

TOPLUMSAL CİNSİYET VE SOSYAL MEDYA ARAŞTIRMALARINA BİBLİYOMETRİK BİR BAKIŞ

Esra Bütün Aydın*

Özet

Toplumsal cinsiyet, toplumsal birtakım normları içerisinde barındıran kültürel ve psikolojik bir kavramdır. Bireylere doğumlarından itibaren atfedilen ve kadın veya erkek olma durumu ile ilişkilendirilen kavram, toplumsal roller, davranışlar ve beklentilerden oluşmaktadır. Cinsiyet, genellikle kadın veya erkek olma durumunu ifade eden biyolojik bir unsurdur. Toplumsal cinsiyet ise bireyin içerisinde yaşadığı sosyal ve kültürel çevreyle ilişkilendirilmektedir. Kadın ve erkeğe atfedilen roller ve davranış kalıpları, bireylerin günümüzde yoğun şekilde etkileşime girdiği sosyal medya mecralarında da cinsiyetin toplumsal olarak inşa edilmesine katkı sunmaktadır. Çünkü sosyal medya, modern toplumlarda toplumsal cinsiyetin anlaşılma ve icra edilme biçimlerini yansıtmaktadır. Birbirinden farklı platformlar, kültürler ve toplumsal bağlamlar, toplumsal cinsiyetin çevrimiçi alanlarda nasıl anlaşıldığını ve deneyimlendiğini büyük oranda etkilemektedir. Bu kapsamda çalışmada, Türkiye’de yazılan lisansüstü tezlerde toplumsal cinsiyet kavramının sosyal medya mecralarındaki yansımalarının bir haritasını çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaçla, son 10 yılı kapsayacak şekilde 2013 ile 2023 yılları arasında yazılmış olan “toplumsal cinsiyet ve sosyal medya” konulu tezler bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. YÖK’ün Ulusal Tez Merkezi veri tabanından anahtar kelimeler ile gelişmiş arama yapılarak konu ile ilgili toplamda 189 teze ulaşılmış, çeşitli filtrelemeler sonrası çalışma amaç ve kapsamına uygun olan 97 tez değerlendirmeye alınmıştır. Bu tezlerden 85’i yüksek lisans, 12’si doktora tezidir. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu lisansüstü tezlerin çok sayıda farklı disiplin ve anabilim dalında farklı boyutlarla ele alındığı görülmüştür. Dikkat çekici bulgulardan bir diğeri de çalışmalarını gerçekleştiren danışman ve yazarların büyük çoğunluğunun kadın olmasıdır. Gerçekleştirilen araştırmalarda en çok nitel araştırma yöntemi kullanılırken, tekli sosyal medya mecrasının kullanımının yanı sıra çoğunlukla birden fazla sosyal medya mecrasının çoklu analizinin gerçekleştirildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Sosyal Medya, Halkla İlişkiler, Bibliyometrik Analiz.

*Sorumlu Yazar: Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü. esrabudun@klu.edu.tr. ORCID: 0000-0003-4533-8657

Geliş Tarihi: 27.08.2023 Kabul Tarihi: 22.09.2023 Yayın Tarihi: 28.09.2023

Atıf Bilgisi / Reference Information

Aydın, E. B. (2023). Toplumsal Cinsiyet ve Sosyal Medya Araştırmalarına Bibliyometrik Bir Bakış. Türkiye Medya Akademisi Dergisi. Cilt: 3 Sayı: 6, s. 256-281. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378649>

Finansal destek var mı? Varsa, finansal destek kaynağını belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): **Hayır**
Çıkar çatışması var mı? Varsa belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): **Yok**
Teşekkür açıklaması var mı? Varsa belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): **Yok**

A BIBLIOMETRIC OVERVIEW ON GENDER AND SOCIAL MEDIA RESEARCH

Esra Bütün Aydın*

Abstract

Gender is a cultural and psychological concept that includes a number of social norms. The concept, which is attributed to individuals from birth and associated with the state of being a woman or a man, consists of social roles, behaviours and expectations. Gender is a biological element that generally refers to the state of being a woman or a man. Gender, on the other hand, is associated with the social and cultural environment in which the individual lives. The roles and behaviour patterns attributed to women and men contribute to the social construction of gender in social media channels where individuals interact intensively today. Because social media reflects the ways in which gender is understood and performed in modern societies. Different platforms, cultures and social contexts greatly influence how gender is understood and experienced in online spaces. In this context, this study aims to map the reflection of the concept of gender on social media in postgraduate theses written in Turkey. For this purpose, theses on "gender and social media" written between 2013 and 2023, covering the last 10 years, were analysed through bibliometric analysis. A total of 189 theses on the subject were reached by advanced search with keywords from the National Thesis Centre database of YÖK, and 97 theses that were suitable for the purpose and scope of the study after various filtering were taken into consideration. Of these theses, 85 are master's theses and 12 are doctoral theses. It was observed that postgraduate theses on gender and social media were addressed with different dimensions in many different disciplines and departments. Another striking finding is that the majority of the supervisors and authors of the studies are women. While qualitative research method was mostly used in the studies, it was observed that in addition to the use of single social media channels, multiple analyses of more than one social media channel were mostly performed.

Keywords: Gender, Social Media, Public Relations, Bibliometric Analysis.

