

Geliş Tarihi:  
24.01.2021  
Kabul Tarihi:  
10.10.2021  
Yayımlanma Tarihi:  
20.12.2021

Kaynakça Gösterimi: Alabay, E. (2021). Arama motorlarındaki “anne-çocuk” ve “baba-çocuk” görsellerinin toplumsal cinsiyet açısından incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(42), 1228-1246. doi:10.46928/iticusbe.867441

## **ARAMA MOTORLARINDAKİ “ANNE-ÇOCUK” VE “BABA-ÇOCUK” GÖRSELLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET AÇISINDAN İNCELENMESİ: GOOGLE, BING VE YAHOO SEARCH ÖRNEĞİ**

*Araştırma*

Erhan Alabay 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Sağlık Bilimleri Üniversitesi

[erhan.alabay@sbu.edu.tr](mailto:erhan.alabay@sbu.edu.tr)

Erhan Alabay, Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi Bölümünde Doçent Doktor olarak görev yapmaktadır. Erken çocukluk döneminde bilim eğitimi ve toplumsal cinsiyet çalışmalarında dersler vermekte olup, bu alanlarla ilgili araştırmalar yayınlamaktadır.

# ARAMA MOTORLARINDAKİ “ANNE-ÇOCUK” VE “BABA-ÇOCUK” GÖRSELLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET AÇISINDAN İNCELENMESİ: GOOGLE, BING VE YAHOO SEARCH ÖRNEĞİ

Erhan Alabay  
[erhan.alabay@sbu.edu.tr](mailto:erhan.alabay@sbu.edu.tr)

## ÖZET

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı, en çok kullanıldığı tespit edilen arama motorlarındaki (Google, Bing ve Yahoo Search) “anne-çocuk” ve “baba-çocuk” aramalarındaki görsellerin toplumsal cinsiyet açısından incelenmesidir.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden analitik araştırma modeli kullanılmıştır. Veri analizi yöntemi olarak doküman analizinden yararlanılmıştır. Çalışma amacı doğrultusunda, ilk olarak araştırmada dünya üzerinde en çok kullanılan arama motorları incelenmiş olup, buna göre ilk üç sıradaki araştırma motorları arasında yer aldığı tespit edilen “Google”, “Bing” ve “Yahoo Search” adında hizmet veren arama motorları çalışma kapsamına alınmıştır. Her bir arama motorlarına “anne çocuk” ve “baba çocuk” kelimeleri yazılmış ve her arama motorunda çıkan ilk 100 fotoğraf çalışmaya dahil edilmiştir. Böylelikle 300 “anne çocuk” ve 300 “baba çocuk” görseli olmak üzere 600 görsel araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilmiş ve uzman görüşleri doğrultusunda son halini almış olan “Görsel Dokümanları İnceleme Formu” kullanılmıştır. Verilerin analizinde betimsel analizden yararlanılmıştır.

**Bulgular:** Araştırma sonucunda, "anne-çocuk" görsellerinin %50,33'ünde annenin çocuğuna sarıldığı- ilgi gösterdiği görülürken, "baba-çocuk" görsellerinin %62,33'ünde babanın çocuğuyla herhangi bir etkinlik yaptığı (kitap okuma, oyun oynama, top oynama vb.) tespit edilmiştir. “Baba-çocuk” görsellerinde dış alanda çekilmiş fotoğraflar, “anne-çocuk” görsellerindeki dış alanda çekilmiş fotoğraflardan daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca “baba-çocuk” aramalarında yer alan çocuğun %45 oranında erkek cinsiyetinde, “anne-çocuk” aramalarında ise yer alan çocuğun %40,67 oranında kız cinsiyetinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer ifadeyle, çalışma bulgularında babaların çoğunlukla erkek çocuklarla, annelerin ise kız çocuklarla birlikteki görsellerine daha fazla yer verildiği bulgusuna rastlanılmıştır.

**Özgünlük:** İlgili alan yazın incelendiğinde, farklı alanlarda toplumsal cinsiyet rolleri ve kodları araştırılmış, arama motorlarındaki görsellerin incelenmesine dair çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca çalışmalarda ebeveyn-çocuk arasındaki toplumsal cinsiyet yapısını belirlemek için filmler, kitaplar, masallar, şarkılar, anne-babalarla veya çocuklarla yapılan görüşmeler ve gözlemler veri grubu olarak kullanılmıştır. Bu çalışmada arama motorlarının kullanılması çalışmaya özgünlük kazandırdığı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Arama Motorları, Anne-Çocuk Görseli, Baba-Çocuk Görseli, Toplumsal Cinsiyet

**JEL Sınıflandırması:** J16

# INVESTIGATION OF "MOTHER-CHILD" AND "FATHER-CHILD" IMAGES IN SEARCH ENGINES IN THE CONTEXT OF GENDER: GOOGLE, BING, AND YAHOO SEARCH EXAMPLES

## ABSTRACT

**Purpose:** The purpose of this study is to examine the images that appear in the search engines (Google, Bing and Yahoo Search) "mother-child" and "father-child" in the context of gender.

**Method:** Analytical research model, one of the qualitative research methods, was used in the research. Document analysis was used as a data analysis method. First of all, the most used search engines in the world were determined in the research. As a result of the research, it was determined that the 3 most used search engines are "Google", "Bing" and "YahooSearch". The words "mother child" and "father child" were written in each search engine and search was made. The first 100 images in each search engine were included in the study. Thus, 600 images including 300 "mother and child" and 300 "father and child" images were included in the study. The "Visual Documents Review Form", which was developed by the researcher as a data collector tool and was finalized in line with expert opinions, was used. Descriptive analysis was used in the analysis of the data.

**Findings:** As a result of the research, it is seen that in 50.33% of the "mother-child" images, the mother shows interest in her child. In 62.33% of the "father-child" images, it was determined that the father was doing any activity with his child (reading a book, playing games, playing ball, etc.). It has been determined that there are more photographs taken in the outer area in the "father-child" images than in the "mother-child" images. In addition, it was concluded that 45% of children were male in "father-child" searches, and 40.67% of children were female in searches for "mother-child". In other words, there are more images of fathers with boys and mothers with girls.

**Originality:** When the related literature was examined, gender roles and stereotypes were investigated in different fields, and no study was found to examine images in search engines. In addition, films, books, fairy tales, songs, interviews with parents or children and observations were used as data groups to determine the gender structure between parent and child in studies. The use of search engines in this study is thought to bring originality to the study.

**Keywords:** Search Engines, Mother-Child Images, Father-Child Images, Gender

**JEL Classification:** J16

## GİRİŞ

Dünyada henüz hiçbir ülkenin toplumsal cinsiyet eşitlik seviyesine tam anlamı ile ulaştığını söylemek mümkün değildir (Hafkin ve Taggart, 2001). Dünya Ekonomik Forumu (2020)'nun "Küresel Cinsiyet Uçurum Raporu" incelendiğinde, kadınların ve erkeklerin sağlık, ekonomi, eğitim ve politika açısından henüz eşit bir seviyeye gelmediği gözlemlenmektedir. Türkiye'nin de bulunduğu 153 ülkenin dahil olduğu istatistiklerin sonucunda, cinsiyet eşitliğine en yakın olan ülkelerin başında İskandinav ülkelerinin geldiği görülmektedir. Sırası ile İzlanda, Norveç, Finlandiya ve İsveç toplumsal cinsiyet uçurumunun en az olduğu ülkelerdir. Türkiye ise bu istatistiklerde 130. sırada olduğu tespit edilmiştir. TÜİK İşgücü İstatistikleri (2015) incelendiğinde, kadınlar ve erkekler arasında işgücüne katılım açısından büyük bir farkın olduğu belirlenmiştir. Kadınların işgücüne katılım oranlarının %30, erkeklerin ise %70 olduğu görülmektedir. Aynı zamanda işsizlik oranları da incelendiğinde, kadınlarda %13, erkeklerde ise işsizlik oranının %9,7 olduğu saptanmıştır. Yine TÜİK (2018) tarafından yapılan "İstatistiklerle Kadın Raporu"nda da, 15 yaş üzerindeki kadınların istihdam oranının %28,9, erkeklerin ise %65,6 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu istatistik sonuçları incelendiğinde, Türkiye'de şu an tam anlamı ile cinsiyet eşitliğinden bahsetmek mümkün değildir. Bu eşitsizlik sağlık, eğitim, ekonomi ve politika gibi yapıları etkilediği gibi aynı zamanda aile içi yapıları da olumsuz etkilemektedir (Tando, 2016).

