



IWSC 2019

INTERNATIONAL CONFERENCE ON CONTEMPORARY WOMEN'S STUDIES

MARCH 7-8, 2019

PROCEEDINGS BOOK

Editors

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN

Assoc. Prof. Dr. Nesrin AKINCI ÇÖTOK

ISSN Numarası: 2687- 1777

ACADEMIC SPONSORS



www.iws-c.net

Honorary - President



Prof. Dr. Nuri AYDIN
Honorary - President President
Istanbul University- Cerrahpaşa Turkey

General Coordinator(s)



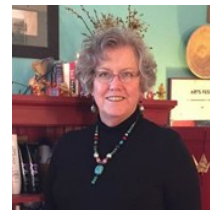
Assoc. Prof. Dr. Nesrin AKINCI ÇÖTÖK
General Coordinator
Sakarya University, Turkey



Prof. Dr. Fatoş SİLMAN
General Coordinator
International Cyprus University, Turkey



Prof. Dr. Hülya ÇALIŞKAN
Coordinator
Dean, Istanbul University, Turkey



Prof. Dr. J. Ana DONALDSON
General Coordinator
AECT Former President, United State



Prof. Dr. Teresa FRANKLIN
General Coordinator
Ohio University, United States

Coordinator(s)



Prof. Dr. Tülen Saner
Coordinator
Neareast University, Turkish Republic of Northern Cyprus

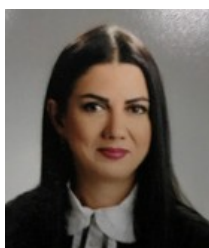


Assoc. Prof. Dr. Ayda Sabuncuoglu Inanc
Coordinator
Sakarya University, Turkey



Prof. Dr. Colleen SEXTON
Coordinator
Governors State University, United States

Associate Coordinator(s)



Assoc. Prof. Dr. Ayşe Derya KAHRAMAN
Associate Coordinator
KTO Karatay University, Turkey



Assist. Prof. Dr. GÜLŞAH BATDAL KARADUMAN
Associate Coordinator
ISTANBUL UNIVERSITY, Turkey

Editorial Board / Yayın Kurulu

Prof. Dr. Antoinette J. MUNTJEWERFF	Üniversite of Amsterdam	Netherlands
Prof. Dr. Asuman Seda SARACALOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Ayşe ÖZCAN	KTO Karatay Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Buket AKKOYUNLU	Cankaya Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Colleen SEXTON	Governors State Üniversitesi	United States
Prof. Dr. Deborah E. BORDELON	Governors State Üniversitesi	United States
Prof. Dr. Elaine P. MAIMON	Governors State Üniversitesi	United States
Prof. Dr. Fatoş SİLMAN	International Cyprus Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Ferhan ODABAŞI	Anadolu Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Hülya ÇALIŞKAN	Istanbul Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. J. Ana DONALDSON	AECT Former President	United States
Prof. Dr. Kay A. PERSICHITTE	Elected AECT President	United States
Prof. Dr. Laurinda Leite	Universite of Minho	Portugal
Prof. Dr. Münevver Yalçinkaya	Cyprus International Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Nedime Serakıncı	Near East Üniversitesi, TRNC	Türkiye
Prof. Dr. Nilgün Sazak	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Nursan ÇINAR	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Saedah SIRAJ	Universite of Malaya	Malaysia
Prof. Dr. Sharon SMALDINO	Northern Illinois Üniversitesi	United States
Prof. Dr. Stephanie Gaillard	Louisiana State Üniversitesi	United States
Prof. Dr. Şerife Eyüpoğlu	Neareast Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Teresa Franklin	Ohio University	United States
Prof. Dr. Tülen Saner	Neareast Üniversitesi	Turkish Republic of Northern Cyprus
Assoc. Prof. Dr Ayda SABUNCUOĞLU İNANÇ	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assoc. Prof. Dr Elif ATABEK YİĞİT	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assoc. Prof. Dr Emete YAĞCI	Nearest University	Kıbrıs
Assoc. Prof. Dr Sevim ATİLA DEMİR	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assoc. Prof. Dr. A. Aşkın KURT	Anadolu Üniversitesi	Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Ayşe Derya KAHRAMAN	KTO Karatay Üniversitesi	Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Bahire Özad	Eastern Mediterranean Üniversitesi-TRNC	Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Hatice KAYHAN	Cyprus International University	Kıbrıs
Assoc. Prof. Dr. Oya Ertuğruloğlu	American Üniversitesi of Cyprus-TRNC	Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Pelin TANYERİ	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Pınar Yazgan HEPGÜL	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Selma KOÇ	Cleveland State Üniversitesi	United States
Assoc. Prof. Dr. Şerife Gündüz	Yakın Doğu Üniversitesi	Turkish Republic of Northern Cyprus
Assosc. Prof. Dr. Nesrin AKINCI ÇÖTOK	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assist. Prof. Dr Asena BOZTAŞ	Sakarya Üniversitesi	Türkiye

Assist. Prof. Dr. Dilşad TÜRKMENOĞLU KÖSE	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Gülşah BATDAL KARADUMAN	İstanbul-Cerrahpaşa Universitesi	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Nihan KARAN	Cyprus International University	Kıbrıs
Assist. Prof. Dr. Yeşim ÜSTÜN AKSOY Neareast Üniversite	Turkish Republic of Northern Cyprus	Kıbrıs
Assist. Prof. Dr. Anita G. WELCH	North Dakota State Üniversite	United States
Assist. Prof. Dr. Eda Albayrak	KTO Karatay Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Elif ERGÜN	Sakarya University	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Fatma MİRALAY Neareast Üniversite	Turkish Republic of Northern Cyprus	Kıbrıs
Assist. Prof. Dr. Hülya Terzioğlu	Sakarya Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Hülya YEŞİL	Cyprus International Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Kadriye UZUN	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Leyla Ulus	İstanbul Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Mustafa ÖZTUNÇ	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Özlem SOYER ZEYREK	Dumlupınar Üniversitesi	Kütahya
Assist. Prof. Dr. Seher AKDENİZ	KTO Karatay Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Subhan EKŞİOĞLU	Sakarya Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Şerife ÖZBİLİR	Cyprus International University	Kıbrıs
Assist. Prof. Dr. Şule Çeviker AY	Düzce Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Tijen ÖVER ÖZÇELİK	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Tijen Över Özçelik	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Zerrin AYVAZ REIS	Istanbul Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Zeynep GÜLTEKİN AHÇI	KTO Karatay Üniversite	Türkiye
Assist. Prof. Dr. Ayşegül NACAK	Girne American University	Kıbrıs
Dr. Figen Yaman Lesinger	Near East Üniversite	Türkiye
Dr. Hanna ONYI YUSUF	Ahmadu Bello Üniversite ZARIA	Nigeria
Dr. Mariam MANJGALADZE	Institute of Linguistics	Georgia
Dr. Nazire Burçin HAMUTOĞLU	Ahi Evran Üniversitesi	Kırşehir
Dr. Norlidah ALIAS	Üniversite of Malaya	Malaysia
Dr. Pamela EWELL	Central College of IOWA	United States
Dr. Paula FITZGIBBON	Üniversite of Victoria	Canada
Dr. Wasis D. Dwiyoogo	Universitas Negeri Malang	Indonesia

İÇİNDEKİLER/CONTENT

COMPARATIVE ANALYSES OF GENDER INEQUALITIES IN EUROPEAN UNION COUNTRIES AND TURKEY <i>Nuray GÖKÇEK KARACA</i>	1
A GENDERED DISCUSSION ON INTERNATIONAL MIGRATION: REASONS FOR MIGRATION RECONSIDERED <i>Deniz YETKİN AKER</i>	14
AN UNJUSTIFIED LEAP OF NUSSBAUM’S REASONING <i>M. Onur ARUN</i>	20
ARISTOTLE’S ACCOUNT OF JUSTICE AND DISCRIMINATION AGAINST WOMEN <i>Nesrin AKINCI ÇÖTOK, Ender BÜYÜKÖZKARA</i>	26
BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ÜST DÜZEY YÖNETİCİ OLMAYI ETKİLEYEN DEĞİŞKENLERİN TÜRKİYE ÖZELİNDE İNCELENMESİ <i>Gülay SELVİ HANİŞOĞLU, Özlem Arzu AZER, Fidan GÜLER</i>	32
EĞİTİM ÖRGÜTLERİNDE YÖNETİCİ KADINLARIN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR: NİTEL BİR ÇALIŞMA <i>Serhat ARSLAN, Burku Özdemir</i>	40
ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİ KADIN AYDIN PROFİLİ: NEZİHE MUHİTTİN ÖRNEĞİ <i>Dilşad TÜRKMENÖĞLU KÖSE, Asena BOZTAŞ</i>	46
FACIAL RECONSTRUCTION PROJECTS FOR EGYPT MUMMIES MISIR MUMYALARI İÇİN YÜZ YAPILANDIRMA PROJELERİ <i>Mutlu ERBAY</i>	50
FEMALE MUSEOLOGIST IN TURKEY <i>Fethiye ERBAY</i>	56
FEMINIST PEDAGOGY IN ENGLISH LANGUAGE TEACHING <i>Eser ÖRDEM</i>	67
Fİ DİZİSİDE YER ALAN ÜRÜN YERLEŞTİRMeye YÖNELİK TÜKETİCİ ALGILARININ BELİRLENMESİ <i>Berna YILMAZ, Kadriye UZUN</i>	72
G. HOFSTEDE BAKIŞ AÇISIYLA KÜLTÜREL FARKLILIKLARIN İNSAN KAYNAKLARI UYGULAMALARINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME : İSVEÇ ÖRNEĞİ <i>Esra KOÇ</i>	78
HEDONİK TÜKETİM VE KADIN “SOSYAL MEDYA EKSENİNDE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA ” <i>Seda GÖKDEMİR EKİCİ, Selcen VODİNALI, Nesrin AKINCI ÇÖTOK</i>	84
İLKÖĞRETİM KADIN YÖNETİCİLERİNİN EĞİTİM KURUMLARINDAKİ ROLLERİNE İLİŞKİN KADIN YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ <i>Aşkın DOYGUNEL</i>	92
İNGİLİZCE HAZIRLIK OKULLARINDA MOBİL ÖĞRENME ARAÇLARINA İLİŞKİN KADIN YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ <i>Fatma KÖPRÜLÜ, Seda ÇAKMAK, Arhun ERSOY</i>	99

İNŞAAT SEKTÖRÜNDE KADIN MİMARLARIN YERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME <i>Mevlûde AYDIN, Yasemin ERBİL</i>	103
İZLERİMİZİN İZİNDE TOPLUMLARARASI KADIN DİYALOĞU <i>Süreyya OSKAY</i>	110
KADINLARIN ÇALIŞMA YAŞAMINDA KARŞILAŞTIĞI SORUNLARI: MALATYA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA <i>Belkıs ÖNEL, Özlem YAŞAR UĞURLU</i>	119
KADINLARIN İŞGÜCÜNE KATILIMI İLE İLGİLİ TUTUM ÖLÇEĞİNİN MADDE TEPKİ KURAMINA DAYALI AŞAMALI TEPKİ MODELİ İLE ARAŞTIRILMASI <i>Erol KARACA</i>	134
KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞINDA DÖNÜŞEN PROGRAM FORMATLARI VE KADININ TEMSİLİNİ SINIRLANDIRAN ANLATI BİÇİMLERİ <i>Süleyman İLASLAN</i>	141
OKUL ÖNCESİ EĞİTİM KURUMLARINDA YABANCI DİL ÖĞRETİMİNE İLİŞKİN KADIN YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ <i>Fatma KÖPRÜLÜ, Behcet ÖZNACAR, Gamze PEKER ŞAHOĞLU</i>	145
ÖZEL YETENEKLİ ÖĞRENCİLERİN DEMOKRATİK TUTUMLARININ ANNE GÖRÜŞLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ <i>Serhat ARSLAN, Bahar SAVAŞ</i>	150
PAZARLAMA İLETİŞİMİ STRATEJİLERİ KAPSAMINDA CİNSİYETSİZ PAZARLAMA <i>Gözde ÖYMEN</i>	156
PERCEPTIONS TOWARDS FEMALE PILOT CANDIDATES IN TURKEY <i>Mehmet YÖN, Erol KARACA, Nuray GÖKÇEK KARACA</i>	164
PIONEERING BREAKTHROUGHS FROM OUR 4 FEMALE ARCHEOLOGISTS <i>Nuri Özer ERBAY</i>	170
SELF-PRESENTATION OF WOMEN ON SOCIAL MEDIA <i>Işıl TOMBUL</i>	180
SİNEMA ARAŞTIRMALARINDAKİ TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİ KAVRAMSAL YÖNELİMLER <i>Pelin Erdal Aytekin</i>	186
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ (Sakarya İli Örneği) <i>Gülcan ŞEN, Nesrin AKINCI ÇÖTOK</i>	191
THE INVENTION OF GENDERLESS SUBJECT IN EARLY COMMUNICATION STUDIES AND FRANKFURT SCHOOL'S CRITIQUE OF "TRADITIONAL THEORY": RE-DISCOVERY OF THE FEMALE SUBJECT IN COMMUNICATION STUDIES <i>Güven ÖZDOYRAN</i>	199
TİCARİ(LEŞTİRİLEN) FEMİNİZM: FEMİNİST REKLAM UYGULAMALARINDA KADIN TEMSİLİ YA DA YENİDEN YAPILANDIRILAN KADIN SÖYLEMİ <i>Nihal KOCABAY-ŞENER</i>	206

TÜRK HAVACILIĞINDA GİRİŞİMCİLİĞİN YENİDEN TANIMLANMASI VE GİRİŞİMCİ HAVACI KADINLAR <i>Gülaçtı ŞEN, Meysure Evren ÇELİK</i>	214
TÜRKİYE’DEKİ SURİYELİ GÖÇMEN KADINLARIN SORUNLARI PROBLEMS OF IMMIGRANT SYRIAN WOMEN IN TURKEY <i>Dilşad TÜRKMENÖĞLU KÖSE, Asena BOZTAŞ</i>	221
WEB SİTELERİNİN DİYALOJİK İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: TÜRKİYE’DEKİ ONLINE İSTİHDAM SİTELERİ ÖRNEĞİ <i>Gül TAŞTEKİN ÜSTÜNEL, Elvan OKUTAN</i>	225
WOMAN IN DIGITAL AGE <i>Ergün DEMİREL, Pınar ÖZDEMİR</i>	236
WOMEN ARCHITECTS IN THE SHADOW OF MEN: IS ARCHITECTURE A GENDER-BIASED PROFESSION THAT MAKES WOMEN ARCHITECTS ‘THE OTHER’? <i>Eda BOZKURT</i>	246
WOMEN'S CONTRIBUTIONS TO INNOVATION AND TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT <i>İsmail BİRCAN</i>	254
WOMEN'S PUBLIC SPACES AND INEQUALITY OF URBAN SPACES <i>Özlem AYDOĞMUŞ ÖRDEM</i>	260
KADINA YÖNELİK ŞİDDETE İLİŞKİN ÖĞRETMEN ADAYLARININ GÖRÜŞLERİ <i>Kerim KARABACAK</i>	263
THE DYNAMIC POWER OF THE MEDUSA GAZE THROUGH THE PINEAL GLAND OR THIRD EYE <i>Gillian M.E. Alban</i>	269

A COMPARATIVE ANALYSES OF GENDER INEQUALITIES IN EUROPEAN UNION COUNTRIES AND TURKEY

Nuray GÖKÇEK KARACA
Anadolu University
ngokcek@anadolu.edu.tr

Abstract

In this research, a comparative analysis of the gender inequalities between Turkey and European Union Countries is tried to be examined. To ensure equality and justice and to reach the level of the EU member states in this regard, it is a necessity to reduce the gender inequality in society. In regards to whether Turkey has reached the EU standards of gender inequality, it was decided it is good to compare Turkey to the EU Countries. The Gender Inequality Index that was developed by the United Nations Development Programme (UNDP) was used in these comparisons. Research results reveal that there are significant differences in terms of gender development between the EU countries and Turkey. This result shows that Turkey is behind of EU Countries in all components of gender development, categorized as life expectancy at birth, expected years of schooling, mean years of schooling, estimated gross national income per capita. Research results prove that there are unfavorable differences in Turkey in regards to the comparison of gender inequality with EU Countries. As in gender development component, Turkey is also behind of EU Countries in terms of gender equality components categorized maternal mortality ratio, adolescent birth rate, share of seats in parliament, population at least some secondary education and labor force participation rate. Therefore, Turkey needs to reconsider all these categories and respective indicators.

Key Words: *Gender, Gender Development, Gender Inequality, Participation in Political Life, Labor Force Participation.*

Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin Karşılaştırmalı Bir Analizi

Özet

Bu araştırmada, Türkiye ile Avrupa Birliği ülkeleri arasındaki cinsiyet eşitsizliklerinin karşılaştırmalı bir analizi yapılmaya çalışılmıştır. Eşitlik ve adaleti sağlamak ve bu konuda AB üyesi ülkelerin seviyesine ulaşmak için, toplumdaki cinsiyet eşitsizliğinin azaltılması bir zorunluluktur. Türkiye'nin AB'nin cinsiyet eşitsizliği standartlarına ulaşip ulaşmadığı konusunda, Türkiye'yi AB ülkeleriyle karşılaştırmanın iyi olacağına karar verilmiş ve bu karşılaştırmalarda Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından geliştirilen Cinsiyet Eşitsizliği Endeksi kullanılmıştır. Araştırma sonuçları, AB ülkeleri ile Türkiye arasında cinsiyet gelişimi açısından önemli farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç, Türkiye'nin doğu'da beklenen yaşam süresi, tahmini eğitim süresi, ortalama eğitim yılı ve tahmini kişi başına gayri safi milli hasıla olarak sınıflandırılan cinsiyet gelişiminin tüm bileşenlerinde AB ülkelerinin gerisinde olduğunu göstermektedir. Araştırma sonuçları, Türkiye'de cinsiyet eşitsizliğinin AB ülkeleriyle karşılaştırılmasında olumsuz farklılıklar olduğunu kanıtlamaktadır. Cinsiyet gelişimi bileşeninde olduğu gibi, Türkiye anne ölüm oranı, ergen doğum oranı, ulusal parlamentoda temsil, ilkökul sonrası eğitim almış nüfus oranı (25 yaş üstü) ve işgücüne katılım oranını şeklinde kategorize edilen cinsiyet eşitliği bileşenleri açısından da AB ülkelerinin gerisindedir. Bu nedenle, Türkiye'nin kategorize edilen tüm bileşenleri ve bu bileşenlere ilişkin göstergeleri yeniden gözden geçirmesi gerekmektedir.

Anahtar Sözcükler: *Toplumsal Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet Gelişimi, Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği, Siyasal Hayata Katılım, İşgücüne Katılma.*

1. Giriş

Toplumsal cinsiyet; farklı kültürlerde, farklı zamanlarda ve farklı coğrafyalarda, kadınlar ve erkeklerle toplumsal olarak yüklenen roller ve sorumluluklarla ortaya çıkan “cinsiyet kimlikleri”dir. Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkekler arasındaki sadece biyolojik farklılıklara değil, biyolojik farklılıklar sonucu ortaya çıkan sosyal ve kültürel değerlerin oluşturduğu farklılıklara da vurgu yapar (Dedeoğlu, 2000: 142; Demirebilek, 2007: 13; Karaca Çakınberk, 2011: 74-75).

Toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizlik özellikle katı biçimde tanımlanmış toplumsal işbölümü ve ataerki üzerinden beslenmektedir (Bhasin ve Khan, 2003). Söz konusu ataerki sistem içinde kadın rolü esas olarak ev kadınlığıdır. Toplumsal işbölümünde kendisine biçilen rolü gereği kadının yeri ev olduğundan çalışma yaşamında yer alması düşünülemez. Günümüzde kadının diğer alanlara göre özellikle iş yaşamı, eğitim ve sağlık hizmetlerinden yararlanma konusunda ayrımcılığa uğramasının en önemli nedenlerinden biri, değinilen düşüncenin ürünü olan kadını ekonomide erkeklerle aynı mesleki fırsatlardan ve eşit ücretten yararlanmaktan alıkoyan sosyo-kültürel engellerin varlığını korumasıdır. Gerçekten de kadının yaptığı işin, aileye destek olmak için yapılan bir çalışma olduğu yolundaki geleneksel anlayış, kadınlara ekonomik büyüme dönemlerinde gereksinim duyulan ve gerileme dönemlerinde bir kenara itilen, yedek işgücü niteliği kazandırmaktadır. Bu nedenle kadınlar erkeklerle çalışma hakkına az çok eşit koşullarda sahip olduklarında bile, çocuk yetiştirme ve ev işi hala sadece kadınların

sorumluluğu olarak görüldüğünden, ya çifte emek harcamak durumunda kalmakta ya da işgücü piyasasından çekilmek zorunda kalmaktadır (Gökçek Karaca, 2013: 1). Kadınların karşılaştığı bu olumsuzluklar, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temel kaynağını oluşturmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği de toplumsal ilişkiler içerisinde mevcut olan diğer eşitsizlik biçimleri için bir katalizör görevi görmekte ve eşitsizliğin diğer boyutlarıyla çeşitli biçimlerde kesişmektedir. Bu yüzden toplumsal cinsiyet eşitsizliği, diğer eşitsizlik biçimlerinden bağımsız düşünülemez. Ancak görece bağımsız ve kendi dinamiklerine sahip olan bir ilişki biçimi olduğu da göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle toplumsal cinsiyet eşitliği, toplumsal yaşamın her alanında eşitlikten ve adaletten bahsedebilmenin bir önkoşulu haline gelmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'nin toplumsal cinsiyet eşitliği ölçütü bağlamında insani gelişmişlik bakımından AB standartlarını yakalayıp yakalayamadığının saptanabilmesi için kategorik bir yaklaşımla toplumsal cinsiyet eşitsizliği boyutlarının AB'ye üye ve aday ülkeler ile karşılaştırmalı bir değerlendirmesinin yapılması amaçlanmıştır. Bu amaçla toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında kadınlar ve erkekler arasında aynı çerçevede temellenen sağlık, eğitim ve iş yaşamı alanındaki eşitsizlikler, İnsani Gelişim İndeksi (HDI) ve aynı çerçevede hazırlanan Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği İndeksi (GII) ile açıklanmaya çalışılmıştır.

2. TÜRKİYE VE AB'YE ÜYE VE ADAY ÜLKELERDE TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİNİN BOYUTLARI

GII, toplumsal cinsiyet odaklı dezavantajları üç boyutta yansıtır. Bu boyutlar “sağlık (üreme sağlığı), siyasal yaşama katılım (yetki ve güç) ve eğitime erişim ve çalışma yaşamına katılım (işgücü piyasaları)”dır. Değinilen her boyut çeşitli göstergelerden oluşur. Sağlık boyutu, anne ölümleri ve ergen doğurganlığı; siyasal yaşama katılım ve eğitime erişim boyutu, parlamenter temsil ve ilköğretim sonrası eğitime erişim; çalışma yaşamına katılım ise işgücüne katılım göstergelerinden oluşur (UNDP, 2014). GII üreme sağlığı, yetki ve işgücüne katılım açısından kadın ve erkek kazanımları arasındaki eşitsizlik bağlamında potansiyel insani gelişim kayıplarını gösterir.

GII, “0-1” arasında değer alır. GII'nın alabileceği en yüksek değer “1”, en düşük değer ise “0”dır. “0” toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ölçülen tüm boyutlarda en düşük olduğu nokta iken, “1” ise toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ölçülen tüm boyutlarda en yüksek olduğu noktadır. Dolayısıyla GII değeri “0”a yaklaştıkça toplumsal cinsiyet eşitsizliği azalmakta, “1”e yaklaştıkça toplumsal cinsiyet eşitsizliği artmaktadır (UNDP, 2014). Yukarıda değinilen boyutlar ve bu boyutları belirleyen göstergeler çerçevesinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin düşük olduğu ülkelerde GII değerinin “0”a yaklaştığı, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yüksek olduğu ülkelerde ise GII değerinin “1”e yaklaştığı görülmektedir.

Toplumsal cinsiyet eşitliği, insani değerlerin ve adaletin önemli bileşenlerinden biridir. Bu nedenle, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin insani değerler kapsamında değerlendirilmesi ve bu değerlerle ilişkili düşünülmesi gerekmektedir. Bu bağlamda Türkiye ve AB ülkelerinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin boyutları öncelikle insani gelişmişlikle ilişkili olarak incelenmiş, ardından söz konusu ülkelerde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin boyutları GII'nın bileşenlerine göre inceleme konusu yapılmıştır.

2.1. İnsani Gelişmişlikle İlişki Bakımından

Toplumsal ve tarihsel süreçlerce yapılanan diğer eşitsizlik biçimlerinden görece bağımsız bir süreklilik sergiliyor gibi gözükmeyle birlikte, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin toplumsal yapı ve ülkelerin politikalarından bağımsız olarak ortaya çıktığı söylenemez. Bu bağlamda, Türkiye ve AB ülkelerinde mevcut toplumsal cinsiyet eşitsizliği sorununun, HDI ile birlikte değerlendirilmesi anlamlı olacaktır.

UNDP'nin 2018 yılı İnsani Gelişim Raporu'na (HDR) göre, 2017 yılı verileri baz alınarak hazırlanan HDI ve GII sıralamaları bakımından Türkiye ve AB'ye üye, aday ve potansiyel aday geçiş ekonomilerinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin boyutları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. AB Ülkeleri ile Türkiye'nin HDI ve GII Sıralamaları

AB Ülkeleri	HDI Sıralaması	GII	
		Sıra	Değer
Almanya	5	14	0,072
Avusturya	20	13	0,071
Belçika	17	5	0,048
Bulgaristan	51	46	0,217
Çek Cumhuriyeti	27	29	0,124
Danimarka	11	2	0,040
Estonya	30	27	0,122
Finlandiya	15	8	0,058
Fransa	24	16	0,083
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	32	17	0,085
Hırvatistan	46	29	0,124
Hollanda	10	3	0,044
İngiltere	14	25	0,116
İrlanda	4	23	0,109
İspanya	26	15	0,080
İsveç	7	3	0,044
İtalya	28	18	0,087
Letonya	41	42	0,196
Litvanya	33	28	0,123
Lüksemburg	21	11	0,066
Macaristan	45	54	0.259
Malta	29	45	0.216
Polonya	33	32	0.132
Portekiz	41	19	0.088
Romanya	52	68	0.311
Slovak Cumhuriyeti	38	39	0.180
Slovenya	25	7	0.054
Yunanistan	31	26	0.120
AB'ye Aday Ülkeler			
Arnavutluk	68	52	0.238
Karadağ	50	32	0.132
Makedonya	80	35	0.149
Sırbistan	67	40	0.181
Bosna Hersek	77	37	0.166
Türkiye	64	69	0.317

Kaynak: UNDP, 2018.

İnsani Gelişim Raporu 2018'de ifade edildiği üzere, toplumsal cinsiyet eşitsizliği doğumda beklenen yaşam süresi, beklenen okullaşma yılı, ortalama okullaşma yılı, kişi başı Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) gibi değişkenlere bağlı olarak değişen insani gelişim ile yakından ilgilidir. Zira yapılan araştırmalarla da ortaya konulduğu üzere, bir ülkede insani gelişim bakımından eşitlik yoksa toplumsal cinsiyet bakımından da eşitlik yoktur. Hatta bu ülkelerde kadın-erkek arasında derin eşitsizlikler yaşandığı gözlenmektedir. Aynı şekilde toplumsal cinsiyet eşitsizliği olan ülkelerde de insani gelişim bakımından eşitsizlikler yaşandığı gözlenmektedir (UNDP, 2018).

Tablo 1'deki verilerden hareketle, insani gelişmişlik düzeyi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin genel olarak paralellik gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu bağlamda, insani gelişmişlik düzeyi açısından görece yüksek sıralarda yer

alan AB üyesi ülkelerin, toplumsal cinsiyet eşitliği yönünden de AB'ye aday ülkeler ve Türkiye'ye göre daha olumlu bir tablo sunduğu görülmektedir. Tablo 1'e göre, Türkiye (HDI=64, GII= 69), insani gelişmişlik düzeyi açısından Karadağ (HDI=51) hariç AB'ye aday ülkelerin hepsinden daha iyi durumdadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği açısından ise beklenilenin aksine Türkiye (GII=69) AB'ye üye ve aday ülkelerin hepsinin gerisinde yer almaktadır.

2.2. GII Bileşenleri Bakımından

2.2.1. Sağlık Boyutuna Göre

Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin görüldüğü alanlardan biri sağlıktır. Bu alanda toplumsal cinsiyet eşitsizliği ise daha çok sağlık hizmetlerine erişim bakımından yaşanmaktadır. GII'nın sağlık alanı ile ilişkili olan iki göstergesi, her 100.000 doğumda gerçekleşen anne ölüm oranı ve 15-19 yaş aralığındaki her 1000 kadın için doğum verilerine dayanan ergen doğurganlık oranıdır.

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği bakımından AB'ye üye ve aday ülkeler ile Türkiye'de GII'nın bileşenlerinden biri olan üreme sağlığı göstergeleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. 2018 Yılı İtibariyle AB'ye Üye ve Aday Ülkeler ile Türkiye'de Üreme Sağlığı Göstergeleri

AB Ülkeleri	Anne Ölüm Oranı (2015)	Ergen Doğurganlık Oranı (2015-2020)
Almanya	6	6,5
Avusturya	4	6,9
Belçika	7	4,9
Bulgaristan	11	39,5
Çek Cumhuriyeti	4	10,0
Danimarka	6	4,1
Estonya	9	12,6
Finlandiya	3	6,8
Fransa	8	8,6
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	7	4,6
Hırvatistan	8	8,9
Hollanda	7	4,0
İngiltere	9	12,5
İrlanda	8	9,7
İspanya	5	8,6
İsveç	4	5,2
İtalya	4	6,1
Letonya	18	13,5
Litvanya	10	10,7
Lüksemburg	10	5,2
Macaristan	17	19,7
Malta	9	16,6
Polonya	3	12,7
Portekiz	10	9,4
Romanya	31	33,1
Slovak Cumhuriyeti	6	22,0
Slovenya	9	4,2
Yunanistan	3	7,2
AB'ye Aday Ülkeler		

Arnavutluk	29	20,7
Karadağ	7	11,8
Makedonya	8	16,2
Sırbistan	17	18,9
Bosna Hersek	11	10,0
Türkiye	16	25,8

Kaynak: UNDP, 2018.

Tablo 2'deki verilerden hareketle, Romanya, Macaristan ve Letonya hariç AB'ye üye ülkeler ile Arnavutluk ve Makedonya hariç AB'ye aday ülkelerin tümünde anne ölüm oranının Türkiye'den daha düşük olduğu görülmektedir. Yine Bulgaristan ve Romanya hariç AB'ye üye ülkeler ile AB'ye aday ülkelerin tümünde 15-19 yaş aralığındaki kadınları temel alan ergen doğurganlık oranı Türkiye'den daha düşüktür. Anne ölüm oranı söz konusu olduğunda ise, görece olarak daha iyi bir tablo sunan Türkiye'nin ergen doğurganlık oranı açısından daha olumsuz bir durum sergilemesinin nedeni sağlıktan çok kültürel değerlerle açıklanabilir. Zira Türkiye'de evlenen kadınların %14'e yakını 10-14 yaş arasındaki kızlardan oluşmaktadır (Kılıç, 2012). Bu da ergen doğurganlık sorununu sağlık alanından kültürel alana taşımaktadır. Ayrıca ergen doğurganlık sorunundaki kültürel boyutun ekonomik yansımalarının da olduğu unutulmamalıdır. Nitekim TBMM Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonunun 13/05/2009 tarihli ikinci toplantısında, erken evliliklerin nedenlerini araştırmak ve çözüm üretebilmek için Erken Yaşta Evlilikler Hakkında İnceleme Yapılmasına Dair Alt Komisyonun oluşturulmasına karar verilmesi de, sorunun kültür boyutunu destekler nitelikte bir gelişmedir (TBMM, 2010; Yüksel Kaptanoğlu ve Ergöçmen, 2012). Dolayısıyla GII bileşenlerinden üreme sağlığının göstergelerinden ergen doğurganlık oranı hesaplamalarında kültürel değerlerin göz ardı edilmiş olması önemli bir eksiklikler. Söz konusu verilere ilişkin asıl sorun ise, sağlık alanının yalnızca üreme üzerinden ele alınmış olmasından kaynaklanmaktadır. Söz konusu sorunların giderilebilmesi için kadın sağlığını üreme sağlığı ile bir tutan anlayış yerine, toplumsal cinsiyet kavramını da içine alan yeni yaklaşımlara gereksinim olduğu açıktır (Türk Tabipler Birliği, 2008). Zira kadınlar, hem erkeklerle kıyasla daha fazla hastalık ve stres yaşamakta hem de erken evlilikler ve ergen gebelikler, cinsel yolla bulaşan hastalıklar, kadın kanserleri, anne ve yeni doğan bebek ölümleri ve kadına yönelik şiddet, cinsel taciz ve tecavüz gibi sorunlarla bağlantılı olarak da sağlık sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Dolayısıyla sağlık alanında toplumsal cinsiyet bazlı yaşanan eşitsizliğe ilişkin kapsamlı çıkarımlarda bulunmak, ancak söz konusu boyutları da kapsayan veriler ışığında söz konusu olabilecektir.

Toplumsal yaşamın tüm alanlarında olduğu gibi, sağlık alanında yaşanan eşitsizlikler de yalnızca cinsiyetler arası değil, çeşitli bileşenlerle bir araya gelerek cinsiyet içi eşitsizlik biçiminde de ortaya çıkabilmektedir. Dünyada gelişmekte olan 99 ülkede yapılan bir araştırmaya göre, kadının toplumsal statüsü ve doğurganlığı arasında doğrudan bir ilişki vardır ve kadının statüsü iyileştikçe sahip olduğu çocuk sayısı da azalmaktadır. Aynı şekilde, kadının statüsü iyileştikçe obstetrik hizmetlerden yararlanma oranı da artmaktadır. 1998 Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması İleri Analiz Sonuçlarına göre, kadının öğrenim düzeyi yükseldikçe doğum öncesi bakım alma ve sağlıklı koşullarda doğum yapma oranları artmaktadır (Türk Tabipler Birliği, 2008). Dolayısıyla sağlığa ilişkin eşitsizlikler yalnızca toplumsal cinsiyet üzerinden biçimlenmemekte, farklı etkenlerin devreye girmesiyle cinsiyet içi eşitsizliklere de yol açabilmektedir. Başka bir deyişle, UNDP tarafından sunulan verilerin sağlık politikalarına ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğine yönelik yaklaşımlara yapacağı katkılar açık olmakla birlikte, farklı göstergelerle desteklenmesi gerektiği de açıktır.

2.2.2. Siyasal Yaşama Katılım Boyutuna Göre

Kadınlar, pek çok alanda olduğu gibi, siyasal alanda da haklara sahip olabilmek için uzun bir mücadele vermişlerdir. Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi'nde vatandaşların özgürlük, mülkiyet, güvenlik ve baskıya karşı koyma gibi doğal ve devredilmez haklara sahip oldukları ifade edilmiş olmasına rağmen, uzunca yıllar vatandaşlık hakları sadece erkekler için geçerli olmuştur. Zira bağımsız, özerk ve rasyonel birey anlayışı üzerine kurulan vatandaşlık kavramının dayandığı bu özelliklerin kadında noksan olduğu anlayışı kadınların erkekler gibi vatandaşlık haklarına sahip olmasını geciktirmiş, kadınların vatandaşlık ve oy kullanma hakkına sahip olmaları ancak 19. yüzyıl sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında mümkün olabilmektedir (Öztürk, 2012). GII'nın siyasal yaşama katılım alanı ile ilişkili olan temel göstergesi ulusal parlamentoda temsil oranıdır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği bakımından GII'da yer alan, AB'ye üye ve aday ülkeler ile Türkiye'deki kadınların ulusal parlamentoda temsil oranlarına ilişkin veriler Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. 2018 Yılı İtibariyle AB'ye Üye ve Aday Ülkeler ile Türkiye'de Ulusal Parlamentoda Temsil

AB Ülkeleri	Ulusal Parlamentoda Temsil (2017)
Almanya	31,5
Avusturya	33,6
Belçika	41,4
Bulgaristan	23,8
Çek Cumhuriyeti	21,1
Danimarka	37,4
Estonya	26,7
Finlandiya	42,0
Fransa	35,4
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	17,9
Hırvatistan	18,5
Hollanda	35,6
İngiltere	28,5
İrlanda	24,3
İspanya	38,6
İsveç	43,6
İtalya	30,1
Letonya	16,0
Litvanya	21,3
Lüksemburg	28,3
Macaristan	10,1
Malta	11,9
Polonya	25,5
Portekiz	34,8
Romanya	18,7
Slovak Cumhuriyeti	20,0
Slovenya	28,7
Yunanistan	18,3
AB'ye Aday Ülkeler	
Arnavutluk	27,9
Karadağ	23,5
Makedonya	37,5
Sırbistan	34,4
Bosna Hersek	19,3
Türkiye	14,6

Kaynak: UNDP, 2018.

AB'ye üyesi ve aday ülkelerin ulusal parlamentoda temsil oranlarına bakıldığında; Türkiye (%14.6), Macaristan (%10.1) ve Malta (%11.9) hariç AB'ye üye ve aday ülkelerin gerisinde yer almaktadır. Hatta ulusal parlamentoda temsil bakımından Türkiye ile AB'ye üye ve aday ülkeler arasında büyük farklılık olduğu görülmektedir.

Türkiye'de kadınlar 1930'da yerel seçimler, 1934'te ise genel seçimler üzerinden başlamak üzere seçme ve seçilme hakkına sahip olmuşlardır. 1935 milletvekili genel seçimlerinde 18 kadın milletvekili Meclis'e girmiş, bu sayede kadınlar parlamentoda % 4.5 oranında temsil edilmişlerdir. Bu yıllarda Avrupa, Amerika ve Asya'daki birçok ülkede bu hakkın bulunmayışı konunun önemini daha da artırmaktadır (Gökçimen, 2008). Türkiye'de

kadınların siyasal yaşama katılımı pek çok ülkeye kıyasla görece erken bir dönemde gerçekleşmiş olmakla birlikte, bugün Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde (TBMM) kadınların temsil oranı hala düşük düzeydedir. Partiler bazında kadınların TBMM'de temsil oranları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. TBMM 'deki Milletvekillerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Parti Adı	Kadın		Erkek		Parti Toplam
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	
Adalet ve Kalkınma Partisi	53	% 18,21	238	% 81,79	291
Cumhuriyet Halk Partisi	18	% 12,68	124	% 87,32	142
Halkların Demokratik Partisi	26	% 40	39	% 60	65
Milliyetçi Hareket Partisi	4	% 8,16	45	% 91,84	49
İyi Parti	3	% 7,69	36	% 92,31	39
Bağımsız Milletvekili	0	% 0	3	% 100	3
Türkiye İşçi Partisi	0	% 0	2	% 100	2
Saadet Partisi	0	% 0	2	% 100	2
Demokrat Parti	0	% 0	1	% 100	1
Büyük Birlik Partisi	0	% 0	1	% 100	1
Genel Toplam	104	% 17,48	491	% 82,52	595

Kaynak: TBMM, 2019.