*Corresponding Author: Kırklareli University, Vocational School, Department of Marketing and Advertising. esrabudun@klu.edu.tr. ORCID: 0000-0003-4533-8657

Received Date: 27.08.2023 Accepted Date: 22.09.2023 Published Date: 28.09.2023

Is there financial support? Indicate the source of financial support, if any. (Must be answered):No

Is there a conflict of interest? If so, please specify. (Must be answered):No

Is there a thank you explanation? If so, please specify. (Must be answered): No

GİRİŞ

Biyolojik cinsiyet, toplumsal cinsiyet ile her ne kadar eş tutulmaya çalışılsa da bu iki kavram birbirinden oldukça farklıdır. Biyolojik cinsiyet, erkek veya kadın olmak ile kategorize edilen, fizyolojik ve anatomik nitelik ile farklılıkları ifade etmektedir (Özdemir, Batga, & Uçar, 2019). Genetik ve hormonal yapı ile beyin yapısı bireylerin cinsiyet gelişimlerinde oldukça etkilidir. Yeni doğan bir bebek düşünüldüğünde bu bebeğin biyolojik cinsiyeti olmasına karşın toplumsal cinsiyetinin de zamanla sosyal yapı içerisinde toplumsal normlar ve davranış kalıplarıyla şekillendiğini ifade etmek mümkündür. Özellikle bireylerin tutum ve davranışlarının öncüsü olan aile, arkadaş grupları, okul, sosyal çevre ve günümüzde medya, bu toplumsal modellerin oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Cinsiyetin toplumsal açıdan kimlik bulması, toplumsal cinsiyet algısının bir sonucudur.

Toplumsal cinsiyet, toplumsallaşma süreci ile gelişen ve toplumdaki bireylerin cinsiyetine göre sınıflandırılarak eğitime süreci şeklinde ifade edilmektedir (Uzun & Özkan, 2020). Bu yönüyle kadınlık ve erkeklik fenomenlerinin biyolojik oluşumundan öte karmaşık ve çok yönlü bir kavramdır. Cinsiyetin sosyo-psikolojik ve sosyo-kültürel bağlamlarda ele alınması doğal olarak sosyal yapı içerisinde birtakım değişimlere uğramasına neden olmuştur. Bireylerin doğumlarından itibaren kendilerine atfedilen kadınlık ve erkeklik kalıp yargıları onların benlik algısını toplumsal rol ve beklentiler doğrultusunda şekillendirmektedir. Bu cinsiyet kimliği olarak da adlandırılacak toplumsal cinsiyet, her bir bireyin cinsiyet deneyim merkezindeki psikolojik bir yansımanın sonucunda oluşmaktadır. Bu psikolojik yansımanın temel nedeni ise bireylere bebeklikten itibaren algıladıkları cinsiyete göre davranışlar sergilemeleri gerektiğini dikte eden toplumsal dinamiklerdir. Bu durum sosyal yapı içerisinde toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının oluşmasına neden olmaktadır. Bu kalıp yargılar erkek ve kadının karakter yapısından, fiziksel özelliklerine; toplumsal rol beklentilerinden meslek seçimlerine kadar geniş bir yelpazede kendini göstermektedir. Bahsi geçen kalıp yargılarının kendine en fazla taraftar bulduğu ortam ise medyadır ve özellikle de dijital mecralardan sosyal medya araçlarıdır.

İnternet kullanımının her geçen gün yoğunlaştığı günümüzde, bireylerin modern iletişim yöntemi olarak gördüğü sosyal medya, söz konusu cinsiyet kimliklerinin

toplumsal açıdan şekillendiği bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya aracılığıyla iletilen mesajlar ister açık ister bilinçaltına gizlice yerleştirilmiş olsun, izleyicileri arasında toplumsal cinsiyet rollerinin normalleştirilmesini, kalıplaştırılmasını ve içselleştirilmesini teşvik etmekte bu sayede de topluma dahil olmalarını beklemektedir (Çelebi, 2022; Güler, 2014). Çevrimiçi platformlardan en çok tercih edileni olan sosyal medya ise toplumsal cinsiyet temsilleri, kimliklerin oluşumu ve benlik algılarını şekillendirmede olan etkisi nedeniyle pek çok araştırmaya konu olmuştur.

Bu kapsamda, araştırmada Türkiye’de yazılan lisansüstü tezlerde, toplumsal cinsiyet ve sosyal medyanın ele alınmış biçimini analiz etmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda YÖK’ün hizmet sunduğu Ulusal Tez Merkezi veri tabanı uygun anahtar kelimeler ile taranmış, elde edilen yüksek lisans ve doktora tezlerinin bibliyometrik bir analizi yapılmıştır. Bu yöntemle, lisansüstü tezlerin ampirik verileri analiz edilerek sistematik yayın modelleri ortaya çıkarılmıştır (Gan & Wang, 2014). Bu kapsamda bulgular kısmında aktarılan araştırma sorularına cevaplar aranarak, çıkarımlar yapılmış; bulgular analiz edilerek gelecek araştırmalar için yol gösterici olması hedeflenmiştir.

TOPLUMSAL CİNSİYET LİTERATÜRÜNE GENEL BİR BAKIŞ

Cinsiyet, bireylerin doğuştan getirmiş oldukları, kadın ve erkek olmanın bir getirisi olarak genetik, fizyolojik ve biyolojik özellikleri tanımlamaktadır. Toplumsal cinsiyet ise kültürün kadın ve erkeğe yüklediği anlamlar ve beklentilerden oluşmaktadır (Bhasin, 2003). Toplumların, belirli bir düzen içerisinde var olma ve birlikte sürdürülebilir bir yaşam sürmek amacıyla kültürü, şekillendirici bir araç olarak gördüğünü ifade etmek mümkündür. Bu şekillendirici işlev süresince bireylere ve toplumlara atfedilen birtakım beklentiler bulunmakla beraber bunların en başta geleni toplumsal cinsiyet kavramıdır (Bingöl, 2014).

Doğumla birlikte gelen cinsiyet, kolay kolay değişmeyen biyolojik ve fizyolojik bir unsurdur. Ancak insanoğlunun icadı olan toplumsal cinsiyet, yeryüzündeki varoluştan itibaren sosyalleşme ile bireylere öğretilmektedir. Dahası doğacak olan çocukları için hazırlık yapan ebeveynler roller örgüsünü inşa etmenin ilk adımını atmış olurlar. Bireylere öğretilen kadınlık veya erkeklik olgusu doğrultusunda, onun için doğru, uygun veya aksine olacak tutum ve davranışların tamamı sosyalleşme sürecinde inşa

edilmektedir. Tarihsel dönem içerisinde farklılık gösterse de topluma uyum sağlamak noktasında her bireyin bu rollere göre davranması beklenmektedir (Yılmaz, 2018). Geleneksel anlamda kadınlık ve erkeklığe atfedilen özellik ve davranışlar bütünü olan toplumsal cinsiyet rolleri, kadına özel alan olan ev içini, erkeğe ise kamusal alan olan dış alanı uygun görmektedir (Dökmen, 2012). Bireylerin sosyal yaşamları, etkinlikler, davranışlar ve roller ile bütünleşmiş olduğundan, ortak yaşama katılmanın en kolay yolu sosyal rollerin benimsenmesi ve uygulanması ile mümkün görünmektedir. Nitekim bir bireyin kimliği, sosyal rollerinin kompleks bir karışımı olarak da tanımlanabilmektedir (Abrar & Ghouri, 2010).