Cinsiyet eşitsizlikleri aile yapılarını da olumsuz etkilemektedir. Özellikle ataerkil toplumlarda geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri aile içinde görülmektedir (Chandrika, 2014). Erkek ayrıcalığı veya erkek egemenliği hem eşler arasında, hem de ebeveyn-çocuk arasında net bir şekilde gözlemlenmektedir. Örneğin; ataerkil bir toplumda kız çocuklarının erkek çocuklarından daha muhafazakâr rolde olması beklenir. Kız çocuklarından daha fazla ahlaki olarak uygun davranışlar sergilemesi, uyumlu, itaatkâr ve özverili, erkek çocuklarından ise güçlülük, sertlik, cesaretli olma ve mert davranışlar sergilemesi ebeveynler tarafından beklenmektedir (Bornstein, 1998; Villanueva, Pineda ve Blando, 2019). Bu cinsiyetçi kodları çocukların kazanabilmesi veya bu davranışları sergileyebilmesi içinde ebeveynler kendi aralarında da bu rolleri baskın olarak çocuğa göstererek rol model olmaktadır. Örneğin; babanın evin kazancını sağlama görevi daha fazla çocuğa yansıtılırken, annelerin ev işlerini yapma rolü daha baskın olarak çocuğa sezdirilmektedir (Basow, 1992). Moya, Exposito ve Ruiz (2000)'in çalışmasında, geleneksel toplumlarda erkeğin görevi eve ekmek getirmesi, kadının görevi ise çocuğunun bakımı ile ilgilenmesi düşüncesinin daha yaygın olduğu belirtilmiştir. Günay ve Bener (2011) kadınların toplumsal cinsiyet rol algılarını belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışma sonucunda, çalışmaya katılan kadınların yarısından fazlasının ev içi faaliyetlerini cinsiyetleştirdiği görülmektedir. Kadınlara göre, ev içinde yapılacak işler erkek işi ve kadın işi olarak ayrılmaktadır. Erkeklerin daha çok tamir gibi işlerle ilgilenmesi gerektiği, kadınların ise temizlik ve yemek yapma gibi işlerle ilgilenmesi gerektiği algısı daha baskın çıkmıştır. Craig (2006) anne babaların çocukları ile geçirdikleri zamanı belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, annelerin özellikle çocukların bakımı ve genel sorumlulukları için harcadıkları

zamanın babaların harcadığı zamandan çok daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Hatta anneler tam zamanlı bir işte çalışıyor olsalar bile, çocuklarının bakımı için harcadıkları zamanın babaların harcadıkları zamandan yine de fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Babalar ise daha çok çocuklarıyla birlikte konuşarak ya da onlarla eğitici veya yaratıcı faaliyetlerde bulunarak zamanlarını geçirdikleri görülmüştür.

Erkek egemen toplumlarda aile içi toplumsal cinsiyet rollerindeki eşitsizlik diğer platformlara da yansımaktadır. Özellikle çizgi filmlerde, oyuncaklarda, oyuncak reklamlarında ve kitaplarda anne baba ve çocuk üzerine yapılmış cinsiyet rolleri incelendiğinde, biyolojik cinsiyetler bağlamında eşit olmayan cinsiyet rollerine daha fazla rastlandığı görülmektedir. Kalaycı (2015) senaristliğini ve proje tasarımcılığını Ayşe Şule Bilgiç'in gerçekleştirdiği Pepee isimli çizgi filminin içeriğindeki toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini belirlemek için yapmış olduğu çalışmada, kadın karakterlerin çoğunlukla pembe ve tonlarında, erkek karakterlerin ise mavi ve koyu tonlarda kıyafetler giydiği sonucuna ulaşılmıştır. Yağan Güder vd.'nin (2017) senaryosunu ve yapımcılığını Arzu Demirel Birinci'nin gerçekleştirdiği Niloya çizgi filminin toplumsal cinsiyet kodlarına göre incelemiş oldukları çalışmada, yemek yapma, ev temizliği, çocuğun bakımının sağlanması gibi görevlerin anneler tarafından yapıldığı, araba kullanma ve bahçe işlerinin ise baba tarafından yapıldığı sıklıkla gözlenmiştir. Alabay ve Yağan Güder (2015) en çok izlenen oyuncak reklamlarının toplumsal cinsiyet açısından incelenmesi amacıyla yapmış oldukları çalışmada, oyuncak reklamlarının %77,6'sının cinsiyetçi özelliklere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan benzer bir çalışma olarak Panarese'nin (2015) İtalyan televizyonlarında yayımlanan oyuncak reklamlarını ve bu reklamlardaki toplumsal cinsiyet kodları incelediği çalışmada, oyuncakların birçok reklamda cinsiyetleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. McIntyre (2017) resimli çocuk kitaplarının toplumsal cinsiyet bağlamında araştırdığı çalışmada da, kitap kahramanların çoğunlukla erkek cinsiyetinde olduğuna rastlanmıştır. McCabe vd. (2011) ile Hamilton vd.'nin (2006) benzer olarak çocuk kitaplarını araştırdığı çalışmada da resimli çocuk kitapları içerisinde ana kahramanların ağırlıklı olarak erkek olduğu ve bu durumun çocuğun gelişimi için sakıncalı olduğu belirtilmiştir. Bahsi geçen bu çalışmalar sonucunda birçok alanda toplumsal cinsiyet kodları ve cinsiyet rolleri incelenmişken, arama motorlarındaki görsellerin toplumsal cinsiyet açısından incelenmesini amaç edinen çalışmalara rastlanmamıştır.

### ***Çalışmanın Amacı***

Bu araştırmanın genel amacı, dünyada en çok kullanılan arama motorlarındaki (Google, Bing ve Yahoo Search) “anne-çocuk” ve “baba-çocuk” görsellerinin toplumsal cinsiyet açısından incelenmesidir. Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır.

1. “Anne-Çocuk” ve “Baba-Çocuk” aramalarında çıkan görsellerdeki eylemler nedir?
2. “Anne-Çocuk” ve “Baba-Çocuk” aramalarında çıkan görsellerde herhangi bir fiziksel temas var mıdır?

