ADIYAMAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
ISSN: 1308–9196 / e-ISSN:1308-7363

Yıl: 18 Aile Yılı Özel Sayısı Ekim 2025

Yayın Geliş Tarihi: 20.07.2025 Yayına Kabul Tarihi: 24.10.2025

DOI Numarası: https://doi.org/10.14520/adyusbd.1746989
Makale Türü: Araştırma Makalesi/Research Article
Atıf/Citation: Akgül, T. E. (2025). Algoritmik Ebeveynlik: Keşfet İçerikleri ve Dijital İçerik Üreticilerinin Annelik Pratiklerine Etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Aile Yılı Özel Sayısı*, 720-754.

ALGORİTMİK EBEVEYNLİK: KEŞFET İÇERİKLERİ VE DİJİTAL İÇERİK ÜRETİCİLERİNİN ANNELİK PRATİKLERİNE ETKİSİ*

Tuğçe Esin AKGÜL*

Öz

Algoritmaların gündelik kararlara yön verdiği bir çağda ebeveynlik aile içinde deneyimlenen bir süreç olmanın ötesinde sosyal medya platformlarında görünürlük kazanan, kültürel olarak kurgulanan ve duygusal olarak denetlenen bir kimlik performansına dönüşmektedir. Bu çalışma, sosyal medya platformlarında görünürlük kazanan dijital içerik üreticilerinin ve keşfet sekmesi üzerinden karşılaşılan içeriklerin annelik kimliğinin yeniden inşasında nasıl etkili olduğunu "algoritmik ebeveynlik" kavramı çerçevesinde analiz etmektedir. Nitel araştırma yöntemine dayanan çalışmada, sosyal medyada aktif içerik tüketen annelerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler tematik analizle değerlendirilmiştir. Bulgular, keşfet sekmesinde karşılaşılan viral öneriler ve gelişimsel tavsiyelerin ebeveynlik pratiklerinde normatif yönlendirme işlevi gördüğünü ortaya çıkarmıştır. Tematik analiz dijital içerik üreticilerinin bilgi sağlayıcı aktörler olmalarının yanı sıra duygusal rehberlik sunan, toplumsal normlar üreten ve annelik performansını şekillendiren kültürel aktörler olarak konumlandığını göstermektedir. Katılımcılar bu içeriklerle hem duygusal bağ kurmakta hem de kıyaslama, yetersizlik hissi ve toplumsal beklenti baskısı gibi psikososyal yükler taşımaktadır. Elde

* Bu çalışma için Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulu'ndan 07/06/2025 tarih ve 31551 sayılı ile etik kurul izni alınmıştır.

* Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Osmaniye Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, tesinakgul@osmaniye.edu.tr , Osmaniye/Türkiye.

edilen veriler, dijital ebeveynliğin bireysel pratiğin ötesinde kültürel, duygusal ve algoritmik sistemlerle örülü çok katmanlı bir deneyim alanı olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal medya ve çocuk, Algoritmik ebeveynlik, Dijital ebeveynlik, Dijital içerik üreticileri, Tematik analiz.*

ALGORITHMIC PARENTING: THE IMPACT OF EXPLORE CONTENT AND DIGITAL CONTENT CREATORS ON MOTHERHOOD PRACTICES

Abstract

In an era where algorithms guide everyday decisions, parenting has evolved beyond being a process experienced within the family to become an identity performance that gains visibility on social media platforms, is culturally constructed, and is emotionally regulated. This study analyzes how digital content creators who gain visibility on social media and content encountered through the "explore" tab influence the reconstruction of motherhood identity within the framework of the concept of "algorithmic parenting." Based on a qualitative research design, the study evaluates semi-structured interviews conducted with mothers who actively consume content on social media through thematic analysis. The findings reveal that viral suggestions and developmental advice encountered in the explore tab function as normative guidance in parenting practices. The thematic analysis demonstrates that digital content creators are positioned not only as information providers but also as emotional guides, producers of social norms, and cultural actors shaping the performance of motherhood. Participants form emotional bonds with this content while simultaneously experiencing psychosocial burdens such as comparison, feelings of inadequacy, and pressure from social expectations. The data obtained indicate that digital parenting is a multilayered field of experience embedded in cultural, emotional, and algorithmic systems, extending beyond individual practice.

Keywords: *Social media and children, Algorithmic parenting, Digital parenting, Digital content producers, Thematic analysis.*

1. GİRİŞ

Toplumsal dönüşümlerin hız kazandığı dijital çağda ebeveynlik özellikle de annelik deneyimi bireysel bir pratik olmaktan uzaklaşarak dijital platformların belirlediği bilgi ve normlar doğrultusunda etkileşim biçimleriyle yeniden şekillenmektedir. Sosyal medyada görünürlük kazanan dijital içerik üreticileri günümüz ebeveynlik kültürünün hem bilgi sağlayıcısı hem de norm belirleyicisi haline gelmiştir (Aktan ve Kayış, 2018: 52; Aka, 2025: 196). Sunmuş oldukları içeriklerle kendilerini deneyim aktarımı, uzmanlık bilgisi ve duygusal rehberlik arasında konumlandırarak kullanıcılarla çok katmanlı ilişkiler kurmaktadırlar.

Annelik, tarihsel ve kültürel bağlamlarda sürekli olarak yeniden tanımlanan toplumsal bir kimlik olarak açıklanabilir (Sarıtaş ve Bozkurt, 2020: 40; Aktaş ve Özden, 2020: 96). Geleneksel toplum yapısında annelik bilgisi çoğunlukla akrabalık ilişkileri ve yüz yüze aktarımlarla biçimlenirken günümüzde bu süreç dijital platformlara taşınarak sosyal medya annelik bilgisi üretimi ve paylaşımı için başat bir mecra haline gelmiştir (Gürçayır Teke, 2014: 35; Aktaş, 2019: 259-260). Instagram'ın öne çıktığı bu süreçte anneler, gündelik yaşantılarına dair deneyimlerini görünür kılarak hem bireysel düzeyde rehberlik sunmakta hem de annelik anlayışının kültürel dönüşümüne katkı sağlayan birer aktöre dönüşmektedir.

Dijital içerik üreticilerinin etkisi yalnızca içerik üretimiyle sınırlı kalmamakla birlikte algoritmalar tarafından desteklenen keşfet sistemleriyle kullanıcıların karşısına çıkan içerikler ebeveynlik kararlarını yönlendiren ve normatif çerçeveleri yeniden kuran bir yapıya dönüşmektedir. Das (2023, 2024) çalışmalarında ebeveynlerin sosyal medya algoritmalarına dair bilgi ve farkındalık düzeylerinin, çocuk yetiştirme sürecindeki tercihlerine doğrudan yansıdığını ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda algoritmik yönlendirme ebeveynlik kararlarının bireysel sezgilerin

ötesinde dijital platformların sunduğu içerikler ve öneri sistemleriyle şekillendiği bir yapıyı gündeme getirmektedir. Sosyal medya bir yandan annelik temsillerini görünür kılmakta diğer yandan bu temsiller üzerinden "iyi anne" ve "bilinçli ebeveyn" gibi kültürel mitleri dolaşıma bırakarak annelik rollerini standardize etmektedir (Timurturkan, 2019: 318). Bu durum hem içerik üreticilerini hem de takipçileri için yoğun bir kıyaslama ve yetersizlik duygusunu tetiklemektedir (Gürçayır Teke, 2014: 46).

Bu çalışma, dijital platformların keşfet içerikleri ve dijital içerik üreticileri aracılığıyla ebeveynlik pratiklerini nasıl dönüştürdüğünü anlamayı amaçlamaktadır. Sosyal medya içerikleri ve algoritmik öneri sistemlerinin özellikle annelerin çocuk yetiştirme süreçlerinde verdikleri kararlara nasıl yön verdiği, dijital içerik üreticilerinin bilgi kaynağı, deneyim aktarıcısı ve duygusal rehber olarak üstlendikleri çoklu roller araştırmanın odak noktalarını oluşturmaktadır. "Algoritmik ebeveynlik" kavramsal çerçevesiyle şekillenen çalışma, sosyal medyada aktif biçimde içerik tüketen annelerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelere dayanmaktadır. Katılımcıların keşfet sekmesini kullanım pratikleri, dijital içerik üreticileriyle kurdukları ilişkiler, içerikleri nasıl yorumladıkları, güven, otorite ve etkililik algılarını nasıl oluşturdukları derinlemesine incelenmektedir. Bu bağlamda araştırma uzman temelli bilgi ile deneyim aktarımının iç içe geçtiği dijital ortamlarda annelerin bilgi kaynağını nasıl değerlendirdiğini ve ebeveynlik uygulamalarına nasıl uyumlaştırdığını analiz etmektedir.

Annelik gibi yoğun toplumsal beklentilerle çevrelenmiş bir kimliğin sosyal medya aracılığıyla nasıl yeniden inşa edildiği çalışmanın önemli bir yönünü oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışma, ebeveynlik deneyimini bireysel bir pratiğin ötesinde dijital platformların algoritmik yapıları, kültürel beklentileri ve

etkileşim ağlarıyla şekillenen çok katmanlı bir toplumsal süreç olarak ele almaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Dijital Çağda Ebeveynliğin Yeniden Biçimlenişi: Bilginin, Rollerin ve Normların Dönüşümü

Kadınların çalışma yaşamına artan oranlarda katılımı, dijital ağlar aracılığıyla bilgiye erişim olanaklarının genişlemesi, çocuk bakımına yönelik kurumsal hizmetlerin çeşitlenmesi ve kentleşme süreciyle birlikte aile içi rollerin yeniden yapılandırılması annelik kimliğinin kuşaklar arasında dönüşmesine neden olmuştur (Aktaş ve Özden, 2020: 96). Annelik, tarihsel ve kültürel olarak farklı şekillerde deneyimlenmiş ve tanımlanmış bir toplumsal kimliktir. Tıbbi bağlamda annelik daha çok biyolojik ve fizyolojik süreçlerle tanımlanırken; psikolojik ve sosyolojik yaklaşımlar bu olguyu içsel deneyimler ve toplumsal roller bağlamında değerlendirmektedir. Sosyolojinin alt alanlarından biri olan aile sosyolojisinde annelik toplumsal yapıların kültürel değerlerin ve modernleşme süreçlerinin etkisiyle sürekli olarak yeniden şekillenen bir pratik olarak ele alınmaktadır (Aktaş, 2019: 256).