Tablo 4'ten hareketle, TBMM'de kadın temsil oranının Halkların Demokratik Partisi'nde görece yüksek iken, en düşük oranın görece İyi Parti'de olduğu, diğer partilerin ise aşağı yukarı aynı oranlara sahip olduğu görülmektedir. Kadınların ulusal siyasete katılımının yetersizliği, yerel düzeyde daha da açık bir biçimde görülmektedir. Nitekim 2019 yılında yapılacak olan 31 Mart Yerel Seçimlerinde AKP'nin 1297 adayından 24'ünün, tüzüğünde yüzde 33 cinsiyet kotası olan CHP'nin 842 adayından 44'ünün, MHP'nin 750 adayından 14'ünün kadın olması, bu yetersizliği kanıtlar niteliktedir (Evrensel, 2019).

Kadınların siyasal yaşama katılımlarında niceliksel boyut önemli olmakla birlikte esas önemli olan temsilin niteliğidir. Bu bakımdan niteliksel olarak kadınların kendilerine dönük politikaları ne ölçüde üretebildikleri ve söz konusu politikaların üretimine katkı düzeyleri önem arz etmektedir.

2.2.3. Eğitime Erişim Boyutuna Göre

Eğitim, toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizliğin bir sonucu ve hem cinsiyet içi hem de cinsiyetler arası eşitsizliği pekiştiren bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira eğitim, kadının işgücü piyasalarındaki konumuna ve yukarıda bahsedildiği üzere sağlık hizmetlerinden yararlanma düzeyine etki ettiği oranda eşitsizliğin önemli bir kaynağı haline de gelmektedir.

AB'ye üye ve aday ülkelerde ve Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitsizliğine ilişkin sunulan verilerden biri olan ilkökul sonrası eğitim almış olan 25 yaş üstü kadın ve erkeklerin oranı Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. 2018 Yılı İtibariyle AB'ye Üye, Aday ve Potansiyel Aday Geçiş Ekonomileri ile Türkiye'de İlkokul Sonrası Eğitim Almış 25 Yaş Üstü Kadın ve Erkek Nüfus Oranları

AB Ülkeleri	İlkokul sonrası eğitim almış nüfus oranı (25 yaş üstü)	
	Kadın	Erkek
Almanya	96,2	96,8
Avusturya	100,0	100,0
Belçika	82,2	86,7
Bulgaristan	93,7	96,1
Çek Cumhuriyeti	99,8	99,8
Danimarka	90,1	91,3
Estonya	100,0	100,0
Finlandiya	100,0	100,0
Fransa	80,6	85,6

Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	76,8	80,7
Hırvatistan	94,5	96,9
Hollanda	86,4	90,4
İngiltere	82,4	85,2
İrlanda	90,2	86,3
İspanya	72,2	77,6
İsveç	88,4	88,7
İtalya	75,6	83,0
Letonya	99,4	99,1
Litvanya	91,8	96,4
Lüksemburg	100,0	100,0
Macaristan	95,7	98,0
Malta	75,6	83,0
Polonya	81,1	86,9
Portekiz	52,1	53,4
Romanya	86,5	92,7
Slovak Cumhuriyeti	99,1	100,0
Slovenya	97,4	98,9
Yunanistan	65,4	73,2
AB'ye Aday Ülkeler		
Arnavutluk	93,1	92,8
Karadağ	87,0	96,4
Makedonya	40,5	56,0
Sırbistan	84,6	93,0
Bosna Hersek	71,7	88,7
Türkiye	44,9	66,0

Kaynak: UNDP, 2018.

AB'ye üye ve aday ülkelerde ilköğretim sonrası eğitim almış olan kadın ve erkek oranlarına bakıldığında, kadın eğitim oranının en düşük olduğu ülkenin Makedonya (%40.5) olduğu ve bu ülkeyi %44,9 Türkiye'nin izlediği görülmektedir. Benzer şekilde Türkiye erkek eğitim oranının da (%66.0) en düşük olduğu ülkelere biridir. Bu noktada, Türkiye'nin her iki cinsiyet içinde düşük eğitim oranlarına sahip olmasının eğitim politikaları kaynaklı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden bağımsız bir sorun olduğu düşünülebilir. Ne var ki, kadınların ve erkeklerin eğitim oranları arasındaki farkın en yüksek orana sahip olduğu ülkelere biri de Türkiye'dir (%21.1). AB'ye üye ve aday ülkelere İrlanda, Letonya ve Arnavutluk'ta kadınların eğitim alma oranının erkeklerden görece yüksek olduğu görülmektedir.

İlk ve orta öğretimde cinsiyet eşitliğinin sağlanması açısından UNESCO'nun Herkes İçin Eğitim 2015 hedefini gerçekleştirmesi riskli görülen 24 ülkeden biri olan Türkiye'ye ilişkin TÜİK verileri de benzer bir sonuca işaret etmektedir. TÜİK 2011 verilerine göre 2011-2012 yıllarında sekiz yıllık kesintisiz eğitime devam eden kız öğrenci oranı (%98.56), erkek öğrenci oranına (%98.77) yaklaşmış görünse de, okuma yazma bilmeyen kadın sayısı erkeklerin neredeyse beş katıdır (Çabuk Kaya, 2013). Dolayısıyla Türkiye'de eğitime ulaşmada yaşanan bu eşitsizliğin hem toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında hem de genel olarak eğitim politikaları bağlamında düşünülmesi gerekmektedir.

2.2.4. Çalışma Yaşamına Katılım Boyutuna Göre

UNDP tarafından hazırlanmış olan GII göstergelerinden görüldüğü üzere, sağlık, eğitim ve siyasal katılım düzleminde oluşan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve ülkeler arası farklılıkların bir diğer uzantısı da işgücüne katılım oranlarında açığa çıkmaktadır. AB Ülkeleri ve Türkiye'de 15 yaş ve üzeri kadınların ve erkeklerin işgücü piyasalarına katılımına ilişkin veriler Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. AB'ye Üye ve Aday Ülkeler ile Türkiye'de Toplumsal Cinsiyet ve İşgücüne Katılım

AB Ülkeleri	15 Yaş ve Üstü İşgücüne Katılım	
	Kadın	Erkek
Almanya	55,0	66,2
Avusturya	55,0	66,0
Belçika	47,8	58,7
Bulgaristan	47,8	59,6
Çek Cumhuriyeti	52,0	68,3
Danimarka	59,2	67,2
Estonya	56,4	70,3
Finlandiya	54,8	61,9
Fransa	50,6	60,1
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	58,1	67,5
Hırvatistan	45,5	57,7
Hollanda	58,0	69,2
İngiltere	56,8	68,1
İrlanda	53,0	67,3
İspanya	52,2	63,8
İsveç	60,8	67,4
İtalya	39,5	58,3
Letonya	55,2	67,3
Litvanya	55,9	66,2
Lüksemburg	52,3	63,5
Macaristan	47,9	64,2
Malta	39,5	58,3
Polonya	48,8	65,1
Portekiz	53,3	63,8
Romanya	44,1	63,1
Slovak Cumhuriyeti	52,5	67,7
Slovenya	51,7	60,9
Yunanistan	45,5	60,6
AB'ye Aday Ülkeler		
Arnavutluk	47,2	64,9
Karadağ	42,2	55,0
Makedonya	42,5	67,6
Sırbistan	45,9	61,7
Bosna Hersek	35,2	58,7
Türkiye	32,4	71,9

Kaynak: UNDP, 2018.

Tablo 6'ya göre, kadınların işgücüne katılım oranının en yüksek olduğu ülkeler İsveç (%60.8) ve Danimarka (%59.2) iken kadınların işgücüne katılım oranının en düşük olduğu ülkeler ise Türkiye (%32.4) ve Bosna-Hersek'tir (%35.2). Yine Tablo 7'ye göre Türkiye kadınların işgücüne katılımının en düşük (%32.4), erkeklerin ise işgücüne katılımının en yüksek (%71.9) olduğu ülkedir. Ayrıca Türkiye işgücüne katılım noktasında toplumsal cinsiyet üzerinden oluşan farklılığın en yüksek olduğu ülkedir (%39.5).

Ekonomide, eğitimde, kentleşmede ve iletişimde görülen tüm gelişmelere rağmen, istatistikler kadınların Türkiye'de istihdama giderek daha az katıldığını, istihdamda kısa sürelerle kaldıklarını göstermektedir. Başka bir

deyişle, kadınlar çalışma yaşamına ya hiç girmemekte ya da girseler bile ilk fırsatta ve kolayca ayrılmaktadırlar. Bu durumun nedeni, kadınların erkeklerle göre sigortasız, güvencesiz, örgütsüz, düşük ücretli, çalışma zamanı çoğu zaman belirsiz ve uzun, çalışma koşulları kötü olan kayıt dışı sektörde çalışmalarıdır. Gerçekten de Türkiye’de tarımın gayri safi milli gelir içerisindeki payının hızla küçülmesi ve kırsal yörelerde iş imkanlarının azalması, beraberinde köyden kente göç sürecini hızlandırmıştır. Köyden kente göçle gelen yeni kentli kadının sanayide ve hizmetlerde yaratılan istihdam kapasitesinden yeterince yararlanamaması, onları kayıt dışı istihdama yönelterek işgücüne katılımlarının düşmesine yol açan önemli bir etken olmuştur.

Kırsal kesimde tarımda ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadın, kente göç ettiğinde nitelikli olmadığı için ya niteliksiz işlerde çalışmakta ya da işgücüne katılmaktan vazgeçmektedir. Bununla beraber eğitilmiş kadın, işgücü piyasasına girdiğinde, erkeklere göre daha düşük gelir elde etmekte ve işyerinde yükselmemektedir. Diğer taraftan mesleki eğitim sisteminden kaynaklanan sorunlar da meslek eğitimi almış kadınların işgücüne katılımlarını olumsuz yönde etkilemektedir.

Türkiye’de kadınların özellikle ücretsiz aile işçisi olarak tarım sektöründe çalışması ve kadının görünmeyen emek olarak ücretsiz çalışmasının, aile çalışanlarının toplam gelire katkısı hesaplanırken dikkate alınması, diğer ülkelerde olduğu gibi, ülkemizde de kadının toplam gelire katkısının erkekten daha yüksek çıkmasına neden olmaktadır. Sonuç olarak, ekonomik faaliyet oranı ve indeks değerinin oluşturulması ile söz konusu hesaplamaların yapılmasında dikkate alınan ölçütler bakımından kadın-erkek arasındaki eşitsizliğin devam ettiği söylenebilir.

Türkiye’de kadınların ekonomik yaşama katılımının düşüklüğü formel sektör için geçerlidir. Çünkü kadınların ekonomik etkinliğe katılım oranlarının belirlenmesinde, kadın işgücünün erkeklerle göre daha yüksek düzeyde yer aldığı enformel ekonomik faaliyetler göz ardı edilmektedir. Bu nedenle enformel ekonomik faaliyetler kayıt altına alınamadığı sürece, Türkiye’de kadınların ekonomik yaşama katılımının düşüklüğü devam edecektir. Ancak Türkiye’de kadınların ekonomik yaşama katılımının düşüklüğü, sadece kadınların enformel istihdam içinde yer alması ile açıklanamaz. Bu konuda başka nedenlerin olduğu da gözden kaçırılmamalıdır. Nitekim Türkiye’de kadın işçileri korumak amacıyla yapılan kanuni düzenlemeler; işe almada erkeklerin tercih edilmesine, kadınların korunması gereken zayıf cinsiyet imajı vermelerine neden olmakta ve kadınların yüksek ücretli işlere girişlerini engelleyerek özellikle kentli kadınların işgücüne katılımlarını azaltmaktadır. Ayrıca Türkiye’de kadınların işgücüne katılımlarının düşmesine neden olan bir diğer faktör ise, yasal düzenlemelerle yasaklanmış olmasına ve yapılması halinde ağır yaptırımlara bağlanmış olunmasına karşın, kadına yönelik yapılan ayrımcılık ve çalışma koşullarındaki olumsuzluktur (Karadeniz-Yılmaz, 2007: 35-40; T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008: 10; Gökçek Karaca, 2013).

Türkiye dışında, işgücüne katılım bakımından toplumsal cinsiyet üzerinden oluşan farklılığın diğer aday ülkelerde de yüksek olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye’deki ve söz konusu ülkelerdeki işgücüne katılım bakımından toplumsal cinsiyet üzerinde oluşan farklılık ve işgücüne katılımda gözlenen yüksek oranlar toplumsal cinsiyet eşitsizliğini değerlendirmek için yeterli ölçütler değildir. Zira söz konusu farklılığı ve oranları ortaya koyan veriler, işgücü piyasasının tanımına ilişkin bir bilgi içermediği gibi, iş arayan veya çalışan aktif nüfus üzerinden oluşturulmaktadır. Bu durum kadın ve erkeklerin işgücü piyasalarındaki konumlarına ilişkin değerlendirme yapmayı güçleştirmektedir. Gerçekten de işgücüne katılımda yüksek oranlara sahip olmak, güvencesiz çalışma ve/veya enformel istihdam biçimlerinin yaygınlığı üzerinden de ilerleyebilir. Yine verilerin iş arayan veya çalışan aktif nüfus üzerinden oluşturulması nedeniyle görece olarak genç nüfusa sahip ülkelerde işgücüne katılım oranı olduğundan daha yüksek gözükabilir.

Ekonomik gelişmeyle birlikte, genelde çok az veya hiç vasıf gerektirmeyen, başta kısmi süreli ve geçici işler olmakla birlikte, kadın emek talebine uygun istihdam şekilleri emek piyasalarında hızla genişlemektedir. Ekonominin gelişme süreci kayıt dışı istihdam türlerini artırırken, bu tip işler için kadınların tercih edilmesi ve bu işlere esas itibarıyla kadın emek arzının yönelmesi, toplam işgücü içinde kadın oranını zamanla artırmıştır. Özellikle kadınlarda gününbirlik çalışma daha sık görüldüğünden kayıt dışı istihdamda yine kadın aleyhinde erkeklere oranla daha fazla olmaktadır. Yaşanılan ekonomik krizler, aileye ek gelir sağlama arzusu eğitimsiz olan kadınları enformel sektörlerde çalışmaya yönlendirmiştir. Ayrıca kadının erkeğin ucuz iş gücü ikamesi olarak görülmesi yine kadınlarda kayıt dışı istihdamın yüksek olmasının ana sebeplerindendir. Dolayısıyla işgücüne katılım üzerinden doğru bir değerlendirme yapabilmek, ancak sektörel bazlı veriler ve çalışma biçimleri üzerinden mümkün olabilecektir. Bu bağlamda AB’ye üye ve aday ülkelerde kadınların tarımsal istihdamdaki payının en yüksek olduğu ülkenin Türkiye (%52) olduğu ve tarımda çalışan kadınların oranının neredeyse hizmet ve sanayi sektöründe çalışan kadınların oranına eşit olduğu; Türkiye’nin aksine tarımda kadın istihdamı bakımından AB’ye üye ve aday ülkelerde kadınların hizmet sektöründeki payının çarpıcı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye’nin AB’ye üye ve aday ülkeler ile karşılaştırılamayacak boyutta tarımda ücretsiz aile işçiliğinin (%67) yaygınlığını ortaya koymaktadır. Kadınların tarımsal istihdamdaki payı bakımından en yüksek orana sahip ülke olmasının aksine, Türkiye kadınların sanayi (%15) ve hizmetlerdeki (%33) istihdamındaki payı bakımından da AB’ye üye ve aday ülkeler arasında son sırada yer almaktadır (Gökçek Karaca ve Özdaş, 2015: 45).

Sonuç

İnsani Gelişim Raporu'nda (2013) yer alan Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği İndeksinde (GII) sunulan verilerden hareketle, AB'ye üye ve aday ülkeler ile Türkiye'deki toplumsal cinsiyet eşitsizliği insani gelişim, sağlık, siyasal temsil oranı, eğitim ve işgücüne katılım üzerinden değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Genel olarak insani gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkelerde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin düşük olduğu görülmekle birlikte, araştırma sonuçları Türkiye'nin bu genellemenin dışında kaldığını ortaya koymaktadır. Zira Türkiye toplumsal cinsiyet eşitliği yönünden kendisi ile karşılaştırılan AB'ye üye ve aday ülkelerin Karadağ hariç hepsinden insani gelişmişlik düzeyi bakımından daha ileri düzeyde olmasına rağmen, toplumsal cinsiyet eşitliği bakımından daha geri düzeydedir. Başka bir deyişle Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitsizliği söz konusu ülkelere göre daha yüksek düzeydedir.

Sağlık alanı kapsamında değerlendirilebilecek bir gösterge olan ergen doğurganlık oranı açısından Türkiye'nin AB'ye üye ve aday ülkelere kıyasla daha olumsuz bir durum sergilediği, buna karşın anne ölüm oranı söz konusu olduğunda ise görece olarak daha iyi bir tablo sunduğu görülmektedir. Ergen doğurganlık oranlarında yüksek bir değere sahip olan Türkiye'nin mevcut durumunun sağlık alanıyla birlikte kültürel açıdan ele alınması gerektiği açıktır. Kadınların siyasal yaşama katılımı noktasında, tarihsel süreçlerde pek çok ülkeye kıyasla görece erken atılımlar yapmış olan Türkiye'de bugün, kadınlar ulusal mecliste düşük temsil oranına sahiptir. İlkokul sonrası eğitim almış kadın ve erkek oranlarından hareketle, her iki cinsiyette de en düşük eğitim alma oranına sahip Türkiye, kadınlar ve erkekler arasında eğitime ulaşma noktasında oluşan farklılığın da en yüksek olduğu ülkedir. Buradan hareketle, Türkiye'de eğitim alanında ortaya çıkan eksikliğin hem toplumsal cinsiyet hem de eğitim politikalarına ilişkin iki ayrı boyutu olduğu sonucuna ulaşılabilir. İşgücüne katılım noktasında ise, söz konusu verilerin çalışan ve çalışmayan aktif nüfusu kapsamı nedeniyle, tek başına yeterince anlamlı sonuçlar üretmeyeceği düşünülerek, Türkiye örneği üzerinden sektörel dağılımın önemine değinilmiştir. Bu dağılımda kadınların çoğunlukla tarımda istihdam edildiği ve ücretsiz ev işçisi olarak konumlandığı, erkeklerin ise ağırlıklı hizmet sektöründe istihdam edildiği görülmektedir. Bununla birlikte, AB ülkeleri ve Türkiye'nin, Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği İndeksindeki (GII) sıralamasıyla, İnsani Gelişim İndeksindeki (HDI) konumu birlikte değerlendirildiğinde, insani gelişim düzeyinin toplumsal cinsiyet eşitliği ile genel olarak paralellik sergilediği de görülmektedir.

GII bileşenleri bakımından ulaşılan sonuçlar, Türkiye'deki cinsiyet eşitsizliğinin önemli bir sorun olduğunu vurgulayan Avrupa Komisyonu İlerleme Raporları ile benzerlik göstermektedir. Zira Avrupa Komisyonu İlerleme Raporlarında (2004-2013) ifade edildiği üzere Türkiye'de kadınların işgücüne katılım ve istihdam oranları, eğitim düzeyi düşüktür. Hatta Türkiye kadınların işgücüne katılımı bakımından OECD ülkeleri içerisinde en son sırada yer almaktadır. Yine Türkiye'de kadınlar gerek parlamentoda gerekse işgücü piyasasında ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Söz konusu raporlarda AB mevzuatına uyum sağlamak için Türkiye'nin ekonomik ve sosyal anlamdaki cinsiyet eşitsizliğini çözmesi ve bu bağlamda ekonomik katılım, eğitim, fırsat eşitliği ve siyasal katılım konusunda daha çok çaba harcaması gerektiği belirtilmiştir. Raporların Türkiye açısından ortak özelliği ise her raporun bir önceki rapora atfen toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında yaşanan sorunların devam ettiğine vurgu yapmasıdır. Benzer şekilde Avrupa Komisyonu 2014 yılı İlerleme Raporu'nda da Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dikkat çekilmiş ve bu bağlamda daha önceki raporlarda vurgulanan sorunların devam ettiği belirtilmiştir (Avrupa Komisyonu, 2014). GII bileşenleri bakımından UNDP raporu sonuçları ile benzerlik gösteren bu sorunlar şu şekilde sıralanabilir:

- Yerel düzeyde ve ülke düzeyinde kadınların siyasi temsil oranı düşüktür.
- Kadınlar hem yargıda ve hem de yönetici kademelerinde yeterince temsil edilememektedir.
- Kadınlar politika oluşturma süreçlerinde yer alamamaktadır.
- Kadınların siyasete katılım oranı düşüktür.
- Kadınların işgücüne katılım oranı 2013 yılına kıyasla artmakla birlikte düşük düzeyde kalmaya devam etmiştir.
- Kadın nüfusu içinde aktif olarak iş arayanların oranı oldukça düşük olmasına rağmen kadın işsizlik oranı erkek işsizlik oranının üzerindedir.
- İstihdam edilen kadınların yaklaşık 1/3'ü tarım sektöründe çalışan aile bireyleridir.
- Kadın-erkek fırsat eşitliği konusunda AB müktesebatının öngördüğü şekilde bir eşitlik birimi henüz oluşturulamamıştır.

AB ilerleme raporlarına benzer nitelikte Birleşmiş Milletler Kadın Statüsü Komisyonu'nda (BMKSK) 58. Oturumunda (10-21 Mart 2014), Binyıl Kalkınma Hedeflerinden biri olan *"toplumsal cinsiyet eşitliğinin gerçekleştirilmesi ve kadınların güçlendirilmesi"* ile bağlantılı olarak kaydedilen ilerlemelerin, *"ortaöğretim ve yükseköğretimde okullaşmada bazı bölgelerde devam eden toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri; ekonomik güçlendirmenin bulunmaması, kadınların kayıtlı ekonomiye dahil edilmemesi, kadınların otonomi ve bağımsızlığının olmaması, tam ve üretken istihdam ve saygın işe eşit erişimlerinin bulunmaması, tarım dışı ücretli istihdamda yeterli düzeyde temsilinin olmaması, ev işçiliği ve bakım işleri gibi düşük ücretli ve toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına dayalı işlerde yüksek temsili, eşit işe eşit ücretin olmaması, ücretsiz bakım işlerinin dengesiz yükü ve bakım sorumluluklarını uyumlaştırmak üzere yeterli önlemlerin bulunmaması, ayrımcı tutum, norm, kalıp*

yargılar ve yasal çerçevelerin varlığını sürdürmesi, kadınlar için yetersiz sosyal koruma ve sigorta güvencesi, kaydedilen ilerlemeye rağmen ulusal parlamentolar ve diğer yönetim yapıları dahil olmak üzere kadınların karar almanın her düzeyinde düşük oranda ve eşit olmayan katılım ve temsilleri” gibi gerekçelerle yavaş kaldığını ifade etmiştir.

Yapılan açıklamalar bağlamında, sonuç olarak AB üyelik sürecinde aday bir ülke olarak Türkiye’de kadınların erken doğurganlık oranlarını düşürücü, eğitim düzeylerini yükseltici, ulusal parlamentoda temsil edilebilirliklerini artırıcı ve ücretsiz aile işçiliklerini önleyici politikalar geliştirilmedikçe, kadının sağlığa erişim, siyasal, eğitim ve ekonomik yaşama katılım bakımından konumunun değişmeyeceği söylenilebilir. Bu bakımdan özellikle kadınların siyasal ve ekonomik yaşama katılımını özendirici ve yönlendirici –kota sistemi gibi- politikaların gelişmiş Dünya ülkelerinde olduğu gibi, Türkiye’de de hayata geçirilmesi önem arz etmektedir.

Kaynaklar

- Avrupa Komisyonu (2014). *Türkiye 2014 Yılı İlerleme Raporu*, http://www.ab.gov.tr/files/ilerlemeRaporlariTR/2014_ilerleme_raporu_tr.pdf (Erişim Tarihi: 02.02.201).
- Bhasin, K. ve Khan, N. S. (2003). *Feminizm Üzerine Bazı Sorular. Kadınlarla Dayanışma Vakfı Yayınları*, İstanbul.
- Çabuk Kaya, N. (2013). *Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Eğitim*, http://kizlarinegitimi.meb.gov.tr/files/img/toplum_cinsiyet_ve_egitim.pdf (Erişim Tarihi: 21.04.2014).
- Gökçek Karaca, N. (2013). Kadının Ekonomik Yaşamdaki Yeri: Türkiye ve Geçiş Ekonomilerinin Karşılaştırması”, *International Conference on Eurasian Economies 2013*, 428-434, <http://www.econ.info/papers/638.pdf> (Erişim Tarihi: 15.05.2014).
- Gökçek Karaca, N. ve Özdaş, A. R. (2015).
- Gökçimen, S. (2008). Ülkemizde Kadınların Siyasal Hayata Katılım Mücadelesi, *Yasama Dergisi*, 10, 5-59, http://www.yasader.org/web/yasama_dergisi/2008/sayi10/Ukemizde_Kadınların_Siyasi_Hayata.pdf (Erişim Tarihi: 12.03.2014).
- Dedeoğlu, S. (2009). Eşitlik mi Ayrımcılık mı? Türkiye’de Sosyal Devlet, Cinsiyet Eşitliği Politikaları ve Kadın İstihdamı, *Çalışma ve Toplum*, 2009/2: 41-54.
- Demirbilek, S. (2007). Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açından İncelenmesi, *Finans Politik&Ekonomik Yorumlar*, 44 (511): 12-27.
- Evrensel (2019). *KADER: Temsil oranları kadınların 'yok' sayıldığıının göstergesi*. <https://www.evrensel.net/haber/374308/kader-temsil-oranlari-kadinlarin-yok-sayildiginin-gostergesi> (Erişim Tarihi: 02.02.2019).
- Karaca Çakınberk, A. (2011). *İş’te Kadın Olmak*, İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karadeniz, O.-Yılmaz, H. (2007). Türkiye’de Kadının İşgücü Piyasası İçindeki Konumu ve İşgücü Piyasasına Katılımını Etkileyen Faktörler, *İş Dünyasında Kadın*, İstanbul: Türkonfed Ya.
- Kılıç, A. (2012). Çocuk Gelin Sorunu, *Eğitim Dergisi*, 33, <http://www.egitisim.gen.tr/site/arsiv/73-33/664-cocuk-gelin-sorunu.html> (Erişim Tarihi: 25.08.2014).
- Öztürk, Z. A. (2012). Uluslararası Siyasette ve Karar Alma Mekanizmalarında Kadın, *ESAM Dergisi*, 3 (1): 85-106, <http://esam.ege.edu.tr/makaleler/ocak-2012/makale-1.pdf> (Erişim Tarihi: 25.08.2014).
- TBMM (2019). *TBMM Milletvekilleri Cinsiyete Göre Dağılım*, https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekilllerimiz_sd.dagilim (Erişim Tarihi: 06.02.2015)
- TBMM (2010). *Erken Yaşta Evlilikler Hakkında İnceleme Yapılmasına Dair Rapor*, http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/kefe/docs/komisyon_rapor.pdf (Erişim Tarihi: 27.11.2014).

Türk Tabipler Birliği Kadın Hekimlik ve Kadın Sağlığı Kolu, 2008. *Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet, Kadın ve Sağlık*, <http://www.ttb.org.tr/en/index.php/tuem-haberler-blog/44-yeni-raporlar/945-qtuerkiyede-toplumsal-cinsiyet-kadn-ve-salkq-rapor> (Erişim Tarihi: 27.11.2014).

T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (2008). *Türkiye’de Kadının Durumu*, Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.

UNDP (2018). *Human Development Indices and Indicators 2018 Statistical Update*, http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf (Erişim Tarihi: 06.02.2019).

UNDP (2014). *Human Development Report 2013*, http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/14/hdr2013_en_complete.pdf (Erişim Tarihi: 10.07.2014).

Yüksek Kaptanoğlu, İ. ve Ergöçmen, B. A. (2012). Çocuk Gelin Olmaya Giden Yol, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 15 (2),128-161, <http://www.sosyolojidernegi.org.tr/dergi/pdf/2012-2-guz-yuksel-kaptanoglu-ilknur.pdf> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

A GENDERED DISCUSSION ON INTERNATIONAL MIGRATION: REASONS FOR MIGRATION RECONSIDERED

Deniz Yetkin Aker
Namık Kemal Üniversitesi
dyaker@nku.edu.tr

The UN report 2017 shows that as the international migration flow continues the number of immigrants increases in recent years. Asia (80 million) and Europe (78 million) are hosting more than 60 per cent of all international immigrants. Individuals have various reasons for migration, nevertheless international migration literature generally neglects gender dimension of the international movement. By using 2008 Eurostat Labor Force Survey results, this study discusses the variety in reasons of migration in Europe (17 European Union Members) and the need of change in migration theories.

Key Words: *International Migration, Gender, Reasons for Migration, EIGE, Eurostat Data.*

Introduction

Several theories aim to explain the reasons for international migration by making macro, micro and meso level analyses. For instance, in macro-level analysis, it is argued that labor markets, that is “geographic differences in the supply of and demand for labor” (Massey, Arango, Hugo, Kouaouci, Pellegrino, and Taylor, 1993: 434), shape international migration. In micro-level analysis, explanations include mainly agency or individual choice: Individual are seen as rational actors, who decide to migrate after a cost-benefit calculation (aiming to increase their wages) (Massey, Arango, Hugo, Kouaouci, Pellegrino, and Taylor, 1993: 434). In push-pull model, migration decision of individuals is shaped as a result of rational economic calculation (Malmberg, 1997: 29).

Nevertheless, feminist migration scholars have shown that “the explanations of men’s economic migration do not apply to women (Kana’iaupuni 2000).” (in Nawyn, 2010; 752) For instance, neo-classical economic (Borjas 1989; Massey et al. 1993; Sjaastad 1962) explanation of reasons for migration sees migrants as rational actors without considering gendered power relations. (Nawyn, 2010; 752) Although the new economics of migration takes “households at the center of analysis”, scholars treat “households as homogenous groups with a shared moral economy, acting rationally in the collective interest of household members.” (Nawyn, 2010; 752) Feminist migration scholars aim to uncover the conflict and tension within migrant households caused by gendered power relations. (Nawyn, 2010; 752)

Gender and migration are in the focus of several studies and researches. Especially since 1990s, various feminist theories in migration research has been continued especially among feminist geographers “in understanding, for instance, the politics of scale, mobility, sense of place, and identities (McDowell 1993; Altamirano 1997; Willis and Yeoh 2000 ; Silvey 2004, 2006).” (Bonifacio, 2012: 3) In the end, the dynamics of migration is started to be explained by feminist theories. (Bonifacio, 2012: 4)

The UN report 2017 shows that international migration flow continues, and the number of immigrants increases in recent years. Asia (80 million) and Europe (78 million) are hosting more than 60 per cent of all international immigrants. Individuals have various reasons to move, nevertheless international migration literature generally neglects gender dimension of the international movement. As gender is used in feminist theory as a tool to state women’s perspective in various subjects such as politics, this study argues that the concept should also be used to understand women’s perspective in international migration. By using 2008 Eurostat Labor Force Survey Results from EIGE and by arguing that standard explanations of economic migration do not apply to women’s mobility, this study aims to make a secondary analysis and to discuss the variety between women and men in reasons for migration in Europe (17 European Union Members) comparatively and the possibility of modification in migration theories.

Theoretical Discussion on Gendered Migration

According to the International Organization for Migration (IOM), gender “refers to the socially constructed roles and relationships, personality traits, attitudes, behaviors, values, relative power and influence that society ascribes to people based on their assigned sex.” (IOM, 2015). It is a relational concept and implies the relationship among the gender groups such as men and women. It is culture-bound, can change over time and “have wide variations both within and between cultures” (IOM, 2015).

Generally, the concept is used in feminist theory “as a tool to subvert the male-centered epistemology and admit women’s perspective in the public discourse.” (La Barbera, 2012: 17) Feminism claims that “the historically established sexual roles are socially constructed, rather than normative and natural,” (La Barbera, 2012: 17) and it uses gender to analyze “the relationship between knowledge and normativity, and subverting the male-centric perspective in law and politics (MacKinnon 1989).” (in La Barbera, 2012: 17)

Focusing on international migration and reasons for migration, it can be seen that immigrant women have various non-economic reasons for migration such as escaping from domestic violence (because of their spouse) or “from widespread systematic violence” (Boyd 1999; Coven 1995; Hyndman 1998; Indra 1987, 1999; Mahmud 1996, in Nawyn, 2010; 754).

About economic reasons, feminist scholars have found various gendered forms of economic push and pull dynamics which cause to the difference in “migration experiences for women migrants compared to men.” (Nawyn, 2010; 753) Although several industries started to hire mainly immigrant women (Safa 1981; Tienda et al. 1984, in Nawyn, 2010; 753), they continue to have various disadvantages in the access to social networks (Livingston 2006; Menjivar 1999, 2000, in Nawyn, 2010; 753) which determine the costs and benefits of immigration.

In addition to that, job opportunities of women migrants are not only determined by opportunities in the host country but also by home country opportunities. As an example, “women’s access to education in their home countries affects their competitiveness with male compatriots vying for limited immigration visas” (Donato 1992, in Nawyn, 2010; 753). Besides, although the number of highly skilled immigrant women in OECD countries are similar to men, “women face persisting inequalities in access to tertiary education in less developed countries (UNESCO 2004; Wils and Goujon 1998), raises serious concerns in terms of their brain drain.” (Dumont et. al., 2007: 11) The brain drains rates of men and women indicate that “women are proportionally more likely to emigrate to the OECD.” (Dumont et. al., 2007: 12) Although there is no gender difference in high skilled migration flow for Europeans, “the gender gap is large for African countries: the average emigration rate is 27.7% for tertiary-educated women, almost 11 percentage points higher than for tertiary-educated men.” (Dumont et. al., 2007: 12) Thus, the poorer the countries, the higher the immigration rates of high skilled women. One possible reason can be that “in the poorest countries, the opportunities for highly educated women are much narrower than for men, because of higher gender inequalities, leading to higher potential returns from migration for women. (Dumont et. al., 2007: 12)

In line with these discussions, this study aims to focus European countries, and by using a more recent data results collected in 17 European Member states, it tries to compare the results in terms of reasons for migration of women and men.

The Method, the Data and the Data Analysis

Recent studies show that the first five countries that involve the highest number of female migrants are the USA (25.6 Million), Germany (6.1 Million), Russian Fed. (5.9 Million), The U.K. (4.6 Million) and Canada (4.1 Million). (Migration Data Portal, Female Stock) Since Europe is one of the most popular destination for international migration, this study focuses on Europe and uses the European Institute for Gender Equality (EIGE) data portal.

The institute explains gender statistics as reflecting “the realities of the lives of women and men and policy issues relating to gender” (EIGE, 2017). This study uses the data of Eurostat (the statistical office of the European Union), Labor Market Statistics, through the European Institute for Gender Equality (EIGE) data portal and aims to discuss differences in reasons for migration between men and women immigrants. The data was collected in 2008: It is LFS (Labor Force Survey) survey data focuses “on the labor market situation of migrants and their immediate descendants.” (EIGE, Data info) The unit of measure is people/ immigrants (stated in thousands and distributions in %). In the survey, reasons for migration (the last migration) is measured for individuals who have migrated at the age of 15 or older. The reasons include family, education, work (finding job before migration), work (not finding job before migration), international protection and other reasons.

This study explores the indicators that include age (from 15 to 65), gender/sex (male, female and total), and reasons for migration. It takes the years of residence as total and compares 17 European Countries. The percentage distribution of main reasons for migration indicates crucial differences between male and female migrants. In Table 1, it is seen that, in almost all of the 17 EU member states, the percentage of family related reason for migration is higher among women than men. The highest difference between men and women are seen in Greece, Italy, and Sweden.

Table 1
(FamilReason)

Geographic region\Sex	Total	Men	Women
Austria	39	22	53
Belgium	46	32	58
Switzerland	35	20	51
Cyprus	27	20	33
Germany	44	32	55
Greece	21	8	34
Spain	30	19	41
France	47	27	66
Ireland	24	15	34
Italy	34	14	51
Lithuania	33	24	43
Luxembourg	38	18	58
Netherlands	49	34	62
Norway	53	43	61
Portugal	39	24	52
Sweden	46	33	58
United Kingdom	31	18	43

Source: EU Labour Force Survey (EU LFS) data; downloaded from Eurostat's online database as dataset lfso_08 resr

The Table 2 indicates differences in education related-reasons among countries. There are not many differences between women and men about education reasons: In general, the percentage distribution of educational reasons for migration are similar between men and women, except in France, Cyprus and in the UK (male dominance).

Table 2 (Education
Related Reasons)

Geographic region\Sex	Total	Men	Women
Austria	9	9	9
Belgium	8	8	7
Switzerland	6	6	5
Cyprus	6	12	1
Germany	6	7	5
Greece	2	2	2
Spain	3	4	3
France	14	17	10
Ireland	8	8	8
Italy	3	3	3
Lithuania	0	0	0
Luxembourg	1	1	0
Netherlands	8	9	8
Norway	6	6	5
Portugal	4	5	4
Sweden	4	5	4
United Kingdom	19	22	17

Source: EU Labour Force Survey (EU LFS) data; downloaded from Eurostat's online database as dataset lfso_08 resr

As it is expected, there is a male dominance in work related reasons for migration: The Table 3 shows differences in work related-reasons among countries. In general, the percentage distribution of work-related reasons for migration is higher for men than women, except in Cyprus (female dominance). The highest difference between men and women are seen in Luxemburg and Switzerland. Thus, it can be argued that generally men decide to migrate since they have found jobs before migrating to the host country.

Table 3
(Workjobfound
before mig.)

Geographic region\Sex	Total	Men	Women
Austria	9	12	7
Belgium	12	16	9
Switzerland	26	34	18
Cyprus	31	17	41
Germany	13	18	8
Greece	5	7	3
Spain	11	13	8
France	7	12	0
Ireland	17	21	13
Italy	14	18	10
Lithuania	21	23	0
Luxembourg	35	48	21
Netherlands	8	13	4
Norway	6	10	3
Portugal	8	11	6
Sweden	9	12	6
United Kingdom	15	20	10

Source: EU Labour Force Survey (EU LFS) data; downloaded from Eurostat's online database as dataset lfso_08resr

Similar to the previous results, the Table 4 shows that men generally decide to migrate because of work-related reasons even though they have not found jobs before migrating to the host country.

Table 4 (Work-no
job found before
mig.)