Toplumsal cinsiyet rollerinin baskın olduğu bir toplum içerisinde bu rollerin birer kalıp yargı şekline bürünmesi kaçınılmazdır. Çünkü toplumun kadına yüklediği feminenlik ile erkeğe yüklediği maskülenlik, onların toplumsal kabulünün ön şartını oluşturmaktadır. Bu nedenle hem gündelik yaşantıda hem de özel yaşamda bu roller çerçevesinde davranmak onaylanmanın diğer bir deyişle dışlanmamanın anahtarı konumundadır. Toplumsal cinsiyet kavramı düşünüldüğünde ilk akla gelen kavramın kadın olması aslında sosyal yaşantıda kadına yüklenen anlam ve rollerin fazlalığını göstermektedir. Çünkü toplumsal cinsiyet kavramı yalnızca kadına atfedilen özelliklerden oluşmamakta erkeğe de yüklenen özellikler neticesinde anlam bulmaktadır. Ancak hem literatürde hem de gündelik yaşamda toplumsal cinsiyet kavramı kadın-kadınlık olgusuyla bir tutulmaktadır.

Toplumsal cinsiyet ile ilgili literatür incelendiğinde kadın ile özdeşleşen çok sayıda araştırma göze çarpmaktadır. Bunlardan birisi Çakır'ın 2021 yılında gerçekleştirmiş olduğu çalışmadır. Türkiye'de 2019 yılına kadar yapılmış olan araştırmaları inceleyen Çakır, bu alanın son yıllarda giderek artan zenginlikte çalışmaya konu olduğunu göstermiştir. 1980 sonrası ortaya çıkmış olan ikinci dalga feminist hareket ile 1990 sonrasında Türkiye'deki sosyal disiplinlerin kadın çalışmalarına verdiği önem bu zenginliğin en büyük nedeni olmuştur. Çalışma sonunda kadınların günümüzde yaşadıkları cinsiyetçilik veya ataerkil sistemin yarattığı ezme/ezilme biçimleri ile kadın-erkek arasındaki iktidar ilişkisi açık edilmiştir. Dahası bu yapının tarihsel olarak nasıl inşa edildiği açığa çıkarılmıştır (Çakır, 2021). Bir diğer çalışmada, Yavuz ve Ilgın, toplumsal cinsiyet, kadın ve medyayı içeren lisansüstü tezler üzerine bir araştırma yapmıştır.

Araştırma sonucunda içerisinde kadın ve dizi geçen lisansüstü tezlerin çoğunlukla kadınlar tarafından yazıldığı görülmüştür (Yavuz & Ilgın, 2023).

Bir diğer çalışmada, alan yazındaki kadın konusu konaklama işletmeleri ölçeğinde ele alınmış, elde edilen bulgulara göre turizmde kadınların çoğunlukla cam tavan engelleri, ücret ayrımcılığı ve yönetim kademelerindeki rollerine ilişkin sonuçlar kapsamında incelenmiştir (Elmas & Boyacıoğlu, 2021).

Kadınlar günü reklamlarını ele alan bir diğer çalışmada, incelenen 31 reklam filminde mevcut literatürdeki stereotiplere tamamen zıt olan sonuçlara ulaşılmıştır. Öyle ki reklamlarda yer alan kadınlar, büyük oranda yerleşik toplumsal cinsiyet stereotiplerindeki geleneksel rollerin dışında betimlenmiştir. Bu anlamda reklamların toplumsal cinsiyet eşitliğine hizmet ettiği sonucuna varılmıştır (Çilingir Ük, 2019).

Bu çalışmanın da yöntemini oluşturan bibliyometrik analiz, toplumsal cinsiyet konulu bilimsel çalışmaların analizi için oldukça sık kullanılan bir yöntemdir. Sovyet sonrası ülkelerdeki toplumsal cinsiyet araştırmalarına dayalı bir araştırma yapan Kataeva ve arkadaşları, Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra özellikle 2017 ve 2021 yılları arasında toplumsal cinsiyet konulu araştırmaların ciddi anlamda artış gösterdiğini ortaya koymuştur (Kataeva, Durrani, & Rakhimzhanova, 2023).

Bir diğer araştırma kadın çalışmaları ve toplumsal cinsiyet konulu çalışmalarda fazlaca kullanılan şiddet temalı bir araştırmadır. Araştırmada, kadına yönelik şiddet konulu ilk çalışmanın 2003 yılında yapıldığı, konuya ilişkin ilginin ise 2015 yılından sonra ivme kazandığı sonucuna varılmıştır. Web of Science (WOS) üzerinde aynı konulu ilk araştırma 1975 yılında iken Türkiye'deki araştırmaların oldukça geç bir tarihte başladığı görülmektedir. Çalışma bulgularına göre kadına yönelik şiddet konulu çalışmaların yarısından fazlasının kadın yazarlar tarafından gerçekleştirildiği görülmüştür (Koç, 2020). Şiddet konulu bir diğer çalışmada Web of Science (WOS) veri tabanı üzerinden “violence against women” anahtar kelimesi ile tarama yapılmış, tarama sonucu 2000 senesi itibari ile yapılan çalışmalarda monoton bir artış gözlenmiş, bu araştırmalarda lider ülkenin Amerika olduğu sonucuna varılmıştır. Özellikle de 2010 sonrasında konu ile ilgili çalışan üniversite ve akademisyenler arasındaki iş birliği dikkat çekmiştir (Yıldırım & Ergüt, 2016).