Bora'nın (1998) çalışması bu dönüşümü kuşaklar arası bir düzlemde değerlendirerek, üst kuşak kadınların annelik kimliğini daha çok aile temelli tanımladığını, genç kuşağın ise kimliğini öz benlik üzerinden inşa ettiğini ortaya koymuştur. Söz konusu değişim bilgi kaynaklarının dönüşmesiyle de yakından ilişkilidir. Geleneksel toplum yapısında annelik bilgisi, annenin kendi annesi, kayınvalidesi ya da deneyim sahibi komşuları gibi bireyler aracılığıyla yüz yüze aktarılan pratik bilgilere dayanırken, dijitalleşmeyle birlikte bilgi kaynakları dijital içerik üreticilerine, bloglara ve sosyal medya platformlarına kaymıştır (Aktan ve Kayış, 2018: 52).

Timurturkan'a (2019: 318) göre günümüzde sosyal medya, teknoloji ve tüketime dayalı hizmetlerin etkisiyle annelik yalnızca bakım verme eylemi olmaktan çıkmış çeşitli sosyal rollerin, uzmanlık alanlarının ve toplumsal beklentilerin kesişiminde yeniden tanımlanan çok katmanlı bir kimlik haline gelmiştir. Sosyal medya bu noktada annelikle ilgili normları daha görünür kılarak kalıplara uygun davranmaya teşvik etmektedir. Kadınlara hamilelik süreci itibariyle nasıl beslenmeleri, nereden alışveriş yapabilecekleri, kilo kontrolünü nasıl sağlayabilecekleri gibi konularda sayısız öneri sunulmakta ve bu öneriler sıklıkla "en iyi yöntem" olarak çerçevelenmektedir. Aktaş (2019: 253) bu içeriklerin kimi kadınlarda anneliğe yönelik olumlu ve istekli bir tutum gelişmesini sağlarken kimi kadınlarda ise anneliğe mesafeli durmalarına ya da bu rolü reddetmelerine neden olabileceğini belirtmektedir.

Sosyal medya kullanıcıları, ebeveynlik becerilerini görünür kılmak ve toplumsal takdir kazanmak amacıyla çocuklarına dair içerikleri de yoğun biçimde paylaşmaktadır. Erişir ve Erişir (2018: 54), bu tür paylaşımların zamanla çocukların ebeveynin kişisel tatmin aracına dönüştüğü bir görünürlük stratejisine evrildiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda Choi ve Lewallen (2018), özellikle Instagram'da çocuklara dair içeriklerin artışını ebeveynlerin dijital temsilleri aracılığıyla kendilerini ifade etme biçimi olarak değerlendirmektedir. Bu noktada, Instagram yapısı itibarıyla bir yaşam yazını üretme işlevi görmekte estetik, normatif ve duygusal öğelerle şekillenen bir "görünür ebeveynlik" kültürüne zemin hazırlamaktadır. Friedman (2018: 169), Instagram'ın dijital bir anı defteri gibi işlediğini, burada sergilenen ebeveynlik temsillerinin ise çoğunlukla idealize edilmiş ve bağlamdan koparılmış olduğunu belirtmektedir. Bu görsel kültür ise ebeveynliğe dair beklentilerin standardize edilmesine ve normatif çerçevelerin yeniden üretilmesine katkı sunmaktadır.

2.2. Sosyal Medyada Sunulan Annelik Temsillerinde Dijital İçerik Üreticilerinin Rolü

Dijitalleşmenin toplumsal pratikleri dönüştürdüğü çağda ebeveynlik özellikle de annelik deneyimi yeni medya mecralarında yeniden şekillenmektedir. Dijital dönüşüm süreci içerisinde anneliğe dair içerik paylaşımı yapan ve çeşitli adlandırmalarla anılan dijital içerik üreticileri ortaya çıkmıştır. Söz konusu ortamda anneliğin hem bireysel hem de kültürel düzeyde yeniden yapılandırılmasında önemli aktörler haline gelen dijital içerik üreticileri deneyimlerini paylaşan kullanıcılar olmanın ötesinde sosyal medya ortamında annelik normlarının belirleyicisi, bir uzmanlık derecesine sahipse bu bilgileri aktaran ve duygusal rehberlik sağlamaya eğilimli etki sahipleri konumuna erişmiştir. Bu platformda anneliğe dair paylaşımlar "iyi ebeveynlik" göstergeleriyle çerçevelenerek bağlamdan koparılmış, idealize edilmiş aile temsilleri sunmaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri temelli ebeveynlik bilgisine başvurma sürecinin blogların aktif olarak kullanılmaya başladığı zamanlarda başladığı ifade edilebilir. Gürçayır Teke (2014: 46) bloglar sayesinde annelik bilgisinin geleneksel ve kişisel anlatılardan uzaklaşarak bilimsel bilgiye dayalı, daha tarafsız ve anonimleşmiş bir yapıya kavuştuğunu belirtmektedir. Aktan ve Kayış (2018: 52) ise yeni nesil annelerin gebelik ve doğuma hazırlık süreçlerinde blog yazarlarının içeriklerinden önemli ölçüde faydalandığını, doğum yöntemlerinden çocukla duygusal bağ kurmaya kadar birçok kararda bu içerik üreticilerinin yönlendirici olduğunu ifade etmektedir.

Sosyal medya kültüründe hamilelikten bebek bakımına kadar geniş bir yelpazede bilgi ve deneyim sunarak takipçileri üzerinde yönlendirici rol oynayan dijital içerik üreticileri bu bağlamda ön plana çıkmaktadır (Aka, 2025: 196). Uzmanlık bilgisi daha ulaşılabilir hale gelirken alt uzmanlık alanlarının oluşmasıyla birlikte bilgi

hiyerarşileri kurulmakta ve annelik yeni normatif çerçevelerle yeniden tanımlanmaktadır. "En doğru" ya da "en iyi" olarak sunulan bakım pratikleri ve pedagojik yaklaşımlar, anneliği deneyim temelli bir pratikten çok uzmanlaşmaya dayalı, kurallarla çevrili bir alan haline getirmektedir (Timurturkan, 2019: 330-331).

Bu süreçte dijital içerik üreticileri deneyim ve bilgi aktarmanın yanı sıra duygusal rehberlik sunan kişiler olarak da işlev gördükleri dikkat çekmektedir. Özellikle annelik süreci gibi yoğun duygusal deneyimler barındıran dönemlerde benzer deneyimlerin paylaşıldığı dijital içerikler yalnızlık temasını kırmaya yönelik ve dayanışma kurucu bir etki yaratabilmektedir. Bu noktada Lupton vd., (2016: 730), ebeveynlerin sosyal medya platformlarını sosyal ve duygusal destek aracı olarak da kullandıklarını ortaya çıkarmıştır. Duggan ve Lenhart (2015) ise sosyal medyanın anneler tarafından babalara kıyasla sosyal ve duygusal destek amacıyla daha sık kullanıldığıyla birlikte ebeveynlik kaynağı olarak daha çok başvurulduğu sonucuna ulaşmıştır.

Livingstone ve Sefton-Green (2024) göre, platformların algoritmik yapıları hangi içeriklerin görünür olacağına ve hangi ebeveynlik normlarının öne çıkacağına karar vererek ebeveynliğe dair toplumsal değerleri yeniden üretmektedir. Bu bağlamda dijital ebeveynlik bireysel tercihlerle açıklanmaktan uzaklaşarak platform ekonomisi, algoritmik yönlendirme ve kültürel norm üretimiyle şekillenen çok katmanlı bir süreç halini almıştır.

2.3. Algoritmik Yönlendirme Ekseninde Şekillenen Ebeveyn Kararları ve Kültürel Dönüşüm

Dijital çağ bilgiye erişim biçimlerini dönüştürmekle birlikte bilgiyi kimlerin ürettiği, neyin doğru kabul edildiği ve bireylerin bu bilgilere nasıl maruz bırakıldığına ilişkin yeni bir otorite rejimi kurmuştur. Bu rejimin merkezinde ise algoritmaların

görünmez yönlendirme gücüyle şekillenen platform yapıları yer almaktadır. Özellikle ebeveynlik gibi tarihsel olarak mahrem, deneyim temelli ve kültürel kodlarla çevrili alanlar dijitalleşmenin norm üreten yapılarıyla yeniden tanımlanmaktadır. Karar alma süreçleri algoritmik tercihlerle iç içe geçmektedir. Bu dönüşümle birlikte ebeveynlik yalnızca içgüdüsel ya da geleneksel bilgiyle yön bulmaya dayalı bir alan olmaktan çıkarak görünmeyen algoritmik dinamiklerin belirlediği, yönlendirdiği ve zamanla standartlaştırdığı bir deneyim haline dönüşmektedir. Özellikle Facebook ve Instagram gibi mecralar yüksek hacimli veri işlemeyi kullanıcı etkileşimiyle birleştirerek algoritmalar aracılığıyla işleyen yeni bir marka kültürü yaratmıştır (Carah ve Angus, 2018).