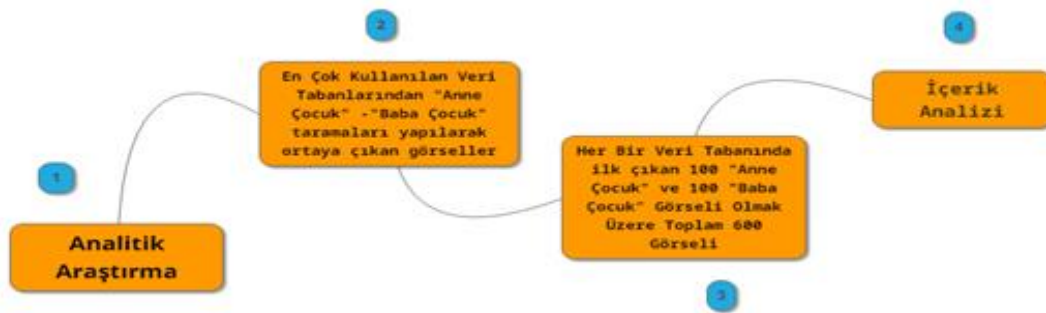
3. “Anne-Çocuk” ve “Baba-Çocuk” aramalarında çıkan görsellerdeki çocuk cinsiyeti nedir?
4. “Anne-Çocuk” ve “Baba-Çocuk” aramalarında çıkan görsellerde diğer ebeveyn bulunmakta mıdır?
5. Diğer ebeveyn var ise, çocuk hangi ebeveyne daha yakındır?
6. “Anne-Çocuk” ve “Baba-Çocuk” aramalarında çıkan görsellerde çocuğun duygusu nedir?
7. “Anne-Çocuk” ve “Baba-Çocuk” aramalarında çıkan görsellerde çocuğun ebeveyn açısından konumu nasıldır?
8. “Anne-Çocuk” ve “Baba-Çocuk” aramalarında çıkan görsellerde çocuk ile ebeveyn hangi ortamdadır?
9. “Anne-Çocuk” ve “Baba-Çocuk” aramalarında çıkan çocuğun yaş aralığı nedir?

## YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeline, çalışma verilerine, veri toplama araçlarına, veri toplama sürecine ve verilerin analizine yer verilmiştir.

### *Araştırmanın Modeli*

Bu çalışmada, analitik araştırma modelinden yararlanılmıştır. Analitik araştırma modelinde, yazılı görsel dokümanlar, formlar, belgeler veya kayıtlar amaçlar doğrultusunda incelenir (McMillan, 2004). Ayrıca analitik araştırma modelinde, doğrudan etkileşim gerektirmez. Dokümanlara ulaşıldıktan sonra bağlam doğrultusunda analiz gerçekleştirilir (Burkett, 1990). Bu çalışmada da en çok kullanılan arama motorlarında (Google, Bing ve Yahoo Search) yapılan “anne çocuk” ve “baba çocuk” aramaları sonucu çıkan ilk 100’er fotoğraf, doküman olarak kullanılmıştır. Bu çalışmada izlenen analitik süreç Şekil I’deki gibi şemalaştırılabilir.



Şekil I: Araştırma Sürecinin Şematik Gösterimi

### *Araştırma Grubu*

Öncelikle araştırmanın başlangıcında dünya üzerinde en çok kullanılan arama motorları aranmıştır. StatCounter GlobalStats tarafından 2020 tarihinde gerçekleştirilen “Dünya Çapında Arama Motor Pazar Payı” çalışma raporu doğrultusunda, %92,26 oranında Google arama motoru ilk sıradayken,

%2,83 oranında Bing ikinci ve %1,59 oranında ise Yahoo Search üçüncü sırada en çok kullanılan arama motorları olduğu sonucuna ulaşılmıştır (StatCounter GlobalStats, 2020). Bu rapor doğrultusunda bu araştırmada da belirlenen üç arama motoru kullanılmış olup, her bir arama motoruna Türkçe olarak tırnak içerisinde “anne çocuk” ve “baba çocuk” yazılmıştır. Her bir arama motorundan çıkan görseller incelenmiş ve sadece gerçek fotoğraflar çalışma kapsamına alınmıştır. Karikatüre görseller, çizgi görseller ve ilişkili olmayan görseller çalışmaya dahil edilmemiştir. Bu işlem sonucunda her bir arama motorundan toplanan 100 “anne çocuk”, 100 “baba çocuk” görseli kaydedilmiştir. Bir arama motorundan toplam 200 görsel alınmıştır. Toplam 3 arama motorunda çalışıldığı için 600 görsel çalışmada analiz edilmiştir.

### ***Veri Toplama Araçları***

Araştırmada veri toplama aracı olarak, araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan “Görsel Dokümanları İnceleme Formu” kullanılmıştır. Bu form, arama motorlarından indirilen fotoğrafların incelenmesi için oluşturulmuş bir doküman analiz formudur. Bu formda 9 adet doküman kriter sorusu bulunmaktadır. Bunlar sırası ile; görselde yapılan eylem (1), ebeveyn ile çocuk arasında fiziksel temas (2), görselde çocuğun duygusu (3), ebeveyn ve çocuğun bulunduğu mekan (4), görseldeki çocuğun cinsiyeti (5), görseldeki çocuğun yaşı (6), görselde çocuğun ebeveyn açısından konumu (7), görselde diğer ebeveyn/ebeveynler var mı? (8) ve varsa çocuğun hangi ebeveyne yakın durduğu (9) sorusu bu formda yer almaktadır. Çocuğun yaşı kriterinde kesin bir yaş belirlenmeye çalışılmamıştır. Bu kriterde cevap seçenekleri, bebeklik, okul öncesi dönem, okul dönemi ve ergenlik olarak belirtilmiştir. “Görsel Dokümanları İnceleme Formu” öncelikle araştırmacı tarafından hazırlanmış olup, ardından üç çocuk gelişimi ve eğitimi alanında uzman öğretim elemanına gönderilmiştir. Uzman görüşleri doğrultusunda form son halini almıştır.

### ***Verilerin Toplanması***

Araştırma Haziran 2020 tarihinde başlatılmış ve Ocak 2021 tarihinde tamamlanmıştır. İlgili alanyazın incelenmiş ve görsel öğelerde toplumsal cinsiyet araştırmaları detaylı olarak okunmuştur. Alanyazındaki çalışmalardan da esinlenerek doküman analiz formu hazırlanmıştır. Doküman analiz formu hazırlandıktan sonra toplumsal cinsiyet alanında çalışması olan ve çocuk gelişimi alanında uzmanlığını almış üç öğretim elemanına uzman görüşü almak amacıyla gönderilmiştir. Uzmanlardan gelen geribildirimler doğrultusunda doküman analiz formu son halini almıştır. Ardından en çok kullanılan arama motorları belirlendikten sonra araştırmacı kendi bilgisayarından belirlenen arama motorlarına “anne çocuk” ve “baba çocuk” ibaresini yazmıştır. Aramadan sonra çıkan ebeveyn ve çocuğun birlikte bulunduğu ve gerçek fotoğraflardan ilk 100’ü klasörlere kaydedilmiştir. Fotoğraflar teker teker araştırmacı tarafından incelenmiş ve ilgili bulgular doküman formuna kaydedilmiştir. Veri analizinin güvenilirliği için çalışmada başka bir araştırmacıdan da fotoğrafları inceleyip, doküman formuna doldurması istenmiştir. Bu sayede gözlemciler arası güvenilirlik yüzdesi hesaplanmıştır. Miles ve Huberman (2015)’a göre gözlemciler arası güvenilirlik

görüş birliği sayısının toplam görüş birliği sayısı ve görüş ayrılığı sayısının toplamına bölümü ile hesaplanmaktadır. Bu araştırmada gözlemciler arası güvenilirlik .96 olarak hesaplanmıştır. Bu değer .80 ve üzerinde olması gözlemciler arası güvenilirliğin yüksek olduğunu vermektedir. Bu çalışmada da güvenilirliğin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada güvenilirliği arttırmak amacıyla veri çeşitliliğine başvurulmuştur. Veri çeşitliliğinde tek bir arama motoru yerine en çok kullanılan üç arama motoruna başvurulmuştur. Ayrıca veri toplama sürecinde yansız ve etik ilkeler doğrultusunda çalışılmıştır.