Dijital platformların hızla gelişmesinin bir sonucu olarak toplumsal cinsiyet konusunun bu alanda karşılık bulması kaçınılmazdır. Özellikle sosyal medyanın ses yükseltebilme, kendini ifade edebilmek için alan sağlama gibi özellikleri neticesinde toplumsal cinsiyete ilişkin tartışmaların ve deneyimlerin yaşanmasına olanak sağladığı bilinmektedir. Söz konusu deneyimleri diğerleri ile paylaşmak ve olabildiğince bağlantıda kalma isteği, sosyal medya kullanımının yoğunlaşmasının en önemli nedenleri arasındadır. Sosyal medya, 1995 itibari ile “World wide web (www)” şeklinde ortaya çıkmış, Web 1.0’den başlayıp günümüzde Web 4.0’a ulaşarak büyük bir gelişim göstermiştir (Aghaei, Nematbakhsh, & Farsani, 2012). Sosyal medyanın bu denli gelişmesi, toplumsal cinsiyet, kadın temsili ve kadın çalışmalarının bu alan üzerinde yoğunlaşmasının önünü açmıştır. Çünkü medya başlı başına toplumsal cinsiyet rollerinin nesiller boyu aktarılması, sürdürülmesi, yeniden üretilmesi ve bireylere benimsetilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Soydan & Küçükşen, 2022). Bu çalışma da bu gerekçe ile toplumsal cinsiyet ve sosyal medya ikilisinin bilimsel çalışmalara olan yansımalarına odaklanmıştır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmada Türkiye’de yazılan lisansüstü tezlerde, toplumsal cinsiyetin sosyal medya mecralarındaki yansımalarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, aşağıdaki şu soruların cevabı aranmaktadır:

1. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konularında yazılan tezlerin lisansüstü düzeye göre dağılımı nasıldır?
2. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konularında yazılan tezlerin yazım diline göre dağılımı nedir?
3. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerin üniversitelere göre dağılımı nedir?
4. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerin enstitülere göre dağılımı nedir?

5. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
6. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerin danışmanlarının bilgileri nedir?
7. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerin yazarlarına ilişkin bilgiler nelerdir?
8. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerin sayfa aralığı nedir?
9. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerde hangi yöntemler kullanılmıştır?
10. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezler hangi dijital mecrayı konu almıştır?

Araştırmada yukarıda bahsi geçen araştırma sorularının cevabını bulmak için veri analiz yöntemi olarak bibliyometrik yöntem tercih edilmiştir. Bibliyometrik çalışmalar genel olarak mevcut çalışmaların hangi disiplin içerisinde yer aldığını tespit etmek ve varsa eksiklikleri ortaya çıkarmak için oldukça elverişli bir yöntemdir. Çünkü araştırmalardaki nitel ve nicel değişiklikleri saptamak, konuya dair bir profil çıkarmak ve ele alınan disiplindeki eğilimleri tespit etmede istatistiksel yöntemleri kullanmaktadır (Ulu & Akdağ, 2015; Kasemodel, Makishi, Souza, & Silva, 2016; Rey-Martí, Ribeiro-Soriano, & Palacios-Marqués, 2016). Bibliyografik veriler analiz edildiğinde alanla alakalı genel yapı, sosyal ağlar ve güncel ilgi odakları saptanıp, konuya panoramik bir bakış açısı sağlanması nedeniyle kullanımı hızla artan bir analiz çeşididir (Zupic & Čater, 2014; Toker, 2021). Bibliyometrik çalışmalar, veri setinden elde edilen bulguların düzenli hale getirilip tasnif edilmesi, geçmişten günümüze değin ele alınan konunun nasıl bir değişim trendi içerisinde olduğunu göstermek ve de bilimsel ilerlemeyi takip etmek açısından önem arz etmektedir (Şahin, Akdağ, Çakıcı, & Onur, 2018; Sugimoto, Ahn, Smith, Macaluso, & Larivière, 2019). Çalışmada, tarama modeli kullanılmış olup betimsel bir araştırma yapılarak duruma/konuya ilişkin durum tespitinde bulunulmuştur.

Araştırma Kısıtları

Çalışmada, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın hizmet sunduğu Ulusal Tez Merkezi'nin veri tabanı kullanılmıştır. Veri tabanı seçiminden sonra aşağıdaki filtrelemeler kullanılmıştır:

- 2013-2023 (Ocak 2013- Temmuz 2023) yılları arasındaki 10 yıllık bir zaman aralığı seçilmiştir.
- Bibliyometrik analiz kapsamında ele alınan lisansüstü tezlerin; sayısı, yılı, dili, hangi üniversite, enstitü ve anabilim dalında yazıldığı, tez danışmanı ve yazar ile ilgili bilgiler, sayfa sayısı aralığı, kullanılan yöntem ve hangi sosyal medya mecrasıyla ilgili olduğu belirlenmiş ve analiz bu kriterlerle sınırlandırılmıştır.
- “Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya (veya yeni medya)”, “Cinsiyet farklılıkları ve sosyal medya (veya yeni medya)” anahtar sözcükleri ile arama yapılmıştır.
- Çıkan sonuçlardan sadece tam erişime izin verilen (izinli) yüksek lisans ve doktora tezleri incelenmiştir.
- Aramada 189 adet tez çalışmasına ulaşılmış ancak anahtar sözcükler, sosyal medya kapsamı dışındaki çalışmalar, tam erişim izni olmayan çalışmalar kapsam dışı bırakıldıktan sonra çalışmaya uygun olan 97 tez ile araştırma sınırlandırılmıştır.

BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde yöntem kısmında aktarılan araştırma sorularının cevaplarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Araştırma Sorusu 1: 2013 ile 2023 yılları arasında toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konusunda kaç tane tez yazılmıştır?

