak ve sınırlarını çizmek güç gözükmeyle birlikte; annelerin ulaşmayı hedefledikleri bir ideal anneliğin olduğunu ve bu ideal anneliğin internet, sosyal medya araçları, gelenekler, süregelen deneyimler gibi unsurlarla annelere dikte edildiğini söylemek mümkündür. Chae' e (2015) göre günümüzde hâkim hale gelen bu yaklaşımın temel nedeni toplumların gitgide mobilleşmesi ve internetin ebeveynlik bilgisinin adeta ana kaynağı haline gelmiş olmasıdır. Clarke' a (2014) göre ise kadınların anne olarak deneyimledikleri pratikler popüler kültürdeki annelerin eleştirilerine, tüketimle olan sosyal sınıf ilişkilerine ve giderek merkezileşen ölçüde nesnelere, markalar ve ürünlerin belirli dünyalarına kaçınılmaz olarak bağlıdır.

#### **4.4.3. Anneliğin Toplum İçindeki Yeri ve Sınıflandıran İçeriği Üzerine Bulgular**

Anneliğin kadınlar arasında bir statü göstergesi olarak algılandığı ve evliliğin niteliğiyle, evlilik süreciyle ilgili örtük mesajlar verdiği kabulü katılımcıların bu doğrultudaki düşüncelerini irdelemeye neden olmuştur. Veblen' e (2005) göre bireyler için sosyal statü açısından bir üst basamakta yer alma ihtimali bir ödül olarak algılanmakta ve bu ödülü ona kazandıracak faktörler tercih edilmektedir. Bu doğrultuda Baherirad (2016) birçok kültürde kadının anne olmak yoluyla toplumdaki statüsünün değiştiğini ve aile içindeki değerinin yükseldiğini vurgulamıştır. Hatta Engwall' a (2013) göre anne olmayı seçmek bile bir gösterge olarak değerlendirilmekte ve kişilerin olgun, normal ve hayatın anlamını bulmuş olduklarını göstermektedir. Bu noktada Maier' e göre ise çocuk sahibi olmak çift başarısının

dışarıdan görülen işaretidir ve en büyük korkunun "dışlanmış olmak" olduğu bir dünyada çocuk sahibi olmak ebeveynlerin toplumla bütünleştiklerinin kanıtı (2015: 12) olarak algılanmaktadır.

Katılımcı annelerin söylemlerinden hareketle anneliğin toplum içinde statü sağlayıcı konumunun yanında anneleri sınıflandıran ve kadınlığın, evliliğin gereği olarak görülen bir algılanışı olduğunu belirtmek mümkündür. Örneğin

“...anneliğin bence kategorize eden bir yanı var. Bende ilk aşamada anlayamıyordum ama en basiti çocuğu olmayan birileri ile görüştüğünde en basiti seni anlamıyor, uyku saati geldi diyorsun "yarım saat geç yatsa ne olacak" diyorlar. İki çocuğu olan anneler de "bir çocuk hiç çocuk" diyor mesela ona daha farklı yaklaşıyorsun. Bir süre sonra arkadaş çevremiz bile değişti şu anda daha çok çocuklu ailelerle görüştük. İlk evlenince daha cahil, çocuk gözüyle bakıyor toplum. Çocuk olduktan sonra daha olgun bakıyorlar sana, kendin de öyle hissediyorsun ama.” (A.2, 27 yaş).

Bu ifadeden anlaşılabilceği gibi anne olmak kadınların arkadaş çevreleri, yaşam tarzları başta olmak üzere sosyal hayatları üzerinde önemli değişiklikler ve yeni düzenlemeler yapmalarını gerekli kılabilmektedir. Hatta Beck ve Gernsheim'a (2012) göre bu durumun içsel bir mantığı da bulunmaktadır. Bu içsel mantık literatürde anneliğin zamanlamasına kadar nüfuz etmektedir. Bu bağlamda anne olmayı istemek, ne zaman anne olunacağı ve doğduğu zaman çocuklara nasıl annelik yapılacağı günümüzde genç kadınların karşılaştıkları en zor kararlar haline gelmektedir (Cannold, 2005;LeBlanc, 1999; Manne, 2005; Maushart, 1997; Reiger, 2001; Wolf, 2001).

Katılımcılar anneliğin biçimlendiriciliğine, annelikle beraber aile ve sosyal hayatlarındaki rol ve sorumluluklarındaki değişikliklere ve bu yeni duruma uyum süreçlerinin zorlayıcılığına dikkat çekmişlerdir. Anneliğin üzerinde yarattığı baskıyı bir anne şöyle dile getirmiştir; “...ilk başta anne olmalısın diye başlıyor bu baskılar. Anne olduktan sonra da artık sen annesine dönüyor. Toplum hamilelikle birlikte kesinlikle farklı bakmaya başlıyor. Artık sen annesin ona göre davranmalısın, giyinmelisin başlıyor her aşamada farklı bakışlar oluyor.”(A.4, 33 yaş). Katılımcıların bir kısmı da çocuk sahibi olarak anne olmanın evlilik ve aile kurumunu tamamladığına vurgu yaparak çocuksuz ailelerin evliliklerinde bir boşluk ve eksikliğin olduğunu düşünüldüğüne işaret etmektedir. Örneğin bir anne bu durumu “...anne olunca evlilik tamamlanmış gibi oluyor. Bebek olmadan bir boşluk varmış gibi geliyor, hayatı dolduruyor o yokken ne yapıyormuşuz diyoruz eşimle. Toplumunda böyle bir bakışı var bence çocuk olunca sanki gizli bir ses “hah şimdi oldu bunlar” diyor sanki.”(A.8, 28yaş). Şeklinde dile getirirken diğer bir anne de benzer düşüncelerini şu sözlerle ifade etmiştir;

“...çocuk doğunca bence evlilik tamamlanmış gibi oluyor. Evliliğin sebeplerinden en önemlisi gerçekleşmiş oluyor bir kere, haliyle insanlar da siz de evliliğinize de eşinize de daha farklı bakmaya başlıyorsunuz. Ama kadının statüsünün çok değiştiğini düşünmüyorum zaten aile içinde yaptığı şeyler her zaman belli çocuk olmadan öncede, sadece çocuk olunca daha da sorumluluk yükleniyor, işi zorlaştırıyor, zaten var olanların üzerine yenileri ekleniyor bu anlamda denge kurmakta zorlanıyor ve öncelik artık çocuk ve onun ihtiyaçlarına geçiyor.” (A.17, 30yaş).

Meşe (2014) tarafından da vurgulandığı gibi çocuğun ailenin merkezine yerleşmesiyle birlikte anne çocuk üzerinde yegâne belirleyici etken olarak konumlandırılmaktadır. Ona göre tüm bunlar annenin toplum içinde "tam mesaili bir çalışma", bir kimlik, hatta adeta bir meslek haline gelmesine neden olmuştur (2014: 93). Dolayısıyla bu ifadelerden hareketle anneliğin kadına hem evliliğinde hem de toplumsal yaşam içerisinde önemli bir sosyal statü sağlamaktadır. Bu düşünceleri bir diğer annenin fikirleri destekler niteliktedir; “...Bir kere kadınsan anne olacaksın eninde sonunda, evliliğin de kadın olmanın da bir rutini bu. Anne olunca daha olgusun, evliliğin daha sağlam, bir tık daha yüksekte gibi oluyorsun. Artık annesin çünkü.”(A.18, 25yaş). Anneliğin doğal ve zorunlu bir süreç olarak ifade edildiği katılımcının ifadesine paralel bir şekilde Hock ve arkadaşları (1984) da, anneliğin, biyolojik doğası gereği bir kadının birincil doyum ve tatmin kaynağı ve varlık nedeni olarak kabul edildiğini belirtmektedirler.

Katılımcılardan bazıları anne olmayı evlilik hayatının bir gereği olarak gördüklerini belirtirken, bir kısmı da anneliği kadın olmanın tartışmasız bir sonucu ve adeta bir zorunluluğu olarak değerlendirmişlerdir.

“...anneliğin bana göre toplum içinde olmazsa olmaz bir etkisi var hem kadın açısından hem de evlilik açısından. Yani evliysen üreyeceksin, kadınsan doğuracaksın. Toplum bunu bekliyor, aile kurumunun varlığı bu beklentinin meşrulaşmasından ibaret bence zaten. Kadınlara verilmiş en güzel armağan bence annelik, kadınsak bunu gerçekleştirmemiz cinsimizin bir gereği, biz bunun için yaratılmışız bence” (A.29, 27 yaş).

Bu noktada Welldon’un anneliğin kadınlıkla iç içe geçen bir doğası olduğunu, kadınlıkla bağlantılı olan biyolojik, fiziksel, duygusal, hormonal, sosyal ve kültürel etkenlerle iç içeliği nedeniyle, kadınlığı annelikten ayırmanın zor olduğuna ilişkin iddiası (Welldon, 2001: 42) yukarıdaki görüşmeciler tarafından desteklenmektedir. Ancak bu konuda farklı görüş ve düşüncelere sahip anneler de araştırmada yer almıştır. Örneğin bir katılımcı kadının anne olduğunda tamamlandığı düşüncesine katılmadığını belirterek şu ifadeleri kullanmıştır;

“...kadının anne olunca tamamlanması ve evliliğin oturması gibi bir algı var ama bu çok doğru değil bence çünkü çocuk sahibi olmayı düşünmeyip de çok mutlu olan ve bu evliliğini bu şekilde sürdürmek

isteyen bir sürü aile olduğunu biliyoruz onun dışında evet toplumda annelik kutsal bir durumda ama bu da ne kadar doğru benim için şüpheli bir durum” (A.20, 36yaş).

Benzer düşüncelere sahip bir diğer anne de;

“...kadının varlığının tek sebebi annelik olmamalı, evet çok güzel bir duygu, evet benzersiz, evet sadece anne olduğunuz için bile kutsal, saygın, fedakâr gibi birçok göz doldurucu şekilde nitelendiriliyorsunuz ama kadını sadece anneliğe hapsedmek onu çalışma hayatından, sosyal hayattan çekip tek bir rolün sınırlarında kalmasını istemek demek. Bence bu kadınların sahip olduğu potansiyele çok büyük haksızlık ama bunlar toplumsal olarak destekleniyor. Anneyim, mutluym ama anne olmak istemeyen insanlara da çok büyük saygı duyuyorum bu bir eksiklik değil tam tersine oldukça rasyonel bir karar.” (A.35, 37yaş).

Anneliğin toplumsal konumuna ilişkin katılımcıların fikirleri alındıktan sonra sosyal medyada, yazılı ve görsel basında ve diğer medya araçlarında karşılaşılan anneliğin farklı görünümüne ilişkin sorular görüşmecilere yöneltilmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (32 kişi) anneliğin kendi içinde sınıflandıran bir yapısı olduğunu kabul etmiştir. Dolayısıyla anneliğin ötekileştirmek anlamında değil ama katılımcılara göre belirli niteliklere sahip annelerin kendi içinde sınıflanarak ortak bir dil oluşturmasına neden olan bir içeriğinin bulunduğu belirtilmiştir. Annelerin en çok gözlemledikleri annelik türleri arasında oyuncu anne, organik anne, hijyenik anne, titiz anne, kuralcı anne, rahat anne, dengeli anne, fit anne, hamarat anne, sporcu anne gibi annelik grupları bulunmaktadır.

“...anneliğin belli sınıfları var günümüzde mesela ben daha çok internet ve sosyal medyadan bakıyorum oyuncu, doktor, uzman, güncel akademisyen anneler aklıma geliyor. Ve gruplandırma isimlerinin daha çok sosyal medyanın etkisi altında üretildiğine inanıyorum. Aslında o kişi de bizler gibi anne ama sosyal medya aracılığı ile kendisini idealleştirme çabasında oluyor.”(A.9, 32yaş)

...oyuncu anneler var, gruplar, bloglar var. Organik anneler var imreniyoruz ama olmuyor, Kuralcı anneler var. Aşırı koruyucu anneler de var, bunların çoğu az önce sorduğunuz idealler var ya onlardan çıkıyor bence. Herkesin bir ideal noktası var ve günümüzde sosyal medya falan aracılığı ile insanlar bunu sergilemekten çok hoşlanıyor, e yapabiliyorlar demek ki. Ama ben mesela bunların çoğuna imreniyorum ama yapamıyorum. Nasıl bir anneyim dersiniz. Esnek, rahat diyebilirim.”(A.11, 35yaş)

“...anneliğin çok çeşidi var.. yalancı anne, sosyal medyacı anne, blogger anne, gezgin anne çocuğunu ülke ülke gezdiriyor oh, becerikli anne, sabırlı anne. Ama daha çok kategori var. Günümüzde fazlasıyla gruplanıyor.”(A.12, 32yaş)

“...eee tabi geliyor özelliklede internet ortamında gördüğüm kadarıyla hani çocuklar için çok farklı şeyler hazırlanıyor yemekler hazırlanıyor kimisi çok özgüvenli davranıyor her şeyi evinde yapıyor ekmeğine kadar evde yapan anneler var mesela ben bunları onları görünce kategorilendiriyorum, bunlar bu kadar yaygın paylaşılsa öyle bir kategorileştirme aklıma gelmez.”(A.17, 30yaş).

Anneler kendilerini bu gruplardan herhangi birine yerleştiremediklerini ama kendilerine yakın buldukları grubun öne çıkan özelliklerini de benimsediklerini belirtmektedirler.

"...anneler çeşit çeşit günümüzde maaşallah. İnternete bir giriyorsunuz bloglar, sosyal medya hesapları hep bir çeşit anne ile başlıyor. Beceriklisi, hamaratı, oyuncusu, akademisyeni, organigi...Ben aslında tam olarak şu anneyim bu anneyim diyemem zaten mümkünde değil bence. Organik olmaya çalışıyorum kızımın her şeyini ben yapmaya çalışıyorum, oyuncu olmaya çalışıyorum onunla oyunlar oynamaya çaba sarf ediyorum falan. Annelik tek boyutlu olmadığı için kendimi bir gruba ait hissedemem ama en iyi yaptığım neyse o gruba daha yakın hissederim."(A.46, 26yaş).

Katılımcılara göre anneler kendilerini bu sınıflardan birinin içinde görürken aynı zamanda ideal anneliğe de katkıda bulunmakta ve anneliklerinin bu yönünü ortaya çıkarmaktadırlar.

#### **4.5. Annelik ve Tüketim İlişkisine Ait Bulgular**

Temel anlamda ve en basit haliyle insanoğlunun varlığı ile eş zamanlı olan tüketim eylemi belli bir süre öncesine kadar doğal, basit ve ihtiyaçların karşılanmasından ibaret bir olguyken, zaman içinde daha karmaşıklaşmış ve gittikçe ihtiyaçların tatmininden uzaklaşmaya başlamıştır. Günümüz koşullarında tüketimin toplumsal statüleri belirleyen bir yapıya ulaştığını gözlemlemek mümkündür. Bu bağlamda Bocock' a (1997) göre tüketim, toplumun içerisinde bulunduğu durum ne olursa olsun göstergeler ve sembollerle ilişkili sosyal bir süreç olarak karşılanmaktadır. Tüketimin bu değişen seyrinin anneliğe de yansıdığı gözlemlenmesi bu tema dâhilinde katılımcılara yöneltilen soruların nedenini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda annelik ve tüketim arasındaki ilişki, anneliğin tüketim eğilimlerini değiştirip değiştirmediği ve anneleri tüketime yönlendiren etkenler bu başlık altında ele alınmıştır.

Annelere hamilelikle birlikte başlayan süreçte tüketim davranışlarında herhangi bir değişiklik olup olmadığı sorulmuştur. Annelerin yarısından fazlası (32 kişi) hamilelik süreciyle beraber tüketim eğilimlerinin değiştiğini belirtmişlerdir.

"...Tabii ki arttı ve değişti. Hamile kaldığım an sürekli çocuğuma ne alırım ne yaparım diye düşünmeye başladım, kendimi unuttum ve o andan itibaren hayat çocuk odaklı oldu. Her şey çocuk odaklı oldu ve kökten değişti. Yemek alışkanlığı ile başladı en basiti. Onun için sağlıklı olanları tüketmeye başladım. Örneğin ben hamileliğimce makyaj bile yapmadım. Sonra kıyafetler de haliyle değişiyor."(A.4, 33yaş).



Yukarıdaki alıntıdan hareketle anneliğin kadının tüketim alışkanlıkları üzerinde farklılaştırıcı bir etkisi olduğu ifade edilebilir. Hamile kalındığı an başlayan bu değişim süregelmiş alışkanlıklar, düzenler için sarsıcı bir içeriğe sahiptir. Sevilmeyen şeylerin yenmesi, severek kullanılan kozmetik ürünlerinin artık kullanılmaması bazı annelerin tüketim değişimi vurgulamak için kullandığı örnekler arasındadır.

...anneliğimin tüketimimi her anlamda arttırdığımı ve değiştirdiğimi söyleyebilirim. O kadar net bir önce ve sonra var ki hayatımda bununla ilgili. Öncelikle ben estetisyenim hamile olduğumu öğrendiğim an tüm bakım ürünlerinden kimyasal içerik yüzünden vazgeçtim, saçımı boyatmadım, krem sürmedim, makyaj zaten yapmadım, müşterilerime müdahale ederken bile tedirgin oldum. Giyim olarak topuklu ayakkabısız yaşayamaz oldukça dar kesimli şeyler giydim onlar raflara kalktı, beslenme olarak ağzıma sürmediğim şeyleri yedim, içtim sırf bebeğime biraz faydası olsun diye. Bu hamilelik süreci doğumdan sonra da uzun bir süre devam etti. Emzirdiğim için bu seferde hamile gibiydim. Şimdi oğlum 2,5 yaşında yavaş yavaş eski düzenime dönmeye çalışsam da beslenme, sosyalleşme gibi şeyler istesem de eskisi gibi olmaz artık.”(A.50, 29yaş).

Katılımcının alıntısında vurgulanan "değişim ve dönüşüm" Beck ve Girmsheim (2012) da değinmektedir. Onlara göre çocuk sahibi olmak demek artık süregelmiş bütün alışkanlıkların, deneyimlerin, yaşantıların, tercihlerin ve ritüellerin gözden geçirilmesi ve çocuklu hayata uyumlaştırılması demektir. Anne olduktan sonra tüketim alışkanlıklarının hem arttığını hem de değiştiğini belirten bir diğer annenin ifadesi şu şekildedir;

...eskiden kendime alıyordum her şeyi kuaför, elbise, kıyafet, en büyük takıntım ayakkabılar mesela ama şu anda ilk yaptığım her şey çocuğum için. Bana bütçe ve zaman kalırsa ancak öncelik ben değilim kesinlikle. Her şeye önce anne olarak bakıyor ve kararımı buna göre veriyorum aslında. Bu da hem artan hem de değişen bir tüketim şekli doğuruyor beraberinde.(A.11, 35yaş).

Katılımcıların ifadelerinden hareketle Gram ve Pedersen' in (2014) tüketimdeki değişimlere ilişkin düşüncelerine değinmek yerinde olacaktır. Onlara göre tüketim, çeşitli geçiş dönemlerinde yeniden tanımlanmakta ve karşılaşılan yeni durumlar kişilere yeni zorluklar getirmekte ve karmaşadan çıkmak için yeni çözümler talep edilmektedir. Bu bağlamda tüketiciler, geçiş aşamalarıyla ilgili olarak tüketimi aktif şekilde kullanırlar ve yaşamlarındaki yeni role eklemlenmelerinde tüketim konusu ürün ve hizmetleri yardımcı olarak benimserler. Curasi, Maclaran ve Hogg' a (2014) göre, kadınların anneliğe geçtiği bu önemli yaşam evrelerinde anneler önceki yaşamlarını ararken bir yardımcı olarak tüketim uygulamalarını kullanmaktadırlar. Benzer bir şekilde Davies ve arkadaşları da 2010 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarında anneliği bekleyen kadınların anneliği tüketimle ilişkilendirdikleri için tüketime yaklaştıklarını bulgulamışlardır. Bu bağlamda anne olduktan

sonra bazı katılımcıların tüketim alışkanlıklarındaki artışın ve değişimin nedeni anlaşılabilir. Nitekim benzer bulgular Dedeoğlu tarafından 2010 yılında gerçekleştirilen çalışmada da saptanmıştır. Onun ifadelerine göre çalışmasındaki her bir katılımcı, çocuklarının ihtiyaç ve isteklerini yakalayabilmek için yaşam projelerini ve tüketim uygulamalarını değiştirdiklerini belirtmişlerdir. Bazı katılımcıların kullandığı ifadeler ise şu şekildedir; "Yaşam tarzımız oğlumuzun doğumundan sonra değişti". "Daha çok eve bağlandık". "Yemek için daha sık dışarı çıkıyorduk, artık boş zamanımız yok ve hatta ev dışındaki yiyeceklerin içerikleriyle ilgili kendimizi sürekli bir düşünce içinde buluyoruz." Bu ifadelerle tez çalışmasında elde edilen ifadeler karşılaştırıldığında iki çalışma arasındaki yaklaşık 7 yıllık bir zaman olmasına rağmen annelerin tüketim ve annelik ekseninde eğilimlerindeki benzerlikler dikkat çekmektedir.

Katılımcı annelerin ifadelerinden hareketle anneliğin ideal şekilde inşasının çocuğa ilişkin artan ve değişen tüketim alışkanlıklarıyla eşleştirdiğini belirtmek mümkündür. Bu eşleştirmenin annelerde olası bir sorgulanmaya karşı suçluluk duygusu da doğurduğu belirtilmelidir.

"... anne olduktan sonra tüketimde eskisi gibi kalmadı tabii ki, arttı ve dönüştü. bebeğime aldığım her şey de yoğun bir kararsızlık yaşadım. En ufak şeyde bile ekonomik olana kaçmak sanki bebeğim için en iyisini almıyordum gibi bir suçluluk hissetmeme neden oldu. Hiç unutmuyorum bebek arabası alırken öyle bir kararsız kaldım ki arkadaşlarımdan aldığı araba 3.000 civarındaydı, o en iyisini aldı diye düşündüm ve bende bütçemi aşıya da onu aldım. İkinci çocuğumda da kullandım ama şimdi bir öz eleştiri yapıyorum hiç gerek yokmuş. Ama toplumda böyle bir şey var sanki en pahalısını almazsak iyi ya da özenli bir anne değilmişiz, anneliğimiz eleştirilmiş gibi" (A.39, 29yaş)."

Nitekim Clarke da çalışmasında tüketim ürün ve markalarının anneler tarafından algılanışına ve pazarın bu durumu yönlendirmesine değinmiştir (2014: 91-93). O derinlemesine görüşmeler yaptığı annelerin aksesuarları ile birlikte yaklaşık 800 € (Haziran 2018 de yaklaşık olarak 4.300 TL) tutarındaki Bugaboo bebek arabası üzerinden gerçekleştirilen "orta sınıf" ya da "üst sınıf" söylemlerinden, bu ürün ve çocuğa ilişkin diğer ürünlere ödedikleri bedelin annelik duyguları üzerindeki çeşitli etkilerinden söz etmiştir. Ona göre ilgili ürünlerin pazarlama etkinlikleri ile pazara sunduğu "en iyisi, en güvenlisi, en kaliteli, en kullanışlı" gibi mesajlar annelik duygularını hedef almakta ve ürünlerin tercih edilmesini, hatta bedelleri göz ardı edilerek edinilmesinin temel gerekçelerinden biri olmaktadır. Haliyle Clarke' ın vurguladığı bu durum nitelikli ve ideal anneliği tüketimle ilişkilendirirken, anne olduktan sonra artan tüketimi gözler önüne sermektedir.

Katılımcı annelerin bir kısmı da anne olduktan sonra tüketimlerinde herhangi bir artış yaşamadıklarını değişim anlamında ise kendi masraflarının azaltılarak, çocuğa yönlendirilmesi ile bir tüketim dengelenmesi yaşadıklarını belirtmişlerdir. "anne olduktan sonra tüketim direk değişiyor... kendimden kısıp onlara yönlendirerek dengelemeye çalışıyorum aslında."(A.13, 34yaş). "... tüketim değişti ama daha çok dengelenme anlamında bir değişim oldu bu. Çocuk için harcadığımız şeyler arttığı için kendimize harcadığımız şeyleri azalttık."(A.20, 36yaş). Dolayısıyla temel iktisat yaklaşımına göre tüketicinin gelirini maksimize etmek amacıyla gerçekleştirdiği tüketim planlamasına örnek teşkil edecek bu durum tüketimin anne olduktan sonra değişen seyrinin göstergeleri arasındadır. Nitekim yine iktisadi bir perspektiften bakıldığında Kara' ya (1996: 120-124) göre denge statikliği yaklaşımından hareketle değişen sosyal bir yapıda tüketime ilişkin iktisadi dengenin sabit kalması mümkün değildir. Haliyle değişen denge aile büyüklerinin tüketiminin azaltılması ve mevcut kaynakların aileye yeni katılan çocuğa yönlendirilmesi ile sağlanmaktadır.

Bazı katılımcılar ise tüketim ve annelik ilişkisini değerlendirirken annelikle birlikte tüketimin artacağı veya artmaması gerektiği görüşüne karşı çıkmışlardır.

...anne olunca tüketim artmalı, çocuğa ne var, ne yok alınmalı gibi algılar var, bunu benimseyenler de var. Otomatik olarak artan tüketimi kabul ediyorum çünkü rasyonel olarak bakarsak çocuğun ihtiyaçları sizinkilerden farklı oluyor haliyle evinizde ürün çeşitliliği birden artıyor ama direk böyle bir eşleştirme çok saçma. Annelik tüketimi arttırmaz, arttırmamalı da."(A.35, 37yaş),

"bence annelikle arttığı düşünülen ya da artması gerektiği iddia edilen tüketim tamamen bir pazarlama tuzağı, sonra şımarık çocuklar yetişiyor. Bizlerde büyüdük bir şekilde ve bizim çocuklarımıza göre çok daha azdı her şeyimiz ama bence daha mutluyduk. Çocuğunuza kucak kucak bir şeyler aldığımızda değil ona gerçekten zaman ayırdığımızda iyi anne olursunuz bence."(A.44, 30yaş).

Çalışmanın bu kısmında elde edilen bulgular çeşitli çalışmaların (Connidis and McMullin; 2002, Otnes Lowrey, and Shrum; 1997) bulgularıyla paralellik gösterir niteliktedir. Bu bulgular da, bazı katılımcılar tüketim ve çocukla ilişkilendirilen çeşitli ürünlere ve ideolojilere karşı çıkmışlardır. Bu bağlamda hem ilgili çalışmalara katılanlar hem de tez çalışmasına katılan anneler iyi anneliğin, annelik tanımlarının ve içeriğinin pahalı, aşırı tüketimle eşleştirilmesine karşıdır. Onlara göre bu argümanları destekleyen bazı çağdaş yorumlara da aynı şekilde karşı çıkılması gerekmektedir.

#### **4.5.1. Annelikle Birlikte Tüketimi Değiştiren Nedenlere İlişkin Bulgular**

Çalışma kapsamında anne olduktan sonra tüketim eğilimlerinde artma, değişme veya dengelenme anlamında dönüşen tüketim alışkanlıklarına ilişkin olası nedenler konusunda katılımcıların fikirleri sorulmuştur. Bu konuda verilen cevaplar genel olarak

değerlendirildiğinde; annelerin tüketim eğilimini artıran faktörler olarak artan alternatifler, çoğalan satın alma seçenekleri, sosyal medya, diğer annelerin kullanımı, sektörün baskısı ve iyi anne olmanın çocuğa en iyisini sunmak için daha çok tüketmeyle eşleştirilmesi gibi unsurlara dikkat çektikleri belirtilebilir.

Katılımcıların anne olduktan sonra tüketimi arttıran olası nedenlere ilişkin uzlaştıkları bir diğer konuyu “ilk çocuk deneyimsizliği” şeklinde kavramsallaştırmak mümkündür. Özellikle iki çocuk sahibi ya da ikinci çocuklarına hamile olan katılımcıların büyük bir kısmı (16 kişi), ilk çocuklarında daha çok tükettiklerini ikinci çocuklarında ise kazandıkları deneyim ile çok daha rasyonel ve ilkinde nazaran daha az tüketim gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir.

...örneğin ilk çocuğumda deliler gibi aldım diyebilirim şöyle sallanan varmış onu da altyım, yıldızısını da alayım, oyun halısının bir de üçgeni varmış onu da alayım...ikinci anneliğim tüketim alışkanlıklarımı azalttı ve rasyonelleştirdi...ikincide gördük işte bu ihtiyacı değil diyorsun, birçok şey boşunaymış gibi geliyor.” (A.12, 32yaş),

...ilk çocukta bilmiyorsun neye ihtiyacın olduğunu ve etraf ne derse desin dinlemiyorsun da, zaten öyle bir hava var ki daha çok, daha markalı, her şeyi alırsan sanki çocuğunun ihtiyaçlarını daha iyi biliyormuşsun, daha güzel gideriyormuşsun ve daha iyi anne oluyormuşsun gibi düşündürüyorlar sana ama ikinci çocuğunda deneyimlediğin için öyle düşünmüyorsun artık zaten ilk çocukta kalanları da kullanıyorsun. " (A.46, 29yaş).

Annelerin söylemlerinden hareketle anneliği deneyimlemiş olmanın annelik ekseninde gerçekleşen tüketim pratiklerinde azaltıcı bir etkisi olduğunu belirtmek mümkündür. Annelerin ilk çocuklarında anneliklerini bir anlamda sosyal çevrelerine sundukları ve desteklenecek davranışlar gerçekleştirdikleri düşünülebilir. Çalışmanın daha önceki kısımlarında da değinilen bu onay arzusu anneleri onaylanacağını düşündükleri davranışları benimsemelerine neden olmaktadır. Bu bağlamda ilk çocuklarında sosyal çevresinde ideal ve nitelikli annelikle tüketimin eşleştiğini düşünen annenin daha çok tüketerek bir anlamda anneliğini çevrelerine ispat etme çabası içine girdikleri değerlendirilebilir. İkinci çocuklarında ise hem ekonomik, hem tüketim kararları hem de annelik uygulamaları açısından yaşanan deneyime göre zaten ispatlanmış olan annelik yetilerinden ve bu doğrultuda hem azalan hem de rahatlayan tüketim alışkanlıklarından söz etmek mümkündür.

#### **4.5.2. Annelerin Farklılaşan Tüketim Pratiklerine İlişkin Bulgular**

Katılımcı annelerin değişen tüketim alışkanlıklarına ilişkin fikirleri değerlendirildiğinde; annelerin daha çok sosyal etkinlik şekilleri, beslenme, giyim konularındaki tüketim alışkanlıklarındaki değişimden söz ettikleri belirtilmelidir. “...beslenme alışkanlıklarım değişti. Asansör ve çocuk parkı olan mekânları tercih ediyorum,

sosyalleşme şekli ve değerlendirme kriterlerim değişti. Ev temizlik ürünlerini daha dikkatli alıyorum, kimyasaldan kaçınmaya çalışıyorum.” (A.5, 27yaş). Tüketim tercih ve alışkanlıklarında meydana gelen değişimi farklılaşan algıları ile bağdaştıran katılımcı ifadelerinden bazıları şunlardır;

...aslında hepsi değişti hem de tamamıyla ve değişti. Çünkü ben değiştim, bakışım, algım değişti. Örneğin gıda, yeme, içme, beslenme, daha sağlıklı, hazır olmayan ev yapımı şeyler aldım. Kıyafet ve gardırop da değişti. Daha çok bebek ürünleri almaya başladım. Sosyalleşme yok mesela oldukça geriledi. Daha öncelikli olarak soruyorsanız benim hayatımda önce gıda giyim değişti. Kendim her alanda son sıralara düştüm.” (A.9, 32yaş).

...En çok bakış açım ve algılarım değişti bunlar değişince de her şey otomatikman değişti aslında”(A.24, 28yaş).

Değişen tüketim alışkanlıklarına farklı bir pencereden bakan bir katılımcının fikirleri ise şu şekildedir;

...Anne olmadan daha genç ve toysun daha farklı bakıyorsun hayata. Anne olduktan sonra kendini salıyorsun, bakmıyorsun, kendinle çok ilgilenmiyorsun bu zamanda ve kendini unutupyorsun. Bebek olduktan sonra onun ihtiyaçları devreye giriyor. Biraz zamandan sonra kendinizi beğenmemeye başlıyorsunuz. Saçlar değişiyor, bakım değişiyor, kuaförde ciddi artış oluyor bu pazarda diyetislenler, estetistyenler, kuaförler ciddi kazanç sağlıyorlar. Kadın kendini beğenmedikçe eşler arasında kopmalar oluyor bence eşe ilgi alaka da düşüyor. Bunlar bir süreç ve tüm annelerde böyle. Çocuklardan sonra çok şey değişti benim iki çocuğumda zor ve uyumuyordu. Bebeklerden sonra eve kapandık ondan önce çok sosyaldık sonra hayat tekrar düzene giriyor ama tekrar sosyalleşmeye devam ediyorsunuz yavaş yavaş. E çocuklara bağlı olarak her şey değişiyor zaten ama zamanla eski hayatınıza dönüyorsunuz.”(A.10, 37yaş).

Tüm bu ifadelerden hareketle anneliğin tüketim alışkanlıkları üzerindeki değiştirici ve dönüştürücü etkisi saptanmıştır. Anneler çoğunlukla beslenme ve giyim alışkanlıklarını (hamilelik süreci kast edilmektedir) zorunlu olarak değiştirirken, sosyalleşme, kişisel bakım alanlarındaki tüketim pratik, sıklık ve alışkanlıklarını zamansızlık, maddi kaynakların çocuğa yönelmesi, mevcut zamanın tamamının çocuk ile geçirilmesi gibi etkenler nedeni ile değiştirdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde bu mecburi değişimin bazı anneleri zorlayan, anneliğin zor olarak tanımlanmasına neden olan bir yönü olduğu belirtilebilir.

...anne olunca değişmeyen bir şey kalıyor mu acaba? Sizinle görüşmemiz esnasında biz bu değişimin tüketim ayağını konuşuyoruz. Ama aslında arkadaş çevreniz, kocanızla ve ailenizle ilişkileriniz, gerginlik nedenleriniz, iş yaşamınız, kilonuz, çatlaklarınız, teniniz, bedeniniz...aslında her şey değişiyor anne olunca. Tüketime gelince; istediğiniz kadar kişisel bakımınıza özen gösteren, prensip olarak

mutlaka tiyatro, sergi, opera, sinema gibi etkinliklere katılan, sigara- alkol gibi zararlı alışkanlıkları olan ama bunu keyifle yapan ve daha birçok şeye sahip insanlar olun hepsi geçmişte kalıyor. Bu beni çok zorluyor işte, hatta benim için anneliğin en zorlayıcı noktasından biri. Kendinize yabancılaştığınız bir süreç bunlar, siz ve tüm alışkanlıklarınız geçmişte kalıyor, öncelik bebeğinizi geçiyor. Bunu dengeleyip eski hayatını özlemeyen var mı bilmiyorum, ama ben bunu başarabilmiş değilim, evet çok mutluyum anne olduğum için ama bu açılardan çok zorlanıyorum anne olduktan sonra insanların bana farklı bakmaları, bu anlamda rahatsız ediyor beni.”(A.43, 34yaş).

Bu bağlamda Hager (2011) de annelikten sonra önceliklerin aniden değişeceğini vurgulamaktadır. Ona göre anne olduktan sonra hayatı tamamen farklılaşan kadın ancak bir süre sonra normale dönebilecektir.

#### 4.5.3. Annelerin Tüketim Kararları Üzerindeki Olası Baskıya İlişkin Bulgular

Annelikle beraber değişen tüketim eğilimlerinin nedenleri ve tüketime yönelik bir baskının olup olmadığı da çalışma kapsamında araştırılmıştır. Görüşmeciler annelik rolüyle beraber belli şeylerin tüketilmesinin gerekliliği konusunda üzerlerinde baskı hissettiklerini belirtmişlerdir. Aşağıda yer alan alıntılarda da anneler hamilelikle başlayan annelik deneyimleriyle beraber hem yakınlıklarının hem de etraflarındaki insanların neler yapmaları gerektiği konusunda kendilerine öğütler verdiğini ve bu öğütlerin de belli şeyleri satın alıp tüketmeleri bağlamında üzerlerinde baskı yarattığını dile getirmişlerdir.

“baskı anneliğin her aşamasında var bence örneğin doğumda sade ve rahat pijama almayı düşünürken toplumsal baskı yüzünden çok kullanmayacağım ama çok şaşalı bir model tercih etmek zorunda kaldım. Doğum sonrası da çok etkiliydi, süt olsun bunu ye bunu yeme bu süte geçer, ilaç içeme, çocuğa şunu yap, bunu yapma vs.”(A.4, 33yaş).