Geographic region\Sex	Total	Men	Women
Austria	24	33	17
Belgium	12	19	6
Switzerland	14	19	10
Cyprus	22	32	15
Germany	8	11	6
Greece	57	70	43
Spain	46	54	38
France	19	28	10
Ireland	33	40	26
Italy	46	62	32
Lithuania	0	0	0
Luxembourg	9	11	7
Netherlands	8	12	4
Norway	7	7	7
Portugal	33	44	24
Sweden	5	6	4
United Kingdom	17	21	13

Source: EU Labour Force Survey (EU LFS) data; downloaded from Eurostat's online database as dataset lfso_08resr

As the Table 5 and 6 show, there are more variation in the reason of international protection and in other possible reasons: In some countries the number of women is higher than men, in other countries they have similar numbers.

Table 5 (International Protection)

Geographic region\Sex	Total	Men	Women
Austria	12	17	8
Belgium	9	11	8
Switzerland	4	6	2
Cyprus	5	10	2
Germany	14	17	12
Greece	7	7	7
Spain	0	1	0
France	4	5	0
Ireland	2	2	2
Italy	0	0	0
Luxembourg	4	5	3
Netherlands	13	17	9
Norway	18	20	16
Portugal	0	0	0
Sweden	25	31	19
United Kingdom	6	8	5

Source: EU Labour Force Survey (EU LFS) data; downloaded from Eurostat's online database as dataset lfso_08resr

Table 6 (Other Reasons)

Geographic region\Sex	Total	Men	Women
Austria	6	6	6
Belgium	13	13	12
Switzerland	14	15	12
Cyprus	8	9	8
Germany	15	15	15
Greece	8	5	11
Spain	10	9	10
France	9	10	8
Ireland	15	13	17
Italy	3	2	4
Lithuania	37	43	31
Luxembourg	14	17	10
Netherlands	14	15	13
Norway	11	14	9
Portugal	14	15	12
Sweden	11	12	9
United Kingdom	12	12	12

Source: EU Labour Force Survey (EU LFS) data; downloaded from Eurostat's online database as dataset lfso_08resr

Discussion and Conclusion

Gender is used in feminist theory as a tool to state women's perspective in various subjects such as politics. This study argues that the concept should be used to understand women's perspective in international migration. Commonly used theories of migration are unable to explain reasons for migration of women. Immigrant women have various non-economic reasons for migration such as escaping from domestic violence (because of their spouse) or "from widespread systematic violence" (Boyd 1999; Coven 1995; Hyndman 1998; Indra 1987, 1999; Mahmud 1996, in Nawyn, 2010; 754). Even about economic reasons for migration, there are differences between men and women. In line with these discussions, this study aims to focus 17 European Union Member states and discusses Labor Market Statistics results in terms of differences in reasons for migration of women and men.

As a result of the data analysis, it is seen that about educational reasons, international protection and about other possible reasons there are not many differences between women and men. However, as it is expected and as it is seen in the feminist literature; there are marginal differences between men and women about economic and family related reasons for migration.

In most of the 17 EU member states, while the percentage of family related reason for migration is higher among women than men; there is a male dominance in work related reasons for migration. Data analysis shows that generally men migrate because of work related reasons with or without finding jobs before migrating to the host country. It can be concluded that migration theories such as push-and pull factors (rational economic calculation) would be inadequate for explaining differences between men and women about reasons for migration for a specific country: A country may have advantages for individuals as pull factors but why women decide to migrate because of family related reasons to a country, while men decide to migrate because of work related reasons to the same places? This study suggest this phenomenon to be further analyzed through gender lenses and with a detailed data.

References

1. Bonifacio, G. 2012. *Feminism and Migration: Cross-Cultural Engagements*, Springer: pp.1-14.
2. Dumont, J.C., J. P. Martin, and G. Spielvogel. 2007. "Women on the Move: The Neglected Gender Dimension of the Brain Drain," *Institute for the Study of Labor Discussion Paper* 2920.
3. EIGE, Eurostat Data and the details, https://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/ta_popdem_migr_inflo_lfso_08resr/datatable/metadata (Accessed, 28 January 2019)
4. La Barbera, M. C. 2012. 'Intersectional-Gender and the Locationality of Women "in Transit",' in Bonifacio, G. Ed. *Feminism and Migration: Cross-Cultural Engagements*, Springer: pp.17-32.
5. Malmberg, Gunnar. 1997. "Time and Space in International Migration," in Hammar, Tomas et al. *International Migration, Immobility and Development: Multidisciplinary Perspectives*. Oxford: Berg: pp. 21-48.
6. Massey, Douglas S. et al. 1993. 'Theories of International Migration: A Review and Appraisal,' *Population and Development Review* 19 (3): pp. 431-466.
7. Migration Data Portal, Gender and Migration, <https://migrationdataportal.org/themes/gender> (Accessed, 20 December 2018)
8. Migration Data Portal, Migration Statistics, https://migrationdataportal.org/data?i=stock_abs_female_&t=2017&cm49=840 (Accessed, 20 December 2018)
9. Nawyn, S. J. 2010. 'Gender and Migration: Integrating Feminist Theory Into Migration Studies,' *Sociology Compass*, 4(9): pp.749-765.
10. Silvey, R. 2004. 'Power, difference and mobility: feminist advances in migration studies,' *Progress in Human Geography*, 28(4): pp. 490-506.

AN UNJUSTIFIED LEAP OF NUSSBAUM'S REASONING¹

M. Onur ARUN
Anadolu University
onurarun@gmail.com

Abstract

As an evaluative framework to various social problem such as inequality and poverty, the capability approach proposes that the just society is the one where people are able to achieve a good life. Although the approach has been taking a great attention from scholars and various (inter)national institutions since 1990s, its prominent figures, namely Amartya Sen and Martha Nussbaum, has been continuing a long-lasting debate that is about who is going to decide what makes one's life good. In this debate, Amartya Sen proposes that dimensions of good life should be decided by people themselves whilst feminist philosopher Martha Nussbaum advocates that what makes one's life good should be defined from a philosophical account of good life since some people, particularly disadvantaged ones, can be unable to decide what could make their life better. Drawing on a data collected three different cities of Turkey, this paper argues that disadvantaged people can be aware of their true-interests and make sophisticated judgements on their interests. This argument is supported and developed further by claiming that disadvantaged people can demand something that can be seen at first sight as false-consciousness towards their true-interests. However, such demands are in essence not because of their false-consciousness, but structural inequalities that do not allow them to follow their true-interests.

Key Words: *The Capability Approach, Social Justice, Martha Nussbaum*

Introduction

Both the principle of justice and how the just society can be achieved are among the greatest questions of philosophical discussions of our era. Among mainstream approaches to social justice such as utilitarian, libertarian, and Rawlsian models of social justice, Amartya Sen and Martha Nussbaum's capability approach has been taking a quite substantial interest from not only scholars but also policy makers. Although the approach takes such a substantial interest from a large spectrum of people and institutional bodies, it still suffers from some ambiguities which have not been responded satisfactorily by those who proposed and developed the approach itself. One of the most striking question that still leads to continuity of debate between Amartya Sen and Martha Nussbaum is about who is going to decide what opportunities should be considered as the valuable ones and how these opportunities should be identified methodologically. This focal question that has led to emergence of a long-lasting internal division among the leading figures of the capability approach still represents one of the biggest ambiguities of the approach that is the most attractive evaluative framework of recent years in inequality, poverty, well-being and development studies.

Amartya Sen, who is a Nobel laureate economist, and Martha Nussbaum, who is a leading figure of contemporary political philosophy, critically approaches to the mainstream models of social justice. They can be both considered as figures who position themselves within the liberal-egalitarian tradition. They critically refuse normative approaches that restrict individual's (dis)advantage based-on her/his resource ownership and advocate that one's ability to achieve a good life should be the primary space of evaluation in assessing well-being, poverty, justice, or goodness of institutional arrangements. However, who should be entitled to the authority in deciding what makes one's life good or specifying dimensions of good life is the question that has led to emergence of two contending perspectives. On the one side, Amartya Sen deliberately avoids to specify dimensions of what makes one's life good, except for stressing significance of certain basic opportunities such as having shelter, freedom of movement, being clothed and access to food in one's ability to achieve a good life. This is known in the literature as deliberate incompleteness of Sen's capability approach. He puts forward various reasons to justify this deliberate incompleteness and advocates that people should decide what makes their life good themselves rather than determining these dimensions from a transcendental philosophical account. On the other side, Martha Nussbaum claims that Amartya Sen's conception of freedom, or capability, is too vague; and she advocates that if the capability approach has anything to say about, for example, (in)justice, then it must specify what beings and doings (or dimensions of good life) are valuable. Her foundational criticism of Sen's capability approach rests on the idea that people's (especially disadvantaged ones') preferences in valuing a being or doing can be distorted by unjust social conditions such as patriarchal norms and/or traditions. This is known in the literature as the question of adaptive preferences. Underlining influences of unjust social conditions that can distort people's preferences in what makes their life good and lead them to value something against to their true interests, Nussbaum advocates to specify dimensions of good life from a point that is extrinsic to people's own life. Thus, drawing on an interpretation of the Aristotelian conception of human dignity, she specifies some dimensions of good life from a

¹ This is a piece of work that I revised based on my previous research that I conducted in the framework of my Ph.D. studies completed in the University of Manchester/UK in 2016.

transcendental philosophical account and calls them as “central human capabilities” which are, according to Nussbaum, valuable for everyone universally.

In this work, taking a position against to Nussbaum’s claim, I critically discuss that her justification of specification of valuable opportunities from a perspective extrinsic to people’s own life is flawed. I pursue this counter-argument by drawing on a data collected three different cities of Turkey where I particularly focused on everyday experiences of economically and socially disadvantaged people. An overall and detailed look at lives of disadvantaged people, especially those who are women, demonstrates that they are well-capable to develop a sophisticated deliberation concerning what could make their lives better. Although, what they express as dimensions of good life can be seen as examples of false-consciousness at first sight, such expressions of good life in fact are the best options that they can have without being more disadvantaged within the given circumstances of patriarchal and unequal structural relations. Therefore, the data that I aim to draw on in this discussion facilitates us in developing a further insight concerning that disadvantaged people, especially women, can be well-capable to reflect on and decide what makes their life better; but they can deliberately avoid to aspire and thus express those dimensions of good life due to, not having false-consciousness, structural inequalities that restrict them to ask for more and better options. Based on this discussion, I underline that both scholars and policy makers should pay more attention on structural inequalities that constraint people’s choices rather than questioning their mental abilities in developing sophisticated judgements.

A Normative Evaluative Framework to the Idea of Justice: The Capability Approach

Nobel laureate economist Amartya Sen initially developed the capability approach as a perspective that focuses on the actual life of people who suffers from the consequences of various problems such as poverty, inequality, underdevelopment and injustice. As a new evaluative framework to deal with such problems by challenging mainstream utilitarian understanding of human well-being (see: Sen, 1979a, 1979b, 1985, 1987), the capability approach has been taking a quite broad interests from both policy makers and scholars. Different from many of the existing theories in the field, the capability approach boldly underlines the importance of social and human diversity and proposes that such diversities should be taken into account in assessing social issues related to injustice, inequality, poverty and underdevelopment. In this regard, its sensitivity to social diversities has gained it a reputation as a new perspective that illustrates a “sociological turn” (Robeyns, 2006, p. 371) within the existing literature.

The approach in essence has a quite clear and straightforward argument. It claims that a person’s advantage depends not only what she or he possesses, but also how much she or he can make use of her or his possessions in order to achieve a good life that is compatible with her or his own definition of what makes one’s life good. Individual’s possession obviously can take quite a different forms such as income and properties. However, beyond this, individual’s possessions can also take forms of entitlements or rights too. Regardless of what the form of resources that individuals hold is, the capability approach advocates that these resources on their own is not sufficient to assess individuals’ well-being. It proposes that an assessment of individual well-being should also take how much they can make use of these resources into account. This is primarily because of that resources are simple means to achieve a good life, or well-being; and thus, the assessment of people’s advantage cannot be limited to resource ownership. Sen (1983, p.160) discusses the relevancy of this view through an example of bike ownership. The significance of holding a bike is not, in essence, associated with its ownership for an individual, but rather in what its characteristic affords for her or him, *viz.*, transportation. Holding of a bike is, Sen claims, is significant as long as it enables the holder’s movement from place to another. Here, the capability approach distinguishes itself from other mainstream perspectives of justice that primarily focuses on individuals’ holdings in assessing her or his advantage and claims that the individuals’ advantage cannot be limited to possessions, but should be extended towards including what she and he can do with her or his holdings. In this regard, the capability approach proposes to focus on functions of means (e.g. mobility), or individual’s holdings, rather than holdings (e.g. bike ownership) themselves.

In the literature of the capability approach, the functions of means are named as “functionings”. These functionings reflect, in the literature of the capability approach, various things that an individual may give value to do and to be (Sen, 1999, p. 75). These can be being educated, healthy person, employed, mobilize, taking respect from society and so forth. Rather than advocating to put the resource ownership at the centre of the research, the capability approach proposes that we should focus on if individuals are able to achieve functionings that individuals value. However, considering that individuals who have different conceptions of the good may value to achieve different functionings that are in line with their own conceptions of good life, Sen deliberately avoids to identify what functionings are valuable for people. Individuals different conceptions of the good life is conceptualised by Sen as inter-end variations among people (see: Sen, 1990, p. 120 and 1992, p. 85). According to Sen, people themselves should be entitled with a right to identify what makes their own life good. This comes from the ethically and politically liberal nature of the capability approach that recognises the significance of the people’s freedom to form their own ends and lifestyles (see: Sen, 2009, p. 237 and 238).

Briefly saying, the capability approach advocates to focus on, not what people hold as resources, but what people can do and be with resources that they hold. It proposes to investigate if people are able to achieve what they value to be and do with their holdings, in other words possessions. However, Amartya Sen who initially developed the capability approach, deliberately avoids from identifying what makes one's life good, in other words valuable beings and doings due to the fact that different people can have different forms of conception of good life. Sen's such deliberate avoidance is known as the deliberate incompleteness within the capability approach's literature and has led to emergence of various criticism. Most prominent advocator of this criticism is Martha Nussbaum who is also known as a leading figure of the capability approach.

A Long-lasting Debate in the Capability Approach

As noted above, Sen deliberately avoids specifying valuable functionings, in other words what makes one's life good. However, he acknowledges that certain basic functionings are cross-culturally valuable such as free movement of person, accessing food, being clothed, having shelter and so forth (see: Sen, 1979b, p. 218; 2004, p. 78; 2005, p. 158). There are several reasons why Sen deliberately avoids from specifying valuable functionings. First of all, Sen aspires the capability approach to be compatible with different conceptions of the good life that different people holds. According to him, it is impossible to reach a universal agreement of good life in world where there are quite different forms of cultures that illustrates different forms of good life. Therefore, Sen avoids from identifying "objects of value" (e.g. holding a bike), but prefers to identify a "space of value" (e.g. being able to mobile) (see: Qizilbash, 2002, p. 468). Secondly, according to Sen, the capability approach is not a complete theory of justice; but rather than that, it is an evaluative framework in which quality of life, advantage/disadvantage, developmental practices, poverty and so forth can be assessed. As Robeyns noted (2005, pp. 195-196), Sen aimed to develop the capability approach as a general approach for the assessment of individual's advantage and social configurations of societies instead of developing it as a well-defined theory of justice. Therefore, instead of identifying a clear-cut theory of justice, he focused on developing the capability approach as a more flexible evaluative perspective that can be applied for the different forms of analysis that different social questions need to have. Thirdly, Sen himself puts an epistemological reason for why he avoids from identifying valuable functionings. According to Sen, a pure theory that is completely detached from the diversities of social reality "cannot 'freeze' a list of capabilities for all societies all time to come" (Sen, 2005, p. 158; 2004, p. 78). According to him, to expect such an achievement from a theory is misunderstanding of what a theory can (and cannot) do. Based on such reasons, Sen proposes that specification of valuable beings and doings should be done through a public "discussion" (see: Sen, 2009, pp. 241-243). People themselves, he advocates, should specify what makes their life good. Therefore, he frequently emphasizes that people must be given the opportunity of "shaping their own destiny" (Sen, 1999, p. 53).

However, contrary to Sen's proposal of specification of valuable functionings through public discussion, Martha Nussbaum who is also a leading figure of the capability approach claims that Sen's conception of freedom is too vague. According to her, if Sen's capability approach has anything to claim about justice or injustice, then it must specify what beings and doings are valuable (see, Nussbaum, 2003, p. 46). Nussbaum's foundational criticism of Sen's perspective is on the unreliability of what people aspire valuable for themselves. For example, she points out that

(...) females in certain poor regions of India suffer from diseases of malnutrition in greater numbers than males do, and thus are less capable of various functionings requiring mobility and vigour. (...) Let us say that they make a more sophisticated answer: that, according to their deeply held conceptions of value, a lower level of capability in these areas of life is what it is right and good for a woman to attain. (...) Sen takes their case to show the deficiency of approaches to distribution that are based upon desire and satisfaction; well and good. (...) Just as people can be taught not to want or miss the things their culture has taught then they should not or could not have, so too they can be taught not to value certain functionings as constituents of their good living (...) (1987, pp. 38-9).

As can be seen in above quotation, Nussbaum's points out that some people, especially disadvantaged ones, can be manipulated by various entities of social structure, such as certain cultural values and norms, in valuing what makes their life good. Therefore, leaving the decision in what makes their life good to themselves can be misleading and unreliable. Nussbaum's criticism refers to the question of adaptive preferences, which is a long-lasting debate within the capability approach. However, in Nussbaum's works, the problem of adaptive preferences is usually reflected as a problem of false consciousness that constrains people from being aware of their true-interests. In other words, the way that Nussbaum address the problem of adaptive preferences illustrates that she sees the problem as one where disadvantaged people lack the capacity for sophisticated deliberation or critical reflection on their material circumstances. Such a conceptualisation can be seen in her writings based on her research in India where she talked to two disadvantaged women named Vasanti and Jayamma.

Think, once again, of Vasanti and Jayamma. Vasanti stayed for years in an abusive marriage. Eventually she did leave, and by now she has very firm views about the importance of her

bodily integrity. (...) But there was a time when Vasanti *did not think* this way. (Nussbaum 2000, p. 112) (Emphasis added)

When women were paid less for heavier work at the brick kiln and denied chances for promotion, Jayamma didn't complain or protest. She *knew that this was how things were and would be*. (Ibid. p. 113) (Emphasis added)

...these [disadvantaged] women apparently had no feeling of anger or protest about their physical situation. They *knew no other way*. They *did not consider their conditions* unhealthful or unsanitary, and they *did not consider* themselves to be malnourished. (Ibid. p. 113) (Emphasis added)

Here the problem of adaptive preferences is approached as a problem of the absence of critical reflection. She notes certain ways of expressions to illustrate how disadvantaged women see their materially deprived conditions such as "Vasanti did not think in this way", Jayamma "knew that this was how things were and would be", they "knew no other way", they "did not consider their conditions". So, she approaches to the question of adaptive preferences in a way that illustrates disadvantaged people as beings who are lack of developing critical reflection on their materially deprived conditions.

On the other hand, I argue that disadvantaged people including women who suffer from implications of patriarchal social and cultural values can be well-able to approach their material circumstances critically. There can be some cases in which these people are well-aware of what could make their life better. However, structural inequalities can prevent them to demand such necessities of good life. This perspective reflects a way of understanding that claims disadvantaged people adapt their preferences, not because they are unable to develop sophisticated reasoning or critically reflect on their material circumstances, but because they are constrained by structural inequalities that do not allow them to express what they really aspire to do and to be. Below, I will illustrate and discuss this perspective in light of an empirical data.

Against Nussbaum: The Role of Structural Inequalities in People's (De)valuation

As briefly introduced above, Nussbaum's understanding of adaptive preferences illustrates an approach that disadvantaged people are unable to critically reflect on their constraining conditions. Such an understanding leads her to advocate that what makes one's life should be decided from a point of view extrinsic to disadvantaged people's life. Thus, she suggests to specify valuable beings and doings from a philosophical point of view. However, I argue that disadvantaged people are able to develop sophisticated judgements on their constraining conditions, and thus they are able to develop a critical reflection on their materially deprived conditions. They may avoid to express such reflections, not because of being unable to critically reflect on their material circumstances, but because of structural inequalities lead them to choose something else.

This argument is supported through a data collected in three different cities of Turkey, namely İzmir, Konya and Diyarbakır, in 2013 by conducting deep-interview with those who have different conceptions of good life and who are different from each other in terms of economic status, cultural belonging, age, gender, and political orientation. Talking to 44 people about their everyday life, economic and social aspirations, experiences in constraining social and economic conditions, interviewees are invited to discuss on conditions that could have led them to achieve what they value to be and do. One of these interviewees was an economically poor, divorced middle-aged and undereducated female living in İzmir with her two children. She was unemployed at the time of interview and was struggle with various constraining conditions including and many social and economic restrictions. After her divorce, she started to experience some other social constraints in addition to her economic constraints. One of the most striking ones among others was the way that, she spoke of, how other people see her as a divorced woman. After she spoke of that the physical and verbal harassment of men is a serious problem for a divorced woman in her neighbourhood, I asked her if she experienced any such harassment. She related a personal experience, which was not easy for her to share

Interviewee: I mean, I have not told anyone so far. So, it is a bit difficult [to tell]. (...) It happened in this building. In the elevator... There is a son of a neighbour. He is much younger than me. We had actually very good relation with (his) family. We were visiting each other frequently. But, I could not realise that their son thought about me in this way. (...) He jumped on me in the elevator and harassed me with his hands. I can only say that much.

Researcher: Why did you not go to police or tell this to his family?

Interviewee: No no, never. (...) Because, if I did something, it could have been worse. (...) It could have been worse. I am a divorced woman. If this [harassment] is heard, then doing the same thing becomes easier for other men.

Looking what she said at the first part of her talk in above quotation, we can speculatively consider that she was not aware of her true interest in going to security officials and reporting the harassment that she experienced.

However, the second part of the quotation from her interview illustrates that she did not report the harassment, not because of being unaware of her right to ask for protection, but because of the fear arising from the spread of such harassment in her neighbourhood, which could, according to her, make easier for others to harass her more. This reasoning illustrates that her deliberate avoidance from seeking her right to be protected against harassment through the help of official bodies is not because of her unawareness concerning her official rights, but because of fear that spread of words concerning her experience of harassment can socially constrain her in everyday life further due to risk of facing same treatment again.

Another example of the claim supporting that the disadvantaged people can be well-aware of their true interest but avoid to pursue it because of structural inequalities is from a poor, unemployed housewife living in Diyarbakır. She was a participant who considered herself as the primary caregiver in her family while considering her unemployed husband as the primary breadwinner of her family. When I asked what the most constraining question in her life, she pointed out her husband unemployment, rather than her own. Considering such narrative of her, it could perhaps be said that she had already internalised a patriarchal division of labour within household. This partly explains why she values her husband's employment more than hers. But, it is not a sufficient explanation. This is because when I asked her what would be happen if she and her husband changed roles within the family and her husband was responsible for housekeeping whilst she worked, she responded that

Interviewee: No, this wouldn't happen. (...) There would be rumour, gossip...

Researcher: Who would do that? Neighbours?

Interviewee: Everyone would. People's mouths are not a bag that you can shirr².

Researcher: What they would say for example?

Interviewee: They would talk. They would say 'are you not man?', 'Can you not take care of your home [family]?' (...) They would keep talking.

Researcher: Let them talk. You do not have to care...

Interviewee: No, you should. Why do you become bad [with neighbours]? (...) When you are in trouble, when you are in need of something, what do you do? You knock your neighbour's door. Who does want to be in bad with neighbours?

The above quotation from my interview with her refers to the potential humiliation of the head of the family if gender roles are reversed in a patriarchal society. Yet, the disadvantage in such a case would not only be limited to humiliation, but also might result in a rupture in social relations. On the other hand, when the interviewee's dependency on good neighbourhood relations is considered, losing her community's respect and solidarity by acting against established norms is an unaffordable risk. In this regard, the interviewee's overvaluation of her husband's employment *vis-à-vis* hers own can be considered as a preference adapted to the established norms of her social context and shaped by the deliberately pragmatic reason of preserving social solidarity. Thus, it becomes difficult to argue that the interviewee prioritises her husband's employment simply because she was deprived of the ability of making rational judgement and choice.

The examples concerning disadvantaged people's ways of approaching their own constraining conditions illustrates that they sometimes engage in an action or (de)value some beings and doings not because of they are unable to develop sophisticated judgements on their constraining conditions, but because of structural inequalities do not allow them to aspire or do something. Accordingly, justification of the claim that specification of valuable beings and doings should be from an extrinsic point of view to disadvantaged people's life since they are unable to develop sophisticated judgements or critically reflections concerning what makes their life good is a not always true. As the cases of two disadvantaged women above demonstrates that such a claim is in some cases falsified.

Conclusion

As briefly discussed above, the capability approach has emerged as a new evaluative framework that has been drawn on by quite a large spectrum of people including those who work in various international organisation and academia. Although the approach has been taking seminal interests since it emerged in 1980s, there are still certain ambiguities that has not been clarified by its proponents, namely Amartya Sen and Martha Nussbaum. One of the most striking one among such ambiguities is about the specification of what makes one's life good, which is known as the question of list within the capability approach. On the one side, Amartya Sen advocates that the dimensions of the good life should be decided through a public discussion and people themselves should be in charge to decide what makes their life good. On the other side, feminist political philosopher Martha Nussbaum claims that Sen's perspective is too vague and if the capability approach has anything to say about justice, then it should propose a clear list of what makes one's life good. Her reasoning behind this justification is that people, particularly disadvantaged ones, can be manipulated by various entities including cultural norms and values as well as constraining social structure. Thus, what they deem valuable may not be reliable source of information. Therefore, she proposes that valuable capabilities, or dimensions of good life, should be specified from a philosophical point of view that is extrinsic to those people's lives. However, when she points out manipulating

² A saying that is similar to the rumour "spreads like wildfire".

role of the social structure, she embraces an approach illustrating that disadvantaged people can be in a false-consciousness concerning what their true-interest is. However, based on an empirical data, I argued in this work that disadvantaged people are not always in false-consciousness, but choose to value something that is at first sight can be seen as an outcome of false-consciousness due to structural inequalities that push them to choose something that can be seen as a consequences of false-consciousness without making a further and deeper investigation to their lives. Based on this, I claimed that Nussbaum's reasoning in justification of specification of valuable capabilities from a philosophical account since disadvantaged people can be in a false-consciousness is flawed.

References

- Nussbaum, M. (1987): *Nature, Function and Capability: Aristotle on Political Distribution*, WIDER Working Papers, WP: 31, December 1987.
- Nussbaum, M. (2000): *Women and Human Development: The Capabilities Approach*, UK: Cambridge University Press.
- Nussbaum, M. (2003): "Capabilities as Fundamental Entitlements: Sen and Social Justice", *Feminist Economics*, Vol: 9, pp: 33-59.
- Qizilbash, M. (2002): "Development, Common Foes and Shared Values", *Review of Political Economy*, Vol: 14 (4), pp: 463-80.
- Robeyns, I. (2005): "The Capability Approach: A Theoretical Survey", *Journal of Human Development*, Vol: 6 (1), pp: 93-114.
- Robeyns, I. (2006): "The Capability Approach in Practice", *The Journal of Political Philosophy*, Vol: 14 (3), pp: 351-376.
- Sen, A. K. (1979a): "Utilitarianism and Welfarism", *The Journal of Philosophy*, Vol: 76 (9), pp: 463-89.
- Sen, A. K. (1979b): *Equality of What?*, The Tanner Lecture on Human Values, Delivered at Stanford University, May 22 1979, Received from http://www.ophi.org.uk/wp-content/uploads/Sen-1979_Equality-of-What.pdf, on 06.04.2015.
- Sen, A. K. (1983): "Poor, Relatively Speaking", *Oxford Economic Papers*, Vol: 35 (2), pp: 153-69.
- Sen, A. K. (1985): *The Standard of Living*, The Tanner Lecture on Human Values, Delivered at Clare Hall Cambridge University, March 11-12 1985, Received from <http://tannerlectures.utah.edu/documents/a-to-z/sen86.pdf>, on 06.04.2015.
- Sen, A. K. (1987): *Commodities and Capabilities*, Third Edition (1999), Oxford University Press, Delhi.
- Sen, A. K. (1990): "Justice: Means versus Freedoms", *Philosophy & Public Affairs*, Vol: 19 (2), pp: 111-21.
- Sen, A. K. (1992): *Inequality Reexamined*, Oxford University Press, USA.
- Sen, A. K. (1999): *Development as Freedom*, Knopf Borzoi Books, USA.
- Sen, A. K. (2004): "Dialogue: Capabilities, Lists and Public Reason: Continuing the Conversation", *Feminist Economics*, Vol: 10 (3), pp: 77-80.
- Sen, A.K. (2005): "Human Rights and Capabilities", *Journal of Human Development*, Vol: 6 (2), pp: 151-66.
- Sen, A. K. (2009): *The Idea of Justice*, The Belknap Press of Harvard University Press, USA.

ARISTOTLE'S ACCOUNT OF JUSTICE AND DISCRIMINATION AGAINST WOMEN

Nesrin AKINCI ÇÖTOK
Sakarya University
nakinci@sakarya.edu.tr

Ender BÜYÜKÖZKARA
Sakarya University
ebuyukozkara@sakarya.edu.tr

Abstract

All forms of discrimination are the products of the act of othering and marginalizing. The attitude of othering indicates a holistic tendency: People acting in a discriminative manner are usually apt to other all sorts of marginalized groups. Different forms of discrimination, therefore, seem as the pieces of same puzzle; they are the intersectional appearances of same injustice. Not only in terms of the oppression of women within society, but also in terms of multiple forms of discrimination, intersectionality is of prime importance. Referring to cultural patterns of oppression bound together, it involves several sociocultural aspects; accordingly, it is included in the scope of various disciplines, notably women's studies, sociology, and political science. The aim of this paper is to present a philosophical approach to the subject matter with reference to Aristotle's account of justice and to point out, within the frame of this approach, some theoretical principles concerning struggling against discrimination, the oppression of women within society in particular. These principles can be briefly stated as follows: Social and political ideals should rest on moral consciousness based on a proper understanding of virtue. The laws without an ethical basis that is strictly against discrimination are still a part of dominant culture. Without such a basis, enforcement of laws always hangs by a thread. All particular cases of inequality and unfairness seem as the products of same injustice, i.e. complete vice. The solution to that kind of unjust situations is primarily found in intersectional justice based on virtues.

Introduction

Since ancient times various forms of discrimination have been existing, and they are being practiced by a large number of people in our contemporary world. All forms of discrimination arise out of the act of othering and marginalizing, by which people considering themselves superior and dominant make the distinction between 'us' and 'the others'—for example, between men and women, adults and children, heterosexuals and homosexuals, masters and slaves, the haves and the have-nots, rulers and subjects, members of master race(s) and those of servant races, believers and non-believers, believers of religion 'x' and those of other religions, healthy people and people with disabilities, etc.

Without any doubt, such separations and divisions are the *sine qua non* of knowledge and conceptual identification, for knowing and identifying something requires establishment of relationship between that thing and at least one another thing, and consequently differentiation. In other words, it is impossible to speak of knowledge in the state of absolute unity, where there is no differentness. Nevertheless, in case this way of thinking, which is the *crux* of logic and epistemology, turns into the attitude of othering, it causes discrimination, which seems as the primary source of serious problems such as inequality, injustice, oppression, and violence. For certain it does not mean that all people who adopt this attitude resort to violence and commit crimes, yet they have the potential to that kind of inhuman treatments.

The attitude of othering, on the other hand, indicates a holistic tendency: People acting in a discriminative manner are usually apt to other all sorts of marginalized groups, for the attitude of othering is accompanied by intolerance against anything distinguished, and this unwillingness to respect views, beliefs, or behaviours that differ from one's own becomes a general discriminatory mentality. Different forms of discrimination, therefore, seem as the pieces of same puzzle; they are the intersectional appearances of same injustice.

This paper presents neither an overall analysis of intersectional justice nor a relevant sampling based on fieldwork; it merely aims to be able to make a contribution to the solution to the problem of curing injustice. To this purpose, we shall briefly explain Aristotle's account of justice and then try to practice his point of view to the issue of struggling against discrimination, the oppression of women in particular. Before beginning this survey, a few words about Aristotle and feminism would be useful for seeing the philosopher's standpoint on women.

In her *Aristotle, Feminism, and Needs for Functioning*, Nussbaum claims that, despite Aristotle's biological and political misogyny, some elements of his thought—especially the view of the material conditions necessary for human functioning—can make important contribution to contemporary liberal feminism (Nussbaum, 1998, pp.248-250). She thinks that, by means of Aristotle's account of human functioning, Aristotelian feminism will become 'a branch of the larger critique of poverty, oppression, inequality, and the frustration of capability in the lives of human beings the world over' (Nussbaum, 1998, p.256). Even though we agree in general with Nussbaum's opinions in her article, associating Aristotle with misogyny seems to us questionable. Without any doubt, he has a hierarchical point of view and counts women as second-class humans. We find, in many places of his works, various statements supporting this claim: 'the nature of man is the most rounded off and complete' (Aristotle, 1962, pp.608b 7-8); 'the male is by nature superior, and the female inferior; and the one rules, and the other is ruled; this principle, of necessity, extends to all mankind' (Aristotle, 1961, pp.1254b 13-16). Again, he says,

'...the freeman rules over the slave after another manner from that in which the male rules over the female, or the man over the child; although the parts of the soul are present in all of them, they are present in different degrees. For the slave has no deliberative faculty at all; the woman has, but it is without authority, and the child has, but it is immature. So it must necessarily be supposed to be with the moral virtues also; all should partake of them, but only in such manner and degree as is required by each for the fulfilment of his duty. Hence the ruler ought to have moral virtue in perfection, for his function, taken absolutely, demands a master artificer, and rational principle is such an artificer; the subjects, on the other hand, require only that measure of virtue which is proper to each of them' (Aristotle, 1961, pp.1260a 8-20).

Howbeit, we suppose that these opinions do not show that he is a misogynist. For he is aware of the natural fact, which is in common with both animals and plants, that there is a union of male and female who cannot exist without each other and therefore need the opposite sex to reproduce (Aristotle, 1961, pp.1252a 26-30); and he treats the relation of husband and wife as—beyond a union originating from the instinct to reproduce—an association of two free partners living together for the sake of various purposes of life, where each of them have their own rights, responsibilities, and duties in accordance with their proper capacities and virtues, and where a special kind of justice and friendship is established and continued under the aristocratic rule of the man (Aristotle, 1963a, pp.1160b 32-35, 1161a 22-24, 1162a 16-28; Aristotle, 1963b, pp.1241b 29-30; Aristotle, 1961, pp.1252b 1-7).

On the other hand, contrary to Nussbaum, it seems that Aristotle's standpoint on women does not enable us to speak of a type of feminism characterized by being Aristotelian. For even though he cannot be accused of misogyny, he evidently counts women as second-class humans; and this hierarchical approach, which is an integral part of Aristotelianism, is by no means congruous with feminism. Yet we believe that, as Nussbaum states, some of his thoughts can make an important contribution to feminism.

Building Blocks Of Aristotle's Ethics

In one of the most comprehensive studies on Aristotle, Guthrie rightly expresses the following difficulty that is necessarily faced while writing about the philosopher: 'The most difficult problem in writing about Aristotle is to decide the order of exposition. His system is in essentials so closely knit that its parts seem mutually explanatory' (Guthrie, 1983, p.100). Yet his opinions, as products of a great systematic thinking, do not fail to display a logical structure that provides the writer with, as the phrase goes, a natural order of exposition. A significant example of this situation is found in his ethical theory based on successive analyses of three basic concepts—'the good' (*τἀγαθόν*), happiness (*εὐδαιμονία*), and virtue (*ἀρετή*) respectively. A brief overview of these analyses would be useful for determining the position of justice (*δικαιοσύνη*) in Aristotle's ethics.

Ēthikā Nikomácheia opens with the following assertion: 'Every art and every inquiry, and similarly every action and pursuit, is thought to aim at some good [*ἀγαθός*]; and for this reason the good [*τἀγαθόν*] has rightly been declared to be that at which all things aim' (Aristotle, 1963a, pp.1094a 1-3; Bekker, 1831, pp.1094a 1-3). These words reflecting a teleological point of view might evoke the notion of *summum bonum*. Aristotle definitely rejects the highest good in the Platonic sense of the word; he criticises the Idea of good, which is thought to be the source of other things being good, in many aspects such as the usefulness of the Idea of good—for it is unattainable and unreachable by human actions—and the fact that each category has its own good and different sciences deal with different goods (Aristotle, 1963a, pp.1096a 11-1097a 14; Aristotle, 1963b, pp.1217b 1-1218a 5). However, he admits that there is an ultimate good in relation to actions: Even though different sciences and arts have different ends peculiar to themselves, where sciences and arts fall under a single capacity, the ends of master arts seem better than the subordinate ones. Now, since political science is the most authoritative among the sciences related to actions, its end, that is, happiness (*εὐδαιμονία*) is the final end and therefore the chief good

in the range of actions. Only happiness is always chosen for itself and never for the sake of something else, and only it is self-sufficient among the ends (Aristotle, 1963a, pp.1094a 3-1094b 10, 1095a 13-20, 1097a 15-1097b 21; Aristotle, 1963b, pp.1217a 21-40; Bekker, 1831, pp.1095a 15-20).

Thus the analysis of the concept of the good is transformed into an inquiry concerning happiness. It has to be underlined that, as stated by Ross, the English word 'happiness' is not literal equivalent of Aristotle's *eudaimonia*, 'for whereas "happiness" means a state of feeling, differing from "pleasure" only by its suggestion of permanence, depth, and serenity, Aristotle insists that *eudaimonia* is a kind of activity; that it is not any kind of pleasure, though pleasure naturally accompanies it' (Ross, 2005, p.121). This activity is briefly defined as 'the activity of soul in accordance with virtue'. The reasoning behind this definition is as follows: For something that has a function or activity, the good resides in the good performance of the relevant function, i.e. the performance in accordance with the appropriate virtue/excellence (*ἀρετή*) related to the function. The function peculiar to man is the activity of the rational parts of soul, of which one possesses reason (*λόγος*), and the other follows. Therefore the good for man, that is, happiness resides in the good performance of the rational activity of soul in accordance with virtue (Aristotle, 1963a, pp.1097b 22-1098a 17; Bekker, 1831, pp.1097b 22-1098a 17).

The first point to take into consideration is that, by 'happiness' Aristotle means a life-long activity, not temporary actions: 'But we must add "in a complete life". For one swallow does not make a summer, nor does one day; and so too one day, or a short time, does not make a man blessed and happy' (Aristotle, 1963a, pp.1098a 17-19). In MacIntyre's words, 'It is lives that we are judging when we call someone happy or unhappy and not particular states or actions. The individual actions and projects which make up a life are judged as virtuous or not, and the whole as happy or unhappy' (MacIntyre, 1996, p.63).