Lisansüstü Düzey	Sayı
Doktora	12
Yüksek Lisans	85
<i>Top.</i>	<i>97</i>

Tablo 1. Toplumsal Cinsiyet ve Sosyal Medya Konusunda Yayınlanmış Lisansüstü Tez Sayısı

Çalışma kapsamında belirlenen tarih aralığında toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konularında yazılış olan tezlerin toplamı 97'dir. Çalışmaların, 12'si doktora, 85'i yüksek lisans tezinden oluşmaktadır.

Yıl	Yüksek Lisans	Doktora
2023	4	-
2022	13	2
2021	14	3
2020	11	3
2019	29	2
2018	5	1
2017	6	1
2016	1	-
2015	1	-
2014	1	-
2013	-	-
<i>Top.</i>	<i>85</i>	<i>12</i>

Tablo 2. Tezlerin Yazıldığı Yıla Göre Dağılımı

Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konularında yazılan tezlerin hem yüksek lisans hem de doktora düzeyinde yıllar içerisinde düzenli olmasa da belirli artış gösterdiği görülmektedir. 2023 yılının ilk 7 ayı baz alındığında sayının diğer yıllara oranla nispeten düşük olduğu söylenebilir. Konu ile ilgili en fazla tez yazılan yıl ise 2019 yılıdır.

Araştırma Sorusu 2: Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konularında yazılan tezlerin yazım diline göre dağılımı nedir?

Dil	Yüksek Lisans	Doktora
Türkçe	75	10
İngilizce	10	2
Top.	85	12

Tablo 3. Tezlerin Yayınlandığı Dil

Yazılmış tezlerin toplam sayısı baz alındığında 85 tanesinin Türkçe, 12 tanesinin ise İngilizce yazıldığı görülmektedir. Bu da tezlerin büyük bir çoğunluğunun (%82,45) Türkçe olarak hazırlandığını göstermektedir.

Araştırma Sorusu 3: Tezlerin üniversitelere göre dağılımı nedir?

Üniversite Adı	Yüksek Lisans	Doktora
Akdeniz Üniversitesi	1	2
Anadolu Üniversitesi	5	2
Ankara Üniversitesi	6	1
Atatürk Üniversitesi	2	-
Atılım Üniversitesi	1	-
Bahçeşehir Üniversitesi	1	-
Başkent Üniversitesi	1	-
Beykent Üniversitesi	3	-
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	2	-
Çukurova Üniversitesi	1	-
Dokuz Eylül Üniversitesi	2	-
Ege Üniversitesi	3	2
Erciyes Üniversitesi	-	1

Fırat Üniversitesi	1	
Galatasaray Üniversitesi		1
Gaziantep Üniversitesi	2	
Giresun Üniversitesi	-	1
Hacettepe Üniversitesi	1	-
Hitit Üniversitesi	1	-
İbn Haldun Üniversitesi	1	-
İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi	1	-
İstanbul Üniversitesi	5	1
İstanbul Bilgi Üniversitesi	4	1
İstanbul Arel Üniversitesi	1	-
İstanbul Aydın Üniversitesi	1	-
İstanbul Gelişim Üniversitesi	1	-
İstanbul Şehir Üniversitesi	1	-
İstanbul Ticaret Üniversitesi	1	-
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	1	-
Kocaeli Üniversitesi	3	-
Manisa Celal Bayar Üniversitesi	1	-
Marmara Üniversitesi	6	-
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	1	-
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	3	-
Pamukkale Üniversitesi	2	-
Sabancı Üniversitesi	1	-
Sakarya Üniversitesi	3	-

Selçuk Üniversitesi	3	-
Ufuk Üniversitesi	1	-
Üsküdar Üniversitesi	4	-
Yalova Üniversitesi	1	-
Yaşar Üniversitesi	3	-
Yeditepe Üniversitesi	2	-
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	1	-
Top.	85	12

Tablo 4. Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımı

Çalışma kapsamında belirlenen zaman aralığı olan son 10 yıl (2013-2023) içerisinde Türkiye'deki 44 üniversitede toplumsal cinsiyet ve sosyal medyayı konu alan tezler yazılmıştır. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konularında en fazla tez yazılan üniversiteler ise Ankara Üniversitesi ile Marmara Üniversitesi olmuştur.

Araştırma Sorusu 4: Tezlerin enstitülere göre dağılımı nedir?

Enstitü	Yüksek Lisans	Doktora
Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü	1	-
Fen Bilimleri Enstitüsü	1	-
Göç Enstitüsü	1	-
İşletme Enstitüsü	1	-
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	10	-
Lisansüstü Programlar Enstitüsü	3	1
Sosyal Bilimler Enstitüsü	68	11
Top.	85	12

Tablo 5. Tezlerin Enstitülere Göre Dağılımı

Belirlenen konu ve zaman aralığındaki tezlerin en fazla Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yazıldığı görülmektedir. Ardından Lisansüstü Eğitim Enstitüsü ve Lisansüstü Programlar Enstitüsü gelmektedir.

Araştırma Sorusu 5: Tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı nasıldır?

Anabilim Dalları	Yüksek Lisans	Doktora
Adli Bilimler	1	-
Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi	1	-
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	1	-
Felsefe Grubu Eğitimi	1	-
Gazetecilik	11	2
Genel Gazetecilik	1	-
Halkla İlişkiler	1	-
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	5	1
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	2	-
Hukuk	1	-
İletişim	4	3
İletişim Bilimleri	3	2
İletişim Sanatları	1	-
İletişim Tasarımı ve Yönetimi	1	-
İletişim ve Tasarım	1	-
İletişim ve Toplumsal Dönüşüm	1	-
İngiliz Dili ve Edebiyatı	1	-
İşletme (İngilizce)	1	-
Kadın Çalışmaları	6	-
Kadın ve Aile Araştırmaları	1	-

Kamu Yönetimi	1	-
Klinik Psikoloji	2	-
Kültürel Çalışmalar	2	-
Kültürel İncelemeler	2	-
Medya ve İletişim	1	-
Medya ve İletişim Sistemleri	3	-
Medya ve İletişim Yönetimi	1	-
Medya ve Kültürel Çalışmalar	1	-
Psikoloji	2	-
Radyo Televizyon ve Sinema	8	1
Sinema ve Televizyon	-	1
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	1	-
Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler	-	1
Sosyal Hizmet	1	-
Sosyoloji	10	1
Yeni Medya ve Gazetecilik	3	-
Yeni Medya ve İletişim Yönetimi	1	-
Yerel Yönetimler	1	-
Top.	85	12