Dijital medya ortamının çocukluk deneyimlerini de şekillendirmeye başladığı görülmektedir. Willson'a (2019: 620) göre çocuklar artık algoritmik yapılar aracılığıyla biçimlenen "dijital çocukluk" içerisinde büyümektedir. Bu yapılar, çocuğun gelişimsel başarısını ölçen, potansiyelini yöneten ve "ideal çocuk" normlarını belirleyen araçlara dönüşmüştür. Laczi ve Pozer'e (2025: 157) göre ebeveynlerin bu algoritmik yönlendirmeleri dengeleyebilmesi için ekran süresi yönetimi, içerik filtreleme ve çocukla açık iletişim kurma gibi stratejilere başvurmaları gerekmektedir.

Algoritmik ebeveynlik Haber ve Shabar'a (2021: 38-39) göre özünde ebeveynlerin çocuklarının çevrimiçi etkinliklerini yapay zekâ destekli sistemlerle izleme ve yönetme pratiklerini ifade etmektedir. Algoritmaların sadece teknik değerlendirilmesinin yanı sıra kültürel işlevleri olduğuna dikkat çeken Gillespie (2016: 65) ise algoritmaların kültürel içeriklerin sunumunda bir tür dağıtım mekanizması yapısında içeriklere değer atfeden yönünü belirgin kılmaktadır. Günümüzde kültürel değerin ne olduğuna ilişkin ölçütler ise giderek algoritmalar aracılığıyla tanımlanmaya başlamıştır. Dolayısıyla bir içeriğin "değerli" ya da "önemli" kabul edilip edilmemesi algoritmik sistemler tarafından

belirlenmektedir. Algoritmalar her ne kadar teknik yapıları bakımından birer "kara kutu" olarak değerlendiriliyor olsalar da kamusal tartışmaların ve eleştirel sorgulamaların merkezinde yer almaktadır.

Sosyal medya uygulamalarının keşfet sekmeleri bu bağlamda ebeveynlik pratiklerini sunarak bilgiye erişim ve normatif yönlendirme açısından belirleyici bir konuma taşınmıştır. Bu çerçevede algoritmalar, kullanıcıların ilgi alanlarına hitap eden içerikleri sunmakla sınırlı kalmayarak aynı zamanda içerik tüketimini artırmak üzere dikkatlerini yönlendiren ve dijital davranışlarını biçimlendiren görünmez bir kontrol yapısı inşa etmektedir. Pariser'in (2011) "filtre balonu" kavramı bu durumu açıklayıcı niteliktedir. Sosyal medya platformlarında algoritmalar tarafından sunulan keşfet içerikleri, ebeveynleri çoğunlukla belirli türde çocuk bakım pratikleriyle karşılaştırmakta ve bu yolla bazı yaklaşımların daha görünür hale gelmesine aracılık etmektedir.

Algoritmalar kültürel yeniden üretimin yanı sıra ekonomik yapılarla da iç içedir. Srnicek'e (2016: 48) göre platform kapitalizmi, kullanıcı verilerini toplayarak bunlardan ekonomik değer yaratan bir sistemin temelini oluşturmaktadır. Sosyal medya platformları öneri sistemleri aracılığıyla ebeveynlik içeriklerini kişiselleştirerek tüketim alışkanlıklarını yönlendirirken diğer yandan ebeveynlik pratiklerini ekonomik bir nesne hâline getirmektedir. Nazarov (2020: 108) bu tür öneri sistemlerinin bireyleri ortak toplumsal kararlardan uzaklaştırarak daha bireysel ve tüketim odaklı bir yapıyı güçlendirdiğini vurgulamaktadır.

Ebeveynlerin bu sistemlere karşı eleştirel bir duruş geliştirebilmesi ise algoritmik okuryazarlıkla doğrudan ilişkilidir. Ridley ve Pawlick-Potts (2021: 2), bu kavramı bireylerin algoritmaların işleyişini anlayarak bu sistemlere körü körüne teslim olmaktan kaçınmalarını sağlayan bir yetkinlik alanı olarak tanımlamaktadır. Bununla birlikte, algoritmaların etkisini yalnızca teknik düzlemde değerlendirmek

kullanıcı deneyimlerini dışarda bırakmak anlamına gelmektedir. Bucher (2017: 32-33), bireylerin algoritmalara dair algılarını ve duygusal tepkilerini analiz ederek "algoritmik tahayyül" kavramını geliştirmiştir. Bireylerin ne olduğu, nasıl olması gerektiği ve nasıl çalıştığına dair düşünce tahminlerinin ötesinde zamanla algoritmanın kendisini biçimlendirme sürecinde üretken bir rol oynadığını öne sürmektedir.

Bu noktada Das'ın (2023) çalışması, ebeveynlerin sosyal medya algoritmalarına dair anlayışlarını ele aldığı çalışmasında ebeveynlerin algoritmalarla ilişkilerini bireysel bilgi eksikliğinden ziyade içinde bulundukları sosyal, kültürel ve ekonomik bağlamlarla şekillendiğini açıklamaktadır. Das'ın (2024) bir diğer araştırması ise algoritma okuryazarlığını farkındalık, teknik yeterlilik, eleştirel düşünme ve koruyucu savunuculuk olmak üzere dört boyutta ele alarak bu yeterliklerin ebeveynlerin yaşam koşulları ve dijital deneyimleriyle nasıl iç içe geçtiğini ortaya çıkarmaktadır.

Algoritmalarca çevrelenen ebeveynler artık yalnızca çocukları için en iyiyi arayan bireyler olmaktan ziyade dijital altyapılarla sürekli etkileşim hâlinde kararlar alan kullanıcılar haline gelmiştir. Bu dönüşüm ebeveynliğin içgüdüsel ve deneyim temelli doğasına yeni bir boyut eklemekle birlikte karar alma süreçlerini algoritmik müdahalelerle iç içe geçirmektedir. Bu çok katmanlı yapının ebeveynlik üzerindeki etkileri ise bu çalışmanın araştırma konusunu oluşturmaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma, nitel araştırma yaklaşımı temelinde yürütülmüş betimsel ve keşfedici bir çalışmadır. Çalışmada algoritmik ebeveynlik çerçevesinde sosyal medya platformlarındaki "keşfet" algoritmalarının ve dijital içerik üreticilerinin ebeveynlik temalı içerikleri kullanıcılarına nasıl sunduğu ve bu içeriklerin

ebeveynlerin çocuk yetiştirme algıları ve pratikleri üzerindeki etkilerinin nasıl deneyimlendiği incelenmiştir. Bu amaçla, annelerle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları ebeveynlik içeriklerini nasıl yorumladıkları ile bu içeriklerin çocuk yetiştirme kararlarını düşünsel ve davranışsal olarak nasıl etkilediği üzerine veriler toplanmıştır. Çalışmanın bir sınırlılığı olarak yalnızca annelerin örnekleme dahil edilmesi ebeveynlik içeriklerine ilişkin deneyimlerin derinlemesine incelenebilmesi amacıyla odaklanmış bir grup seçimi olarak temellendirilmiştir. Elde edilen veriler, tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Analiz sürecinde, Yıldırım ve Şimşek (2018)'in belirttiği nitel veri analizi aşamaları verilerin kodlanması, temaların oluşturulması ve bulguların yorumlanması izlenmiştir. Bu yaklaşım, annelerin sosyal medya içeriklerini nasıl alımladıklarını ve bu içeriklerin ebeveynlik anlayışlarını nasıl şekillendirdiğini derinlemesine ortaya çıkarmayı sağlamıştır.

3.2.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın temel amacı, sosyal medya platformlarının keşfet içerikleri ve dijital içerik üreticilerinin annelik pratikleri üzerindeki etkilerini incelemektir. Ebeveynlerin algoritmalar tarafından görünür kılınan içeriklere ve takip ettikleri dijital içerik üreticilerinin yönlendirmelerine nasıl tepki verdikleri ve bu içeriklerin bilgiye erişim biçimlerini, karar alma süreçlerini ve ebeveynlik normlarına dair algılarını nasıl şekillendirdiği analiz edilmektedir. Sosyal medyada içeriklere dayalı olarak edinilen bilginin nasıl değer kazandığı, uzmanlık algısının nasıl inşa edildiği ve ebeveynlerin geleneksel bilgi kaynakları ile dijital içerikler arasında yaşadıkları çelişkileri nasıl çözdükleri bu araştırmanın odak noktalarıdır. Bu çerçevede, araştırma şu sorulara yanıt aramaktadır:

AS1: Keşfet içerikleri, annelerin bilgi edinme süreçlerini ve ebeveynlik pratiklerini nasıl etkilemektedir?

AS2: Dijital içerik üreticileri, annelerin ebeveynlik kimliklerini ve deneyimlerini nasıl şekillendirmektedir?

AS3: Anneler sosyal medya ve geleneksel bilgi kaynakları arasındaki çelişkileri nasıl değerlendirmekte ve bu durum ebeveynlik normları ile bilgiye güven davranışını nasıl etkilemektedir?