On the other hand, it is obvious in the reasoning above that Aristotle's formula for happiness is limited to the activity of soul in accordance with virtue. Yet he is also aware of the importance of and need for both the goods relating to body (e.g. health, power, and beauty) and external goods (e.g. money, children, and friends) (Aristotle, 1963a, pp.1098b 9-29, 1099a 31-1099b 7, 1178a 24-1178b 7, 1178b 33-1179a 1). However, it does not mean that these requirements equal to the essence of happiness:

'Still, we must not think that the man who is to be happy will need many things or great things, merely because he cannot be supremely happy without external goods; for self-sufficiency and action do not involve excess, and we can do noble acts without ruling earth and sea; for even with moderate advantages one can act virtuously (...); and it is enough that we should have so much as that; for the life of the man who is active in accordance with virtue will be happy' (Aristotle, 1963a, pp.1179a 1-9).

Aristotle divides virtue into two kinds depending on the aforementioned classification of the parts of soul. The virtues belonging to the part that follows reason are called moral virtues; the ones belonging to the part that possesses reason, intellectual virtues. Both of them, on the other hand, are states with respect to which people are praised (Aristotle, 1963a, pp.1103a 3-10; Aristotle, 1963b, pp.1220a 5-12).

Moral virtues are states concerned with passions, actions, and choices, in which there is excess, defect, and the intermediate. As excess and defect equal to vice, virtue lies in the mean; it is a mean between two vices (Aristotle, 1963a, pp.1106b 15-1107a 6). Courage, for example, is the mean between rashness and cowardice, temperance between self-indulgence and insensibility, or liberality between prodigality and meanness (Aristotle, 1963a, pp.1107a 33-1107b 10). All of those kinds of virtues come about as a result of habit. Therefore they do not arise by nature; they are acquired by always doing like acts conforming to virtues. Likewise, vices arise out of like acts. One can become, for example, temperate by doing temperate acts, or indulgent by doing indulgent ones (Aristotle, 1963a, pp.1103a 14-1103b 24).

As for intellectual virtues, both their births and their growths rest on teaching (Aristotle, 1963a, pp.1103a 15-16), for they correspond to cognitive excellences. These virtues are defined as 'the states by virtue of which the soul possesses truth by way of affirmation or denial', and they are five in number: art (*τέχνη*), practical wisdom (*φρόνησις*), scientific knowledge (*ἐπιστήμη*), philosophic wisdom (*σοφία*), and intuitive reason (*νοῦς*) (Aristotle, 1963a, pp.1139b 15-17; Bekker, 1831, pp.1139b 15-17).

According to Aristotle, the part of soul that possesses reason is subdivided into two kinds. One of them is the calculative part, by which the things whose principles are variable are contemplated, and the other is the scientific part, by which the things whose principles are invariable are contemplated (Aristotle, 1963a, pp.1139a 5-15). Now, art and practical wisdom belong to the former, for they are states concerned with making and acting respectively, and the field of variables consists of things made and things done (Aristotle, 1963a, pp.1140a 1-

1140b 6). As for the other intellectual virtues, they are related to things that cannot be otherwise. Scientific knowledge is a state of capacity to demonstrate by forming syllogisms proceeding from first principles acquired by induction, and intuitive reason is the one that grasps these principles. Lastly, philosophic wisdom is the scientific knowledge of divine things, combined with intuitive reason (Aristotle, 1963a, pp.1139b 18-36, 1140b 31-1141b 7).

Practical wisdom has a special place amongst intellectual virtues. Since 'it is a true and reasoned state of capacity to act with regard to the things that are good or bad for man', it involves having the knowledge of both general principles and particular cases related to actions. Therefore practical wisdom and moral virtues should be found together, 'for virtue makes us aim at the right mark, and practical wisdom makes us take the right means' (Aristotle, 1963a, pp.1140b 4-6, 1141b 7-21, 1144a 6-8). Practical wisdom, consequently, forges a link between the moral and intellectual virtues. Hence, Aristotle states that the mean is 'determined by a rational principle, and by that principle by which the man of practical wisdom would determine it' (Aristotle, 1963a, pp.1107a 2-3).

From what have been said so far, it is plain that Aristotle puts forward an understanding of morality that is based on rational agent's activities in accordance with virtue. It is equally clear that both moral and intellectual virtues are taken into consideration in an individual dimension; they are regarded as the states in line with which a person must act in order to be moral. Morality, however, is a social fact before anything else; it is the toughest safeguard of social order. Without any doubt, Aristotle is aware of this truth, and that is what makes him scrutinise justice in his inquiry concerning morals.¹

Aristotle's Account Of Justice

Aristotle begins his examination by distinguishing the different meanings of 'the unjust' and 'the just'. Both an unlawful person and a grasping and unfair person is characterised as unjust; the just, then, means the lawful and the fair. The relationship between the just and the lawful is related to the function of laws. Commanding the acts suitable with moral virtues and forbidding the virtueless ones, laws aim at the common advantage of as many people as possible, and thus lawful acts are called just acts by means of which happiness for the political society might be produced and preserved. However, there is a partial identity between the lawful and the just acts, for only rightly-framed laws can rightly lead to just acts. As for the just in the meaning of being fair, it is connected with the attitudes toward the things that are absolutely good and the ones absolutely bad. A grasping man pursues the greater of such good things, whereas the less in case of bad ones; and this is what makes him unfair. To be just, then, equals to siding with fair sharing (Aristotle, 1963a, pp.1129a 31-1129b 24).

In parallel with the meanings of 'the just', Aristotle divides justice (*δικαιοσύνη*) into two kinds: universal justice connected with the just in the meaning of the lawful, and particular justice, with the just in the meaning of the fair. The first form of justice is complete virtue in relation to other people; it is the actual exercise of complete virtue both in one's own self and towards other people. Justice in this sense, then, equals to virtue entire in all human and social relations, and the opposite injustice, consequently, is vice entire. As for the particular justice, it is a part of virtue that is concerned with particular good things, not with virtue entire (Aristotle, 1963a, pp.1129b 25-1130b 29; Bekker, 1831, pp.1129b 25-1130b 29), and it is subdivided into two as follows:

'...(A) one kind is that which is manifested in distributions of honour or money or the other things that fall to be divided among those who have a share in the constitution (for in these it is possible for one man to have a share either unequal or equal to that of another), and (B) one is that which plays a rectifying part in transactions between man and man. Of this there are two divisions; of transactions (1) some are voluntary and (2) others involuntary—voluntary such transactions as sale, purchase, loan for consumption, pledging, loan for use, depositing, letting (they are called voluntary because the origin of these transactions is voluntary), while of the involuntary (*a*) some are clandestine, such as theft, adultery, poisoning, procuring, enticement of slaves, assassination, false witness, and (*b*) others are violent, such as assault, imprisonment, murder, robbery with violence, mutilation, abuse, insult' (Aristotle, 1963a, pp.1130b 30-1131a 9).

In the passage quoted above, it is seen that both kinds of particular justice refer to the state of equality in the situations where it might occur injustice depended on the inequality of gain and loss between the parties. However, in distributive justice, equality is to be provided in order not to cause injustice, whereas, in rectificatory justice, existing inequality is to be rectified in order to establish justice. Moreover, what is meant by 'equality' is different in each case. In distributive justice, equality is regarded as the distribution of shares in direct proportion to the ratio between the parties, which is determined according to their merits. This justice, therefore, depends on geometrical proportion. As for rectificatory—that is to say, corrective—justice, it is a sort

¹ For the same reason he sets great store by friendship as well (Aristotle, 1963a, pp.1155a 1-1172a 16).

of equality according to arithmetical proportion. The judge equalizes the disproportion of gain and loss between the parties by subtracting the excess of gain from the wrongdoer and adding it to the wronged party (Aristotle, 1963a, pp.1131a 10-1132b 20).

We have seen that moral virtue lies in the mean between two vices, namely excess and defect. Now, since particular justice is a part of virtue, it also has to possess the same quality. However, it is not possible to regard justice as the mean between injustice and the state of being very just, for there is no vice in the meaning of excess justice. For this reason justice is a mean in a different way than the other virtues are: ‘...just action is intermediate between acting unjustly and being unjustly treated; for the one is to have too much and the other to have too little. Justice is a kind of mean, but not in the same way as the other virtues, but because it relates to an intermediate amount, while injustice relates to the extremes’ (Aristotle, 1963a, pp.1133b 31-36).

Apart from the considerations about the nature of justice and the explanations about its different kinds depended on the meanings of ‘the just’, we find Aristotle making a different classification according to the types of social relations. Since the relations between men who are free and equal differ from the ones between a master and a slave, a father and a child, and a husband and a wife, it is impossible to speak about a justice common to all. Justice that is found among free and equal men, who have an equal share in ruling and being ruled, is called political justice. As for the other types of relations, political justice cannot be applied to them; justice is used in a special sense and by analogy. For political justice is only found among people whose mutual relations are governed by law, but a master and a slave, a father and a child, and a husband and a wife do not have such relations. Therefore there are different kinds of justice between these parties; they are called justice of master, justice of father, and household justice respectively (Aristotle, 1963a, pp.1134a 25-1134b 17).

On the other hand, political justice is subdivided into two parts according to the sources of justice. One of them is the natural part, which is by nature and has the same force everywhere, and the other is the legal, which is conventional and depends on laws enacted by humans. Without any doubt, the things that are conventionally regarded as just are subject to change, but Aristotle thinks that the just things by nature are also changeable. However, it seems that this changeability is related to people’s judgements about them, not to their moral values (Aristotle, 1963a, pp.1134b 18-1135a 4).

From the considerations above, it can be concluded that justice, in all its forms, is the reflection of virtues, which are personal states, in the network of human and social relations, and it enables these relations to be maintained righteously and justly.

Conclusions: After Intersectional Justice

We have seen that moral virtues are the intermediate states between excesses and deficiencies of actions and passions. However, it does not mean that every action and passion admits of a mean, for some of them (e.g. spite, shamelessness, envy, adultery, theft, and murder) are themselves bad (Aristotle, 1963a, pp.1107a 9-18). If Aristotle’s examples of involuntary transactions are to be remembered, we obtain such a list of actions and passions that are themselves bad: spite, shamelessness, envy, adultery, theft, murder, poisoning, procuring, enticement of slaves, assassination, false witness, assault, imprisonment, robbery with violence, mutilation, abuse, and insult. It is clear that most of them are the actions that discriminatory people often resort to. For certain Aristotle was not thinking of discrimination while he was examining the moral values of actions. Rather, he was mainly concerned with the good and the bad things for the happiness of free men. Nevertheless, we find him underlining a considerable point, which gives shape to his account of justice and can be applied to any social and political issue such as discrimination: Social and political ideals should rest on moral consciousness based on a proper understanding of virtue.

In accordance with this principle, Aristotle expresses ‘the just’ in the meaning of the lawful, and accordingly, universal justice as complete virtue. More importantly, he claims that only rightly-framed laws can rightly lead to just acts, namely the acts suitable with virtues, that it shows that virtues play the determining role, not the laws. We suppose that this point of view is quite important in terms of discrimination, for the laws without an ethical basis that is strictly against discrimination are still a part of dominant culture. Besides, without such a basis, enforcement of laws always hangs by a thread.

On the other hand, Aristotle’s views on justice carry the traces of an intersectional point of view: Since universal justice is virtue entire, and the particular justice part of virtue, all particular cases of inequality and unfairness seem as the products of same injustice, i.e. complete vice. Therefore the solution to that kind of unjust situations is primarily found in morality based on virtues. It seems to us that this solution also applies to the intersectional injustice being caused by discriminatory mentality.

As stated before, Aristotle treats women as second-class humans. However, it does not mean that he supports the oppression of women within society, for he is aware of the cooperative association of men and women. Yet his view of the superiority of men is beyond the pale. On the other hand, the abovementioned morality-based approach to discrimination is certainly very important for curing the injustices that women are exposed to.

References

- Aristotle. (1961). *Politica*. In W.D. Ross (Ed.), *The works of aristotle volume x* (B. Jowett, Trans., pp.1252a 1-1342b 35). London: Oxford University Press.
- Aristotle. (1962). *The works of aristotle volume iv historia animalium*. (J.A. Smith, W.D. Ross, Eds., D.W. Thompson, Trans.). London: Oxford University Press.
- Aristotle. (1963a). *Ethica nicomachea*. In W.D. Ross (Ed.), *The works of aristotle volume ix* (W.D. Ross, Trans., pp.1094a 1-1181b 23). London: Oxford University Press.
- Aristotle. (1963b). *Ethica eudemica*. In W.D. Ross (Ed.), *The works of aristotle volume ix* (J. Solomon, Trans., pp.1214a 1-1249b 25). London: Oxford University Press.
- Bekker, I. (1831). *Aristoteles graece ex recensione immanuelis bekkeri volumen alterum*. (A.R. Borussica, Ed.). Berolini: Apud Georgium Reimerum.
- Guthrie, W.K. (1983). *A history of greek philosophy volume vi aristotle an encounter*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MacIntyre, A.C. (1996). *A short history of ethics*. New York: Touchstone.
- Nussbaum, M.C. (1998). Aristotle, feminism, and needs for functioning. In C.A. Freeland (Ed.), *Feminist interpretations of aristotle* (pp.248-259). University Park: The Pennsylvania State University Press.
- Ross, W.D. (2005). *Aristotle*. London & New York: Routledge (Taylor & Francis e-Library).

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ÜST DÜZEY YÖNETİCİ OLMAYI ETKİLEYEN DEĞİŞKENLERİN TÜRKİYE ÖZELİNDE İNCELENMESİ

Gülay SELVİ HANIŞOĞLU
Beykent Üniversitesi

Özlem Arzu AZER
Esenyurt Üniversitesi

Fidan GÜLER

Abstract

Gender Empowerment is taken into account as an important indicator of the Human Development Index. Human Development Index which is calculated by United Nations Development Programme covers the components such as number of female managers, seats in the parliament held by women etc. Our daily lives, production relations and working environment have been affected and changed very rapidly through technological improvements for the last ten years. Today, on the one side, the effects of robots and robotic technology is a big debate. But on the other side, the inequalities between man and women continue through all over the world. There are significant differences between the number of man and women on the managerial level of companies or parliaments of the countries. The Global Gender Gap Index which is prepared by World Economic Forum, examines the gap between men and women across the World for four fundamental categories since 2006. The mentioned four fundamental categories are Economic Participation and Opportunity, Educational Attainment, Health and Survival, and Political Empowerment. At the end of 2018, Global Gender Gap score was around % 68. It means that there is still 34 % gap which should be closed. Turkey ranks 130th among 149 countries for the gender gap score. Also, the second subindex Economic Participation and Opportunity difference between man and women remains very large with a ratio of 59%. This means that, there is still a 41 % gap in Turkey. In the business life, women still deal with significant obstacles in occupying managerial or upper managerial roles.

Although Turkish women received the right to vote and also the right to stand for election as of 1930, much before from most of the other countries, gender differences on the business life are currently significant in Turkey. There are also inequalities concerning number of employees and income level between man and women for most of the sectors in Turkey. Like many other service sectors, in the banking sector number of woman employees is higher than number of man employees. As of March 2018, although ratio of women employees in the Turkish Banking sector was around 51 %. Besides, on the upper managerial level, ratio of women employees was around 10 %. In our study, we examined the situation on the gender equality for the managerial and upper managerial levels of the Turkish Banking system. It is investigated why there are fewer female employees at the senior managerial levels, while the total number of female employees is higher. For making this analysis, a questionnaire is applied on mainly two groups of individuals. First group consists the bank employees who are working or have worked on the senior managerial levels such as assistant general manager, general manager or member of board of directors. The second group consists bank employees who are working or have worked on the middle managerial levels such as branch manager, regional manager or department manager. This research also analyzed whether there are significant differences between personal and managerial characteristics as well as abilities between these two groups and also between genders which may explain the structure of senior level management.

Key words: *Business, Gender Gap, Banking Sector, Senior Level Management, Turkey*

Özet

Teknolojik gelişmeler günlük hayatımızı, üretim biçimlerini ve çalışma koşullarını hızla değiştirmektedir. İş hayatımızda robotların payı ve yaptıkları işler üzerinde tartışmalar sürerken, bugün dünya ölçeğinde kadın ve erkeğin iş hayatına katılımı ve özellikle üst düzey yönetici olarak çalışmalarına ilişkin oranlarda önemli farklar gözlenmektedir. 2006 yılından beri her yıl yayınlanan Küresel Cinsiyet Farkları 2018 (Dünya Ekonomik Forumu 2018) raporunda değerlendirilen 149 ülke arasında Türkiye 130. sırada yer almaktadır. Ekonomik hayata katılım ve fırsatlar, eğitim, sağlık, politik hayata katılım konularında alt kriterlerin bulunduğu araştırmada cinsiyet farklılığının oranı değişmekle birlikte global ölçekte bir sorun olduğu görülmektedir. Kadına seçme ve seçilme hakkına ilişkin yasal düzenlemelerin 1934 yılında pek çok ülkeden önce yapılmış olmasına karşın Türkiye’de iş hayatında cinsiyet farkları çok çarpıcıdır. Pek çok iş alanında erkek çalışanlar çoğunluktadır, daha kısa sürelerde yönetici pozisyonlara gelebilmekte ve daha yüksek ücretler almaktadır. İnceleme alanımız olan Finans sektörü kadın erkek çalışan sayısı açısından hizmet sektörünün alt alanı olarak farklı bir durum göstermektedir. Hizmet sektöründe olduğu gibi benzer biçimde finans

sektöründe kadın çalışan sayısı erkek çalışan sayısına göre daha fazladır. Ancak üst düzey yönetici olarak finans sektöründe çalışanların çok büyük bir oranda erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Çalışmamızda toplumda çalışan sayısının kadın erkek olarak eşit olduğu bir sektörde neden üst düzey yönetici olarak kadınların sayısının erkeklere göre çok az olduğunun nedenleri analiz edilmektedir. Bu analiz yapılırken, finans sektöründe üst düzey yönetici olarak çalışan veya geçmişte çalışmış olan kişiler (kadın ve erkekler) ile üst düzey yöneticiliğin bir altı olan müdür veya bölge müdürü pozisyonlarında çalışan veya çalışmış kişilerle görüşülerek nedenleri analiz edilecektir. Çalışmamızda SPSS analiz programı kullanılarak farklı cinslerin ve farklı pozisyonlarındaki kişilerin değerlendirmeleri ile bu örneklem grubundan yola çıkılarak üst düzey yönetici olmak için gerekli olduğu düşünülen koşullar ve kadınların üst düzey yöneticiliğe yükselmelerini engelleyen koşulların neler olduğu analiz edilecektir.

1. Giriş

BM 2030 Gündemi kapsamında yer alan onyedinci Sürdürülebilir Kalkınma Hedefinin beşincisini toplumsal cinsiyet eşitliği oluşturmaktadır. Bu eşitliğin sağlanması için kız çocuklarının eğitime erişimi, kadınların işgücüne katılımı ve erkeklerle eşit ücret almaları, kamu görevlerinde ayrımcılık yapılmaması yanısıra kadın liderlerin artması hedeflenmektedir.

Dünyada kadınların istihdama katılım oranı artarken halen yeterli seviyede değildir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde kadınların kayıtdışı istihdamının yüksek olduğu gözlemlenirken (UN Women) üst düzey yöneticilik düzeyinde düşük oranlarda olduğu görülmektedir.

Mc Kinsey & Company firmasının 2018 yılında yapmış olduğu ‘Women in Workplace’ (İşyerinde Kadınlar) çalışmasına göre, dünyada kadınların üst düzey yönetici oranı % 29 iken bu oran bankacılık sektöründe % 31 oranında gerçekleşmiştir. Bankacılık sektöründe % 56 oranında kadın istihdamı sağlanırken üst düzey yönetici düzeyinde % 31 seviyesinde olması kadınların yöneticilikte karşılaştıkları cam tavan sendromuyla açıklanabilir.

Cam tavan sendromu ilk olarak 1977’de Rosabeth Moss Kanter’in ‘Şirketlerdeki Erkekler ve Kadınlar’ kitabında kullanılmıştır. Daha sonra 1986 yılında Hymovitz ve Schellhardt tarafından ‘İş yaşamında kadın’ konulu bir panelde kullanılarak literatüre girmiştir (İplikcioğlu, Eğilmez, & Şen, 2018). Cam tavan kavramı devlet veya özel şirketlerde, çeşitli kurumlarda üst düzey yönetici olarak çalışma kapasitesine sahip kadınların bu düzeye gelmelerini engelleyen uygulamalar, anlayışlar olarak tanımlanmıştır. Ayrıca aynı araştırmadaki anket katılımcılarının ifadelerinden cam tavan sendromunun; psikolojideki öğrenilmiş çaresizlikle aynı olduğu, adı konmayan engeller olduğu, özgüven eksikliği, yetersiz eğitim, zaten sayıca az olan başarısız girişimler, özeleştirme yapamama ve aile yaşamının sorumlulukları gibi engeller olduğu ifade edilmiştir. Tüm bu nedenlerin kadınların iş performanslarını olumsuz etkilediği belirtilmiştir. Aile içinde çocuklarla ilgili sorumlulukların daha çok kadının üzerinde olması, iş hayatında anneyi biraz daha sorunlu çalışan haline getirdiği vurgulanmıştır. Sonuç bölümünde de cam tavanın etkisini azaltmak veya yok etmek için en önemli stratejinin bireysel anlamda kişisel gelişim fırsatları, örgütsel anlamda çalışanlara eşit iş ve eğitim imkanı verilmesi olarak tespit edilmiştir (İplikcioğlu, Eğilmez, & Şen, 2018).

Balcı vd. çalışmasında, Türkiye’de cinsiyet eşitsizliğinin bir yansıması olarak profesyonel mesleklere girmek ve bu mesleklerde üst düzey temsil makamlarına gelmek konusunda karşılaştıkları önyargıların, toplumsal eşitsizliği arttırmakta olduğunu vurgulayarak, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bankacılıkta da temsil makamları dedikleri üst yönetim kadrolarında var olduğunu işaret etmişlerdir. 2017 Türkiye Bankalar Birliği verilerinde kadın çalışanların sayıca çokluğu belirtilmiş ancak temsil makamlarındaki oranın %10 olduğu vurgulanmıştır (Balcı, Çelik ve Örgüt 2018).

2. Finans Sektöründe Kadın İşgücünün Tarihsel Gelişimi

Kadın ve erkeğin tarihsel süreçteki yerlerine kısaca bakıldığında, ilköğretimde temel ihtiyaçların temini, hayatta kalma, türü devam ettirme, yer bulma çabaları doğal olarak bir takım rollerin paylaşılmasına neden olmuştur. Erkeklerin fiziki güçleri, avcılık, savaşma becerileri ile kadınların beslenme, toplayıcılık, doğurma, yetiştirme becerileri doğal dengesinde paylaşılmıştır. Ancak, çağlar ilerledikçe bu denge kadın aleyhine bozulmaya başlamıştır. Kaynakların sınırlılığı ve paylaşım korkusu savaşların temel nedenlerini oluşturmuştur. En geniş alanlara hükmeden en güçlü addedilmiştir, bunlara toplum olarak verilen önem ve kutsallık payeleri de erkek egemen toplumların oluşmasına neden olmuştur. Savaşlarla gelen galibiyet ve refah olguları da tüm toplumlarda “güç” kavramının bu çerçevede oluşmasına neden olmuştur. Kadınların yaptıkları toplayıcılık, besleme, doğurma gibi birçok görev arasından savaşçı çocuk doğurma görevi toplumsal ve de dinsel olarak yüceltilerek erkek egemen toplumları oluşturmuştur. İnsanlık, Homo Sapiens yani yaklaşık yüz bin yıl ve antropolojik açıdan modern insan olarak tanımlanan avcı-toplayıcı (yirmi bin yıl önceki) dönemlerden 19.yy’a kadar bu düşüncelerle gelmiştir.

Tarih profesörü Harari, erkeklerin ayrıcalıklı olmasının biyolojik bir açıklamasının olup olmadığına ilişkin yorumunda, cinsler arasındaki biyolojik farklılıkların yasal, kültürel ve politik yapılar üzerinde etkili olduğu kabulünden yola

çıkarak, bu biyolojik temelin dışında ve biyolojik temelle ilgisi olmayan biçimde kadın ve erkeklerle ilgili toplumsal normların ve kültürlerin oluşturulduğunu vurgulamaktadır. (Harari 2017)

Çalışmamız finans sektöründe üst düzey yönetici olarak çalışan kadınları daha ayrıntılı olarak kapsamakla birlikte bu bölümde kısaca kadınların çalışma hayatına katılmasını etkileyen gelişmelere yer verilmiştir. 1789'da tüm dünyayı etkisi altına alan Fransız Devrimi ve İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi insan hakları açısından yeni bir devri başlatmıştır ancak bu bildiride, eksik olan kadın hakları 1791 yılında Olympe de Gouges ve kadınlar tarafından Kadın ve Yurttaş hakları Bildirgesi olarak hazırlanmıştır. Gouges' in yaşamına mal olan bu bildirge tüm kadınlara ilham olmuştur.

Bu gelişmelerden yaklaşık 67 yıl sonra Osmanlı İmparatorluğunda da Padişah Abdülmecid tarafından bazı reformlar yapılmıştır. 28 Şubat 1856 tarihinde ilân edilen Islâhat Fermanı ile hukuksal olarak kadınların eşit haklara sahip olacağı düzenlenmiştir. Kadınların mal olarak alınıp satılması kaldırılmıştır. Din eğitimi yanısıra, ebelik ve öğrenimlik eğitimi almalarına ilişkin düzenlemeler yapılmıştır (Altınbaş 1989). Kadınlara medeni haklar 1926 yılında Türk Medeni Kanunu ile tanınmıştır. Kadınlara tanınan haklar sonucunda pek çok alanda kadınlar işgücüne katılmışlardır.

Finans sektöründe ilk kadın bankacı 1928 yılında Adana Türkiye İş Bankası Şubesi'nde muhasebeci olarak göreve başlayan İclal Ersindir. Kendisi aynı zamanda bankacılıkta ilk imza yetkisine sahip olan kadın, ilk şube müdürü kadın olma özelliklerine sahiptir. Bu gelişme sonrasında bankacı olarak görev yapan kadınların sayısı yıllar itibarıyla önce yavaş daha sonra hızla artmaya başlamıştır.

Cumhuriyetin kuruluşuyla, kadınlara birçok dünya ülkesinden önce 5 Aralık 1934 de milletvekili seçme ve seçilme hakkı tanınmıştır. Bu hak kadınlara Fransa'da 1945 yılında, İtalya'da 1946 yılında, Belçika'da 1948 yılında, Yunanistan'da 1952 yılında, İsviçre'de ise 1971 yılında tanınmıştır (Oral 1989). Anayasalarımızda kadın erkek eşitliği ve devletin bu eşitliği korumakla görevli olduğunun net olarak tanımlanması ve evlilik akdinin koşullara bağlanması özellikle kırsal yörelerde kadınları koruyucu özellikler taşımaktadır. 2017 yılında Evlendirme Yönetmeliğinde yapılan değişiklikle evlendirme memuru yetkisinin dağıtılmış olması ise kadınlar için baskı unsuru olarak kullanılabilecek özelliğe sahiptir.

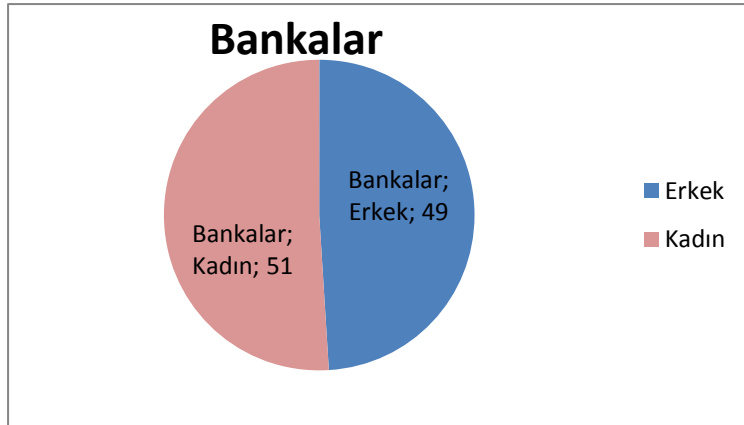
Uluslararası düzeyde kadın erkek eşitliğinin sağlanmasına yönelik pek çok sözleşme, girişim ve çalışma grubu bulunmaktadır. Bunların önemli olanlarından biri Birleşmiş Milletler bünyesinde altı temel insan hakları sözleşmesinden biri olan “Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi-CEDAW” dir. Bu sözleşmeye Türkiye 1985 yılından beri taraftır. Bu sözleşmede devletlerin en temel yükümlülüklerinden birinin kadın ve erkeklerin sosyal, medeni ve kültürel her türlü haktan eşit olarak yararlanması gerektiği vurgulanmaktadır. Bunun sağlanmasının ülkelerin kalkınmasına, dünya barışına ve refaha önemli katkı sağlayacağı belirtilmektedir.

Tarihsel gelişme tüm sektörleri etkilediği gibi finans sektörünü de etkilemiştir. Kadın çalışanların temel sorunu toplumsal ve sosyo-kültürelidir. Tüm deneyimler ve istatistiki veriler bu gerçekleri ortaya koymaktadır. Amaç bu bilinen gerçeklerin eşit koşullara gelmesini kısa sürede sağlamaktır. Çağdaş dünyada güç kavramının artık değiştiği, bilginin en önemli güç haline geldiği ve bunun yolunun da eğitimden geçtiği herkes tarafından kabul edilmiştir. Bu nedenle kadınların iyi eğitim alması ile bu eşitsizliklerin ortadan kalkacağı belirlenmiştir. “Gerçekten eşit bir dünya, kadınların; ülkelerin ve şirketlerin yarısını yönettiği ve erkeklerinde ev idaresinin yarısını üstlendiği bir dünyadır. Ekonomi kanunları ve farklılıklarla ilgili birçok çalışma, insan kaynakları ve yetenekleri havuzundaki herşey kullanıldığında kolektif performansın gelişeceğini göstermektedir. Yatırımcı Warren Buffett büyük başarısının sırrının, nüfusun sadece yarısı ile rekabet etmek zorunda olması olduğunu açık sözlülükle ilan etmiştir.” Ülkemizin gelişmesi kalkınması için kadın -erkek eşit güç birliğinin toplum tarafından hızla benimsenmesi verimliliğimizi arttıracaktır. (Sandberg 2014)

Kadınların sosyal ve ekonomik konumlarını iyileştirmek kadın istihdam oranlarında artış sağlayabilmek ülkemizin kalkınma düzeyini arttıracak önemli göstergelerdendir. Kadın istihdamını arttıracak yöntemler üzerinde çalışmalar yapılması ve gelişme ihtiyacı olan alanlar, engellerin neler olduğunun bilinmesi bu alanda gerekli politikaların oluşturulması açısından önemlidir. Sağlanacak eşitlik ile kadınlar, üretim, yönetim, liderlik yollarında her şeyin mümkün ve yapılabilir olacağını göstereceklerdir.

3. Bankacılık Sektöründe Üst Yönetici Olarak Çalışanların Eğitim, Cinsiyet, Medeni Durumlarının Analizi

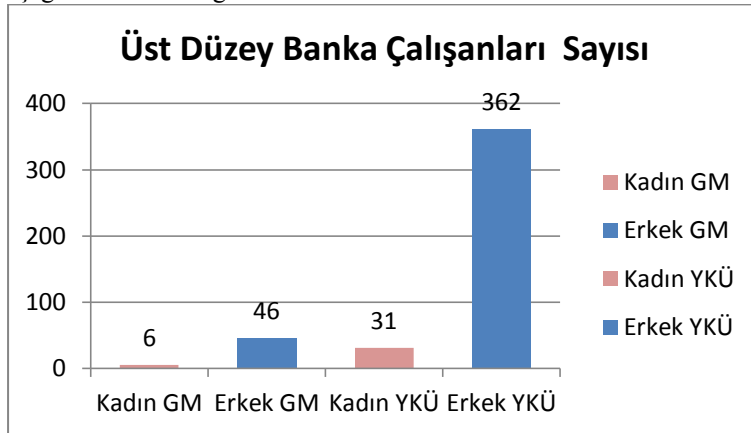
Cinsiyet ve eğitim durumuna göre incelediğimizde; Bankacılık sektöründe kadın çalışan oranı % 51 iken erkek çalışan oranı ise % 49'dur. Haziran 2018 dönemi itibarıyla, bankacılık sektöründe çalışanların % 78'i yükseköğretim kurumları mezunudur. Yüksek lisans ve doktora yapmış olanların oranı ise % 8'dir. (AB Bakanlığı 2012)



Kaynak: TBB

Şekil 1: Banka Çalışanlarının Dağılımı

Yarıdan fazla kadın çalışanı olan bankacılık sisteminde üst düzey yönetici olarak Genel Müdür ve Yönetim Kurulu düzeyinde çalışan kişilerin sayılarına baktığımızda kadın erkek çalışan sayısındaki adaletsiz dağılımı net olarak aşağıdaki tablodan görmek mümkündür.



Kaynak: TBB

Şekil 2: Banka Üst düzey Çalışanlarının Dağılımı

4. Araştırma

4.1. Araştırmamızın amacı

Araştırmamızın amacı Türkiye Bankacılık sektöründe üst düzey yöneticiliğe yükselmeyi etkileyen nedenlerin analiz edilmesidir. Bunu analiz ederken önemli iki değişken olduğu varsayılmıştır. Bu iki değişken çalışanların kişisel ve yönetsel özellikleri olarak tanımlanmıştır. Bu özelliklere ilişkin hazırlanan anket banka çalışanlarına uygulanarak anket sonuçları yorumlanmıştır.

4.2. Araştırmanın yöntemi:

Çalışmamız için hazırladığımız anket İstanbul ilinde bankacılık sektöründe yönetici düzeyinde aktif olarak çalışan veya emekliye ayrılmış, öncelikle yakın tanıdık çevremiz ve onların aracılığı ile ulaştığımız raslantısal örneklem yöntemi ile seçilen toplam 42 kişiye uygulanmıştır. Anketimizde katılımcılara yaş, cinsiyet gibi kendilerine özel bilgileriyle birlikte yönetsel ve kişisel özellikler alt boyutlarını açıklamak amacıyla hazırlanan sorular sorularak değerlendirilmeleri alınmıştır. Sorular kadın yöneticilere ilişkin çalışma yapılan birkaç ölçekten derlenerek hazırlanmıştır. Kullanılan ölçekler; Çetin ve Basım(2012) tarafından uyarlanan Örgütsel Psikolojik Sermaye ölçeği (Çetin ve Basım 2012), ve Kadın Yöneticilere ilişkin Tutum Ölçeğidir (Berkman 2005).

Çalışmamızda Bankalarda Yönetim Kurulu Üyesi, Genel Müdür, Genel Müdür Yardımcısı olarak çalışan kişiler üst düzey yönetici olarak tanımlanmıştır. Bunun dışında anket uygulanan bölge müdürü, birim müdürü veya şube müdürü olarak çalışan veya çalışmış kişiler ise üst düzey yöneticiliğe aday olmuş ancak bu görevde çalışmamış kişiler olarak tanımlanmıştır. Öncelikle bu iki grubun yönetsel ve kişisel özellikleri arasında belirgin farklar olup olmadığını araştırmak için iki grubun ortalamaları t- testi kullanılarak karşılaştırılmıştır. Örneklem gruplarının birbirinden

bağımsız olduğu ve normal dağılım gösterdiği durumlarda t-testi kullanılabilir. Yönetim becerileri boyutunda sorun çözme, hedef belirleme, iş organizasyonu, organizasyon içinden ve dışından kişilerle çalışırken kullanılan yöntem ve yaklaşımlar değerlendirilmiştir. Kişisel özellikler boyutu için ise iş özel yaşam dengesi, ilişki yönetimi konularında katılımcıların geri bildirimleri anket yoluyla derlenmiştir. Ayrıca katılımcıların üst düzey yöneticiliğe yükselmelerinde kendilerini destekleyici olarak gördükleri gelişmiş yönleri veya üst düzey yönetici olarak çalışmayanların neden bu düzeye yükselemediklerine ve kendilerini engelleyici olarak gördükleri özelliklerinin neler olduğuna ilişkin geri bildirimler alınmıştır. T- testi uygulanması için grubun en az 20 gözlem içermesi beklenmektedir. Örneklem grubumuzda bankalarda yönetim kurulu üyesi, genel müdür ve genel müdür yardımcısı olarak çalışan üst düzey yönetici pozisyonunda olanlarla bunun hiyerarşik olarak bir kademe altında orta düzey yönetici olarak çalışan bölge müdürü, bölüm müdür ve şube müdür olarak çalışan yöneticilerin yönetsel becerilerini açıklamakta kullandığımız değişkenler dikkate alındığında bu iki grup arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Aşağıda yapılan t-testinin tabloları yer almaktadır.

H0 hipotezi: Bankalarda üst düzey ve orta düzey yönetici olarak çalışanların kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Hipotezi: Bankalarda üst düzey ve orta düzey yönetici olarak çalışanların kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık vardır.

Üst Düzey Yönetici veya Orta Düzey Yönetici		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean					
Kişilik Özellikleri	Üst Düzey Yönetici	13	3.4406	0.37270	0.10337					
	Orta Düzey Yönetici	29	3.5078	0.37680	0.06997					
Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Interval of the	
Kişilik Özellikleri	Equal variances assumed	0.034	0.855	-0.537	40	0.594	-0.06728	0.12536	-0.32064	0.18608
	Equal variances not assumed			-0.539	23.410	0.595	-0.06728	0.12482	-0.32525	0.19069

$P < 0,05$ olduğunda H0 hipotezi ret edilir.

Analizimizde P değeri 0,855 dir. Bu nedenle H0 kabul edilmiştir. Bankalarda üst düzey yönetici olarak çalışanlarla, orta düzey yönetici olarak görev yapan veya yapmış kişilerin çalışmamız kapsamında değerlendirilen kişilik özellikleri kapsamında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. T- testini üst düzey ve orta düzey yönetici olarak çalışan kişilerin yönetsel özelliklerini değerlendirmek için uyguladığımız testin sonuçları aşağıda yer almaktadır.

4.3. Araştırmanın hipotezi

H0 hipotezi: Bankalarda üst düzey ve orta düzey yönetici olarak çalışanların yöneticilik özellikleri arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Hipotezi: Bankalarda üst düzey ve orta düzey yönetici olarak çalışanların yöneticilik özellikleri arasında anlamlı farklılık vardır.