Tablo 6. Tezlerin Yazılmış Olduğu Anabilim Dalına İlişkin Dağılımı

Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya alanında 38 farklı anabilim dalında tez yazıldığı görülmektedir. Bu konudaki tezler, en fazla Gazetecilik Anabilim Dalında ve Sosyoloji Anabilim Dalında yazılırken, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı ile Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalında da yazılan tezlerin sayısı dikkat çekmektedir. Ayrıca Adli Bilimler Anabilim Dalı, Felsefe

Grubu Eğitimi Anabilim Dalı gibi farklı anabilim dallarında yazılan tezlerin sayısı da göze çarpmaktadır.

Araştırma Sorusu 6: Tez danışmanlarının bilgileri nedir?

		Prof.Dr.	DoçDr.	Dr.Öğr.Üyesi	Dr.
Doktora	Kadın	6	-	-	-
	Erkek	2	4	-	-
Yüksek Lisans	Kadın	15	31	14	1
	Erkek	5	9	10	-
Top.		28	44	24	1

Tablo 7. Tez Danışmanlarının Bilgileri

Yazılan tezlerin danışman bilgilerine göre tezlerin 44'ü Doçent, 28'i Profesör, 25'i ise Öğretim Üyesi/Doktor unvanına sahiptir. Bunun yanı sıra toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerin danışmanlığını yapan akademisyenlerin 67'sinin kadın, 30'nun ise erkek olduğu görülmektedir.

Araştırma sorusu 7: Yazarlara ilişkin bilgiler nelerdir?

	Kadın	Erkek
Yüksek Lisans	75	10
Doktora	9	3
Top.	84	13

Tablo 8. Tez Yazarlarına İlişkin Bilgiler

Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezlerin çok büyük bir çoğunluğunun kadın araştırmacılar tarafından ele alındığı görülmektedir. Toplamda 97 tezden 84'ünü kadın, 13'ünü ise erkek bir araştırmacılar yazmıştır.

Araştırma Sorusu 8: Tezlerin sayfa aralığı nedir?

	Yüksek Lisans	Doktora
100 sayfa altı	18	-

100-200 sayfa	59	2
200-300 sayfa	7	4
300-400 sayfa	1	4
400 sayfa üzeri	-	2
Top.	85	12

Tablo 9. Tezin Sayfa Aralığına Dair Bilgiler

Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin en fazla 100-200 sayfa aralığında yazıldığı görülmektedir. Doktora düzeyinde ise 200-300 ila 300-400 sayfa aralığında yazılan tezler çoğunluğu oluşturmaktadır. 100 sayfa altında yazılan doktora tezi bulunmazken, 18 adet yüksek lisans tezi 100 sayfa altında yazılmıştır. 400 sayfa üzerinde ise 2 adet doktora tezi yazılmışken, bu sayfa aralığında yazılmış yüksek lisans tezi bulunmamaktadır.

Araştırma Sorusu 9: Tezlerde hangi yöntemler kullanılmıştır?

Yöntem	Yüksek Lisans	Doktora
Nicel	12	-
Nitel	70	7
Karma	2	5
Derleme	1	-
Top.	85	12

Tablo 10. Tezlerde Kullanılan Yönteme İlişkin Dağılım

Yazılan tezlerde en fazla nitel yöntem kullanılmışken, en az karma yöntemin kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte 1 adet derleme tez bulunmaktadır. Nitel yöntemlerden ise en fazla içerik analizi ve derinlemesine görüşme tekniklerinden faydalanılmıştır. Ardından anket, söylem analizi ve göstergebilim kullanılan diğer teknikler arasında yer almaktadır. Tekniklerin birlikte kullanımı nedeniyle çalışmalarda kullanılan teknik ayrımı net şekilde belirlenememektedir (örneğin; anket-görüşme, göstergebilim-söylem analizi, anket-içerik analizi gibi).

Araştırma Sorusu 10: Yazılan tezler hangi dijital mecrayı konu almıştır?

Dijital Mecralar	YüksekLisans	Doktora
Sosyal medya araçları (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube, TikTok vd.)	63	9
Bloglar ve diğer web siteleri	11	1
Akıllı telefon ve uygulamaları	-	1
Dijital platformlar (gazete, dizi, oyunlar, reklamlar vd.)	11	1
Top.	85	12

Tablo 11. Tezlerin İlgili Olduğu Dijital Mecraya İlişkin Dağılım

Belirlenen tarih aralığında toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konusunda yazılan tezlerde en fazla Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube gibi popüler sosyal medya araçları ele alınmıştır. Bunun yanı sıra bloglar, diğer web sayfaları ile dijital platformlardaki habercilik, oyunlar, dizi ve filmler öne çıkmaktadır.

SONUÇ

Toplumsal cinsiyet fenomeni, biyolojik, sosyal, psikolojik ve kültürel faktörlerle ilgili karmaşık ve çok boyutlu bir kavramdır. Bu nedenle bireysel kimliğin temel yönü olan toplumsal cinsiyet, sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve akademik pek çok alanda giderek artan bir ilgi ve inceleme konusu haline gelmiştir. Çünkü toplumsal cinsiyet, biyolojik, sosyolojik ve kültürel etkileşim içerisinde var olabilen bir kavramdır.

Sosyalleşme sürecinde toplumsal normların, beklentilerin ve rollerin, cinsiyet kimliğini şekillendirmedeki etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Bu anlamda çocukluktan itibaren bireylerin, biyolojik cinsiyetleriyle neredeyse her koşulda örtüşebilecek belirli toplumsal cinsiyet rollerine göre davranışları beklenmektedir. Her ne kadar kadınlık ve erkeklik evrensel birtakım niteliklere sahipmiş gibi görünse de kültürel normlar ve uygulamalar, bireylerin toplumsal cinsiyetlerini nasıl ifade ettiklerini önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle de internet kullanımının bu denli fazlaştığı günümüzde, söz konusu ifade ediş şekli dijital mecralara evrilmiş durumdadır.