3.3.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini sosyal medya platformlarında aktif biçimde içerik tüketen ve okul öncesi çağında çocuk sahibi olan anneler oluşturmaktadır. Araştırma amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen 20 katılımcı anneyi kapsamaktadır. Katılımcıların seçiminde yaş, meslek, eğitim düzeyi ve çocuk sayısı gibi demografik özellikler göz önünde bulundurularak çeşitlilik sağlanmıştır. Katılımcılar arasında hem birden fazla çocuğa sahip olan hem de yalnızca bebek sahibi olan annelere yer verilmiştir. Bu çeşitlilik, araştırmanın konusunu farklı perspektiflerden ele almayı mümkün kılmıştır. Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur:

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Meslek	Öğrenim Düzeyi	Sosyal Medya Kullanım Yılı	Çocuk Yaş(ları)
K1	32	Psikolog	Lisans	12	2
K2	31	Reklamcı	Lise	17	1
K3	30	El Sanatları Eğitmeni	Lisans	12	3
K4	36	Çocuk Gelişim Uzmanı	Yüksek Lisans	15	4, 12
K5	35	KOBİ Danışmanı	Yüksek Lisans	10	4
K6	28	Sosyolog	Lisans	11	8 (ay)
K7	31	Akademisyen	Doktora	16	4 (ay)
K8	33	Ekonomist	Lisans	15	5, 7
K9	32	Muhasebeci	Lisans	12	4

K10	33	Bilgisayar Mühendisi	Lisans	17	3
K11	23	Kamu Destek Personeli	Lise	5	3
K12	33	Akademisyen	Yüksek Lisans	10	2
K13	32	Ev Hanımı	Ön Lisans	15	4
K14	29	Öğretmen	Lisans	15	11 (ay), 2
K15	33	Ev hanımı	Ön Lisans	11	11 (ay), 3
K16	32	Çocuk Gelişim Uzmanı	Lisans	18	3
K17	36	Öğretmen	Lisans	17	3,11
K18	30	Ev hanımı	Lisans	17	2, 6
K19	33	Basın ve Halkla İlişkiler Sorumlusu	Lisans	16	2, 4
K20	38	Endüstri Mühendisi	Lisans	17	2, 8

3.4.Veri Toplama Araçları ve Analizi

Veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler yüz yüze ve çevrim içi platformlar (Zoom, Google Meet, FaceTime) aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 26/06/2025 – 01/07/2025 tarihleri arasında 25 ile 40 dakika aralığında sürmüştür. Katılımcılardan sözlü ve yazılı onam alınmış, görüşmeler ses kaydı alınarak yazılı metne dönüştürülmüş ve etik ilkeler doğrultusunda anonimleştirilmiştir. Elde edilen veriler, Braun ve Clarke'ın (2006) tematik analiz tekniğiyle çözümlenmiştir. Temalar doğrultusunda annelerin sosyal medya içeriklerine maruz kalma biçimleri, dijital içerik üreticileriyle etkileşimleri ve karar alma süreçleri analiz edilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Ebeveynlik Süreciyle Değişen Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

Bulgular, katılımcı annelerin sosyal medya kullanım biçimlerinin ebeveynlik sürecinde belirgin bir dönüşüm geçirdiğini ve bu sürecin dijital pratikleri yeniden yapılandırdığını ortaya çıkarmaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu anne olduktan sonra sosyal medyayı önceki gibi bir eğlence ya da boş zaman değerlendirme aracı olarak kullanmaya fırsat bulamadıklarını belirtmiştir. Annelik kimliğiyle birlikte sosyal medya daha çok bilgi edinmeye, güvenilir kaynaklara ulaşmaya ve diğer ebeveynlerin deneyimlerini incelemeye yönelik işlevsel bir alana dönüşmüştür. Bu yönelimin temelinde çocuk bakımı sürecinde ortaya çıkan belirsizlikleri aşma çabası ve bilgiye hızlı erişim ihtiyacı yer almaktadır. K12, bu dönüşümü şu sözlerle dile getirmiştir: *"Instagram benim için eğlencenin dışında gerçekten bilgi akışı sağlayabildiğim bir yer... Doktorlar, diyetisyenler, eczacılar, çocuk gelişimciler genelde bunları takip ediyorum ve onların kaynak göstererek yapmış oldukları paylaşımlar yol gösterici oluyor."* Bu noktada katılımcıların içerik tüketim sürecinde içerikleri kendi akıl süzgeçlerinden geçiren ve kıyas eden aktif kullanıcılar olarak hareket ettikleri ifade edilebilir.

Benzer şekilde K20 de sosyal medya platformlarında uzmanlığa ve deneyime dayalı bilgilere ulaşmayı öncelikli hâle getirdiğini ifade etmiştir: *"Öncelikle tecrübeli ebeveyn olmuş insanları takibe başladım. Ardından konuya göre çeşitli uzmanlık alanlarından insanları takip ettim… Erken bebeklik döneminde ebeleri, uyku düzenine, ek gıdaya yönelik bazı uzmanları takip etmiştim. Ardından oyunlara ve faaliyetlere yönelik uzmanları takip ettim. Psikologları ve çocuk gelişimcileri de çokça takip ettiğim olmuştur."* Bu ifade ebeveynlerin çocuğun gelişimsel ihtiyaçlarına göre bilim temelli uzman içerik üreticilerini aktif bir şekilde takip ettiklerini göstermektedir.

Bazı katılımcılar sosyal medyayla kurdukları ilişkinin ebeveynlikten önce hamilelik süreciyle birlikte başladığını ifade etmiş ve bu dönemin dijital kaynaklara yönelmede önemli bir eşik oluşturduğunu belirtmiştir. Katılımcılar hamilelikte karşılaştıkları belirsizlikleri gidermek, güvenilir uzmanlara ve ebeveyn topluluklarına ulaşmak için aktif biçimde dijital platformları kullandıklarını dile getirmiştir. Örneğin K19, sosyal medya kullanımının hamilelik sürecinde başladığını ve bu süreçte edindiği dijital desteğin çok boyutlu faydalar sağladığını dile getirmiştir: *"Doula'mı mesela Instagram'dan buldum, doğum öncesi bilgilendirmelerle ilgili olarak doğum dersi almıştım... eğitimleri internet üzerinden yaptık ve bana çok büyük faydası olmuştu; egzersizlerde olsun, sonrasındaki emzirme döneminde olsun."* K13 de sosyal medya kullanımının gebelik takibiyle başlayıp çocuk doğumundan sonra da devam ettiğini ve bu sürecin giderek kapsamlı hale geldiğini ifade etmiştir: *"Gebelik takibinde nelere dikkat edilmeli, neler yenilmeli derken çocuk doğumundan yenidoğan bakımına, ek gıda takibine, büyümesine kadar her şeye sosyal medyadan bakabiliyoruz, öğrenebiliyoruz."*

K10 ise içerik takibinin yanı sıra ürün ve hizmet tercihlerini de bu platformlardaki bilgi ve önerilere göre şekillendirdiğini belirtmiştir: *"Hamilelikten itibaren gerekli olan her şey için alacağım biberona kadar sosyal medyada yaptığım araştırmalar ile karar verdim."* Katılımcının bu ifadesi sosyal medyanın tüketim davranışlarını etkileyen bir yönü olduğunu da açığa çıkarmaktadır.

Katılımcıların büyük çoğunluğu çocuk gelişimi, beslenme, uyku düzeni ve etkinlik önerileri gibi konular başta olmak üzere ebeveynlik sürecinde karşılaştıkları ihtiyaçlara yönelik olarak sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullandıklarını ifade etmiştir. Bu dijital yönelim özellikle çocuğun gelişim dönemine özgü sorunlara dair bilgiye hızlı ulaşma ve deneyim temelli içeriklerden faydalanma amacıyla şekillenmiştir. Örneğin K5, *"Uyku eğitimi sayfalarını ve ek*

gıda sürecinde birçok kişiyi takip ettim." sözleriyle sosyal medyanın ebeveynlikte rehberlik eden bir işlev kazandığını ortaya koyarken; K3, çocuğun yaşına göre değişen ihtiyaçlara uygun içerik arayışını *"Diş dönemiyse dişe göre, ateşse ateşe göre... sendrom belirtileri hakkında çocuğa yönelik aramalarım oldu."* diyerek vurgulamıştır. Benzer şekilde K16 tuvalet eğitimi döneminde o döneme özgü içeriklere yöneldiğini belirtmiş, K18 ise ek gıda ve uyku konularında yoğun araştırmalar yaptığını dile getirmiştir. Bu noktada uzman bilgisinin yanı sıra diğer annelerin bireysel deneyimlerinden faydalanma arayışı da dikkat çekmektedir. Nitekim K4, influencer anneleri neden takip ettiğini şu sözlerle açıklamıştır: *"Emzik kullanmışlar mı ben alıştıramadım, nasıl alıştırmışlar diyerek çok takip ediyordum."* ifadesiyle benzer sorunlarla karşılaşan annelerin deneyim paylaşımlarının yol gösterici etkisini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların görüşlerinde uzman temelli bilgiye yönelim de dikkat çekicidir. K7, sosyal medyada doktorlar, emzirme danışmanları ve ebeler gibi profesyonelleri takip ederek bebeğin sosyal ve fiziksel gelişimine ilişkin bilimsel içeriklere ulaşmayı amaçladığını ifade etmiştir. Öte yandan K1, sosyal medya kullanımını çocuğuyla kaliteli zaman geçirme arzusuyla dengeleyerek, zararsız ve bitkisel ürünler konusunda yaptığı seçici araştırmaları ön plana çıkarmıştır. Bu örnekler, sosyal medyanın ebeveynler için dönemsel ihtiyaçlara göre şekillenen hem uzman hem de deneyim temelli bilgilere erişim sağlayan esnek ve çok yönlü bir dijital kaynak haline geldiğini göstermektedir.

Aktarılan görüşlerin aksine katılımcıların bir kısmı dijital platformları daha sınırlı, seçici ve dönemsel ihtiyaçlara odaklanarak kullanmayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Bu katılımcılar, sosyal medya kullanımını çocuklarının gelişim süreçlerine göre şekillendirmiş ancak günlük rutinin sabit bir parçası haline getirmemişlerdir. Örneğin; yalnızca ek gıda süreci, diş çıkarma dönemi ya da uyku düzeni gibi spesifik ihtiyaçlar doğrultusunda içerik arayan anneler dijital

kaynaklardan işlevsel biçimde yararlansalar da sürekli bir etkileşim içinde olmaktan kaçınmışlardır. Özellikle K1'in sosyal medya kullanımını model olma sorumluluğu çerçevesinde sınırlaması bu farkındalığın çarpıcı bir örneğidir. Bu durum annelerin dijital dünyada hem öğrenen hem de seçici bireyler olarak konumlandıklarını göstermektedir.