Group Statistics										
Üst Düzey Yönetici veya Orta Düzey Yönetici		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean					
Yonetim Becerileri	Üst Düzey Yönetici	13	3.5529	0.21324	0.05914					
	Orta Düzey Yönetici	29	3.5579	0.33871	0.06290					
Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Interval of the	
									Lower	Upper
Yonetim Becerileri	Equal variances assumed	2.456	0.125	-0.049	40	0.961	-0.00505	0.10231	-0.21181	0.20172
	Equal variances not assumed			-0.058	35.198	0.954	-0.00505	0.08634	-0.18028	0.17019

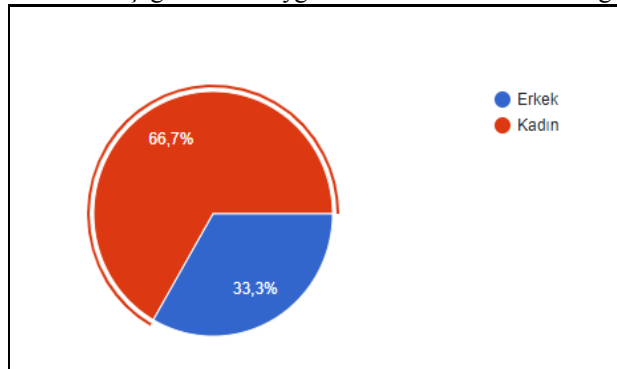
$P < 0,05$ olduğunda H_0 hipotezi ret edilir.

$P = 0.125$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Bankalarda üst düzey ve orta düzey yönetici olarak çalışanların yöneticilik özellikleri arasında anlamlı farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan anket çalışmasında ayrıca açık uçlu sorular ile anket yapılan kişilerin görüşleri alınmıştır. Bu görüşler derlendiğinde üst düzey yönetici olarak çalışanlar; bu pozisyona yükselebilmeleri için avantaj sağladığını düşündükleri kişilik özellikleri olarak iletişimlerinin güçlü olması ve iyi ilişkiler kurmaları, bilgi ve tecrübeleri, bütünsel ve analitik düşünce yapıları ve objektif değerlendirme yapabilmeleri olduğunu bildirmişlerdir. Aynı grubun üst düzey yönetici olmalarını etkileyen çevresel koşullar olarak ise tavsiye edilmeleri ve tanınmış olma durumunu vurguladıkları görülmektedir. Çalışmamızda üst düzey yöneticilerin kişisel özellikleriyle ilgili söz ettikleri konular yer almaktadır ancak tanındıklık ve tavsiye durumu bir değişken olarak yer almamaktadır. Bu nedenle bankacılık sektöründe orta düzey ve üst düzey yönetici olmayı etkileyen değişkenler arasında tanındıklık ve tavsiyenin eklenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Orta düzey yönetici olarak çalışan kişilerin açık uçlu sorulara verdikleri cevaplara göre ise üst düzey yöneticiliğe yükselmelerine olumsuz etki yapmış olabileceği düşünülecek kişisel özellikleri ve çevresel faktörler ise aşağıda özetlenmiştir. Aile iş hayatındaki dengenin kurulamaması, hırslı olmama, duygusallık, stratejik ve politik davranamama gibi kişisel özellikler öne çıkarken, çevresel koşullarda tanındık eksikliği orta düzey yöneticiler tarafından bir etken olarak vurgulanmaktadır.

Çalışmamızın bu bölümünde orta ve üst düzey yönetici olarak çalışan kadınlar ve erkeklerin kişisel ve yönetsel özellikleri arasında belirgin farklılıklar olup olmadığı sorgulanmıştır. Anket uygulanan toplam 42 kişinin 15'i erkek, 27'si kadındır. Aşağıda anket uygulanan kadın ve erkeklerin grafiği yer almaktadır.



Şekil 3: Anket Uygulanan Kadın ve Erkeklerin Oranı

Çalışmamıza katılan kişilerin yönetici düzeyinde bulunması nedeniyle yaş skalasının % 11,1'inin 40-49 yaş aralığında, % 88,9'unun ise 50 yaşın üzerinde olduğu görülmektedir.

Sorular iki alt boyuttan oluşmaktadır. Birinci boyutta banka yöneticilerinin kişisel özelliklerine, ikinci boyutta ise yönetsel özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır. Banka yöneticilerinin verdikleri cevaplar analiz edilerek kadın ve erkek banka yöneticilerinin kişisel ve yönetsel tutumları ve davranışları arasında belirgin farklılıklar olup olmadığı

araştırılmıştır. Analizimizde bağımsız gruplar t-testi kullanılmıştır. Bağımsız gruplar t-testi iki bağımsız grubun ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılır. Bu testin uygulanabilmesi için değişkenlerin normal dağılımlı olması, grup varyanslarının homojen olması gereklidir.

Çalışmamızda tüm katılımcıların yönetsel özellikler ve kişisel özellikler alt boyutunda yanıtlarının ortalamaları alınmış ve daha sonra kadın ve erkek katılımcıların tutumları ve davranışları arasında farklılığı gösterebilecek bu ortalamadan sapmalarının olup olmadığı analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarını gösteren tablolar ekte yer almaktadır.

Hipotezler;

H0 hipotezi: Bankalarda çalışan kadınların ve erkeklerin kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Hipotezi: Bankalarda çalışan kadınların ve erkeklerin kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H0 hipotezi: Bankalarda çalışan kadınların ve erkeklerin yöneticilik özellikleri arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Hipotezi: Bankalarda çalışan kadınların ve erkeklerin yöneticilik özellikleri arasında anlamlı farklılık vardır.

Cinsiyet		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean					
Kisilik Özellikleri	Kadın	27	3.5320	0.34910	0.06718					
	Erkek	15	3.4061	0.41070	0.10604					
Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Interval of the	
Kisilik Özellikleri	Equal variances assumed	0.605	0.441	1.052	40	0.299	0.12593	0.11974	-0.11607	0.36793
	Equal variances not assumed			1.003	25.300	0.325	0.12593	0.12553	-0.13246	0.38431
Group Statistics										
Cinsiyet		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean					
Yonetim Becerileri	Kadın	27	3.5113	0.30872	0.05941					
	Erkek	15	3.6375	0.28367	0.07324					
Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Interval of the	
Yonetim Becerileri	Equal variances assumed	0.261	0.613	-1.306	40	0.199	-0.12620	0.09667	-0.32158	0.06917
	Equal variances not assumed			-1.338	31.210	0.191	-0.12620	0.09431	-0.31850	0.06609

Her iki durumda p 0.05 den küçük olmadığı için H0 hipotezleri kabul edilmektedir.

4.4. Araştırmanın bulguları

Bankacılık sektöründe üst düzey yönetici ve orta düzey yönetici olarak çalışan kadın ve erkeklerin kişisel ve yönetsel özellikleri arasında anlamlı bir farklılık bulunulmamıştır. Bugüne dek yapılan çalışmalarda yönetsel ve kişisel özellikleri ve becerileri dışında kadınların üst düzey yöneticiliğe yükseltilmelerinin önünde farklı ve görünmez engellerin olduğu ortaya çıkartılmıştır. Çalışma sonuçlarımız bununla uyumludur. Bundan sonra yapılacak benzer çalışmalarla üst düzey yöneticiliğe yükselmeyi etkileyen koşulların neler olduğuna ilişkin daha detaylı çalışmalar yapılması faydalı olacağı düşünülmektedir.

Sonuç

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri arasında yer alan toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusu kalkınma açısından büyük önem taşımaktadır. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de kadın üst düzey yönetici oranı düşük seviyede gerçekleşmektedir. Kadınlar üst düzey yönetici olma konusunda cam tavanla karşılaşmaktadırlar.

Yaptığımız çalışmada, yönetsel anlamda kadın ve erkek yöneticiler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu sonuç, kadınların üst düzey yönetici olmak hususunda cam tavanla karşılaştıklarını doğrulamaktadır.

Kadınların üst düzey yönetici olma hususunda karşılaştıkları içsel ve dışsal nedenler bulunmaktadır. İçsel nedenler kadınların iş yaşamları dışında da üstlendikleri sorumluluklar ve ailenin sürdürülebilirliği hususundaki anahtar rolü olmakta iken dışsal nedenler toplumsal algı, erkeklerin iş dünyasının üst makamlarını kadınlarla paylaşma isteksizliği gibi çevresel faktörler sıralanabilir.

Ancak içsel ve dışsal bu engeller aşılsa bile kadınların üst düzey yönetici olarak kabullenilmesinin temelinde bilgi-beceri üstünlüklerinden ziyade kadınların kararlılıkları ve azimleri yatmaktadır.

Kaynakça

- AB Bakanlığı, Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği. Avrupa Birliği İş Hukuku'nda Cinsiyet Ayrımcılığı. Ankara: AB Bakanlığı Akademik Araştırmalar Serisi, 2012.
- Altınbaş, Zehra Odyakmaz. "Anayasalarımızda Kadın Hakları." Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi (Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu) 5, no. 14 (1989): 455-466.
- Balcı, Emine, Esra Çelik, and E.Demet Örgüt. "Bankacılık Sektöründe Kadın Müdür Temsiline İlişkin Bir Analiz." Dergi Park, 2018: 265-278.
- Berkman, Yonca A. "Attitudes Towards Women Managers:Development of a New Measure." İstanbul, Eylül 2005.
- Çetin, Fatih, and H. Nejat Basım. "Örgütsel Psikolojik Sermaye: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması." Amme İdaresi Dergisi 45, no. 1 (Mart 2012): 121-137.
- Dünya Ekonomik Forumu. Küresel Cinsiyet Farkları 2018. Geneva: World Economic Forum, 2018.
- Fortuneturkey. Fortune. n.d. <http://www.fortuneturkey.com/bankalarda-kadinlar-calisiyor-erkekler-yonetiyor-20013>.
- Harari, Yuval Noah. Hayvanlardan Tanrılara Sapiens. İstanbul: Kolektif Kitap, 2017.
- İpçioğlu, İsa, Özüm Eğilmez, and Hilal Şen. "Cam Tavan Sendromu: İnsan Kaynakları Yöneticileri." Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2018: 686-709.
- Karaca, Ayşe. "Kadın Yöneticilerde Kariyer Engelleri Cam Tavan Sendromu." Selçuk Üniversitesi, 2007.
- Oral, Zeynep. Kadın Olmak. İstanbul: Milliyet yayınları, 1989.
- Sandberg, Sheryl. Kadınlar, İş ve Liderlik İsteği. İstanbul: Doğan Egmont, 2014.

EĞİTİM ÖRGÜTLERİNDE YÖNETİCİ KADINLARIN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR: NİTEL BİR ÇALIŞMA

Serhat ARSLAN
Sakarya Üniversitesi
serhatarslan@sakarya.edu.tr

Burku Özdemir
Sakarya Üniversitesi
ozdemirburku@gmail.com

Öz

Araştırmada, eğitim örgütlerinde yönetici kadınların karşılaştıkları sorunlara yönelik olarak kadın yöneticilerin görüşlerinin ne olduğu araştırılmıştır. Araştırmada 17 kadın yöneticiye ait görüşler nitel araştırma yöntemi ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak alınmıştır. Bulguların analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda kadın yöneticilerin görüşleri doğrultusunda, eğitim örgütlerinde yönetici kadınların karşılaştıkları sorunlara bakıldığında; kadın olmaları, genç olmaları, toplumda yöneticilik mesleğinin erkek mesleği olarak kabul ediliyor olması, liyakata bakılmaksızın terfi imkanlarının varlığı, sosyokültürel bazı algılar olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Eğitim, nitel, yönetici kadın sorunları.*

The Problems of Managers Women in Educational Organizations: A Qualitative Study

Abstract

In this study, it was investigated what the views of women managers were about the problems faced by managers in educational organizations. Data from 17 women managers were collected by means of qualitative research method, and semi- structured interview forms were administered to the participants. The data obtained were analysed descriptively. Based on the views of 17 women managers, the results of the study suggest that the problems faced by executive women in educational organizations result from a number of variables: being women, being young, the gender stereotype of the society identifying executive positions as a male profession, promotional opportunities provided regardless of qualifications, and some sociocultural perceptions. The result of the study are discussed within the scope of the data collected and the result obtain of the analysis of the data

KeyWords: *Education, qualitative, manager woman problems.*

Giriş

Toplumsal hayatta ve sosyal sistemde kadınlar ve erkekler bir takım ortak değerleri paylaşımlarına rağmen, kültürel olarak tanımlanmış olan sosyal cinsiyet rollerine uygun tutumların sonucunda farklı benlik geliştirme süreçlerine maruz kalmaktadırlar. Büyüme çağlarında ve yetiştirilirken öğretilen bir takım değerler ile erkeklerin ve kadınların farklı beklentilere ve ihtiyaçlara sahip olmaları dolayısıyla da farklı tutum ve davranışlar göstermeleri beklenir (Uyguç, 2003). Toplumun kültürüne göre belirlenen bir takım standart yargılar kadın ve erkeklerin bazı beklentilere uygun olarak davranmasına neden olur. Toplumsallaşma sürecinde çocuklara ilk önce kadın erkek arasındaki cinsiyet farkı öğretilir. Oyuncaklar oyunlar meslek yönelimleri cinsiyetçilik temelinde ayrıştırılır. Bu noktada kadınların anne ve eş uzantısı sayılabilecek alanlardaki mesleklere yöneldikleri veya yönlendirildikleri görülür (Bakır, Uğurlu, Köybaşı, & Özyazıcı, 2017). Toplumda kadın ve erkek arasında yapay bir şekilde oluşturulmuş cinsiyete dayalı eşitsizlik durumu vardır. Bu eşitsizliğin ortadan kaldırılabilmesi, kadının toplumda birey olmasını sağlayan en önemli şey eğitimidir (Demiray, 2013). Fakat ailede başlayan cinsiyet eşitsizliği, okulda da devam etmektedir.

Çocuklar okullarda açık ya da örtük şekilde toplumsal cinsiyete dayalı kalıp yargılar ve davranışlar sergilemeye yönlendirilir. (Başarır & Sarı, 2015). Mesela ders kitapları, çocukların ve gençlerin belli bir kültür politikasına göre toplumsallaşmasını sağlamakta kullanılırlar. Ders kitaplarında kadınlara eşit yer verilmediği gibi, kadınlar genellikle olumsuz kalıp yargılara uyarlar. İster yetişkin ister çocuk olsun kadınlar zayıf, bağımlı, risk almaktan korkan, görünüşüne gereğinden çok önem veren ve duygusal olarak istikrarsız kişiler olarak görüntülenirler. Erkekler ise aksine güçlü, bağımsız, güvenilir, cesur ve girişimcidirler (Tan, 2000). Bu dezavantajlı durumu ortadan kaldırmayı sağlayacak en önemli şey eğitimidir. Eğitime erişimde ve öğrenme sürecinde eşitliğin sağlanması gerekmektedir. Öğrenme sürecinde eşitlik; kız ve erkek çocuklara eşit muamele edilmesi, eşit ilgi görmesi ve eşit fırsatlar sağlanması, bütün öğrencilere cinsiyet ön yargısı içermeyen öğretim yöntem ve materyallerinin kullanılması, kız ve erkeklerin tüm akademik ve ders dışı beceri öğrenme keşfetme ve geliştirme özgürlüğüne sahip olması gerektiği anlamına gelmektedir (<http://www.ungei.org>, 2008). Günümüzde kadınların eğitime erişimleri artırılmış olsa da, son yirmi yıl içerisinde iş dünyasında kadınların yoğunluğunun artmasına rağmen üst düzey yönetici pozisyonlarında kadınların sayısının istenilen düzeyde olmadığı görülmektedir. Kadınların üst düzey yöneticilik pozisyonuna gelmelerini engelleyen pek çok neden vardır. Bu nedenlerden biri

de son yıllarda araştırmalara konu olan “cam tavan” olarak adlandırılan engeldir (Razi & Hakan, 2010). Cam tavan terimi ilk kez 1986 yılında Hymowitz ve Schellhardt’ın Wall Street dergisindeki özel röportajında yer almıştır (Jackson, 2001).Yapılan birçok çalışmada kadınların kariyer basamaklarında engeller yaşadıklarına dikkat çekmiş, cam tavan varsayımını ortaya koymuştur (Gupta, 2018).

Dünyanın pek çok yerinde olduğu gibi ülkemizde de kadın mesleği olarak kabul edilen öğretmenlik annelik rolüyle özdeşleştirildiği için bayanlar tarafından tercih edilen bir meslek grubudur. Bu meslek grubunda kadınların sayılarının fazla olmasına rağmen yöneticilik pozisyonlarında istenilen düzeyde toplum desteği almamaktadırlar (Wrushen & Sherman, 2008). Türkiye’de eğitim sistemi kadınların yoğun çalıştığı bir alan olmasına rağmen kadın idareci sayısı erkeklere göre azdır (Asar & Çelikten, 2016). Son yıllarda kadınların iş hayatında yöneticilik pozisyonlarındaki artış oranı, eğitim örgütlerindeki kadın yönetici sayısında görülmemektedir.. Bu durum kadınların etkili yönetim özelliklerine uygun olmadığından değil, Türk toplumunun normlarına, geleneksel rollere uygun olmadığından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla öğretmenlerin büyük çoğunluğunun kadın olmasına rağmen bu durum yöneticilik pozisyonunu yansıtmamaktadır (Celikten, 2005).

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi, bilgiyi detaylandırabildiği ve özelleştirebildiği için araştırmacılara farklı alanlarda çalışma imkanı sunabilmektedir (Bayyurt & Seggie, 2015). Araştırmanın örneklemini eğitim örgütlerinde görevli 17 kadın yöneticiden oluşmaktadır. Nitel araştırmanın kullanıldığı çalışmada, yöneticiler amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmacı tarafından geliştirilen kıdem ve yaş bilgisini içeren form ile birlikte eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin görüşlerini almak için görüşme sorularının yer aldığı bir form geliştirilmiştir. Görüşme sorularının hazırlık aşamasında literatür taranarak 5 (beş) adet açık uçlu soru hazırlanmıştır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Görüşmeler milli eğitim örgütlerine görevli 17 kadın yönetici ile yapılmıştır. Görüşmeden elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde eğitim örgütlerindeki kadın yöneticilerin karşılaştıkları engellere ait görüşlerinin analizine yer verilmektedir.

Eğitim örgütlerinde kadınların yönetici konumuna gelirken karşılaştıkları engellere ilişkin görüşleri Tablo 1 ‘de sunulmuştur.

Tablo 1 Eğitim örgütlerinde yönetici konumuna gelirken karşılaşılan engellere ilişkin görüşler

Tema (Kategoriler)	Kodlar	N	%
Eğitim örgütlerinde yönetici konumuna gelirken karşılaştığımız engeller	Tecrübesizliğin üst makamlarca hissettirilmesi (Y2)	1	5,88
	Bayan olmak (Y9,Y14, Y17, Y12)	4	23,52
	Sürekli yönetmelik değişmesi (Y9)	1	5,88
	Liyakata bakılmaması (Y9, Y10)	2	11,76
	Kurumun beklentilerinin çok fazla olması (Y13)	1	5,88
	Genç olmak (Y13, Y14,Y17)	3	17,64
	Engel yaşamayan	9	52,94

Tablo 1 incelendiğinde yöneticilerin, eğitim örgütlerinde yönetici konuma gelirken karşılaştıkları engeller görülmektedir. Tabloya göre %52,94 oranında engel yaşamadıkları, %23,52 oranında bayan olmaları, %17,64 oranında yönetici adaylarının genç olması, %5,88 oranında eğitim örgütlerinde yönetici konumuna gelirken karşılaştığı engelin sınav yerine mülakat olması, %5,88 oranında tecrübesizliğin üst makamlarca hissettirilmesi, %5,88 oranında siyasi engeller, , %5,88 oranında sürekli yönetmeliğin değiştirilmesi ve %5,88 oranında kurum beklentilerinin çok fazla olması olduğu görülmüştür.

‘10 yıllık sürecin yaklaşık 8 yılı yönetici olarak geçti ve ilk süreçte karşılaştığım sorun kadın olmamdı çünkü yöneticilik çoğu için erkek mesleği. Hâkim olan görüş ise yöneticiliği cinsiyet algısı ile eşleştirmiş olmaları.

Hemen akabinde ise yaşım, diğerleri için yönetici olmak için yetersiz bir durum olarak gündeme geldi. Bu sebeple sürekli hata yapmam dört gözle beklenen bir süreçti. 'Y17

Eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin yöneticilik konumuna gelme sürecinde erkekler ile eşit olanaklara sahip olup olmadıkları hakkındaki görüşleri tablo 2 'de sunulmuştur.

Tablo 2 Bu süreçte erkeklerle eşit olanaklara sahip olmadıklarına ilişkin görüşleri

Tema (Kategoriler)	Kodlar	N	%
Erkeklerle eşit haklara sahip olup olmadıkları	Eşit olanaklara sahibiz (Y1,Y3,Y4,Y5,Y6,Y7,Y8,Y11,Y13,Y14,Y15)	11	64,70
	Eşit olanaklara sahip değiliz (Y2,Y9,Y10,Y12,Y16,Y17)	6	35,29

Tablo 2 incelendiğinde yönetici olma sürecinde erkeklerle eşit olanaklara sahip olup olmadıklarına ilişkin görüşleri yer almaktadır. Tabloya göre %64,70 oranında eşit olanaklara sahip olduklarını düşünürlerken, %35,29 oranında eşit olanaklara sahip olmadıkları görülmüştür.

'Velilerin erkek idareciler ile bayan idarecilere yaklaşımı çok farklı olabiliyor. Fiziksel avantajlarını hissettirmeye çalışıyorlar. Bayan idarecilere fiziksel güç avantajları ile iş yaptırabileceklerini düşünüyorlar. Maalesef bazı öğrenciler içinde geçerli aynı şey. 'Y16

Eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin iş için düzenlenen toplantılar, hizmet içi eğitim vb. organizasyonlara katılma sıklığını ve sosyal yaşamdaki kısıta olan etkisine ilişkin görüşleri Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3 İş için düzenlenen toplantılar, hizmet içi eğitim vb. organizasyonlara katılma sıklığını ve sosyal yaşama olan etkisine ilişkin görüşler

Tema (Kategoriler)	Kodlar	N	%
İş için düzenlenen toplantılar, hizmet içi eğitim vb. organizasyonlara katılma sıklığını ve sosyal yaşamdaki etkisi	Fazla katılamıyorum (Y3,Y7)	2	11,76
	Sık sık katılıyorum (Y4,Y5,Y6,Y9,Y13)	5	21,46
	Katılıyorum (Y8,Y11,Y12,Y14,Y15,Y16,Y17)	7	41,17

Tablo 3 incelendiğinde yöneticilerin, iş için düzenlenen toplantılar, hizmet içi eğitim vb. organizasyonlara katılma sıklığını ve sosyal yaşamdaki kısıta olan etkisine ilişkin görüşler yer almaktadır. Tabloya göre %41,17 oranında katıldıklarını, %29,41 oranında sık sık katılabildikleri ve %11,76 oranında fazla katılım gösteremedikleri görülmüştür.

'Genel olarak yararlanabileceğimi düşündüğüm tüm hizmet içi eğitim seminerlerine ve çalıştaylara katılıyorum. Hafta sonu olduğunda sosyal hayatımızı olumsuz etkilemekle birlikte, gönüllü katıldığımız için uygun anları seçiyoruz. Toplantı saatleri nadiren mesai saatleri dışında oluyor. 'Y8

'İş için gerekli her türlü organizasyona dâhil olurum ama bana sağlayacağı katma değere bakarım. Bildiğim bir şeyse ya da sonuçlanmayacak toplantılarsa ki vardır öyle toplantılar günlerce konuşulur bir adım atılmaz. O toplantılara asla katılmam. Yapılma sıklığına göre sosyal yaşamıma etkisi olur ama dediğim gibi kazanıma bakar eğer bana katkısı yoksa ekstra sosyal yaşam etkinliği bile yapabilirim. 'Y17

Milli eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin artırılması için yapılması gerekenlere ait görüşler Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4 Milli eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin artırılması için yapılması gerekenler ile ilgili görüşler

Tema (Kategoriler)	Kodlar	N	%
Milli eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin artırılması için yapılması gerekenler	sosyokültürel bazı algıların değişmeli (Y1,Y9,Y12,Y13)	4	23,52
	çalışma saatleri düzenlemesi (Y2,Y3,Y5,Y7,Y10,Y14,Y16)	7	41,17
	İzin koşulları (Y2,Y5,Y10)	3	17,64
	Ücret (Y10)	1	5,88
	Pozisyon saygınlığı (Y10)	1	5,88
	Lisans sonrası eğitime özendirme (Y13)	1	5,88

Tablo 4 incelendiğinde yöneticilerin, milli eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin artırılması için yapılması gerekenler ile ilgili görüşler yer almaktadır. Tabloya göre %41,17 oranında çalışma saatlerinin düzeltilmesi, %23,52 oranında sosyal kültürel bazı algıların değişmesi gerektiği, %17,64 oranında izin koşulları, %11,76 oranında liyakata uygun seçim yapılması, %5,88 oranında ücret, %5,88 oranında pozisyon saygınlığı ve %5,88 oranında lisans sonrası eğitime özendirme çalışmaları yapılması gerektiği görülmüştür.

‘Çalışma saatlerinde düzenlemeler yapılabilir. Öğretmenlerle aynı saatte mesai biterse çalışma saatlerinde çocuklar da okulda olacağı için sıkıntılar daha aza indirilebilir. Özellikle sömestr ve yaz tatillerinde yöneticilerin okulda olması gerektiği için aile yaşamında zorluklarla karşılaşabiliyoruz’. Y5

‘Her kurumda en az bir yönetici zorunluluğunun nedenleri doğru anlatılmalı ve toplum bu konuda bilinçlendirilmeli. Y9

‘Bunun toplumsal bir süreç olduğunu düşünüyorum. Öncelikle erkek yönetici algısının yıkılması gereklidir. Devlet bu sayıyı artırmak istiyorsa ki zannetmiyorum, toplumun kadına yüklediği sorumlulukları hafifletecek imkânlar sağlamalıdır. Y12

Eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin iş yaşamı ile aile yaşamı arasında yaşadıkları zorluklara ilişkin görüşler tablo 5 ‘te sunulmuştur.

Tablo 5 İş yaşamı ile aile yaşamı arasında yaşanan zorluklara ilişkin görüşler

Tema (Kategoriler)	Kodlar	N	%
İş yaşamı ile aile yaşamı arasında yaşanan zorluklar	Ev işleri yarım kalıyor(Y2,Y12)	2	11,76
	Anne olmak çocukları ihmal etmek (Y5,Y8,Y10,Y12,Y14)	5	29,41
	Aile ve sosyal yaşamı sınırlaması(Y9,Y11,Y13,Y14,Y16)	5	29,41

Tablo 5 incelendiğinde iş yaşamı ile aile yaşamı arasında yaşanan zorluklara ilişkin görüşler almaktadır. Tabloya göre %29,41 oranında anne olmanın zorluğu ve çocukların ihmal edilmesi ve %29,41 oranında aile ve sosyal yaşamı sınırladığı ve %11,76 oranında ev işlerinin yarım kaldığı görülmüştür.

‘Esasında bu durumla sosyal açıdan sürekli mücadele eden birisi olarak yine de işe giriş çıkış saatlerimi çocuğuma göre ya da onun okul durumunu işe göre ayarlamaya çalışıyorum. İşte yapılan bir dağılımda özellikle zamanla ilgili ise ev yaşantıma göre tercihlerde bulunuyorum. Hafta sonu dahi çalışmam gerektiği için evle ilgili işlerde dışarıdan yardım alıyorum. (temizlik-yemek gibi) Beni en çok zorlayan ve sinirlendiren çocuğum hastalandığında ya da onunla ilgili bir farklılık olduğunda buna ben çözüm bulmak zorunda kalıyorum. Y12

‘Hem anne, hem ev hanımı, hem yönetici rollerini aynı anda üstlendiğimiz için bazen annelik veya ev hanımlığı rollerini tam olarak yapamıyorum. Örnek vermek gerekirse idareci olduğum için çocukları okula çok erken bırakmak ve okul çıkışında da geç almak zorunda kalıyorum. Çocukların okulda kalma saati artıyor. Ayrıca eve geç geldiğimiz için çocuklarla geçireceğim vakit azalıyor. Y5

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin karşılaştıkları engellerin neler olduğunu öğrenmek amacıyla yapılan araştırma sonucunda ulaşılan bilgiler aşağıdaki gibidir.

1)Yönetici konuma gelirken karşılaştıkları engelle ilişkin görüşleri; %23,52 oranında bayan olmaları, %17,64 oranında yönetici adaylarının genç olması, %11,76 oranında liyakata bakılmaması,%5,88 oranında eğitim örgütlerinde yönetici konumuna gelirken karşılaştığı engelin sınav yerine mülakat olması, %5,88 oranında

tecrübesizliğin üst makamlarca hissettirilmesi, %5,88 oranında siyasi engeller, %5,88 oranında sürekli yönetmeliğin değiştirilmesi, %5,88 oranında kurum beklentilerinin çok fazla olması olduğu görülmüştür.

2)Bu süreçte erkekler ile eşit şartlara sahip olup olmadıkları ile ilgili belirttikleri görüşler %64,70 oranında eşit olanaklara sahip olduklarını düşünürlerken, %35,29 oranında eşit olanaklara sahip olmadıkları görülmüştür.

3)İş için düzenlenen toplantılar, hizmet içi eğitim vb. organizasyonlara katılma sıklığı ve sosyal yaşamdaki kısıta olan etkisine olan görüşlerine bakıldığında %41,17 oranında katıldıkları, %11,76 oranında fazla katılım gösteremedikleri ve %29,41 oranında sık sık katılabildikleri görülmüştür.

4)Milli eğitim örgütlerinde kadın yöneticilerin artırılması için yapılması gerekenler ile ilgili görüşlerine bakıldığında %41,17 oranında çalışma saatlerinin düzeltilmesi, %23,52 oranında sosyal kültürel bazı algıların değişmesi gerektiği, %17,64 oranında izin koşulları, %11,76 oranında liyakata uygun seçim %5,88 oranında ücret, %5,88 oranında pozisyon saygınlığı ve %5,88 oranında lisans sonrası eğitime özendirme yapılması gerektiği görülmüştür.

5)İş yaşamı ile aile yaşamı arasında yaşanan zorluluklara ilişkin görüşler incelendiğinde %29,41 oranında anne olmanın ev işlerinin ve çocukların ihmal edilmesi ve %29,41 oranında aile ve sosyal yaşamı sınırladığı, %11,76 oranında ev işlerinin yarım kaldığı görülmüştür.

Eğitim kurumlarında görev yapan kadın yöneticiler ile görüşmeler sonucu ortaya çıkan bulgulara bakıldığında bayan olmaları, sosyo kültürel bazı algılar bayanların yönetici olmaları önündeki engeller arasında yer almaktadır. Çalışmamıza benzer sonuçlar İnandı, Özkan, Peker, & Atik'in çalışmalarında da elde edilmiştir. Kadın öğretmenler, ailevi nedenler ile kariyer yapmaları önünde daha fazla engel olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun nedeni olarak ise, günümüz toplumlarında kadınların öncelikli görevlerinin annelik, ev hanımlığı ve eş olarak nitelenmesi; kariyer geliştirme faaliyetlerinin ise daha çok erkek işi olarak algılanması gösterilebilir (İnandı,Özkan &Atik,2009).

Bir diğer engel olarak yönetici seçiminde liyakat esasının dikkate alınmadan yapılmış olmasıdır. Arslanargun'un çalışmasında belirttiği gibi eğitim yöneticiliğinin kendine özgü yeterlikleri olan ve eğitim gerektiren bir alan olarak değerlendirilmesi gerekmektedir (Arslanargun,2011). Eğitim örgütlerinde bayan yöneticilerin az olmasının diğer bir nedeni ise çalışma saatlerinin uzunluğudur. Can çalışmasında Türk aile yapısında genelde evdeki işlerin kadının sorumluluğunda yürütülmesi, fazla mesai gerektiren işlere kadınların yönelmelerini güçleştirdiğini belirtmiştir (Can,2008). Usluer 'e göre yöneticilikte uzun çalışma saatleri ve eve iş getirme durumlarının varlığı, kadınların çocuk bakımı ve ev işleri gibi öncelikli görevlerini yerine getirmelerine ilişkin beklentileri olumsuz etkilemekte ve kadınların yöneticiliğe ilişkin görevlerini zorlaştırmaktadır (Usluer,2000).

Can 'ın araştırmasına göre dünyanın pek çok yerinde kadınların önündeki temel engel yönetimi erkeklikle ilişkilendiren sürekli bir basmakalıp düşüncüyü yaratan erkek egemenliği ve cinsiyete dayalı sosyal normlar olduğu belirtilmektedir (Can,2008). Çalışmamıza katılan bayan yöneticilerin görüşleri de bu sonucu destekler niteliktedir.

Türkiye 'de geleneksel kültürel ve toplumsal yapıda bayanların yöneticiliğe yeterince uygun olmaması yer almaktadır. Vilkinas 'ın çalışmasına göre yönetimde kadın incelenirken cinsiyetle ilgili kültürel tarihsel tutum ve değerler ile inançların görmemezlikten gelinmemesi gerekmektedir (Vilkinas,2000).

Araştırma sonuçlarına göre eğitim örgütlerinde kadın yönetici sayısının artırılması için sosyal kültürel bazı algıların değişmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilik mesleğinin erkek meslekleri arasında sayılması, bayan yöneticilerin yöneticiliğe yönelmesini engellemektedir. Altınışik'ın çalışması araştırma sonuçlarını desteklemektedir (Altınışik,1995). Türkiye'de eğitim sektöründe bayanların yöneticiliği için yasal bir engel yoktur. Fakat toplumsal önyargılar ve toplumsal cinsiyet konusunda ayrımcılığın olması kadınların yönetim kademelerinde ilerlemesine engel olmaktadır. Bu algının yıkılması için eğitim çalışmaları yapılmalıdır. Yöneticiliğin fazla mesai gerektirmesi, bayanların ev ve okul işlerini birlikte yüklenmek zorunda olması ve üst yöneticilerin erkek yöneticilerle çalışmayı tercih etmeleri temel engellerdendir. Bu konuda eğitim kurumlarında mesai saatleri tekrar gözden geçirilerek bu konuda iyileştirme yoluna gidilebilir.

Kaynakça

- Asar, R., & Çelikten, M. (2016). Evaluation of The Attitudes Towards Women Managers Working at Educational Institutions. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, s. 10-19.
- Arslanargun,E.(2011). Türkiye'de Okul Yönetimi ve Atama Yönetmelikleri. *E-Journal Of New World Sciences Academy*,6 (4), 2646-2659.
- Altınışik, S. (1995). "Kadın Öğretmenlerin Okul Müdürü Olmasının Engelleri." *Eğitim Yönetimi*. (Güz 1995), 1 (3), 333-334
- Bakır, A. A., Uğurlu, C. T., Köybaşı, F., & Özyazıcı, K. (2017). Kadın Okul Yöneticileri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Curr Res Educ*, 1-14.
- Başarır, F., Sarı, M. (2015). Kadın Akademisyenlerin "Kadın Akademisyen Olmaya İlişkin Algılarının Metaforlar Yoluyla İncelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 41-51
- Bayyurt, Y.ve Seggie, F. N. (2015). Nitel Araştırma Yöntem Teknik Analiz ve Yaklaşımları. Ankara: Anı Yayıncılık

- Can, N. (2008). Okul yöneticilerinin yönetimde cinsiyet faktörüne ilişkin görüşleri. *Eğitim ve Bilim*, 33(147), 35-41.
- Celikten, M. (2005). A perspective on women principals in Turkey. *International Journal of Leadership in Education*, s. 207-221.
- Demiray, E. (2013). Uzaktan Eğitim ve Kadın Eğitiminde Uzaktan Eğitimin Önemi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 155-168.
- Gupta, S. (2018, Temmuz). Glass Ceiling 21. Century: Women İn Management. *International Journal Of Management Studies*, s. 2231-2528.
- <http://www.ungei.org>. (2008). Şubat 1, 2019 tarihinde http://www.ungei.org/resources/files/Education_from_a_Gender_Equality_Perspective.pdf adresinden alındı
- İnandı, Y., Özkan, S., Peker, S. ve Atik, Ü. (2009). Kadın öğretmenlerin kariyer geliştirme engelleri. *Mersin Üniversitesi EğitimFakültesi Dergisi*, 5(1), 77-96.
- Jackson, J. C. (2001). Women Middle Managers Perception of The Glass Ceiling. *Women and Management Review*, 30-41.
- Razi, M., & Hakan, A. (2010). Kadın Yöneticiler ve Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 149-156.
- Tan, M. (2000). Eğitimde Kadın Erkek Eşitliği v Türkiye Gerçeği KAdın Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş Eğitim Çalışma Yaşamı ve Siyaset. Ankara: TÜSİAD Yayınları.
- Usluer, L. (2000). Kadın öğretmenlerin yönetici konumlara yükseltilmeme nedenleri konusundaki öğretmen ve yönetici görüşleri:Ankara İli Örneği, Yayımlanmış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Uyguç, N. (2003). Cinsiyet, Bireysel Değerler ve Meslek Seçimi. *D.E.Ü.İ.İ.B.F.*, 93-103.
- Vilkinas, Tricia (2000). "The Gender Factor in Management: How Significant Others Perceive Effectiveness", *Women in Management Review*, 15, (5-6), 261-271.
- Wrushen, B. R., & Sherman, W. H. (2008). Women secondary school principals: multicultural. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, s. 1366-5898 .

ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİ KADIN AYDIN PROFİLİ: NEZİHE MUHİTTİN ÖRNEĞİ

Dilşad TÜRKMENOĞLU KÖSE
Sakarya Üniversitesi
dturkmenoglu@sakarya.edu.tr

Asena BOZTAŞ
Sakarya University of Applied Sciences
aboztas@subu.edu.tr

Kadınların, erkek egemen bir dünyada seslerini duyurabilme mücadelesi modernleşme sürecine kadar dayandırılır. Türkiye Cumhuriyeti için bu sürecin en fazla ses getirmeye başladığı dönem, erken cumhuriyet dönemi olarak kabul edilmektedir. Kökeni Osmanlı İmparatorluğunun son demlerine dayanan ve Cumhuriyetle birlikte devam eden kadın haklarına ilişkin çalışmalar, dernek kurmak, dergi ve gazetelerde yayınlar yapmak ve kongreler düzenlemek gibi çeşitli alanlarda olmuştur. Kadın olma bilincinin gelişmesi, devamında da kadın hakları örgütlenmesi çalışmalarının merkezinde bir aydın profili olarak Nezihe Muhiddin yer almıştır. Batı literatüründe Intellectual - Intellectuals, intelligentsia, literati ve les clerics olarak karşımıza çıkan kavramların Türkiye literatüründeki karşılığı çoğunlukla aydın, münevver... vb. şekilde ele alınmaktadır. Çalışmada bu kavramların aydın kavramı ile ilişkisinden yola çıkılarak, Türk aydınının tasnifi yapılmaya çalışılmış ve asıl olarak Nezihe Muhittin'inin Türk aydın serüvenindeki yeri ortaya konmuştur. Çalışma, üç ana başlık altında toplanmıştır: Birinci kısımda, aydın kavramı ve aydın kavramının Batıdaki karşılıklarından kaynaklanan anlam karmaşası ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır. İkinci kısımda, bir aydında bulunması gereken kriterler, misyon ve aydın tiplerinden hareketle, Türk aydınının genel karakteristiği ortaya konulmuştur. Üçüncü kısımda, tarihimizin önde gelen aydınlarından Nezihe Muhittin'in yaşamı ve fikir dünyası ile ele alınmıştır. Sonuçta ise, bir aydın olarak Nezihe Muhittin ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kadın, Nezihe Muhittin, Aydın, Entelektüel, Modernleşme.*

EARLY REPUBLICAN WOMEN'S INTELLECTUAL PROFILE: THE CASE OF NEZİHE MUHİTTİN

Dilşad TÜRKMENOĞLU KÖSE
Sakarya Üniversitesi
dturkmenoglu@sakarya.edu.tr

Asena BOZTAŞ
Sakarya University of Applied Sciences
aboztas@subu.edu.tr

Abstract

The struggle of women to be heard in a male-dominated world is based on the modernization process. For the period of the Republic of Turkey started to maximum volume of this process is considered as the early republican period. The studies on women's rights, whose origins are based on the last verses of the Ottoman Empire and continued with the Republic, have been in various fields such as establishing associations, publishing in magazines and newspapers, and organizing congresses. Nezihe Muhiddin was the head of an intellectual profile at the center of women's rights organization. Intellectual in Western literature - Intellectuals, intelligentsia, literati and les Clercs money in Turkey as we face the concepts of literature, mostly intellectuals, enlightened ... etc. is dealt with. In this study, it was tried to classify the Turkish intellect from the relationship of these concepts with the concept of intellectuals and the place of Nezihe Muhittin in the Turkish intellectual adventure was revealed. The study is organized under three main headings: In the first part, the concept of enlightenment and the confusion of the meaning of the concept of intellectuals in the West have been tried to be eliminated. In the second part, the general characteristics of the Turkish intellectual are determined by taking into consideration the criteria, mission and intellectuals that should be present in a litigation. In the third chapter, the life and ideas of Nezihe Muhittin, one of the leading intellectuals of our history, are discussed. As a result, Nezihe Muhittin was tried to be put forward as an intellectual.