### ***Verilerin Analizi***

Bu çalışmada veri kaynağı arama motorlarından toplanan fotoğraflardır. Bu fotoğrafların toplumsal cinsiyet açısından analizinde betimsel analizden yararlanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2011)'e göre betimsel analizde veriler, araştırmacı tarafından veri analizi sürecinden önce belirlenen temalar altına yerleştirilir. Verilerin analizi gerçekleştirilirken 4 aşamadan yararlanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Verilerin analizinde ilk aşama “verilerin seçilmesi” basamağıdır. Bu basamakta en çok kullanılan veri motorlarına girilen anahtar kelimeler doğrultusunda çıkan ilk 100 fotoğraf çalışma kapsamına alınmıştır. İkinci basamak “temaların geliştirilmesi” basamağıdır. Bu basamakta öncelikle alanyazın taranmış ve benzer sosyal medya araçlarında yapılmış çalışmalara ulaşılmıştır. Bu araştırmalarda ortaya çıkartılmış olan anne-baba-çocuk cinsiyet kodları araştırılmıştır. Ardından üç arama motorundan alınan 300 fotoğraf araştırmacı tarafından incelenmiş ve irdelenmiştir. Araştırmada üçüncü olarak “analiz birimini saptama” basamağına geçilmiştir. Bu aşamada görsellerdeki anne-çocuk ve baba-çocuk arasındaki eylemler, duygular ve birbiriyle olan fiziksel konumların toplumsal cinsiyet kodları ile ilişkisi üzerine odaklanılmıştır. Araştırmanın veri analizinde ise son aşama olan “sayısallaştırma” gerçekleştirilmiştir. Belirlenen temaların toplam 300 fotoğraf da ne kadar oranda tekrarlandığı bu aşamada yapılmıştır. Bu aşamada ise yüzde ve frekans hesabı kullanılmıştır.

### **BULGULAR**

En çok kullanılan arama motorlarındaki (Google, Bing ve Yahoo Search) “anne-çocuk” ve “baba-çocuk” görsellerinin toplumsal cinsiyet açısından incelenme sonuçları Tablo 1 ve Tablo 2’de sunulmuştur.



**Tablo 1.** Arama Motorlarındaki Fotoğrafların Eylem, Fiziksel Temas, Duygu ve Mekan Açısından İncelenmesi

Kriterler	Tema	Anne-Çocuk		Baba-Çocuk	
		n	%	n	%
Görselde Yapılan Eylem	Aktivite	131	43,67	187	62,33
	Sarılma/İlgi Gösterme	151	50,33	97	32,33
	Bireysel İhtiyaçları Karşılama	18	6,00	16	5,34
Ebeveyn İle Çocuk Arasında Fiziksel Temas	Evet	263	87,67	253	84,33
	Hayır	37	12,33	47	15,67
Görselde Çocuğun Duygusu	Mutlu	289	96,33	290	96,67
	Mutsuz	11	3,67	10	3,33
Ebeveyn ve Çocuğun Bulunduğu Mekan	İç Mekan	205	68,33	156	52,0
	Dış Mekan	95	31,67	144	48,0

Tablo 1’de ilk ele alınan durum, anne-çocuk ve baba-çocuk görsellerinde çocukla ebeveynin yaptıkları eylemin incelenmesidir. Bu bağlamda 3 tema oluşturulmuştur. Bu temalar aktivite, sarılma/ilgi gösterme ve bireysel ihtiyaçları karşılamadır. Aktivite temasını, ebeveynle çocuğun birlikte oyun oynaması, resim yapması, yürüyüş yapması veya kitap okuması gibi etkinlikler oluşturmaktadır. Sarılma/ilgi gösterme temasını ise ebeveynle çocuğun sarılması, öpmesi, kucağına alması, gülümsemesi gibi görseller oluşturmaktadır. Son tema ise bireysel ihtiyaçları karşılama temasıdır. Bu temayı, çocuğun temel ihtiyaçlarının ebeveynler tarafından karşılandığı görseller oluşturmaktadır. Örneğin yemek yedirme, alt değiştirme, banyo yaptırma gibi. Anne-çocuk görselleri incelendiğinde, görsellerin %50,33’ü sarılma/ilgi gösterme, %43,67’si aktivite ve %6’sı bireysel ihtiyaçları karşılama temalarına girmektedir. Diğer taraftan baba-çocuk görselleri incelendiğinde ise, görsellerin %62,33’ünün aktivite, %32,33’ünün sarılma/ilgi gösterme ve %5,34’ünün bireysel ihtiyaçları karşılama temasında toplandığı görülmektedir. Bir diğer ifade ile anne-çocuk görsellerinde yoğun olarak sarılma/ilgi gösterme teması gözlemlenirken, baba-çocuk görsellerinde ise aktivite temasının daha yoğun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1’de ele alınan bir diğer kriter ise görsellerde ebeveyn ile çocuk arasında herhangi bir fiziksel temasın olup olmadığıdır. Anne-çocuk görselleri incelendiğinde, görsellerin %87,67’sinde anne ile çocuk arasında fiziksel bir temas gözlemlenirken, %12,33’ünde herhangi bir fiziksel temasa rastlanmamıştır. Baba-çocuk görselleri incelendiğinde ise görsellerin %84,33’ünde baba ile çocuk arasında fiziksel temasa rastlanırken, %15,67’sinde fiziksel herhangi bir temasa rastlanmamıştır. Oranlar birbirine yakın olmasına rağmen anne-çocuk görsellerindeki fiziksel temas oranları, baba-çocuk görsellerindeki fiziksel temas oranlarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anne-çocuk ve baba-çocuk görsellerinde çocuğun duygusu incelendiğinde anne-çocuk ve baba-çocuk oranlarının birbirine çok yakın olduğu saptanmıştır. Anne-çocuk görsellerinin %96,33’ünde çocuğun mutlu, %3,67’sinde mutsuz; baba-çocuk görsellerinin %96,67’sinde çocuğun mutlu, %3,33’ünde mutsuz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Görsellerdeki ebeveyn ve çocuğun bulunduğu mekan kriterinde ise iki tema oluşmuştur. Bu temalar iç mekan ve dış mekandır. İç mekan temasına ebeveynle çocuğun evin veya sınıfın içerisinde

olduğu fotoğraflar girerken, dış mekan temasına ebeveynle çocuğun doğada veya bahçede olduğu fotoğraflar girmiştir. Anne-çocuk görselleri incelendiğinde, görsellerin %68,33'ünün iç mekanda, %31,67'sinin ise dış mekanda olduğu; baba-çocuk görselleri incelendiğinde ise, görsellerin %52'sinin iç mekanda, %48'inin ise dış mekanda olduğu tespit edilmiştir. Hem anne-çocuk hem de baba-çocuk görsellerinde iç mekan temasının baskın olduğu görülmektedir. Fakat anne-çocuk görsellerinin iç mekan oranları ile baba-çocuk görsellerindeki iç mekan oranları arasında belirgin bir fark bulunmaktadır. Anne-çocuk görsellerindeki iç mekan oranı, baba-çocuk görsellerindeki iç mekan oranından fazladır.