4.2. Algoritmik Yönlendirme ve Dijital İçeriklerin Ebeveynlik Pratiklerine Yansımaları

Elde edilen bulgular, sosyal medya platformlarının özellikle de algoritmaların yönlendirdiği "keşfet" sekmesi gibi alanlar aracılığıyla anneler için pratik rehberlik ve deneyim aktarımı sağlayan çok katmanlı alanlar hâline geldiğini göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medyada karşılaştıkları önerileri gündelik ebeveynlik süreçlerine doğrudan entegre ettiklerini ve bu içeriklerin çocuk bakımı, gelişimi ve ebeveynlik becerileri açısından belirgin etkiler yarattığını ifade etmiştir.

Özellikle ek gıda süreci, dijital içeriklerin en yoğun şekilde başvurulduğu dönem olarak öne çıkmaktadır. K1, *"BLW (Baby Led Weaning) yöntemini Instagram'da gördüm. Önce tereddüt ettim ama denedikçe çocuğumun yemekle ilişkisi olumlu yönde değişti"* sözleriyle algoritmalar aracılığıyla eriştiği yöntemi uygulama sürecini ve sonucunu aktarmıştır. K12 ise yazılı kaynaklara rağmen sosyal medyadaki deneyim paylaşımlarını daha yararlı bulduğunu şu sözlerle ifade etmiştir: *"Yemek kitapları aldım ama Instagram tarifleri daha pratikti. Alerjisi olan annelerin sayfaları çok işime yaradı."* K2 ve K10, sosyal medya önerilerinin özellikle kararsızlık, endişe ya da yetersizlik hissi yaşadıkları dönemlerde psikolojik olarak da destekleyici bir yön taşıdığını belirtmiştir. Bu içeriklerin annelerin yalnız olmadıklarını hissetmelerine katkı sunduğu ve ebeveynlik sürecinde duygusal güçlenme sağladığı da vurgulanmıştır.

Katılımcı görüşleri oyun, etkinlik ve pedagojik önerilerin de annelerin ebeveynlik pratiklerine doğrudan dâhil olduğunu göstermektedir. K17, ekran süresini sınırlandırmak amacıyla sosyal medyada karşılaştığı deneysel etkinlikleri uyguladığını, "*Kendi kinetik kumumuzu yaptık hem çocuğum eğlendi hem birlikte zaman geçirdik"* sözleriyle anlatmıştır. K15 ise yurt dışı kaynaklı bir sayfadan edindiği oyun fikirlerinin çocuğunun dikkat süresini artırdığını ve bu önerilerin evde günlük rutine yerleştiğini ifade etmiştir. K4 ve K8 gibi katılımcılar ise sosyal medyada karşılaştıkları viral etkinlik içeriklerini çocuklarıyla birlikte deneyimlediklerini ve bu önerilerin ebeveyn-çocuk etkileşimini artıran bir araç hâline geldiğini ifade etmiştir.

Bununla birlikte keşfet sekmesi gibi algoritmik yönlendirme araçlarının anneleri yeni uzmanlar, deneyim paylaşan anneler ve alternatif kaynaklarla buluşturduğu da görülmektedir. K16, keşfet sekmesinde karşılaştığı bir video sayesinde çocuğunun tuvalet eğitiminde önemli bir ilerleme kaydettiğini şu sözlerle paylaşmıştır: *"Tuvalet eğitiminde geleneksel usulde ilerlerken hiç ilerleme olmuyordu. Keşfetimde balon şişirerek tuvalet yapma videosu gördüm ve sürecimiz değişti."* K20, keşfet önerilerinin dikkat yönetimi açısından güçlü olduğunu belirterek, "*İlgimi çeken şeyleri önüme çok iyi getiriyor. Gözümden kaçacak şeyler keşfet sayesinde önüme düşüyor"* ifadesiyle algoritmanın içerik sunum stratejilerini vurgulamıştır. K2 ise keşfet akışında karşılaştığı kitap ve ürün önerilerinin kendi alışveriş kararlarını doğrudan etkilediğini belirtmiştir.

Bulgular, sosyal medyanın duygusal bir rehberlik alanı sunduğunu da göstermektedir. K9, çocuğunun ameliyat sonrası yaşadığı duygusal zorluklarda sosyal medyada karşılaştığı "bilinçaltı temizliği" temalı içeriklerden yararlandığını aktararak bu içeriklerin psikolojik destek işlevi gördüğünü vurgulamıştır. K20 ise farklı uyku eğitimi yöntemlerini karşılaştırarak çocuğuna özel bir sistem geliştirdiğini, bu süreçte sosyal medya etkileşimlerinin yönlendirici rol oynadığını

belirtmiştir. Bu anlatılar sosyal medyanın bireysel ebeveynlik kararlarını kolektif dijital deneyimlerle harmanlayarak yeni bir destek alanı oluşturduğunu göstermektedir.

Diğer yandan katılımcılar sosyal medya içeriklerinin her zaman olumlu sonuçlar vermediğine ve kimi zaman baskı ya da uyumsuzluk yarattığına da dikkat çekmiştir. K6, *"Emekleme sürecinde çok şey denedim, sosyal medyada önerilenlerin hiçbiri işe yaramadı"* diyerek içeriklerin çocuğunun gelişimine uygun olmadığını vurgulamıştır. K7 ise sosyal medyada idealize edilen örneklerin üzerindeki baskıyı artırdığını *"Tummy Time bizim bebeğe uymadı. Sosyal medyada gösterilenler tekil örnekler olabilir"* sözleriyle aktarmıştır. K11 ise uyguladığı bir uyku eğitimi yönteminin çocuğunu olumsuz etkilediğini fark ederek süreci yarıda bıraktığını belirtmiştir.

Öte yandan bazı anneler algoritmalara karşı eleştirel bir farkındalık geliştirmiştir. K9, *"İlgimi çekmeyen içerikleri bildirdim böylece daha kontrol edebildiğim bir keşfet akışı oluştu"* derken; K19 yalnızca ihtiyaç duyduğu içerikleri aratarak dijital dikkatini korumaya çalıştığını ifade etmiştir. K1 ise "*Keşfette gezmeye başladığımda zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum"* diyerek algoritmaların dikkat çekici ama zaman tüketici etkisini vurgulamıştır. Bu örnekler, dijital ebeveynliğin sadece algoritmaların sunduğu içeriklere teslim olmuş bir deneyim olmadığını, bazı kullanıcıların dijital yönlendirmeler karşısında bilinçli filtreleme mekanizmaları geliştirdiğini göstermektedir. Bu bağlamda "algoritmik ebeveynlik" hem teknolojik altyapılarla şekillenen hem de bireysel bilinçle yön verilen melez bir deneyim alanı olarak değerlendirilebilir.

Tüm bu anlatılar doğrultusunda sosyal medya içeriklerinin annelerin ebeveynlik kararlarını yönlendirdiği bazı durumlarda güçlendirdiği fakat zaman zaman da kafa karışıklığı, baskı ya da dijital yorgunluk yaratabildiği ifade edilebilir. Katılımcı

ifadeleri algoritmik yönlendirme ile bireysel deneyimin iç içe geçtiği, müzakereye açık bir dijital ebeveynlik alanına işaret etmektedir. Böylece sosyal medya kişisel filtreleme, uyarlama ve duygusal dayanışma imkânı sunan çok katmanlı bir ebeveynlik sahasına dönüşmektedir.

4.3. Dijital İçerik Üreticilerine Duyulan Güvenin Dinamikleri

Katılımcılara sosyal medyada içerik üreticilerine neden güven duyduklarına dair sorular yöneltilmiş ve elde edilen bulgular, bilgi verme işlevlerinin yanı sıra duygusal destekleyici ve yönlendirici bir rol de üstlendiklerini ortaya koymuştur. Katılımcıların dijital içerik üreticilerine duydukları güvenin; uzmanlık bilgisi, ebeveynlik deneyimi ve samimiyet-ulaşılabilirlik olmak üzere üç ana temelde yoğunlaştığı görülmüştür.

Pek çok katılımcı çocuk gelişimi, beslenme, uyku eğitimi gibi konularda alanında uzman kişileri özellikle doktorları, psikologları ve pedagogları bilinçli olarak takip ettiğini belirtmiştir. Uzman kişilere duyulan güvenin temelinde akademik bilgiye ve profesyonel deneyime dayalı içerikler yer almaktadır. Örneğin K13, *"Benim için uzman olması önemli ve güven verici"* diyerek bu tercihini doğrudan ifade ederken; K1 de yalnızca uzman olmanın yeterli olmadığıyla birlikte önerilerin uygulanabilir, basit ve mükemmeliyetçilikten uzak olması gerektiğini vurgulamıştır. K2'nin ifadesi, bilgiye demokratik bir biçimde ulaşmanın yanı sıra ebeveynlerin yüz yüze iletişimde sormaya çekindikleri bazı soruların yanıtlarına dolaylı bir şekilde ulaşabildiklerini göstermektedir: "*Doktorların soru-cevapları çok faydalıydı. Benim sormaya çekindiğim şeyleri başkaları sormuş oluyor, ben de onlardan öğreniyorum."* Bu tür etkileşimler, kullanıcıların hem kendilerini yalnız hissetmemelerine hem de sosyal medya üzerinden destekleyici ve paylaşımcı bir öğrenme ortamı deneyimlemelerine olanak tanımaktadır. Aynı doğrultuda K4, güvenin yalnızca uzmanlıkla sınırlı olmadığını, içeriğin ticari kaygılardan uzak, bilgi temelli ve etik paylaşım ilkelerine uygun olması gerektiğini vurgulamıştır*: "Sürekli*

bir şey satmaya çalışmayan, bilgi amaçlı öneriler paylaşan kişileri takip ediyorum."