Teknoloji günlük hayata giderek daha fazla entegre olurken, çevrimiçi platformların cinsiyet ifadesini, kimlik oluşumunu ve hatta çevrimiçi zorbalığın nasıl evrildiğini anlamak yeni bir ilgi alanı olarak görülmektedir. Araştırmacılar, çeşitli platformlar aracılığıyla toplumsal cinsiyet algısı, sunumu, temsili; kadına yönelik şiddet,

çalışma hayatında kadının yeri gibi alanla birleştirerek analiz etmektedir. Tarihsel gelişim sürecindeki değişime paralel şekilde toplumsal cinsiyet algısındaki değişim, çeşitli disiplinler içerisinde araştırılarak konuya dair genel çıkarımlarda bulunulabilmektedir.

Bu çalışmada da toplumsal cinsiyetin sosyal medyadaki yansımalarına ilişkin genel bir bakış açısı oluşturmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Türkiye’de toplumsal cinsiyet ve sosyal medya ile ilgili yazılan lisansüstü tezler, son on yılı kapsayacak şekilde tarama modeliyle elde edilmiştir. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı’nın hizmet sunduğu Ulusal Tez Merkezi’nin veri tabanında “Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya (veya yeni medya)”, “Cinsiyet farklılıkları ve sosyal medya (veya yeni medya)” anahtar sözcükleri ile arama yapılmış ve 97 lisansüstü tez üzerinde analiz gerçekleştirilmiştir. İncelenen 97 tezden 85’i yüksek lisans, 12 tanesi doktora tezidir. Analizden elde edilen bulgulara göre toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konusunda en fazla tez yazılan yıl 2019’dur. Lisansüstü tezlerin yaklaşık %90’ı Türkçe yazılmıştır. Toplumsal cinsiyet ve sosyal medya konulu tezleri en çok ele alan üniversiteler Ankara Üniversitesi ile Marmara Üniversitesi’dir. Bunun yanında konu ile ilgili tezlerin büyük çoğunluğu sosyal bilimler enstitüsüne bağlı programlarda en çok ise gazetecilik ve sosyoloji anabilim dallarında yazılmıştır. Doktora düzeyindeki tezlerin sayfa aralığı 200-400 sayfa iken, yüksek lisans tezlerinin sayfa aralığı 100-200 arasındadır. Tez danışmanlarının yaklaşık %70’i Doçent ve kadın akademisyenlerden oluşmaktadır. Yazarların ise %80’inden fazlası kadındır. Çalışmalarda en fazla nitel yöntemler kullanılırken, sosyal medya mecralarından Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube, TikTok gibi platformlar kullanılmıştır. Bunun yanı sıra bloglar, diğer web sayfaları ile dijital ortamdaki dizi, film, oyun, habercilik ile ilgili platformlar araştırmalara dahil edilmiştir. Sonuç olarak, araştırma kısıtları değiştiğinde araştırma bulgularının değişmesi olasıdır. Bununla birlikte elde edilen bulguların ve yapılan çıkarımların gelecekteki araştırmalara yol göstermesi amaçlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abrar, N., & Ghouri, A. (2010). Dual earners and balance in their family and work life: Findings from Pakistan. *European Journal of Social Sciences*, 17(1), s. 28-40.
- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. A., & Farsani, H. K. (2012). Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1), s. 1-10.
- Bhasin, K. (2003). *Toplumsal cinsiyet "bize yüklenen roller"*. (K. Ay, Çev.) İstanbul: Kadav Yayınları.
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal cinsiyet olgusu ve Türkiye'de kadınlık. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, s. 108-114.
- Çakır, S. (2021). Kadın tarihi araştırmaları Türkiye bibliyografyası. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*(22), s. 95-132.
- Çelebi, E. (2022). Medyanın toplumsal cinsiyet rolleri üzerindeki etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(82).
- Çilingir Ük, Z. (2019). Toplumsal cinsiyet stereotiplerinin kadınlar günü reklamları üzerinden değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*(24), s. 1-16.
- Dökmen, Z. (2012). *Toplumsal cinsiyet: Sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Elmas, Ç., & Boyacıoğlu, E. Z. (2021). 'Kadın ve Turizm' konulu çalışmaların görsel haritalama tekniğine göre bibliyometrik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), s. 1051-1069.
- Gan, C., & Wang, W. (2014). A bibliometric analysis of social media research from the perspective of library and information science. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 4(45), s. 23-32.
- Güler, N. (2014). İletişim, toplumsal cinsiyet ve ideoloji. *Journal of Yaşar University*, 9(34), s. 6023-6043.

- Kasemodel, M. C., Makishi, F., Souza, R. C., & Silva, V. L. (2016). Following the trail of crumbs: A bibliometric study on consumer behavior in the food science and technology field. *International Journal of Food Studies*, 5(1), s. 73-83.
- Kataeva, Z., Durrani, N., & Rakhimzhanova, A. (2023). Evolution of gender research in the social sciences in post-Soviet countries: A Bibliometric analysis. *Scientometrics*, 128(3), s. 1639-1666.
- Koç, O. (2020). Web of Science üzerinde indekslenen kadına yönelik şiddet araştırmalarına bibliyometrik bir bakış. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*,(21), s. 19-35.
- Özdemir, L., Batga, B., & Uçar, B. (2019). Öğrencilerin toplumsal cinsiyet algılarını etkileyen demografik niteliklerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(24), s. 212-228.
- Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(5), s. 1651-1655.
- Soydan, E., & Küçükşen, K. (2022). Toplumsal cinsiyet eşi(siz)liğinin medyadaki nizedüşümleri. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3), s. 18-28.
- Sugimoto, C. R., Ahn, Y. Y., Smith, E., Macaluso, B., & Larivière, V. (2019). Factors affecting sex-related reporting in medical research: a cross-disciplinary bibliometric analysis. *The Lancet*, 393(10171).
- Şahin, E., Akdağ, G., Çakıcı, C., & Onur, N. (2018). Gastronomi ve mutfak sanatları anabilim dallarında yayınlanan tezlerin bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), s. 30-41.
- Toker, A. (2021). Yayınla veya yok ol! Rekreasyon yönetimi araştırmaları nereye gidiyor? Bibliyometrik bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), s. 2107-2126.
- Ulu, S., & Akdağ, M. (2015). Dergilerde yayınlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili: Selçuk İletişim örneği. *Selçuk İletişim*, 9(1), s. 5-21.