“...hamile olduğum an; “bu annelik nasıl bir şey, anne olan olmayan, 60 yaşında olan 20 yaşında olan hatta kadın olan erkek olan herkes biliyor” dedim. Çünkü içimde bebek olan bendim ama annem, kayınpederim, eşim, arkadaşlarım, hiç tanımadığım teyzeler, hatta taksi şoförleri bile hamile olduğumu gördüklerinde yavaş hareket etmem gerektiğinden, yemem ve yememem gerekenlerden, almam gerekenlerden, anneliğin zor yönlerinden, çeşitli batıl inançlardan söz ettiler. Hamileliğimden itibaren bu tarz baskılar neticesinde giyimim, beslenmem, bakımım değişmeye başladı. Doğum yaptıktan sonra da rahatlamadım bu sefer süt olsun, çocuk dik dursun, yok hemen konuşsun...herkesin kendi yöntemleri var ve bunları idealleştirmişler. Hele biraz geleneksel bir ortamınız varsa bunlar daha da çok oluyor. Hamilesin çok kalabalıklara girme, araba kullanma, şunu ye, bunu ye ile başlayan liste doğumdan sonra artık annesin düzgün giyin, evinde yemek yap, çok oyuncak alma ya da hepsini al gibi değişiyor ama kesinlikle var var böyle bir baskı.” (A.34, 39yaş).

Katılımcıların anne olunca adeta yeni bir sosyal ilişki ağı içine girdiklerini düşünmek mümkündür. Annelikle birlikte bireyin çevresi anneliğinden hareketle genişlemekte veya

mevcut ilişkiler annelik ekseninde yapılandırılmaya başlanmaktadır. Güleç' e (2015) göre bireyin yeni çevresinde kurduğu yeni ilişkiler, tercih ettiği yeni iletişim biçimleri, karşılaştığı yeni insanlar ve onların tercihleri kişilerin bu sosyal hareketlenme esnasında tercihlerini, algılarını, kendisini ifade etme şekillerini değiştirir niteliktedir. Bu bağlamda annelerin tüketim kararları da hem kurdukları yeni ilişkiler ağı hem de farklılaşan iletişim temaları nedeniyle değişmektedir.

Annelikle birlikte üzerlerindeki tüketim baskısının arttığını belirtenlerin dışında bu baskıları çok fazla ciddiye almadıklarını dile getiren katılımcılar da olmuştur.

“...hiç baskı yaşamadım çok da insanlar beni ilgilendirmedi ben kendimi annelikte taçlandırıdım ve bununla gurur duyarak yaşadım bu yüzden üçüncü insanların düşünceleri benim için önemli olmadı ben kendim nasıl istiyorsam öyle yaşadım.”(A.10, 37yaş).

Bir diğer anne de yaşadığı tüm baskıların farkında olduğunu belirterek, bu baskılara rağmen davranışlarını değiştirmedğini aşağıdaki şekilde belirtmiştir.

“... baskı ile karşılaştım evet hatta hala karşılaşıyorum aslında ama ben yapı olarak kendi doğrularına sıkı sıkı sarılan bir insanım, buna inatçılık da diyebilirsiniz. Ben hamileyken sigara da içtim, alkol de tükettim tabii ki abartmamak şartıyla ama tüketmek istediğim bir şeyi sırf başkaları diyor ya da toplum onaylamıyor diye tüketmemek beni daha çok strese sokar ve bu bebeğime daha olumsuz yansır diye düşündüm. (A.47, 30yaş).

Katılımcı yukarıdaki alıntısında toplumun annelikle ilgili değer ve normlarına adeta meydan okumaktadır. Toplumun dışında kalma pahasına kendi doğrularını ortaya koymaktadır. Ancak Furedi'ye göre çocuklarla ilgili olarak alınan ve uygulanan kararların toplumun geri kalanı tarafından destekleneceğini ve zayıflatılmayacağını bilme ihtiyacı annelerin temel gereksinimleri arasında yer almaktadır (2013: 65, 255). Bu bağlamda yukarıdaki annenin diğer annelerin görüşleriyle örtüştüğünü iddia etmek güç gözükmemektedir.

#### **4.6. Annelik ve Çocuk Ekseninde Gerçekleşen Kutlama ve Armağanlaşma Pratiklerine İlişkin Bulgular**

Tezin ilk bölümlerinde yer alan kavramsal çerçeveye dayalı olarak çalışmanın bu kısmında annelik ve çocuk ekseninde gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratikleri ve bu pratiklere ilişkin anlamlandırma süreçleri saha verileri kapsamında değerlendirilmiştir. Annelere yöneltilen sorularla hangi geleneksel ve modern uygulamaları gerçekleştirdikleri ve bu uygulamalara yükledikleri anlam ve uygulamaların anneliği inşa etme mekanizmaları anlaşılmasına çalışılmıştır.

Katılımcılardan elde edilen veriler üç bölümde gruplandırılarak incelenecektir. İlk olarak annelerin bu uygulamalardan anne olmadan önce haberdar olup olmadıkları öğrenilerek gerçekleştirdikleri kutlama, armağanlaşma ritüellerine araştırılmıştır. Daha sonra annelerin bu uygulamalara yükledikleri anlamlar, kendilerinin ve diğer annelerin bu uygulamaları gerçekleştirme nedenlerine ilişkin fikirleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Son olarak da annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama armağanlaşma ritüellerini gerçekleştirme düzeyleri üzerinden anneleri sınıflandırıp sınıflandırmadığına ve bu uygulamaların geleneksel pratiklerden ayrıldığı noktalar ile bu ayrılışın nedenlerine ilişkin veriler değerlendirilmiştir.

#### **4.6.1. Annelerin Kutlama ve Armağanlaşma Pratiklerinden Haberdar Olma ve Gerçekleştirilen Kutlama, Armağanlaşma Ritüelleri**

Anne olduktan sonra tüketime bakışın ve algının değiştiği çalışmanın daha önceki kısımlarında katılımcıların ifadelerinden hareketle anlaşılmıştı. Çalışmanın bu kısmında annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratikleri bir tüketim unsuru olarak ele alınmış ve anneler üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu bağlamda ilk olarak annelerin bu ritüellerden anne olmadan önceki süreçte haberdar olup olmadıkları öğrenilmeye çalışılmıştır.

Kadınlar anne olduktan sonra anneliğe ilişkin pazarın imkânlarını, hâkim pratiklerin alternatiflerini, anne olunca alınması ve yapılması gerekenleri fark etmeye ve tüketmeye başlamaktadırlar. Örneğin Hogg' un arkadaşlarıyla 2004 yılında gerçekleştirdiği çalışmada hayatta yeni bir role geçiş yapmaya çoğunlukla pazardaki etkileşimin ve yeni role alışmayı kolaylaştıracak tüketimin de eşlik ettiği, bu değişimin de tüketimi artırdığı belirtilmiştir.

Katılımcı ifadelerinden hareketle annelerin konuya yaklaşımlarını üç davranış grubunda sınıflandırmak mümkün olmuştur: İlk gruptaki anneler anne olmadıkları dönemde bu gibi uygulamalardan ya haberdar değil ya da bu uygulamalara karşı sempatik bir bakış içinde değilken, anne olduktan sonra haberdarlıklarında ve uygulamalara bakışlarında olumlu ve ritüelleri sahiplenici, uygulanması gereken pratikler olarak görenler yer almaktadır. Katılımcı annelerin neredeyse tamamı (45 kişi) bu uygulamalardan hamileliklerinden önce de haberdar olduklarını ve uygulamalara ilgilerinin anne olduklarında arttığını dile getirmişlerdir. Bu düşüncelerini "...biliyordum böyle şeyleri, çoğu arkadaş ve tanıdıklarımın gerçekleştirdiklerine de katıldım ama anne olduktan sonra kendim de gerçekleştirmek istediğim için daha çok ilgilendim diyebilirim."(A.3, 35yaş) , ve "... anne olmadan bu kutlamaları duyuyordum ama çok sıcak değildim. Anne olduktan sonra işin rengi değişti tabii ki, hepsine olmasa da bir kısmına daha sıcak bakmaya başladım."(A.9, 32yaş) şeklinde ifade



etmişlerdir. Katılımcıların ifadelerinden hareketle kişilerin annelik rolünü üstlenmeleriyle birlikte armağanlaşma ve kutlama pratiklerine ilgileri arttığı gibi daha pozitif baktıkları da söylemlerinden anlaşılmıştır. İkinci gruptaki anneler uygulamalardan haberdarken ve konu dâhilindeki çeşitli davetlere aktif olarak katılmışken, henüz kendileri anne değilken bu gibi pratikleri gerçekleştirme hayalleri kurmuş ve anne olduktan sonra da kendi tanımlarına göre “fazlasıyla” bu uygulamaları gerçekleştirmişlerdir. Üçüncü grubu oluşturan katılımcıların ortak noktası ise birden çok çocuğa sahip oldukları için bu gibi uygulamalardan haberdar olan annelerdir. Bu grupta kendi içinde üç alt grupta incelenebilir: İlk grupta anneler ilk çocuklarında bu gibi uygulamaları yapmamış ya da yapmamışken ikinci çocuklarında bu uygulamaları fazlasıyla sahiplenilerek çoğu ayrıntı gerçekleştirilmiştir. İkinci grubu oluşturan anneler ise ilk çocuklarında bu gibi pratikleri gerçekleştirmiş fakat ikinci çocuklarında “zaten daha önce yaşadıkları, heveslerini aldıkları için diğer çocuklarında gereksiz bularak hiçbir uygulama yapmamış ya da sadece kendi annelerinin, anneannelerinin gerçekleştirdikleri geleneksel uygulamaları tercih etmişlerdir. Üçüncü gruptaki anneler yine birden çok çocuklu ve ilk çocuklarında bu gibi uygulamaları gerçekleştiren katılımcılardan oluşmuştur. Bu gruptaki anneler ise uygulamaları gereksiz, maddi açıdan külfetli görseler de sadece ilk çocuklarına yaptıkları ve “adil, adaletli” olma idealleri yüzünden diğer çocuk veya çocukları için de aynı oranda gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir.

Günümüzde bu doğrultuda gerçekleşen kutlama pratiklerinin oldukça çeşitli olduğu belirtilmelidir. Çalışma kapsamında babyshower, hastane odası süsleme, lohusa mevliti, diş buğdayı, ilk yaş kutlaması, pasta patlatma kutlamaları konusunda katılımcıların fikirleri alınmıştır. Çalışma kapsamında en sık gerçekleştirilen kutlama ritüelleri sırasıyla ilk yaş doğum günü, lohusa mevliti, diş buğdayı ve hastane odası süslemesi kutlamalarıyken, en az gerçekleştirilen kutlamalar 6 ay kınası, babyshower ve pasta patlatma olmuştur. Çalışma esnasında yeni kutlama ritüeli olarak katılımcılardan öğrenilen iki kutlama tespit edilmiştir. İlki gender (cinsiyet) partileri ve ikincisi de doğum günü hamamları olmuştur.

"... ben babyshower yaptım, hastane odası da süslettim, lohusa mevliti zaten yaptık, diş çıkınca da kutladık tabii ve son olarak ilk yaş doğum gününü kutladık o kadar şimdi ikinci yaşa hazırlanıyoruz. Ama çok arttı bu tarz şeyler, ben yetişemiyorum artık neyi kutlayacağıma aslında mesela bir hafta kadar önce gender parti diye bir şeye gittik ailece. Babyshower dan önce yapılan bir şeymiş bu bebeğin cinsiyetini anne de baba da herkesle birlikte, bir parti eşliğinde öğreniyorlar. Bana ilginç geldiği için annemle konuştum nasıl bir şey diye. İkinci çocuk düşünüyorum, aklımda kalsın istedim. Doktorla anlaşmışlar önceden doktor da bebeğin cinsiyetinden emin olduğunda bunu kapalı bir zarfa koymuş anneye vermiş, sonra parti hazırlıkları başlamış. Renklerden hem pembe hem mavi seçilmiş, hediyeler

hazırlanmış pasta kesilmeden önce annenin ve babanın ortak kararı olan bir kişinin eline cinsiyetin yazılı olduğu zarf veriliyormuş. Bu kişide cinsiyeti açıklıyormuş" (A.47, 30 yaş).

"...en son bir arkadaşımın kızı için yaptığı "doğum günü hamamı" na katıldım. İtiraf etmek gerekirse aklım durdu, gelin hamamındaki koca gelinin yerine 8-9 yaşlarında bir çocuk koyun o kadar. Geri kalan her şey aynı minik tefler, dansöz kıyafetleri, abartılı makyajlar, çocuğun arkadaşlarında da benzer kıyafetler.. Eğlendim mi? çok eğlendim ama ben çocuğuma yapmam çünkü çocuklar arasında da sonrasında bir yarış, bir rekabet yarattığını düşünüyorum. Çocuklar doyumsuz oluyor." (A.27, 25yaş).

Katılımcı ifadelerinden hareketle annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen pratiklerin doğasının dinamik olduğu ve sürekli yeni kutlama ritüellerinin ortaya çıktığını belirtmek mümkündür. Çalışma kapsamında ele alınan kutlama pratiklerinden en güncel olan babyshower partilerinin günümüzde gittikçe görünür hale geldiği düşünüldüğünde bu gibi yeni uygulamaların da ilerleyen dönemlerde yaygınlaşacağı beklenebilir.

Katılımcı annelerin mevcut kutlama ve armağanlaşma pratiklerini gerçekleştirme sıklıklarına bakıldığında; öncelikle hiç kutlama yapmayan anne bulunmazken katılımcı annelerin tamamının en az bir, çoğunun (35 kişi) ise birden çok kutlama ritüelini gerçekleştirdiği gözlenmiştir. En çok kutlama ritüelini gerçekleştiren annenin 6 kutlama gerçekleştirdiği anlaşılmıştır.

"...benim yapmadığım kalmadı, daha da olsa onları da yapardım. Çünkü zaten tüp bebek ile bir bebeğim oldu, o da çok zor oldu. Babyshower da yaptım, fotoğrafçı da tuttum, hastane odamı da süsledim, lohusa mevliti yaptım, 6 ay kınası yaptım, diş buğdayı yaptım, ilk yaşını zaten tartışmasız yaptım. Bir tanecik çocuğum var, bir daha anne olma şansım da yok. O yüzden ben de çocuğum da her şeyi yaşayalım istedim. Hepsine ayrı renk, ayrı konsept seçtim, evet çok para harcadım, yoruldum hatta zaman zaman da eleştirildim ama pişman değilim. Hatta bu aralar cinsiyet partisi gibi bir şey çıktı ona yetişemedim artık ama bizim oralarda ilerleyen yaşlarda çocukların doğum günlerini hamam da kutlayanlar var kızım bir daha büyüsün onu da yapacağım"( A.31, 42yaş).

"...ne duyduysam yaptım neredeyse, kim yapmışsa da hepsine katıldım. Sonuçta bir daha anne olup olmayacağımın garantisi yok ki, anneliğimi keyifle yaşamamın yollarından biri bence bunlar. Hamileyken babyshower yaptım ve çok eğlendim, kocaman karnımla çok da iyi hissettim. Doğum yapacağım gün hastane odasını da süslettim, fotoğrafçı da tuttum kızıma 6 ay kınası da yaptım, pasta da patlattım, ilk yaşını da yaptım, her yaşını da kutlamayı düşünüyorum. Bence bunlar eğlenceli şeyler." (A.33, 37yaş).

Yukarıdaki örneklerden izleneceği üzere bazı annelerin çocuk ve annelik ekseninde gerçekleşen ritüellerin neredeyse tamamını gerçekleştirdiklerini ve gerçekleştirmekten de mutlu olduklarını belirtmek mümkündür. Buna karşın bazı katılımcıların da ritüelleri uygulamayı tercih etmedikleri hatta eleştirdikleri belirlenmiştir.

"... Ben bunların hiçbirini yapmadım çünkü gereksiz bir tüketim olarak görüyorum. Yani günümüzdeki abartılı şekilleri ile yapmadım. Lohusa mevlitine de, diş buğdayına da, ilk yaş kutlamasına da birinci derece yakınlarımı çağırdım sadece. Çünkü çocuk olunca masraf çok artıyor bunlara verilecek paraları daha farklı şekilde değerlendirebilmeniz gerekiyor diye düşünüyorum. Toplu bir kutlama yapmadım. Gerçekten hayatımda ve yanımda olanlarla paylaştım her şeyi. Her aşamada kutlamalarım mütevazı oldu." (A.10, 37yaş).

Bu noktada belirtmek gerekir ki; görüşlerine başvurulmuş katılımcıların farklı sosyo-demografik özelliklere sahip olmaları farklı görüşleri benimsemelerinde etkili olmaktadır. Ritüellere yaklaşım konusunda payı olduğu düşünülen bu farklılıklar; çocuk sayısı, eğitim düzeyi, çalışma durumu ve evlilik süresi olarak şekillenmektedir.

Annelik ve çocukla ilgili kutlama pratiklerinde kutlamaya katılanlara sunulan armağanlar da bu çalışmada araştırılan konulardan birisidir. Tıpkı kutlama ritüellerinde olduğu gibi armağanlaşma pratikleri konusunda da annelerin tercihleri ve gerçekleştirdikleri uygulama sayıları da çeşitlilik göstermektedir. Annelerin hepsi en az bir armağanı kutlamalarda katılımcılara dağıtmışken, en çok armağanlaşma gerçekleştiren anne tüm kutlamalarla toplam 16 çeşit armağan dağıtmıştır. Çalışma kapsamında gerçekleştirdikleri kutlamalarda hiç armağan dağıtmadığını belirten annelerin çocuklarının adına özel olarak yapılmış çikolata, kurabiye gibi gıda malzemelerini ikram ettikleri anlaşılmıştır. Bu anneler "hiçbir şey yapmadı olmasın" diye bu ikramlarda bulduklarını ifade etmişlerdir. Örneğin "...sadece doğumdan sonra doğum şekerleri oluyor ya onlardan hazırladık bide gelenlere çikolata falan ama onun dışında hazırlamadım sadece doğum da işte doğumdan sonra ziyarete gelenlere vermek için, en azından onu yapmış olayım değil mi."(A.14, 41yaş) söylemi ile katılımcının aslında daha fazla armağan verilmesi gerektiğini düşündüğünü ancak sadece şeker ve çikolata verdiğini anlamak mümkündür. Ayrıca görüşmecinin söyleminden okunabilecek bir diğer unsur da bu durumun anne üzerinde baskı oluşturduğu ihtimalidir.

Katılımcıların kutlamaları esnasında sundukları armağanları üç farklı yoldan sağladıkları anlaşılmaktadır. Annelerin bir kısmı kutlamalarında verecekleri armağanları aşağıdaki örneklerde sunulduğu üzere kendileri hazırlamıştır.

"...kendim hazırladım prens şeklinde bir lavanta kesesi ve at şeklinde magnet gibi bir şey. Küçük prens konsepti belirledim. Sonra bir mevlit oldu onda da kadife lacivert kadife keselerinin içine dua kitapları, tesbih koydum, süsledim. Sonra diş buğdayı yaptım diş şeklinde anahtarlıklar hazırladım. ilk yaşta da kokulu çerçeveler içinde resmini hazırladım"(A.15, 34yaş),

"...her kutlama için bir armağan hazırladım ve kendim yaptım hepsini, kendim keçeden anahtarlıklar yaptım, diş buğdayında magnet yaptım, ilk yaşında da hazır aldığım çerçeveler içine bebeğimin resimi yerleştirdim."(A.18, 25yaş).

Katılımcı annelerin kalan kısmı da aşağıdaki örnekte dile getirildiği gibi tüm kutlama ve armağanlaşma ritüelleri için bu alanda oluşmuş profesyonel sektörlerle başvurarak onlardan armağanları satın almıştır.

“...Babyshower da kurabiye, magnet yaptırdım, taçlar yaptırdım ponponlu, balonlarla süsleme yaptırdım. Bebeğim geliyor şeklinde pasta yaptırdım. Bir renk konsepti vardı. Bebeğim geliyor yazdırdım birçok şeye. Her aşama için bir firma ile anlaştım onlar yaptılar, hazırladılar bize dağıtmak kaldı sadece. İlk yaşta magnetler, küçük şişelerin içinde banyo tozu, sabunlar yapıldı, yani toplam 3 armağan dağıttım ilk yaşında. İki yaşında da çocuğumun resminin olduğu bir magnet ile şeker hamurlu kurabiye hazırlattım. Birincisine nazaran biraz daha azdı ama yine özenliydi.”(A.11, 35yaş).

Katılımcı annelerin bir kısmı da aşağıdaki alıntılarda görüldüğü üzere kutlama ve armağanlaşma ritüellerine ilişkin armağanların çoğunu kendileri yaparken kalan kısmını bu tür profesyonel organizasyon firmalarından temin etmiştir.

“...birinci doğum gününde çok fotoğrafını çekmişim oğlumun bizim çektiğimiz fotoğraflardan derleyerek bir kolaj oluşturduk normal 9 -13 fotoğraf boyutunda onu magnet yaptırdık herkese birer tane oğlumun fotoğrafını verdik buz dolabına koyarlar diye kızımda da benzer şeyler yaptım.” (A.21, 38yaş).

“...Doğduğunda lohusa ziyareti için gelenlere çikolata verdik. İlk yaşı baya büyük bir organizasyon oldu. Çocuk grubu için bile hediyeler hazırladım. Bir konsept belirledim arabalı falan, her şey ona uygun oldu. Ayrı bir yer tuttum, Böyle kına kıvamında bir cemiyet oldu büyükler içinde magnet hazırlattım. İlk çocuğumda çok deneyimsizdik ve ne görüyorsak onu yaptık ve bu bizi mutlu etmedi sonra eşimle 2-3-4. Doğum günlerindeki her şeyi biz yaptık. Bazen geceler sürüyor, ilkinde her şeyi hazır yaptık. Sonrakilerde gelen arkadaşlara çam ağacı hediye ettik sonra hep beraber onları diktik.”(A.12, 32yaş).

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı gibi, bu alanda sektördeki çoklu alternatiflerin olması anneleri daha çok tüketmeye, daha çok armağan sunmaya ve daha çok kutlama gerçekleştirmeye yönlendirdiği düşünülebilir.

Annelerin çoğunlukla tercih ettiği armağan türleri arasında ilk sıralarda; magnet, anahtarlık, kokulu taş, kitap ayraç, koku şişesi, kalem ve kutlama çeşidine göre tesbih, yasin kitabı, kese yer almaktadır.

“...doğduğunda magnet yaptırdık mevlit te de tesbih ve yasin kitabı yaptırdık.”(A.8,28yaş).

“...verdik tabi magnet tarzı yaptırdık ikisinde de böyle kokulu bide küçük cevşenli tesbih verdik mevlit te. İlk yaşına da şimdi iki ay kaldı yaşına girmesine ya bakıyorum arkadaşlardan kutlamalardan falan filan işte örnek alarak şuan kesin bi karar vermedim ama yapacağım, herkesin yaptığından farklı şeyler yapmak istiyorum ama çok araştırmaya vaktim olmuyor, araştırıyorum”(A.23, 29yaş).

Annelerin tercih ettiği armağan türlerinde armağanların ekonomik maliyetleri ya da işlevsel olup olmamalarından ziyade görece manevi değeri daha yüksek objelerin armağan olarak tercih edildiği görülmektedir. Örneğin;

"...ben gerçekleştirdiğim her kutlama sonrasında verdiğim armağanın çocuğumdan izler taşımasına özen gösterdim açıkçası. İlkinde onun hastanedeki el ve ayak izlerini küçülterek, güzel bir dörtlük yazıp bir kitap ayracına dönüştürdüm, dışında kızım ısırdığı ilk şeyin kalıbını şeker hamurlu kurabiyelere çıkarttım, ilk yaşında da bebeğimin resminin olduğu çerçeveler verdim. Bunların hepsi çocuğumdan şeyler, çok anlamlı şeyler, maddi olarak bir şey tutmuyor yoksa, ben o arkadaşlarımın evine gittiğinde çocuğumdan bir iz görmekten çok hoşnut oluyorum. Onlara armağan ettiğim şeyler sayesinde hatırlanıyoruz, bir bağ oluyor sanki aramızda."(A.30, yaş31).

Bu bağlamda annelerin sundukları armağanlara aynı zamanda bir anlam yüklediği belirtilmelidir. Yaşanan armağanlaşma sayesinde bu ritüellerde tören haline gelen tüketime konusu olan armağanların da kategorileşen bir içeriği bulunmaktadır. Dolayısıyla armağanların içerdiği sembolik anlamlar da kutlamalara katılanlar tarafından çözümlenir. Bu noktada Mauss' un (2002) armağana ilişkin fikirleri akla gelmektedir. Ona göre armağan veren sağlayıcı, sadece bir önemi değil, kendisinden bir parçayı da vermiş olur, armağan, vericisinden ayrılamaz. Bu bağlamda kutlamalara gelenlere verilen armağanların hem bir ruhu vardır hem de anneler bu armağanlara çeşitli şeyler yansıtırlar. Örneğin estetik zevkleri, yaratıcı yönleri, ekonomik güçleri, hassas düşünceleri bunlardan birkaçı olarak düşünülebilir. Haliyle armağanların hem sosyal içeriği hem de sosyal bağ yaratan işlevi katılımcı ifadelerinden hareketle tespit edilmiştir.

#### **4.6.2. Annelerin Kutlama ve Armağanlaşma Ritüellerine Bakışına ve Bu Pratikleri Gerçekleştirme Nedenlerine İlişkin Bulgular**

Çalışmanın bu kısmında katılımcıların ilk olarak günümüzde yaygın ve hâkim olan bu ritüellere bakışı irdelenmiştir. Bu bağlamda annelerin pratiklere ilişkin fikirleri, uygulamaların gerekliliğine ve işlevine ilişkin düşünceleri ve uygulamalara yönelik olumlu ve olumsuz eleştirileri çözümlenmeye çalışılmıştır.

Derinlemesine görüşmenin diğer aşamalarında olduğu gibi bu aşamada da annelerin fikirlerini belli gruplara ayırmak mümkündür. Öncelikle annelerin neredeyse tamamının (44 kişi) bu uygulamaları gereksiz gördükleri bilgisine ulaşılmıştır. Bu görüşe çoğu annenin katılmasına rağmen katılımcı anneler arasında kutlama ve armağanlaşma pratiklerini uygulamayan annenin bulunmaması dikkate çekicidir. Annelerin neredeyse tamamı bu uygulamaları gereksiz görse de bu ritüellerin bir kısmını gerçekleştirmiştir. Sadece uygulama

sıklığı, sayısı, şekli ve uygulamaların yapılış nedenlerine ilişkin görüşleri bakımından birbirlerinden ayrılmışlardır. Örneğin bazı anneler bu uygulamaların geleneksel şekillerini uygulamayı uygun görürken kendi annesi, anneannesi ne yaptıysa aynısını gerçekleştirmiş, bunların dışında kalan anneler yeni ortaya çıkan uygulamaları “gereksiz bulduklarını” belirtmişlerdir.

“...ben hiçbir şey yapmadım diyebilirim yani günümüzdeki şaşalı şeylerle kıyasladığımda ona varıyorum. Yani yaptığım şeyler bizim annelerimizin, ninelerimizin yaptıklarından çok fazla olmadı. Hastane odası falan süslemedim, bana fazlası gereksiz geliyor neyi süsleyeceğim zaten ağrım var, acım var, biran önce çıkmak istiyorum. Bir tek çikolata, badem şekeri ve lohusa şerbeti yaptırdım o kadar. Diş buğdayını evde kendimize kadar yaptım anneanne, babaanne falan akşam yemeği yer gibi yedik. İlk yaşında da yakın akraba ve arkadaşlarımız geldi bir pasta kestik o kadar zaten çocuk bir şey anlamıyor. Armağan falan da hazırlamadım” (A.27, 25yaş).

Bazı anneler ise tam tersi geleneksel uygulamaların bir kısmını gerçekleştirmemiş, gerçekleştirdiklerini de modernleştirerek günümüze uygun hale getirdiğini belirtmiştir.

"...yaptıklarımı düşününce, ben daha çok annemlerin, yaşlıların yapmadıklarını yaptım diyebilirim. Etrafimdakilerde daha çok öyle yapmıştı aslında ben de bir anlamda çağa uygun olsun istedim. Yine annelerimizin yaptığı doğum günüdür, mevlit tir onları yaptım ama ortamı süsledim, hediyeler dağıttım öyle olunca geçmişte yapılanlardan ayrılmış oldu (A.44, 30 yaş).

Bazı katılımcılar ise uygulama konusunda sadece günümüzde ortaya çıkmış pratikleri benimsediklerini vurgulamıştır.

“...zaten anneler, nineler zamanın da yapmış ben farklı şeyler yapmak istedim. O yüzden babyshower ile başladım, hastane odamı süslettim, hatta benim zamanımda olsa kesinlikle şu cinsiyet öğrenme partisinden de yapardım. Bunlarda günümüzün gelenekleri sonuçta.”( A.31, 42yaş).

Derinlemesine görüşme esnasında elde edilen verilere göre annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerini gereksiz bulmalarının çeşitli nedenleri vardır. Bu nedenler annelerin deneyimlerine, sosyo-kültürel çevrelerine, sosyal medyayı kullanım şekillerine ve diğer farklı etkenlere göre değişmektedir. Annelerin bu uygulamaları gereksiz bulma nedenlerinden biri uygulamaların herhangi bir toplumsal zorunluluk içermemesi ve bireysel kararın bir neticesi olarak yorumlanmasıdır. Aşağıdaki örneklerde de bu durum gözlenmektedir.

"...herkesin kendi keyfi, kendi isteği, kendi arzusu bence. Her ne kadar bu konuda bir mahalle baskısı olmaya başlasa da bu baskıyı hayatına yansıtma, yansıtma bunların hepsi kişiye ait kararlar bence." (A.32, 37yaş)

"... bence gerekli değil, yapsanız ne olur yapmasanız ne olur? Sonuçta bu kutlamaların asıl aktörü yani bebeğiniz hiçbir şey anlamıyor. İleri de birkaç resme bakacak sadece. Kimse de zorlamıyor illa yap, et diye kişiler ama daha çok anneler tamamen kendileri karar veriyorlar bence" (A.36, 25yaş).

Annelerin bu uygulamaları gereksiz bulma nedenlerinden bir diğeri ise özellikle bu kutlamalarda verilen armağanların ve harcanan para miktarının görece gereksiz bulunmasıdır.

"Çok gereksiz buluyorum, onların hepsi alınıp çöpe atılıyor. Kendi çocuğumunkileri saklamayı tercih ederim." (A.1, 31yaş),

"... Bence bunu artık önüne geçilmesi lazım, ben şahsen çok sıkıldım, evimin her yeri böyle saçma sapan şeylerle dolu. Atayım diyorum atamıyorum ama hoşlanmıyorum da. Mesela bu ay iki sünnet vardı bizim sitede biri 3 ayrı her şey verdi. Nazar boncuğu, çocuk fotoğrafı verdi ben ne yapayım onun fotoğrafını. Kendime yapar mıydım? Bu şekilde yapmazdım, çok yakınlarıma hatıra kalsın isterdim ama bunu bir şölene dönüştürüp abartmazdım." (A.12, 32yaş),

"...nefret ediyorum bu şeylerden, zaten hiçbir şey yapmadım. Ne kadar gitmeyeceğim desem de ya da gitmesem de sağdan, soldan bir sürü ıvır zıvır geliyor onun kızının, bunun oğlunun dişi çıkmış, doğmuş, yürümüş, bir yaşına girmiş, hami olmuş falan filen arttırın arttırabildiğiniz kadar. Evim dolabım doldu taşı saçma sapan şeylerle, ay bebek resmi var diyorum atamıyorum da ama hoşnut değilim bence bu saçmalık" (A.28, 35yaş).

Annelerin bu uygulamaları gereksiz bulma nedenlerinden diğeri de katılımcı annelerin bir kısmının geleneksel uygulamaları daha mütevazî bularak yeni modern uygulamaları tercih etmemeleridir.

"... olumlu bakmıyorum bence çok gerekli değiller. Çocuklar açısından ileride olumsuz etkileri olacağını düşünüyorum. Annelerin bu tutumu bana garip geliyor, aile ortamında gerçekleşen doğum günleri bence çok daha iyi, daha sıcak geliyor. Diğer türlü bir yarışa dönüşüyor. Arkadaşlarım arasında bu bir yarış herkes bir üstünü yapıyor, herkes bir üstünü yapıyor ve bunun bir sonu yok."(A.2, 27yaş)

"...bizlerin anneleri yapmamış böyle şeyler hiç bence pek de güzelmiş. Ben annem, anneannem ne yaşadıysa bir anlamda onu yapıyorum, abartmadan. Çünkü sonu yok, o kadar çok abartılıyor ki bence gereksiz bu yüzden. Eskiden daha mütevaziymiş bu şeyler, insanlarda daha mutluymuş böyle anlamsız, gereksiz yarışlar yokmuş, bence daha doğru." (A.39, 29yaş).

Araştırmaya katılan annelerin bazıları da söz konusu kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin ciddi ekonomik bir sektör olduğuna dikkat çekerek söylemlerinde bu kutlamaların ticarileşmesine dikkat çekmişlerdir.

"... Gerekli değil bence. İnsanların hevesi de ilgisi de var. Tüm detayları isteyenler var, bu bir sektör oldu, insanları sömürüyorlar. Oda süslemesi mesela 2000 verenler var ama o tülün maliyeti çok daha az. Çok ciddi paralar dönüyor, ciddi bir sektör oldu ve ben insanların artık sömürüldüğünü düşünüyorum." (A.5, 27yaş),

"... bence gereksiz çünkü çok büyük paralar dönüyor bu işte. Her sokakta bir parti evi var, insanlar sosyal medya hesaplarından hediyeler, kurabiyeler yapıyorlar, organizasyon firmaları artık düğünlerden çok bu şeylerden para kazanıyor. Üstelik her sene, her yaşta, neredeyse her evrede kutlanacak bir şeyler bulunuyor. Bence bu çılgınlık, her şeyin bu kadar ticarileşmesine karşıyım ben."(A.28, 35yaş).

Bazı görüşmeciler de bu uygulamaları ilk çocuklarında deneyimlemiş ve bir anlamda bu pratiklerden alacakları doyumunu sağladıkları için diğer çocuklarında tekrar yapmamışlardır.

"... Gerekli değil kesinlikle ikinci çocuğum olsun kesinlikle yapmam" (A.6, 30yaş)

"...ben onlardan kusacağım artık, gerçekten böyle hissediyorum. Anne olmadan hiç ilgimi çekmezdi fotoğrafını görsem o ne diye bakardım. Şimdi, ikinci hamileliğimde yine o aşamaya geldim. Ama ilk çocuğumda müthiş ilgi duydum ama şimdi ikinci çocuğumda çok saçmalık gibi geliyor"(A.12, 32yaş).

Yukarıda görüşlerine başvuru alan iki annenin en büyük ortak özelliği ikisinin de ikinci çocuklarına hamile olmasıdır. Dolayısıyla kutlama ve armağanlaşma pratiklerini uygulama sıklığının ilk çocuktan ikinci çocuğa doğru azalan bir seyir izlediğini belirtmek mümkündür. Fakat katılımcı annelerin bazıları da iki çocuk sahibi olmalarına ya da ikinci çocuklarına hamile olmalarına rağmen oldukça farklı düşünmektedir.

"... Tabi çok ilgimi çekmiyordu o kadar haberdar değildim hani ama işin içine girince daha çok algın artıyor değişiyor... ilk çocuğumda, yani 7 yıl öncesinde daha az böyle şeyler vardı hatta tamamen eskisi gibiydi, bu kadar sektör de malzemedeymiş, hediye de yoktu ama şuanda herkes yaptığı için sende onu yapma gereği duyuyorsun bazen hani misafir geliyor onu da yapmalıyım ben diyorsun. Mesela benim iki çocuğum arasında 7 yaş var, dediğim gibi ilk çocuğumda böyle şeyler yoktu bende ikincisinde yakalamak, hevesimi gidermek istedim iyi ki de yapmışım"(A.19, 34yaş).

"...bence çok keyifli şeyler bunlar ben ilk doğum yaptığımda babyshowermiş, hastane odası süslemeymiş, küçük hediyelikler hazırlamakmış yoktu böyle şeyler hiç, 12 yıl önce hastaneden sonra direk eve gelir, bir tek 40 mevliti ile ilk yaş yapardık ama şimdi annede düşünülmüş, misafirler de düşünülmüş, her şey var artık, bir sürü cemiyet olmuş, birçok anı birikiyor ne güzel. İkinci çocuğumda hepsini doya doya yaptım, içimde kalmadı hiçbir şey çocuğuma da birçok anı biriktirdim. İlk çocuğumda olsaydı ona da yapardım ama onun zamanında yoktu. Biraz adaletsizlik mi oldu diye düşünüyorum bazen ama benimle ilgi değil ki, yeni çıktı böyle şeyler." (A.48, 41yaş)

Diğer katılımcıların ifadeleri de göz önüne alındığında annelerin bu kutlama ve armağanlaşma ritüellerinden haberdarlıklarının ve pratikleri gereksiz bulma oranlarının yüksek fakat uygulama ya da benimseme oranlarının hem iki gebelik arasında geçen zamana hem de ilk gebeliklerinde bu pratikleri uygulama ya da uygulamama durumlarına göre değiştiği gözlenmektedir. Annelerin uygulamalara bakışını değiştiren etkenlerden bir diğeri gerçekleştirilen uygulama sayısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda gerçekleştirdikleri uygulama ve armağan sayısı arttıkça annelerin ilgili ritüellere daha pozitif



yaklaştıkları ve görece gerekliliğine inandıkları, bu sayı düştükçe de daha negatif bir bakışa sahip oldukları anlaşılmıştır.