**Tablo 2.** Arama Motorlarındaki Fotoğrafların Çocuk Cinsiyeti, Yaşı, Konumu ve Diğer Ebeveynlerin Bulunma Durumlarının İncelenmesi

Kriterler		Anne-Çocuk		Baba-Çocuk	
		n	%	n	%
Görseldeki Çocuğun Cinsiyeti	Kız	122	40,67	80	26,67
	Oğlan	102	34,0	135	45,0
	Hem Kız Hem Oğlan	16	5,33	25	8,33
	Cinsiyet Belli Değil	60	20,0	60	20,0
Görseldeki Çocuğun Yaşı	Bebeklik Dönemi	79	26,33	83	27,67
	Okul Öncesi Dönem	136	45,33	145	48,33
	Okul Dönemi	73	24,34	69	23,0
	Ergenlik Dönemi	12	4,0	3,0	1,0
Görselde Çocuğun Ebeveyn Açısından Konumu	Yanında	118	39,33	113	37,67
	Kucakta	87	29,0	94	31,33
	Önünde-Karşısında	80	26,67	58	19,33
	Arkasında	10	3,33	5	1,67
	Sırtında-Omuzunda	5	1,67	30	10,0
Görselde Diğer Ebeveyn/Ebeveynler var mı?	Evet	29	9,67	86	28,67
	Hayır	271	90,33	214	71,33
Varsa Çocuğun Ebeveyne Yakınlık Durumu	Anneye Daha Yakın	5	1,67	17	5,67
	Babaya Daha Yakın	3	1,0	12	4,0
	Eşit Mesafede	21	7,0	57	19,0

Tablo 2'de ilk ele alınan kriter görsellerdeki çocuğun cinsiyetidir. Anne-çocuk görselleri incelendiğinde, görsellerin %40,67'sinde kız çocuğu, %34'ünde oğlan çocuğu, %20'sinde cinsiyetin net belirgin olmadığı ve %5,33'ünde ise hem kız hem oğlan çocuğu bulunmaktadır. Baba-çocuk görsellerinde ise, görsellerin %45'inde oğlan çocuğu, %26,67'sinde kız çocuğu, %20'sinde cinsiyetin net belirgin olmadığı ve %8,33'ünde ise hem kız hem oğlan çocuğu bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer ifade ile anne-çocuk görsellerinde bulunan çocuğun çoğunlukla kız, baba-çocuk görsellerinde ise çoğunlukla oğlan çocuğu bulunduğu tespit edilmiştir.

Görsellerdeki çocuğun bulunduğu yaş dönemleri incelendiğinde, anne-çocuk ve baba-çocuk görsellerinin oranlarının birbirine yakın olduğu söylenebilir. Anne-çocuk görselleri incelendiğinde, görsellerin %45,33'ünde çocuğun okul öncesi döneminde, %26,33'ünde bebeklik döneminde, %24,34'ünde okul döneminde, %4'ünde ergenlik döneminde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Baba-çocuk görselleri incelendiğinde ise, görsellerin %48,33'ünde çocuğun okul öncesi döneminde,

%27,67'sinde bebeklik döneminde, %23'ünde okul döneminde ve %1'inde ergenlik döneminde olduğu tespit edilmiştir. Her iki grup görsellerde de ergenlik döneminde çocuklarla ebeveynlerin olduğu fotoğraflara çok az rastlanmaktadır.

Görsellerde çocuğun ebeveyne göre bulunduğu konum incelendiğinde, anne-çocuk görsellerinin %39,33'ünde çocuk annenin yanında, %29'unda çocuk annenin kucığında, %26,67'sinde çocuk annenin önünde/karşısında, %3,33'ünde çocuk annenin arkasında ve %1,67'sinde çocuk annenin sırtında/omzunda olduğu görülürken, baba-çocuk görsellerinin %37,67'sinde çocuk babanın yanında, %31,33'ünde çocuk babanın kucığında, %19,33'ünde çocuk babanın önünde/karşısında, %10'unda çocuk babanın sırtında/omzunda ve %1,67'sinde çocuk babanın arkasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kriterde en belirgin bulgu baba-çocuk görsellerinde çocuğun omuz veya sırtta olma oranı belirgin bir oranda anne-çocuk görsellerinden daha yüksektir. Bir diğer ifade ile baba-çocuk görsellerinde babanın çocuğu sırtına veya omzuna alma oranı daha fazladır.

Son olarak incelenen görsellerde diğer ebeveyn veya ebeveynlerin olma durumudur. Arama motoruna anne-çocuk yazılarak yapılan taramada fotoğrafta babanın yer alma durumu sadece %9,67 iken, baba-çocuk yazılarak yapılan taramada ise annenin bulunma durumu %28,67'dir. Bir diğer ifade ile baba-çocuk olarak aranan görsellerde annenin fotoğrafta bulunma durumuna daha fazla rastlanmaktadır. Fotoğraflarda diğer ebeveyn var ise çocuğun kime daha yakın olduğu da araştırılmıştır. Anne-çocuk görsellerinde %7 oranında anne ve babaya eşit uzaklıkta olduğu, baba-çocuk görsellerinde ise %19 oranında anne ve babaya eşit uzaklıkta olduğu tespit edilmiştir.

## **SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Dünyada en çok kullanılan arama motorlarındaki (Google, Bing ve Yahoo Search) “anne-çocuk” ve “baba-çocuk” görsellerinin toplumsal cinsiyet açısından incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmadaki ilk bulgu, görsellerde yapılan eylemdir. Anne-çocuk görsellerinde anne ile çocuk arasında sevgi/ilgi gösterme eylemi daha yoğun olarak yansıtılırken, baba-çocuk görsellerinde aktivite temasına giren eylemlerin daha yoğun olduğu belirlenmiştir. Bunun en önemli sebeplerinden birisi özellikle ataerkil toplumlarda sevgi veren, ilgi gösteren kişinin ailede büyük oranda anne olmasından kaynaklı olduğu düşünülebilir. Babaların ise çocuklarının temel ihtiyaçlarından daha çok çocuklarıyla oyun oynamaya daha fazla zaman ayırdığından ötürü aktivite temasının daha yoğun çıktığı söylenebilir. Yağan Güder ve Alabay'ın (2015) okul öncesi dönem çocuklarının gözünden babalarının incelenmesi amacıyla yapılan çalışmada, babaların çocukların bakımı ile ilgili sorumlulukları çok fazla almadığı, en fazla oyun oynama ve televizyon seyretme davranışını sergilediği belirlenmiştir. Işıkoğlu ve Bora İvrendi (2008) tarafından anne ve babaların çocukların oyununa katılım durumlarını inceledikleri çalışmada da, babalar ile anneler arasında çocuklarıyla oyun oynama sürelerinde farklılıklara rastlanmıştır. Özellikle babalar, annelere oranla çocuklarıyla beraber daha çok dramatik ve hareketli oyunlar oynadığı saptanmıştır. Renk vd. (2003) tarafından yapılan çalışmada, annelerin ve babaların çocukları ile geçirdikleri zaman aralıkları