Katılımcıların önemli bir bölümü için uzmanlık bilgisi kadar içerik üreticisinin ebeveyn olması güven inşa eden bir diğer unsurdur. K5 bu yaklaşımı şu sözlerle ifade etmiştir: *"Bir uzman olsa bekar ya da çocuğu olmayan, o uzmana güvenmem."* Aynı şekilde K9 da hem anne hem uzmanların daha etkili olduğunu bu kombinasyonun yönlendiriciliği artırdığını belirtmiştir. Öte yandan bazı anneler akademik geçmişi olmayan ancak sosyal medya üzerinden samimi şekilde kendi deneyimlerini paylaşan annelere de yönelmiştir. K12, diploması olmayan fakat çocuk gelişiminde başarılı sonuçlar ortaya koyan annelerin içeriklerinin de dikkat çekici olduğunu vurgulamıştır. Bu durum deneyim temelli bilgilerin anneler için önemli bir referans kaynağına dönüştüğünü göstermektedir.

Güven inşa sürecinde samimiyet, süreklilik ve dijital etkileşim biçimleri de belirleyici olmaktadır. Katılımcılar, takip ettikleri kişilerle benzer duyguları yaşamış olmanın onları "yakın" hissettirdiğini ifade etmiştir. K2'nin şu ifadesi bu duygusal bağın gücünü ortaya koymaktadır: "*Benim gibi stresli olan insta-momlar vardı, onların postları beni etkiliyordu. Demek ki yalnız değilim diyordum."* K8 ise güvenin zamanla oluştuğunu vurgulayarak, *"İlk gördüğüm kişiye hemen güvenmem, uzun süredir takip ettiğim kişilere güvenirim"* demiştir. Bu yaklaşım dijital içerik üreticilerin takipçisiyle kurduğu bağın anlık değil gözleme dayalı bir süreci kapsadığını göstermektedir. Ayrıca K20'nin *"Hepsine güvenmek mümkün değil ama zamanla takipçi kazanma derdinde olmayan, samimi paylaşım yapan kişilere yöneliyorum"* ifadesi içerik üreticilerinin dijital kimliğinin güven üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Buna karşın bazı katılımcılar dijital içerik üreticilerine eleştirel yaklaşmakta ve takip etme kararlarında oldukça seçici davranmaktadır. K14, *"Takip etmiyorum,*

önüme düşerse göz ucuyla bakarım" diyerek ilgisizliğini belirtirken; K15 yalnızca *"tehdit oluşturmayacak basit önerilerle"* sınırlı bir güven ilişkisinden söz etmiştir. K17 ve K19 ise profesyonel bilgiye dayanmayan içeriklerin güven vermediğini özellikle estetik kaygı taşıyan *"görsel şov"* odaklı içeriklerin kendisini tatmin etmediğini dile getirmiştir.

Bazı katılımcılar ise dijital içerik üreticilerinin kendilerini doğrudan yönlendirmediğini ancak dolaylı biçimde fikir verdiklerini ya da farkındalık yarattıklarını belirtmiştir. K20 bu dengeyi şöyle ifade etmiştir: *"Yönlendirdi demek iddialı olur ama yaşamıma bazı dokunuşları oldu."* Dolayısıyla dijital içerik üreticilerin salt model alınan birer temsilden ziyade bilgi, deneyim ve duygusal desteğe alan açan topluluk bağlılığını güçlendirici rol oynayan kaynaklar olarak görünürlük sergiledikleri açığa çıkmaktadır.

4.4 Ebeveynlik Kararlarında Dijital İçerik ve Geleneksel Bilginin Etkileşimi

Araştırma bulguları dijitalleşen ebeveynlik deneyiminde bilgiye erişim kanallarının çeşitlenmesiyle birlikte katılımcıların karar verme süreçlerinde belirgin bir karmaşıklıkla karşı karşıya kaldıklarını göstermektedir. Katılımcıların büyük bir kısmı sosyal medyada karşılaştıkları öneriler ile aile büyüklerinden gelen geleneksel bilgiler ve kendi içgüdüleri arasında sık sık çatışma yaşadıklarını belirtmiştir. Bu çatışma bilgi düzeyinde yaşanmakla birlikte değerler, otorite figürleri ve ebeveynliğin toplumsal tahayyülleri üzerinden de şekillendiği sıklıkla ifade edilmiştir.

Bazı katılımcılar ebeveynlik kararlarında aile büyüklerinin geleneksel bilgi ve deneyimlerine öncelik vermektedir. Bu durum çoğunlukla geçmişe duyulan güven, nesiller arası aktarılan pratik bilgilerin içselleştirilmesi ve duygusal bağlarla ilişkilendirilmektedir. Örneğin K18 *"Onlar bizi büyüttüler, daha ağır basıyorlar"* diyerek geleneksel bilginin sorgulanmadan kabul edilişini vurgularken; K15 ise

geçmişte uygulanan yöntemlerde sorun yaşanmadığını belirterek aile tavsiyelerine sadık kaldığını ifade etmiştir. Bu eğilim, geleneksel ebeveynlik bilgisinin işlevsel bir referans noktası olarak görüldüğüne işaret etmektedir.

Katılımcıların yanıtlarında öne çıkan en belirgin temalardan biri ise bilimsel bilgiye duyulan güven ile kültürel deneyime gösterilen saygı arasında kurulan gerilimli dengedir. K1'in örneğinde olduğu gibi su verme konusunda aile büyüklerinin *"çocuğun içi yanar"* gibi sezgisel temellere dayanan uyarılarına karşın katılımcının çocuk doktorlarından edindiği bilimsel veriye dayalı bilgi tercihte belirleyici olmuştur. Katılımcı bu çatışmayı şöyle ifade etmiştir: *"İlk 6 ay anneler ve çevredeki büyükler yazın su ver dedi ama ben uzman önerisini dinleyip vermedim."* Benzer biçimde K6 da bir yaş öncesi tuz ve şeker tüketimi konusunda geleneksel uygulamalara mesafeli durarak, sosyal medya aracılığıyla ulaştığı uzman görüşlerini tercih ettiğini ifade etmiştir.

Bu örnekler bilgi kaynakları arasında hiyerarşik bir değerlendirme yapıldığını ve katılımcıların özellikle çocuğun sağlığına ilişkin konularda bilimsel bilgiye öncelik verme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Ancak bu yönelim kültürel bilgi birikimini tümüyle dışlamaktan ziyade onu bir tür karşılaştırmalı süzgeç içinden geçirme stratejisiyle birlikte işlemektedir. Nitekim K7'nin şu ifadesi bu yaklaşımı yansıtmaktadır: *"Ebeveynlerimizin aktardığı ampirik bilgilere de çok ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum."* Bununla birlikte bazı katılımcılar karar verirken içgüdüsel sezgilerine başvurduklarını açıkça dile getirmiştir. Bu grup için uzman görüşleri veya kültürel aktarımlar birer referans noktası olsa da son kararın belirleyicisi kişisel sezgiler olmaktadır. K19'un şu ifadesi bu yönelimi açıklar niteliktedir: *"Ben böyle durumlarda içgüdüye göre gidiyorum."* Benzer şekilde K20, karar süreçlerinde içsel tatminin önemine dikkat çekmiştir: *"Bir annenin içine sinmeyen bir eylemi uygulaması çok zor."*

Bu bağlamda ebeveynlerin karar verme süreçlerinin yalnızca rasyonel ve bilgi temelli tercihlerden ibaret olmadığı bireyin öznel duygusal konforu, kültürel aidiyet duygusu ve sosyal etkileşim düzeyleri de bu sürece dâhil olmaktadır. K12'nin *"Ne annemin dedikleri ne sadece sosyal medya... Kendime göre bir yumuşatma yaptım."* sözü bu hibrit karar yapısını anlamlı bir biçimde özetlemektedir. K17 ise sosyal medyada sunulan içeriklerin ticarileşmiş yapısına işaret ederek gerçek yaşam deneyimleriyle doğrulanan bilgileri önemsediğini belirtmiştir. *"İnsanlar bir şeyleri tavsiye ediyor ama gerçekten fayda görüp görmediklerinden emin olamıyorum."* ifadesi bilgiye eleştirel yaklaşımın ebeveynlik deneyiminde nasıl devreye girdiğini göstermektedir.

Bazı katılımcılar sosyal medyanın toplumsal normlara yönelik eleştirel bir farkındalık geliştirilmesine de olanak tanıdığını ifade etmiştir. Bu bağlamda K9'un görüşü, dijital içeriklerin kültürel kalıpların sorgulanmasında nasıl bir dönüştürücü rol üstlendiğine dair çarpıcı bir örnek sunmaktadır. Katılımcı çocuk mahremiyeti, beden bütünlüğü ve zorla fiziksel temas gibi konularda geçmiş kuşaklardan aktarılan uygulamaların sosyal medya aracılığıyla görünür kılınan eleştirel içerikler sayesinde yeniden düşünülmeye başlandığını belirtmiştir. *"Bayramlarda çocuğu zorla öptürmek gibi geleneksel pratikler, çocuğun ileride sınır çizme kapasitesini zedeleyebilir. Bu geçmişte sorgulanmadan uygulanan bir davranıştı ama artık nedenini sorguluyoruz."* ifadesi yerleşik toplumsal normların eleştirel süzgeçten geçirildiği bir dönüşüm sürecine işaret etmektedir. Katılımcı sosyal medyada sıkça karşılaştığı çocuk hakları ve istismara karşı farkındalık içeriklerinin ebeveyn olarak karar alma süreçlerinde etkili olduğunu da vurgulamaktadır. *"Bize bu bilinç kazandırılmadı ama sosyal medya sayesinde herkesin güvenilir olmadığını görüyoruz."* diyerek dijital mecraların özellikle tabu sayılan konularda kamusal tartışma alanları yarattığının altını çizmiştir. K9'un deneyimi ebeveynliğin toplumsal değerlerle müzakere edilen bir etik sorumluluk alanı olarak yeniden tanımlandığını göstermektedir. Ebeveynlik deneyimi bu

çerçevede bilgiyle, değerlerle ve duygularla müzakere edilen bir kimlik performansına dönüşmektedir.