“...ben etrafımda gördüğüm, çeşitli ortamlardan duyduğum her şeyi yaptım. Ekonomik durumum müsait olduğu için fazlasıyla armağan da dağıttım. Fırsatım olduğunca diğer akraba ve arkadaşların yaptığı kutlamalara da katılıyorum. Bence çok güzel şeyler bunlar, hatta artık birbirinden uzakta yaşayan yakınları bir araya getirmek, paylaşım gerçekleştirmek için de gerekli.” (A.38, 24yaş).

Bu uygulamaları gerçekleştirmeye daha ilgili annelerin heves, özen, anı biriktirme gibi kavramları kullanarak bu durumu anlatmaya çalışmışlardır.

"...Ben yapı olarak severim bu tarz şeyleri, o yüzden bana mantıklı gelenleri yaptım. Diğer insanlar neden yapıyor? Bence onların hoşuna gidiyordur." (A.3,35yaş)

"...Ben de büyük bir özenme vardı. İlk defa anne oluyorum, çocuğum en kıymetlim, ona her şeyi yapmak istedim ama dedim ya sonu yok sonradan kendime geldim. Olması gereken bu değilmiş dedim. Diğer insanlar da bence özeniyorlardır."(A.6, 30yaş)

"...Her aşamada bir kutlama var neredeyse günümüzde, beraberinde ufak tefek armağanlar da veriliyor tabi ama bana fazla geldi hani gerek görmedim çoğuna ama dediğim gibi yadırgamadım da hiç bazıları çok yadırgıyorlar ben öyle değilim. Ben yaptıklarımı tamamen kendim istediğimden ve sonuçta ben yapanlara gidiyorum ben de davet edeyim diye yaptım."(A.25,32yaş).

Annelerin ifadelerinden hareketle annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen bu kutlama ve armağanlaşma pratiklerini bazı anneler kendi seçimleri doğrultusunda bazıları ise aşağıdaki örnekler de olduğu gibi kendileri istemese de eş, kayın valide ya da arkadaşların ritüelleri yerine getirmek istedikleri için gerçekleştirmişlerdir.

“...Mesela bizim ailemizde benden ziyade eşim çok meraklı ve o daha çok istedi. O tüm detayları istedi ve yaptı. Sadece bana bırakılsa çok fazla yapıp çeşitlendirmeye bilirdim ama yine de yapma ihtiyacı hissedirdim.” (A.9, 32yaş).

“...eşim daha çok yaptı aslında, o benden daha meraklı böyle şeylere, sadece bana kalsaydı işte onun doğumuna hatıra olacak küçük bir şey yapardım işte gidip çikolatasıdır kolonyasıdır şudur budur yapmazdım ama eşim oldukça detaylı bir şekilde herşeyi ile uğraştı diyebilirim.” (A.24, 28yaş).

Katılımcıların bir kısmı bu uygulamaları gerçekleştirme konusunda üzerlerinde sosyal bir baskı hissettiklerini, sosyal norm ve değerlerin dışına çıkmamak adına söz konusu uygulamaları yerine getirdiklerini anlatmışlardır.

"...Ben istediğim için ve itiraf etmek gerekirse etrafımdaki çoğu arkadaşlarım yaptığı için yaptım. Diğer kişilerin de bu doğrultuda olduğunu düşünsem de özellikle babyshower konusunun tamamen özentilikle alakalı olduğunu düşünüyorum."(A.4, 32yaş),

"...Çok onaylamadığım halde gerçekleştirdim hem etrafımın baskısı hem de ben de herkes yapıyor diye düşündüm ve malzeme alıp kendim hazırladım."(A.5, 27yaş)

"...Bir kere günümüzde yapılmadığı zaman yadırganıyor. Ama benim yapma nedenim daha çok çocuğum için bir anı biriktirmek, kendi açımdan da moralime iyi gelmesi oldu. E tabi özellikle mevlit konusunda ailelerinde bir yaptırımı oldu. Şart da değil ama gösterişi seven, zengin olduğunu göstermek isteyen insanlar için bu tarz şeyler çok güzel bir fırsat. İnsanlar adeta hayatı algılama ve uygulama biçimlerini yansıtıyorlar."(A.7,28yaş),

"...Yapmasan olmaz gibi artık, hiçbir şey yapmadığın zaman kendini tuhaf hissetmene neden oluyor bu durum. Mesela bizim ailemizde benden ziyade eşim çok meraklı ve o daha çok istedi. O tüm detayları istedi ve yaptı. Sadece bana bırakılsa çok fazla yapıp çeşitlendirmeye bilirdim ama yine de yapma ihtiyacı hissederdim."(A.9,32yaş).

Katılımcılar tarafından gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratiklerine ilişkin ifade ve yaklaşımları arttırmak mümkündür. Fakat katılımcıların ortak davranışları söz konusu olduğunda pratiklere geliştirilen tutumlardaki etkileyici unsurların oldukça fazla olduğu ve kişiden kişiye değiştiği belirtilmelidir. Bu doğrultuda Cengiz' e (2009) göre içinde yaşadığımız modern yaşam biçimi zaten arzuların, ihtiyaçların, toplumsal ve bireysel seviyelerdeki taleplerin ve bu sistem içindeki tüm kaynakların birbirini etkilediği bir tüketim kültürünce şekillenmektedir. Bu bakıştan hareketle çalışma kapsamında bir tüketim unsuru olarak ele alınan ritüelleri hem katılımcıların hem de katılımcıların gözlemlerinden hareketle diğer annelerin gerçekleştirme nedenleri irdelenmiştir. Bu nedenler kuramsal ve kavramsal çerçevede sunulan tartışmaları destekler niteliktedir. Buradan hareketle annelerin çoğunlukla heves, özen, anı biriktirme, kendini iyi hissetme, gösteriş, yarış, rekabet, abartı ve moda gibi nedenlerle kutlama ve armağanlaşma pratikleri içerisinde yer almışlardır.

Annelerin hem kutlama hem de armağanlaşma ritüellerini gerçekleştirmesinde ve şekillenmesinde etkili olan unsurların ilkinin içinde bulunulan sosyal çevre olduğu görülmüştür. Katılımcı annelerin anlatılarında sıklıkla vurgulanan bu yaklaşıma göre anneler yakın çevrelerindeki benzer rollere sahip diğer annelerin yani "roldeşlerinin" uygulamalarında gerçekleştirdikleri gözlemlerden hareketle kendi uygulamalarının içeriklerini ve sayısını belirlemektedirler.

"...hamileyken çocuğum olunca şunu yapacağım, şunu yapmayacağım diyordum, sonra ilk bebeğime hamile kaldım ve gördüğüm, katıldığım, araştırdığım şeylerden sonra kendime bir seçim yaptım. Zaten etrafımda hemen hemen herkes bu tarz şeyleri az çok uyguladığı için kolay oldu kendi yol haritamı çizmek. Bir süre sonra herkes yaptığı için genel kurallar belli oluyor ve yapmayanların ardından çeşitli dedikodular oluyor. Yani benim çevremde herkes yaptığı için bu konuda duyarlılar diye düşünüyorum, sonuçta bu bir rutin olduğu için herkesin yapması beklenirken yapmayanlar içinde sebepler aranıyor" (A.32, 37yaş).

Nitekim O'Donohoe ve arkadaşları (2014) da annelerin kendilerini başkaları ile kıyasladıklarına ve bu bağlamda değişen tüketim tercihlerine değinmişlerdir. Onlara göre kullanılan tüketim ürün ve hizmetleri annelerin diğerleri tarafından nasıl görüldüğünün ve yargılandığının yanı sıra annelikleri dâhilindeki birçok uygulamayı da şekillendirir niteliktedir. Benzer bir şekilde armağanlaşma pratiklerinin Türk tarihindeki yerini değerlendiren Sakarya'ya (2006) göre süregelen bu gibi gelenekler sosyal ilişkiler aracılığıyla sosyal itibar ve dayanışma sağlamak, onur kazanmak gibi birçok işlevsel içeriğe sahiptir. Çalışma kapsamında düşünüldüğünde her anne farklı bir çevre tarafından kuşatılmıştır. Annelerin kendisini yakın hissettiği gruplar da bu grupların adeta norm haline gelen gelenekleri de kişilerin annelik ve çocuk ekseninde gerçekleştirdikleri ritüellerin çerçevesini çizmektedir. Nitekim Şahin (1992) bu konuda referans grupların öneminden söz eder. Ona göre referans grupları bireylerin özendiği, idealize ettiği ve normlarını benzetmeye, yaşam tarzını yakınlaştırmaya çalıştığı gruplardır. Bu noktada sosyolojinin temel dayanağı olan; toplumun insan davranışlarını kuşattığı, şekillendirdiği savunusu düşünülmelidir. Bu bağlamda annelerin gerçekleştirdikleri ritüellerin türü, içeriği, katılanları ağırlama şekilleri, sundukları armağanlar hem onların içinde buldukları sosyal çevre tarafından sosyal statülerini belirlemelerine hem de onlarında diğer bireyleri bu ritüeller üzerinden değerlendirmelerine neden olmaktadır. Katılımcı ifadelerinden hareketle bu süreçte annelerin daha önce katıldığı benzer pratiklerdeki deneyimleri belirleyici olabilmekte ve diğerleriyle kıyaslanarak gerçekleştirecekleri ritüellerin içeriğini değerlendirilmektedir. Dolayısıyla katıldığı kutlamaların sayısı fazla olan anne de bu kutlamaları yapmak isteyebilmekte ya da fazla armağan almış anne kendisi de birden çok armağan hazırlama eğilimine girebilmektedir.

Kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin annelerin ekonomik yeterlilik, estetik zevk, olası beklentilerinin değerlendirilmesi bağlamında ipuçları verdiği de söylenebilir. Bir görüşmecinin vurguladığı gibi "... bu uygulamalardaki harcama eşiğinize göre ekonomik durumunuz hakkında bilgi veriyorsunuz aslında."(A.9, 32yaş). Bu bağlamda annelerin bu ritüelleri gerçekleştirme çabasının temel odağı bir sosyal onay arayışı olarak yorumlanabilir. Bu sosyal onay ihtiyacının anne üzerinde iki davranışa sebep olduğu görülmektedir. İlk olarak anne takdir edildiğini düşündüğü herhangi bir kutlama ve armağanlaşma pratiğini kendi koşullarıyla uyumlaştırarak kısmen "taklit" etme yoluna gidebilir. İkinci olarak da anne şimdiye kadar yapılmamış bir şey yaparak görece farklılığını vurgulamak isteyebilir. Bu aşamada gerçekleştirilen "taklit" ya da "benzer uygulamaların" gerekçesi "başkası yapıyor" ya da "herkes yapıyor" gibi cümlelerde ifadesini bulur. Bu noktada Simmel' in (1957) moda akımları taklit eden bireylerin eylem sorumluluğunu başkalarına yükleyerek bu davranışı

devam ettirdiklerine ilişkin bakışı akla gelmektedir. Onun bu yaklaşımından hareketle annelerin benzer uygulamaları gerçekleştirme nedenlerini anlamak mümkün görünmektedir.

"... bir şeyi herkes yapıyor ve siz yapmıyorsanız insanlar maddi, manevi bir sıkıntı arıyor artık. Paranız yok ya da ilgisizsiniz gibi düşünülüyor. Etrafımda sırf herkes yapıyor diye, geri kalmamak için ya da sosyal medyadaki hesaplarında üç beş kare havalı resim paylaşmak için yapanlar var." (A.33,37yaş).

Bu ifadeden hareketle bir tüketici davranışı kuramı olan geri kalmama etkisi, sürüye katılma talebi veya Bandwagon etkisini bir tüketici olarak annelerin kutlama ve armağanlaşma ritüellerinde görmek mümkündür.

Chae (2015) ise günümüzde annelik ekseninde gerçekleşen bu uygulamaların nedenini rekabet odağında açıklamaktadır. Ona göre güncel annelik ideolojisinde annelerin deneyimleri karşılaştırılarak, rekabet güçlendirilmekte, hatta ilgili uygulamalar da bu konudaki rekabeti teşvik eden bir konumda bulunmaktadır. Benzer bakış katılımcı ifadelerinde de gözlenmiştir. Bir görüşmeci konuya ilişkin "...Kadınların arasında rekabet yüzünden böyle, bu kadar fazla, herkes bir yarış içinde adeta" (A.6, 30yaş) cümlesini diğer bir görüşmecide "...bu çok popüler bir yarış gibi. En yakın arkadaşlar bile gizli bir rekabet içinde, herkes en görülmemişi, en iyisini yapma ve bunu çeşitli platformlarda paylaşma niyetinde." (A.30, 31yaş)cümlesini kullanmıştır.

Annelerin bu ritüelleri gerçekleştirme gerekçelerinden bir diğerinin de "karşılıklılık" esas olduğunu belirtmek mümkündür. Çalışma kapsamında katılımcı annelerin bazıları kendileri bu gibi kutlama ve armağanlaşma ritüellerine katıldığı için bunları gerçekleştirmek zorunda hissettiklerini belirtmişlerdir. "...bende şu an da en azından bir şey yapmaya çalışıyorum hem anı olsun hem de bu anlamda başkalarının gözünde az da olsa bir borcum varsa bunu ortadan kaldırayım diye" (A.17, 30yaş). Benzer bulgu Birekul tarafından 2014 yılında gerçekleştirilen çalışmada da gözlenmiştir. Nitekim Bauman' a göre de armağanlaşma eşdeğer mübadelesi ile birlikte toplumsal ilişkinin belirleyicisi ve sürdürücüsü olarak karşılanmaktadır. (1998: 102). Dolayısıyla "...Sonuçta herkesin yaptıklarına gidiyorsunuz, size küçük de olsa hediyeler veriyorlar. Bir anlamda borçlanıyorsunuz da. Siz de yapıp onları çağırıyorsunuz böylece."(A.4, 32yaş). Katılımcının ifadesinden de anlaşılacağı üzere armağanlaşma ve kutlamaların hem bir "değiş-tokuş" hem de bir "karşılıklılık" içerdiğinden söz etmek mümkündür. Hatta İnsel (2003) bu bağlamda armağan değişiminde geri vermek kadar verilenleri almanın da önemli olduğundan ve bu sessiz zorunluluğun toplumsal ilişkiyi sürekli kılan bir eylem olduğunu vurgulamaktadır. Zeybek' e (2013) göre de armağanlaşmadaki bu "karşılıklılık" düşüncesi "sözleşmelerden daha bağlayıcı" ( s.138) olabilmektedir. Bu noktada Godbout' un (2003) armağan ilişkilerinde bir ilke olarak "verdiğin

kadar almak" eyleminden söz etmek gerekmektedir. Bu durumu bir görüşmeci "...bu da bir nevi alışveriş aslında, iadei armağan gibi yani. Sonuçta siz gidiyorsanız, siz de çağırmanız bu beklentiyi hissediyorsanız ve geniş bir çevreniz varsa da otomatikman yapıyorsunuz zaten."(A.37, 29yaş) şeklinde ifade etmiştir. Bu bağlamda Demez' in de belirttiği gibi armağanlaşmanın modern toplumda ortaya çıkan biçimini geleneksel anlamda armağan ilişkileri ve karşılıklılık, bağımlılık anlamlarında ele almak gerekmektedir (2011: 88). Birekul'a göre ise armağanlaşma karakteristik olarak bir karşılıklılık barındırmakta ve armağan verme yükümlülüğü, armağan alma yükümlülüğünü beslemektedir (2014: 37). Mauss' a (2003) göre de bu durum armağanlaşmanın görünüşte gönüllü olsa da aslında zorunlu yükümlülükler taşıdığına bir göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla annelerin de gerçekleştirdikleri armağanlaşma pratikleri üzerinde bu karşılıklılık etkisini okumak mümkün görünmektedir.

Çalışma kapsamında irdelenen bir diğer konuda hem katılımcı annelerin hem de onlara göre diğer annelerin bu kutlama ve armağanlaşma pratiklerini gerçekleştirme nedenleridir. Görüşülen annelerin bu uygulamaları gerçekleştirme sürecinde referans aldıkları annelerle kendilerini kıyaslayarak kutlama ve armağanlaşma pratiklerini yapıp yapmayacaklarına dair karar verdiklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda "... O yaptı ben yapmadım olmasın daha çok show nitelikli. Herkes yapıyor diye yapıyorlar kesinlikle."(A.10, 37yaş), "...bence insanların çoğu bunu isteyerek yapmıyor. Diğerleri yapıyor diye yapıyorlar."(A.12, 32yaş) şeklinde annelerden görüşler iletilmiştir. Anneler referans aldıkları annelerle kendilerini kıyaslayarak onlardan geri kalmayarak sürüye katılmaktadır. Bu durum literatürde "Geri kalmama etkisi-Sürüye katılma (Bandwagon etkisinin)" olarak adlandırılmaktadır. Festinger' e (1954) göre de çeşitli medya içerikleri ile diğer annelerin çok yönlü deneyimlerine maruz kalan annelerin davranışları rekabete bağlı olacaktır çünkü karşılaştırma sonucu saptanan tutarsızlıkları azaltmak için diğer annelerle benzer eylemler başlatılmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma kapsamında annelerin hem kutlama, armağanlaşma pratikleri hem de annelik rolleri çerçevesinde gerçekleştirdikleri tüketim davranışları açısından hâkim kültürü ve sosyal çevrelerinin onayladığı uygulamaları benimsemeyi tercih ettikleri iddia edilebilir. Nitekim Chae' e (2015) göre anneler kendi alanlarındaki hâkim ideoloji ve uygulamalara büyük oranda katılma eğilimindedirler. Bu durumun tüketim bağlamında kutlama ve armağanlaşma pratiklerini benzeştirdiği ve bu pratiklerin tüketim seyirlerini de tektipleştirdiği belirtilebilir. Güngör (1993) günümüzde özellikle kutlama ve armağanlaşma ritüelleri söz konusu olduğunda annelerin bu pratiklerinin benimseme ve gerçekleştirme nedeninin bir diğer boyutunu adeta açıklar gibidir. Ona göre tüketim kültüründe birey, üretimde değil tüketimde aktif olarak yer alır, toplumda genel kabul edilen tüketim kalıplarına göre uyma davranışı

gösterir ve böylece tektipleşme ortaya çıkar (Güngör, 1993: 135). Tektipleşen tüketim ise üretim seyrini kolaylaştıracağı için piyasa için tercih unsurudur. Son dönemlerde sayısı gittikçe artan parti evleri, ya da organizasyon firmalarını bu konuya örnek vermek mümkündür.

Annelik çerçevesinde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma ritüellerinde gelir seviyesinin nasıl bir etkiye sahip olduğu da araştırılmıştır. Bu çerçevede anneler görece yüksek gelir seviyesine sahip kişilerin gerçekleştirdiği kutlama ve armağanlaşma pratiklerinden haberdar oldukça -ki bu haberdarlık günümüzde daha çok sosyal medya ve çeşitli kitle iletişim araçları aracılığı ile gerçekleşmektedir- gelirleri ne olursa olsun, kendi bütçeleri çerçevesinde bu pratikleri gerçekleştirme ihtiyacı hissedebilmektedirler. Annelerin bu uygulamaları gerçekleştirip gerçekleştirilmeme kararında bütçelerinin yetersizliğinin beklendiği kadar etkili olmadığı, sadece tercih edilecek kutlama şekli ve armağanlaşma çeşidi üzerinde daha ekonomik tercihlere yönelme eğilimi olduğu gözlenmiştir. Annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerine ilişkin bu yaklaşımlarında rekabetçi ve taklitçi özellikleri de görebilmenin mümkün olduğu düşünülebilir. Kıray' a (2005) anneler arasındaki gösterişçi rekabetin okunabileceği alanlardan birinin periyodik ziyafetler olduğunu belirtmiştir. Annelik çerçevesinde gerçekleşen ve günümüzde "periyodikleşen" bu kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin de benzer bir çerçevede olduğunu belirtmek mümkündür.

Görece üst tabakadan alt tabakaya taklitçilik ile aktarılan uygulamalara Simmel (2003) moda kavramından hareketle yaklaşmaktadır. Simmel' in moda kavramını kullanarak açıkladığına göre; üst tabaka moda olanı ilk ortaya çıktığında, yeni ve azken tüketen kesimdir. Onların bu öncülüğünün ardından piyasada alternatifleri üretilerek kolay bulunur hale gelen moda konusu olan ürün ya da hizmet alt tabakalar tarafından da tüketilmeye başlar. Böylece alt tabaka üst tabaka gibi yaşayabildiğini hissederken aynı zamanda kendi ölçeklerinde moda olana da uymuş olurlar. Nitekim annelerin büyük bir çoğunluğu (43 kişi) annelik ve çocuk ekseninde gerçekleşen bu ritüellerin bu kadar yaygınlaşmasını ve tercih edilmesinin öncelikli sebebinin uygulamaların moda haline gelmiş olmasıyla açıklamıştır. Görüşmeciler konuya ilişkin düşüncelerini "...Kesinlikle bu gibi şeyler artık günümüzde moda oldu. Çok uzun bir geçmişi yok. Birden bire tanıştık babyshowerlarla falan"(A.1, 31yaş), "...kesinlikle moda tabii ki, parası olsun olmasın herkesin bunu yapma çabası da moda olduğu için bence. Herkeste bir modaya uyma çabası var." (A.32, 37yaş) şeklinde ifade etmişlerdir. Tıpkı bazı annelerin gerçekleştirdikleri kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin gerekliliği sorgulamamaları gibi, moda akımlarını taklit ve takip eden bireyler de Kadioğlu'na (2014) göre moda unsurunun kendisine yakışıp yakışmadığını, estetik bir görüntü verip vermediğini ya da gerekli olup

olmadığının sorumluluğunu modayı yaratan ve yayanlar ile ilişkilendirirler. Bu noktada gelen eleştirilere verilecek cevap da netleşmiş olur. Görüşmeciler "ama herkes yapıyor, ama herkes alıyor, ama herkes giyiyor". "...moda çünkü herkes birbirininkini takip ediyor. Daha güzelini yapmaya çalışıyor bu bir yarış gibi oldu."(A.6,30yaş), "...aslında birçok anne, herkes yapıyor diye yapıyor kesinlikle yani kim yapmak ister ki sonuçta hava ya saçılmış bir para" (A.20, 36yaş) cümleleriyle bu durumu anlatmışlardır.

"... bu tarz şeyleri sevdiğim için hepsini yapmaya çalıştım ama etrafımda da çok farklı düşünceleri, kutlamaları, armağanları yapanlar var. Bir grup aşırı zengin mesela. Acayip bir tantana, acayip bir gösteriş, "bak ben ne kadar zenginim" demek için yapıyorlar sanki. Böyle zengin olanların arasındaki en net şey rekabet. Bir gittiği 3 hediye veriyorsa, diğeri 5 hediye veriyor. Diğer tarafta da zengin olmayanlar ya da bu tarz şeyleri sadece yapmış olmak için yaparak çok para harcamayanlar var. Onlar arasında da gösteriş yok ama taklit var. Herkes bir diğeri için yaptığının aynısını yapıyor. Herkesin yansıtmak istediği birşey var sonuç olarak kimi zenginliğini, kimi algısını, kimi imajını, kimi yaşam tarzını, kimi de estetiğini. Yani herkesin bunların yapmak ya da yapmamak için nedenleri var kendine göre." (A.31, 42yaş)

"...çok yaygınlaştı bu gibi şeyler günümüzde ama bakınca bu da bir yansıma gibi. Kimisinin söylediğiniz gibi imajı, kimisinin moda algısı, kimisinin gösteriş meraklılığı, kimisinin de kimliği yansıyor. Normal aslında sonuçta herkes farklı." (A.50, 29yaş).

Katılımcı anlatılarından hareketle bireylerin çeşitli gerekçelerle benimsedikleri, önemsedikleri ya da sahip olmak istedikleri yaşam tarzlarını sundukları ortamların günümüzde çeşitlendiğini belirtmek mümkündür. Hatta Özdemir' e (2009) göre kişiler bu ritüeller aracılığıyla sahip oldukları yaşam tarzlarını başkalarına sunarak hem yaşamlarını anlamlı kılmaya hem de bireysel tercihlerle kendi değerlerini en üst düzeye çıkarmaktadırlar. Günümüzde annelik ve çocuk ekseninde gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma ritüelleri de bu bağlamda yaşam tarzlarının sergilendiği pratiklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca derinlemesine görüşmelerde öncelikle annelere imaj, yaşam tarzı, kimlik gibi günlük hayatlarında kullandıkları kavramlara kutlama ve armağanlaşma pratiklerine yükledikleri anlamlar da sorulmuştur. Görüşmecilerden gelen cevaplardan iki tanesi aşağıda paylaşılmıştır.

"...kişilerin yaşam tarzları hakkında da, imajları hakkında da, maddi durumları hakkında da ipuçları veriyor bu partiler. Ne kadar şaşalı ise o kadar zenginsin gibi."(A.1, 31yaş).

"...bir imaj yansıtıyor günümüzde bence "bak zengin, bak özenli" falan diyorlar. O kutlamalara ve verdiğiniz armağanlara dönük yaşam tarzı analizleri yapmak da çok mümkün bakalım zevkli misiniz, paranız var mı, herkes gibimi siz yoksa farklı zevkleriniz, yaratıcı armağanlarınız var mı... bunun gibi birçok soru var insanların umursadığı" (A.32, 37yaş).

Katılımcıların benzer görüşlerini çoğaltmak mümkündür. Belli bir noktadan sonra konu dâhilinde fikirlerin benzer ve birbirini tekrar ettiği gözlenmiştir. Genel olarak anneler

tarafından gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma ritüellerinin gösterişçi tüketim, moda, imaj, kimlik ve yaşam tarzlarıyla ilişkili olduğu iddia edilebilir. Bu bağlamda annelerin bir kısmı herkes ile benzer uygulama ve ritüelleri benimserken bir kısmı da farklılık arama çabasında olmuştur. Dolayısıyla annelerin hem kutlamalara hem de armağanlaşmalara dair beğenileri benzeşmekte ya da farklılaşmaktadır. Bourdieu'ya (2015) göre de günümüzde beğenin sınıflandırıcı bir içeriği bulunmaktadır ve anneler de özellikle kutlama ve armağanlaşma pratikleri açısından bu "beğeni etkisini" hissetmektedirler. Bu durumda Bauman' a göre bilindikleşen ve kabalaşan uygulamaların yerlerine sabırsızlıkla başka bir şey konacaktır (2005: 228). Dolayısıyla bu ritüellerin değişen, farklılaşan içeriğini Bauman'ın bu yaklaşımdan hareketle çözümlenmek mümkündür. Bu doğrultuda bazı anneler için yaşamlarını anlamlı kılmada uygulamaların gerçekleştirilmesi önemli hale gelebilir. Bireylerin yaşamlarını anlamlı kılma ve anlamlı kıldıklarını kendileri ve kendileri gibi olan diğerlerine aktarmada kullanacakları tüketim metalarını seçerken, ayrıksılığı esas almaları, popüler kültür olarak tanımlanmış alandaki ürünlere başvurulmasını kaçınılmaz hale getirmiştir (Tellan, 2009: 77).

Kişilerin kutlama ve armağanlaşma pratikleri ekseninde benimsediği, gerçekleştirdiği bir anlamda bir tüketici olarak satın aldığı ürün ve hizmetler kişiliklerinden, imajlarından, kimliklerinden, yaşam tarzlarından ipuçları taşımaktadır. Örneğin Aydoğan (2005) tarafından gerçekleştirilen çalışmada elde edilen verilerinden biri insanların gereksinim değil, rekabet nedeniyle satın alma davranışı gerçekleştirdikleridir.

#### **4.6.3. Kutlama ve Armağanlaşma Pratiklerinin Yarattığı Olası Baskıya İlişkin Bulgular**

Katılımcılara çalışma kapsamında sorulan bir diğer soru da gerçekleştirdikleri ve gözlemledikleri kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin anneler üzerinde bir baskı yaratıp yaratmadığı ve görece yarattığı bu baskı yüzünden tercih edilme ihtimallerine ilişkin olmuştur. Annelerin büyük bir kısmı (42 kişi) bu baskıyı hem hissettiklerini hem de gözlemlediklerini belirtmişlerdir. Açıkalın ve Erdoğan'a göre toplumun tamamı tarafından fark edilir boyutta olan çeşitli yaptırımlar bu durumu gözlemleyen kişileri psikolojik bir baskı altına alarak tüketime yönlendiren bir içeriğe sahiptir (2005: 2).

“...kesinlikle büyük bir baskı var çünkü az da olsa yapmak zorunda bırakıyor ve insanların maddi koşullarına göre zor durumda kalıyorlar.” (A.3, 35yaş),

“...hem baskı hem de gereksiz bir stres unsuru insan kendine haksızlığı ediyor bu şeylere kapılarak bence, gerek yok gerçekten yok. Ben çocuğumu seviyorum, değer veriyorum ve bunu yapıyorum diyor aslında bu hissedilen baskıdan da doğan bir şey. Çünkü öyle bir ortam var ki; sanki bunları yapanlar daha iyi ve özenliymiş. Yoksa çocuk bundan ne anlasın yoksa” (A.10, 37yaş).



“...Baskı var hem de çok var bence. Bu toplumsal ve sosyal bir şey bence yapmayayım diyorsanız ya paranız yok, ya özensizsiniz, ya zevksizsiniz, ya bencilsiniz... bu liste böyle uzayıp gidiyor bir sınav gibi oldu sanki artık. Gerçekleştireceğiniz kutlama ve vereceğiniz armağanlar her neyse gizli bir jüri bunu denetliyor ve siz bunun farkında olduğunuz an duyarsız kalamıyorsunuz hep en iyisini yapmaya çalışıyorsunuz” (A.48, 41yaş).

Katılımcı ifadelerinden de anlaşılabilceği gibi kutlama ve armağanlaşma ritüellerinin baskı yaratan içerimleri çok çeşitlidir. Bu bağlamda Clarke’ a (2007a) göre çocukların doğum günü partisi kültüründe anneler birçok içeriği ve yetkinliklerini gerçekleştirdikleri kutlamalar aracılığıyla diğerleri ile paylaşmaktadır. Bunlar arasında çocuklar, armağanlar, rekabetçi ilişkiler ve bu kavramlara dönük yaratıcı uygulamalar da bulunmaktadır. Bu baskıyı hisseden anneler, gerçekleştirdikleri kutlama ve armağanlaşma pratikleri aracılığıyla anneliklerinin, özenli hallerinin, estetik zevklerinin, maddi durumlarının adeta notlandırıldığını düşünmektedirler. Nitekim Veblen’ e (2005) göre de çocuklar ailelerin sınıf durumlarının dışı vuran ifadeleri olarak düşünülmektedir. Ona göre bir çocuğun gösterdiği saygınlık açısından çocuk dünyaya geldikten sonra gözle görülür tüketim ve dolayısıyla artan masraf çok önemlidir. Bu bağlamda çocuk ekseninde gerçekleşen kutlama ve armağanlaşma pratiklerini aynı zamanda ailenin sınıfsal konumunu dışı vuran bir gösterge olarak kabul etmek mümkün görünmektedir.

Çalışma kapsamında bazı görüşmeciler böyle bir baskı olduğunu düşünmediği ya da bu baskıyı gözlemleseler de kendi hayatlarına yansıtmadıklarını belirtmişlerdir.

“...bence bu gibi şeylerin bir baskı olması mantıksız, böyle bir baskı olduğunu da düşünmüyorum açıkçası, koca koca insanların isteyen yapsın istemeyen yapmasın kimse kimseyi zorlamıyor.”(A.50, 29yaş).

Katılımcı annelerin bazıları böyle bir baskı gözlemlemekte ama kendi hayatlarını etkilemediğini vurgulamaktadır.

“...ben bir baskı hissetmedim kendi adıma ama etrafımda bunu yaşayanların olduğunu düşünüyorum. Ben mesela yapmadım, en yakın akrabalarım da eleştirdi ama ben umursamadım,10 tane de çocuk doğursam yine bildiğimi yapmaya devam ederim. Ama başkaları etkileniyordur mutlaka”(A.21, 38yaş),  
 “...yapmak zorunda değil kimse ben öyle düşünüyorum ama kendini baskı altında hissedenlerde vardır. aa işte yapmayacak mısın işte atıyorum dış buğdayı yapmayacak mısın yapman lazım falan filan gibi illa ki bir baskı oluşturuyordur. Ama ben bu baskıyı hissetsem de etkilenmedim diyebilirim”(A.15, 34yaş).

Bu düşünceye sahip annelerin demografik özellikleri irdelendiğinde annelerin en az lisans mezunu ve aktif çalışma hayatına devam eden kişiler olduğu belirtilmelidir. Bu veriden

hareketle demografik verilere göre görece yüksek düzeydeki annelerin ilgili uygulamaları baskı unsuru olarak değerlendirmeme eğiliminde olduğunu belirtmek mümkündür.

#### 4.6.4. Kutlama ve Armağanlaşma Pratikleri Bağlamında Annelikte Ayırım

Araştırmada görüşülen kadınlara kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin annelikle ilgili kategoriler yaratıp yaratmadığı da sorulmuştur. Annelerin büyük bir kısmı (38 kişi) böyle bir kategorileşme olduğunu ifade ederken, çoğunlukla ekonomik seviyenin bu sınıflamada belirleyici olduğu gözlenmiştir.

“...zenginlik ve fakirlik bu konuda çok büyük bir ayırım. Ben yapmıyorum bu kutlamaları mesela bana ekonomik durumun mu yok, durumun varsa yap diyen çok oldu, Çocuğumun ilk yaşını evimde yaptım ama herkes bana dışarıda mı diye sordu ve çok garip gelmişti. Ekonomik olarak yeterli olduğumu düşünenler ise özensiz olduğumu söyledi...ama ben başka şekilde çocuğuma fayda sağlamayı düşünüyorum çünkü bir masraf boyutu da var.”(A.2, 27yaş),

“...bence ilk kategori zenginliğiniz. Gerçekleştirdiğiniz kutlama ve verdiğiniz armağan sayısı, pastanızın şekli, organizasyon tutup tutmadığınız, ikramlıklarınız, evde yapıp yapmadığınız ve daha birçok şey öncelikle sizin ekonomik potansiyeliniz hakkında mesaj veriyor bence ve öncelikle zengin anne olabiliyorsunuz” (A.26, 33yaş).

Gösterişçi tüketim kavramıyla Veblen yeni ortaya çıkan yaşam tarzlarını da incelerken tüketimin iç içe geçmiş eylemlerden meydana geldiğine odaklanır. Ona göre "eğlence biçimleri, giyim kuşam, süs eşyaları ve her nevi gösterişli alışveriş" bu tüketim şeklini oluşturan unsurlar arasındadır. Bu bağlamda bir tüketim biçimi olarak kutlama ve armağanlaşma pratiklerinde gösterilen ekonomik performans kişilerin gelir düzeylerinin bir yansıması olarak kabul edilerek bunları gerçekleştiremeyenlerle arasında bir ayırma neden olur.

Katılımcıların bazıları kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin uygulama biçimleri açısından hem yaşadıkları hem de gözlemlediklerinden hareketle bu durumu bazı bireylerin toplumun diğer kesimlerinden kendilerini ayırma stratejisi olarak kullandığını düşünebilmektedirler. “...sayısı gittikçe artan bu kutlamalar, hediyeler o kadar çok şeyi içinde barındırıyor ki; mesela ezber gibi aynı şeyleri yapmaktan mutlu olanlar da var, sürekli bir farklılık, ayrıcalık peşinde koşanlar da...”(A.50, 29yaş), "...bir yarış var, bu yüzden her şey kutlanır oldu, her geçen gün yeni şeyler çıkıyor. Sanki birileri farklıyım diyor ve ardından herkes ona yetiştikçe başka şeyler buluyor, sanki bir kovalama var...” ( A.29, 27yaş) gibi ifadelerle dile getirmişlerdir. Bu bağlamda görüşmecilerin anlatılarından Trickle- Down kuramı tarafından da vurgulandığı üzere toplumda üst sosyal sınıflara mensup olanların her

zaman kendi statülerine ve kimliklerine uygun nadir, yeni ve ulaşılması zor olanı tüketim ürününü ya da hizmetini arama eğiliminde olduklarını belirtmek mümkündür.

Katılımcıların bu konuda üzerinde durduğu bir diğer durum da sosyal ortam ve faaliyetlere katılım konusunda ortaya çıkmıştır.

"...kesinlikle bir ayrım olduğunu düşünüyorum. Bu uygulamaları yapmıyorsanız daha pasif bir şeyden anlamayan, kendini halinde yaşayan ve a sosyal görünüyorsunuz. Mesela ben sosyal çevremden bu tarz şeyler duydum beni çok iyi tanıyanlar demedi ama çok tanımayanlar dedi böyle." (A.10, 37yaş).