KeyWords: *Women, Nezihe Muhittin, Enlightened, Intellectual, Modernization.*

Giriş

Aydın, akademik literatürde anlam karmaşası yaşanan kavramların başında gelmektedir. Batı toplumlarında ortaya çıkmış olan Intellectual – Intellectuals, intelligentsia, literati ve les clerics gibi kavramların getirdikleri ayrıntılı incelemelerin tamamı “Aydın” sözcüğü olarak tek bir kavramda toplanmaya çalışılmış, ancak meydana gelen kavram karmaşası ortadan kaldırılamamıştır. Çalışmada öncelikle aydın kavramına ilişkin anlam karmaşası ortadan kaldırılmaya çalışılacaktır. Ardından aydın kavramı, kriterleri ...vb. Türk siyasal hayatında önemli bir yere sahip olan kadınlardan Nezihe Muhiddin özelinde ele alınacaktır.

1. Aydın Kavramı Üzerine

Aydın kavramını karşılayan kavramlardan biri olarak, entelektüel kelimesi dilimize Fransızca’dan geçmiştir. Bu kelime, Latince intellectual kelimesinden gelmektedir. Entelektüel, bilgi edinmeyi amaçlayan, var olan fikirlerle uğraşan ve kendi fikrini kendi oluşturan kimsedir (Kılıçbay, 1995:175). Türkiye’de ise 19. yüzyılda Rusya ve Avrupa’nın muhtelif yerlerinde öğrenimlerini tamamladıktan sonra Türkiye’ye dönen, toplumsal, siyasal sorunlara ilgi duyan ve çözüm yolları üretmeye çalışan, genellikle devlete bağlı bir kurumda çalışan bürokratik/seçkin sınıf aracılığı ile “intelligentsia” (entelijansiya) sözcüğünden hareketle “münevver” ve sonrasında “entelektüel” kavramlarının taşındığı görülmektedir.

Türkiye’de entelektüel kelimesi ile yaklaşık olarak aynı anlama gelen ve 20. yüzyıl başlarında ortaya çıkmış “münevver” kelimesi ve daha sonrasında bu kelimenin yerini almış olan “aydın” sözcüğü bulunmaktadır (Hilav, 2002: 103-106).

Aydın kavramı ile ilişkili bir diğer kavram olan “Literati” ise, Batı Avrupa’da toplumunun değerlerini koruyucu özelliğe sahiptir. Literati Rönesans’la birlikte toplum değerlerini koruyuculuktan bu değerleri sorgulayıcı bir konuma geçmiştir (Bottomore, 1990: 74- 75). Osmanlı’daki literati grupları; saray ve saray okullarında yetişenler, medresede yetişenler ve tekkelerde yetişenler olmak üzere üç gruptur. Bu üç grubun görüşlerinde kuşkusuz farklılıklar olmakla birlikte temel dini ve kültürel değerlerin birleştirici öğeler olduğu söylenebilir (Oran, 1995: 387).

Aydın sözcüğünün batıdaki karşılığı olan intellectual sözcüğü ise, düşünen ve bilgi üreten özelliklerine vurgu yapılan bir anlam içermektedir. Aydın kavramı, kişisel özellik ve yeteneklerden ziyade eğitim düzeyi ve toplumdaki fonksiyonlarının tanımlanmasına yönelik kullanılmaktadır (Günay, 1995: 507- 514). Kısacası açıklanmaya çalışılan bu anlam karmaşasının temelinde, batı dillerindeki konuya ilişkin farklı kavramların (intellectual, intelligentsia, literati, clerics gibi) tamamının dilimizdeki tek bir “aydın” kavramını karşıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Bu kavram karmaşası ve diğer kavramlarla olan ilişkisi incelendiğinde ortaya çıkan belirgin ya da belirsiz tüm farklar, aslında farklı toplumların yaşamış olduğu farklı tecrübelerin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla kişilerin aydın sıfatı alabilmesi için aydın tanımına uymanın yanı sıra aydın kriterlerine sahip olması ve bir misyonunun olması gerektiği söylenebilir.

Her şeyden önce kişinin, aydın sıfatı taşıyan kişinin içinde yaşadığı, gerçek dünyayı beğenmeyip kendine göre ideal bir dünya tasarlamasıdır (Batuhan, 2002: 95- 101). Buradan hareketle aydını, bir reformcu olarak değerlendirebiliriz. Var olanla yetinmemek, yeniden değerlendirmek, düşüncelerini dile getirerek topluma sunmak aydınlara özgü bir faaliyettir. Bu faaliyetlerin özgün ve yaratıcı olması aydın olma kriterleri için temel bir şart olarak görülmektedir. Kişiyi aydın olarak tanımlayan sahip olduğu değerler, hayata bakış açısı, duruşu ve bunları ifade ediş tarzıdır (Subaşı, 1995: 48- 49). Bir başka kriter olarak aydınının, kendi köşesinde, yalnız bir insan olmaması gerektiği söylenebilir. Aydın bildiklerini açıklarken dinleyenleri memnun etmek için değil, topluma üstü kapalı gerçekleri anlatarak onları gerçeklerle yüzleştirmeyi amaçlamalıdır (Vergin, 2006: 22-29). Toplumla aydın arasındaki etkileşim karşılıklıdır. Aydınının var olan tüm görevlerini ve işlevlerini, aydına toplumun yüklediği ileri sürülebilir. Bu bağlamda, aydınların sayılan işlevlerini tek tek değil de, bir bütün olarak ele alıp her aydında tek tek inceleyerek değerlendirmek daha doğru olacaktır. Çünkü her toplumun kendi aydınları vardır.

Aydın sözcüğü ile kişiye dışarıdan bir özellik, bir sıfat getirilmektedir. Aydınlanan, aydın olan kişi, dolayısıyla başkalarının aydınlanması için çalışma misyonunu yüklenmektedir. Bu durumda aydının misyonu, önce yakın çevresini, daha genel planda da kendi toplumunu aydınlatmak olarak değerlendirilebilir. Aydınlar toplumsal yapıdan kopuk değildirler ve toplumsal alandaki gelişmelere bağlı olarak değişmektedirler. Toplumun gelişme düzeyi, aydının gelişme düzeyini de belirlemektedir. Toplumsal gelişmelere göre, aydının farklılaşan rolüne Bauman’da değinmiş ve “yasa koyucu yerine yorumlayıcı” rolünü entelektüel için daha uygun görmüştür. Aydınların açıklama ve seçmeden ziyade anlamaya yönelik bir rol üstlenmeye başladığı söylenmektedir (Bauman, 1996: 11- 12). Aydınlar toplumdaki görev ve sorumluluklarına göre gruplara ayrılabilirler. Bunlar aynı zamanda aydınların tipleridir: Aydın içinde yaşadığı toplumun durumu ve sorunları hakkında zengin bir bilgi birikimine sahip olan ve bu birikim temelinde analiz, sorgulama, değerlendirme yapan, düşünce üreten, daha iyi bir toplum ve insanlık için politik eylemde bulunan bir insan tipi olarak karşımıza çıkmaktadır. Aydın teriminin bizdeki karşılığı Batı ile temasların göreceli olarak yoğunlaştığı Tanzimat’tan bu yana “münevver” adı ile ortaya çıkmıştır. Münevver tanımı ile birlikte kendine özgü bir aydın tipi ortaya çıkarmıştır. Batılı aydın kendisini bir bürokrattan, bir uzmandan, bir yöneticiden mutlaka ayırmaya çalışmaktadır. Aydınının okumuş olması, bilgi

sahibi ve kültürlü olması gibi aydınlanmış yönleri, konusunda bilirkişi olması yönetsel ve bürokratik çıkarlardan en az etkilenmesi ve bağımsızlık duygusu ile sürekli düşünsel arayış içinde olması, onu amir-memur ilişkisi dışında tutan yönleridir. Bundan dolayı batı toplumunda aydının yeri ve sosyal statüsü bir belirsizlik içinde olmuştur (Özlem, 1995: 205- 226). Türk aydını ise toplumdaki herkes gibi sosyal bir statüye ve sınıfsal bir yapıya sahiptir ve ideolojisi, bulunduğu toplumsal konuma ters düşebilmektedir. Osmanlıda modernleşme ile gelen aydın kavramının karşılığı; mesleğinde uzman olan, devlet yönetiminde yer alan, okumuş, bilgi sahibi, kültürlü, insan tipleri olarak tanımlanmıştır.

2. Türk Aydını

Osmanlı'da aydın kavramının ortaya çıktığı dönemde, Batılılaşma çabaları içerisinde olduğundan, Türk aydınının doğuşu Osmanlı'nın gerileme dönemine denk gelmektedir. Türk aydınının bu açıdan en önemli özellikleri "misyonerlik" ve "fonksiyonellik" olarak görülmektedir. Türk aydınının fonksiyonel (memur yani devletin içinde görev almış) ve misyoner (yani söylemi dinsel) olarak doğduğu söylenebilir. Türk aydınının doğuşu aynı zamanda Batının keşfedilmesi sürecinin içerisinde yer almaktadır. Batıya duyulmaya başlanan hayranlık Türk aydınının misyonerlik yönünü geliştirmiştir. Dolayısıyla aydının yüklendiği görev onu gelenekselliğin taşıyıcısı olan halktan uzaklaştırmıştır. Türk aydınının misyonerlik fonksiyonunu tamamlayan bir özelliği de "kurtarıcılık işlevi" olmuştur. Osmanlı aydını, devlet kökenli olmasının da etkisi ile halkı egemen ideoloji içinde kurtarma misyonuna yakın olmuştur (Mardin, 1991: 284). Türk aydınına dair sözünü ettiğimiz bu özellikler toplumumuzun tarihsel serüveni içerisinde açıklanabilmektedir. Türk aydını toplum tarafından "aydın" olan ayrıcalıklı, bilgili olarak algılanmış, bir öğretmen gibi görülmüştür.

3. Hayatı ve Fikir Dünyasıyla, Bir Aydın Profili Olarak Nezihe Muhittin

Toplumsal yaşantının önde gelen tartışmalı konularından biri olarak kadın – erkek eşitsizliği günümüzde hala varlık göstermektedir. Kadına bir sorun olarak bakmak yerine, genel olarak kadının toplumsal hayattaki statüsü, eşit haklara sahip olması, haklarını eşit bir şekilde kullanabilmesi ve kadının kişi olarak var olabilmesi konuları (Doğramacı: 1997: 1) gündeme getirmek önemli toplumsal problemlerin çözümünü de kolaylaştırabilir. Tarihten günümüze kadınların var olmak için yaptıkları mücadeleler feminizm olarak adlandırılmıştır. Türk kadınları da diğer hem cinsleri gibi kendilerinden esirgenen doğal haklarını alabilmek için mücadele yoluna girmişlerdir.

Kurtuluş savaşı mücadelesinde başrolde milleti için savaşan Türk kadınları, Cumhuriyetin ilk yıllarında sosyal ve siyasal hayata entegrasyon için yoğun çalışmalar yapmış, mücadeleler vermişlerdir. Bu kadınların önde gelen isimlerinden biri de NeBu kadınların önde gelen isimlerinden biri de Nezihe Muhiddin'dir.

Nezihe Muhiddin 1889 yılında İstanbul, Kandilli'de doğmuştur. Eğitim hayatı Kandilli mahalle mektebinde başlamış, sonrasında kardeşiyle birlikte evde devam etmiştir. Farsça, Arapça, Fransızca ve Almanca ile bu dillerin edebiyatını özel öğretmenlerden öğrenen Nezihe Muhiddin'in, kadın sorunları üzerine düşünen, aynı zamanda ilk kadın gazetesi Hanımlara Mahsus Gazete'nin Zekiye takma adıyla aktif yazarlarından olan annesi Nakiye Hanım'dan çok etkilenir. Yüksek öğrenim görmediği halde kendi kendini yetiştirerek, yirmi yaşında Maarif Nezareti'nin fen sınavını kazanarak fen bilgisi derslerini vermek üzere idadisine atanmıştır. Nezihe Muhiddin'in, 1911 ile 1944 yılları arasında ulaşılabilen 17 romanı, 300 kadar öyküsü yayınlanmıştır (Yılmaz, 2016: 263-296). Kadınların kendi haklarını savunabilmeleri için Cumhuriyet döneminde kurdukları ilk örgüt Kadın Hakları Fırkası olmakla birliktedir. Nezihe Muhiddin bu Fırka'nın kurucularındandır. Ancak Türk kadınlarının erken dönem kadın olma mücadelesi ile birlikte kadın olma bilinci de gelişmiştir.

Kadınlık bilincinin yeşermesinde rol oynayan kadınların temel arzusu, erkeklerin açtığı ilerleme yolu olarak görülen modernleşme süreçlerine dahil olmak ve toplumsal hayatta daha aktif rol üstlenerek özgür olmaktır (Zihnioğlu, 2003: 45). Bu anlamda Nezihe Muhiddin'in önderliğindeki feminist kadınlar, cephe savaşlarının arkasında yer almış olmalarını da gerekçe göstererek, 1922'den itibaren kadın haklarıyla ilgili görüşlerini, seslerini daha gür çıkararak dile getirmeye başlamışlardır. İlk kadın siyasi partisi olarak Kadınlar Halk Fırkası'nın kurulması da bu amaca dayanmaktadır. Parti, kadınların da erken cumhuriyet döneminin şekillenmesinde katkılarının olmasını sağlayabilmek için toplantılar düzenlemiş ve mecliste kadınların da yer alabilmesine ilişkin ciddi bir siyaset yürütmüştür. Ancak oy kullanma haklarının olmadığı sebebi öne sürülerek partinin yasallaşma isteği reddedilmiştir. Parti, varlığını ve mücadelesini devam ettirebilmek amacıyla Türk Kadın Birliği olarak yeniden örgütlenmiştir (Baykan ve Ötüş, 1999: 29).

Kadınlar Halk Fırkası'nın kuruluşuna hükümet izin vermeyince, Kadınlar Halk Fırkası'nın kurucu üyeleri, Kadın Birliği adı altında bir dernek kurulmasına karar vermiş ve Türk Kadınlar Birliği'ni (TKB) kurmuştur. "Türk Kadın Birliği" Cumhuriyetin ilanından sonra kurulan ilk kadın derneğidir. 45 şubesiyle yurda yayılmayı başaran dernek 1935'te kapatılmasıyla birlikte 1949 tarihinde yeniden açılmıştır. 1923 yılında Kadınlar Halk Fırkası girişiminin kadınların siyaset yapmasına yasaların izin vermemesi gerekçesiyle engellenmesi sebebiyle Nezihe Muhiddin'in başında bulunduğu aynı kurucu heyetle oluşturulan "Türk Kadınlar Birliği" kadın-erkek eşitsizliğine son vermek ve kadınların siyasi haklarını elde etmeleri yolunda büyük çalışmalarda bulunmuştur (Öztürk, 2007: 175).

Sonuç

Nezihe Muhiddin, 19. yüzyıl Osmanlı toplumunda doğarak, modernleşme sürecine toplumun bizzat değişim sancılarına şahit olan bir kişiliktir. Hatta sadece şahit olmakla kalmamış toplum o sancılı dönüşüm dönemlerinde kadınların hakları için etkin rol üstlenmiştir. Kadınlar için toplumsal anlamda ortaya çıkan engellerin ancak kadınların birlik olmasıyla aşılabacağına inanmıştır. Bu noktada Nezihe Muhiddin etrafında oluşan ekibe Cumhuriyet'in ilk feministleri denilebilir. Kadın hakları konusunda yapılacaklara seyirci kalıp kaderlerini başkalarının tayin etmelerine izin vermek yerine bizzat eylemci olmak istemeleri sebebiyle birçok erkekle karşı karşıya kalarak mücadele etmek zorunda kalmışlardır.

Dolayısıyla geçmiş ile gelecek arasında bir köprü kurmak isteyen Nezihe Muhiddin dönemde düşünceleriyle sınıanmış feminist bir aydın olarak gösterilebilir. Muhafazakârlığın temel reflekslerine karşı hareket eden, kendi entelektüel talepleriyle gerçekler arasında sıkıştığında, kadın haklarını önceleyen, bir tavır tercih eden Nezihe Muhiddin, Türk Kadın düşüncesinin ve aydınının, davranış örüntülerine ilişkin ipuçları da vermektedir. Dolayısıyla Türk aydınının en önemli özellikleri olarak sıralanan misyonerlik ve fonksiyonellik Nezihe Muhiddin'de görülmektedir. Çünkü Türk aydınının doğuş evresi aynı zamanda Batının keşfedilmesi sürecinin içerisinde yer almaktadır. Batıya duyulmaya başlanan hayranlık Türk aydınının ve doğal olarak Nezihe Muhiddin'in misyonerlik yönünü geliştirmiştir. Son söz olarak, Nezihe Muhiddin'in çalışmanın ilk bölümlerinde ortaya konulan aydın tiplerinden Modern Aydın tipine yakın olduğu söylenebilir.

Kaynakça

- Batuhan, Hüseyin (2002), "Entelektüel Kavramı Üzerine", Entelektüeller Gerekli mi?, *Cogito*, Sayı: 31, YKY, ss. 95- 101.
- Bauman, Zygmunt (1996), *Yasa Koyucular ile Yorumcular*, İstanbul, Metis Yayınları, 1996.
- Baykan, A.ve Ötüş, B (1999), *Nezihe Muhittin ve Türk Kadını 1931*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bottomore, B. Tom (1990), *Seçkinler ve Toplum*, Gündoğan Yayınları, Çeviren: Erol Mutlu, Ankara.
- Doğramacı, E. (1997), *Türkiye'de Kadının Dünyü Ve Bugünü*, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Günay, Ertuğrul (1995), "Aydınlık, Devlet ve Demokrasi", *Türk Aydın ve Kimlik Sorunu*, Bağlam Yayınları, Editör: Sabahattin Şen, Ankara, ss. 507- 514.
- Hilav, Selahattin (2002), "Entelektüeller ve Eylem", *Cogito*, Sayı: 31, İstanbul, ss. 103- 106.
- Kılıçbay, Mehmet Ali (1995), "Türk Aydın Dünyasını Anlamak", *Türk Aydın Dünyasını Kimlik Sorunu*, Bağlam Yayınları, İstanbul, ss. 175- 180.
- Mardin, Şerif (1991), "Aydınlık Konusunda Ülgener ve Bir İzah Denemesi", *Toplum ve Bilim*, Sayı:24, İstanbul, ss. 9- 15.
- Oran, Baskın (1995), "Az gelişmiş ülkelerde Aydın ve Milliyetçilik", *Türk Aydın ve Kimlik Sorunu*, Araştırma Dizisi Bağlam Yayınları, Hazırlayan: Sabahattin Şen, İstanbul, ss. 385- 389.
- Özlem, Doğan (1995), *Felsefe Geleneği ve Aydınımız*, Araştırma Dizisi Bağlam Yayınları, Derleyen: Sabahattin Şen, Ankara, ss. 205- 226.
- Öztürk, E. (2007), *Türk Kadınının Feminizme Bakışı*, İstanbul: Karmat Yayınları.
- Vergin, Nur (2006), "Entelektüel Olmak ya da Olmamanın Sosyolojik Belirlemeleri Üzerine Bir Deneme", *Doğu-Batı*, Sayı: 37, Entelektüeller III. ss. 19.
- Yılmaz, Hadiye (2016), "1923 Yılı Mizah Basımında Kadınların Seçme-Seçilme Hakkı Ve Kadınlar Halk Fırkası", *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, Sayı: 59, Güz 2016, s. 263-296.
- Zihnioğlu, Y. (2003), *Kadınsız İnkılâp (Nezihe Muhiddin, Kadınlar Halk Fırkası. Kadın Birliği)*, İstanbul: Metis Yayınları.

FACIAL RECONSTRUCTION PROJECTS FOR EGYPT MUMMIES MISIR MUMYALARI İÇİN YÜZ YAPILANDIRMA PROJELERİ

Mutlu ERBAY
Boğaziçi University
erbaym@boun.edu.tr

Özet

Müzelerde, üniversitelerde yada dini kurumların ellinde bulunan kafa taslarının araştırılması konusu kültürel miras ve müzecilik açısından oldukça önemli olduğunu düşünmekteyiz. Gelişen teknoloji ile birlikte müzelerde bulunan eserler tekrar yeni teknikler ile değerlendirilmekte ve eser hakkında bulgular bazen tamamen bazen de kısmen değişebilmektedir. Yüz yapılandırma yada etlendirme (facial reconstruction) yöntemleri dünyada adli tıp alanında oldukça yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Müzelerde ise uzun zaman önce ölmüş bir insanın yüzünü mevcut kemiklerinden yola çıkarak yeniden inşa etmek anlamında kullanılmaktadır.

Bilimsel anlamda ilk yeniden yüzlendirme çalışması 1880 yılında 28 kavgavradan alınan alçı model üzerinden *iğne ile sondalama yöntemi* olarak bilinen kafatası üzerine çeşitli referans noktaları konması tekniğidir. Geçmişte bu yöntemlerle Dante, Schiller, Raphael ve Bach gibi önemli kişilerin yüzleri yapılandırılmıştır. Makalede son yıllarda sayıları gittikçe artan yüzlendirme çalışmalarından mısır mumyaları incelenmektedir. Özellikle Tutankamun, Meritamen, Noble Nebiri ve Gilded Lady gibi başarılı örnekler üzerinden araştırma yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yüzlendirme, mısırmumyaları, yüz yapılandırma projeleri*

Abstract

Facial reconstruction methods are widely used in the field of forensic medicine in the world. In the museums, it is used to reconstruct the face of a person who died a long time ago based on their existing bones.

The first scientific reconstruction technique is the technique of placing various reference points on the skull, known as the needle-pruning method, through the plaster model that is taken on 28 knives. With these methods, the faces of important figures such as Dante, Schiller, Raphael, and Bach are structured (Kirman, R 1999).

The computerized reconstruction method is to scan the skull or plaster model by a laser-scan method produced for this purpose and transfer it back to the computer environment and to reconstitute the data based on the results of measurements made with devices such as computerized tomography. In 2018, quantum computers attached to a large amount of data gives more correct results by scanning more data and all the work in this field.

Key words: *Reconstruction, Egyptian Mummy, Facial Reconstruction Projects*

Introduction

Computed tomography (ct scan) is a new groundbreaking cross-sectional imaging method in radiology which was theorized by Allan McLeod Cormack and Godfrey Hounsfield in 1963. It is based on X-ray devices. Pet positron emission tomography variants are also available. The museum uses these tomographic tools to look inside the mummies or objects and to determine their shape. Especially, these instruments are used to determine facial models completely. The first mummy used for this purpose was the mummy of Tutankhamun. Later on, the museum collection objects which were wrapped in a winding technique and were extracted from many tombs were displayed in this way. Animals such as dogs, crocodiles, cats buried with Egyptian kings were visualized.

Scintigraphy is based on the principle that images are obtained from the section by means of the radioactive substance applied on the section to be evaluated. The basic logic of scintigraphy is based on image acquisition. It's the area of nuclear medicine. Monitoring of radioactive bone agents may detect infection of the bone, fracture and injury, tumor and the like by monitoring the change of radioactive agent enthusiasm where the bone metabolism is increased or decreased. This method is used in museology (A. Özdemir, 2016).

The process of uncovering all the fine details of a face by utilizing the cues in the skull is a scientific one, combining scientific work with artistic handicrafts in the direction of scientific knowledge. First examples were made to H.Wecker in 1883 and to W.His in 1895. The Russian researcher Mikhail Gerasimov, who has reconstructed important characters of history, such as Ivan the Terrible, Yaroslav the Wise and Timur Khan, and Neanderthal Man and Java man, measured tissue thicknesses on only a few cadavers. Today, with the help of medical imaging techniques, more accurate live tissue thicknesses can be measured. Terrible Ivan, Yaroslav the Wise, the mother of Fyodor Dostoyevsky Maria Dostoyevsky, the father of Alexander the Great Macedonian II. Philip, Alexander Bach, Immanuel Kant, Friedrich von Schiller, Tutankhamun, Nefertiti, King Midas are reconstructed (D.Canday,2009).

1-Tutankamun's Mummy (2004)

None of the reconstructions mentioned above has been as popular as Tutankhamun's. Tutankhamun last came to the United States in 1977 to be exhibited. Years later, when he came back in 2004, the CT scan was re-evaluated with new techniques.

The creation of hundreds of Egyptian mummies has been studied from the images resulting from computerized and laser scanning. The most famous of these was realized very sensationally in 2004.

This article has been introduced in National Geographic magazine, which has been published and distributed all over the world. In June 2005, Jennifer Vernon took it to a number of states in the United States with a traveling exhibition for 27 months. The National Geographic magazine also influenced the introduction of these exhibitions. The exhibition called "Tutankhamun and the Golden Age of Pharaohs" at the Los Angeles State Art Museum in America opened in 2005. This exhibition was one of the first examples of the use of facial reconstruction techniques in the arts. Silky leather was passed over the head of Tutankhamun on the show. In 2014, the mummy's old X-ray films were handled and re-imagined with new methods. In this project, computerized tomography instruments used the latest digital facial reconstruction techniques. For the first time in history, the image of the face of King Tutankhamun, which is very curious, has been reached. This method has been introduced as a virtual autopsy. It was pressed by Long Island University Press. (A. Williams 2014)



Fig 1-Tutankhamun's Sintigraphy Face, Mummy Faces, Reconstruction Face and Sculpture

www.bunubugunogrendim.com/2013/08/517-iskelete-yüz-kazandırmak-yeniden.html (11.07.2018)

According to the National Geographic writer, York Brookville Egyptian specialist Bob Brier took DNA from the mummy for the first time and did a virtual autopsy based on CT scan data and published them in 2014 (J.Greenspan, 2014)

In addition, because of the worldwide circulation of these exhibits, GPS vehicle tracking systems followed exhibition transport trucks and in 2000 this work was first applied for this exhibition. In 2000, King Tutankhamun's Treasures Exhibition was held by Egypt and American states. It had visitors in temporary and traveling exhibitions in the cities of Seattle and Melbourne. The French sculptor Elisabeth Daynes reconstructed his face. Afterwards, Susan Anton has reconstructed his face.

King Tut and the Golden of the Pharaohs were exhibited at the Chicago Field Museum, at the California Academy of Sciences, and in the natural history museums of Washington and Dallas. The Tutankhamun's mummy was exhibited in many countries and museums from 26 May 2006 to 1 January 2007. The National History / Field Museum is located in Chicago.

Thanks to this exhibition, **NEH (National Endowment for the Humanities)** donations increased between 1976 and 1979. Tutankhamon treasures were exhibited in 6 cities of America. Millions of people came to the exhibits to see these exhibits. For the first time in history, American museums broke blockbuster. The popular exhibition, Carter and Carnarvon's story, as well as Tutankhamon's reconstructed image on display, has also increased the interest in exhibition quite effectively. The story of the child king also attracted a lot of attention from the visitors. It was the largest project of American museology history ever made. It became a classic and popular, curious, interesting blockbuster exhibition.

After this successful Tutankhamun work of the sculptor, Atelier Daynes received many orders. Elisabeth Daynes' reconstruction was exhibited in Jubelparkmuseum in Belgium from 14 November to 15 March 2015, between 20 May and 30 August 2015 for Paris Expo, between 2 October 2015 and 17 January 2016 for Palexpo Geneva Fair in Gwangmyeong, South Korea on 16 April – 11 September. This triad cave family has been exhibited in Cap Sciences, Bordeaux, France in 2013, in Houston Nature and Science Museum, Texas in 2013 and in Le Centre de Science, Montreal, Canada in 2014. The artist works for the Field Museum, Chicago. The exhibition on 13 October 2012 will be open until 15 September 2018. Field Museum prepared a face, which is in the exhibition starting 20 March 2013 in Chicago, for Cap Blanc. They established a company which creates faces for globally significant exhibitions.

Egypt government financed the restoration of Cairo Museum by letting the Tut artworks to tour around the USA according to National Art Gallery from the archives of Metropolitan Art Museum. They have collected 9 Million dollars. Metropolitan Museum granted 250.000\$ for Tutankhamun treasures. Chicago University Oriental

Institute obtained 108.894\$ from the government to support an exhibition named the Magic of Egypt Art, and to support some public programmes about Egypt. New Orleans Art Museum took 97.492\$ from the government to support a series of Egypt conferences (M. Hindley, 2015).

2-Meritamen's Mummy (August, 19 2016)

It is spelled as Meritamen but pronounced as Meritamun. It means "the apple of the eye of Amon" in old Egyptian. The mummy of Meritamen has been studied in a project by Professor Frederic Wood Jones (1879-1954) who was at Melbourne University as an anatomy professor. It came as his collection in 1930. The artifact is in Harry Brookes Allen Museum of Anatomy and Pathology. this Museum is in Melbourne Biomedical Sciences Museum. Austria Melbourne Washa University has been running this project. Meritamen lived in history 2000 years ago. The dentistry department of Medicine School has reconstructed the face of Meritamen with the help of Victorian Medical School. Anatomy and Newscience artist Jeniffer Man has worked on over 140 artifacts.

Melbourne University Stacey Gorski biomedical school masters students have published Natalia Klimczak, Ancient Origins Reconstructing the story of Humanity past on 22 August 2016 including Meritamen portrait.



Fig 2-Meritamen's Mummy Skull, Faces and Sculpture

[https://www.google.com.tr/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwiNmor0uenYAhVJUBQKHd0VCE8QjRwIBw&url=http%3A%2F%2Fwww.abc.net.au%2Fnews%2F2016-08-20%2Fancient-egyptian-mummified-head-brought-to-life-in-melbourne%2F7769368&psig=AOvVaw1QZB_B0sP9dOO2TVTK5Uol&ust=1516637670154266\(11.07.2018\)](https://www.google.com.tr/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwiNmor0uenYAhVJUBQKHd0VCE8QjRwIBw&url=http%3A%2F%2Fwww.abc.net.au%2Fnews%2F2016-08-20%2Fancient-egyptian-mummified-head-brought-to-life-in-melbourne%2F7769368&psig=AOvVaw1QZB_B0sP9dOO2TVTK5Uol&ust=1516637670154266(11.07.2018))

Egyptian forensic scientist Dr. Vasha Pilbrow participated in this project. Melbourne University anatomy and neurology department has presented a test on this subject. CT scan was printed out from a 3D printer. Dr. Ryan Jefferies is a staff at Melbourne University anatomy and pathology department, Harry Brookes Allen Museum. Govan Mitchell B.S. has printed out the 3D head of the skeleton known as Meritamen with computer technology. In this crew, also Dr. Janet Dsvey worked as Egypt specialist and Vasha Pilbrow worked as a forensic scientist. They also worked with Stacey Gorski. Anatomy and neurology department staff Jeniffer Mann also worked as a sculptor.

Jenifer Mann used quite effective methods in details of the face. This type of reconstructions of faces boosts the interest in exhibitions in museums. Also, historically important figures are introduced in their own time. Meritamen is the daughter of II. Ramses. Ramses's first child is Kha and the second one is Meritamen. She lived and died in the city Thebes in Egypt. Her name means the apple of the eye of Amon. According to Jew belief, she is the queen who found Moses the prophet.

3- Egyptian Noble Nebiri's Mummy (June 28, 2017)

The condition of the skull is not very good because the grave has already been plundered. First, the skull was completed with the help of CT scans. He was 45-60 years old Egyptian noble.

It's a 3500-year-old mummy. It is thought that he lived during the pharaoh III. Thutmoses period (1479-1425 B.C). It was dated to the period of Eighteenth Dynasty of Egypt. He died of heart failure. The international research team is a law faculty of the University of Turin and works at the Medical School of Warwick University. Raffaella Bianucchi, an assistant professor of medicine, anthropology, forensic medicine specialist from the University of Warwick, worked with biologists and anthropologists at the University of Turin. Italian Ernesto Schiaparelli was an Egyptian scientist who lived between 1856-1928 and wrote many works. In 1904 Schiaparelli found the remains of Egyptian noble Nebiri, and they were brought from Luxor Queens Valley. The head of the Nebiri was given to the Egizio di Torino Museum by him. A team of researchers from Torino, Munich and New York University was formed and carried out the project for these remains.



Fig 3-Egyptian Noble Nebiri Mummy Skull, Faces and Sculpture

http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-4618596/Scientists_reconstruct_head_antient_mummy_.html

This project was undertaken with the efforts of Philippe Charlier at the University of Versailles Saint Quentin. He works for the company Gettyimage. (Froesch)

The president of New York American Natural History Museum (AMNH), Ellen Futter, together with Liverpool University, Chicago Natural History Museum and J.P. Brown from Field Museum is working and conducting the project. The brain of Nebiri was concealed in accordance with the Egyptian belief, it was in another cover in the grave. The skull which was inside the bandages was inside the mummy. CT scintigraphy and precision tools were used to make the reconstruction.

Robert Loynes from the Center for Biomedical Egyptology at the University of Manchester said, "Nebiri was a person belonging to the upper elite group of Egypt. The head is a rare example of a high-status funerary treatment of an early 18th Dynasty nonroyal individual."

Biologists, researchers, anthropologists, sculpture artists have worked as a team. Robert Loynes from Center at the University of Manchester told that "it is important for Biomedical Egyptology science". Mummy expert and anthropologist at the Messina University of Sicily, Dario Pombino-Mascali, is specialized in mummies. According to Rossella Lorenzi of Live Science magazine, using data from the CT scan, the researchers could perform a 3D brain surface reconstruction, which allowed them to reconstruct soft tissues destroyed or modified by post-mortem alterations.

The face of the Egyptian Noble Nebiri was reconstructed by MDCT computerized tomography with computerized tomography tools before opening the bandages of the face. CT scanning and 3D technique are used. The facial reconstruction method was performed by computer scanning. (Lorenzi, R).

4-Gilded Lady's Mummy (March 27, 2017)

The gilded woman, Gilded Lady, is thought to be a dancer woman. The project started in 2015 by the Field Museum. In the project, Katarina Kaspari worked as a museum specialist. John Weinstein did the photographing and CT scanning. Computerized tomography (CT) scanning offers researchers sights of mummified people. CT scans by combining thousands of cross-sectioned x-ray images let researchers examine the inside of mummies, revealing details about the age, appearance, and health of the individuals. Searches like this do not hurt the object. The mummy has first exhibited 100 years ago at the Chicago World's Fair. She is thought to be 40 years old when she died 35,000 years ago. She is determined to be curly hair. Deontologists have found that the overbite upper teeth have a closing defect with the lower teeth and a deep closing defect in the orthodontic. She is believed to die from tuberculosis. On September 18, 2017, it was exhibited at Los Angeles Natural History Museum and the exhibition was curated by J.P.Brown.



Fig 4-Gilded Lady Mummy, Skull and Reconstructed Face

Mummies were assessed by displaying them without damaging them or opening them. A prototype was prepared in the 3D printer with the data obtained in CT computerized tomography device. Elizabeth Daynes, working under Atelier Daynes, was shaped and many exhibitions took place at the Chicago Field Natural History Museum. The exhibition was open from 8 June 2012 until 20 January 2014. Jamie Kelly told that CT scans uncover the mysteries of the mummies (Journal of Archeology, July 11, 2011).

Conclusion and Assessment

Today, the world museums can make very different applications. We encounter facial reconstruction projects as a science which has a history. However, the rapid development of the technologies, the developments in the field of nuclear medicine, enable us to see the inside of the mummies before they are opened. This gave us the opportunity to do research on the mummies that we were wondering about. New facial renewal, structuring, and reconstruction techniques have been developed. Museums have not delayed implementing innovations in this area on their museum objects and museum exhibits.

As a result of our research, we can say that there are many scientists who specialize in this area. There are people in this area, especially forensic scientists like French Elizabeth Daynes, who have held very large exhibitions. This has become a separate industry.

In 2018, new 3D machines, detectors, developing filling materials and 3D printers have made it possible for the field to develop. The artists are working in large exhibitions (Field Museum) for major exhibitions, science centers and fairs (Paris Expo). It is proved that some masks of skulls that were taken immediately after their death are similar to their existing sculptures, engravings, and paintings that are photorealistic. 90% real similarity is achieved with today's technology. The skin features such as stains, tattoos, scars, facial features, asymmetry, edges, hair color, hairline, color, and length are vague in facial reconstruction. Although the elements like the shape of the ear, the shape of the face, the facial hair, the beard mustache color frequency ratio and length, the length of the nose site length, the location of the lip, the shape of the chin, the upper lip, the color of the upper and lower lips, the length of the teeth and the front teeth are important, it cannot be sure of them.

The skull does not need to be original. Any original artifact taken from any side of the skull can be processed in laboratories via 3D computers. These are beneficial for reconstruction works. In addition, it is important to have any photo, engraving or 2D drawing of the person that is going to be reconstructed. 3D prototypes from 2D figures are possible to be built with today's opportunities. In addition, the prototyped skull that is copied into two with a three-dimensional printer is sent to another person to be reconstructed. The accuracy rate is being investigated. It is said that the accuracy rate is 90% in these studies. Although the skin color and moles cannot be fully calculated, the accuracy rate is high. In the old methods, the skull was duplicated with plaster, but now it is extracted very precisely with the aid of a computer with 3D printers. It is available for the use of new technologies in this field and for multidisciplinary study projects.