4.5. Sosyal Medyada İdealize Edilmiş Temsillerin Ebeveynler Üzerindeki Psikososyal Etkileri

Araştırma bulguları sosyal medyanın ebeveynler için görünmeyen bir psikolojik baskı alanı yarattığını ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medyada sıklıkla karşılaştıkları idealize edilmiş ebeveynlik temsilleriyle kendi deneyimlerini kıyaslama eğilimindedir. Bu kıyaslama süreci, özellikle anneliğin ilk evrelerinde bireyde yetersizlik hissi, suçluluk duygusu ve performans baskısı yaratabilmektedir. K4'ün *"Bazen yetersiz hissediyorum… herkesin hayatı mükemmel gözüküyor."* ifadesi anneliğin dijital ortamlarda performatif bir kimliğe büründüğünü dolayısıyla duygusal ve sosyal karşılaştırmalara maruz kaldıklarını ortaya koymaktadır. Benzer biçimde K5, bir gün içinde dört-beş etkinlik yapan anneleri görünce kendi çabalarının yetersiz olduğunu düşündüğünü belirtmiş ancak zamanla sosyal medya içeriklerinin seçici anlardan oluştuğunu fark ederek bu baskının etkisinden sıyrıldığını ifade etmiştir.

Katılımcıların bir kısmı sosyal medya içeriklerinin ebeveynlik normlarını tek tipleştirdiğini ve gündelik yaşamın gerçekliğini yansıtmaktan uzak olduğunu dile getirmiştir. K6'nın *"Tummy time yaptırmak istiyordum ama bebeğim ağlıyordu ben de dayanamıyordum ama sosyal medya yüzünden kendimi suçlu hissediyordum."* ifadesi, içeriklerin ebeveynin sezgisel kararlarıyla çatıştığında nasıl bir vicdani yük oluşturabileceğine dikkat çekmektedir. K1 çocuğuyla özel anları estetik biçimde kaydedemediği için sosyal medyada gördüğü paylaşımlara özenme ve *"bir şeyleri kaçırma"* hissine kapıldığını vurgulamıştır. K10 ise sosyal medyada bebekle yurtdışına seyahat eden ebeveynleri gördüğünde kendisinin dışarıda yemek dahi yiyemediğini fark edip *"bende mi bir eksiklik var?"* düşüncesine kapıldığını belirtmiştir.

Bununla birlikte bazı katılımcılar zaman içinde bu içeriklerin üretim süreçlerinin farkına vararak idealize edilen temsillere karşı daha eleştirel bir mesafe geliştirmiştir. K2 ve K19 içeriklerin çoğunun *"gösteri"* ya da *"içerik üretimi"* amacı taşıdığını fark ettiklerini bu nedenle kıyaslama yapmadıklarını ifade etmiştir. K20 ise dijital ortamlarda yalnızca ebeveynliğin sabırlı ve olumlu anlarının görünür kılınmasının hayatın akışı içinde yaşanan zorlukların göz ardı edilmesine neden olduğunu ve bu durumun anne üzerinde psikolojik baskı yarattığını şu şekilde belirtmiştir: *"Bir annenin en sabırlı halini görüyorsun ama kendi sabrının azaldığı zamanlarda kendini suçluyorsun."* Bu bulgular ışığında, sosyal medya kullanımının bilgi edinme ve ilham alma kadar görünmeyen kıyaslama döngüleriyle duygusal yük yaratma potansiyeline de sahip olduğu söylenebilir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Dijitalleşmenin toplumsal yaşamın hemen her alanına nüfuz ettiği günümüzde ebeveynlik de bu dönüşümden payını almakta ve yeniden yapılanmaktadır. Bu araştırmada özellikle sosyal medya platformlarında görünürlük kazanan algoritmik içerik önerilerinin ve dijital içerik üreticilerinin ebeveynlik deneyimlerine nasıl yön verdiği, bu süreçte bilgi, norm ve duygunun nasıl şekillendiği nitel veriler üzerinden derinlemesine analiz edilmiştir. Bulgular dijital çağda anneliğin bireysel deneyimin ötesinde kültürel olarak yeniden inşa edilen, sosyal platformlarla örülü ve duygusal ilişkilerle pekişen bir sosyal kimlik olduğunu göstermektedir.

Bulgular, Lupton vd., (2016) ve Das'ın (2023, 2024) ileri sürdüğü "algoritmik otorite" ve "deneyim temelli uzmanlık" kavramlarıyla yakından örtüşmektedir. Katılımcılar uzmanlar kadar deneyim sahibi annelerin içeriklerini de güvenilir bilgi kaynağı olarak görmektedir. Algoritmalar aracılığıyla sıkça karşılarına çıkan bu içeriklere göre kendi ebeveynlik pratiklerini şekillendirmektedir. Özellikle ek gıda, uyku eğitimi, tuvalet alışkanlığı gibi konularda sıkça tekrar eden içerikler

annelerin bu konulardaki karar alma süreçlerini etkileyerek platformların bilgi üretiminde nasıl norm belirleyici rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Görüşmeler, dijital platformlarda sıklıkla karşılaşılan viral içeriklerin annelerin gündelik ebeveynlik uygulamaları üzerinde doğrudan etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bazı önerilerin ise annelerin ebeveynlik yeterliklerine dair değerlendirme ölçütü olarak uygulama baskısı oluşturmaktadır. "Tummy time" (karın üstü zaman) gibi gelişim odaklı öneriler bazı katılımcılar tarafından dijital içerik üreticilerinin yönlendirmeleriyle rutinlerin vazgeçilmez bir parçası haline getirilmiştir. Bu tür örnekler ebeveynlikte "güncel kalma" hissini sürekli canlı tutan bir deneyim alanı oluşturduğunu göstermektedir.

Görüşmelerde öne çıkan bulgular arasında annelerin bu içeriklere bilgi arayışına ek olarak duygusal destek, yönelim, onay ve topluluk hissi arayışıyla da yöneldikleri yer almaktadır. Dijital içerik üreticileri bu noktada hem içerik üreticisi hem de kültürel aracı, normatif aktör ve duygusal rehber olarak konumlanmaktadır. Dijital içerik üreticileriyle kurulan duygusal yakınlık, annelerin sosyal medya platformlarında yalnızlık ve yetersizlik hissini gidermeye yönelik destek arayışında dengeleyici bir rol oynamaktadır. Dijital ortam annelik duygusunun yeniden üretildiği ve paylaşıldığı bir toplumsal mekâna dönüştürmektedir. Bu durum, anneliğin giderek daha fazla duygusal emeğe dayalı, gözlemlenen ve gözlemleyen bir kimlik performansına evrildiğini göstermektedir. Annelik temsilleri ise sosyal medyada idealize edilmiş imgeler etrafında biçimlenmektedir. Timurturkan (2019) ve Aka (2025) gibi çalışmaların da vurguladığı üzere sosyal medya bu anlamda hem annelik normlarını sabitleştiren hem de bireysel farklılıkları bastıran bir alan haline gelmektedir.

Bununla birlikte, annelerin sosyal medyaya yaklaşımı homojen bir yapı arz etmemektedir. Katılımcılar arasında yaş, eğitim düzeyi ve dijital okuryazarlık gibi

faktörlerin, algoritmalar ve dijital içerik üreticileriyle kurulan ilişkide farklılaşmaya yol açtığı gözlemlenmiştir. Lisans düzeyinde öğrenim derecesine sahip annelerin daha seçici ve sorgulayıcı oldukları sonucuna ulaşılırken bazı katılımcıların ise dijital içerik üreticilerin mutlak otorite gibi algıladıkları belirlenmiştir. Söz konusu farklılaşma, dijital ebeveynliğin toplumsal eşitsizlikleri yeniden üretme potansiyeline işaret etmektedir.

Katılımcılar, dijital içerik üreticilerinden edindikleri ve faydalı buldukları bilgileri çevreleriyle paylaşarak da bilginin dolaşımına aktif biçimde katılmaktadır. Bu paylaşım süreci, sözlü aktarımın yanı sıra sosyal medya üzerinden gönderi yönlendirme, içerikleri mesaj yoluyla iletme ve kişisel hesaplarda yeniden paylaşma gibi çeşitli dijital pratiklerle genişlemektedir. Bu durum annelerin dijital ortamda bilgi ekosisteminin aktif parçası olan kültürel aracılar hâline geldiklerini göstermektedir.

Tüm bu bulgular bir arada değerlendirildiğinde, dijital ebeveynlik deneyiminin sıradan bir teknoloji kullanımının aksine toplumsal normlar, duygusal emek, bilgi rejimleri ve algoritmik yapılarla örülü hibrit bir alan olduğu açıkça görülmektedir. Bu yönüyle çalışma, ebeveynliğin hem bireysel duygusal deneyim hem de toplumsal normatif yapılar çerçevesinde yeniden tanımlandığını görünür kılmaktadır. Bu durum, dijital ortamlarda dolaşımda olan deneyimsel bilgilerin ciddi bir meşrulaştırma etkisine sahip olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak dijital ebeveynlik pratikleri duygusal emek, normatif yönelim ve kültürel temsil üretimi gibi çok katmanlı bir yapı üzerinden değerlendirilmeyi gerektirmektedir. Bu çalışma özellikle "algoritmik ebeveynlik" kavramı çerçevesinde yürütülen nitel analizlerle dijital içeriklerin ebeveynlik üzerindeki çok yönlü etkilerini görünür kılmaktadır. Bulgular, ebeveynliğe dair bilginin sosyal medya platformlarında algoritmik yapılar ve kültürel normlarla nasıl iç içe

geçtiğini göstermektedir. Gelecek araştırmaların, dijital ebeveynlik deneyimlerini babalar özelinde incelemesi, toplumsal cinsiyet rollerinin dijital ortamlardaki yeniden üretimini ve ebeveynlikteki dönüşümü çok boyutlu biçimde anlamaya önemli katkılar sağlayabilir. Aynı zamanda içerik üreticilerinin motivasyonlarını, stratejilerini ve dijital platformlarla kurdukları ilişkileri inceleyen netnografik çalışmalar da algoritmik ebeveynlik bağlamının daha bütüncül kavranmasına katkı sağlayacaktır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve/veya yayınlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Destek/Finansman Bilgileri: Bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve/veya yayınlanması için herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

Etik Kurul Kararı: Bu çalışma için Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Etik Kurulu tarafından 07/06/2025- 31551 evrak tarih ve sayısı ile etik kurul izni alınmıştır.