"...hiçbir şey yapmazsan asosyal hepsini yaparsan sosyal anne oluyorsun bence" (A.4, 32yaş). "...ne kadar çok bu tarz şeylerin içinde olursan o kadar sosyal olarak algılanıyorsun bence, o kadar çevresi olan, o kadar güncel olanı, moda olanı takip eden. Ama yapmıyorsan bu nitelendirmelerin tam zıttı oluyorsun. Oysa oldukça sosyal olsa da sadece gereksiz gördüğü için yapmayan insanlar da olabilir." (A.29, 27 yaş).

"...kendim için değil ama yakında doğum yapmış bir arkadaşım için yaşadım benzer bir şey. Ayyy bu zamanda lohusa mevliti bile yapmadı falan dediler. Sanırım yadırganıyor yapılmadıkça." (A.14, 41yaş).

Yukarıdaki alıntılardan anneliğe ilişkin görev ve yapılması gerekenlerin annenin içinde bulunduğu sosyo-kültürel çevrece belirlendiğini belirtmek mümkündür. Günümüz koşullarında kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin gerçekleştirilmesi anneden beklenen bir sosyalleşme biçimi ise anneler bu uygulamayı benimseme oranlarına göre sosyal ya da sosyal olarak sınıflandırılabilirler.

#### 4.6.5. Geleneksel ve Modern Kutlama ve Armağanlaşma Pratikleri

Araştırmada annelerin geleneksel ve modern kutlama - armağanlaşma pratiklerine ilişkin görüş ve düşünceleri alınırken bu uygulamalar arasındaki benzerlik ve farklılıkları da ortaya koymaları istenmiştir. Anneler farklılık ve benzerliklere ilişkin düşüncelerini tüketim, tüketim toplumu, kapitalizm, artan alım gücü, sosyal medya, moda, koşullara ayak uydurma, gösteriş gibi kavramlar kullanarak açıklamaya çalışmışlardır. Katılımcıların bir kısmı geleneksel ve modern uygulamalar arasındaki ayrımı tüketim, kapitalizm ve tüketim toplumu gibi kavramlarla ilişkilendirerek açıklamıştır.

"...temel ayrım bu tarz kutlamaların içinde yaşadığımız toplum fertlerine daha çok tüket demesi, insanları nasıl kandırabilirim olayı var o kadar çok şey var ki birine kapılmamak imkânsız. Tüketim toplumunun ferdi olmak böyle bir şey." (A.4, 32yaş),

"... kapitalizm... ister istemez tüketime itiyor...Mesela dış buğdayı aslında bizim geleneksel bir şeyimiz ama kapitalist sistem sayesinde bir kültür transferi oluyor ve dışarıdan alıp da kendimize uyarlıyoruz. Bu durum da yeni sektörler oluşturarak daha çok tüketimin önünü açıyor"(A.15, 34yaş).

"...iyice, tüketim toplumu olmaya başladığımız için bu da onun bir parçası ve çok malzemenin çok olduğu alanda bebekler çocuklar o kadar çok şey var ki yani yapılması gereken bunu da fırsata çevirmek insanlar var. Bunlarda ayrı bir sektör oluşturuyorlar."(A.20, 36yaş)

Katılımcı görüşleri ile paralel yaklaşımları Clarke (2007a) çalışmasında (2007a) aktarmaktadır. Ona göre İngiltere de yapılan etnografik araştırmalar da çocuk partilerinin ve bu eksendeki diğer uygulamaların öncelikle sağladıkları sektörel büyüme aracılığı ile ekonomik potansiyeli vurgulamaktadır. Bu bakıştan hareketle kendisi günümüz koşullarında doğum günü organizasyonlarının sosyo-ekonomik açıdan muazzam önemli olduğunu belirtir. Bunun bir sonucu olarak da parti mağazalarının, etkinlik evlerinin kostüm kiralama merkezlerinin ve benzer içerikli diğer işletmelerin sayısının sürekli arttığını örnek olarak gösterir.

Bazı katılımcılar da kutlama ve armağanlaşma pratiklerinde geleneksel-modern ayrımını medya araçları, popüler kültür ve değişen haberleşme araçları ile ilişkilendirmiştir, onlardan bazılarının görüşleri ise şu şekildedir;

"... Medya etkisi çok var. Ünlüler yaptığı için önce gündeme geldi, Avrupai bir özenti. Sürekli gelişme amacı var sanki bunlar batı yaptığı için gelişmişlik gibi algılanıyor. Günümüzde geleneksellere oranla bu uygulamalar allandı, pullandı, farklılaştı. İnsanlar artık kendilerini mecbur da hissediyor."(A.5, 27yaş),

"acayip bir haberleşme ağı var artık, kişilerin zarf içinde birbirlerine gönderdiği resimler mazide kaldı, tek tıkla dünyayı haberdar ediyor ve olanlardan haberdar oluyorsunuz. Bir ekonomik sınırı da yok aslında çok zenginler yapıyor, sen de kendine göre düzenliyorsun mesela babyshower' ı ilk Demet Akalın yaptı diye hatırlıyorum ben, aklımda öyle kalmış. Şimdi herkes yapıyor zengin, fakir ayrımı yok, yani haberdar olmak yeterli." (A.50, 29yaş).

"...bence bunlar bir nakil gibi birileri yapıyor sonra her yere yayılıyor. Babyshower diyince aklıma demet akalın geliyor mesela, ilk o yaptı 5-6 sene önce sonra bir baktık diğer ünlüler, ardından da halktakiler benimsedi bunu." (A.40, 36yaş).

Bu noktada Bauman' ın (2005) söyleminden hareketle show dünyasının bir üyesi olan Demet Akalın' ı "yeni kültür aracısı" olarak konumlandırmak mümkün görünmektedir. Dolayısıyla popüler kültür ve ürünleri de kutlama ve armağanlaşma pratikleri açısından etkileyici bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca yukarıdaki ifadeler Kawash' ın 2011 yılında gerçekleştirdiği çalışma bulgularıyla da paralellik göstermektedir. Ona göre 2000'li yıllarda annelik ABD popüler kültüründe önemli ve merkezi konuma yerleşmiş ve bu durumun bir sonucu olarak hamilelik fotoğrafları ve kadınların annelik ekseninde gerçekleştirdikleri kutlama modası ürünler (babyshower partileri, ilk yaş armağanları vs.) halka yayılmaya başlamıştır. Ayrıca Byström (2015) babyshower gibi günümüz anneliği

açısından popülerleşen kutlamaların bir amacının da bebeğin gelişini kutlamak için aile üyelerinin bir araya gelmesine vesile olmak şeklinde belirtmiştir.

"... benim için bu tarz şeyleri gerçekleştirmek aslında bir bahane çünkü artık eskisi gibi aynı şehirde, birbirine yakın mekanlarda yaşamıyor ailelerimiz, böyle şeyler bahane oluyor aslında bir araya gelmeye. Anılar birikmiş oluyor böylece." (A.38, 24yaş),

"...yakınımda olan insanlar yine buluşmuş oluyor. Evlendikten sonra özellikle bunlar bir bahane oluyor. Yaptığım hazırlıkları göstermek benim hoşuma gidiyor."(A.11, 35yaş).

Yukarıdaki örneklerde de benzer bir vurgu bulunmaktadır. Dolayısıyla sayısı ve yaygınlığı gitgide artan annelik ve çocuk eksenindeki ritüeller sayesinde aile fertleri bir araya gelerek ailede birlik ve dayanışma sağlanmaktadır. Ancak bazı katılımcılar ise özellikle modern bazı uygulamaları bir gelenek yitimi ve bir dejenerasyon olarak değerlendirmişlerdir.

"... Gereksiz ve saçma sapan şeyler bence insani değerlerden ve geleneklerimizden koptuğumuz için böyle, şu anda sanal ve geçici yaşıyoruz eskiden mutluyduk şimdi mutlu değiliz...bizim değerlerimiz ve yetiştirilme tarzımız var hepsinden koptuk yapmış olmak için yapıyoruz artık her şeyi."(A.10, 37yaş),

"...bence toplum olarak ne kadar değiştiğimizin, geçmişimizden ve geleneklerimizden ne kadar uzaklaştığımızın hatta koptuğumuzun göstergesi bu tarz şeyler. Biz toplumsal, dinsel olarak hep mütevazı ol diye öğütlenen insanlardık ama şimdi bu tarz şeylere baktıkça olumsuz anlamda geline noktaya inanmıyorum. Bu iyi bir şey değil kesinlikle. İnternette oradan buradan öğreniyoruz kim ne yapmış hemen biz de atlıyoruz. Ama bize ait değil. Bence bir son verilmeli artık. Eskiden annelerimizin döneminde ne kadar güzel, gerçekmiş bu tarz şeyler. Şimdi her şey çok yapmacık ve sahte."(A.38, 24yaş).

Clarke (2007a) da benzer yaklaşımı İngiltere de gerçekleştirdiği etnografik kökenli araştırmasında saptamıştır. Ona göre bu popüler olmaya başlayan hizmetlerin otantik akrabalıklar arasında ki söylemleri, geleneksel uygulamaları aşındıran, yok eden bir yönü bulunmaktadır.

Bazı katılımcılar için ise son yıllarda daha çok uygulanmaya başlanan modern ritüeller toplumsal değişme ile bağlantılandırılarak aşağıdaki örneklerde olduğu gibi yaşam koşullarının değişmesiyle ilişkilendirmişlerdir.

"...Devir değişti, kuşaklar değişti, hayat koşulları değişti, yani her şey değişti aslında. Bu dönemin koşulları böyle partileri, armağanları doğurdu. Önceden bu kadar çok alternatif yoktu hiçbir anlamda en basiti herkes Sümerbanktan giyinirdi. Artık her şeyin her fiyatı, her rengi var bu tarz şeylerde de her bütçeye sahip olan yapıyor. Şey gibi düşünün bizim dönemimizde bir tavşan pasta modası vardı her anne doğum gününde onu yapıyordu. " (A.45, 23yaş),

“...Zamanın getirdiği bir şey. O zamanla bu zamanın arasında çok büyük fark var. Değişim var. İstekler farklılaştı. Çevrede bunları sağlayacak sektör de çoğaldı. O zamanlarda da var olsaydı bizim annelerimiz de yapacaktı.” (A.35, 37yaş).

Katılımcıların ifadelerinden hareketle söz konusu kutlama ve armağanlaşma pratikleri değişen sosyal koşullara bağlı olarak farklı kültürlerde farklı görünümde ortaya çıkabilmektedirler. Bu doğrultuda Hryciuk'un 2010 yılında Meksika'daki anneliğe ilişkin gündelik yaşam pratiklerini incelediği çalışmasının verileri tez çalışması açısından önemlidir. Meksika'da kent kültüründe yaşanan annelik pratiklerine odaklanan bu çalışma, anneliğin yerel örüntüsü ve süregelen geleneksel toplumsal ideolojilerin geçirdiği sosyal değişime odaklanmaktadır. Çalışmaya göre annelik ve yerel kültürler dâhilinde gerçekleşen kutlanma ritüelleri, resmi annelik ideolojilerinin yeniden yapılandırılmasının yanında kadınların anneliklerine ilişkin bireysel strateji ve parametreleri oluşturmalarına da olanak tanımaktadır. Bir görüşmecinin ifadesiyle “...günümüzde geleneksellere oranla bu uygulamalar allandı, pullandı, farklılaştı. İnsanlar artık kendilerini mecbur da hissediyor.”(A.5, 27yaş), “... anne annelerimiz falanda doğumu, bebeği falan kutlarmış bu açıdan bakınca biz de kutluyoruz ama günümüz koşulları daha farklı, daha modern mi desem daha şata fatlı mı desem bilemiyorum ama öncekilerden farklı” (A.32, 37yaş). Bu ifadelerden hareketle kutlama armağanlaşma ritüellerinin mevcut şekillerinin geleneksel uygulamaların farklı kültürlere uyarlanmış halleri olarak karşımıza çıktığını belirtmek mümkündür. Çünkü çalışma kapsamında ele alınan uygulamalardan sadece babyshower, pasta patlatma, altı ay kınası ve görüşmeler esnasında varlığından haberdar olunan cinsiyet partilerinin geleneksel ritüellerde karşılıkları bulunamamıştır. Bunlar dışında lohusa mevliti, diğ buğdayı, ilk yaş kutlaması ve luhusa yatağı süslemesi ile benzeştirilebilecek hastane odası süslemesi geleneksel uygulamaların modern kılınmış şekilleriyle karşımıza çıkmaktadır.

#### **4.7. Sosyal Medyanın Annelik, Tüketim ve Kutlama ve Armağanlaşma Pratikleri Üzerindeki Etkisi**

Günümüzde sosyal hayatı şekillendiren önemli araçlardan birisi olarak medya annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerini de etkileyebilmektedir. Bu nedenle bu çalışmada medyanın etkisi önce annelik pratikleri daha sonra tüketim eylemi ve son olarak kutlama armağanlaşma ritüelleri açısından okunmaya çalışılmıştır.

Medya, katılımcı ifadelerinden hareketle özellikle sosyal medya aşağıdaki örneklerde de görüldüğü gibi anneliğin sosyal olarak inşa edilmesinde önemli bir işleve sahiptir. Bu

bağlamda anneler internet üzerinden annelikle ilgili pek çok bilgiye ulaşabildikleri gibi bu bilgiler üzerinden kendi annelik deneyimlerini de sorgulamaktadırlar.

“...günümüzde daha ağır annelik gerçekten. Bu sosyal medyadan mıdır, internetten midir, herkesin her şeyi bilme hevesinden midir, bilmiyorum ama bir baskı var çözemediğim...neye yetişeceğimizi şaşırıyoruz herkes paylaşıyor sosyal medyada gördükçe kötü hissediyorsunuz zaten”(A.27, 25yaş),  
 “...internet ve sosyal medya gibi araçlar sayesinde her bilgiye ulaşır durumdayız. Belki de bu yüzden hem çocuk gelişimci, hem psikolog, hem beslenme uzmanı, hem o hem bu, anne olarak hepsini olmaya çalışıyorsunuz, bu bir çeşit mükemmeliyetçilik hastalığı gibi ama çevre size bunu dikte ediyor ben bu anlamda o kadar yoruluyorum ki; en ufak bir davranışımı bile sorgular hale geldim. Çocuğun bakımı zaten zor onu az çok her şey bilir ama bence günümüzün bu ve benzer furyalarına katılmaya çalışmak daha da yorucu ve zor.”(A.33,37yaş).

Diğer katılımcıların da görüşleri düşünüldüğünde sosyal medyanın günümüzde hem bir toplumsal iletişim alanı olarak algılandığı hem de bu platformdakilerin unsurların kişilerin davranışları, kaygıları, beğenileri gibi öznel yaklaşımlarını şekillendiren bir içeriği olduğu belirtilebilir. Bu bağlamda sosyal medya araçlarının, özellikle bu iletişim kanalını kullanan anneler için anneliği zorlaştıran, mükemmel annelik kalıpları oluşturan, hatta ideal anne modelini yapılandıran etkisinden söz edilebilir.

Benzer bulgular söz konusu ideal anne kurgusu olduğunda da gözlenmiştir. 35 katılımcı “ideal anne” özelliklerinin şekillenmesinde sosyal medyanın belirleyici olduğunu belirtmiştir. Bu durumu bir görüşmeci “...sosyal medya olmazsa olmaz, bence anneler en çok sosyal medyada birbirleri ile yarışıyorlar ve her seferinde çita sürekli yükseliyor.”(A.4,32yaş) şeklinde ifade etmiştir. Bu noktada sosyal medyanın rekabet yaratan yönünden de söz etmek mümkündür,

"Bence son zamanlarda herkesin gözüne batırılan bir anne tipi var ve bunun da sosyal medyadan sunulan örneklerle ortaya çıktığını düşünüyorum. Atıyorum herkes bir tabak hazırlıyor paylaşıyor, ki bunu ben de zamanında yaptım. Amaç belki ben ideal ve iyi anneyim imajını vermeye çalışmak değil ama iş oraya gidiyor...ideal anne bu açıdan bakınca bu paylaşımlarla şekilleniyor. Sürekli çocuğu ile vakit geçiren, sürekli sabırlı, her şeyini evde yapan, sağlıklı besleyen, o evde hiç kötü bir şey olmuyor. Ben gerçek mi merak ediyorum. Yapabiliyorlarsa helal olsun ama ben ütöpik olduğunu düşünüyorum. 2 gün normalsen 3 gün çılgınsın. Herkes bence sosyal medya aracılığı ile yalandan ideal anne olmaya çalışıyor. Günümüzde özellikle sosyal medyanın çok çok etkili olduğunu düşünüyorum. " (A.50, 29yaş).

“...günümüzde hiçbir şey sosyal medya ve internetin yaptığı kadarını yapmıyor. Sırf annelik için oluşturulan bloglar, kapalı gruplar var anneler her şeyden haberdar artık, kim ne yapmış , kim ne vermiş, ne vermemiş, neden yapmamak lazım...kendim dahil o kadar çok insan tanıyorum ki google’a, instagram’a, bebekyapımbakımonarım’a ya da belli gruplara bakmadan, oradaki kişilere sormadan çocuklarına bir şey almayan veya sadece buradaki şeyleri takip ederek çocuklarını doktora bile

götürmeyen..doğru ya da yanlış tabii ki tartışılır ama yaygın olan bence bu zaten bu sanal ortamlarda herkes ideal, haliyle herkeste ona yaklaşılmaya çalışıyor.”(A.48, 41yaş).

Bu bağlamda sosyal medyanın anneler arasında bilgi sağlayıcı bir işleve sahip olduğu görülmektedir. Anneler sosyal medyadaki diğer annelerin uygulamalarından hareketle kendi anneliklerini şekillendirirken, tüketim alışkanlıklarını da görece “ideal uygulamalara” yaklaştırma eğilimi göstermektedirler. Bir süre sonra adeta kolektif bir eylem halini alan annelik temelli tüketim uygulamalarında bu sebeple bir aynılaştırma gözlemlenmektedir.

Konu dâhilinde annelik ve tüketim ilişkisi kapsamında sosyal medya kullanım düzeyleri ve sosyal medya araçlarının tüketim kararları üzerindeki olası ilişkisini çözümlenmeye yönelik annelere sorular yöneltilerek annelerin sosyal medyadan fazlasıyla etkilendikleri anlaşılmıştır. Bu bağlamda "Birey doğuştan tüketici midir yoksa bireylerin tüketicilikleri çevrelerinin bir ürünü müdür?" sorusu ile tüketime yaklaşan Saad' a (2011) göre de tüketiciliğin çevrenin eğilim ve tercihleri ile örüntülenen kısmında günümüzde medyanın, özellikle de sosyal medya araçlarının etkisi son derece fark edilir boyuttadır. Katılımcı ifadelerinde Saad (2011) tarafından vurgulanan bu etki okunmuştur.

“... insanlar “bak bende yaptım”, “bak ben ne alıyorum” demek istiyorlar sürekli ve bunu en etkin sergiledikleri alan günümüzde sosyal medya. Ben anlam veremiyorum ama sosyal medyada paylaşmak, göstermek temel amaç gibi. oldu" (A.40, 36yaş).

“Mesela anne çocuğu ile ilgili bir şey paylaşıyor ama sen fonda o çocuğu odasını da görüyorsun ve aaa bak şusu var busu var ne güzel diyerek bir alışveriş furyasına giriyorsun...anneler aldığını insanların gözüne sokmaya başladı, paylaşımlar artınca haberdarlıkta arttı diğer anneler de almaya başladı. Atıyorum bir oyuncak haberim yokken, diğer paylaşımları gördükten sonra ay bu güzel bir şeymiş diyerek aldığım çok oldu mesela” (A.12, 32yaş).

"...Önce tüketim arttı çünkü, sosyal medya diye bir şey var insanlar sosyal medya yı da takip ediyor, daha fazla alandan bilgin oluyor eskiden kendi mahallen kendi şehrin o kadardı şimdi Hakkari de ki bir insan bile İstanbul' dan New York' dan haberi oluyor." (A.25, 32yaş).

Günümüzde sosyal meydanın iletişimi hem kolaylaştırdığı hem hızlandırdığı hem de etkili kıldığı görülmektedir. Johns ve English' e (2014) göre günümüzde sosyal medya aracılığıyla adeta ağızdan ağza bir iletişim gerçekleşmektedir. Bu durum annelerin satın alma güçlerindeki artışı, değişimi, annelerin tüketim kararları üzerindeki etkiyi çözümlenebilmek için hem sektör hem de akademik dünya açısından sosyal medyayı önemli hale getirmiştir.

Katılımcıların ufak bir kısmı (8 kişi) sosyal medya araçlarını görece daha rasyonel kullandıklarını belirtirken, kalan katılımcılar sosyal medyayı aktif olarak kullanmanın yanında hem tüketici olarak hem de anne olarak kararlarının oldukça değiştiğini belirtmişlerdir.



"...etkileniyorum tabi ki de diğer annelerin anneliklerinden hareketle muhakemeler yapıyorum bazen kendimi eleştiriyorum dışarıdan kendi anneliğime bakıyorum tabi ki de onların beğendiğim yönlerini uygulamaya çalışıyorum... hatta pek çoğumuzun takip ettiği sosyal medya hesaplarından ve uygulamalardan etkilendiğini düşünüyorum." (A.15, 34yaş),

"...bilmediğim şeyleri görüyorum. Ürün alınca etiket yapıyorlar ya ben de girip bakıyorum araştırıyorum ve beni etkiliyor. Çoğu şeyi anne sayfalarından öğrendim ben."(A.2, 27yaş).

"...bence sosyal medya diye bir şey olmasa daha az tükettirdim, çünkü haberim olmazdı, kendimi kıyaslayacağım örnekler de yapmadığımda veya almadığımda kendimi kötü hissettiğim şeylerde olmazdı. Fakat hepsine vakıfım çünkü boş zamanlarımın çoğunu bu ortamlarda geçiriyorum."(A.33, 37yaş).

Dolayısıyla haber kaynaklarını çeşitlendiren sosyal medya aynı zamanda günümüzde kişilerin uzun süre vakit geçirdiği bir ortamdır. Keskin ve Baş' a (2015) göre, günümüzde kişilerin tüketime yaklaşımları sosyal medya ile farklılaştırmakta ve davranışlarını değiştirmektedir. Nitekim onların 2015 yılında 350 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmada bu düşüncelerini doğrulamıştır. Çalışmalarının bulgularına göre tüketiciler sosyal medyayı en çok güncel olaylara yaklaşımları ve tanıdıklarını takip etmek ve bu doğrultuda kişilerin düşüncelerinden faydalanmak için kullanmaktadırlar.

Annelerin sosyal medya ile ilintili araçlarla aralarındaki interaktif iletişim sosyal ağ teorisi ile açıklanabilir niteliktedir. Scott' a (1991) göre ağ kullanıcıları arasında var olan ilişkileri ifade etmek için kullanılan bu teorinin temel argümanlarından biri ağ yapısını kullananların birbirlerinden etkilendiği düşüncesidir. Bu bağlamda bir sosyal ağ örneği olarak sosyal medya ve araçlarını kullanan annelerin de tüketim davranışlarında birbirlerinden etkilendiklerini belirtmek mümkündür.

"...anne olmadan öncede sosyal medyayı aktif kullanırdım ama anne olduktan sonra tıpkı tüketim alışkanlıklarım gibi takip ettiğim sayfalar da değişti. Yine oldukça aktif kullanıyor, alışveriş yapıyor, çeşitli gruplara üye oluyorum. Alacağım şey bir biberon bile olsa bu platformlardan araştırmadan almamaya özen gösteriyorum sonuçta birçok annenin deneyimi var ve eğer çoğu anne kullanıyorsa mutlaka iyidir. Bu yaklaşımım yüzünden çok gereksiz şeyler de aldığım oluyor." (A.36, 25yaş)

Katılımcı ifadesinden de izlendiği gibi sosyal medya kullanımı annelerin bazıları için tüketimi artıran bir etken olarak görülmektedir. Çalışma kapsamında sosyal medya annelik eksenindeki tüketime ivme kazandıran bir unsur olarak ele alınmıştır. Çünkü Zengingönül' ün de belirttiği gibi "bugünkü paradigmada sosyalleşme ve sosyal statü kazanmanın prensiplerini bireye yeni medya aktarmaktadır" (2012: 4). Ona göre günümüzde tüketim, toplum katmanlarının tamamına yayılan ve ortak irade gerektirebilecek herhangi bir konuda başvurulması, çözümlenmesi gereken olgulardan biri haline gelmiştir. Bu bağlamda bir

ürünün ya da hizmetin anneler tarafından tüketiliyor olması tercih edilmesi için yeterli görünmektedir. Tam da bu noktada "ihtiyaç" kavramı saydamlaşmakta ve ihtiyacın yerini "eğer çoğu anne kullanıyorsa mutlaka iyidir" gibi bir kabul almaktadır.

Diğer bulgularla benzer bir şekilde annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerine yaklaşımı düşünüldüğünde yine sosyal medya araçlarının etkin rolünden söz etmek mümkündür. Bu araçlar sayesinde artan haberdarlığın bu gibi kutlama ve armağanlaşma ritüellerini yaygınlaştıran, uygulanmasını, normalleşmesini kolaylaştıran bir unsur olduğu kabul edilmektedir. Ateş (2013) 'e göre "televizyonda armağan olarak sunulan ürünler popüler kültürün ürünleridir ve kitleleri tüketime yönlendirmektedir" (2013: 97). Dolayısıyla sosyal medya ve diğer medya araçlarının hem tüketimcilik şeklinde hem de tez çalışması açısından annelerin kutlama ve armağanlaşma pratikleri üzerinde etki sahibi olduğunu belirtmek mümkündür. Bu platformlar aracılığıyla anneler çeşitli uygulama örnekleri ile karşılaşarak kutlama ve armağanlaşma pratiklerini tüketme kararı vermektedir.

Katılımcıların anlatılarından hareketle elde edilen veriler hem bu bağlamdaki tüketim tektipleşmesini, hem de annelerin tüketim kararları üzerindeki yaygın eğilime katılma arzusunu bir sosyal gerçek olarak destekler niteliktedir. Annelerin çoğunun kısmen kendilerinin ama çoğunlukla gözlemledikleri kişilerin bu uygulamaları sadece başkaları gerçekleştiriyor ya da fazlasıyla yaygınlaşmış olduğu için benimsedikleri düşüncesinde olduğu belirtilmelidir. Onlara göre kişiler bu boyuttaki farkındalığı öncelikle sosyal medya araçlarından edinmektedirler.

Günümüzde sosyal medya ve araçlarının toplumsallaşmanın, toplumsal haberdarlığın ve toplumsal iletişimin hem temel hem de yaygın olarak kullanılan unsurları arasında olduğunu belirtmek mümkündür. Bu durum sadece belli bir bölge sınırları içinde kalmadığı için küreselleşmenin etkilerinin de görüldüğü somut alanlar arasında değerlendirilebilir. Bu araçlar sayesinde edinilen toplumsal haberdarlık ise yeni uygulamaların benimsenmesinin, yaygınlaşmasının, normalleşmesinin temel nedenleri arasında görülebilir. Bu doğrultudaki çeşitli katılımcı ifadeleri ise şu şekilde sıralanabilir;

"...herkes sosyal medya hesaplarından bir şey paylaşmak istiyor. Bazı insanlar özeniyor olabilir, saygı duyarım ama günümüzde çoğunlukla insanların sırf başkaları yaptı diye bu tarz şeyleri benimsediğini düşünüyorum"(A.10, 37yaş).

"...Bu kadar yayılmasının da nedeni direk sosyal medya bence. Herkes yapıyor ve kimse eksik kalmak istemiyor. Hatta daha daha fazlasını yapıp yarışta üst sıralara tırmanmak istiyor, yapılmamış, görüşmemiş ya da risk almak istemediği zaman da daha yaygın olarak yapılmış tercih ediyor"(A.28, 35yaş).

Katılımcı annelerin ifadelerini arttırmak mümkün olmakla birlikte hemen hemen her annenin sosyal medya, internet ve değişen haberleşme araçlarını kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin uygulanmasını teşvik ettiğine ilişkin görüşleri bulunmaktadır.

Anneler ayrıca armağanlaşma pratiklerinin organizasyonunda sosyal medyanın yönlendiriciliğine de vurgu yapmaktadır.

"... ben kendim yaptım hazırladıklarımı aslında, internette o kadar çok anne paylaşıyor ki mutlaka fikir alacağınız çok şey oluyor aslında. Alternatif çoğalıyor siz de tercihlerinizi daha özgür seçebiliyorsunuz. Sosyal medya zaten günümüzde öyle bir şey ki ona bakmadan basit bir hediye bile hazırlayamıyoruz işte" (A.41, 36yaş).

Özdemir' e göre armağanlaşma pratikleri açısından medya araçları büyük bir öneme sahiptir. Ona göre bu bağlamda medya hem özgün ürünlere sahip olmaya olanak tanıyan bir üretim alanı hem de farklı alanlardaki ürün ve hizmetlerin tüketicilerle buluşturan bir pazar alanı olarak ortaya çıkmaktadır (2008: 373).

...ben interneti de sosyal medyayı da çok aktif kullanıyorum o kadar değişik şeyler var ki, her gün bir başkası çıkıyor. Başkaları paylaşıyor sosyal medyadan, öyle olunca görüyorsun, özeniyorsun bir de öyle bir lanse ediyorlar ki ben anneyim bak ben aldım sen neden almıyorsun ya da yapmıyorsun diyorlar Bir de şu var sanki herkes paylaşınca o ürün ya da yapılan şey daha çok test edilmiş ve onaylanmış gibi bir algı oluyor ." (A.38, 24 yaş).

Nitekim günümüzde reklamın geleneksel kaynakları olan televizyon ve gazetelerin etkileri azalmakta ve tüketicilerin medya üzerinden daha fazla kontrolü gerekmektedir. Artık sosyal medyanın tüketiciler üzerinde daha fazla etkisi olmaya başlamış ve özellikle kullanıcıların geleneksel medyadan çok sosyal medyaya güvendikleri tespit edilmiştir. (Rashtchy et al., 2007; Vollmer & Precourt, 2008; Mangold and Faulds, 2009; Foux, 2006). Dolayısıyla sosyal medyanın bu hâkimiyeti annelerin her davranışını etkileme potansiyeline sahiptir. Unutulmamalıdır ki; kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin sayısı da içeriği de günden güne değişmekte ve bu dinamizm de katılımcılar tarafında sosyal medyanın üreticisi olduğu çeşitli kavramlarla ve çoğunlukla "moda" kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Katılımcıların bir kısmı modanın yaratılmasında, benimsenmesinde sosyal medyanın ve sosyal medya aktörü olarak tanımladıkları popüler kültür ürünlerinin belirleyici olduğunu vurgulamışlardır.

"...şimdi bu kadar yaygın çünkü moda. Dönem olarak, sosyal medyada ki paylaşımlar sayesinde moda yayılıyor çünkü insanların birbirinden kolaylıkla haberleşmesi mümkün. Babyshower nedir mesela bizim dönemimizde yoktu ki böyle şeyler. Ama birkaç sanatçı yaptı önce sonra onu görenler özendi ve toplumun geneline yayıldı.." (A.13, 34yaş).

Bu çerçevede anneliğin adeta popüler ve işlenmeye hazır bir meta olduğu algısının sosyal medya tarafından ideolojik olarak benimsendiğini belirtmek mümkündür. Teknolojinin desteği ile gelişen ve unsurlar da bu noktada tüketimi kamçılamaktadır. Erdoğan' a (2008) göre annelik bu aşamada gerçeklikten ayrılarak adeta popüler uygulamalarca paketlenmiş tüketim aracına dönüşmektedir.



## SONUÇ

Küreselleşme, teknoloji, haberleşme gibi koşullar günümüz anneliğini görece kolaylaştıran unsurlar olarak değerlendirilse de annelik, hala cinsiyete dayalı işbölümü ve bu işbölümünün neticesinde ortaya çıkan eşitsizliğe bağlı olarak kadınların hayatlarındaki en önemli rol şeklinde algılanmakta ve ataerkil değerler etrafında yeniden üretilebilmektedir. Geçmişten bugüne kadınlık annelikle eşdeğer kılınmış ve bu deterministik yaklaşımın sonucunda da her kadının mutlaka anne olması gerektiğine dair bir beklenti oluşmuştur. Bu beklenti nedeniyle kadınlar sosyal hayatta farklı rollere sahip olsalar dahi öncelikle özel alanda icra ettikleri annelikle tanımlanmaktadır. “Binlerce yıllık düşünce geleneği erkekleri ne oldukları üzerinden tanımlarken, kadınları tanımlamak için ‘ne işe yaradıkları’ ndan yola çıkıyor.” diyen Okin (aktaran Kerestecioğlu 2014: 10) ve “...erkek merkezli bir toplumda kadınlar, yerine getirdikleri işlevlerle tanımlanırlar: üreme.” diyen Donovan (2013: 283) bu doğrultuda hala güncelliğini koruyan toplumsal gerçeğe değinmişlerdir. Günümüzde de geçerliliğini sürdüren bu kabullerle içkinleşen argümanlar ise anneliğin kutsallığına ve bu kutsallıkla örtüşen eylemlerle deneyimlenmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Örneğin Selçuk (2015) annenin kendisinden beklenen davranışları gerçekleştirmesini “kutsallığını hak etmesi” olarak yorumlar. Kutsal olanı hak etmenin koşulları da her dönem değişmiştir. Anneliğin bireysel bir deneyim olmasının yanında toplumsal olarak biçimlenen içerimleri annelikle bağdaştırılan kavramların, annelikten beklenenlerin ve anneliğe yüklenen anlamların sürekli değişmesine neden olmuştur.

Yorumsamacı paradigma ile yorumlanan, anti-pozitivist bakışı benimseyen, fenomenolojik yöntemle şekillenen çalışma argümanların tüm boyutlarına ilişkin “derinlemesine” araştırma olanağı sunduğu için nitel araştırma yöntemi ile şekillendirilmiştir. Silverman’ a (2005) göre nitel araştırma ile sosyal olay ve olguların nedenlerine, nasıllarına ve niçinlerine ilişkin güçlü ipuçları sunulabilmektedir. Bu doğrultuda tez çalışmasında annelerin annelik deneyimlerine, annelik rolleri bağlamındaki tüketim alışkanlıkları ama özellikle kutlama ve armağanlaşma pratikleri doğrultusundaki içsel deneyimlerine ulaşılmak istendiği için de nitel bir yöntem tercih edilmiştir.

Anneliğin öncelikle toplumsal ve sosyo-kültürel olduğuna vurgu yapan tanımlardan (Eisenstein, 1994: 247-248; Uluğtekin, 2002: 4; Hryciuk, 2010; Parmaksız, 2012; Miller, 2010: 33; Jordan, 1993: 68) hareketle; annelik evrensel bir deneyim olsa dahi anne olmak her toplumda sosyo-kültürel olarak belirlenen ve biçimlendirilen bir içeriğe sahiptir. Bu doğrultuda kadınların annelik deneyimlerini, bu deneyimlerin beklentileri ile örtüşüp örtüşmediğini, toplumda idealize edilen bir anne tipi olup olmadığını, anneliğin toplumdaki

anlamını irdelemeleri sağlanmıştır. Katılımcıların anlatılarında değindiği noktalardan hareketle bir söylem tablosu oluşturulmuştur.

**Tablo 1. Katılımcıların Anneliğe İlişkin Söylem Tablosu**

Anne olduktan sonraki deneyimlerinize anne olmadan önceki beklentileriniz arasındaki ilişkiyi söz eder misiniz?	*Beklentilerle Uyumlu	*Beklentilerle Uyumsuz	*Beklediğimden daha iyi bir anne oldum.
Anneliğin kadın açısından nasıl bir deneyim olduğunu düşünüyorsunuz?	*Zorlayıcı *Kutsal	*Kadının doğal görevi *Dönüştürücü	*Başkalaştırıcı *Eğitici
Sizce ideal anne nasıl olmalı?	*Bunu belirlemek çok zor	*Yaygın olan bakış neyse onu benimsemeli	*Her anlamda çocuğuna öncelik tanıyan
İdeal anne yapılanmasında etkili olan unsurlar sizce nelerdir?	*Sosyal medya internet ve diğer popüler iletişim araçları	*Diğer annelerin deneyimleri	*Süregelen gelenekler ve yakın akraba söylemleri
Anneliğin toplum içinde nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?	*Statü sağlayıcı	*Evliliğin gereği	*Sınıflandıran
Anne olduktan sonra toplumun kadına bakışı?	*Değişiyor.	*Evliliğin gidişatına ve kadının kişiliğine ilişkin olumlu algı yaratıyor.	*Çocuk sayısı ve cinsine göre de değişiyor.
Sizce günümüzde anneler arasında gruplaşma, sınıflandırma var mı? Örnekleyebilir misiniz?	*Oyuncu anne *Organik anne	*Hijyenik anne *Titiz anne	*Kuralcı anne *Fit/sportif anne

Elde edilen bulgular anneliğin hem bireysel bir durum hem de Goffman' a göre "bir rol oynamaktan" (2010: 263) çok daha fazlası olduğunu ve annelikle içkinleşen deterministik yaklaşımın hala geçerliliğini koruduğunu ortaya koymuştur. Anneliğin toplumsal inşası ilk olarak annelikten beklentilerin yapılandırılması aşamasında katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Bu doğrultuda kendi anneliğinden önce diğer kişilerin deneyimlerini gözlemleyen, içselleştiren, destek sağlayan, sürece şahit olan kadınların adeta anneliğin bir prototipini yaşadığı ve annelikten beklentilerini, anne olarak ileride gerçekleştirmesi gerekenleri biçimlendirdikleri anlaşılmıştır.