Facial reconstruction works come up as successful examples of interdisciplinary practices in the reflections of some branches of forensic medicine such as forensic anthropology, anatomy, anthropology, deontology over science, art and culture. The need to support these efficient and also indispensable branches of science and art and to raise professionals for these sectors will be an inescapable necessity in the coming years. (Aytunöz) Besides, today it is possible to work on facial reconstruction in different parts of the world through sending the data created via computers. Now, facial reconstruction is possible without carrying historical pieces outside their museums.

World Mummy Congress (WCOMS), which is held worldwide in this area, are held every year in different countries and research results are published in publications. The 25th congress was held on 25 February 2017 in Tenerife by the Tenerife Museum. and this congress is very important in this area. It started as Cronos project 25 years ago. In 1992, the first one was organized in Tenerife. Important studies on bio-anthropology are being carried out. It contributes to the development of this area which is regularly constructed. This way, this research area emerges as a multi-disciplinary and rapidly developing field of science and art. The works of facial reconstruction make the collections in the museums more meaningful and personalize them. Tutankamun, The Gilded Lady, the Egyptian Noble Nebiri and the Meritamun are the most important examples of this area that has passed into the history of museology. To know these works is to fulfill the real mission of the museum. The museum tells us stories of the past that are worthy of cherish in the future. The museum will still fulfill the mission of museology in 2018 and present it to the future by blending its values with new values.

References

1. A.R. Williams, (2014, 23 October). The Day News to Open Minds, National Geographic.
2. AMNH, (2017,05 February), American Museum of Natural History, Meet the Gilded Lady, Dailymail.com, C. M. (2016, August 22). Researchers reconstruct face of Egyptian mummy with a taste for honey. Retrieved from <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3753607/Meet-Meritamun-18-year-old-Egyptian-mummy-taste-honey-Researchers-reconstruct-face-high-status-sweet-toothed-woman-lived-2-000-years-ago.html> Facial

- Reconstruction Experts Release Digital 3D Images of Robert the Bruce. (2016, December 19). Retrieved from [https://3dprint.com/159137/3d-digital-images-robert-the-bruce/\(11.07.2018\)](https://3dprint.com/159137/3d-digital-images-robert-the-bruce/(11.07.2018))
3. BERNAL Mary Ann,(2017) Meet Meritamun, the 18 year old Egyptian mummy with a taste for honey Researchers reconstruct face of high status sweet toothed woman who lived 2000 years ago, Güzel bir mısırlı kadının yüzü 2000 yaşındaki anneden hayata geçti, Ancient Origins Reconstructing the story of humanity's past, mail online (National Geographic 13 Aralık)
 4. ERBAY , Fethiye,(2009) Müze Yönetimini Kurumsallaştırma Çabası (1984-2009), Mimarlık Vakfı Enstitüsü.
 5. ERBAY, Nuri Ozer . (2017), *Museums and Education Projects Targeting Visitors With Disabilities*, MEB National Education. Year 46, Number 2014, ISSN-1302-5600, meb Press, Ankara, 2017, p.345
 6. KNAPTON, S. (2016, 08 December). Face of Robert The Bruce reconstructed showing Scottish king had leprosy. Retrieved from <https://www.telegraph.co.uk/science/2016/12/08/face-robert-bruce-reconstructed-showing-scottish-king-had-leprosy/>
 7. KROGMAN and Işcan,(1989) Reconstruction of life from the Skeleton, R Liss Publication, pp. 2-11. 1989.
 8. MAILONLINE, S. B. (2017, 20 June). Scientists reconstruct head of Egyptian 'Chief of Stables'. Retrieved from [http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-4618596/Scientists-reconstruct-head-ancient-mummy.html\(11.07.2018\)](http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-4618596/Scientists-reconstruct-head-ancient-mummy.html(11.07.2018))
 9. NOONAN, A. (2016, 20 August). Ancient Egyptian mummified head 'brought to life'. Retrieved from <http://www.abc.net.au/news/2016-08-20/ancient-egyptian-mummified-head-brought-to-life-in-melbourne/7769368>
 10. SEVER Muhammed, (2007) Adli Antropoloji yeniden Yüzlendirme Çalışmalarında Mevcut Yumuşak Doku Kalınlıklı Cetvellerinin Türkiye'de Uygulanabilirliği, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Antropoloji Anabilim Dalı, Ankara.
 11. WILKINSON, C. (2008), Forensic Facial Reconstruction, Cambridge University Press. p. 302.
 12. YONUK Aysun Altunöz,(2014) Forensic Art: Facial Reconstruction, Adli Sanat, Yeniden Yüzlendirme, Gazi University Fine Arts Faculty Sculture Department, Akdeniz Sanat Magazine, Vol. 7, No. 13, p. 169.

FEMALE MUSEOLOGIST IN TURKEY

Fethiye ERBAY
İstanbul University
erbayf@gmail.com.

Abstract

Museologists have an important role of carrying the past that is embroidered by cultural values to future generations. From the times of the Ottoman Empire to nowadays, museum studies has gained upwards momentum. The sedentary form of museology, by including exhibition techniques, has publicly improved. From past to nowadays, many dear female museologists, some we do not now the names of, has helped Turkish museums improve.

In this paper, female museologists who have accomplished the firsts are researched. People who helped improving Turkish Museums such as museum managers, specialists, experts, academicians, shortly, female museologist pioneers who helped museology ascend are included. Works in the “Virtual Museum of Turkish Museologists” are cited to reinforce dear museologists who pioneered to improve museology in Turkey.

Women who worked with devotion for years, pioneered in the development of Turkish museums and achieved the initials in various museums in Turkey are specified in these five categories.

Women who achieved the initials on their areas while working in museums.

Female museology academicians who pioneered the academic institutionalisation of museum studies on the level of higher education

Female museology analyst pioneers who published their works on the field of museology on the level of higher education

Women who pioneered establishing museums and making the museums public in Turkey

Female museologists who opened the first open air museums and added works in the museums with their archeological studies

These women put their hearts on developing Turkish museology and became examples to a lot of young people on the field of museology. They pioneered on the continuation of our cultural heritage with their works on the field.

In this paper, female museologists whose names are left in the archives and who worked at the Istanbul and Ankara museums which were the basis of the improvement in museology has been tried put together. I say my gratitude to those who are working in the museums and to those who passed away while trying to improve museology.

Key words: *Women museologist, museums, culturel heritage, Turks museologist, museum expert*

TÜRKİYE’NİN KADIN MÜZECİLERİ

Özet

Müzeciler; Bir toplumda kültürel değerlerle şekillenen geçmişin, gelecek kuşaklara taşınmasında önemli görevler üstlenmektedirler. Osmanlı İmparatorluğu’ndan bugüne müzecilik çalışmaları yükselen ivme kazanmıştır. Müzeciliğin durağan yapısı zamanla, sergileme tekniklerini de içeren, halka dönük gelişme göstermiştir. Günümüze kadar geçen süreçte çok sayıda ismi bilinmeyen, değerli kadın müzeci, Türk Müzelerinin gelişmesine katkı sağlamıştır.

Bu makalede; bugüne kadar müzecilik çalışmalarında ilklere imza atmış kadın müzeciler araştırılmıştır. Türk müzeciliğinin gelişmesine katkı sağlayan müze müdürleri, yöneticiler, müze uzmanları, akademisyenler kısaca müzeciliğimizi farklı platformlara yükseltmiş öncü kadın müzecilere yer verilmiştir.

Türkiye’nin çeşitli müzelerinde yıllarca özveri ile çalışmalarını sürdürmüş, Türk müzelerini gelişmesinde önder olan ilkler, müze dostları kadınlarımızı aşağıda belirtilen 5 grup içinde ele alınarak incelenmektedir.

1-Müzelerde görevli olan, çalışmaları sırasında ilkleri gerçekleştiren kadın müzecilerimiz.

2-Müzecilik çalışmalarının Yüksek Öğretim düzeyinde akademik anlamda kurumlaşmasında öncü olan akademisyen müzeci kadınlarımız.

3- Yüksek öğretim düzeyinde müzecilik alanında yaptıkları yayınları ile ilklerde yer alan araştırmacı müzeci kadınlarımız.

4-Ülkemizde müzelerin kurulması ve halka açılmasında öncü olan kadınlarımız

5-Arkeolojik çalışmaları ile ilk açık hava müzesi kuran, müzelere eser kazandıran müzeci kadınlarımız olarak, Türk müzeciliğinin gelişimine gönül vererek çalışıp, müzecilik alanında pek çok gence de örnek olmuşlardır. Aynı zamanda kültürel mirasımızın sürdürülebilir olmasında gerçekleştirdikleri müzecilik çalışmaları ile öncü olmuşlardır.

Bu makalede, çağdaş müzeciliğimizin gelişiminde temel olan öncelikle İstanbul ve Ankara müzelerinde çalışan, ismi arşivlerde kalmış ya da yaptıkları çalışmalar çok dile gelmemiş kadın müzecilerin çalışmaları bir araya getirilmeye çalışılmıştır. Müzelerde çalışanlardan, müzecilik çalışmalarına ömrünü adayan vefat edenler ile bugün aramızda olan Türk kadın müzecilerimize, Türk müzeciliğine katkılarından dolayı şükranlarımızı sunarız.

Anahtar Kelimeler: *kadın müzeciler, müzeler, kültürel miras, Türk müzeciler, müze uzmanı*

Giriş

Dünya’da ve Türkiye’de müzeciler; kültürel değerlerle şekillenen geçmişin, gelecek kuşaklara taşınmasında önemli görevler üstlenmektedirler. Müzecilik çalışmaları açısından geleceği öngörebilmek için geçmişte bu alanda hangi çalışmalar yapılmış kimler tarafından, hangi şartlarda çalışılmış iyi araştırmak, doğru okuyabilmek gerekir. Bugüne ve geleceğin müzecilik çalışmalarına değer katan geçmişteki müzecilik alanında çalışmalara özveri ile katılan müzecilerimiz vardır. Bu müze sevdalılarının paha biçilemez özverili çalışmaları, kültürel değerlerle şekillenen müze çalışmalarımızın gelecek kuşaklara taşınması açısından önemlidir.

Günümüze kadar geçen süreçte çok sayıda ismi dahi bilinmeyen, değerli kadın müzeci, Türk Müzelerinin gelişmesine katkı sağlamıştır. Bu çalışmada; bugüne kadar müzecilik alanında ilklere imza atmış kadın müzeciler araştırılmıştır. Türkiye’de, pek çok alanda olduğu gibi müzecilik çalışmalarında da kadınların tarihin gizli sayfalarında yer aldığı görülmektedir. Türkiye’de müzeciliğin kurulup gelişmesine yön veren, müzeciliğin gelişmesi için çabalamış bir çok kadınıımız vardır.

Araştırmanın Yöntemi: Bu çalışmada elde edilen verilen değerlendirilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Özünde nitel bir çalışma olan veri toplama yolu tercih edilmiştir. Türk Müzecilerini araştırmak için Topkapı Sarayı, Arkeoloji Müzesi, İslam Eserleri Müzesi, TBMM Dolmabahçe Sarayı Müzesi başta olmak üzere pekçok müze kütüphanesi, arşivi ve personel dosyaları araştırılmış, yazılı veriler değerlendirilmiştir. Ayrıca vefat edenlerin ailelerine ulaşılarak bilgileri alınmıştır. 1984 yılından bu yana müzecilik alanında akademik anlamda çeşitli projelerde müzeciler ve müzelerle bir arada çalışmanın sonucunda doğal olarak veriler oluşmuştur. Yaşayan müzecilerle görüşme yapılarak, çalışmaları konusunda bilgiler bir araya toplanmıştır.

Verilerin Toplanması: 2006 yılından 2010 yılına kadar kütüphane araştırması Türk Müzecileri Sanal Müzesi kurma çalışmaları sırasında yapılmıştır. Elde edilen bu veriler tarafımdan ‘‘Müzeciliğimize Emeği Geçenler’’ ve ‘‘Sanatçı Müzeciler’’ adları altında farklı konferanslarda sunum olarak yapılmıştır. 2011 yılından 2014 yılına kadar müzelerin kütüphane, arşivlerinde araştırma yanında resmi olarak yazışma yöntemi ile 300 müzeci hakkında veri toplanmıştır. Toplanan veriler İstanbul’da yaşayanlar ve İstanbul dışında yaşayanlar olmak üzere gruplanmıştır. Ayrıca kadın ve erkek müzeciler gruplanmıştır. 2016-2018 yılları arasında da İBB tarafından basılacak 2019 yılında basılan ‘‘İstanbul’un 100 Müzecisi’’ kitabı için bu çalışmanın verileri tekrar değerlendirilmiştir.

Verilerin Analizi: Araştırmada toplanan verilerin çözümlenmesinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizinde temel alınan veriler, açıklanabilecek kavramlara dönüşerek, ilişkilendirilmiştir. Örneğin Seniha Sami Topkapı Sarayı Müzesi’nin yönetimine atanan ilk kadın müzeci olarak sosyal medyada yer almaktadır. Topkapı Müzesi arşiv ve personel dosyalarını tarafımdan incelediğinde, orada çalıştığı ve müze yöneticiliği yaptığına dair bilgilere ulaşılamamıştır. Yaptığım araştırmada Arkeoloji Müzesi’nde görev yaptığı bilgilerine ulaşılmış, müze yöneticiliği ile ilgili bilgiler saptanmamıştır. Betimsel analizde özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analizinde daha derin bir işleme tabi tutulmuştur. Betimsel yaklaşımla fark edilmeyen kavram ve temalar daha önce müzelerde çalışıp emekli olanlar, bugün müzelerde çalışanlarla yapılan karşılıklı görüşmelerle elde edilmiştir. Ayrıca mail ortamında ve resmi yazışmalarla elde edilen verilerin analiz sonuçları da araştırmaya konulmuştur. Nitel bir araştırma olarak geçerli ve güvenilir veriler derlenmeye çalışılmıştır. Derleme ve kategori geliştirme aşamasında elde edilen sonuçlardan bazıları kadın müzeciler olarak 4 grupta anlatılmıştır. Türk müzeciliğinin gelişmesine katkı sağlayan kadın müze müdürleri, yöneticileri, müze uzmanları, akademisyenler kısaca müzeciliğimizi farklı platformlara yükseltmiş öncü kadınlarımızı bu kısa sayfalara sığdırmak zordur. Bu çalışmada; Türk müzelerinin gelişmesinde önder olan ve ilklere imza atan kadın müzecilerimiz 4 grup altında ele alınmıştır.

1-Müzelerde görevli olarak çalışmaları sırasında, yaptıkları çalışmalar ile ilkleri gerçekleştirenler kadınlar: Uygulamacılar

2-Müzecilik çalışmalarının Yüksek Öğretim düzeyinde, akademik anlamda kurumlaşmasında öncü olan akademisyen müzeci kadınlar: Eğitimci

3- Yüksek öğretim düzeyinde müzecilik alanında yaptıkları yayınları ile ilklerde yer alan araştırmacı müzeci kadınlar: Araştırmacılar

4-Türkiye’de müzelerin kurulması ve halka açılmasında öncü olan kadınlar: Müze Sahipleri.

1-MÜZELERDE GÖREVLERİ SIRASINDA YAPTIKLARI ÇALIŞMALAR İLE İLKLERİ GERÇEKLEŞTİREN KADIN MÜZECİLER: UYGULAMACILAR

Türk müzeciliğinin gelişimine katkı sağlayan genç yaşlarda müzelerde çalışmaya başlamış, çeşitli görevlerde çalışmış kadınlarımızla ilgili veriler çalıştıkları müzelerden resmi veriler olarak ele alınmış, yayınlar ve araştırmalarla derlenmiştir. Müze müdürleri, yöneticileri, müze uzmanlarından oluşan öncü kadınlardan ulaşılabilen örnekler aşağıda sıralanmıştır.

Seniha Sami Moralı- Rauf (1886-1982): Seniha Sami Moralı; yaşamını dedesi Abdülatif Suphi Paşa'nın Horhor'da Suphi Paşa Konağı'nda sürdürmüştür. Dedesi Abdülatif Suphi Paşa, 5 defa Milli Eğitim Bakanlığı yapmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında Türk Kadın Birliği yönetim kurulunda görev almıştır. 1931 yılında Balkan Konferansı'nda, 1933 yılında Marsilya'da yapılan Milletlerarası Kadınlar Kongresi'nde Türkiye'yi temsil etmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında Batı'dan getirilen uzmanlarla birlikte çalışmıştır. 1924 yılında Atatürk'ün Türkiye'ye getirdiği Amerikalı ünlü eğitimci Prof. John Dewey'in (1859-1952) tercümanlığını yapmış, raporlarını yazmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında kurulan Türk Kadın Birliği'nde önemli görevler üstlenmiştir. 1934 yılında Türk kadınına seçme ve seçilme hakkının verilmesi çalışmalarında yer almıştır. 1935 yılında 12. Uluslararası Kadınlar Birliği Kongresi Türkiye'de Yıldız Sarayı'nda düzenlenmesinde görev almıştır. İngilizce ve Fransızca'dan yaptığı çeviriler ile edebiyat tarihimize pek çok kitaplar kazandırmıştır. *Shakespeare'in Hamlet, Julius Caesar, Kral Lear, II. Richard Faciası, Antonius ile Kleopatra, Kadınlar Pavyonu* çevirileri arasındadır. Seniha Sami Moralı; Cumhuriyet Dönemi'nde, ilk defa müzede uzmanlık görevi verilen kadın müzecimizdir. 1928 yılında İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nde yabancı diller kâtibisi olarak göreve başlamıştır. Arkeoloji Müzeleri'nde Halil Ethem Bey'in Âsâr-ı Atika Müzesi Müdürlüğü sırasında müze çalışmalarında görev almıştır. Müzede tasnif memurluğu, 1934 Yunan, Roma, Bizans Eserleri Şubesi'nde ve Çinili Köşk de konservatör yardımcısı görevini üstlenmiştir. 1939 yılında Topkapı Müzesi'ndeki eşyaları arşivlemiş ve düzenlenmesini yapmıştır. Aziz Ogan Bey'in müdürlüğü sırasında; 1934 yılından 1950 yılına kadar 5 kez Arkeoloji Müzesi tarafından çıkarılan "İstanbul Müzeler Yıllığı'nın" hazırlanması, çevirilerin yapılmasında ve çıkarılmasında görev almıştır. Hatta İstanbul Arkeoloji Müzesi'nde arkeolog olarak da görevlendirilmiştir. 1949 yılında arkeoloji müzesinin zemin katında eserleri düzenlemiş ve etiketleyerek sergiye açma görevini üstlenmiştir. Seniha Sami; Arkeoloji Müzesi'nde 22 yıllık bil fiil görev yaparak 17 Nisan 1950 tarihinde emekliye ayrılmış, emeklilik sonrasında; gazetelerde yazılar yazmaya devam etmiştir. 1982 yılında vefat etmiştir.

Prof. Dr. Belkis Mutlu (1936-1993): 1962 yılından itibaren Mimar Sinan Üniversitesi'nde Genel sanat tarihi, mimarlık tarihi, mitoloji tarihi dersleri vermiştir. Akademik çalışmaları yanında 1982-1993 yılları arasında 11 yıl Mimar Sinan Üniversitesi'ne bağlı olan Resim ve Heykel Müzesi Müdürlüğü görevini sürdürmüştür. Atatürk'ün 20 Eylül 1937 yılında kurduğu Resim ve Heykel Müzesi'nin 1987 yılında 50. kuruluş Yılı etkinlikleri kapsamında; Resim ve Heykel Müzesi koleksiyonunun bilgisayara aktarılarak kayıt altına alınması çalışmalarını başlatmıştır. Müze ve sanatla ilgili sanatçıların ses kayıtları arşivinin oluşturulması açısından günümüze eşsiz kaynak bırakmıştır. Yazdığı Mimarlık Tarihi kitabı bugün bile üniversitelerde ders kitabı olarak okutulmaktadır. 1993 yılında vefat etmiştir.

Edibe Uzunoglu (1930-2007): 1960 yılında İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nde göreve başlamıştır. Eski Şark Eserleri Müzesi'nde görev yapmıştır. "En Eski Devirlerden, 2.000 Sonuna Kadar Anadolu'da Ağırlıklar ve Kıymet Ölçüleri" Ve Anadolu ağırlıkları, Eski Şark Eserleri Müzesi Menşei Bilinmeyen Mühürleri konularında yazdığı tezler vardır. 1968 Eski Şark Eserleri Müzesi'nde yeni teşhirini hazırlamıştır. Birçok kazıda görev almıştır.

Tülay Ergil (1960- 2008): 1967 yılında girdiği İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nde 1980 yılına kadar çalışmıştır. Klasik Eserler Bölümü'nde uzman olarak çalışmaları süs eşyaları ve seramik üzerinde yoğunlaşmıştır. 1980 yılında İTİA Basın Yayın Yüksek Okulu öğretim görevlisi olarak çalışmıştır. Kıpeler/Earrings (1983), Museums of İstanbul Müzeleri (1993) adlı kitapları yayınlanmıştır. İzmit'te (Nikomedia) ortaya çıkan Helenistik Döneme ait takıları, Nikeli Küpe olarak arkeoloji literatürüne kazandırmıştır. İstanbul Müzeleri Kitabını yazmıştır. 2008 yılında geçirdiği bir trafik kazası sonucu vefat etmiştir.

Cevriye Artuk (1913-2012): 1943 -1973 yılına kadar 30 yıl İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nde çalışmıştır. Müze asistanı olarak başladığı görevini, İslami Sikke Uzmanı, Müze Müdür yardımcısı olarak tamamlamıştır. 1946 yılında arkeolog müzeci, nümizmatik uzmanı İbrahim Artuk ile evlenmiş, onunla birlikte Türk Nümizmatik Derneği'ni kurmuştur. 1978 yılında müzeden emekli olmuş, 2012 yılında vefat etmiştir. İslami Sikkeler Kataloğu (1968), Artukoğulları Sikkeleri (1993) yayınları arasındadır.

Muazzez İlmiye Çığ (1914-): 1940 yılında İstanbul Arkeoloji Müzelerinde Göreve Başlamıştır. 1972 yılına kadar müzede 32 yıl Çivi Yazılı Belgeler Arşivinde Uzman olarak çalışmıştır. 1965 yılında Hitit Sergisi'ni Roma ve Londra'da sergilenmesinde görev almıştır. Sümer edebiyatının bilinmeyen yanını ortaya çıkarmış. Sümer, Hitit üzerine pek çok kitabı araştırması bulunmaktadır. 1972 yılında müzeden emekliye ayrılmıştır. Meslek Hizmet Ödülü, Özgür İnsan Ödülü sahibidir. 2000 yılında İstanbul Üniversitesi tarafından Fahri Doktora unvanı verilmiştir.

Dr. Esin Atıl (1938-): Michigan Üniversitesi'nde Avrupa Sanatı üzerine yüksek ve aynı üniversitede İslam Sanatları doktorası yapmıştır. El yazması, seramik ve metal işleri, Memluk ve Osmanlı Sanatının yüzey araştırmalarına kadar çeşitli konularda 20'nin üzerinde kitap yazmış, ayrıca 100'den fazla makalesi bulunmaktadır. 1969 yılında Smithsonian Enstitüsü'nde göreve başlamış 15 yıl İslam Sanatları küratörlüğü sonrasında da 9 yıl İslam Sanatı tarihçisi olarak toplam 24 yıl çalışmıştır. İran Sanatı'nın 2500 yılı (1971), Osmanlı Dönemi Türk Sanatı (1973), İslam Dünyası'ndan Seramikleri(1974), Arap Dünyası Sanatı (1975), Fırça Ustaları İran ve Hindistan Çizimleri Sergisi (1978), İslam'ın Rönesans'ı Memluk Sanatı (1981), Kelile ve Dimne 19.yy da Arapça Yazma Masalları (1981), Freer Sanat Galerisi'nde İslami Metal Eserler (1986) adlı sergileri düzenlemiştir. Süleymanname Kanuni Süleyman'ın Resimli Tarihi (1986), Kanuni Sultan Süleyman Dönemi (1986), Levni ve Surname (1999) adlı uluslararası gezici sergiler düzenlemiştir. İslam Dünyası'nın sanatsal gelenekleri üzerine çok sayıda sergi katalogları ve kitap hazırlamıştır.

Dr. Nuşin Asgari (1931-): Tebriz kökenli Nuşin Asgari, 1956 yılında Türk vatandaşlığına geçmiştir. 1970 yılında İstanbul Arkeoloji Müzelerinde uzman olarak müzecilik çalışmalarına başlamıştır. 1983 yılında müze müdürü olarak, Anadolu Medeniyetleri Sergisi'ni hazırlamıştır. Nuşin Asgari, Marmara Adası'nda yapmış olduğu çalışmalarla arkeoloji alanına ve İstanbul tarihine değerli katkılarda bulunmuş, Saraylar Açık hava Müzesi'ni kurmuştur. 1978 yılına kadar 15 lahit gün yüzüne çıkarılmıştır.

Ayşe Erdoğdu (1964-): 1996 yılında Topkapı Sarayı Müzesi'ne arkeolog olarak girmiştir. "Ankara'da Bulunan Roma Çağı Hamamları" "Hayrabolu Hacılı Tek Höyük Tümülsü Buluntuları"adlı tezleri ile arkeoloji alanındaki çalışmalara ışık tutmuştur. 2008 yılında müze müdürlüğüne getirilmiştir. Sarayın Laleleri (2006), Sultan III. Selim Han (2008), Onbin Yıllık İran Medeniyeti ikibin Yıllık Ortak Miras (2009), Moskova Kremlin Sarayı Hazineleleri Topkapı Sarayı'nda (2010), Japon Sanatının 5000 Yılı (2010), Padişahın Evi: Topkapı Sarayı Harem-i Hümayunu (2012), Çin Hazineleleri (2012), İhtişam ve Zarafet: Kore Sanatı (2013), Neolitik Çağ'dan Osmanlı İmparatorluğu'na Anadolu Medeniyetleri (2013), Bir Taşım Keyif: Türk Kahvesinin 500 Yıllık Öyküsü (2015), Anatolia: Home of Eternity (2015) adlı sergilerin düzenlenmesinde ve yürütülmesinde görev almıştır. Topkapı Sarayı Müzesi'nde Çin ve Japon Porselenleri konusunda yayınlanmış çok sayıda çalışması bulunmaktadır. Saray Mutfakları'nın (Matbah-ı Amire) restorasyonu sonrasında Saray'ın mutfak, yemek ve sofra kültürünü tanıtan sergilemeyi ziyarete açmıştır. Hünkar Beğendi 700 Yıllık Mutfak Kültürü" adlı kitabı Fransa'da Gourmand World Cookbooks Awards 2001 Yarışması'nda en iyi yemek kitabı tarihi dalında Onur Ödülü kazanmıştır. Topkapı Sarayı Müzesi müdürlüğü görevini sürdürmektedir.

Zeynep Sevim Kızıltan (1953-): 1986 yılından İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nde müze asistanı, müze araştırmacısı, arkeolog, bölüm şefi görevlerini yapmıştır. 2003 yılında getirildiği müze müdür yardımcısı görevini 11 yıl yürütmüştür. Yurtdışında ve içinde pekçok serginin açılmasında yer almıştır. 2018 yılında 9 yıl sürdürdüğü müze müdürlüğü görevinden emekli olmuştur. 2004-2014 yılları arasında Yenikapı, Sirkeci, Şehzadebaşı istasyon alanları ile Haliç Metro Köprü Ayakları ve Üsküdar'da yapılan arkeolojik kurtarma kazılarını yürütmüştür.

Dr. Filiz Çağman (1940-):1964 yılında Topkapı Sarayı Müzesi Kütüphanesi'nde çalışmaya başlamıştır. 1971 yılında "Topkapı Sarayı Müzesi Kütüphanesi Hazine 762 no.lu Nizami Hamse'sinin Minyatürleri" adlı çalışması ile doktor unvanı almıştır. İslam minyatürü el yazma, hat sanatları konusunda çalışmaları bulunmaktadır. 8 yıl müze müdürlüğü yaptığı, 41 yıl çalıştığı Topkapı Sarayı Müzesi'nde 2005 yılında emekli olmuştur. Anadolu Medeniyetleri Sergisi (1983), Anadolu'da Kadın Sergisi (1993), Topkapı a Versailles. Tresors de la Cour Ottomane Sergisi (1999), Padişahın Portresi, Tesavir-i Al-i Osman Sergisi (2000), Analar, Tanrıçalar, Hanım Sultanlar Sergisi (2004), Türkler: Bin Yılın Yolculuğu 600-1600 (2005) adlı uluslararası sergilerin küratörlüğünü üstlenmiştir. İspanyol Altın Madalya Ödülü'ne (2001), Vehbi Koç Ödülü (2002), T.C. Dışişleri Bakanlığı Üstün Hizmet Ödülü'nü (2006) sahibidir.



Fotograf-1.Mutlu Erbay,Fethiye Erbay,Nazan Ölçer, Ertuğrul Günay,2015

Dr.Nazan Ölçer (1942-): 1972 yılında Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde göreve başlamıştır. Halı, maden ve keramik seksiyonlarının şefliğinde üstlenmiştir. 1978–2003 yılları arasında Türk ve İslam Eserleri Müzesi müdürlüğünü yapmıştır. Müze müdürlüğü sırasında Türk ve İslam Eserleri Müzesi'ne verilen “Avrupa Konseyi Yılın Müzesi Özel Ödülü'nü” (1984), Yılın Müzecisi Ödülünü (1989) almıştır. 2003 yılından itibaren Sakıp Sabancı Müzesi müdürü olarak görevini 16 yıldır sürdürmektedir. Fransız Kültür Bakanlığı Chevalier Des Artset Des Lettres (1991), Bundesverdienstkreuz Almanya Liyakat Nişanı (1994), Polonya Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Beyaz Kartal Kryzem Kawalerskim Nişanı (1996), Cavalieri Di Omri (1996), Ordinella Della Stella Nişanı (2005), Fransa Cumhurbaşkanı tarafından L'Ordre Nationalde la Légion d'Honneur nişanı (2011), Federal Almanya Cumhurbaşkanı tarafından Büyük Liyakat Nişanı Grosses Verdienstkreuz (2012), Polonya Cumhuriyeti Üstün Hizmet Liyakat Nişanı (2014) sahibidir. Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı tarafından Üstün Hizmet (2006) ödülüne layık görülmüştür. Anadolu Kadınının 9000 Yılı (1993), Geçmişten Günümüze Tıp Sergisi (2002), Çalınan Geçmiş Sergisi (2003), Gün Işığında İstanbul'un 8000 Yılı (2007), Bir Tanrıça'nın Kutsal Mekanı (2008), İstanbul'daki Bizans Sarayları Sergisi (2010), Bizantion'dan İstanbul'a Bir Başkentin 8000 Yılı Sergisi (2010), İstanbul'da Hitit'ten Osmanlıya Sergisi (2011), Yenikapı'nın Batıkları (2013), Mendel- Sebah Müze-i Hümayunu Belgelemek (2014), Hattuşa'da İlk Araştırmalar Sergisi (2015) sergileri düzenlenmiştir.

Dr. Şeniz Atik Doğan (1946-): 1973 yılında İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nde Klasik Eserler Bölümünde Cam Eserler Koleksiyonu sorumlusu olarak çalışmaya başlamıştır. YTÜ Müzecilik Yüksek Lisansını tamamladıktan sonra “ MÖ. I.Binde Anadolu'da Cam Üretimi ve Tasarımı ” konusunda doktorasını MSÜ de tamamlamıştır. Kültepe (1968), Bayraklı (1969) kazılarına katılmıştır. Association Internationale Pour L'Histoire du Verre (AIHV) üyesidir. Arkeoloji ve Arkeologlar Derneği İstanbul Şubesi'nin kurucusudur.

Saadet Altay (1955-): 1982 yılından 1994 yılına kadar Milliyet Gazetesi'nde çalışmıştır. NTV Kütüphanesini kurmuştur. TV çeşitli belgesellerde danışmanlık yapmaktadır. 1994 yılında Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Basın Müzesi Kütüphanesine Kütüphane sorumlusu olarak başlamıştır. 1995 yılında Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Basın Müzesi Müdürü olarak atandığı görevini sürdürmektedir.

Dr. Zübeyde Cihan Özsaymer (1956 -): 1984 yılında TC. Başbakanlık Vakıflar Genel Müdürlüğüne bağlı İstanbul Türk Vakıf Hat Sanatları Müzesi'nde araştırmacı olarak 1984 yılında göreve başlamıştır. 1991 yılından bu yana İstanbul Türk Vakıf Hat Sanatları Müzesi'nde müdür olarak görev yapmaktadır. Türk Vakıf Hat Sanatları Müzesi'nde Bulunan Bezemeli Kur'anı Kerim ile Mimar Sinan'ın İstanbul da Bulunan Cami ve Türbelerindeki Hat Düzeni ve Anlamları adlı tez çalışmaları bulunmaktadır. 2006 yılından buyana kaçırılan Vakıf eserlerinin geri kazanımı konusunda çalışmaları yürütmektedir. İstanbul Vakıflar Genel Müdürlüğü, kaçakçılıkla mücadele birimi sorumlusu olarak çalışmaktadır.

Bugün İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nde müzecilik çalışmaları; Fatma Yıldız (1936),Yıldız Meriçboyu Akyay (1937), Cansel Ural (1944), Belkıs Buket Bayoğlu (1956), Gönül Tekeli (1959), Betül Özden (1960), Duygu Arısan Günay (1943), Esma Timuray Oskay (1948), Fatma Saliha Balaman (1940), Fatma Tulunay Karacaoğlu (1955), Feza Demirkök (1959), Gülcan Kongaz(1957), Gülden Polat (1942), Havva Koç Kıvırcık (1949), Mine Soysal (1959), Nilüfer Atakan (1956), Hatice Kalkan (1965), Süheyla Murat, Derya Dikenel Gül, Duygu

Narçin, Gülbahar Baran Çelik, Mine Kiraz Vancı, Müge Özcan, Neşe Taşdemir, Nihal Hanım Erhan, Özlem Korkmaz Kömürçü, Semra Yıldırım, Simge Güreş, Z. Nilüfer Aydın, Tuğçe Akbaytogan adlı sayısız müze uzmanı ve arkeolog kadının özverili çalışmaları sürmektedir.

Topkapı Sarayı Müzesi'nde; 35 yıl çalışıp emekli olan Feza Çakmut (Sanat Tarihçi) ile Emine Bilirgen (Hazine sorumlusu), Selma Delibaş (Sanat tarihçi) emekli olmuş müzeye emeği geçen kadın müzecilerimizdir. Müzede; Hande Güryol (Restoratör), Sibel Alpaslan(Arkeolog), Gülelendam Karal (Müdürden Sorumlu Uzman), Canan Cimilli (Arkeolog), Yasemin Bostan (Protokol rehberi) kadınlarımız müzecilik çalışmalarını sürdürmektedirler. 1992 yılından buyana Sabriye Karahan Parlak Ayasofya Müzesi'nde çalışmaktadır. Müzeci Nezh Fıratlı'nın kızı Zehra Işın Fıratlı Sadberg Hanım Müzesi'nde 5 yıl çalıştıktan sonra Topkapı Sarayı Müzesi'ne geçmiş, 6 yıl çalışmıştır. 16 yıldır da Ayasofya Müzesi'nde çalışmaktadır. İslam Eserleri Müzesi Şenay Özkan, Barış Manço Müzesi Müdürü Sırma Çelik, Hukuk Müzesi Havva alkış, Av. Birgül Fevzioğlu, Ankara Rahmi Koç Müzesi Müdürü Mine Sofuoğlu, Begüm Erkal, Deniz Müzesi Nalan Dönmez müzecilik çalışmalarımıza değer katan kadınlarımız arasındadır. Belediye Müzelerinden Fusun Kılıç, Yasemin Mataracı, TBMM Dolma Bahçe Sarayı Dr. İlon Baytar, Nihal Aras, Dr. Candan Sezgin, Güller Karahüseyin, Ceylan Aydın, Nurten Öztürk, Filiz Mısırlı, Birsan Akkan, Sema Yüksel gibi pekçok müze çalışmasının arkasında kadınlarımız bulunmaktadır.

2-MÜZECİLİK ÇALIŞMALARININ YÜKSEK ÖĞRETİM DÜZEYİNDE, AKADEMİK ANLAMDA KURUMLAŞMASINDA ÖNCÜ OLAN AKADEMİSYEN KADINLARIMIZ: MÜZECİLİK EĞİTİMİNİ KURUMLAŞTIRANLAR

Türk müzeciliğini akademik anlamda yüksek öğretim düzeyinde çeşitli üniversitelerde yüksek lisans düzeyinde kurulması 1989 yılına rastlar. Lisans düzeyinde kurulması ise 2009 yılıdır. Üniversitelerde müze eğitimi kurumlaşmasına ve ilk kez açılmasına öncü olan kadınlarımızın sayısı beşi geçmez. 1990 yılından itibaren ülkemizde müzecilik eğitiminin kurumlaşması alanında pekçok akademisyenin özverili çalışması ile gelişim göstermiştir. Türkiye de müzecilik eğitimi öncelikle üniversitelerde müzeci yetiştirmeye yönelik kişisel gayretlerle gelişmiştir. 2010 yılında sonra müzecilik alanında üniversitelerde oluşturulan ders programlarındaki artışa rağmen müzecilik eğitimi veren üniversitelerin sayıları çok azdır. Türkiye'nin her karış alanı tarihi eserlerle dolu, zengin tarihsel geçmişe sahip bir ülke olarak 10'un altında olan bu eğitim kurumlarının sayısı, müzecileri yetiştirme konusunda çok yetersiz kaldığımızı göstermektedir. Müzecilik eğitimi kurulmasına emeği geçen akademisyenlerimiz, öncü kadınlarımız aşağıda tanıtılmaya çalışılmıştır.

Prof. Dr. Tomur Atagök (1939-) California Berkeley Üniversitesi'nde yüksek lisansı tamamladıktan sonra 1978 yılında Türkiye'ye dönmüştür. 1984 yılında Mimar Sinan Üniversitesi'nde sanatta yeterlilik almıştır. Sanatçı yönü ile müzecilik çalışmalarını birlikte yürütmüştür. 1979 yılında Resim ve Heykel Müzeleri Derneği Kurucu Üyesi olarak 33 yıl çalışmıştır. 1980 yılında getirildiği MSGSÜ Resim ve Heykel Müzesi Müdür Yardımcısı görevini 4 yıl yapmıştır. Aynı zamanda sanatçı olarak ulusal ve uluslararası sergilere katılmış, ödüller almıştır. 2015 yılında, UNESCO AIAP/UPSD Türk sanatına katkısından dolayı Yılın Başarılı Sanatçısı ödülüne layık görülmüştür. 2004-2006 yılları arasında YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi'nin Dekanlığını yapmıştır. Türkiye'de 1989 yılında Yıldız Teknik Üniversitesi'nde Türkiye'de ilk kez Müzecilik Yüksek Lisans Programını kurmuştur. 2006 yılına kadar müzecilik eğitimi gelişmesi alanında çalışmalarını sürdürmüştür. İlk kez akademik anlamda müzecilik eğitiminin kurucusudur. 1993 yılında profesör olmuştur. Yeniden Müzeciliği Düşünmek (1999), Bildiklerim Gördüklerimdir, Gördüklerim Bildiklerimdir (2011) adlı kitapları bulunmaktadır. Ayrıca çocukların okul öncesi eğitimi için hazırladığı 3 kitabı bulunmaktadır. 1999 ile 2009 yılları arasında çeşitli kez İstanbul Sanat Müzesi Vakfı (ISMV) Kurucu başkanı ve genel sekreteri olarak çalışmıştır.