incelenmiştir. Annelerin daha çok çocuğunun okul ödevleri, disiplin ve bakım gibi sorumluklarına daha fazla zaman ayırdığı, babaların ise daha çok eğlenceli etkinliklere daha fazla zaman ayırdığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan annelerin çocukları ile aktivite yapma oranlarının babalardan daha az olmasının bir diğer sebebi ise ataerkil toplumlarda çocuğun bakımı ve ev işleri annenin bir görevi olarak algılanmasından kaynaklı olabilir. Parker ve Wang (2013)'in modern ebeveynlik üzerine gerçekleştirdikleri çalışmasında da, günümüzde cinsiyete dayalı iş dengesizliğinin devam ettiğini belirtmişlerdir. Özellikle annelerin iş gücüne daha fazla katılmasına rağmen hala ev içerisinde çocuğun bakımı ve ev işleri görevleri annelerin üzerinde görülmektedir. Türkoğlu, Çeliköz ve Uslu (2013) tarafından yapılan çalışmada 36-72 aylık çocukların babaları ile geçirdikleri zaman araştırılmış ve en yüksek oranda babalar çocuklarıyla beraber oyun oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tezel Şahin, Akıncı Coşgun ve Aydın Kılıç'ın (2017) babaların çocukları ile geçirdikleri zamanın incelendiği araştırmasında da babaların çocuklarıyla en fazla oyun oynayarak vakit geçirdikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca babaların çocuklarıyla sohbet etme, hayvanat bahçesine gitme, piknik yapma ve tiyatro/sinemaya gitme gibi aktivitelere yer verildiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan çalışmada annelerin babalara oranla görsellerde daha fazla oranda sarılma/ilgi gösterme temasına rastlanmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden birisi özellikle ailede anneye daha sıcak, sevgi gösteren ve duygusal rol yüklenmesinden kaynaklı olduğu düşünülebilir. Uğurlu (2013) akademisyen annelerin annelik kavramına dair bakışını belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, akademisyen annelere "iyi anne" nasıl olması gerektiğine ilişkin bir soru sorulmuştur. Akademisyen annelerin çoğunun iyi anne kavramına sevgi veren, ilgi veren ve şefkat gösteren olarak cevap vermişlerdir. Aynı zamanda annelere yansıtılan bu duygusal roller televizyon filmlerine de yansıtılmıştır. Lauzen ve Dozier (2005) tarafından yapılan çalışmada da filmlerde oynayan kadın roller incelenmiş ve kadınların daha çok anne, aşk yaşayan, duygusal özellikteki rolleri üstlendiği görülmüştür.

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu da anne-çocuk ve baba-çocuk görsellerindeki fiziksel temas oranlarında ortaya çıkan farklılaşmalardır. Anne-çocuk görsellerindeki çocukla fiziksel temas oranları, baba-çocuk görsellerindeki fiziksel temas oranlarına göre yüksektir. Özellikle bu durumun nedeni Türk toplumunda geleneksel olarak babanın çocuklarına anneye oranla etkileşim açısından daha uzak olmasından kaynaklı olduğu düşünülebilir. Yörükoğlu (1992), özellikle geleneksel toplumlarda babanın çocuklarına çok fazla sevgisini göstermediği ve çocuğuyla yüz göz olmamak için sevgi dolu davranışlarını kısıtladığı görüşündedir. Onur'a (2005) göre babalar ve çocukları arasında annelere oranla daha fazla bir mesafe vardır. Bu durumu saygı ve itaat tutumuyla açıklamaktadır. Günümüzde hala çocuğuna sarılmak, sevgisini göstermek ya da uykuya dalmadan çocuğunu öpmek gibi eylemlerin babalık otoritesinin sarsılacağını düşünen babaların olduğunu savunmaktadır. Bu durumda olan babaların çocuğuna karşı yasaklama ve korkutma davranışını daha fazla sergilediğini belirtmiştir. Özellikle günümüzdeki babaların kendi babalarından gördüğü babalık becerilerinin benzerini çocuğuna sergilemesinden ötürü bu fiziksel temasın az olduğu

söylenbilir. Çünkü White (1994) tarafından yapılan bir çalışmaya göre babalarda “babalık” kavramının oluşmasında geçmiş yıllarda babalarının göstermiş olduğu tutum ve davranışların etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle geçmiş yıllardaki babalık davranışı gözlemlendiğinde ise günümüze göre daha otoriter bir yapı içinde ilerlediğini söylemek mümkündür (Navaro ve Schwartzberg, 2007; Osherson, 1986).

Çalışmaya dahil edilen görsellerin içerisindeki çocukların duygusuna bakıldığında, anne-çocuk ve baba-çocuk görsellerinde çocuğun tamamına yakınının mutlu olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca görsellerde ebeveynle birlikte çocukların hangi mekanda oldukları üzerine yapılan incelemede ise hem anne-çocuk görsellerinin hem de baba-çocuk görsellerinin yarısından fazlasının iç mekanda olduğu saptanmıştır. Fakat anne-çocuk görsellerinin iç mekan oranları ile baba-çocuk görsellerindeki iç mekan oranları arasında belirgin bir fark bulunmaktadır. Anne-çocuk görsellerindeki iç mekan oranı, baba-çocuk görsellerindeki iç mekan oranından fazladır. Anne-çocuk görsellerindeki iç mekan görsel sayısının fazla olması toplumsal olarak annenin daha çok ev içinde, babanın ise ev dışında aktif rollerinden kaynaklı olduğu düşünülebilir. Akar ve Aksoy’un (2018) çocukların anne ve babalarına yönelik algılarını toplumsal cinsiyet açısından inceledikleri çalışmada, çocuklar annelerini daha çok ev içinde temizlik yaparken ve yemek yaparken resmederken, babaları ise ev dışında resmetmişlerdir. Powell ve Greenhouse (2010)’nin yaptıkları çalışmalarda da çocuklar kadınları ev içinde ve aile ile ilgili işleri yaparken betimlemişlerdir. Özer ve Keser’in (2020) okul öncesi çocukların gözünden annelerinin ev içi ve ev dışı rollerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada, çocukların cevaplarının daha çok ev içi işlerde yoğunlaştığı gözlemlenmiştir. Hatta çocuklara “anneler dışarıda ne yapar?” sorusu üzerine en yüksek oranda “hiçbir şey yapmaz” yanıtının alındığı tespit edilmiştir. Bir diğer taraftan da Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) (2014) raporu incelendiğinde de kadınların erkeklere oranla daha fazla ev içi aktivitelere vakit ayırdığı tespit edilmiştir. Raporda kadınların erkeklere oranla yaklaşık olarak iki kat daha fazla zamanı ev içinde geçmektedir. Çarkoğlu ve Kalaycıoğlu’nun (2013) çalışan kadın ve erkeklerin ev işlerine ayırdıkları zamanı belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmasında, erkeklerin zamanlarının %4’ünü ev işlerine ayırdığı, kadınların ise zamanlarının %31’ini ev işlerine ayırdığı tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında bir diğer dikkat çekici bulgu ise, anne-çocuk görsellerinde bulunan çocukların çoğunlukla kız, baba-çocuk görsellerinde bulunan çocukların da oğlan olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile arama motorlarında bulunan görsellerde baba ile oğlan çocuğu, anne ile kız çocuğu daha fazla eşleşmektedir. Bu durumun nedenlerinden birisinin özellikle toplumda var olan genel cinsiyet rollerinden kaynaklı olduğu düşünülebilir. Özellikle erkek çocuklarının daha çok babalarına yardım etmeleri, babaları ile birlikte daha fazla zaman geçirmeleri istenirken, kız çocuklarının daha fazla annelerine yardım etmeleri ve anneleri ile daha fazla zaman geçirmeleri istenmektedir. Bu düşünce yapısı özellikle çok uzun yıllar öncesinden günümüze kadar gelmiştir. Yurtbaşı’nın (2014) Anadolu’da kullanılan atasözlerini incelediği çalışmasında da, erkek