Katılımcılar anneliğin zor, kutsal, dönüştürücü ve sınırlayıcı olduğu konularına vurgu yapmışlardır. Bunun dışında anneliğin kutsallığı çeşitli dini argümanlara ve zorluğuna, dönüştürücülüğü ve sınırlayıcılığı ise kadının hayatının anne olduktan sonra başkalaştığı düşüncesine dayandırılmıştır. Annelik katılımcılar tarafından bir yansıma, bir dışa vurum olarak tanımlanmıştır. Onlara göre annelik kadına ve evlilik kurumuna olan saygıyı arttırmakta, kadının kişilik özelliklerine ilişkin olumlu bir yapılanmanın dışa vurumu olarak algılanmakta ve evliliğin niteliği ile ilgili bilgi sağlayıcı bir mesaj vermektedir.

Sonuç olarak annelik katılımcılara göre çoğunlukla beklentilerle uyumsuz ve her ne kadar kutsal da olsa aslında oldukça zor bir roldür. Bu niteleyişin temel belirleyicileri ise;

- Fizyolojik bakım zorlukları,
- Annenin ameliyat sonrası süreci,
- Bebeğin doğum sonrasındaki sağlamlığı ve temel yaşam becerilerini gerçekleştirebilme düzeyi,
- Annenin bu süreçte eşinden, yakın çevresinden destek alma durumu,
- Annelikle birlikte artan sorumluluk,
- İdeal anne şekillenmesinin dinamik yapısı ve bu durumun yarattığı baskı olarak tespit edilmiştir.

Yaşayabilmek için tüketmek zorunda olan insan Maslow' un (1943) hiyerarşisine göre öncelikle fizyolojik ihtiyaçları doğrultusunda tüketmeye başlar. En ilkel ve öncelikli tüketim şekli olarak adlandırılabilir ve sadece yaşamsal unsurlar temelinde gerçekleştirilen tüketim eylemi zamanla farklılaşmış ve ihtiyacın içeriğini de değiştirmiştir. Bu dönüşümün neticesinde ihtiyaç ve beraberinde gerçekleşen tüketim zorunlu ihtiyaçları karşılamaktan uzaklaşıp, bireylerin kendilerini yansıttıkları kültürel bir unsura dönüşmüştür. Bu değişim annelik ve tüketim ilişkisinde de gözlemlenmiş, bir tüketici grubu olarak annelerin sadece biyolojik değil sosyo-kültürel tüketim ihtiyaçlarının da olduğu saptanmıştır. Böylece kadınların öncelikle anne olmalarıyla beraber tüketim alışkanlıklarındaki olası değişim üzerine düşünmeleri amaçlanmıştır. Katılımcıların tüketim ve annelik ilişkisine dair söylem tablosu aşağıdaki şekildedir.

**Tablo 2. Katılımcıların Annelik ve Tüketim İlişkisine Yönelik Söylem Tablosu**

Hamilelik sürecinizi de düşündüğünüzde sizce annelik rolünüzle tüketim arasında nasıl bir ilişki olduğunu düşünüyor sunuz?	Anne olunca tüketim artıyor ve çok değişiyor	Eğer kendi masalarınızdan kısarsanız dengeleniyor	Anneliğin tüketimle ilişkisi yok, olmamalı
Eğer tüketiminizin arttığını düşünüyorsanız sizce bunun nedenleri nedir?	*Artan alternatif *Çoğalan satın alma seçenekleri *İki çocuklu anneler: İlk çocuk deneyimsizliği	*Sosyal medya *Diğer annelerin kullanımı *Anneliğe alışma sürecinin yarattığı duygusallık ve acemilik	*Sektör baskısı *İyi annenin çocuğuna en iyisini alması gerektiği düşüncesi *Kendi çocukluğunun eksikliklerini tamamlama arzusu
Anne olunca farklılaşan tüketim alışkanlıklarınızdan söz eder misiniz?	Sosyalleşme	Beslenme	Kişisel bakım ve giyim
Hamilelik sürecinizi de düşündüğünüzde tüketim alışkanlıklarınız üzerinde sosyal ve toplumsal baskı baskı olduğunu düşünüyor musunuz?	Baskı var ve çok etkileniyorum	Baskı yok	Baskı var ama ben umursamıyorum
Sosyal medyada anneliğe ilişkin paylaşımlara bakışınız nedir?	Tüketimi etkiliyor	Anneliğe bakışı etkiliyor	Yeni şeylerden haberdarlık sağlıyor

Elde edilen bulgulara göre kadınlar annelik ve tüketim arasında bir ilişki olduğunu ve anne olduktan tüketim şekillerinin değiştiğini belirtmiş fakat bu ilişkinin yönü hakkında farklı görüşler sunmuşlardır. Katılımcılara göre anne olduktan sonra tüketim seyri değişmekte ve bu durum kimi anneler tarafın “tüketim artışı” kimi anneler tarafından ise “tüketim dengelenmesi” kavramlarıyla ifade edilmiştir. Beck ve Gernsheim’ ın (2012) da vurguladığı gibi çocuk sahibi olmanın süregelen bütün alışkanlıkların gözden geçirilmesini ve çocuklu hayata uyumlaştırılmasını gerektiren yapısı tüketim kararları üzerinde de etkili olmaktadır.

Bu noktada neden annelik tüketimi farklılaştırmaktadır? Sorusunu akla gelmiştir. Ebeveynlik ile değişen tüketim alışkanlıklarının çeşitli sebepleri olabilir. Beck ve Gernsheim' a (2012) göre bu sebeplerden biri ailelerin çocuklarını kendi çocukluklarından görece daha rahat yetiştirme arzusudur. Aileler bu idealler doğrultusunda çeşitli ürün ya da hizmetleri temin ederken maddi ve kişisel fedakârlıkta bulunurlar. Benzer bir şekilde katılımcıların bazıları da kendi çocukluklarının eksikliklerini çocuklarında tamamlayarak geçmişte kalan hayallerini gerçekleştirdiklerini vurgulamışlardır. Katılımcı annelerin bir kısmı için ise annelikte birlikte değişen ya da artan tüketimin nedeni annelik rolüne alışmaya çalışmak ile ilişkilendirilmiştir. Solomon (1983) da farklılaşan rollere adaptasyonda tüketimin önemine değinmiş ve tüketim nesnelere sembolik etkilerine vurgu yapmıştır. Benzer bir şekilde Schouten' a (1991) göre de kişiler rolleriyle ilgili performanslarını değerlendirirken kurguladıkları idealler ve mevcut durumları arasında bir muhakeme yaparlar. Bunun sonucunda tüketiciler mevcut hallerinden memnun değilse, ideal konumlarına ulaşmak için daha çok ya da daha farklı boyutlarda tüketim gerçekleştirebilirler. Dolayısıyla, anneler de yeni rollerine alışma süreçlerini kolaylaştırmak ve idealize ettikleri annelikte gerçek halleri arasındaki boşluğu kapatmak için tüketim ürünlerini etkin olarak kullanmışlar (Solomon, 1983;Patrick, MacInnis, andFolkes 2002) ve bu doğrultuda tüketim eğilimleri artmış ya da farklılaşmıştır. Bu farklılaşmanın nedenleri;

- İyi anneliğin artan tüketimle eşleştirilmesi,
- Artan alternatif ve satın alma seçenekleri,
- Çocuğun ihtiyaçların doğal olarak ailedeki diğer bireylerden farklı olması,
- Annenin kendi çocukluğunun eksikliklerini çocuğunun yaşamamasını istemesi,
- Yeni role alışma sürecinde tüketim ürünlerinden destek almak,
- Diğer annelerin deneyimleri,
- Tüketim ürünlerinin sembolik anlamları,
- Özellikle ilk annelik deneyiminde yaşanan deneyimsizlik ve kararsızlık olarak tespit edilmiştir.



Özellikle 1980’li yıllardan sonra endüstriyel kapitalizmin etkisi ile birlikte toplumsal yapıları anlamada tüketime odaklanan yaklaşımlar önem kazanmış, bu bağlamda anneliğin görece niteliği de tüketim alışkanlıkları üzerinden okunur hale gelmiştir. Günümüzde yaygın hale gelen kutlama ve armağanlaşma pratikleri bir tüketim nesnesi olarak görülmüş ve tüketim alışkanlıklarındaki değişim, bu ritüellerin annelikle ilişkisi üzerinden irdelenmiştir.

İhtiyaca konu olan ürünlerin taşıdığı anlamlar, statü ve prestij belirlemedeki etkileri, toplumsal yaşamda verdikleri örtük mesajlar tüketimi kültürel temellere oturtmakla beraber tüketim ürünlerinin adeta soyut nesnelere dönüştürmüştür. Benzer bir şekilde Bocock da tüketimin sadece ekonomik düşünce ve yararcılık temelindeki ihtiyaçlara değil, gittikçe artan bir şekilde gösterge, sembol ve işaretlerinin içinde olduğu arzulara dayanan sosyo-kültürel bir olgu olmaya başladığını vurgulamaktadır (1997: 13). Günümüzde anneliğin sosyo-kültürel içerikleri arasında kutlama ve armağanlaşma pratiklerini görmek mümkündür. Clarke' a (2014) göre bu uygulamaların etrafında yapılandırılan çeşitli söylemler çağdaş ebeveynliğin çelişkili doğasına benzersiz bir bakış açısı sunmaktadır. Onun bu değerlendirmesinden hareketle günümüz koşullarında anneliğin içerimlerini daha iyi tanımlayabilmek için bu çalışmada kutlama ve armağanlaşma pratiklerine odaklanılmıştır. Günümüzde ticaretle de iç içe geçmiş, detaylandırılmış, çeşitli anlamlar yüklenmiş bu ritüellerin hem annelik hem de tüketim açısından farklı bir fenomen haline geldiği ifade edilmelidir. Bu ekseninde oluşmaya başlayan tüketim kültürü ürünlerinin de (kutlamalar, armağanlar, hediyeler, kıyafetler vs.) nesilden nesile anneliğin içerdiği belirli anlam ve sosyal dayanışmaların yeniden üretilmesinde büyük bir öneme sahip olduğu vurgulanabilir.

**Tablo 3. Katılımcıların Kutlama ve Armağanlaşma Pratiklerine İlişkin Söylem Tablosu**

Anne olmadan önce anneliğe ve çocuğa ilişkin kutlama ve armağanlaşma pratiklerinden haberdar mıydınız?	Haberdardım ve ilgimi çekiyordum	Haberdardım, ilgimi çekmiyordu ama anne olduktan sonra çok ilgimi çekmeye başladı	Pek haberim yoktu
Anne olacağınızı öğrendikten ya da anne olduktan sonra herhangi bir kutlama gerçekleştirdiniz mi?	En az bir uygulama	1-6 arası uygulama	6 Uygulama
Hamilelik sürecinizde ya da doğum gerçekleştirdikten sonra herhangi armağan hazırlayıp armağan aldınız mı?	En az bir armağan	Armağan hazırlamadım	Birden çok armağan
Günümüzde bu doğrultuda gerçekleşen pratiklere bakışınız nedir?	Gereksiz	Zorunluluk içermiyor, kimse zorlamıyor	Çağın gerekliliği
İnsanlar bunu neden yapıyorlar? Siz neden yaptınız?	*Heves *Özenti *Gösteriş * Karşılıklılık	*Anı biriktirme *Kendini iyi hissetme *Yarış ve Rekabet *Değiş-tokuş	*Moda *Yakınlarla buluşma bahanesi *Alış-veriş
<b>BandWagon</b> Görelî Yoksunluk	* Kişiler herkes yapıyor diye yapıyorlar, herkes yapınca insanlar çok fazla gerekliliğini sorgulamıyor *Yapmayan kişiler kendilerini, maddiyatlarını,anneliklerini yoksun hissediyorlar		
Gösteriş amacı mı? (Gösterişçi tüketim)	Gösteriş = Ekonomik yeterlilik	Gösteriş = Statü	Gösteriş= Estetik zevk, tarz ve çağa uyumluluk
Bu pratiklerin anneler üzerinde baskı yaratma ihtimaline dair düşünceleriniz nedir?	Umursayanlar için ciddi baskı yaratıyor	Sosyal medyada o kadar çok görülüyor ki çok büyük bir baskı var	Baskı yok, etkilenmiyorum
Sizce bu pratikler anneleri kategorize ediyor mu? Örnek verebilir misiniz?	İlk olarak maddiyat açısından kategorileştirme var.	Sosyallik	Annelik niteliği
Sizce bu pratikleri geleneksel ritüellerden ayıran nedir?	* Tüketim *Tüketim toplumu *Kapitalizm * Artan alım gücü	*Sosyal medya * Moda *Koşullara ayak uydurma	* Gösteriş * Rekabet

Elde edilen bulgulara göre annelik deneyimine sahip kadınların bazıları, kutlama ve armağanlaşma pratiklerini eleştirip para tuzağı olarak "kapitalist odaklarca üretilen unsurlar" şeklinde tanımlamalarına karşın yine de en az bir kutlamayı gerçekleştirmişlerdir. Bu noktada annelerin kutlama ve armağanlaşma pratiklerine bakışları derinleştirilerek annelere bu uygulamaları gerçekleştirmeyi gerekli görüp görmedikleri, hem kendilerinin hem de diğer annelerin bu uygulamaları neden gerçekleştirdiklerini irdelemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Annelerin büyük bir kısmı bu uygulamaları gereksiz gördüklerini belirtirken bazıları bu uygulamaları çağın ve güncel koşulların gerekliliği olarak anlamlandırmıştır. Böylece hem bu uygulamaları gereksiz görüp hem de en az bir uygulama gerçekleştiren kadınlar kendileriyle çelişmişlerdir. Bu durumun nedenleri üzerine düşünüldüğünde öncelikle Veblen' in (2005) kişilerin genel kültürel değer ve kurallara uyma eğiliminde olduğuna dair düşüncelerine değinmek yerinde olacaktır. Ona göre bireyler içinde yaşadığı grupların genel kültür kurallarına, sergiledikleri tutum ve tavırlara uygun davranışı gösterirler. Bu bağlamda annelerin tamamının bir armağanlaşma değil de kutlama pratiği gerçekleştirmiş olduğu bulgusunu yinelemek gerekmektedir. Çünkü bilindiği gibi annelik ve çocuk eksenindeki kutlama pratikleri geçmişten günümüze devam eden bir ritüelken kutlamalar eşliğinde sunulan, ikramlıklar dışındaki armağanlar oldukça yeni bir uygulamadır. Bu pratiklerin gittikçe yaygınlaşarak çeşitlenmesi bu uygulamaların aşama aşama "genel kültür kuralları"

haline geldiğini düşünmemize neden olabilir. Aynı bakış açısı annelerin bu ritüelleri neden yaptıklarının ve diğer kişilerin bu pratikleri gerçekleştirme nedenlerini sorgulama aşamalarının da açıklayıcısı olabilecek niteliktedir. Annelerin bu ritüelleri uygulama esnasında gözettikleri bir diğer unsur da bu ritüellere atfettikleri anlamlardan hareketle açıklamak mümkündür. Sakarya (2006) süregelen geleneklerin sosyal ilişkiler aracılığıyla sosyal itibar ve dayanışma sağlamak, onur kazanmak gibi birçok işlevsel içeriğe sahip olduğuna değinmektedir. Katılımcıların anlatılarından elde edilen bulgulara göre de anneler bu gibi güncel ve bazılarına göre gelenekselleşmiş uygulamaların gelenekleri sürdürmek, kutlamaya katılanlara değer vermek, güncel yaklaşımları takip etmek gibi işlevlerine vurgu yaparak bu uygulamaları gerçekleştirme nedenlerini açıklamışlardır.

Çalışma kapsamında “ ben asla bu gibi uygulamaları gerçekleştirmeyeceğim” diyerek bilinçli bir şekilde bu ritüellerin dışında kalacağını belirten bir anne ile karşılaşılmamıştır. Bu durum katılımcı grubunun belli bir sosyal sınıfı temsil etmesi ile açıklanabilir. Çalışmanın genel katılımcı profili çoğunlukla eğitilmiş, ekonomik geliri yüksek, aktif bir sosyal hayatı olan, interneti ve sosyal medya araçlarını aktif olarak kullanan annelerden oluşmaktadır. Dolayısıyla elde edilen verilen çalışma grubuna seçilen annelerin yaşamışlıklarını, bakışlarını yansıtmaktadır. Aynı görüşme soruları ile toplumun farklı kesimlerine, örneğin bir gece konu bölgesine gidilse şüphesizdir ki çok daha farklı bulgular elde edilecektir.

Annelerin bu uygulamaları gerçekleştirme nedenleri ile onlara göre diğer annelerin bu ritüelleri kabul edip uygulama nedenleri paralellik göstermektedir. Katılımcılar bu uygulamaları gerçekleştirme nedenlerini heves, özentisi, gösteriş, karşılıklılık, anı biriktirme, moda, aile bireyleriyle buluşmaya olanak sağlama, moda, imaj, yaşam tarzı, kimlik, sosyal bilinç gibi kavramlarla açıklamışlardır. Katılımcılar heves, özen, kendisini iyi hissetme gibi çoğunlukla içsel etkenler sonucunda bu gibi ritüelleri gerçekleştirdiklerini vurguladıkları gibi gösteriş, karşılıklılık, değiş -tokuş, moda akımlar, rekabet gibi daha çok dışsal sayılabilecek etkenleri de bu gibi uygulamaları gerçekleştirme nedenleri arasında göstermişlerdir. Ayrıca bu soru üzerinden tezin kavramsal ve kuramsal kısmında tartışılan argümanlarla bağlantılı olarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre;

-Katılımcılar bu uygulamaların çoğunlukla sorgulanmadan gerçekleştirildiğini belirtmişlerdir. Onlara göre kişiler bu uygulamaları öncelikle yakın çevreleri ya da pek çok kişi yapıyor diye gerçekleştirmektedir. Hatta bazı katılımcılar bu durumun kendileri için de geçerli olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda talep gören ya da kullanılan ürün veya hizmetlerin zamanla diğer kişiler tarafından da kullanılmak istenmesi olarak açıklanabilecek

Geri Kalmama –Bandwagon Etkisi ya da Sürüye Katılma Talebi çalışma kapsamında karşılığını bulmuştur.

-Çalışmada tartışılan Trickle-Down (Süzülme) kuramından hareketle annelerin bu uygulamaları neden gerçekleştirdiğine dair çıkarımlar gerçekleştirmek mümkündür. Simmel (1957) tarafından geliştirilen bu kuramın temel dayanağı moda kavramıdır. Ona göre moda olan üst tabakadan alt tabakaya doğru süzülür ve mevcut uygulamaları yönlendirir. Katılımcıların görüşme esnasında özellikle babyshower kutlamasını ilk yapan kişi olan Demet Akalın'ı dile getirmeleri moda kapsamında ünlülerin davranış kalıplarının süzülerek halk tarafından nasıl kabul edildiğini göstermek açısından anlamlıdır.

-Annelere göre bu gibi uygulamalar -özellikle sosyal çevrelerinde örnekleri fazlasıyla varsa- kadınların anneliklerini, yaşam tarzlarını, maddi koşullarını, moda algılarını ve diğer unsurları sergiledikleri, kıyaslamalara tabii tuttıkları alanlardır. Bu kıyaslamalar sonucunda anneler çeşitli alanlardaki yetkinliklerini ya da yoksunluklarını topluma sunmuş olurlar. Davis (1959) bu durumu "sosyal kıyaslama" olarak adlandırmaktadır.

-Katılımcılar kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin içeriğini şekillendiren ve etkileyen bir unsur olarak gösterişçi tüketime de vurgu yapmışlardır. Katılımcılar açısından tüketimin gösterişçi, savurgan hale gelmesinin temel nedeni kişilerin kendilerini yeterli gördükleri ya da öyle yansıtmak istedikleri unsurları kutlama ve armağanlaşma pratikleri aracılığıyla somutlaştırmasıdır. Onlara göre anneler zenginliklerini, estetik zevklerini, modaya uygunluklarını, çocuklarına yansıtıkları maddi ve manevi emeği, ince düşüncelerini göstermek isterler. "Gösteri günümüz toplumunun başlıca ürünüdür" (2014: 16) diyen Debord'a göre ise artık metalar şenlikli bir gösteri aksesuarı haline gelirken yaşam tarzlarını da işgal etmektedirler. Ona göre, görülen ve algılanan dünya artık metaların dünyası haline gelmiştir. Bu doğrultuda tüketim kalıpları değerlendirildiğinde; bireyler kutlama, eğlence, armağanlaşma, giyim, dekorasyon, boş zamanı kullanma pratikleri ile örneklendirilebilecek eylemler ile neredeyse hayatlarının tümünü kapayacak şekilde "gösterişçi tüketim" ideali ile bütünleşmiştir. Dolayısıyla annelerin bu uygulamaları gerçekleştirme ve şekillendirme aşamasında gösterişçi zaman zaman bir amaç zaman zaman da bir neden olarak gördükleri ortaya çıkmaktadır.

-Kişilerin sürüden ayrılma arzusuna gönderme yapan ve bu bağlamda kitlelerce tüketilmeye başlayan tüketim unsurlarının bazı kişiler tarafından tüketilmediğini vurgulayan Snob etkisi kutlama ve armağanlaşma pratiklerine yaklaşımı şekillendiren bir diğer kuramsal çerçeve olmuştur. Bu doğrultuda bazı katılımcıların "herkesin dağıttığı şeylerden vermek istemedim", "kızlara pembe, erkeklere mavi... ben farklı bir renk istedim", "farklı olmayı

severim ben herkes yapmaya başlayınca soğudum zaten" gibi ifadeleri snob etkisinin annelerin kutlama ve armağanlaşma pratikleri eksenindeki tüketim kararlarını yönlendiren ve şekillendiren bir unsur olduğunu örneklendirmektedir. Bu noktada Bourdiou' nun (1979) tabakalaşma teorisinden de söz etmek mümkündür. Nitekim ona göre de sınıflar arası bir sosyal kovalamaca yaşanır ve alt sınıf orta sınıfa yetiştikçe orta sınıf artık alt sınıfa ait olanlardan sıyrılma ihtiyacı duyar.

-Nisbi gelir hipotezi çerçevesinde kişilerin güncel uygulamalardan haberdar oldukça gelirleri değişirse de daha fazla tükettikleri iddia edilmektedir. Bu noktada çalışma kapsamında ekonomik durumunu "zorlanıyoruz" ya da "ortanın altında" şeklinde ifade eden katılımcıların kutlama ve armağanlaşma ritüellerini gerçekleştirmiş olması bu durumu doğrular niteliktedir. Dolayısıyla kutlama ve armağanlaşma pratiklerini gerçekleştirmek için ekonomik gelirin yüksek olması gibi bir gereklilik bulunmamakta, her anne bu ritüelleri kendi ekonomik koşulları ile uyumlaştırarak gerçekleştirmektedir.

Söz konusu kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin yapılmasının anneler üzerinde herhangi bir baskı yaratıp yaratmadığı, anneler arasında bir sınıflandırmaya neden olup olmadığı da çalışma kapsamında irdelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre; katılımcı anneler bu uygulamaların baskı yaratan bir içeriği olduğuna işaret etmiş, hatta uygulamaların bu kadar yayılmasının nedeninin de bu baskı olduğunu vurgulamışlardır. Annelere göre bu gibi uygulamalar bir sınıflandırma yaratmakta, bu durumun bir sonucu olarak da uygulamaları gerçekleştiren ve gerçekleştirmeyen anneler arasında bir ayırım oluşmaktadır. Özellikle kendi sosyal çevresinde bu ritüellerin çoğunlukla gerçekleştirildiğine tanık olan anneler şahsi olarak ritüelleri uygulamak istemeseler de "çevre baskısı", "dışlanma", "ince düşünen bir anne olarak değerlendirilmeme kaygısı", "ekonomik olarak yetersizlik suçlaması" gibi ifadelerle yaşadıkları baskıyı ortaya koymuşlardır. Anneler sosyal çevrelerinin bu pratiklerin uygulanmasına dair bir beklenti içinde olduğunu da belirtmişlerdir. Bu doğrultuda katılımcılar yaygın hale gelen kutlama ve armağanlaşma pratikleri gerçekleştirilmediğinde öncelikle maddi açıdan yetersizlikle daha sonra sosyalleşme algısının eksikliği ile itham edildiklerine değinmişlerdir. Bazı katılımcılara göre ise bu ayırım gerekçeleri tamamen anneliğin niteliği ile eşleştirilmektedir. Onların deneyimlerine göre bu gibi uygulamaları gereksiz, para tuzağı ya da anlamsız gördükleri için gerçekleştirmek istemediklerini dile getirdiklerinde öncelikle yakın çevrelerinden, daha sonra bu uygulamaları sahiplenen roldaşları tarafından annelikleri üzerinden eleştirilmişlerdir. Anneler özensizlik, çocuğu için anı biriktirme konusundaki duyarsızlık, bilinmeyen gelecekte annesi bu uygulamaları gerçekleştiren çocukların

kendilerini arkadaşları ile kıyasladıklarında eksiklik hissedebilecekleri gibi gerekçelerle eleştirildiklerini dile getirmişlerdir.

Tez çalışmasının son aşamasında günden güne çeşitlenen ve yaygınlaşan modern kutlama ve armağanlaşma ritüellerinin geleneksel uygulamalardan ayrıldığı noktalar irdelenmiştir. Öncelikle annelik ve çocuk ekseninde gerçekleştirilen kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin son derece dinamik bir doğasının olduğunu belirtmek gerekir. Anneler her geçen gün yeni bir uygulama ile karşılaşabilmektedir. Sadece tez çalışmasının raporlaştırıldığı dönemde tespit edilen yeni uygulamalar; cinsiyet partileri (Gender parti denmektedir), doğum günü hamamı, süttan kesme partisi; kızım regl oldu partisidir. Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere artık çocuğun yaşamındaki her aşama kutlamaya değer görülmekte ve beraberinde tüketimi getirmektedir. Bu bağlamda süregelmiş geleneklerin bazıları ortadan kalkmış, bazıları geçerliliğini korumuş bazıları da içerik anlamında değişmiştir.

Giddens' in da vurguladığı gibi; önceki kuşakların deneyimlerini içerdiği ve sürdürdüğü için saygı gösterilen ve değer verilen geleneksel kültür ürünleri durağan değildir. Çünkü kültürel mirasını kendinden önce gelenlerden devralan her yeni kuşak tarafından yeniden icat edilir ve yapılandırılırlar (Giddens, 1998: 41-2). Bu yaklaşımdan hareketle günümüzdeki kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin yeni nesillerce icat edilen içerimleri bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Karadeniz (2007) bu durumun sonucu olarak geleneksel uygulamaların değiştiğini, çeşitlendiğini ve bu çeşitlilikle doğru orantılı olarak bir devingenlik yaşadığını savunmaktadır. Bu süreçte farklı bir yapıya bürünen geleneksel uygulamalar yeni halleriyle toplum tarafından kabullenildiği gibi benimsenmeyebilir de. Bu bağlamda Haworth-Hoepfner' in “Sosyolojik açıdan önemli olan paylaşılan bakış açılarının bireyler tarafından deneyimlenmesidir” (2000: 214) ifadesinden hareketle bireylerin deneyimlerine odaklanılmış ve geleneksel pratiklerle örtüşen uygulamaları daha çok gerçekleştirdikleri, benimsedikleri kanısına varılmıştır. Örneğin babyshower katılımcılar arasında en az uygulanan, doğum günü ve kırk mevlüdü ise en yaygın olarak gerçekleştirilen ritüeller olarak gözlenmiştir.

Geleneksel (çalışma kapsamında loğusa gecesi, ana gecesi, kırklama, diş bulguru, ad verme, saç kesme, doğum günüdür) ve modern ritüeller (çalışma kapsamında babyshowerpartisi, hastane odası süsleme organizasyonu, lohusalık ve bebek armağanları, doğum günlerinde hazırlanan armağanlar, pasta patlatmadır) ele alındığında bu uygulamaların törensel boyutu ve gerekçeleri benzerken, içeriklerinin farklılaştığı tespit edilmiştir. Örneğin geleneksel uygulamalarda da çocuğun ve annenin önemli evreleri kutlamaya değer

bulunurken, armağan algısı sadece katılımcılara sunulan ikramlıklardan, güler yüzden, kutlama boyunca rahatını sağlama çabasından ibarettir. Modern uygulamalarda ise çocuğun ve annenin hayatındaki hemen hemen her aşama kutlamaya değer görülürken; katılımcılara sunulan armağanlarla ritüeller bir tüketim alanına dönüşmüştür. Bu noktada katılımcıların perspektifinden geleneksel-modern uygulamaların ayrıldığı noktalar görünür kılınmaya çalışılmıştır. Çünkü geleneksel ve modern ritüellerin ayrıştığı temel nokta modern uygulamalardaki armağanın içeriği ve yönüyle ilişkilidir. Geleneksel ritüellerde armağanlaşmanın ihtiyaç odağında ve kutlama gerçekleştirilen aileye yönelikken modern uygulamalarda armağanlaşma ihtiyaç odağından uzaklaşmış ve adeta kültür endüstrisinin bir ürünü haline gelmiştir. Modern uygulamalarda armağanlaşma çift boyutludur, hem kutlamalara katılan davetlilere armağanlar dağıtılır hem de davetliler kutlamayı gerçekleştiren aileye armağanlar getirir. Bu noktada da geleneksel ve modern uygulamalar ayrılmaktadır. Güncel kutlamalarda gelenekselliğin mütevaziliği de geride kalmış kutlamanın amacı farklı anlamlarla eklemlenmiştir. Gösteri toplumu düşünüldüğünde; varlıklı, zevkli, estetik algısı yüksek, modayı takip ettiğini düşünen kesimin bunu diğerlerine sunmak ve göstermek istemesi bu ayrımın bir diğer hareket noktası olarak düşünülebilir. Katılımcılar bu ayrımın geçerliliğine ve son derece hızlı olduğuna değinirken artan tüketime, toplumun tüketim toplumu olarak şekillenmeye başlamasına, kapitalist odakların varlığına, her şeyin metalaştırarak tüketim nesnesi haline dönüştürülmesine, artan alım gücü seçeneklerine, değişen moda ve koşullara ayak uydurma çabasına, gösteriş ve rekabet amacına odaklanarak bu farklılaşmayı açıklamaya çalışmışlardır.

Clarke (2007b) annelik ve çocuk kapsamında gerçekleşen ritüellere yönelik çalışmasında bu pratiklere işlevselci bir perspektifle yaklaşmış ve uygulamaların işlevleri üzerine yoğunlaşmıştır. Ona göre bu gibi uygulamalar kişilerin sosyal ilişkilerinde bir canlanma olarak algılanabilir. Kalabalık şehirlerde, ailesinden uzakta, komşuculuk ilişkilerini deneyimleme olanağı geçmişse nazaran azalmış günümüz annesi düşünüldüğünde bu bakışın rasyonel ve realist olduğunu belirtmek mümkündür. Nitekim katılımcıların bir kısmı bu gibi uygulamaları gerçekleştirme nedenini, aile üyelerinin, arkadaşların, akrabaların, konu komşunun bir araya gelmesi için bahane olması olarak açıklamışlardır. Clarke' a (2007b) göre ritüellerin bir diğer işlevi hem ticarileşme hem de ev içi ilişkilerin ve işbölümünün yapılandırılmasındaki olası rolüdür. Bu açıdan düşünüldüğünde, ritüellerin farklı sektörlerin yaratımına katkısı ve cinsiyete dayalı işbölümüne olan etkisi akla gelmelidir. Bu ritüellerin sosyal hayatta yaygınlaşması organizasyon firmalarının, parti evlerinin kurulmasına ve sayılarının artmasına neden olduğu gibi bazı kadınların evlerinde yaptıkları ikramlık ya da

armağanlarla işgücüne katılmasını sağlamıştır. Uygulamaların hazırlık ve gerçekleştirilme aşamasında babanın rolü üzerine düşünmek cinsiyete dayalı işbölümüne ritüellerin katkısını anlamak için önemlidir. Gözlemlenenler ve katılımcı ifadeleri düşünüldüğünde babanın ritüellere katkısı çoğunlukla ekonomik destekten ya da kullamaların belli aşamasına katılmaktan ibaret görünmektedir. Çalışma kapsamında görüşülen katılımcıların bir kısmı eşinin de sürece dâhil olduğunu vurgulamış, babaların katkısının daha çok armağanları hazırlama, ekonomik destek sağlama aşamasında olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla kutlama ve armağanlaşma ritüellerini cinsiyete dayalı iş bölümü bağlamında ele alırsak babanın rolü süregelen iş bölümü tanımlarına paralel olarak çoğunlukla ekonomik katkı sağlamak olmuştur. İlgili uygulamaların işlevine ilişkin diğer görüşler şu şekildedir; Fisher ve Gainer (1993) babyshower gibi ritüellerin değişime uğrayan bir topluma adaptasyonu sağlama işlevine, Zengingönül (2012) ise yaratılan bu tarz yeniliklerin aslında tüketim döngüsünün çarklarının çalışmasına ilişkin işlevine vurgu yapmaktadır. Yerel, bölgesel ve küresel anlamda sağladığı haberdarlık, kültür entegrasyonu günümüzde sayısı ve yaygınlığı gittikçe artan bu gibi uygulamaların bir diğer işlevi olarak kabul edilebilir. Böylece Baudrillard' a (2012) göre grup bütünleşmesine ve toplumsal denetime gönderme yapan tüketim işlevi, tüketim konusu olarak kutlama ve armağanlaşma pratikleri düşünüldüğünde de geçerli olur

Annelik ve çocuk eksenindeki ritüellerin çocukları hiçte ekonomik olmayan bir dünyaya çekmekte olduğuna değinen Clarke (2007b), bu pratikleri bilinç kazandığı süreçte deneyimleyen çocukların “rekabet, yarış, doyumsuzluk” gibi kavramları çok erken yaşlarda algıladıklarını belirtir. Clarke tarafından eleştirilen bu durum katılımcı annelerin bazıları tarafından da vurgulanmıştır. Bu noktada anneler kendi çocukluklarının mütevazılığına gönderme yaparken, çocuklarının geleceğinden kaygılandıklarına belirtmişlerdir. Onlara göre günümüzde abartılan bu gibi uygulamalar çocuğun doyumsuz, mutsuz, şımarık, sürekli talep eden kişilik özelliklerine sahip olmasına zemin hazırlayacağı için eleştirilmelidir. Clarke (2007b) bu uygulamaların annesel sevginin kanıtı olarak değerlendirilme ihtimaline de değinmiştir. Çalışma kapsamında uygulamaları gerçekleştirilmeyen kadınların annelikleri üzerinden eleştirildikleri bulgusu düşünüldüğünde; Clarke' ın değindiği bu ihtimalin bazı katılımcı ifadeleri açısından geçerli olduğunu belirtmek mümkündür.

Sonuç olarak elde edilen bulgulara göre kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin günümüzde anneliğin inşasında yadsınamayacak bir etkisinin olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu ritüeller sosyal hayatta farklı iş alanlarının oluşmasına destek sağladığı, anneler açısından armağanı ve kutlama ritüellerini bir tüketim nesnesi olarak konumlandırmalarını sağladığı için tüketim şeklini biçimlendirmiştir. Günümüzde bu



içerikler neticesinde hem kutlama hem de armağanlaşma pratikleri adeta bir metinmiş gibi okunmakta ve pratiklerde belli temaların yansımaları aranmaktadır. Cömertlik, üstünlük, zenginlik, cimrilik, saygınlık, statü ve benzeri yansımaları konu dâhilinde örnek olarak verebilmek mümkündür. Baudrillard (2012) kişilerin tüketim tercihleri üzerinden gerçekleştirdikleri gösteriyi "vitrin" metaforu üzerinden tanımlamaktadır. Ona göre modern dünyada nesnelere ve ürünler vitrinde görkemli bir sahnede, kutsayıcı bir gösterişle sunulur. Eğer gerçekleştirilmesi planlanan kutlama ve armağanlaşma pratiklerini bir vitrin olarak düşünürsek; bu vitrinin içeriği anneliğin sosyal yönünün kısmi bir dışı vurumu olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla günümüzde kutlama ve armağanlaşmanın gizli kodlarını okumak anneliğin güncel işleyişini anlamak açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda hem armağanlaşma hem de kutlama ritüellerinin anneler üzerinde bir baskı yarattığını da belirtmek mümkündür. Çoğu anne için bu ritüelleri gerçekleştirmek adeta bir "sosyal pasaport" (Odabaşı, 2013: 67) etkisine sahiptir.