- Uzun, Y., & Özkan, R. (2020). Üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet eşitliğine dair görüşleri. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 6(2), s. 163-184.
- Yavuz, C., & Ilgın, H. Ö. (2023). Medya ve kadın; İsminde toplumsal cinsiyet, kadın ve dizi kelimeleri geçen lisansüstü tezler üzerine bir araştırma. *Journal of Communication*, 3(2), s. 95-107.
- Yıldırım, İ., & Ergüt, İ. (2016). Kadına yönelik şiddet araştırmaları: 2000 yılı ve sonrası için bibliyometrik bir analiz. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 38(2), s. 311-333.
- Yılmaz, S. (2018). Toplumsal cinsiyet rollerinin günlük hayattaki yansımaları: Çorum/Alaca örneği. *İmgelem*, 2(2), s. 59-79.
- Zupic, I., & Čater, T. (2014). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), s. 429-472.

EXTENDED ABSTRACT

The concepts of biological sex and gender are quite different. Biological sex encompasses the genetic, physiological and biological characteristics that individuals are born with. Gender, on the other hand, refers to the physiological and anatomical characteristics and differences categorized as male or female. Although a newborn baby has a biological gender, it is possible to say that its social gender is shaped over time within the social structure. Especially family, friend groups, school, social environment and today's media, which are the pioneers of individuals' attitudes and behaviors, pave the way for the formation of these social models. The main element that dictates that individuals should exhibit behaviors appropriate to their gender within the social structure is social norms. This situation has led to the formation of gender stereotypes over time. These stereotypes manifest themselves in a wide range from the character structure of women and men to their physical characteristics, from social role expectations to their choice of profession. The environment where stereotypes and the way of developing behavior in accordance with the phenomenon of femininity or masculinity gather the most supporters is undoubtedly social media tools.

In this digital age where the use of the Internet and social media is increasing day by day, individuals use social media as a source point for many social dynamics. Social media, which is the most preferred online platform, has been the subject of many studies due to its impact on gender representations, the formation of identities and the shaping of self-perceptions. The development of social media has paved the way for gender, women's representation and women's studies to focus on this field. For this reason, this study focuses on the reflection of gender and social media on scientific studies. In this context, the study aims to reveal the reflection of the concept of gender on social media channels in graduate theses that are considered as scientific studies. For this purpose, the following research questions were answered through the findings obtained from the data set:

1. What is the distribution of theses on gender and social media according to graduate level?
2. What is the distribution of theses on gender and social media according to the language of writing?

3. What is the distribution of theses on gender and social media according to universities?
4. What is the distribution of theses on gender and social media according to institutes?
5. What is the distribution of theses on gender and social media according to departments?
6. What is the information on the supervisors of the theses on gender and social media?
7. What is the information about the authors of the theses on gender and social media?
8. What is the page range of theses on gender and social media?
9. Which methods were used in theses on gender and social media?
10. Which digital media did the theses on gender and social media focus on?

In order to find the answers to the aforementioned research questions, bibliometric method was preferred as a data analysis method. Bibliometric studies are frequently used by researchers because it is a very convenient method to determine in which discipline the existing studies are located and to reveal the deficiencies, if any. Bibliometric studies involve digitizing data to create a general profile of the subject or field, identify trends and map scientific progress. In the study, the survey model was used for a bibliometric analysis and a descriptive research was conducted to determine the situation/topic and the research was conducted within the framework of the limitations listed below:

- In the study, the survey model was used for a bibliometric analysis and a descriptive research was conducted to determine the situation/topic and the research was conducted within the framework of the limitations listed below:
- The database of the National Thesis Center provided by the Council of Higher Education was used in the study.
- The time period between 2013-2023 (January 2013- July 2023) was selected.

- The number, year, language, university, institute and department, thesis advisor and author information, page number range, methodology used and the social media channel used were determined and the analysis was limited with these criteria.
- The keywords "gender and social media (or new media)", "gender differences and social media (or new media)" were searched.
- From the results, only master's and doctoral theses with full access (with permission) were examined.
- In the search, 189 thesis studies were reached, but the study was limited to 97 theses that were suitable for the scope and purpose.

In this study, it is aimed to create a general perspective on the reflection of gender in social media. In this context, the postgraduate theses, which are considered as scientific researches, were obtained through a survey model covering the last ten years. The database of the National Thesis Center provided by the Presidency of the Council of Higher Education was searched with the keywords "Gender and social media (or new media)", "Gender differences and social media (or new media)", and 97 graduate theses were analyzed. Of the 97 theses analyzed, 85 were master's theses and 12 were doctoral theses. According to the findings obtained from the analysis, the highest number of theses on gender and social media was written in 2019. Approximately 90% of the graduate theses were written in Turkish. Ankara University and Marmara University are the universities that deal with theses on gender and social media the most. In addition, the majority of the theses on the subject were written in programs affiliated to the Institute of Social Sciences, mostly in the departments of journalism and sociology. While the page range of doctoral theses is 200-400 pages, the page range of master's theses is between 100-200 pages. Approximately 70% of thesis advisors are Associate Professors and female academics. More than 80% of the authors are women. While qualitative methods were mostly used in the studies, social media platforms such as Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok were used. In addition, blogs, other web pages and platforms related to TV series, movies, games and journalism in the digital environment were included in the studies. As a result, research findings are likely to

change when research constraints change. However, it is aimed that the findings and inferences made will guide future research.