KAYNAKÇA

Aka, L. B. (2025). "Sosyal Medya ve Instagram Anneleri." Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi, (17): 194-217.

Aktan, E., & Kayış, H. H. (2018). "Sosyal Medya ve Değişim: Bloglar Aracılığıyla Anneliğin Evrimi Üzerine Netnografik Bir Analiz." AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 9 (32): 39-54.

Aktaş, G. (2019). "Günümüz Toplumlarında Anneliğin Değişen Biçimlerini Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinden Değerlendirmek." Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 36 (2): 253-271.

Aktaş, G., & Özden, M. (2020). "Sosyo-Kültürel Değişim Sürecinde Kuşaklararasında Anneliğin Dönüşümü: Denizli İli Örneği." Süleyman

Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, (51): 96-120.

Bora, A. (1998). *Türk Modernleşme Sürecinde Annelik Kimliğinin Kurulması.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). "Using thematic analysis in psychology." Qualitative Research in Psychology, 3 (2): 77-101.

Bucher, T. (2017). "The Algorithmic Imaginary: Exploring the Ordinary Affects of Facebook Algorithms." Information, Communication & Society, 20 (1): 30- 44.

Carah, N., & Angus, D. (2018). "Algorithmic Brand Culture: Participatory Labour and Branding on Social Media." Media, Culture & Society: 1-17.

Choi, G. Y., & Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids!: Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram." Howard Journal of Communications, 29(2): 144-164.

Das, R. (2023). "Parents' Understandings of Social Media Algorithms in Children's Lives in England: Misunderstandings, Parked Understandings, Transactional Understandings and Proactive Understandings Amidst Datafication." Journal of Children and Media, 17 (4): 506-522.

Das, R. (2024). "Contexts and Dimensions of Algorithm Literacies: Parents' Algorithm Literacies Amidst the Datafication of Parenthood." The Communication Review, 27 (1): 1-31.

Duggan, M., & Lehnhart, A. (2015). Parents and Social Media. Pew Research Center. http://www.pewinternet.org/2015/07/16/parents-and-social-media/ 20 Haziran 2025 tarihinde www.pewinternet.org sitesinden alınmıştır.

Erişir, R. M., & Erişir, D. (2018). "Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde "Sharenting""Paylaşanababalık" Örneği." Yeni Medya, (4): 50-64.

Friedman, M. (2018). "Insta-Judgement: Irony, Authenticity And Life Writing in Mothers' Use of Instagram." *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 9 (2), 169-181.

Gillespie, T. (2016). #Trendingistrending: When algorithms become culture. In *Algorithmic Cultures* (pp. 64-87). Routledge.

Gürçayır Teke, S. (2014). "Dönüşen Anneliğe Yönelik Netnografik Bir Analiz: Blogger Anneler." Millî Folklor Dergisi, 26 (103): 32-47.

Haber, E., & Shahar, T. H. B. (2021)." Algorithmic Parenting." Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal, 32 (1), 1-64.

Laczi, S. A., & Póser, V. (2025). "Digital parenthood: manipulated reality-the impact of social media algorithms on young people's worldview." In 2025 IEEE 23rd World Symposium on Applied Machine Intelligence and Informatics (SAMI) (pp. 153-158). IEEE.

Livingstone, S., & Sefton-Green, J. (2024). The Platformization of the Family. In The *Platformization of the Family: Towards a Research Agenda* (pp. 7-23). Cham: Springer Nature Switzerland.

Lupton, D. (2016)." The Use And Value of Digital Media for İnformation About Pregnancy and Early Motherhood: A Focus Group Study." BMC Pregnancy and Childbirth, 16: 1-10.

Lupton, D., Pedersen, S., & Thomas, G. M. (2016). "Parenting and Digital Media: from the Early Web to Contemporary Digital Society." Sociology Compass, 10 (8): 730-743

Nazarov, M. M. (2020). "Media Platforms and Algorithms: Content and social implications." Communicology (Russia), 8 (2): 108-124.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. London: Penguin UK.

Ridley, M., & Pawlick-Potts, D. (2021). "Algorithmic Literacy and the Role for Libraries." Information Technology and Libraries, 40 (2): 1-15.

Sarıtaş, S., & Bozkurt, A. (2020). "A Qualitative Research on Motherhood Experiences." International Journal of Humanities and Research, 5(4): 40-47.

Schrage, M. (2020). *Recommendation engines.* Cambridge: MIT Press.

Srnicek, N. (2016). *Platform capitalism.* Cambridge: Polity Press.

Timurturkan, M. (2019). "Ebeveynlik ve Dijital Medya: Annelik Temsilleri ve Dayanışma Örüntüleri." Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi, 9 (1): 315-333.

Willson, M. (2019). "Raising The İdeal Child? Algorithms, Quantification And Prediction." Media, Culture & Society, 41 (5): 620-636.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

In the digital age, where algorithms invisibly guide everyday life, parenting- especially motherhood- is no longer based solely on individual intuition or traditional sources of knowledge. Social media platforms have become spaces that aesthetically, normatively, and emotionally reshape the identity of motherhood. In particular, the "Explore" tab on algorithm-driven platforms such as Instagram is filled with content that offers mothers not only information but also normative cues and emotional guidance. This content influences caregiving practices, decision-making around child development, and perceptions of how

motherhood should be experienced "correctly." In this process, digital content creators function simultaneously as experts, peers, and sources of emotional support. This study is framed around the concept of "algorithmic parenting" and aims to analyze how mothers' interactions with the Explore tab and digital content creators transform their parenting practices. It argues that in the digital age, parenting has evolved into a complex, multi-layered social identity shaped by the intersection of knowledge, norms, and emotions.

Method

This study was conducted as a descriptive and exploratory qualitative research. Within the framework of algorithmic parenting, it examined how social media platforms' "Explore" algorithms and digital content creators present parenting-themed content to users, and how these contents are experienced in relation to parents' perceptions and practices of child-rearing. For this purpose, semi-structured interviews were conducted with mothers. Data were collected on how participants interpret parenting content encountered on social media and how such content influences their parenting decisions both cognitively and behaviorally. As a focused group selection, only mothers were included in the sample to enable an in-depth understanding of experiences related to parenting content, which also constitutes one of the study's limitations. The data were analyzed through thematic analysis, following the stages of qualitative data analysis outlined by Yıldırım and Şimşek (2018) - coding the data, generating themes, and interpreting the findings. This approach enabled a comprehensive understanding of how mothers engage with social media content and how such content shapes their parenting perceptions. Within this framework, the research seeks to answer the following questions:

RQ1: How do algorithmic "explore" contents influence mothers' information-seeking processes and parenting practices ?
RQ2: How do digital content creators shape mothers' parenting identities and experiences?
RQ3: How do mothers evaluate the contradictions between social media and traditional knowledge sources, and how does this affect parenting norms and trust in information ?
The data obtained were analyzed using thematic analysis. The process followed Braun and Clarke's (2006) thematic analysis framework, including open coding, theme development, and interpretation phases carried out systematically to reveal meaningful patterns in the data.

Findings (Results)

The analysis revealed that the majority of participants reported directly implementing content encountered on social media in areas such as infant nutrition, sleep routines, activity suggestions, and emotional crisis management. In particular, viral content appearing in the "explore" tab played a significant role in decision-making processes and was considered by some mothers to be more practical and applicable than books. Figures who possessed professional expertise while also being mothers were regarded as the most reliable sources. Moreover, during emotionally challenging periods, mothers who shared sincere and relatable content helped reduce feelings of loneliness and fostered a sense of supportive digital community. However, some participants noted that idealized representations of motherhood created pressure and, when the content did not suit their child, triggered feelings of inadequacy. A subset of participants also emphasized the distracting and time-consuming nature of algorithmic feeds, indicating that they had developed self-regulation mechanisms to manage their digital consumption. These findings suggest that social media serves not only as an informational source but also as a space for normative and emotional guidance.

Conclusion and Discussion

The findings of this study demonstrate that digital parenting is shaped not only by individual choices but also by platform structures, algorithmic guidance, and cultural representations. Parents evaluate social media content not only as a source of information but also as a space that provides normative orientation, emotional support, and a sense of community. The majority of participants reported directly integrating the content they encountered in the “explore” tab into their parenting practices. Digital content creators have emerged as trusted figures, distinguished by their professional knowledge, parenting experience, and authentic communication styles. However, some participants expressed feelings of inadequacy when the content did not suit their children, and noted that idealized representations of motherhood could create pressure. In response to the distracting nature of algorithmically generated content flows, some mothers reported developing self-regulation strategies to manage their digital engagement. In conclusion, the experience of digital motherhood has evolved into a performative and normatively shaped identity, not merely an observable phenomenon. Social media platforms have become complex social spaces that actively redefine parenthood through intertwined layers of information, emotion, and normative expectation.