Çalışma dâhilinde anlaşılan bir diğer nokta da özellikle sosyal medyanın hem annelik hem tüketim hem de annelerin kutlama ve armağanlaşma pratikleri açısından etkileyici bir rolü olduğudur. Teknoloji ve küreselleşmenin de etkisi ile çeşitlenen ve yaygınlaşan medya araçlarının kullanımının annelerin sosyalleşme algılarını değiştirdiği gözlenmiştir. Kadioğlu'na (2014) göre tüketici sosyalizasyonu, bireyin gelişme sürecinde dâhil olduğu farklı ortamlar, kitle iletişimi araçları, kişilik özellikleri, aile ve arkadaşlar etkisi ile oluşup şekillenmektedir. Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya araçları sayesinde sosyal, ekonomik ve kültürel koşulları farklı olan anneler güncel iletişim ağlarını ve sanal platformları kullanabilme paydasında birleşirler. Bu sayede sınıflar arası iletkenlik artar ve moda uygulamalar yayılmaya başlar. Anneler sosyal medya aracılığıyla edindikleri haberdarlığı hem annelik pratiklerine hem de tüketim alışkanlıklarına yansıttıklarını belirtirken, bazı anneler sosyal medya kullandıkları için tüketimlerinin arttığını vurgulamışlardır. Çalışmanın kutlama ve armağanlaşma pratiklerini konu alan temasında da anneler tarafından sosyal medyanın etkisi ortaya konmuş ve ritüellerin değişiminin nedenleri arasında sosyal medya yer almıştır. Bazı anneler için sosyal medya ritüellerden haberdarlığı, uygulanan yeni içeriklere ulaşmayı yayınlattığı için önemliken bazı annelerde günümüzde bu gibi uygulamaların yaygınlaşmasının nedeninin başlı başına sosyal medya olduğu fikri dile getirilmiştir. Bu bağlamda katılımcılara göre sosyal medya bir "vitrin" olarak metaforlaştırılmış ve bu platformlar aracılığı ile sahip olunanların sergilenmesi amacı tüketimin de, ritüellerin gerçekleştirilmesinin de, ritüellerin devingen yapısının da temel nedeni olarak gösterilmiştir.

Sosyal medya sayesinde farklı ülkelerde gelenekleşen uygulamalar adeta bir kutlama ithalatı unsuru olarak ağlar aracılığı ile ithal edilir ve yaygınlaşırlar.

Kutlama ve armağanlaşma pratiklerinin dinamik yapısı, değişen içeriği ve toplum tarafından sahiplenilme hızı düşünüldüğünde; gelecekte her rolün, yaşamdaki her evrenin kutlamaya değer bulunacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda kutlamalar armağanlaşma pratikleriyle bütünleştiği sürece her kutlama da beraberinde hem armağan tüketimini hem de kutlamaya eklenenecek çeşitli anlamların tüketimini getirecektir. Bu noktada metalaştırılan, ederi olan ekonomik ürünlere dönüştürülen anlamların ve armağanların içi, süre gelen önemi piyasa ekonomisinde sömürülür ve adeta içi boşaltılmış olur. Dolayısıyla geleneksel uygulamalar kapitalist odaklarca farklılaştırılarak günümüze yansıtılmakta ve sürekli yeni tüketim alanları üretilmektedir. Kapitalizm tüketimi o kadar çok sahiplenmektedir ki; kendini üretecek yeni sektörler oluşturmakta ve bu tüketim döngüsünü sürekli kılmaktadır. Çalışma kapsamında bu döngü annelik özelinde ele alınmıştır. Fakat aynı perspektifi günümüzde yeni evlenecek çiftlere, öğrencilere, genç kızlara da yönlendirmek mümkün görünmektedir. Bu durumu günümüzde kişinin yaşamındaki her evreye ilişkin özel bir gün ve kutlama gerektiren “kutlama fetişizminin” annelik açısından görünümü olarak karşılamak mümkündür.

Tez çalışması anneyi tüketici olarak ele alması ve kutlama – armağanlaşma ritüellerinin bir tüketim nesnesi olarak anneliğin inşasına katkısını çözümlemesiyle hem yerli hem de yabancı literatürde konu dahilindeki boşluğu doldurmuştur. Ayrıca çalışmanın kapitalizmin değişen yüzünü, kültür endüstrisinin ve armağan ekonomisinin güncel görünümünü yansıtması literatüre sağladığı bir diğer katkı olarak değerlendirilebilir. Konunun dinamik içeriği farklı perspektiflerden de bakılmasını mümkün kılmaktadır. Örneğin kutlama ve armağanlaşma pratiklerinde babanın konumu ve bakışı detaylandırılabilir, kültürel çalışmalar ve popüler kültür bağlamında konuyu ele almak mümkündür. İlgili uygulamaların Türkiye’de sahiplenilme hızının neden daha yaygın olduğu üzerinde irdemeler gerçekleştirilerek uluslararası bağlamla karşılaştırarak konuyu ele almak da olanaklı görünmektedir. Önerileri arttırmak mümkün olmakla birlikte, üzerinde düşünülmesi gereken temel nokta annelik gibi her kültürde kutsallaştırılmış bir rolün tüketim toplumunda metalarca ve diğer tüketim nesnelere kuşatılmış olmasıdır. Anneliğin niteliğinin ise artan bir şekilde tüketim ürünleri ile ilişkilendirilmesi annelik ekseninde tüketilecek ürün ve hizmet alternatiflerinin sayısının çoğalmasına neden olmaktadır. İşte bu durumun anneliğin metalaştırılmasına katkı sağlayarak önemini, değerini, niteliğinin somut göstergelerden hareketle yapılanması tehlikesini ortaya çıkartmaktadır. Belirtmek gerekir ki bu eğilim anneliği özünden uzaklaştırmakta, daha iyi anneliğin daha çok tüketimle eşletirilmesini popülerleştirmektedir.

## KAYNAKÇA

- Açıkalın, S. ve Erdoğan, L. (2005). “Veblen’ci Gösteriş Amaçlı Tüketim”, SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 4(7): 1-18.
- Adak, N. (2017). “Toplumun Temel Yapı Taşı: Aile”. S, Güçlü (ed.). *Kurumlara Sosyolojik Bakış*, Kitabevi Yayınları, İstanbul, 27-63.
- Adıgüzel, Y. (2001). *Kitle Toplumunun Açmazları Kültür Endüstrisi*. Şehir Yayınları, İstanbul.
- Adorno, T. W. (2003). “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, Cogito Dergisi, Çev: Bülent O. Doğan, İlkbahar-Yaz, (36): 12.
- Adorno, T. W. (2007). *Kültür Endüstrisi*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Adorno, T. ve Horkheimer, M. (2010). Aydınlanmanın Diyalektiği. (çev. N. Ülner ve E. Öztarhan), Kabalcı Yayınları, İstanbul.
- Ahuvia, A. C. (2005). “Beyond the extended self: loved objects and consumers’ identity narratives”. *Journal of Consumer Research*, 32: 171-184.
- Akay, A. (2016). *Armağan*. Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Akdoğan, H. (2004). *Medyada Kadın*. (2. Bas.). Ceylan Yayınları, İstanbul.
- Akın, E. (1991). "Ananın Aile İçindeki Rolü". M. Doğan (ed.). *Türk Aile Ansiklopedisi*. T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, Ankara, 111-114.
- Altuntuğ, N. (2010). “Geleneksel Tüketim Olgusunun Kırılma Noktası: Yeni Bir Üretim Paradigmasına ve Tüketici Kimliğine Doğru”. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2): 111-118.
- Anderson, D. J., Binder, M. ve Krause, K. (2002). “The motherhood wage penalty: Which mothers pay it and why?”. *American Economic Review*, 92: 354-58.
- Antier, E. (2002). *Confidences de Parents*. Robert Laffont, Paris.
- Araz, N., Günay, U. ve Tan, N. (1985). *21. Yüzyılın Eşiğinde Örf ve Adetlerimiz (Türk Töresi)*. Türk Kültürüne Hizmet Vakfı, İstanbul.
- Arendell, T. (2000). “Conceiving and Investigating Motherhood: The Decade's Scholarship”. *Journal of Marriage and Family*, 62(4): 1192-1207.
- Aries, P. (1996). *Centuries of Childhood*. Pimlico Publications, Virginia University, ABD.
- Arhin, A. O. (2009). A pilot study of nursing student’s perceptions of academic dishonesty: a generation Y perspective. *ABNF Journal*, 20(1): 17-21.
- Arman, C. (2013). *Gelir Dağılımının Tüketici Davranışı Üzerinde Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

- Aspinwall, L. G. (1997). "Future-oriented aspects of social comparisons: A framework for studying health-related comparison activity". In B. P. Buunk ve F. X. Gibbons (ed.), *Health, Coping, And Well-Being: Perspectives From Social Comparison Theory*. Mahwah, New Jersey, 125-165.
- Ateş, C. (2013). *Armağanın Tarihsel Dönüşümü ve Modernizmle Birlikte Tüketim Ürünü Olarak Televizyon'da Sunumu: Sevgililer Günü Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Atiker, E. (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumu*. Vadi Yayınları, Ankara.
- Ayaldı, K. (1967). "Turgutlu'da Diş Buğdayı". *Türk Folkloru Araştırmaları*, 11(4): 4609.
- Aydın, A. E., Marangoz M. ve Fırat A. (2015). "Tüketim Kültürü Çalışmaları Üzerine Bir Literatür Taraması". *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7(1): 23-40.
- Aydın, M. (2016). Beş Nitel Araştırma Yaklaşımı, Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma Ve Araştırma Deseni, 3.Baskıdan Çeviri, M. Bütün (ed.) Selçuk Beşir Demir, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Aydoğan, F. (2005). *Medya ve Tüketim Kültürü Üzerine Eleştirel Bir Analiz*. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Ayraç, S. (2000). *Psikolojiye Giriş "İnsanı Anlama Çabası"*, (2. Bas.), Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Aytaç, Ö. (2006). "Tüketimcilik ve Meta Kıskacında Boş Zaman". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1): 27-53.
- Babacan, M. (2001). "Hedonik Tüketim ve Özel Günler Alışverişlerine Yansıması". *VI. Ulusal Pazarlama Kongresi Kitabı*. 28 Haziran-1Temmuz 2001, Erzurum, 97-106.
- Badinter, E. (1992). *Anelik Sevgisi*. (çev. K. Çelik). Afa Yayınları, İstanbul.
- Badinter, E. (2011). *Kadınlık mı? Anelik mi?*, (çev. A. Ekmekçi), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bağlı, M. T. ve Sevim, S. A. (2007). "Popüler Anababalık: Aile Dergileri Üzerine Bir Araştırma". N. Ahioğlu ve N. Güney (hızl.). *Popüler Kültür ve Çocuk*. Dipnot Yayınları, Ankara, 127-158.
- Baherirad, S. (2016). *Kadın Gibi Kadın*. Doğan Egmont Yayıncılık, İstanbul.
- Bailey, L. (2000). "Bridging Home and Work in the Transition to Motherhood A Discursive Study University of Bristol". *The European Journal of Women's Studies*, 7(1): 53-70.
- Bakırcı, K. (2014). "Hangi Çalışma Hukuku? Ali Dostu mu, Kadın Dostu mu?" Başka Bir Aile Anlayışı Mümkün Mü?, U. Dufner ve S. Sevim, (ed.), Heinrich Böll Stiftung, İstanbul.

- Bali, R. N. (1999). "Yeni Aristokratlar: Köşe Yazarları". *Birikim Dergisi*, 117: 48-56.
- Balta, E. P. (2005). "Bitmeyen Çocukluk, Erken Yetişkinlik ve Yeni Kapitalizm". *Birikim*, 192: 20-28.
- Bassin, D., Honey, M., ve Kaplan, M. M. (ed.). (1994). *Representations of Motherhood*, Yale University Press, New Haven.
- Baş, T. ve Akturan, U. (2017). *Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri; Nvivo ve Maxqda Programlarının Kullanımı, Örnek uygulamalı, Adım Adım Vaka Analizi*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Başçetinçelik, A. (1998). *Adan Halk Kültüründe Geçiş Dönemleri Doğum-Evlenme-Ölüm*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Başterzi, A. D. (2013). *Toplumsal Yönüyle Annelik, Türkiye Psikiyatri Derneği Yayınları Çalışma Birimleri Dizisi 16*. Pelin Ofset, Ankara.
- Bataille, G. (1999). *Lanetli Pay*. (çev. M. M. Yakupoğlu), Mor Yayınevi, Ankara.
- Baudrillard, J. (2012). *Tüketim Toplumu*. (çev. H. Deliceçaylı ve F. Keskin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (1998). *Sosyolojik Düşünmek*. (çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2005) *Bireyselleşmiş Toplum*. (çev. Y. Alogan), Ayrıntı, İstanbul.
- Bauman, Z. (1999a). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*. (çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (1999b). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. (çev. Ü. Öktem), Sarmal Yayınevi, İstanbul.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve Müphemlik*. (çev. İ. Türkmen), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Baxter, J. (2002). "Patterns of Change and Stability in the Gender Division of Household Labour in Australia, 1996–1997", *Journal of Sociology*, 38: 399–424.
- Bayraktar, S. (2011). *Makbul Anneler Müstakbel Vatandaşlar*. Ayizi Yayınları, Ankara.
- Beauvoir, S. (1970). *Kadın; "İkinci Cins" Evlilik Çağı*. (çev. B. Onaran), Payel Yayınevi, İstanbul.
- Beck, U. ve Gernsheim, B. E. (2012). *Aşkın Normal Kaosu*. İmge Kitapevi, Ankara.
- Becker, G. (1981). *A Treatise on the Family*. MA: Harvard University Press, Cambridge.
- Behrstock-Sherratt, E. ve Cogshall, J. G. (2010). Realizing the promise of Generation Y. *Educational Leadership*, 67(8): 28-34
- Belk, R. W. (1977). *Gift Giving Behaviour*. University of Illinois Publications, Chicago.

- Belk, R. W. (1988). *Third World Consumer Culture, Research in Marketing, Supplement For Marketing and Development: Toward Broader Dimensions*. E. Kumcu ve A. F. Fırat, (drl.) JAI Press Inc., Greenwich.
- Berktaş, F. (2010). *Tarihin Cinsiyeti*. Metis Yayınları, İstanbul
- Beyinli, G. (2014). *Elleri Tılsımlı: Modern Türkiye’de Ebelik*. Ayizi Yayınları, Ankara
- Binark, M. (1993). “İletişim Araştırmalarında Kadın Müdahalesi: Kadın Gerçekliğine Kadın Gözüyle Bakma Gereği”. İletişim Fakültesi Yıllık 1992-93, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Birekul, M. (2014). *Armağan Kültürü*. Açılım Kitap, İstanbul.
- Birgin, O. (2008), “Alternatif Bir Değerlendirme Yöntemi Olarak Porfolyo Değerlendirme Uygulamasına İlişkin Öğrenci Görüşleri”. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(1):1-24.
- Bittman, M. ve George, M. (1996). *All Else Confusion: What Time Use Surveys Show about Changes in Gender Equity*. Social Policy Research Centre, Sydney.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim*. (çev. İ. Kutluk), Dost Kitapevi, Ankara.
- Bora, A. (1998). *Türk Modernleşme Sürecinde Annelik Kimliğinin Kurulması*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bora, A. (2001). *Türk Modernleşme Sürecinde Annelik Kimliğinin Dönüşümü, Yerli Bir Feminizme Doğru*. (hızl.). A. İlyasoğlu ve N. Akgökçe. Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayırım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. Heretik Yayınlar, Ankara.
- Bowlby, J. (2012). *Bağlanma*. Pinhan Yayıncılık, İstanbul.
- Bromley, D. B. (1986). *The Case-Study Method in Psychology and Related Disciplines*. Wiley, Chichester, Great Britain.
- Brown, S., Small, R. And Lumley, J. (1997). “Being a ‘good mother’?”. *J. Reprod Infant Psychol*, 15(2): 185-200.
- Buckley, S. J. (2005). *Gentle Birth, Gentle Mothering*. One Moon Press. Brisbane QLD. ISBN 0-9758077-0-6
- Burket, E. (2000). *The Baby Boon: How Family Friendly America Cheats The Childness*. The Free Press, New York
- Burrell, G. ve Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organisational analysis*. Heinemann, NY.
- Bush, A. J., Martin, C. A., ve Bush, V. D. (2004). Sports celebrity influence on the behavior a lintentions of Generation Y. *Journal of Advertising Research*, 44(01):108-118.

- Buunk, B. P., Oldersma, F. L. & de Dreu, C. K. W. (2001). "Enhancing satisfaction through downward comparison: The role of relational discontent and individual differences in social comparison orientation". *Journal of Experimental Social Psychology*, 37: 452-467.
- Büyüköztürk, Ş. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Yayıncılık, Ankara
- Cambell, E. (1985). *The Childlessness. An Exploratory Study of Couples Who Do Not Want Children*. Tavistock Publications, Londra
- Campbell, C. (1987). *The Romantic Ethic and The Spirit of Modern Consumerism*. Basil Blackwell, Oxford
- Cannold, L. (2005). *What, No Baby? Why Women Are Losing the Freedom to Mother, and How They Can Get It Back*. Curtin University Books, Michigan.
- Cengiz, S. A. (2009). *Duygulanım Sarkacının Haz İle Aleksitimi Arasındaki Salınım: Reklamlarda Kamusal Yüz, Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*. Ütopya Yayınevi, Ankara
- Chae, J. (2015). "Am I a Better Mother Than You?" Media and 21st-Century Motherhood in the Context of the Social Comparison Theory", *Communication Research*, 42(4): 503– 525.
- Chester, E. (2003) "Answering Generation Why: Learnthe Management Approach and Employee Services That Resonate With Today Youth" *Employee Services Management Magazine*, Nov.-Dec.2003: 8-9.
- Chodorow, N. (1978). *The Reproduction of Mothering: Psychoanalysis and the Sociology of Gender*. University of California Press, Londra.
- Chodorow, N. J. (2007). *Duyguların Gücü: Psikanalizde, Cinsiyette ve Kültürde Kişisel Anlam*. Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Clarke, A. (2007a). "Making Sameness: Mothering, Commerce and the Culture of Children's Birthday Parties". E. Casey ve L.Martens (ed.), *Gender and Consumption: Domestic Culture and the Commercialisation of Everday Life*, Farnham, Ashgate, 79-96.
- Clarke, A. J. (2014). *Designing Mothers and Market: Social Class nad Maternal Culture, Motherhoods, Markets and Consumption, The Making of Mothers in Contemporary Western Cultures*. Routledge, London
- Cohen, L. M. L. ve Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. Routledge, Taylor & Francis Group, UK
- Coleman, J. W., Kerbo, H. R. ve Ramos, L. L. (2002). *Social Problems, Eight Edition*. Prentice Hall, New Jersey

- Connidis, I. ve J. McMullin, J. (2002) "Sociological ambivalence and family ties: a critical perspective". *Journal of Marriage and Family*, 64: 558-567.
- Connor, S. (2005). *Postmodernist Kültür*. (çev. D. Şahiner), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul
- Cook, D. T. (1995). "The Mother as Consumer: Insights from the Children's Wear Industry 1917-1929", *The Sociological Quarterly*, 36: 505-522.
- Cook, D. T. (2001). "Through Mother's Eyes: Multiple Mothers in American Mothering Magazines", *Advertising & Society Review*, 12(2): 21-43.
- Corinne, M. (2015). *No Kid: Çocuk Yapmamak İçin 40 Neden*. Esen Kitap, İstanbul
- Cornell, K. H. (2012). *The Mommy Blogger Market: Social Media's Effect on Motherhood*. East Carolina University, U.S.A.
- Corradi, C. (1991). "Text, Context and Individual Meaning: Rethinking Life Stories in a Hermeneutic Frame Work". *Discourse and Society*, 2(1): 105-118.
- Coser, R. (1966). "Role Distance, Sociological Ambivalence And Transitional Status Systems". *American Journal of Sociology* 72: 173-187.
- Coşkun, N. S. (1934). "Kadınlarımız ve Spor". *Spor Postası*, 1(56): 13-26.
- Coward, R. (1995). *Şu Hain Kalplerimiz*. (çev. A. Bora ve A. Emre), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Craig, L. (2006). "Children and the revolution; A time-diary analysis of the impact of motherhood on daily workload". *Journal of Sociology*, 42(2): 125-143.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. (3. Bas. çev. ed. M. Bütün ve S. B. Demir). Siyasal Kitabevi, Ankara
- Crosby, F. (1976). "A model of egoistical relative deprivation". *Psychological Review*, 83(2): 85-113.
- Crowley, K. (2014). *Child development*. London: Sage Publications.
- Curasi, C. F., Maclaran, P. ve Hogg, M. (2014). *Mothers and Their Empty Nests: Employing Consumption Practices to Negotiate a Major Life Transition, Motherhoods, Markets and Consumption, The Making of Mothers in Contemporary Western Cultures*. Routledge, London
- Çubukçu, İ. M. (1999). *Küreselleşme Süreci İçinde Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum
- Dağtaş, B. ve Dağtaş, E. (2009). "Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Litaratür Taraması". E. Dağtaş ve B. Dağtaş (ed.). *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*. Ütopya Yayınevi, Ankara, 27-75.



- Dağtaş, B. ve Devrim D. E. (2009). *Yaygın Medyanın Haftasonu Eklerinde Tüketime Dayalı Yaşam Tarzı Sunumları, Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*. Ütopya Yayınevi, Ankara
- Darian J. C. (1998). "Parent-child decision making in children's clothing stores". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 26(11): 421-28.
- Darrieussecq, M. (2002). Le Bebe, Pol, Paris.
- Davies, A, Dobscha, S. Geiger, S. Ve Prothero, A. (2010). "Buying Into Motherhood? Problematic Consumption and Ambivalence in Transitional Phases". *Consumption, Markets and Culture*, 13(4): 373-397.
- Davis, F. R. E. (1997) *Intuition as Authoritative Knowledge in Midwifery and Home Birth, Childbirth and Authoritative Knowledge: Cross-Cultural Perspectives*. University of California Press, Berkeley
- Davis, K. (1959). "The Myth of Functional Analysis as a Special Method in Sociology and Anthropology". *American Sociological Review* 24(6): 757-777.
- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu*. (çev. A. Ekmekçi ve O. Taşkent), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Dedeoğlu, A. Ö. (2010). "Discourses of Motherhood and Consumption Practices of Turkish Mothers", *Business and Economics Research Journal*, 1(3): 1-15.
- Demez, G. (2011). "Armağanın Değişen Sosyo-Kültürel Anlamları: Tüketim Toplumu Bağlamında Bir Hediyeleşme Örneği Olarak Çiçek Gönderme". *Mediterranean Journal of Humanities*, 1(2): 87-103.
- Demir, Z. (1997). *Modern ve Postmodern Feminizm*. İz Yayıncılık, İstanbul
- Desmond, J. (2003). *Consuming Behaviour*. Palgrave Macmillan, New York.
- Derrida, J. (1982). *Margins of Philosophy*, (çev. A. Bass), University of Chicago Press, Chicago
- Derrida, J. (2007). *Nietzschelerin Şöleni*. (çev. drl. A. Utku ve M. Erkan), Otonom Yayıncılık, İstanbul
- Derrida, J. (2005). *The Politics of Friendship*. (çev. G. Colins), Verso, London, Newyork
- Dey, I. (1993). *Qualitative Data Analysis. A User-Friendly Guide for Social Scientists*. Routledge, London
- Dinler, D. (2009). "Türkiye'de Güçlü Devlet Geleneği Tezinin Eleştirisi", *Praksis*, 9, 17-54.
- Direk, Z. (2007). *Cinsiyetli Olmak*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Direk, Z. (2009). "Çok Tuhaf Bir İktidar: Annelik". *Amargi Feminist Dergi*, 15: 21-23.
- Dolgun, S. (1993). *Medya ve Tüketim Çılgınlığı*. Düşünen Adam Yayınları, İstanbul.

- Donath, O. (2015). "Regretting Motherhood: A Sociopolitical Analysis", *Journal of Women in Culture and Society*, 40(2): 343-367.
- Donovan, J. (1997). *Feminist Teori*. (çev. A. Bora vd.), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Donovan, J. (2013). *Feminist Teori*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (1999). *Tüketimin Antropolojisi*. (çev. E. A. Aytekin), Dost Kitabevi, Ankara.
- Douglas, S. J. ve Michaels, M. W. (2004). *The mommy myth: The idealization of motherhood and how it has undermined all women*. Free Press, New York.
- Duby, G. ve Perrot, M. (2005). *Kadınların Tarihi III, Rönesans ve Aydınlanma Çağı*. İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- Duesenberry, J. (1952). *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard Univesty Press, Cambridge.
- Duncan, S. ve Edwards, R. L. (1999). *Mothers, Paid Work and Gendered Moral Rationalities*. Macmillan, Basingstoke.
- Dunn-Mascetti, M. (2000). *İçimizdeki Tanrıça: Kadınlığın Mitolojisi*. (çev. B. Çorakçı), Doğan Kitapçılık, İstanbul.
- Ebrevaya, E. (2007). *Annelik ve Kadınsılık, Psikanaliz Yazuları, Baharlık Kitap Dizisi 14, İlkbahar*. Bağlam Yayıncılık, Ankara.
- Eisenstein, Z. R. (1994). *Ataerkil Sistem, Annelik ve Kamusal Hayat*. (çev. N. Timisi), İletişim Fakültesi Yıllık 1992-93, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Eisner, S. P. (2005). Managing generation Y. *Engineering Management Review*, IEEE, 39(2): 6-18.
- Ekin, V. (2010). *Tüketim Toplumu, Hedonizm ve Araç Olarak Yazılı Basın*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Elizabeth, K. L, Carruthers, L, Hall, M. E. L. ve Anderson, T. (2014). "Expanding the Self: Motherhood and Identity Development in Faculty Women", *Journal of Family Issues*, 35(9): 1227-1251.
- Elliott, R. ve Kritsadarat, W. (1998). "Brand as Symbolic Resources for the Construction of Identity". *International Journal of Advertising*, 17(2): 131-144.
- Engels, F. (1998). *Ailenin, Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni*. (çev. K. Somer), Sosyal Yayınlar, İstanbul
- Enloe, C. (1990). "Women and children: Making Feminist Sense of the Persian Gulf Crisis", *Village Voice*, 25: 69-86.

- Er, A. (2004). *1965 – 1975 Yılları Arasındaki Yerli Melodramlarda Annelik Figürleri*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Popüler Kültür ve İletişim*. (2.Bas.), Erk Yayınları, Ankara
- Erdoğan, T. (2008). “Nancy Chodorow’un Düşüncesinde Toplumsal Cinsiyet Organizasyonunun Merkezi unsuru Olarak Annelik”. *Aile ve Toplum*, 10(4-14): 73-82.
- Erk, Z. (1976). “Anadolu’da Kırklama”. *I. Uluslararası Türk Folklor Kongresi Bildirileri IV*. Ankara, 102-116.
- Ersöz, A. G. (2003). *Cinsiyet Rollerine İlişkin Beklenti, Tutum, Davranışlar ve Eşler Arası Sorumluluk Paylaşımı (Kamuda Çalışan Yönetici Kadınlar Örneği)*. T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Evans, M. (2003). *Gender and Social Theor*. Open University Press, Buckingham.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (çev. M. Küçük), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Festinger, L. (1954). “A theory of social comparison processes”. *Human Relations*, 7: 117-140.
- Fine, C. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Yanılsaması*. Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Firestone, S. (1970). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. William Morrow, New York.
- Fischer, E. ve Gainer, B. (1993). “Baby Showers: A Rite of Passage in Transition”. *Advances in Consumer Research*, 20(1): 320-324.
- Fiske, J. (1999). *Popüler Kültürü Anlamak*. (çev. S. İrvan), Ark Yayınları, Ankara.
- Furedi, F. (2013). *Paranoyak Anne Babalık: Uzmanları Dikkate Almamak Çocuğunu İçin En İyi Olabilir*. İz Yayıncılık, İstanbul.
- Gadamer, H. G. (1975). *Truth and method*. Seabury, New York.
- Genç, H. N. (2015). “Jean-Jacques Rousseau’nun Emile’inde Kadın Eğitimi”. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ERZSOSDE)*, VIII(I): 25-34
- Gibbons, F. X. ve Buunk, B. P. (1999). “Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76: 129-142.
- Gibbs, G. R. (2002). *Oualitative Data Analysis*. Open University Press, Buckingham.

- Gibson-Graham, J. K. (2010). *(Bildiğimiz) Kapitalizmin Sonu: Siyasal İktisadın Feminist Eleştirisi*. Metis, İstanbul.
- Giddens, A. (1998). *Modernliğin Sonuçları*. (çev. E. Kuşdil), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. H. Özel ve C. Güzel. (hızl.). Ayraç Yayınevi, Ankara.
- Gilbert, N. (2008). *A Mother's Work: How Feminism, the Market And Policy Shape Family Life*. Yale University, ABD.
- Gilbert, D. T. Giesler, R. B. ve Morris, K. A. (1995). "When comparisons arise". *Journal of Personality and Social Psychology*, 69: 227-236.
- Gillespie, R. (2000). "Voluntary Childlessness in the United Kingdom". *Reproductive Health Matters*, 7(13): 43-53.
- Giorgi, A., & Giorgi, B. (2003). The descriptive phenomenological psychological method. In P. M. Camic, J. E. Rhodes & L. Yardley (Eds.), *Qualitative research in psychology. Expanding perspectives in methodology and design* (pp. 243–273). Washington, DC: American Psychological Association.
- Gittins, D. (1985). *Aile Sorgulanıyor*. (çev. Y. Zihnioğlu), Pencere Yayınları, İstanbul.
- Glass, L., Hamilton, K. ve Trebeck K. (2014). *Mothering, Poverty and Consumption, Motherhoods, Markets and Consumption, The Making of Mothers in Contemporary Western Cultures*. Routledge, London.
- Glenn E. N. (1994). *Social Constructions of Mothering, Mothering Ideology Experience and Agency*. Routledge, Londra.
- Godbout, J. T. (2003). *Armağan Dünyası*. (çev. D. Hattatoğlu), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Goodwin, G. (1998). *Osmanlı Kadınının Özel Dünyası*. Sabah Kitapçılık, İstanbul.
- Goffman, E. (2010). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (çev. B. Cezar), Metis Yayınları, İstanbul.
- Gökçe, B. (2012). *Toplumsal Bilimlerde Araştırma*. (Genişletilmiş 6. Bas.), Savaş Yayınevi, Ankara.
- Gönüllü, A. R. (2002). "Türkler'de Diş Çıkarma Töreni", *Türk Tarih Dünyası Dergisi*, 187: 23-25.
- Gram, M. ve Pedersen, H. D. (2014). "Negotiations of Motherhood- Between Ideals and Practice, Motherhoods, Markets and Consumption", S. O'Donohoe, M. Hogg, P. Maclaran, L. Martens ve L. Stevens (ed.). *The Making of Mother, Motherhoods, Markets and Consumption: The Making of Mothers in Contemporary Western Cultures*, Routledge, London, 2014: 99-114.

- Greenfield, S. C. Ve Carol B. (ed.). (1999). *Inventing Maternity; Politics, Science And Literature: 1650-1865*. The University Press of Kentucky, Kentucky.
- Griffiths, M. (1995). *Feminism and the Self, The Web of Identity*. Routledge, Londra.
- Güçlü, S. (2013). "Motherhood in Society and the Sociology of Motherhood." R. Efe (ed.). *The science and education at the Beginning of the 21 th century in Turkey*. St.Kliment Ohridski University Press, Sofya, 298-316.
- Güleç, C. (2015). "Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı". *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38: 62-82.
- Günbayı, İ. (2011). "Meslek Lisesinde Çalışan Yönetici ve Öğretmenlerin Leonardo Da Vinci Projesi Hakkında Görüşleri: Bir Durum Çalışması". *e-International Journal of Educational Research*, 2(3): 13-34.
- Gündüz, Ş. (2017). "Kariyer Basamaklarında Kadının Düşmanı Olarak Kendisi: Süper Anne Sendromu, Görünme Kadın Sendromu ve Külkedisi Sendromu". *Karadeniz*, 35: 78-88.
- Güngör, N. (1993). *Arabesk, Sosyokültürel Açından Arabesk Müzik*. (Geliştirilmiş 2. Bas.), Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Güngör, N. (2011). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar, Baskı*. Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Güzel, M. (2006). "Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü". *Küresel İletişim Dergisi*, 1: 1.
- Hager, T. (2011). "Making Sense of an Untold Story: A Personal Deconstruction of the Myth of Motherhood". *Qualitative Inquiry*, 17(1): 35-44.
- Hakim, C. (2014). *Key Issues in Women's Work: Female Heterogeneity and the Polarisation of Women's Employment*. (2nd edition ed.), Glasshouse Press, Routledge Cavendish, London.
- Halford, S., Savage M. ve Witz A. (1997). "Gender, Careers and Organisations: Current Developments in Banking", *Nursing and Local Government*. Sage Publications, London.
- Hall, S. (1995). "Yeni Zamanların Anlamı", Yeni Zamanlar. (drl. S. Hall ve M. Jacques). (çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul: 105-124.
- Hammersley, M. ve Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in Practice*. Third edition. Routledge, London.
- Haworth, H. S. (2000). "The Critical Shapes Of Body Image: The Role Of Culture and Family In The Production Of Eating Disorders". *Journal of Marriage and Family*, 62(1): 212-227.
- Hays, S. (1996). *The Cultural Contradictions of Motherhood*. Yale University Press, ABD.

- Held, D. (1984). *Introduction To Critical Theory*. University of California, Berkeley and Los Angeles.
- Henslin, J. M. (2003). *Social Problems*. (Sixth Edition), Prentice Hall, New Jersey.
- Higgins, T. (2000). "Social Cognition: Learning About What Matters in The Social World". *European Journal of Social Psychology*, 30(1): 96-105.
- Himmelweit, S. ve Sigala, M. (2004). Choice and the Relationship between Identities and Behaviour for Mothers with Pre-School Children: Some Implications for Policy from a UK Study, Cambridge University Press, 33(3): 455–478.
- Hirsch, F. (1977). *The Social Limits to Growth*. Routledge & Kegan Paul, London.
- Hochschild, A. ve Machung, A. (1989). *The Second Shift*. Viking, New York.
- Hock, E., Gnezda, M. T. ve McBride, S. L. (1984). "Mothers of infants: attitudes toward employment and motherhood following birth of the first child". *Journal of Marriage and the Family*, 42(2): 25-31.
- Hogg, M., Folkman C., Curasi C. F. ve Maclaran, P. (2004). "The (re-)configuration of production and consumption in empty nest households/families." *Consumption, Markets and Culture*, 7(3): 239-259.
- Homans, G. C. (1961). *Social Behavior: Its Elementary Forms*. Harcourt, New York.
- Horkheimer, M. ve Adorno, T. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (çev. N. Ülner ve E. Ö. Karadoğan), Kabalcı Yayınevi, İstanbul.
- Houseknecht, S. K. (1987). *Voluntary childlessness*. In *Handbook of marriage and the family*, Plenum Press, New York.
- Howe, N. ve Strauss, W. (1992). The New Generation Gap. *The Atlantic Monthly* 92.12, 270(6): 67-89.
- Hryciuk, R. E. (2010). "Reconstructing Motherhood in Contemporary Mexico: Discourse Ideologies and Everyday Practices". *Polish Sociological Review*, 172(4): 487-502.
- Hurdley, R. (2007). "Objecting Relations: the Problem of the Gift". *The Sociological Review*, 55(1): 124-143.
- Hyde, L. (2008). *Armağan*. (çev. E. Ayhan), Metis Yayınları, İstanbul.
- Ireland, M. S. (1993). *Reconceiving Women, Separating Motherhood From Female Identity*. The Guilford Press, New York.
- İşık, S. Y. (2015). "Küresel Kültürel Değişim ve "Yeni" Annelik: Ankara Kâmil Ocak Mahallesi Örneği". *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 13(50): 48-75.
- İmançer, D. (ed.). (2006). *Medya ve Kadın*. Ebabil Yayıncılık, Ankara.