çocuklarının babaları ile, kız çocuklarının ise anneleri ile daha fazla ilişkili olan atasözlerine rastlanmıştır. Örneğin; “oğlan sofra yazmayı babadan, kız kapı gezmeyi anadan öğrenir.”, “Oğul babaya, kız anaya yardıdır.”, “Oğul atanın yarısı sayılır.”, “Oğul babaya çeker.” ve “Anasına bak kızını al, kenarına bak bezini al.” atasözleri örnek olarak verilebilir. Ayrıca ataerkil yapıda olan toplumlarda aileler çocuklarını yetiştirirken, çocuklarının hemcinsi ebeveynin davranışlarını sergilemesi beklenir. Kız çocuklarının feminen oyuncaklarla oynaması, annesi veya hemcinsi arkadaşları ile daha fazla zaman geçirmesi desteklenirken, maskülen oyuncaklarla oynaması veya erkek çocukları ile daha fazla zaman geçirmesi kabul edilemez bir davranış olarak algılanmaktadır. Aynı durumun erkek çocukları için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Erkek çocuklarının daha fazla annesi ile zaman geçirmesi ve annesinin yaptığı işleri yapması hem ailesi hem de toplum tarafından onaylanmamaktadır (Aksoy ve Baran, 2017). Çünkü bu durumda ebeveynlerce çocuğunun cinsel kimliğini oluşturmada sıkıntı yaşayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle ebeveynler çocuklarının cinsel rollerine uygun davranmaları beklenmektedir (D’augelli, 2006). Bu bulgunun bir diğer nedeni de özdeşim kurma/kurulmasını sağlama olabilir. Özellikle her yaşta çocuklar hem cinsi ebeveynle özdeşim kurabilir. Özellikle okul öncesi dönem çocukları kendi cinsiyetindeki ebeveyni ile özdeşim kurmak ister. Kız çocukları daha çok anneye hayranlığından onun gibi giyinmek veya onun gibi davranmak ister, erkek çocukları da baba gibi konuşur veya davranır (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2011). Çalışmada görsellerde yer alan çocuklarının hem anne-çocuk görsellerinde hem de baba-çocuk görsellerinde okul öncesi dönem çocuklarının sayısal olarak fazla olması da bu özdeşim kurma nedenini destekler niteliktedir.

Çalışmanın bir diğer bulgusu da hem anne-çocuk hem de baba-çocuk görsellerinde çocuğun çoğunlukla ebeveynin yanında olduğu görülmektedir. Fakat baba-çocuk görsellerinde, anne-çocuk görsellerine göre daha fazla oranda çocuğun ebeveynin sırtında veya omzunda olduğu görülmüştür. Bu durumun en önemli nedenlerinden birisi toplumsal olarak erkeğin daha güçlü atfedilmesinden kaynaklı olabilir. Ataerkil toplumlarda erkek figürü güçlü, kuvvetli ve kaslı olarak simgelenmektedir. Özellikle bir çocuğun omuza veya sırtına alınması güç gerektirdiği düşünülerek daha çok babalarla özdeşleştirildiği düşünülebilir. Goldenberg’e (2008) göre ataerkil toplumlarda kadınların daha duygusal yakınlıkta olan davranışları sergilemesi, erkeklerin ise güçlü, agresif, savaşçı bir tutum içinde davranışlar sergilemesi beklenmektedir. Kırbaçoğlu Kılıç ve Eyüp’ün (2011) ilköğretim Türkçe kitaplarındaki kadın ve erkek karakterlerini incelediği çalışmada, kadınlar zayıf ve pasif özellikte resmedilirken, erkekler daha güçlü ve zeki resmedildiği sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın son bulgusu ise anne-çocuk ve baba-çocuk görsellerinde diğer ebeveynin bulunma durumu ile ilişkilidir. Arama motorlarına anne-çocuk yazıldığında babanın görselde bulunma oranı %9,67 iken, baba-çocuk yazıldığında annenin görselde bulunma durumu %28,67 oranındadır. Buradan da anlaşıldığı üzere baba-çocuk yazıldığında görsellerde annenin bulunma durumu çok daha fazladır. Bu durum, toplumsal olarak baba ve çocuğun tek başına aile olarak algılanma

durumunun, anne ve çocuğun aile olarak algılanma durumundan daha düşük düzeyde kabul görülmesinden kaynaklı olduğu düşünülebilir. Bu nedenle baba-çocuk görsellerinde daha çok anneye yer verildiği söylenebilir. Akgün ve Ergül'ün (2015) çocukların çizimlerinde anne baba figürleri incelendiğinde, çocuklara aile bireylerinin içinde olduğu bir resim çizmeleri istenmiştir. Çizilen resimler incelendiğinde, anneye resimde yer verme oranı, babaya resimde yer verme oranından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sağlam ve Aral'ın (2011) boşanma sürecinde olan ailelerdeki çocukların aile çizimlerinin incelenmesinde de benzer sonuçlara rastlanmıştır. Çocukların aile çizimleri incelendiğinde, birçok çocuk annesini çizerken çalışmaya katılan çocukların dörtte birinden fazlasının babasını resimlerinde çizmediğine rastlanmıştır. Muratoğlu Pehlivan'ın (2019) Türk çizgi filmlerinde anne ve baba karakterlerinin toplumsal cinsiyet bağlamında incelediği çalışmasında, çizgi filmlerde annenin toplam görünme süresinin, babanın toplam görünüm süresinden 1,5 kat daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle çizgi filmlerde çocukla ilgilenen kişi anne olarak yansıtılmakta ve annenin çocuk ile ilgilenme oranının babanın ilgilenme oranından 2,3 kat daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada yapılan tespit ve değerlendirmeler sonucunda aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

Arama motorlarında yer alan anne-çocuk görsellerinde aktivite temasındaki, baba-çocuk görsellerinde ise daha fazla ilgi gösterme veya çocuklarının bireysel ihtiyaçlarını karşılama temasındaki fotoğraflar arttırılabilir.

Annelerin dış mekanda çocukları ile vakit geçirdiği görsellere daha fazla yer verilmesi gerekmektedir.

Arama motorlarında tarama yapıldığında toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyecek görsellerin ilk sıralarda çıkmasını sağlayan bir sistemin uygulanması önerilebilir.

Arama motorları üzerindeki anne-baba-çocuk görsellerinin etkisini araştırmayı hedefleyen nicel ve nitel çalışmalar yapılabilir. Ayrıca arama motorlarının ve incelenen fotoğrafların sayısı arttırılarak daha geniş kapsamlı çalışmalar yürütülebilir.

## KAYNAKÇA

- Akar, T. ve Aksoy, A. (2018). Çocukların anne babalarına yönelik algılarının toplumsal cinsiyet bağlamında incelenmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 31-46.
- Akgün, E. ve Ergül, A. (2016). 55-74 aylık çocukların resimlerinde aile algısının değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44(2), 209-228.
- Aksoy, P. ve Baran, G. (2017). Annelerin cinsiyet rollerine ilişkin özellikleri ile çocukların oyuncak tercihleri ve oynadıkları oyun türleri arasındaki ilişki üzerine bir çalışma. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 102-136.
- Alabay, E. ve Yağan Güder, S. (2014). *Oyuncak reklamlarının mesajı: "Bana cinsiyetini söyle, sana oyuncuğımı söyleyeyim..."* Akdeniz Üniversitesi I. Dil, Kültür ve Edebiyat Çalıştayı, 5 Haziran 2015, Antalya, 1-16.
- Basow, S. A. (1992). *Gender, stereotypes and roles* (3rd ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/ Cole.
- Bornstein, K. (1998). *My gender workbook: How to become a real man, a real woman, the real you, or something else entirely*. New York: Routledge.
- Burkett, G. L. (1990). Classifying basic research designs. *Family Medicine*, 22(2), 143-148.
- Chandrika, K. B. (2014). Gender inequality in family and work-place: An empirical study in three urban centres in Karnataka, India. *XVIII ISA World Congress of Sociology Facing an Unequal World: Challenges for Global Sociology*, 13-19 July 2014, Yokohama, Japan.
- Craig, L. (2006). Does father care mean fathers share?: A comparison of how mothers and fathers in intact families spend time with children. *Gender & Society*, 20(2), 259-281.
- Çarkoğlu, A. ve Kalaycıoğlu, E. (2013). *Türkiye’de aile, iş ve toplumsal cinsiyet*. <http://kasaum.ankara.edu.tr/files/2013/11/turkiyedeaileisvetoplumsalcinsiyetraporu2.pdf> den .  
Erişim Tarihi: 12 Kasım 2020
- D'Augelli, A. R. (2006). Stress and adaptation among families of lesbian, gay, and bisexual youth: Research challenges. In J. J. Bigner (Ed.), *An introduction to GLBT family studies* (pp. 135–157). Haworth Press.
- Goldenberg, D. (2008) Grassroots women's leadership and deepening democracy: The Huairou Commission's Local to Local Dialogue replication. *Gender & Development*, 16, 443-456.
- Günay, G. ve Bener, Ö. (2011). Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15(3), 157-171.