- İnsel, A. (2003). *Armağan Sorunsalının Açtığı Ufuk. Jacques T. Godbout. Armağan Dünyası.* (çev. D. Hattatoğlu), İletişim Yayınları, İstanbul.
- İplikçi, M. (Mayıs 2000). Otorite ve Seher, Varlık Dergisi, s.21-22, Varlık Yayınları, İstanbul.
- İslamoğlu, H. A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri; SPSS Uygulamalı.* Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Jameson, F. (2008). Postmoderniz ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı, (çev. N. Plümer ve A. Gölcü), Nirengi Kitap, Ankara.
- Jennings, R. ve O'Malley, L. (2003). "Motherhood, identity, and consumption". *European Advances in Consumer Research*, 3: 221.
- Johnston, D. D. ve Swanson, D. H. (2003). *Invisible Mothers: A Content Analysis of Motherhood Ideologies and Myths in Magazines, Sex Roles.* Plenum Publishing Corporation, New York.
- Jordan, B. (1993). *Birth in Four Cultures.* (4. Bas.), Wave Press, Illinois.
- Kadioğlu, Z. K. (2014). *Tüketim İletişimi: Süreçler, Algular ve Tüketici.* Pales Yayınları, İstanbul.
- Kalafat, Y. (1996). *Türkmenistan ve Türkiye Halk İnançlarında Doğum,* Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Kancı, T. (2008). "Cumhuriyetin İlk Yıllarından Bugünler Ders Kitaplarında Kadınlık ve Erkeklik Kurgusu", *Cinsiyet Halleri.* N. Mutluer (drl.). Varlık Yayınları, İstanbul.
- Kapoor, C. ve Solomon, N. (2011). Understanding and managing generational differences in the workplace. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(4): 308-318
- Kara, A. (1996). "Neoklasik İktisatta Pozitivist Metodoloji: Eleştirel Bir Yaklaşım", *İktisatta Yöntem Tartışmaları.* Ö. Demir (drl.): Vadi Yayınları, Ankara 132-159.
- Karadeniz, S. (2007). "Gelenek Üzerine Bir Okuma Denemesi: 'Geçmişle Gelecek Arasında Gelenek'", *Milel ve Nihal: İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 29-47.
- Kartal, Ü. (Mayıs 2000). Tanrı Meyveyi Kutsasın, Varlık Dergisi, s.23-27, Varlık Yayınları, İstanbul.
- Katebi, V. (2002). *İki Farklı Ülkede ve Farklı Kültürlerde Yaşayan 15 Yaş Üzeri Evli Kadınların Gebelik, Doğum ve Loğusalığa İlişkin Geleneksel Uygulamaların İncelenmesi.* Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir
- Kawash, S. (2011). "New Directions in Motherhood Studies". *Signs*, 36(4): 969-1003.

- Kehily, M. J. (2014). *How to be a mother; Expert advice and the maternal subject, Motherhoods, Markets and Consumption, The Making of Mothers in Contemporary Western Cultures*. Routledge, London.
- Keller, K. (1994). *Mothers and work in popular American magazines*. Greenwood Press, Westport, CT.
- Kerestecioğlu, İ. Ö. (2014). “Korku ve Siyaset: Türk Sağının Ezberlerini Çözömlmek”, *Türk Sağı: Mitler Fetişler Düşman İmgeleri*. İ. Kerestecioğlu ve G. Öztan (drl.), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Keser, V. (2007). *Anneliğe Dair...:Psikanaliz Yazıları*, Bağlam Yayıncılık, Ankara.
- Keskin, S. ve Baş, M. (2015). “Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi”. *Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3): 51-69.
- Kıray, M. (2005). *Tüketim Normları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. (hızl. Nigan Bayazıt), Bağlam Yayıncılık, Ankara.
- Kim, H., Knight, D. K. ve Crutsinger, C. (2009). Generation Y Employees’ Retail Work Experience: The Mediating Effect of Job Characteristics. *Journal of Business Research*, 62: 548-556.
- King, N. (1994). *The Qualitative Research Interview; In Qualitative methods in organizational research A practical guide*, Edited by Catherine Cassel and Gillian Symon. Sage Publications, London.
- Klaus M., Jerauld, P., Kreger, N., McAlpine, W., Steffa, M. ve Kennell, J. (1972). “Maternal Attachment: Importance of the First Postpartum Days”. *New England Journal Of Medicine*, 286(9): 460-463.
- Knibiehler, Y. (1999). *La Revolution Maternelle Depius 1945*, Perrin, Paris.
- Koçkar, A. İ. (2015). “Günümüzde Anne Olmak: Bağlanma Teorisi ve Kadının Çalışması Arasındaki Dengenin İncelenmesi”. *Cogito*, 81: 205-220.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*, 10. Baskı, PrenticeHall, New Jersey.
- Kuperberg, A. ve Stone, P. (2008). “The media depiction of women who opt out.” *Gender & Society*, 22(4): 497-517.
- Kümbetoğlu, B. (2005). *Sosyolojide ve Antropolojide Nitel Yöntem ve Araştırma*. Bağlam Yayıncılık, Ankara.
- Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. SAGE Publications, London.
- Lawyer, S. (2000). *Mothering the Self. Mother, Daughter, subjects*. Routledge, Londra.



- LeBlanc, W. (1999). *Naked Motherhood: Shattering Illusions and Sharing Truths*. Random House Australia, Sydney.
- Leblebici, D. N. (2008). "Örgüt Kuramının Temelleri". *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(1): 111-129.
- Leech, N. L. ve Onwuegbuzie, A. J. (2007). "A typology of mixed methods research designs". *Qual Quant*, 43: 265-275.
- Lieblich, A., Tuval-Mashiach, R. ve Zilber, T. (1998). *Narrative Research*. Sage, London.
- Lower, J. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse*, 28(5): 80-85.
- Maanen J. V. (1979). "Reclaiming Qualitative Methods for Organizational Research: A Preface", *Administrative Science Quarterly*, 24(4): 520-526.
- MacIntyre, A. (1981). *After Virtue*. Duckworth, Londra
- Mackinnon, A. C. (1998). *Feminist Bir Devlet Kuramına Doğru*. Metis, İstanbul.
- Maier, C. (2013). No kid: Çocuk Yapmamak İçin 40 Neden, (çev. Z. Canan Özatalay), Esen Kitap, İstanbul.
- Mangold, W. G. ve Faulds, D. J. (2009). "Social media: The new hybrid element of the promotion mix". *Business horizons*, 52(4): 357-365.
- Manne, A. (2005). *Motherhood: How Should We Care for Our Children?*. Allen and Unwin, Sydney.
- Marcuse, H. (2002). *Eros and Civilization: A Philosophical Inquiry into Freud*, Routledge, London.
- Martens, L. Southerton, D. ve Scott, S. (2004). "Bringing children (and parents) into the sociology of consumption: Towards a theoretical and empirical agenda". *Journal of Consumer Culture*, 4(2): 155-82.
- Martineau, P. (2003). *Sharper Focus For The Corporate Image, Revealing teh Corporation; Perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, and corporate level, selected and interpreted by John M. T. Balmet and Stephen A. Greyser*. Roudledge, London.
- Maslow, A. H., Frager, R. ve Cox R. (1970). *Motivation and personality*. J. Fadiman and C. McReynolds (eds.) Vol. 2. Harper & Row, New York.
- Maslow, A. H. (1943). "A theory of human motivation". *Psychological review*, 50(4): 370.
- Marshall, G. (2003). *Sosyoloji Sözlüğü*, O. Akınhay ve D. Kömürçü (çev.), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Martineau, H. (2003). *Positive philosophy of Auguste Comte, Part I (1855)*. Whitefish, Montana: Kessinger Publishing.

- Matthey, S. (2011). "Assessing the experience of motherhood: the Being a Mother Scale (BaM-13)". *J Affect Disord*, 128(1-2): 142-152.
- Maushart, S. (1997). *The Mask of Motherhood: How Mothering Changes Everything and Why We Pretend It Doesn't*. Random House, Sydney
- Mauss, M. (2005). *Sosyoloji ve Antropoloji*. (çev. Ö. Doğan), Doğu-Batı Yayınları, Ankara.
- Mauss, M. (2002). *The Gift: The form and reason for exchange in archaic societies*. Routledge, London.
- McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption, New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Indiana University Press, Bloomington.
- McDaniel, B. T., Coyne S. M. ve Holmes, E. K. (2012). "New Mothers and Media Use: Associations between Blogging, Social Networking, and Maternal Well-Being". *Maternal and Child Health Journal*, 16: 1509-17
- McLuhan, M. ve Powers, B. R. (1989). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford University Press, USA.
- McKenna, S., Richardson, J. ve Manroop, L. (2011). "Alternative paradigms and the study and practice of performance management and evaluation", *Human Resource Management Review*, 21: 148-157.
- McMahon, M. (1995). *Engendering motherhood: Identity and self-transformation in women's lives*. Guilford, New York, NY
- Mcquillan, J., Arthur I. G., Shreffler, K. M. ve Tichenor, V. (2008). "The Importance of Motherhood Among Women in The Contemporary United States". *Gender & Society*, XX(X): 25-45.
- McQueen, M. (2011). Ict Summit Eurasia - Bilişim Zirvesi Konuşması.
- Mercer, R. (1995). *Becoming a mother*. Springer, New York.
- Mercer, R. T. (2004). "Becoming a Mother Versus Maternal Role Attainment". *Journal of Nursing Scholarship*, 36(3): 223-232.
- Meşe, İ. (2013). "Engellenmiş Annelik: Zihinsel Çocukların Anneleri". *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(12): 841-858.
- Meşe, İ. (2014). "Bir Sorunsal Olarak Popüler Yayınlarda "İdeal Anne" Kurgusu". *Muhafazakar Düşünce*, 11(41-42): 93-113.
- Michaels, M. W. ve Morgan, L. M. (1999). "Introduction: The fetal imperative". L. M. Morgan ve M. W. Michaels (ed.). *Fetal Subjects, Feminist Positions*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 689-711.

- Milkie, M., Bianchi, S., Mattingly, M. ve Robinson, J. (2002). "Gendered Division of Childrearing: Ideals, Realities, and the Relationship to Parental Well-being", *Sex Roles*, 47(1-2): 21-38.
- Miller, T. (2010). *Annelik Duygusu: Mitler ve Deneyimler*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Mitchell, J. (2006). *Kadınlar: En Uzun Devrim*. (çev. G. İnal, G. Savran ve Ş. Tekeli), Agora Kitaplığı, İstanbul.
- Molu, B. (2011). *0-12 aylık Bebeği Olan Annelerin Çocuk Bakımında Başvurdukları Geleneksel Uygulamalar*. Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Hemşireliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Afyon.
- Morgan, L. M. ve Meredith W. M. (ed.). (1999). "Fetal Subjects", *Feminist Positions*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia: 315-345.
- Morgan, G. (1980). "Paradigms, metaphors and puzzle solving in organization theory". *Administrative Science Quarterly*, 25(4): 605-623
- Morgan, L. M. ve Meredith W. M. (1999). *Fetal Subjects, Feminist Positions*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, PA.
- Mucuk, İ. (2001). Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitapevi, 13. Baskı, İstanbul: 283-285.
- Murphy, E. (1999). Breast is Best: Infact Feding Decisions and Maternal Device, *Socology of Health and Illness*, 2(2).
- Murray, R. (1999). *Fordizm ve Post-Fordizm: Yeni Zamanlar*. (drl. S. Hall ve M. Jacques, çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Myers, S. M. (1997). "Marital uncertainty and childbearing". *Social Forces*, 75: 1271-89.
- Nava, M. (1983). 'From Utopian to Scientific Feminism? Early Feminist Critiques of the Family', in Lynne Segal (ed.) *What Is to Be Done about the Family?* Penguin Books, Harmondsworth and New York.
- Nicolson, P. (1993). *Motherhood and Women's Lives*, D. Richardson ve V. Robinson (ed.), *Introducing Women's Studies, Feminist Theory and Practice*. The Macmillan Press Ltd., London.
- Nicolson, P. (1999). "Loss, happiness, and postpartum depression: The ultimate paradox". *Canadian Psychology*, 40: 162-178.
- Nusair, K., Parsa, H. G. ve Cobanoglu, C. (2011). Building a Model of Commitment for Generation Y: An Empirical Study On E-Travel Retailers. *Tourism Management*, 32(4): 833-843.
- Oakley, A. (1979). *Becoming a Mother*. Martin Robinson, Oxford.

- Odabaşı, Y. (2013). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*. (Gözden geçirilmiş ve genişletilmiş 2. Bas.), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- O'Donohoe, S., Hogg, M., Maclaran, P., Martens, L. ve Stevens, L. (eds.) (2014). *The Making of Mother, Motherhoods, Markets and Consumption, The Making of Mothers in Contemporary Western Cultures*, Routledge, London.
- O'Reilly, A. (2010). Outlaw(ing) Motherhood: A theory and politic of maternal empowerment for the twenty-first century. *HECATE*, 36(1&2): 17- 29.
- Odum, E. ve Barrett, G. (2008). *Ekoloji'nin Temel İlkeleri*. Palme Yayıncılık, Ankara.
- Offer, A. (2003). "Between The Gift and The Market: The Economy of Regard". *Economic History Review*, 3: 450-476.
- Oğuz, Z. N. (2008). *Tüketim Kültürünün Gençler Üzerindeki Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Oktay, A. (1993). *Türkiye'de Popüler Kültür*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Orçan, M. (2014). *Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*. (Genişletilmiş 3. Bas.), Harf Yayınları, Ankara.
- Orther, S. B. (1974). *Is Female to Male as Nature Is to Culture?*, M. Z. Rosaldo ve L. Lamphere (ed.), *Woman, Culture, and Society: A Theoretical Overview, Woman, Culture, and Society*. Standfort University Press, Standfort.
- Oskay, Ü. (1982). *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Otnes, C., Nelson, M. ve McGrath, M. A. (1995). "The Children's Birthday Party: A Study of Mothers As Socialization Agents". *Advances in Consumer Research*, 22: 622-627.
- Otnes, C., Lowrey, T. ve Shrum, L. (1997). "Toward an understanding of consumer ambivalence". *Journal of Consumer Research*, 34: 80-93.
- Ovadia, S. ve Bella, H. (2015). "İdeoloji, İnkâr ve Tahrip Olmuş Ara Alanların Üçgeninde Kadınlık ve Annelik". *Cogito*, 81: 117-130.
- Önder, T. (2003). *Ekoloji, Toplum ve Siyaset*. Odak Yayınevi, Ankara.
- Öner, A. C. (2015). *Dişi Bir İkarus: Kadınlık-Yazarlık-Annelik Arasında Sylvia Plath*". *Cogito*, 81: 142-158.
- Örnek, S. V. (1977). *Geçiş Dönemleri İçinde Türk Halkbilimi*. İş Bankası Yayınları, Ankara.
- Öz, İ. T. (2005). *Anne Baba Olma Sanatı*. Alfa Yayınları, İstanbul.
- Özbay, F. (1992). *Kadının Statüsü ve Doğurganlık, Türkiye'de Kadın Olgusu İçinde*. (hızl.). N. Arat, Say Yayınları, İstanbul.

- Özdemir, E. (2009). Yaşam Tarzlarının Sanal Mekanlardaki Sunumu: Bir Cazibe Merkezi Olarak "Siberalem" Örneği, Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Özdemir, N. (2008). "Türk Hediyeleşme Geleneği ve Medya". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(4): 467-480.
- Özdemir, C. (2001). "Kimlik ve Söylem". *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2: 107-122.
- Özenç-Uçak, N. (2000). "Sosyal Bilimler ve Kütüphanecilik Alanında Nitel Araştırma Yöntemlerinin Kullanımı". *Bilgi Dünyası*, 1(2): 255-279.
- Öztaş, E. (2015). "Annelik, Söylem ve Siyaset", *Cogito*, 81: 91-108.
- Pakalın, M. Z. (1946). Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Park, K. (2005). "Choosing Childlessness: Weber's Typology of Action and Motives of the Voluntary Childless". *Sociological Inquiry*, 75(3): 372-402.
- Parratt, A. J. ve Fahy, M. K. (2011). "A feminist critique of foundational nursing research and theory on transition to motherhood". *Midwifery*, 27(4): 445-461.
- Patrick, V. M., MacInnis, D. J. ve Folkes, V. S. (2002). "Approaching what we hope for and avoiding what we fear: the role of possible selves in consumer behaviour". *Advances in Consumer Research*, 29(1): 270-276.
- Patton, M. Q. (1987). *How To Use Qualitative Methods in Evaluation*, Sage Pub., Newbury Park, CA.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation And Research Methods*. Sage Pub., Newbury Park, CA.
- Payne, M. (1997). *Modern Social Work Theory*. (Second Edition), Lyceum Books, Chicago.
- Peskowitz, M. (2005). *The truth behind the mommy wars: Who decides what makes a good mother?*. Seal Press, California.
- Platon. (2008). *Devlet*. (çev. S. Eyüpoğlu ve M. A. Cimcoz), İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- Prendergast, G. ve Wong, C. (2003). "Parental influence on the purchase of luxury brands of infant apparel: An exploratory study in Hong-Kong". *Journal of Consumer Marketing*, 20(2): 157-69.
- Puybaraud, M. (2010). Generation Y and the Workplace: Annualreport 2010. Johnson Controls.

- Rashtchy, F., Kessler, A. M., Bieber, P. J., Shindler, N. H., and Tzeng, J. C. (2007). *The user revolution: The new advertising ecosystem and the rise of the Internet as a mass medium*. Piper Jaffray Investment Research, Minneapolis, MN.
- Reed, E. (1985). *Kadın Özgürlüğünün Sorunları*. (çev. Z. Saracoğlu), Yazın Yayıncılık, İstanbul.
- Reich, J. A. (2014). "Neoliberal Mothering and Vaccine Refusal: Imagined Gated Communities and the Privilege of Choice", *Gender & Society*, 28(5): 679-709.
- Reiger, K. (2001). *Our Bodies, Our Babies: The Forgotten Women's Movement*. Melbourne University Press, Melbourne.
- Ribbens McCarthy, J., Edwards, R. ve Ellies, V. (2000). "Parenting and Step Parenting. Contemporary Moral Tales", Occasional Paper 4, Centre of Family nad Household Research, Oxford Brookes University.
- Rich, A. (1976). *Of Woman Born: Motherhood as Experience and Institution*. Norton, New York.
- Riley, D. (1983). "The Serious Burdens of Love": Some Questions on Childcare, Feminism and Socialism', in Lynne Segal (ed.) *What Is to Be Done about the Family?*. Penguin Books, Harmondsworth and New York
- Ritzer, G. (2016). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. (çev. Ş. S. Kaya), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Rosaldo, M. Z. (1974). *Woman, Culture, and Society: A Theoretical Overview*, M. Z. Rosaldo ve L. Lamphere (ed.), *Woman, Culture, and Society: A Theoretical Overview*, *Woman, Culture, and Society*. Standfort University Press, Standfort.
- Rosenfeld, A. ve Nicole, W. (2001). *The Over-Scheduled Child: Avoiding the HyperParenting Trap*. St. Martin's Press, New York.
- Rothman, B. K. (1989). *Motherhood under capitalism*. In *Recreating motherhood: Ideology and technology in a patriarchal society*, (ed. B. K. Rothman), Norton, New York.
- Rousseau, J. J. (2007). *Emile (Bir Çocuk Büyüyor)*, (6. Baskı), Selis Kitaplar: 13, Çocuk Eğitimi: 2, İstanbul.
- Rousseau, J. J. (2012). *Toplum Sözleşmesi*. İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Rubin, R. (1984). *Maternal identity and maternal experience*. Springer, New York.
- Rubin, H. J. ve Rubin, I. S. (1995). *Qualitative interviewing: The art of hearing data*. Sage, Thousand Oaks, CA.
- Runciman, W. G. (1966). *Relative deprivation and social justice: a study of attitudes to social inequality in twentieth-century*. University of California Press, England.

- Saad, G. (2011). *Tüketim İçgüdüü: Neden Ferrari, Fast-Food ve Porno Seviyoruz?*, (çev. N. Özata), Media Cat Kitapları, İstanbul.
- Sakarya, C. I. (2006). *Türk Kültüründe Hediyeleşme Geleneği ve Hediyeler*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Saktanber, A. (1993). *“Türkiye’de Medyada Kadın: Serbest, Müsait Kadın, veya İyi Eş, Fedakar Anne,” 1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, Şirin Tekeli*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Sánchez Bringas, Á. (2003). *Mujeres, maternidad y cambio: prácticas reproductivas y experiencias maternas en la ciudad de México [Women, maternity and change: Reproductive practices and maternal experiences in Mexico City]*. PUEG/UNAM, UAMXochimilco, Mexico City.
- Sandelowski, M. (1995). “Focus on Qualitative Methods: Sample Size in Research”. *Research in Nursing & Health*, 18(2): 179-183.
- Saraçoğlu, E. (1987). *Kıbrıs’ta Doğumla İlgili Gelenek Görenek ve İnançlar*, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Başbakanlık Basımevi, Ankara.
- Sarıtaş, S. (2011). “The importance of wheat in teething celebration in Turkish culture”. *International Journal of Sociology and Anthropology*, 3(4): 120-126.
- Sayar, A. N. (2015). “Geleneksel Kadın Rollerinin Yeniden Üretimi: Elif Şafak’ın Siyah Süt Romanında Otoriteyle Uzlaşmak”. *Monograf*, 3: 46-77.
- Schor, J. B. (1991). *The Overworked American: The Unexpected Decline of Leisure*, Basic Books, New York.
- Schouten, J. W. (1991). “Selves in transition: symbolic consumption in personal rites of passage and identity reconstruction”. *Journal of Consumer Research*, 17: 412-425.
- Scott, J. (1991). *Social Network Analysis*. Sage Publications, Londra.
- Seale, C. (2001). “Qualitative methods”. *European Journal of Cancer Care*, 10: 131-136.
- Selçuk, B. (2015). “Bilge Selçuk ile söyleşi: Türkiye’de Ebeveynlik” *Cogito*, 81: 108-116.
- Senbir, H. (2004). “Z Son İnsan Mı?”, “O” Kitaplar, 1. Baskı, Nisan, İstanbul.
- Sennett, R. (2012). *Beraber*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Server, M. (2015). “Kadınlık, annelik, gönüllü çocuksuzluk: Elisabeth Badinter’den Kadınlık mı Annelik mi?, Tina Miller’dan Annelik Duygusu: Mitler ve deneyimler ve Corinne Maier’den No Kid üzerinden bir karşılaştırmalı okuma çalışması”. *Fe Dergi*, 7(2): 72-86.
- Sherry, Jf., McGrath, M. A. ve Levy, S. J. (1993). “The Dark Side of The Gift”. *Journal of Business Research*, 2: 225-244.

- Silverman, D. (1993). *Interpreting Qualitative Data*. Sage Publications, Londra.
- Silverman, D. (2005). *Doing Qualitative Research*. Sage Publications, London.
- Simmel, G. (2009). *Bireysellik ve Kültür*. (çev. T. Birkan), Metis Yayınları, İstanbul.
- Simmel, G. (2003). *Modern Kültürde Çatışma*. (çev. T. Bora vd.), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Simmel, G. (1957). "Fashion". *American Journal of Sociology*, 62: 541–558.
- Slater, D. (1997). *Consumer Culture and Modernity*. Polity Press, Cambridge.
- Small R., Brown S. ve Lumley, J. (1994). *Balancing acts: work and family. 'Missing voices, The experiences of motherhood'*. Oxford University Press, Melbourne.
- Smith, A. (2006). *Milletlerin Zenginliği*, (çev. H. Derin), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Solomon, M. R. (1983). "The role of products as social stimuli: a symbolic interactionism perspective". *Journal of Consumer Research*, 10: 319-329.
- Sombart, W. (1998). *Aşk, Lüks ve Kapitalizm*. (çev. N. Aça), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Somers, M. R. (1994). "The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach". *Theory and Society*, 23: 605-649.
- Stanworth, M. (1987). *Reproductive Technologies: Gender, Motherhood and Medicine*. University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Steeves H. L. (2005). *Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları, Medya, İktidar, İdeoloji İçinde*. (çev. ve drl. M. Küçük), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Stern, D. N., Stern, N. B. ve Freeland, A. (2013). *Bir Annenin Doğuşu: Annelik Deneyimi Sizi Sonsuza Kadar Nasıl Değiştirir*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları*, (çev. K. Karaşahin), Babil Yayınları, İstanbul.
- Strauss, A. ve Corbin, J. M. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. (2nd ed.). Sage, Thousand Oaks, CA.
- Strauss, L. C. (2010). *Yaban Düşünce*. (çev. T. Yücel), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Sullivan, T. J. (2003). *Introduction to Social Problems*. (Sixth Edition), Pearson Education, Boston.
- Summerskill, B. ve Helmore, E. (2001). Mommy Wars, *The Guardian*, 29.04.2001.
- Şahin, O. (1992). *Sosyo Ekonomik Yönleriyle Tüketim Fonksiyonu*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şan, M. K. ve Hira, İ. (2004). "Modernlik ve Postmodernlik Bağlamında Tüketim Toplumu Kuramları". *Bilgi*, 8(1) :1-19.
- Şenel, A. (2001). *İlkel Topluluktan Uygur Topluma*. Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.



- Tagiuri, R. (1969). Person Perception, In The Hand Book Of Social Psychology, Volume 3, G. Lindzey and E. Aronson (ed.) Addison-Wesley, MA.
- Tarhan, N. (2005). *Kadın Psikolojisi*. Nesil Yayınları, İstanbul.
- Taylor, J., Layne, L. ve Wozniak, D. (ed.). (2004). *Consuming Motherhood*. Rutgers University Press, New Brunswick.
- Taylor, S. E. ve Lobel, M. (1989). Social comparison activity under threat: Downward evaluation and upward contacts. *Psychological Review*, 96: 569–575.
- Teke, S. G. (2014). “Dönüşen Anneliğe Yönelik Netnografik Bir Analiz: Blogger Anneler”. *Millî Folklor*, 26(103): 32-47.
- Tellan, D. (2009). "Bir Tüketim Eylemi Olarak Popüler Kültür". E. Karakoç (ed.). *Medya ve Popüler Kültür*. Litaratürk Yayıncılık, Konya, 59-86.
- Tezcan, M. (1993). *Eğitim Sosyolojisinde Çağdaş Kuramlar ve Türkiye*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları No: 170, Ankara.
- The VOICE Group (The members of this group: Andrea Davies (Leicester University), Andrea Prothero (University College Dublin), Elin Sørensen (University of Southern Denmark), Lisa O’Malley (University of Limerick), Stephanie O’Donohoe (The University of Edinburgh), Susan Dobscha (Bentley University), Susi Geiger (University College Dublin), and Thyra Uth Thomsen (Copenhagen Business School). (2010). "Motherhood, Marketization, and Consumer Vulnerability". *Journal of Macromarketing*, 30(4): 384-397.
- Thomsen, T. U. ve Sørensen, E. B. (2006). “The first four-wheeled status symbol: pram consumption as a vehicle for the construction of motherhood identity”. *Journal of Marketing Management*, 22(9-10): 907-927.
- Timisi, N. (1998). "Medya ve Kadın: Temel Sorun Noktaları". *20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı*, O. Çitçi (drl.) Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Ankara, 285: 407-424.
- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel Emperyalizm*, (çev. E. Zeybekoğlu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Torlak, Ö. (2000). *Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*. İnkilab Yayınları, İstanbul.
- Touraine, A. (2000). *Birlikte Yaşayabilecek miyiz*. (çev. O. Kunal), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Touraine, A. (2016). *Modernliğin Eleştirisi*. (çev. H. U. Tanrıöver), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- Tummala-Narra, P. (2009). Teaching on diversity: The mutual influence of students and instructors. *Psychoanalytic Psychology*, 26(3): 322-334.
- Tunç, A. (2002). *Bir Maniniz Yoksa Anneler Size Gelecek / 70'li Yıllarda Hayatımız*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Turan, G. (2009). *Gerçek(siz)liğimizde Sarıldığımız Serap: İnternet, Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Turner, V. (2018). *Ritüeller-Yapı ve Anti Yapı*. (çev. N. Küçük), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Tükel, İ. (24.10.2014). Tüketimin Yeni Aktörleri: "Y" Kuşağı. Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergi, s. 1-22.
- Türk, A. (2013). Y Kuşağı, Kafekültür Yayıncılık, İstanbul.
- Türkdoğan, Ö. (2013). "Ana Akım Medyada Annelik Miti". *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 13(2): 35-59.
- Uluğtekin, M. G. (2002). *A Sociological Analysis of Motherhood Ideology*. The Degree of Master of Science in Department of Sociology. Middle East Technical University, Ankara.
- Umansky, L. (1996). *Motherhood Reconceived Feminism and the Legacies of the Sixties*. New York University Press, Washington.
- Urry, J. (1999). *Mekânları Tüketmek*. (çev. R. Ögdül). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Uzel, G. (2008). *Magazin Basınında "Anne" İmgesi ve "Annelik": "Kelebek" Magazin Eki Üzerinde Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Uztuğ, F. (1999). "Reklamda Marka Yapılandırma Stratejileri ve Uygulamaları". Yayımlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Uzun, S. ve Vural, H. (2000). "Kültür ve Sağlık Hizmetlerinde İletişim". *Sendrom*, 12(12): 111.
- Uzunoğlu S. (2006). "Çevreyi Korumada Yeni Bir Kavram: Ekolojik Ego". *Ekoloji*, 15(58): 33-37.
- Ünsal, Z. K. (2007). *Ana Tanrıça'nın Kutsal Memesi, Psikanaliz Yazuları, Baharlık Kitap Dizisi 14, İlkbahar*. Bağlam Yayıncılık, Ankara.
- Van Zoonen, L. (2002). "Medyaya Feminist Yaklaşımlar", *Medya Kültür Siyaset İçinde*. S İrvan (drl.). Alp Yayınevi, Ankara.
- Veblen, T. B. (1954). *Engineers and Price System*, Viking Press, New York.

- Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*. (çev. Z. Gültekin ve C. Atay), Babil Yayınları, İstanbul.
- Vollmer, C. ve Precourt, G. (2008). *Always on: Advertising, marketing, and media in an era of consumer control*. McGraw-Hill, New York.
- Wall, G. (2001). "Moral Constructions of Motherhood in Breastfeeding Discourse". *Gender & Society*, 15(4): 592-610.
- Warner, J. (2005). *Perfect madness: Motherhood in the age of anxiety*. Riverhead Books, New York.
- Wellson, E. V. (2001). *Anne: Melek mi, Yosma mi*. (çev. S. K. Akbaş ve C. Kurultay), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Wernick, A. (1994). *Promosyon Kültürü*. (çev. O. Akınhay), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- West, C. ve Zimmerman, D. H. (1987). "Doing Gender". *Gender and Society*, 1(2): 125-151.
- Wicklund, R. A. ve Gollwitzer, P. M. (1982). *Symbolic self completion*. Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ.
- Wicks, P. G., A. Nairn, and Griffin, C. (2007). "The role of commodified celebrities in children's moral development: the case of David Beckham". *Consumption, Markets and Culture*, 10(4): 401-424.
- Willard, A. (1988). *Cultural Scripts For Mothering, Mapping the Moral Domain: A Contribution of Women's Thinking to Psychological Theory and Education*, Harvard University Press, Londra.
- Williams, J. (2001). *Unbending Gender: Why Family and Work Conflict and What To Do About It*. Oxford University, Oxford.
- Williams, M. (1999). *Science and social science: An introduction*. Routledge, London.
- Williams, R. (1991). "The Dream of Mass Consumption". C.Mukerji and M. Schudson (ed.), *Rethinking Popular Culture Contemporary Perspectives in Cultural Studies*. California University Press, California: 198-204.
- Williams, C. K. ve Page, A. R. (2011). Marketing to The Generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3: 3-11.
- Willis, S. (1991). *Gündelik Hayat Kılavuzu*. (çev. A. Bora ve A. Emre), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Winnicott, D. W. (2016). *Bireyin Gelişimi ve Aile*. (çev. N. Diner ve N. Nirven), Pinhan Yayıncılık, İstanbul.

- Wolf, N. (2001). *Misconceptions: Truth, Lies, and the Unexpected on the Journey to Motherhood*. Doubleday, New York.
- Woolard, J. (2004). *Anneler ve Kızlar*. (çev. H. B. Çelik), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Yakın, M. (2004). *Reklamda Algı Yönetimi*. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yaman, M. Ö. (2013). *Ataerkil Kapitalist Tahakküm Altında Kadın Emeği, Kadın Bedeni*. Sosyal Araştırmalar Vakfı, İstanbul.
- Yanıklar, C. (2006). *Tüketimin Sosyolojisi*. 1. Baskı, Birey Yayıncılık, İstanbul.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz-Demirci, T. (2015). “Osmanlı ve Erken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Modernleşmesinde Annelik Kurguları (1840-1950)”. *Cogito*, 81: 66-91.
- Yin, R. K. (2012). *Case Study Research: Design and Methods*. (3rd ed.), Sage, Thousand Oaks, CA.
- Yin, R. K. (2017). *Durum Çalışması Araştırması Uygulamaları*. (çev. İ. Günbayı), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Yuval-Davis, N. (2010). *Cinsiyet ve Millet*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk Tipi Y Kuşağı, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (ESOSDER), 12(45): 342 – 353.
- Zelizer, V. (1994). *Pricing the Priceless Child: The Changing Social Value of Children*. Princeton University Press, New Jersey.
- Zengingönül, O. (2012). *Küresel Put: Tüketim Ekonomisi, Yeni Sapkınlık: Sosyal Bilinç*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Zeybek, S. O. (2013). “‘Bu Bebeğin Annesi Nerede?’: Cinsiyet, Babalık ve Armağan İlişkileri”. *Toplum ve Bilim*, 126: 120-143.
- Zorlu, A. (2006). *Tüketim Sosyolojisi*. Glocal Yayınları, Ankara.

### İnternet Kaynakları

- Albayrak, A. K. ve Duyku M., “Tüketim Toplumu Dinamiklerine Bir Bakış”. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/66401> (erişim tarihi: 20.05.2016).
- Altınyanak, S., “Doğu Anadolu Bölgesinde Çocuk Beslenmesi ve Bakım Konusundaki Geleneksel Uygulamalar”. <http://yeniforumuz.biz.com.tr> (erişim tarihi: 08.09.2016).

- Balta, E. P., “Anne ya da Değil? Annelik Etme Meselesi Üzerine”. <https://m.bianet.org/bianet/toplumsal-cinsiyet/114384-anne-ya-da-degil-annelik-etme-meselesi-uzerine> (erişim tarihi: 11.09.2016).
- Bakırcı, K. (2014). “*Hangi Çalışma Hukuku? Ali Dostu mu, Kadın Dostu mu?*” *Başka Bir Aile Anlayışı Mümkün Mü?*, [https://tr.boell.org/sites/default/files/baska\\_bir\\_aile\\_anlayisi\\_mumkun\\_mu.pdf](https://tr.boell.org/sites/default/files/baska_bir_aile_anlayisi_mumkun_mu.pdf) (erişim tarihi: 29.08.2016).
- Besser, A., Neria, Y. ve Haynes, M. (2009). “Adult attachment, perceived stress, and PTSD among civilians exposed to ongoing terrorist attacks in Southern Israel”. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886909003092?via%3Dihub> (erişim tarihi: 06.12.2017).
- Boden, S., Pole, P., Pilcher, J. ve Edwards, T. (2004). “New Consumers? The Social and Cultural Significance of Children's Fashion Consumption”, *Knowing Consumers: Actors, Images and Identities in Modern History Conference, 27-28 February 2004*, [www.consume.bbk.ac.uk/research/pole.html](http://www.consume.bbk.ac.uk/research/pole.html) (erişim tarihi: 07.05.2016)
- Burç, P. E., “Popüler Kültür ve Annelik: Anneliğin Farklı Görünümleri”. <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/Pinar-Ezgi-Burc-14Eylul2015.pdf> (erişim tarihi: 29.09.2016).
- Byström, C. “The Ritual Construction of Fetal Personhood A Voyage through the Gendering of the Unborn in Peruvian Baby Showers”. <https://pdfs.semanticscholar.org/c22c/667ba9d93cb34c6c54ab3d41e833e3f2bdd9.pdf> (erişim tarihi: 26.03.2017).
- Clarke, A. J. (2007b). “Consuming Children and Making Mothers: Birthday Parties, Gifts and the Pursuit of Sameness”. [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832007000200011](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200011) (erişim tarihi: 29.03.2017).
- Çeliktaban, D. “Çocuk Doğumünün Sektörü”. <http://www.haberturk.com/yazarlar/damla-celiktaban/990614-cocuk-dogum-gunu-sektoru> (erişim tarihi: 01.01.2017).
- De Paulo, P. “A “Sample Size for Qualitative Research”, *Quirk’s Marketing Research Review*”. <http://www.quirks.com/articles/a2000/20001202.aspx> (erişim tarihi: 15.10.2016).
- Demirbilek, S., “Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açıdan İncelenmesi”. [http://www.ekonomikorumlar.com.tr/dergiler/makaleler/511/Sayi\\_511\\_Makale\\_01.pdf](http://www.ekonomikorumlar.com.tr/dergiler/makaleler/511/Sayi_511_Makale_01.pdf) (erişim tarihi: 01.08.2016).

- Dubofsky, C., “A ‘Childless’ or ‘Childfree’: The Difference Matters”. <https://rewire.news/article/2014/05/08/childless-childfree-difference-matters/> (erişim tarihi: 01.03.2016).
- Engwall, K., “A “Childfreeness, parenthood, adulthood.” Scandinavian Journal of Disability Research 16/4”. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15017419.2013.781955?journalCode=sjdr20#.VSFsGNysWz4> (erişim tarihi: 06.02.2016).
- Floyd, R. D. ve Davis E., “Intuition as Authoritative Knowledge in Midwifery and Homebirth”. <http://www.davis-floyd.com/wp-content/uploads/2017/02/Davis-Floyd-and-Davis-1996-Intuition-as-Authoritative-Knowledge-in-Midwifery-and-Home-Birth.pdf> (erişim tarihi: 28.04.2017).
- Foux, G. (08.05.2006). “Consumer-generated media: Get your customers involved. Brand Strategy”. <http://www.highbeam.com/doc/1G1-145500854.html> (erişim tarihi: 10.10.2017).
- Güloğlu F., “Evli, Mutlu, Çocuksuz, Reçel Blog”. <http://recel-blog.com/evli-mutlu-cocuksuz/> (erişim tarihi: 10.02.2016).
- Gündüz, Ş., “Kariyer Basamaklarında Kadının Düşmanı Olarak Kendisi: Süper Anne Sendromu, Görünmez Kadın Sendromu ve Külkedisi Sendromu”. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/346213> (erişim tarihi: 01.09.2017).
- Hacker, C. A. (2008). Recruiting and Retaining "Generation Y and X" Employees, <http://www.chartcourse.com/articlegenxhacker.html> (erişim tarihi: 04.07.2017)
- Harrington, M., ‘The Care Equation’, The American Prospect 9(39)”. <http://www.prospect.org/print/V9/39/harrington-m.html> (erişim tarihi: 03.09.2017).
- Horovitz, B., “Alpha moms leap to top of trendsetters. USA today”. [http://www.usatoday.com/money/advertising/2007-03-26-alpha-mom\\_N.htm](http://www.usatoday.com/money/advertising/2007-03-26-alpha-mom_N.htm) (erişim tarihi: 15.10.2015).
- Hot, İ., “İlk Kadın Doktorumuz Safiye Ali”. <http://www.nobelmedicus.com/Content/1/31/100-102.pdf> (erişim tarihi: 25.07.2016).
- Hürmeriç, P. ve Baban E., “Simmel, Veblen ve Sombart’ın Penceresinden Hedonik Tüketim: Ütopyada egotium ve Otium”. <http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/bahar2012sayisi.html> (erişim tarihi: 05.11.2016).
- Johns, R. ve English, R. “The impact of social media use on mother’s consumption of child and pregnancy-related products”. <https://marketing.conference->

- [services.net/resources/327/4002/pdf/AM2014\\_0067\\_paper.pdf](http://services.net/resources/327/4002/pdf/AM2014_0067_paper.pdf) (erişim tarihi: 09.06.2017).
- Laney, A. P. (2014). "Legal and Policy Issues Impacting Pay Equity." New Jersey Lawyer. <http://www.naaahr-gny.org/wp-content/uploads/2011/03/Equal-Pay-ArticleAndree-Laney.pdf> (erişim tarihi: 25.11.2017).
- Mill, J. S., "The Subjection of Women". <http://www.earlymoderntexts.com/assets/pdfs/mill1869.pdf> (erişim tarihi: 03.04.2017).
- Mitchell, B. (2005) "Understanding and Managing Different Generations", [http://www.valueoptions.com/spotlight\\_YIW/pdfs/articles/Understanding\\_and\\_Managing\\_Different\\_Generations.pdf](http://www.valueoptions.com/spotlight_YIW/pdfs/articles/Understanding_and_Managing_Different_Generations.pdf) (erişim tarihi: 13.07.2017)
- Parmaksız, P. ve Yelsalı, M., "Digital Opportunities for Social Transition: Blogosphere and Motherhood in Turkey, Feminist Eleştiri 4 Sayı 1, 2012". <http://cins.ankara.edu.tr/> (erişim tarihi: 04.05.2016).
- Ribbens McCarthy, J, Edwards R, ve Ellies V. "Parenting and Step Parenting. Contemporary Moral Tales", <http://www.socialpsychologyarena.com/books/Making-Families-ISBN9781903457054> (erişim tarihi: 18.11.2017)
- Rosenfield, S. (1999). "Splitting the difference: Gender, The Self, and Mental Health", [https://www.researchgate.net/publication/254552000\\_Gender\\_Race\\_and\\_the\\_Self\\_in\\_Mental\\_Health\\_and\\_Crime](https://www.researchgate.net/publication/254552000_Gender_Race_and_the_Self_in_Mental_Health_and_Crime) (erişim tarihi: 08.07.2017).
- Sayar, K., (2010) "Çocukluk ve Gençlik Döneminde Değer Erozyonu, Sosyal Bilimler Konferansları". [https://www.meridyendernegi.org/wp-content/uploads/2011/04/kemal\\_sayar\\_Layout1.pdf](https://www.meridyendernegi.org/wp-content/uploads/2011/04/kemal_sayar_Layout1.pdf) (erişim tarihi: 25.05.2016).
- "Sporcu Anne". <http://sporcuanne.blogspot.com.tr/?view=classic> (erişim tarihi: 08.02.2017).
- Taylor, S. E. ve Lobel, M. (1989). "Social comparison activity under threat: Downward evaluation and upward contacts". [https://taylorlab.psych.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/5/2014/10/1989\\_Social-Comparison-Activity-Under-Threat.pdf](https://taylorlab.psych.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/5/2014/10/1989_Social-Comparison-Activity-Under-Threat.pdf) (erişim tarihi: 08.09.2017)
- Tvarez, E. W. (2007). "La Leche Laague International: Class, Guilt and Modern Motherhood". <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.3819&rep=rep1&type=pdf> (erişim tarihi: 06.12.2017)

- Tükel, İ., “Tüketimin Yeni Aktörleri: Y Kuşağı”. <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/TuketimYeniAktorYkusagiKASIM2014.pdf> (erişim tarihi: 01.11.2016).
- “Yeni Nesil Fit Anneler”. <http://www.workingmother.com.tr/index.php/no-menu/item/1452-yeni-nesil-fit-anneler> (erişim tarihi: 08.02.2017).
- Wills, T. A. (1981). “Downward comparison principles in social psychology”. *Psychological Bulletin*, 90: 245-271. <http://psycnet.apa.org/record/1981-30307-001> (erişim tarihi: 12.10.2016)





## EK 1- MEKSİKA'DA BABYSHOWER

Hyrciuk 2010 yılında gerçekleştirdiği çalışmasında Meksika'daki babyshower ritüelini ele almış hatta bir babyshower kutlamasına katılarak gözlemlerini aktarmıştır. Kayın validesi ve görümcesi tarafından gebeliğinin 8. ayında babyshower kutlaması gerçekleştirilen Emily aynı zamanda Hyrciuk'un çalışması dahilinde derinlemesine görüşme gerçekleştirdiği bir katılımcıdır. Hyrciuk'un gözlemleri genel anlamda değerlendirildiğinde babyshower'ın Meksika kültüründe babalar tarafından da organize edilebilen, babaların da katılabildiği, etkinliklerle dolu bir ritüel olduğu belirtilebilir. Hyrciuk öncelikle babyshower'ı organize edenlere hazırlıklar konusunda yardımcı olmak istediğini belirtir ve onların yönlendirmesi ile katılımcılar için rozet alma, kutlamayı kameraya çekme görevlerini üstlenmesinin yanında şahsı adına da bebeğin ihtiyaçlar listesinde olan bir ürünü hediye almak koşuluyla babyshower partisine gözlemci olarak katılır. Yaklaşık olarak dört saat süren kutlamanın olacağı gün evin süslenmesine de yardımcı olan Hyrciuk misafirler gelmeye başladığında annenin, davetlilerin hediyelerini koymasına için hazırlanmış, rengarenk masanın yanına oturtularak gelenleri karşıladığını belirtmektedir. Anne misafirleri karşılamadan önce iyi vakit geçirmelerini temenni ederek kutlamayı başlatır. Daha sonra kutlamayı organize eden görümcesi katılımcılara üzerinde anneliğe ilişkin bilmece ve bulmacaların bulunduğu, özel olarak hazırlanmış kartları dağıtır, ardından verilen cevaplar kahkahalar, yorumlar ve espiriler arasında kontrol edilir, doğru cevap verenler ödüllendirilirken yanlış cevaplar cezalandırılır. Yanlış cevabın cezası ise katılımcıların kalçalarına bez, havlu ya da eşarp bağlayarak birisi onların bezlerini almaya ya da bacaklarından yakalayana kadar bebek gibi hareket etmeleri olur. Daha sonra katılımcıların tamamına balonlar verilir ve patlatmaları istenir. Balonun içinden çıkan kağıtta bebeğe ilişkin bir hareket vardır, katılımcılar bu hareketi gerçekleştirir ve bebeğin annesi hareketin ne olduğunu tahmin eder. Hyrciuk(2010) un gözlemlerine göre Meksika da babyshower kutlamasına katılan erkekler içinde çeşitli oyunlar hazırlanmaktadır. Bunlardan biri biberonların içine süt ve rom konularak hangi erkeğin daha hızlı bu karışımı bitireceğine ilişkin oluşturulur. Bir diğer yarışmada ise hamile kadının karnının çevresi ölçülür, bunun için katılımcılara birer tuvalet kağıdı verilerek tahminde bulunmaları istenir. Bir diğer yarışma ise hamile anneye özeldir ve annenin gözleri kapatılarak eline verilen normal bebek büyüğündeki bir oyuncağı yıkaması, kurulması ve giydirmesi istenir, bu yarışmaya bebeğin babası da katılır. Babyshower partisinin sonunda da anne bebeğine gelen hediyeleri açar ve kimin bu hediye aldığını tahmin eder. Hyrciuk(2010) a göre tüm bu kutlama ritüelleri Meksika açısından bir Amerikan babyshower'ının nasıl Meksika sınırları

içinde doğaçlanarak "anneler şöleni" haline getirildiğini göstermektedir. Ona göre küresel süreçlerin yerel ihtiyaçları etkilediğinin bir sonucu olarak Meksikalı kadınlar Amerikan geleneklerini yerel koşullar uyarlayarak anneliklerini kutlarlar.



## EK 2- GÖRÜŞME FORMU ÖRNEĞİ

Yaş:

Kaç çocuk sahibi:

Kaç yıllık evli:

Eğitim düzeyi:

Gelir düzeyi(Kira geliri ve diğer gelirler dahil eve giren paranın tamamı)

ANNELİK DENEYİMİ

TEMALAR;

Annelik deneyimi

İdeal Anne

Annelik türleri

Annelik rolü ve statüsü

TEMALARA İLİŞKİN SORULAR;

Anne olduktan sonraki deneyimlerinize anne olmadan önceki beklentileriniz arasındaki ilişkiyi söz eder misiniz?

Annelik sizce zor mu yoksa kolay mı, nedenleri ile anlatabilir misiniz?

Anneliğin kadın açısından nasıl bir deneyim olduğunu düşünüyorsunuz? (Özgürleştirici, baskılayıcı, sınırlayıcı, zorlayıcı, kutsallaştırıcı vs.)

Sizce ideal anne nasıl olmalı?( Çalışan/çalışmayan, titiz, her şeyi evde üreten vs.)

İdeal anne yapılanmasında etkili olan unsurlar sizce nelerdir? ( Toplum, sosyal medya, diğer anneler, gelenekler vs.)

Anneliğin toplum içinde nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?

-Kategorize ediyor mu?

-Anne olduktan sonra toplumun kadına bakışı? Daha kutsal ya da saygın mı?

- Değişiyor mu? Evlilik ya da kadınlık tamamlanmış mı oluyor?

Diğer anneleri de düşündüğünüzde sizce anneliğin gruplandırılan bir yapısı olduğunu düşünüyor musunuz? (Özenli anne, hijyenik anne, takıntılı anne, titiz anne, zengin anne, organik anne, oyuncu anne vs.)

ANNELİK VE TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI

TEMALAR;

Hamilelikte tüketim

Annelikte tüketim (toplum baskısı vb)

Annelikte tüketim alışkanlıklarının değişimi

Medya, annelik ve tüketim

### TEMALARA İLİŞKİN SORULAR;

Hamilelik sürecinizi de düşündüğünüzde anneliğiniz tüketim ilişkisinde söz eder misiniz?

Eğer tüketiminizin farklılaştığını düşünüyorsanız sizce bunun nedenleri nedir?( Sosyal baskı, piyasa baskısı, alternatif çokluğu, ideal anne çocuğuna her şeyi sunmalı algısı, mevcut koşulların sahte ihtiyaçlar yaratması vs.)

Annelik ve tüketim arasında nasıl bir ilişki olduğunu düşünüyorsunuz?

Anne olunca hangi tüketim alışkanlıklarınız değişti? (Yemek, giyim, sosyalleşme, kültür(kitap tarzları) vs.)

Hamilelik sürecinizi de düşündüğünüzde tüketim alışkanlıklarınız üzerinde sosyal ve toplumsal baskı hissettiniz mi?(Hamilesin ya da annesin onu yeme bunu ye, şunu giyme, buralara gitme vs.)

Sosyal medya da karşılaştığınız diğer annelerin öneri ve paylaşımları tüketim kararınızı etkiler mi?

### ANNELİK VE KUTLAMA ARMAĞANLAŞMA PRATİKLERİ

#### TEMALAR;

Annelik kutlamaları

Annelik ve armağanlaşma

Annelikle ilgili armağanlaşmaya yaklaşım

Annelikle ilgili geleneksel ve modern armağanlaşma pratikleri

#### TEMALARA İLİŞKİN SORULAR;

Anne olmadan önce anneliğe ve çocuğa ilişkin kutlama ve armağanlaşma pratiklerinden haberdar mıydınız?

Anne olacağınızı öğrendikten ya da anne olduktan sonra herhangi bir kutlama gerçekleştirdiniz mi?(Babyshower, loğusa mevlüdü, diş buğdayı ya da hamamı, ilk yaş vs.)

Hamilelik sürecinizde ya da doğum gerçekleştirdikten sonra herhangi armağan hazırlayıp armağan aldınız mı?

Günümüzde bu doğrultuda gerçekleşen pratiklere bakışınız nedir? Sizce gerekli mi?

-İnsanlar bunu neden yapıyorlar? Siz neden yaptınız?

-Kişiler herkes yapıyor diye mi yapıyor sizce?

- Bunları gerçekleştirdikçe daha iyi ve özenli bir anne olduğunu düşünüyor olabilir mi?(BandWagon etkisi) ve (Görelî Yoksunluk)

- Moda olduğu için mi? Bir imaj göstergesi mi? Kişilerin yaşam tarzları hakkında bir ipucu taşıyor olabilir mi?

- Gösteriş amacı mı? (Gösterişçi tüketim)

Bu pratiklerin anneler üzerinde bir baskı yarattığını düşünüyor musunuz?(Anneler kendilerini bu kutlama ve armağanlaşmaları gerçekleştirmek zorunda hissedebilirler mi?)

Sizce bu pratikler anneleri kategorize ediyor mu? (Bu kutlamaları gerçekleştirenler daha özenli, zengin, çocuklarını için anı biriktiren, düşünceli mi oluyor?)

Sizce bu pratikleri geleneksel ritüellerden ayıran nedir?



**EK 3- GENEL KATILIMCI PROFİLİ**

	Yaş	Çocuk Sayısı ve Yaşı	Evlilik Süresi	Eğitim Düzeyi	Gelir Düzeyi	Çalışma Durumu
A.1	31	2 (2,5 yaş - 5 aylık hamile)	5	Lisans	8.000 TL civarı	Çalışıyor
A.2	27	1(3)	5	Lisans	İyi	Çalışmıyor
A.3	35	1 (1,5)	5	Y. Lisans	6.000 TL civarı	Çalışıyor
A.4	32	1 (2)	5	Lisans	6.000TL civarı	Çalışmıyor
A.5	27	1( 6 aylık)	3	Ön Lisans	2.500-4.000 TL civarı	Çalışıyor
A.6	30	1 (11 aylık)	2,5	Lisans	Yüksek	Çalışmıyor
A.7	28	1 (10 aylık)	3	Doktora	8.000-9.000 TL civarı	Çalışıyor
A.8	28	1(4,5 aylık)	3,5	Lisans	5.000-6.000	Çalışıyor
A.9	32	1 (8 aylık)	3	Y. Lisans	İyi	Çalışıyor
A.10	37	2( 3 - 9 )	10	Lise	İyi	Çalışıyor
A.11	35	1 (2,5 - 3)	6 Y	Üniversite	İyi	Çalışıyor
A.12	32	2( 4 yaş - 4 aylık hamile)	5	Doktora	İyi	Çalışıyor
A.13	34	2(1 - 7)	8,5	Y. Lisans	İyi	Çalışıyor
A.14	41	1(4,5)	5,5	Ön Lisans	Orta	Çalışmıyor
A.15	34	1(2)	3	Y. Lisans	10.000 üzerinde	Çalışıyor
A.16	28	2(2,5 - 5 ve 2,5)	7	Lise	2.000 TL	Çalışmıyor
A.17	30	1 (10 aylık)	2	Ön Lisans	Orta	Çalışıyor
A.18	25	2 (3 ve 9 aylık hamile)	4	Lisans	2.500 civarı	Çalışmıyor
A.19	34	2(2,5 - 7)	10	Lisans	5-6 bin kadar	Çalışmıyor
A.20	36	2 (2,5 - 6,5 )	9	Lisans	İyi	Çalışıyor
A.21	38	2 (1,5 - 5,5)	10	Lisans	Yüksek	Çalışıyor
A.22	27	2 (4,5 - 6,5)	8	Lise	Düşük	Çalışmıyor
A.23	29	1(10 aylık)	2,5	Lisans	Orta	Çalışıyor
A.24	28	1(1,5)	2,5	Lisans	İyi	Çalışmıyor
A.25	32	1 (2,5)	6	Lisans	3.000 civarı	Çalışmıyor
A.26	33	2 (3 yaş - 8 aylık hamile)	5	Lisans	İyi	Çalışmıyor
A.27	25	1 ( 6 aylık)	3	Lisans	İyi	Çalışmıyor
A.28	35	1 (2)	10	Lise	İyi	Çalışıyor
A.29	27	1 (1,5)	7	Lisans	İyi	Anne olduktan sonra ayrılmış
A.30	31	3 ( 2 yaşında ikizlerim ve 8 aylık hamile)	10	Doktora	İyi	Çalışmıyor
A.31	42	3 ( 3 - 5 - 7)	6	Lisans	Orta	Ücretsiz izin
A.32	37	3 ( 2 - 5 - 9)	15	Lisans	Orta	Çalışıyor
A.33	37	1 ( 3 )	4	Önlisans	3.000	Çalışmıyor
A.34	43	2(3 - 9 )	15	Lisans	Orta	Çalışıyor
A.35	37	2 (3 - 9 )	13	Doktora	10.000	Çalışıyor
A.36	25	2 (3 yaş - 6 aylık)	9	Lisans	Çalışabilsem daha iyi olabilirdi	Anne olduktan sonra ayrılmış
A.37	29	1 (2)	4	Lisans	Orta	Çalışıyor
A.38	24	1(5)	8	Lisans	Çalışabilsem daha iyi olabilirdi	Ücretsiz izin
A.39	29	2 ( 1-3 )	6	Lisans	6.000	Çalışmıyor
A.40	36	2 ( 2-8 )	15	Lisans	İyi	Ücretsiz izin
A.41	36	2 (2 - 9 )	12	Lise	Orta	Çalışmıyor
A.42	42	1 (1,5)	2	Lisans	Orta	Çalışıyor
A.43	34	2 ( 2,5 yaş - 7 aylık hamile)	7	Lisans	İyi	Çalışıyorum.
A.44	30	3 ( 1 - 4 - 6)	10	Lise	Orta	Anne olduktan sonra ayrılmış
A.45	39	1( 3 )	4	Doktora	İyi	Çalışıyor
A.46	29	2 ( 4 - 6 )	8	Lisans	İyi	Anne olduktan sonra ayrılmış
A.47	30	1 (5)	5	Y.lisans	İyi	Çalışıyor
A.48	41	1 (4 )	4	Y.lisans	İyi, ücretsiz izin almak durumunda kalmasam daha iyi olabilirdi.	Ücretsiz izin
A.49	23	2 (3 - 8 )	10	Lisans	Orta	Çalışmıyor
A.50	29	2 ( 1 - 5 )	5	Lisans	İyi, ücretsiz izin almak durumunda kalmasam daha iyi olabilirdi.	Ücretsiz izin

## EK 4- ÖRNEK GÖRÜŞME

Yaş: 32

Kaç çocuk sahibi: 1 ( 4 yaşında ) 4 aylık hamile

Kaç yıllık evli: 5

Eğitim düzeyi: Doktora

Gelir düzeyi: İsteddiğimiz her şeyi alıyoruz.

### ANNELİK DENEYİMİ

TEMALAR;

Annelik deneyimi

İdeal Anne

Annelik türleri

Annelik rolü ve statüsü

TEMALARA İLİŞKİN SORULAR;

**Anne olduktan sonraki deneyimlerinize anne olmadan önceki beklentileriniz arasındaki ilişkiden söz eder misiniz?**

Ben beklentilerim ve gerçek arasında çok kaldım. Anneliğin daha kolay olduğunu düşünüyordum. Kayın validemin 4 annemin 3 çocuğu var bu insanların bu kadar çocuğu varsa sanırım kolay bir şey diye düşündüğümden oldu ama oğlumun hayatıma girmesi ile birlikte dibi gördüm diyebilirim.

**Annelik sizce zor mu yoksa kolay mı, nedenleri ile anlatabilir misiniz?**

Zor. Beni aslında zorlayan annelik ve akademik çalışmaların beraber olması yeterlilik, tez, doktora hepsi annelik ile birlikte oldu. Bunların bir arada olması zorlaştırdı zaten oğlum zordu. Sürekli ağlayan, gazlı ve emmeyen bir bebeğim vardı. Bir de ailelerimizle aynı şehirde yaşıyoruz her gün evde bir insan vardı, kalabalık içindeydim hep. BU da daha hissetmemi sağlamış olabilir.

**Anneliğin kadın açısından nasıl bir deneyim olduğunu düşünüyorsunuz?**

**(Özgürleştirici, baskılayıcı, sınırlayıcı, zorlayıcı, kutsallaştırıcı vs.)**

Kutsallaştırıcısı kesinlikle var sınırlama çok çok fazla. Enerjini tavan yapan ve nasıl bu böyle oldu diye birçok süreci kendine sorduğun bir süreç. Mesela ben uykusuzluğa asla dayanmam derken günlerce uykusuz gezdiğim zamanlar oldu. Özgürlüğü kısıtlayıcı bir tarafı da kesinlikle var. Kuaföre gitmek bile büyük lüks oluyor.

**Sizce ideal anne nasıl olmalı?( Çalışan/çalışmayan, titiz, her şeyi evde üreten vs.)**

Bence son zamanlarda herkesin gözüne batırılan bir anne tipi bunun da sosyal medyadan sunulan örneklerle böyle olduğunu düşünüyorum. Atıyorum herkes bir tabak hazırlıyor paylaşıyor, ki bunu ben de zamanında yaptım. Amaç belki ben ideal ve iyi anneyim imajını vermeye çalışmak değil ama iş oraya gidiyor. Ya da takip edilen sayfalar o anne bu anne derken hepsinde bir ideal anne motifi var. İdeal anne bu açıdan bakınca bu paylaşımlarla şekilleniyor. Sürekli çocuğu ile vakit geçiren, sürekli sabırlı, her şeyini evde yapan, sağlıklı besleyen, o evde hiç kötü bir şey olmuyor. Ben gerçek mi merak ediyorum. Yapabiliyorlarsa helal olsun ama ben ütopik olduğunu düşünüyorum. 2 gün normalsen 3 gün çılgınsın. Herkes bence sosyal medya aracılığı ile yalandan ideal anne olmaya çalışıyor. Günümüzde özellikle sosyal medyanın çok çok etkili olduğunu düşünüyorum. Annelerle ilgili ideal anne konusunda bir şey yaşamadım çünkü onlar beni hep ideal anne gördüler özellikle büyüklerim, çünkü onlara göre eğitimliyim, okuyorum zaten idealim Fakat kendi yaş grubuyla bu tarz şeyler yaşadım. Onların paylaştıkları resimleri baz alarak kendini sorguluyorsun bir baskı yaratıyor

**İdeal anne yapılanmasında etkili olan unsurlar sizce nelerdir? ( Toplum, sosyal medya, diğer anneler, gelenekler vs.)**

Özellikle sosyal medya çok etkili ve baskın. Dolaylı olarak diğer anneler çünkü o annelerin sosyal medyadaki paylaşımları beni çok etkiliyor. Dolayısıyla toplumda böyle şekilleniyor bu anlamda gelenekler son sıralarda olabilir.

**Anneliğin toplum içinde nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?**

Kesinlikle bir kategorizasyon var zaten evlendikten sonrada sorulan ilk soru bu değil mi? Ne zaman çocuk yapıyorsunuz diyorlar çünkü onlara göre yarımısın ama bence evlilikte çocuk şart değil, çünkü evlilikte sınıyor. Anneliğin yoğun bir gruplandırılan yapısı var, bir sürü annelik türleri çıktı ortaya. Yalancı anne, sosyal medyacı anne, blogger anne, gezgin anne çocuğunu ülke ülke gezdiriyor oh, becerikli anne, sabırlı anne. Ama daha çok kategori var. Günümüzde fazlasıyla gruplanıyor.

**ANNELİK VE TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI**

**TEMALAR;**

Hamilelikte tüketim

Annelikte tüketim (toplum baskısı vb)

Annelikte tüketim alışkanlıklarının değişimi

Medya, annelik ve tüketim

**TEMALARA İLİŞKİN SORULAR;**



**Hamilelik sürecinizi de düşündüğünüzde anneliğiniz tüketim ilişkisinde söz eder misiniz?**

Tüketim hem arttı hem değişti hem de kendime şaşıracağım kadar farklılaştı.

**Eğer tüketiminizin farklılaştığını düşünüyorsanız sizce bunun nedenleri nedir?( Sosyal baskı, piyasa baskısı, alternatif çokluğu, ideal anne çocuğuna her şeyi sunmalı algısı, mevcut koşulların sahte ihtiyaçlar yaratması vs.)**

Ben mesela daha önce çocuğa ve çocuk alışveriş sitelerine ilişkin hiçbir şey bilmezken artık her gün en az bir site gezip bir küçük şey de alır oldum. Arttırdı yani. Kesinlikle sosyal medya ve sosyal baskı var. BU da bence insanların her şeyi paylaşıp diğerlerinin gözüne sokması ile alakalı. Mesela anne çocuğu ile ilgili bir şey paylaşıyor ama sen fonda o çocuğu odasını da görüyorsun ve aaa bak şusu var busu var ne güzel diyerek bir alışveriş furçasına giriyorsun. Bir de günümüzde ideal biraz çocuğuna her şeyin en iyisini, en yenisini, en modasını sunar veya sunmalı diye bir algı da var. On bal bunu derken ipin ucu kaçıyor. Anneler aldığı insanların gözüne sokmaya başladı, paylaşımlar artınca haberdarlıkta arttı diğer anneler de almaya başladı. Atıyorum bir oyuncak haberim yokken, diğer paylaşımları gördükten sonra ay bu güzel bir şeymiş diyerek aldığım çok oldu mesela.

**Annelik ve tüketim arasında nasıl bir ilişki olduğunu düşünüyorsunuz?**

Anne olunca otomatikman tüketim de artıyor işte, dış etkenler çok etkili ama anneler içsel olarak da çocuklarına hep en iyi imkanı sunmak istedikleri için kendilerini bu furyanın içinde buluveriyorlar. Örneğin ilk çocuğumda deldiler gibi aldım diyebilirim şöyle sallanan varmış onu da alayım, yıldızlısını da alayım, oyun halısının bir de üçgeni varmış onu da alayım. Sonra bir bakıyorsun ki çocuk çamaşır sepeti ile daha mutlu olabiliyor. İkinci anneliğim tüketim alışkanlıklarımı azalttı ve rasyonelleştirdi. Mesela ilk çocuğuma dört aylık hamileyken her şeyi hazırda kıyafetleri, dinleyeceği müzikleri, kitaplarına kadar ama şimdiki ortada inan çöp yok. Hiçbir şey almadım. İkincide gördük işte bu ihtiyacı değil diyorsun, birçok şey boşunaymış gibi geliyor.

**Anne olunca hangi tüketim alışkanlıklarınız değişti? (Yemek, giyim, sosyalleşme, kültür(kitap tarzları) vs.)**

Ben anne olmadan hep kendime kıyafet, ayakkabı çanta vs. alıyordum şimdi tamamen o oldu, kendim için aklıma bile gelmiyor tüm öncelik oğlum bu hem değişim hem dönüşüm aslında.

**Hamilelik sürecinizi de düşündüğünüzde tüketim alışkanlıklarınız üzerinde sosyal ve toplumsal baskı hissettiniz mi?(Hamilesin ya da annesin onu yeme bunu ye, şunu giyme, buralara gitme vs.)**

Yaşamadım. Zararlı alışkanlıklarım da yoktu çünkü sigara, alkol falan kullansaydım olurdu. Demek ki normal yaşıyordum. Ama daha az hareket et, zıplama, daha az araba kullan dediler.

**Sosyal medya da karşılaştığınız diğer annelerin öneri ve paylaşımları tüketim kararınızı etkiler mi?**

Kesinlikle çok etkiliyordu şimdi özellikle kitap konusunda çok etkiliyor deneyimleyen annelerden duyduklarım mesela. Kitap konusunda çok faydalı bence. Ama diğer şeyleri anneliğimin ilk döneminde umursadığım kadar çok umursamıyorum.

### **ANNELİK VE KUTLAMA ARMAĞANLAŞMA PRATİKLERİ**

#### **TEMALAR;**

Annelik kutlamaları

Annelik ve armağanlaşma

Annelikle ilgili armağanlaşmaya yaklaşım

Annelikle ilgili geleneksel ve modern armağanlaşma pratikleri

#### **TEMALARA İLİŞKİN SORULAR;**

**Anne olmadan önce anneliğe ve çocuğa ilişkin kutlama ve armağanlaşma pratiklerinden haberdar mıydınız?**

Ben onlardan kusacağım artık, gerçekten böyle hissediyorum. Anne olmadan hiç ilgim çekmezdi fotoğrafını görsem o ne diye bakardım. Şimdi, ikinci hamileliğimde yine o aşamaya geldim ikinci çocuğumda. Ama ilk çocuğumda müthiş ilgi duydum ilk etapta paylaşımlara çok dikkat ediyordum mesela masanın üstünde ne var, ne yazılmış, ne yapılmış gibi şeyleri çok inceledim kendimde yaptım ama şimdi ikinci çocuğumda çok saçmalık gibi geliyor.

**Anne olacağınızı öğrendikten ya da anne olduktan sonra herhangi bir kutlama gerçekleştirdiniz mi?(Babyshower, loğusa mevlüdü, diş buğdayı ya da hamamı, ilk yaş vs.)**

Babyshower yapmadım çünkü öyle bir sosyal çevrem yok, yani ilk hamileliğimin kafasıyla düşünüyorum şu anda eğer sosyal çevrem buna uygun olsaydı yapardım herhalde. Herhalde diyorum çünkü bizim kültürümüze ait de değil aslında. Günümüzdeki daha çok tüketim amaçlı ve hediyeleşmenin ön planda olduğu bir şey, çok eski Türklerde anneye moral olsun diye böyle bir şeyler yapılırmış. Ama bizim şu an karşı karşıya olduğumuz tüketim

toplumunun yarattığı bir şey Amerika da bu organizasyonlara katıldım ama annenin haberi olmadan sürpriz gibi düzenlenirdi orada. Benim burada yapacak arkadaşlarım olmadı çünkü öyle bir kültürümüz yok. Hastane odamı kendim süsledim, Böyle çok kalabalık bir mevlüt yapmadım. Diş buğdayı da yapmadım ama ilk yaşımı ve sonraki her yaşımı yaptım. Hele ilk yaşı tüm kutlamalar içinde en şaşalı olanıydı diyebilirim.

**Hamilelik sürecinizde ya da doğum gerçekleştirdikten sonra herhangi armağan hazırlayıp armağan aldınız mı?**

Doğduğunda çikolata verdik. Loğusa ziyareti için gelenlere de çikolata verdim. Diş buğdayı yapmadık. İlk yaşı baya büyük bir organizasyon oldu. Çocuk grubu için bile hediyeler hazırladım. Bir konsept belirledim arabalı falan, her şey ona uygun oldu. Ayrı bir yer tuttum, Böyle kına kıvamında bir cemiyet oldu büyükler içinde magnet hazırladım. İlk çocuğumda çok deneyimsizdik ve ne görüyorsak onu yaptık ve bu bizi mutlu etmedi sonra eşimle 2-3-4. Doğum günlerindeki her şeyi biz yaptık. Bazen geceler sürüyor, ilkinde her şeyi hazır yaptık. Sonrakilerde gelen arkadaşlara çam ağacı hediye ettik sonra hep beraber onları diktik.

**Günümüzde bu doğrultuda gerçekleşen pratiklere bakışınız nedir? Sizce gerekli mi?**

Bence bunu artık önüne geçilmesi lazım, ben şahsen çok sıkıldım, evimin her yeri böyle saçma sapan şeylerle dolu. Atayım diyorum atamıyorum ama hoşlanmıyorum da. Mesela bu ay iki sünnet vardı bizim sitesi biri 3 ayrı her şeye verdi, Nazar boncuğu, çocuk fotoğrafı verdi ben ne yapayım onun fotoğrafını. Kendime yapar mıydım? Yapmazdım ama dil olmam lazım diye düşünüyorum. Çok yakınlarıma hatıra kalsın isterim ama bunu bir şölene dönüştürüp abartmam.

Bence insanların çoğu bunu isteyerek yapmıyor. Diğerleri yapıyor diye yapıyorlar. Gösteriş amacı var bir kere. Armağanların şekli bile kişinin maddi durumu hakkında bilgi veriyor. Her şey çok paket program ve hazır ulaşılabilir olması çok etkili. Mesela kişiler bunları hazırlarken bir açıdan kendi zevkleri güveniyorlar ve başkalarının da bunu görmesini, zevkli olduğunu bilmesini istiyorlar.

**Bu pratiklerin anneler üzerinde bir baskı yarattığını düşünüyor musunuz?**

Böyle bir baskı var bence bir kere herkes yapmak zorunda hissediyor kendini yapmayınca sanki eksik hissediyor insanlar.

### **Sizce bu pratikler anneleri kategorize ediyor mu?**

Tabi tabi yapanlar daha zengin bir kere daha moda düşkünü, daha estetik sahibi ama daha çok ekonomik seviyeyi gösterme amaçlı. Bir kategorizasyon var her şeyi düşünen anne bunu da düşünmüş oluyor işte.

### **Sizce bu pratikleri geleneksel ritüellerden ayıran nedir?**

Günümüzde annelere ekstra bir ekonomik külfet var. Eskiden börek, çörek verince tamam. Bana eskiler çok mantıklı geliyor. Mesela ben çocuğumda bu tarz şeyleri yapıp bunlarla uğraşırken anneler bunlarla uğraşacağına bir pide yaptırırım ya da bir küçük altın al kenara koy diyorlardı. O zaman içten içe kızıyordum ama şu anda çok ama çok mantıklı geliyor. Ben onları haklı buluyorum. Şu anda her şeyin çok meydan da ve çok ulaşılabilir olması ile ilgili bir de herkesin yaptıklarını diğer annelerin gözüne sokması çok etkili bence bunlar oldukça diğer anneler de yapma çabasına giriyor işte. Yapmazsam geri mi kalırım, ileride pişman olur muyum ya da benim çocuğum aynı şekilde anne neden yapmadın der mi falan gibi birçok şey düşünüyorlar dolayısıyla hiç özgür değiller bu konu aleni bir baskı var. Ben oğlumda fotoğrafçısı, kuaförü gibi ayrı bir doğuma hazırlık süreci yaşadık. Şimdi içimden bunları yapmak gelmiyor zaten boş geliyor. Yapmak istemiyorum ama yapmak zorunda hissediyorum. Diğerleri benim niye yok demesin diye yapacağım yoksa o anki mutluluk hepsine bedel ama diğer tarafta bunu yapmasam olmaz diyorsun. İkinci çocukta adil anne olmak için yapıyorsun. Yoksa ikinci çocukta bu tarz şeylerde çok uslanmış oluyorsun.

## ÖZGEÇMİŞ

<b>Adı ve SOYADI</b>	Berre ALTAŞ
<b>EĞİTİM DURUMU</b>	
<b>Mezun Olduğu Lise</b>	Adile Mermerci Anadolu Lisesi, 2002
<b>Lisans Diploması</b>	İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, 2006
<b>Yandal Diploması</b>	İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, 2006
<b>Yüksek Lisans Diploması</b>	Sakarya Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, 2012
<b>Tez Konusu</b>	Kentleşme Sürecinde Üniversitenin Rolü: Amasya İli Örneği
<b>Yabancı Dil</b>	İngilizce
<b>İŞ DENEYİMİ</b>	
<b>Çalıştığı Kurumlar</b>	2007-2008 White & Case Europe Danışmanlık Hizmetleri Avukatlık Ortaklığı, Enformasyon Uzmanı 2008-2009 Amasya Ticaret ve Sanayi Odası, Genel Sekreter Yardımcısı 2009-2017 Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Öğretim Görevlisi 2017 - Devam Ediyor Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Öğretim Görevlisi
<b>E-Posta</b>	<a href="mailto:berrealtas@akdeniz.edu.tr">berrealtas@akdeniz.edu.tr</a>