- Hafkin, N. ve Taggart, N. (2001). *Gender, information technology, and developing countries: An analytic study*. Office of Women in Development, Bureau for Global Programs, Field Support and Research, United States Agency for International Development.
- Hamilton, M. C., Anderson, D., Broaddus, M., ve Young, K. (2006). Gender stereotyping and under-representation of female characters in 200 popular children's picture books: A twenty-first century update. *Sex Roles*, 55(11-12), 757-765.
- Işıkoğlu, N., ve İvrendi, B. A. (2008). Erken çocukluk döneminde çocuğu olan anne babaların oyuna yönelik görüşlerinin incelenmesi. *Çağdaş Eğitim Dergisi*, 33(355), 4-12.
- Kalaycı, N. (2015). Toplumsal cinsiyet eşitliği açısından bir çizgi film çözümlemesi: Pepee, *Eğitim ve Bilim*, 40(177),243-270.
- Keser, P. B. ve Özer, G. (2020). Annelerin ev içi ve ev dışı rollerine yönelik okul öncesi çocukların görüşlerinin toplumsal cinsiyet açısından incelenmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 18(39), 377-413.
- Kırbaşoğlu Kılıç, L. ve Eyüp, B. (2011). İlköğretim Türkçe ders kitaplarında ortaya çıkan toplumsal cinsiyet rolleri üzerine bir inceleme. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 2(3), 129-148.
- Lauzen, M. M. ve Dozier, D. M. (2005). Maintaining the double Standard: Portrayals of age and gender in popular films. *Sex Roles*, 52, 437-446.
- McCabe, J., Fairchild, E., Grauerholz, L., Pescosolido, B. A., ve Tope, D. (2011). Gender in twentieth-century children's books patterns of disparity in titles and central characters. *Gender & Society*, 25(2), 197-226.
- McIntyre, J. (2017). *Gender and race in children's picture books: A tragedy in three studies* (Doctoral dissertation).<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/33052849/MCINTYRE-DISSERTATION-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- McMillan, J. H. (2004). *Educational research: Fundamentals for the consumer*. (4th ed.). Boston: Pearson Education, Inc.
- Miles, M.B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Moya, M., Exposito, F. ve Ruiz, J. (2000). Close relationships, gender, and career salience. *Sex Roles*, 42, 825-846.
- Muratoğlu Pehlivan, B. (2019). Toplumsal cinsiyet rolleri açısından Türk çizgi filmlerinde anne ve baba temsili üzerine bir çalışma. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 1(2), 15-27.

- Navaro, L., ve Schwartzberg, S. L. (Eds.). (2007). *Envy, competition, and gender: Theory, clinical applications and group work*. Routledge/Taylor & Francis Group.
- OECD (2014). *Education at a Glance 2014*. <http://www.oecd.org/education/Education-at-a-Glance-2014.pdf>
- Onur, B. (2005). *Türkiye’de çocukluğun tarihi*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Osherson, S. (1986). *Finding our fathers: How a man's life is shaped by his relationship with his father*. New York: Contemporary Books.
- Panarese, P. (2015). Selling gender. The representation of boys and girls in italian toy commercials. *Italian Journal of Sociology of Education*, 7(3), 335-361.
- Parker, K. ve Wang, W. (2013). *Modern parenthood roles of moms and dads converge as they balance work and family*. Washington D.C.: Pew Research Center.
- Powell, G. ve Greenhaus, J. (2010). Sex, gender, and decision at the family- work interface. *Journal of Management*, 36, 1011-1039.
- Renk K., Roberts, R., Roddenberry, A., Luick, M., Hillhouse, S., Meehan, C., Oliveros, A. ve Phares, V. (2003). Mothers, fathers, gender role, and time parents spend with their children. *Sex Roles*, 48, 305-315.
- Sağlam, M. ve Aral, N. (2011). *Boşanma sürecinde olan ailelerdeki çocukların aile algılarının resimler aracılığı ile incelenmesi*. I. Çocuk Hakları Kongresi, Yetişkin Bildirileri Kitabı-2, (Yay. Haz: A. Gülan, M. R. Şirin, M. C. Şirin), Çocuk Vakfı Yayınları, 292-302, İstanbul.
- StatCounter GlobalStats (2020). *Search Engine Market Share Worldwide*. <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>. Erişim Tarihi: 18 Kasım 2020
- Tando, D. (2016). *The conscious parent's guide to gender identity: A mindful approach to embracing your child's authentic self*. USA: Adams Media, Simon & Schuster.
- Tezel Şahin, F., Akıncı Coşgun, A. ve Aydın Kılıç, Z. (2017). Babaların Çocuklarıyla vakit geçirme durumlarına ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37(1), 319-343.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2015). *İşgücü istatistikleri*. <https://www.tuik.gov.tr/tr/PreHaberBultenleri.do/?id=21576> Erişim Tarihi: 1 Aralık 2020
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2018). *İstatistiklerle kadın*. <https://www.tuik.gov.tr/tr/PreHaberBultenleri.do/?id=30707> Erişim Tarihi: 1 Aralık 2020
- Türkoğlu, B., Çeliköz, N. ve Uslu, M. (2013). 3-6 yaş aralığında çocuğu olan babaların nitelikli zaman algılarına dair görüşleri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 54-71.

- Uğurlu, E. G. (2013). Annelik rolünün öğrenilme sürecinde medyanın yeri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(34), 1-24.
- Villanueva, S., Pineda, J. L. ve Blando, M.K.V. (2019). *Boy or girl?: A study about the development of gender roles in childhood*. De La Salle University College of Liberal Arts Department of Psychology.
- White, N. R. (1994). About fathers: Masculinity and the social construction of fatherhood. *Journal of Sociology*, 30(2), 119-131.
- Word Economic Forum (2020). *Global gender gap report 2020*. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf). Erişim Tarihi: 3 Ocak 2021
- Yağın Güder, S. ve Alabay, E. (2015). *4-6 yaş okul öncesi dönem çocuklarının bakış açısıyla babaları*. Presented at the 4. Uluslararası Okul Öncesi Eğitimi Kongresi, 02.09.2015-05.09.2015. Ankara.
- Yağın Güder, S., Ay, A., Saray, F., ve Kılıç, İ. (2017). Okul öncesi dönem çocuklarının izledikleri çizgi filmlerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları açısından incelenmesi: Niloya örneği. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 96-111.
- Yazgan İnanç, B. ve Yerlikaya, E. E. (2011). *Kişilik kuramları*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Simsek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8th ed.). Ankara Seçkin Yayınevi.
- Yörükoğlu, A. (1992). *Değişken toplumda aile ve çocuk* (4. baskı). İstanbul: Özgür Yayınları
- Yurtbaşı, M. (2014). Özbekistan'dan ve Anadolu'dan çocuk atasözleri. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 7(13), 85-146.