Prof. Dr. Fethiye Erbay (1961-): 1987 yılında Müzelerin Personel Yönetimi, Organizasyonu ve Eğitimi adlı tezi yüksek lisansını, 1992 yılında Müze İşletmeciliğinde Planlama Fonksiyonu ve Planlama Açısından Müzelerin Değerlendirilmesine Yönelik Uluslararası Bir Çalışma adlı tezi ile doktorasını tamamlamışlardır. Doktora sonrası, 1994 yılında Leicester Üniversitesi, Museum Management and Studies adlı yüksek lisans programa katılmış, Kevin Moore öğrencisi olmuştur. Marmara Üniversitesi Eğitimi Fakültesi'nde Türkiye'de ilk defa "Sanat'ın Yönetimi" adlı tezi ile 1996 yılında ikinci doktora çalışmasını tamamlamıştır. Türk Müzecileri Sanat Müzesi kurucusudur. 1987 ile 2009 yılları arası Boğaziçi Üniversitesi Güzel Sanatlar Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapmıştır. 2009 yılında Genel Sanat Tarihi alanında profesör olan Fethiye Erbay, 3 yıl sonra müze yönetimi, işletme alanında ikinci kez profesör olmuştur. İngiltere, Katar, Belçika, Almanya, Avusturya, İtalya, Romanya, Suriye, Rusya, Ukrayna, Fransa, Yunanistan, Bulgaristan, Romanya ve Japonya olmak üzere yurtdışında müzecilik çalışmalarında bulunmuştur.

Müze Yönetimini Kurumlaştırma Çabası 1984-2009 (2009), Sanat Yönetiminin Boyutları (2009) adlı kitapları yazmıştır. Mutlu Erbay ile birlikte Cumhuriyet Dönemi Sanatsal Değişimin Yayınlarına Yansıması (2004), Atatürk'ün Sanat Politikası (2006) Üniversite Müzeleri (2015) Değişen Üniversite Müzeleri (2016), Değişimler Çağında Üniversite Müzeleri (2018) Yeni Nesil Üniversite Müzeleri (2019) adlı yayınları bulunmaktadır. İlk

olarak Türk Petrol Vakfı Hat Sanatları Müzesi Kurma (1994) çalışmalarını üstlenmiştir. 16 müze kurma projesi, 12 müze sergi ve küratörlük projelerinde yer almıştır. Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Deprem Araştırma Enstitüsü Bilim Müzesi (1992-1997), İTÜ. Maden Fakültesi Mineroloji Müzesi (1996), BÜ. Kandilli Deprem Araştırma Enstitüsü Bilim Müzesi (1992-1997), İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Tarihi Müzesi (2003-2007), Trakya Üniversitesi Sultan II. Beyazıt Külliyesi İmarat Binası Yemek Kùltürleri Müzesi Projesi (2019) ile Dijital Müze ve Sergi Projesi (2018) olmak üzere pek çok Üniversite Müzesi'nin kuruluş projesini yürütmüştür. 2009 yılında Boğaziçi Üniversitesi'nden İstanbul Üniversitesine 12 müze kurmak üzere görevlendirilmiştir. 2010-2014 yılları arasında Özel Müze Statüsü'nde kurulmak üzere planlanan müzeler arasında; Tıp Tarihi Müzesi (2007), Jeoloji Müzesi (2011), Beyazıt Yangın Kulesi Anıt Müzesi (2013), Arkeoloji ve Kùltür Tarihi Müzesi (2013) olmak üzere 4 müzenin kuruluş çalışmalarını yürütmüş, Kùltür ve Turizm Bakanlığı'na onayları alınmıştır.

Türkiye de ilk olarak İstanbul Üniversitesi'nde müzecilik alanında yüksek Lisans ve Lisans programlarını kurmuştur. Müze yöneticilerinin yetişeceği ilk program Müze Yönetimi Tezli Yüksek Lisans Programı 9. Temmuz 2009 tarihinde açılmıştır. 2011 yılında Kùltürel Miras Alanlarının Yönetimi Tezli Uzaktan Eğitim Yüksek Lisans Programını kurmuştur. 2012 yılında Müze Yönetimi Tezsiz II. Öğretim Yüksek Lisans Programı, bir yıl sonra Müze Yönetimi Tezsiz Uzaktan Eğitim Yüksek Lisans Programı kurmuştur. Bugün 60 üzerinde öğrenci mezun etmiştir. 2014 yılından buyana Uluslararası üniversite Müzeleri Birliği Platformu (UNIMUZE) kurucu başkanı olarak üniversite müzelerinin geliştirilmesi alanında çalışmalarını sürdürmektedir. Uluslararası İpekyolu Müzeleri ve Müze Araştırmacıları Birliği Platformu (IMAB-2018),Uluslararası Belediye Müzeleri Platformu (2018), Uluslararası Müzeler ve Müze Yöneticileri Platformu(2018) kurucu başkanı olarak müzecilik eğitimini bilimsel boyuta taşıma çalışmalarını akademik anlamda yürütmektedir. Boğaziçi Üniversitesi Üstün Hizmet Ödülü (1990), UPSD Proje İş Sergilemeye Değer Eser Ödülü (1996), Bosphours Türk Müzeciliği'nin Kurumlaşmasına Katkı Ödülü (2017), Üniversite Müzeleri'nin Gelişimine Katkı Ödülü (2018), Melvin Jones Ödülü (2018), Museum 2018 Award (2018) ödülleri sahibidir.

Prof. Dr. Ayşe İlhan Çakır (1956-): 1989 yılında Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi alanına Araştırma Görevlisi akademik hayatına başlamıştır. Eğitim Bilimleri Fakültesi'nde Anabilim dalı Başkanı, Bölüm Başkanı, Dekan Yardımcısı, Dekan, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitü Müdürü, Geliştirme Vakfı Okulları Bilim Kurulu Başkanlığı, YÖK danışma Kurulu Üyeliği yapmıştır. 2007 yılından itibaren Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Müze Eğitimi Anabilim Başkanlığını 2014 yılına kadar yürütmüştür. 2014 yılında Prof. Dr. Ayşe İlhan Çakır tarafından Ankara Üniversitesi'nde Güzel Sanatlar Fakültesi'ne bağlı olarak Müzecilik Bölümü kurmuştur. Müze anabilim dalı başkanı olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı ile 81 ilde İl Eğitim tarih müzeleri danışmanı olarak görev yapmaktadır. Bu projelerden bazıları "Çocuk Dostu Ankara", "Çocuk Müze Eğitimi ve Dostluk Treni" , "Arkeoloji Müzelerinde Müzik Eğitimi", "Eğitim Fakültelerindeki Sınıf Öğretmenliği Programlarında Yer Alan Görsel Sanatlar Öğretimi Dersinin Postmodern Sanat Eğitimi Anlayışı Çerçevesinde Değerlendirilmesi" ve "Müze Profesyonelleri" projelerini yürütmüştür.

3- YÜKSEK ÖĞRETİM DÜZEYİNDE MÜZECİLİK ALANINDA YAPTIKLARI YAYINLARI İLE İLKLERDE YER ALAN ARAŞTIRMACI MÜZECİ KADINLARIMIZ:ARAŞTIRMACILAR

Prof Dr Hülya Tezcan (1945-): 1971 yılında Topkapı Sarayı Müzesi'nde göreve başlamış, 7 yıl sonra Padişah Elbiseleri Bölümü'nün başkanlığına getirilmiş ve 2006 yılında emekli olana kadar bu görevi sürdürmüştür. S ur-ı Sultani İçinin Bizans Devri Arkeolojisi konulu teziyle 1983 yılında doktor unvanı almıştır. Osmanlı tekstil, halı ve kostüm tarihi, terziler ve moda üzerine pekçok makale yazmış ayrıca uluslararası projelerde çalışmıştır.2009 yılında Abu Dhabi'de düzenlenen İslam: İnanç ve İbadet adlı serginin küratörlüğünü yapmıştır. Osmanlı Sarayı'nın Çocukları: Şehzadeler ve Hanım Sultanların Yaşamları, Giysileri (-2006), Şifalı Gömlekler (2006) ve Topkapı Sarayı Müzesi Koleksiyonundan Tılsımlı Gömlekler (2011), adlı yayınlanmış eserleri bulunmaktadır. 2006 yılında sonra Nişantaşı Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü'nde ders vermektedir.

Doç. Dr. Mutlu Erbay (1968-): 1989 yılından buyana Boğaziçi Üniversitesi Güzel Sanatlar Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. 1992 yılında Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Deprem Araştırma Enstitüsü Bilim Müzesi Kurma Projesi'nde (1992- 2018) görevlendirilmiştir. Feza Gürsey (2004) ve Trauggott Fuchs (2007) Arşivi'nin oluşturulması ve Sergilenmesi Projesi ile Eyüp Belediye'si Nezih Eldem Şehir Müzesi Kurma Projesi'nde (2008) yer almıştır. Beşiktaş Deniz Müzesi Gümüşsuyu Özel Halı Tasarım Sergisi (1998), ICOC Vakıflar Tarihi Halı Sergileme Projesi (2007)gibi birçok müze çalışmasında arşiv oluşturma ve sergi küratörü olarak görev almıştır. Uluslar arası üniversite Müzeleri Birliği Platformu (UNIMUZE) kurucu eş başkanı 2014 yılından bu yana üniversite müzelerinin gelişimi üzerine çalışmalarını sürdürmektedir. 2018 yılından buyana Uluslararası İpekyolu Sanatçıları Kùltür ve Sanat Birliği Platformu (ISAK) başkanıdır. Almanya

(1994-2000), Brüksel (2006), Michigan (2010), Suriye (2010), Yunanistan (2017) ve Odessa (2017) Bulgaristan (2018-2019) olmak üzere yurt dışında 20'nin üzerinde kişisel ve karma sergisi bulunmaktadır. 2009 yılından bu yana İÜ. Müze Yönetimi Yüksek Lisans Programı ile Kültürel Miras Alanlarının Yönetimi Uzaktan Eğitim Yüksek Lisans Programında müzelerde sergileme ve sunum teknikleri alanında dersler vermektedir. Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması (2011) adlı kitabı Türk müzeciliğinde ilklerdendir. Plastik Sanatlar Eğitimi'nin Gelişimi (1997), Cumhuriyet Dönemi Sanatsal Değişimin Yayınlarına Yansıması (2004), Atatürk'ün Sanat Politikası (2006), Resim Sanatı Disiplinleri (2007), Sanat Eğitimi Üzerine (2013) adlı kitapları bulunmaktadır.

Prof. Dr. Filiz Yenişehirlioğlu (1949-): Fransa'da Paris- Sorbonne Üniversitesi'nde Sanat Tarih alanında Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora ünvanlarını almıştır. Unesco Türkiye Komisyonu kültür komitesi ve kültür varlıkları koruma komitelerinde görev almıştır. Anadolu Sanat Tarihçiler Derneği'nin başkanlığını yürütmüştür. İtalyan'dan kadın Eğitimi Adelaide Ristori ödülü ve Fransız Kültür Bakanlığı'na Chevalier des Arts et des Lettres ödülü sahibidir. 2006 yılında Lozan Mübadilleri Vakfı projesi ile Avrupa Nostra diploma ödülünü almıştır. 2003 Ocak ayından beri Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dekanlığı, Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü Başkanlığı ve Kültür ve Sanat Araştırma Merkezi Başkanlığı'nı yürütmektedir. 2001-2010 yılları arasında, Kültür Bakanlığı'nın desteği ile Topkapı Sarayı Müzesi'nin yürüttüğü, "İstanbul Topkapı Sarayı Duvar Çinileri'nin Dijital Veritabanında Belgelenmesi Projesi'nde" görev almıştır. 2006 yılında Yenişehirlioğlu'nun gayretleri ile Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi içinde 4 yıllık Sanat Tarihi ve Müzecilik Bölümü açma çalışmaları 2007 yılında gerçekleşmiştir. 2007 yılından 2009 yılına kadar öğrenci kabul edilmiş, eğitim çalışmaları yürütülmüştür. 2013 yılında Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Sanat Tarihi ve Müzecilik Bölümü Yüksek Lisans Eğitim Programı açılmıştır.

Suay Aksoy: 2008-2010 yılları arasında İstanbul'a Avrupa Kültür Başkenti İstanbul 2010 AKB Ajansı'nın Kültürel Miras ve Müzeler Direktörü olarak çalışmıştır. Sur-i Sultani Stratejik Planı/Vizyon Raporu ve Türkiye Müzeleri İçin Rehabilitasyon Öneri Raporu gibi temel projeleri yönetmiştir. 1996 yılının bu yana Tarih Vakfı mütevelliisi ve çeşitli dönemlerde Yönetim Kurulu Üyesi gönüllü olarak Vakfın müzecilik projelerini ve faaliyetlerini yönetmiştir. 2011 Müzecilik Meslek Kuruluşu'nun da kurucu üyesi olmuş, 3 yıl kurucu Başkanı olarak çalışmıştır. 2007 yılından bu yana Uluslararası Müzeler Konseyinde (ICOM), çeşitli konumlarda görev almıştır. 2013-2016 döneminde ICOM Danışma Konseyi Başkanlığı ve Yönetim Kurulu Üyeliği yapmıştır. 2010-2013 döneminde CAMOC Kent Müzeleri Uluslararası Komitesi Başkanlığı ve Yönetim Kurulu Üyeliği görevinde bulunmuştur. 9 Temmuz 2016 tarihinde İtalya Milano'da yapılan ICOM'un 24'üncü genel konferansında 2016-2019 dönemi ICOM başkanı seçilmiştir.

4-TÜRKİYE'DE MÜZELERİN KURULMASI VE HALKA AÇILMASINDA ÖNCÜ OLAN KADINLARIMIZ: MÜZE SAHİPLERİ

Ülkemizde özel müzelerin kurulması ve gelişmesinde destek olan bir avuç gönüllü, kültürel mirasın korunmasına öncü olan kadınlarımız da bulunmaktadır. Aşağıda isimlerini belirtilen kadınların gayretleri ile özel müzelerimizin çeşitleri artmıştır.

Ayşe Ahu Hasoğlu (1973) Dünyanın en kapsamlı Urartu takı koleksiyoneridir. 1995 yılında Bilkent Üniversitesi İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü'nden mezun olmuştur. 2016 yılında Kadir Has Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Kültürel Varlıklarını Koruma ve Restorasyon Yüksek Lisans programından "Dünya Mirası Geçici Listesinde Galata Kulesi" başlıklı tezi ile mezun olmuştur. 2006 yılında Kadir Has Üniversitesi Kültür ve Sanat Danışma Kurulu Başkanlığı'nı yürütmüştür. 2007 yılında Kadir Has Üniversitesi bünyesinde Rezan Has Müzesi'ni kurmuştur. 2009 yılında bu yana ise Rezan Has Müzesi Danışma Kurulu Başkanlığı görevini sürdürmektedir. Çocuk eğitimi programının oluşturulmasına ve aynı isimli çocuk kitaplarının yayınlanmasına öncülük etmiştir. Rezan Has Müzesi'nde, bugüne kadar düzenlenmiş 60'ın üzerinde sergi çalışmasına, 10 uluslararası sempozyum ve panele, 20 sergi kataloğunun hazırlanmasına öncülük etmiştir. ICCROM Müzecilik Meslek Kuruluşu Derneği üyesi olan Ahu Hasoğlu, özel müzeciliğin gelişimi alanında pekçok çalışmaya katkı sağlamış ve sağlamaktadır. Rezan Has Müzesi Uluslararası Üniversite Müzeleri Platformu (UNIMUZED) tarafından Üniversite Müzesi / 2018 ödülüne layık görülmüştür

Oya Eczacıbaşı (1959-): 1981 yılında Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü'nü bitirmiştir. University of Leicester'da müze işletmeciliği yüksek lisansını yapmıştır. 1985 yılında İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı'nda Bienal Danışma Kurulu üyesi olmuştur. Uluslararası İstanbul Bienali sırasında İstanbul'un, modern bir müzeye olan ihtiyacı da görülmüş, bu alanda çalışmalarının temeli 1992 yılında Feshane'de düzenlenen 3. İstanbul Bienali ile atılmıştır. 2004 yılında Oya Eczacıbaşı'nın öncülüğünde kurulan İstanbul Modern Sanat Müzesi 8000

m²'lik binası ile Türkiye'de ilk Çağdaş Sanat Müzesi olarak ilk özel müze olmuştur. Oya Eczacıbaşı 2011 yılında Fransa Cumhuriyeti tarafından Chevalier dans l'Ordre National de la Legion d'Honneur madalyası ile ödüllendirilmiştir. 2009 yılında Modern Sanat Müzesi olarak yenilikçi müze çalışmalarından dolayı 32. Avrupa Müze Forumu (EMF) tarafından Özel Ödülüne layık görülmüştür. 2010 yılında da Cumhurbaşkanlığı Kültür ve Sanat Büyük Ödülü'nü almıştır. Oya Eczacıbaşı, müzecilik çalışmaları ile Modern Türk Sanatı'nın tanıtılmasına ve gelişmesine öncülük etmektedir.



Fotograf-2. Oya Eczacıbaşı, Fethiye Erbay, Turhan Esener, Bülent Eczacıbaşı, Mutlu Erbay, Yahşi Baraz(2003)

Sevgi Gönül (1938-2003): Vehbi Koç aile şirketlerinde yönetim kurulu üyeliği görevini 2003 yılında vefatına kadar sürdürmüştür. Afrodisias Antik Kenti'ne yeni müze kazandırmak için yoğun çaba harcayan Geyre Vakfı'nı kurmuştur. Kazılarda ortaya çıkartılan eserlerin sergilendiği Afrodisias Müzesini kurmuştur. Sevgi Gönül annesi adına kurduğu Sadberk Hanım Müzesi'ni de kurmuştur. Müze geleneksel kıyafet, işleme, tuğralı gümüş, porselen, arkeolojik eser gibi ağırlıklı objelerden oluşan yaklaşık 18.000 aşkın koleksiyona sahiptir. Sevgi Gönül, Sadberk Hanım Müzesi'ni uluslararası üne kavuşan bir kültür kurumu haline gelmesinde en büyük rolü oynamıştır. 1988 yılında Sadberk Hanım Müzesi'ne Europa Nostra ödülünü kazandırmıştır. 2003 yılında vefat etmiştir.

Suna-İnan Kırac (1941-): Türkiye'nin ilk özel müzesi olan Sadberk Hanım Müzesi'nin (1980) kuruluşunda önemli katkıları vardır. AKMED (Suna ve İnan Kırac Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü), Suna ve İnan Kırac Vakfı ve Pera Müzesi kurucusudur. T.C. Devlet Üstün Hizmet Madalyası, Vakıflar Genel Müdürlüğü Vakıf Dostları Onur Ödülü sahibidir. Boğaziçi Üniversitesi tarafından kendisine Fahri Doktora Unvanı verilmiştir. 2005 yılında Pera Müzesi'ni, 2007 yılında da İstanbul Araştırmaları Enstitüsü'nü kurmuştur.

Dr. Sema Demir (1974-): Hacettepe Üniversitesi Türk halk Bilimi anabilim dalından 1996 yılında mezun olmuştur. Gazi Üniversitesi Türk halk edebiyatı Bölümü'nde doktorasını tamamlamıştır. Aynı yıl bölümde öğretim görevlisi olmuştur. 2007 yılında Beypazarı'nda Türkiye'nin ilk uygulamalı halk kültürü müzesi olan Yaşayan Müze'yi kurmuştur. 2012 yılında Türkiye'nin ilk Türk Hamam Müzesi'ni yine Beypazarı'nda açmıştır. Anadolu Açık Hava Müzesi-Yaşayan Köy adlı müzenin kurucusudur. 2008 yılında ise TOYP (Türkiye'nin On Başarılı Genci) Kültürel Başarı Alanında Birincilik ödülünü almıştır. Sema Demir'e Sakıp Sabancı Vakfı tarafından 2016 yılı Fark Yaratıcı Ödülüne layık görülmüştür.

Sabiha Tansug: 1941 yılında ailesi ile birlikte Gümüllüce'den Ege kıyılarına göç etmiş, çocukluğu İzmir ve Manisa'da geçmiştir. Göztepe Kız Enstitüsü'nde eğitim almış, terzilik çalışmalarını, geleneksel Anadolu halk giysileri ile birleştirmiştir. Nuri İyem' den resim dersleri almış, hayatını bu giyim kültürüne adanmıştır. Gazeteci, yazar, etnografya ve yerel kıyafetleri araştırmıştır. 1964 yılında Pierre Loti restoran etnografya kimliğini öne çıkaran tasarımla, onun tarafından tekrar düzenlenip, açılmıştır. 1965 yılında Osmanlı'nın Mısır Valisi Ziya Paşa'nın torunu gazeteci Haluk Tansug ile evlenen Sabiha Hanım, Meydan Dergisi'ne turizm ve Anadolu giyim kültürüne dair yazılar yazmıştır.

1968 yılında İstanbul'da Anadolu giysileri ve başlıklarını "40 Anadolu Kadın Başlığı Sergisi'ni" İstanbul ve Ankara'da sergilemiştir. Sergiyi önce Japonya'ya sonra da Paris'e götürmüştür. 1971-1979 yılları arasında basılan 50 kuruş üzerine Ankara'yı temsil eden eğribaşlıkla çektiği resmi ile ünlenmiştir. 1965 ile 1995 yılları arasında Anadolu'nun çeşitli yerlerine yaptığı gezilerde 16. yy.dan 1950 yılına kadar olan döneme ait

giysilerden oluşan zengin bir koleksiyon toplamıştır. Her yöreye dair üç etek, elbise, başlık, yelek gibi geleneksel kıyafetlerden oluşan 2.700'den fazla parça biriktirmiştir. Topladığı zengin koleksiyonunu Dünya kültürümüze tanıtmaya çalışmıştır. Halk Bilimleri Ödülü'nde olmak üzere sayısız ödüller almıştır. 1970 yılında ülkemiz adına EXPO' fuarına katılan 74 ülke arasında yer alan Tansuğ; Anadolu gelini ve farklı dönemleri yansıtan 22 kadın başlığı ile içerik olarak 'En İlginç Konulu Sergi' seçilmiştir.' kendisine, EXPO onur ödülü verilmiştir. 2003 yılında 19. Dünya Giyim Fuarı kapsamında Çırağan Sarayı'nda bir sergi açmıştır. 1991 Halkoyunları Araştırma Sergileme Anadolu Derneği Türk Halkbilimi Araştırma Ödülü, 2007 Truva Folklor Araştırmaları Derneği Pertev Naili Boratav Halk Bilimleri Ödülü sahibidir. 2007 yılında koleksiyonun en değerli 430 parçası hırsızlarca çalınmıştır. Elinde bulunan 60 yerel kıyafet ve 200'ün üzerinde başlığın yer aldığı kültürel hazineyi Mecidiyeköy Ortaklar Caddesi'nde "Sabiha Tansuğ Müzesi"nde sergilemekte ve korumaktadır.

Sonuç

Adı geçen kadınlarımızın müzeci kimlikleri temel alınarak oluşturulmuş bu çalışmada, her birinin Türk müzecilik tarihine yön verdikleri görülmektedir. Müzeler, tarihin insanlara emanet ettiği eserleri korunmasında insanlığa yardımcı olan kuruluşlardır. Bu bakır alana öncülük etmek ve ardından gelen neslin bayrağı devralıp devam ettirmesi her yönüyle kutsaldır. Kültürel mirasımızın sürdürülebilir olmasında gerçekleştirdikleri müzecilik çalışmaları ile öncü olmuşlardır. Çağdaş müzeciliğimizin gelişiminde temel olan öncelikle İstanbul ve Ankara müzelerinde çalışan, ismi arşivlerde kalmış ya da yaptıkları çalışmalar çok dile gelmemiş kadın müzecilerin çalışmaları bir araya getirilmeye çalışılmıştır. Kadın kimlikleri ile çoğu kez arka planda kalmış bu önemli kişilere çalışmalarından dolayı ne kadar teşekkür etsek azdır. Müzelerde çalışanlardan, müzeciliğin gelişimine ömrünü adan vefat edenler ile bugün aramızda olan Türk kadın müzecilerimize, Türk müzeciliğine katkılarından dolayı şükranlarımızı sunarız. Türkiye'de müzeciliğin gelişmesine öncü olan değerli müzecilerimizin çalışmalarına" Türk Müzeleri Sanal Müzesi'nde" diğer müzecilere de yer verilmektedir. Çalışmada yer alan her isme tek tek Türk müzeciliğinin gelişmesine verdikleri katkılarından dolayı şükranlarımı sunarım.

Kaynakça

1. Akşit. Elif Ekin, (2010); Hanımlara Mahsus Milliyetçilik: Fatma Aliye ve Erken Milliyetçi Stratejiler, Kebikeç,30, 57-74.
2. Altun, Ara,(2007); Editör Türkiye de Müzecilik, 100 Müze 1000 Eser, Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yayınları, İstanbul,
3. Atasoy, Sümer,(1985);Türkiye'de Müzecilik, Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi, c. VI,
4. Atasoy, Sümer,(1985); Türkiye'de Müzecilik' in Cumhuriyet Donemi Türkiye Ansiklopedisi, vol:6, p.1458-1474,
5. Anlağan, Çetin(2011); Suyun İki Yakasında; Boyut Yayın Grubu; ISBN; 9752308329; İstanbul,
6. Batur, Sebahattin,(1985); Dünyada Müzeciliğin Gelişmesi, *Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi*, c. VI,
7. Bera.Ahmet; (2015); Anadolu Kültürünü Giysilerde Yaşatan Koleksiyoner: Sabiha Tansuğ,İSMEK El Sanatları Dergisi 19 <http://ismek.ist/blog/icerik.aspx?p=34>
8. Cezar, Mustafa,(2009); Sanatta Batıya Açılış ve Osman Hamdi, İlke Basın Yayın, ISBN: 9789759521930,s. 227-232,
9. Çal, Halit,(1997); Osmanlı Devleti'nde Asar-ı Atika Nizamnameleri, Vakıflar Dergisi, s. XXVI,
10. Eralp, Tahir Nejat,(1985); Askeri Müze, Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi, c. VI,
11. Erbay, Fethiye; Erbay, Mutlu; Atatürk' ün Sanat Politikası, BÜ. Yayınları, İstanbul
12. Erbay, Fethiye, (2009); Müze Yönetimini Kurumlaştırma Çabası (1984-2009), Mimarlık Vakfı Enstitüsü, İstanbul,
13. Erbay, Fethiye,(2008); Müze Yönetimine Eleştirel Yaklaşım, Eleştiri Dergisi, SAYED Sanat Yazarları ve Eleştirmenleri Derneği Yayınları, ss:8-12,İstanbul
14. Erbay.Fethiye,(2014); İlk Kadın Müzecimiz Seniha Sami (Seniha Rauf) Ve Seniha Sami Morali (1886 - 1982), Sanat ve Edebiyatta Kadın, Marmara Üniversitesi, 5 Mayıs, İstanbul
15. Gizem. Selin, (2010); Türk Kadınlar Birliği (1924-1935), Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Tarih Anabilim Dalı Ankara,
16. Günersu. Melek, Nevbahar, Chiviyazıları Yayınevi. İstanbul
17. Kocamemi. Fazıl Bülent,(2012);Bir Türk Ailesinin 450 Yıllık Öyküsü, Ötüken Yayınları, İstanbul,
18. Morali. Seniha Sami, (2004); Süphi Paşa Konağı; Hayat Tarihi Mecmuası, C:II, Sayı.11 Aralık 1968, s: 69-74
19. M. Wendy, M.K. Shaw,(2006); Osmanlı Müzeciliği, Müzeler, Arkeoloji ve Tarihin Görselleştirilmesi, İletişim Yayınları, İstanbul,
20. Öztürk. Ümrân,(2019); 50 Kuruşun Hikayesi ve Sabiha

21. Tansuğ, <http://www.vansesigazetesi.com/mobil.php?islem=yazarlar&altislem=detay&id=5502>,
22. Terzioğlu. Arslan,(2007);Bizde Müzecilik ile Nüvizmatik Biliminin Kurucusu Abdullatif Suphi Paşa ve Onun Tesis Ettiği Abdullatif Suphi Paşa Konağı, Türk Dünyası, Tarih Kültür Dergisi, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, Sayı: 248, İstanbul, Ağustos, ss.11-15
23. Toros. Taha, (2000); O Güzel İnsanlar, Aksoy Yayıncılık, İstanbul, s.86
24. Toros. Taha, Seniha Sami XIX. Yüzyılda Unlu Devlet Adamları Yetiştiren Bir Aile: Morali Ailesi; İstanbul Belleği, Taha Toros Arşivi,
25. Ülger. Mustafa, (2008); The Importance of the Residences in Literary Life in Ottoman Empire During the 19 th Century, 19. Yüzyıl Osmanlı Fikir Hayatında Konakların Yeri, İlahiyat Fakültesi Dergisi yay, sayı; 13, İstanbul, , ss.197-206
26. Zihnioğlu. Yaprak,(2003); Kadınsız İnkılap, İstanbul: Metis Yayınları, İstanbul
27. İlk Kadın Müzeci Seniha Sami Morali; Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı Yayını, No: 21
28. Hayat Tarihi Mecmuası, (1968); Sayı 11, Aralık, sayfa 69-74
29. Hayat Tarihi Mecmuası, (1976); Sayı 12, Aralık, sayfa 32-33
30. Cumhuriyet Gazetesi, (1960); 21 Mart 1960, s. 3
31. Cumhuriyet Gazetesi, 4 Aralık 1947, s. 1

İnternet kaynak:

32. Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı Kitap Koleksiyonu(Erşim12 Şubat 2014)
33. www.istanbulyeditepe.net (Erşim12 Şubat 2014)
34. <http://www.mimdap.org/?p=11616>(Erşim12 Şubat 2014)
35. <http://www.istanbulkadinmuzesi.com/seniha-sami-morali/?tur=Alfabetik> İstanbul Kadın Müzesi sitesi (Erşim12 Şubat 2014)
36. <http://www.kimkimdir.gen.tr/kimkimdir.php?id=3565>(Erşim12 Şubat 2014)
37. http://tr.wikipedia.org/wiki/Osmanl%C4%B1_Maarif_Naz%C4%B1r%C4%B1%C4%9F%C4%B1(Erşim 12 Şubat 2014)
38. http://fikiryolu.net/index.php?option=com_content&view=article&id=1298:senha-sammorali&catid=58:nsanlarmz&Itemid=80(Erşim12 Şubat 2014)
39. http://tr.wikipedia.org/wiki/Suphi_Pa%C5%9Fa_Kona%C4%9F%C4%B1(Erşim12 Şubat 2014)
40. http://fikiryolu.net/index.php?option=com_content&view=article&id=1298:senha-sammorali&catid=58:nsanlarmz&Itemid=80(Erşim12 Şubat 2014)
41. <https://www.tarihin.com/osmanli-devletinin-yaptigi-savaslar/mora-yarim-adasinin-fethi.html>
42. http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/382994/Filiz_Yenisehirlioglu_onuruna_sempozyum.html 2012

FEMINIST PEDAGOGY IN ENGLISH LANGUAGE TEACHING

Eser Ördem¹

Abstract

Studies on feminist pedagogy have been on the rise subsequent to 1960s, when feminist waves started to emerge. The main concern of feminist pedagogy is to emancipate individuals from oppression and suppression that they find in their Daily and social practices. This study was descriptive and qualitative in nature. The study involved 30 participants. A semi-structured interview was conducted. The results show that the participants tended to ignore socio-political issues because of the political situation in Turkey. Topics such as feminism, gender, social issues, child labor and minority rights were not mentioned in either textbooks or classroom discussions. Future studies need to take socio-political issues and the tents of feminist pedagogy into consideration. Therefore, new policies need to be developed in order to liberate practitioners and learners from take-for-granted policies.

Keywords: Feminist pedagogy, critical pedagogy, socio-political issues, textbooks

Introduction

Feminist pedagogy is based on assumptions of the power of consciousness raising, the existence of oppression and the possibility of ending it, and the desire for social transformation (Giroux, 2011). Feminist conceptions of education are similar to Freire's pedagogy. The participatory approach in English Language Teaching developed a critical perspective based on Paul Freire's ideas. (Freire, 2000).

Social transformation, criticism of oppression, consciousness, and historical change are the main tenets of feminist pedagogy (Inglehart & Welzel, 2005). The claims of feminist teachers is the goal of providing students with the skills to continue political work as feminists after they have left the university (Shin, & Crookes, 2005). In both feminist pedagogy and participatory approach socio-political issues are prioritized. (Storey, 2015). Participatory approach entails raising socio-political issues on the agenda. (Freire, 2000).

Research questions

1. What do the undergraduates participants think of the topics discussed in the classroom settings?
2. What do the lecturer participants think of the topics covered in global textbooks while teaching the students?
3. What topics would the lecturers teach in an ideal setting?

Methodology

The study is descriptive and qualitative in nature. A semi-structured interview form was also provided to elicit the views of the participants regarding the use of feminist pedagogy and participatory approach. 10 textbooks that covered different topics were also analyzed to compare the topics not covered in the classroom settings.

Participants

20 undergraduates majoring in Translation Studies participated in the study. In addition, 10 lecturers teaching reading, writing and translation in the same department were involved. The average age of the undergraduate participants was 21. The average age of the lecturers was 30.

Table 1. Descriptive statistics of the participants

Teachers	n	Average Age
Undergraduates	20	21
University lecturers	10	30

Procedure

The participants were given information about the content of the study. The participants were warmed up by giving some ideas regarding feminist pedagogy and participatory approach. The semi-structured interview was performed in 6 sessions. In each session, five participants were involved in the focus-group interview. In addition, five publishers were chosen for the study as shown in Table 2.

¹ Assistant Professor, Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, Department of Translation and Interpreting

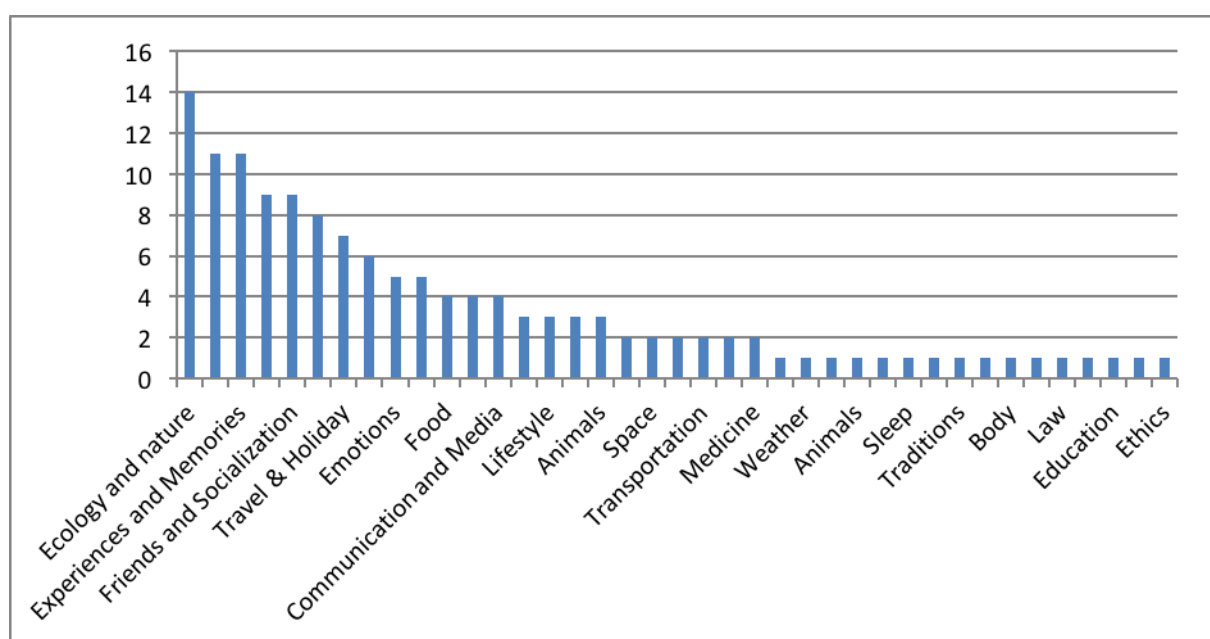
Table 2. Textbooks and levels

Publishers	Levels
Longman	B2 -B1
Cambridge	B1 -B2
National Geographic	B1 -B2
Pearson	A1- B1
Oxford	B1 - B2

Results

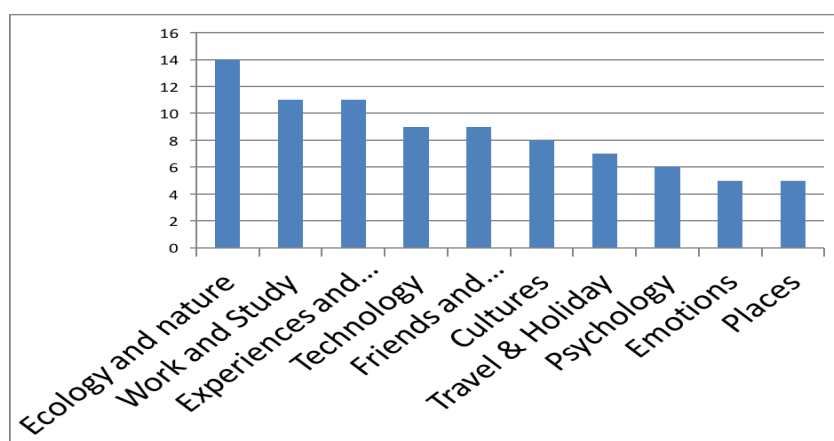
39 topics were obtained from 10 textbooks. Ecology/nature, work/study, experiences/memories, technology, friends/socialization, cultures and travel/holiday were among the most covered topics in the textbooks.

Table 3. Descriptive statistics of topics



Food, health, communication, media, sports, lifestyle, history and animals were among the less frequently covered topics. The frequency of these topics ranged between 4 and 2 as shown in Table 4.

Table 4. Frequency of topics covered in textbooks



Topics such as LGBT, Political issues/problems – Marxism – Anarchism, war and terror, gender, minorities, colonization, exploitation, child abuse, trafficking, violence against women/children, drug abuse, addiction, immigration and problems, religion and sects, sex and sexuality were not mentioned in the textbooks and classroom discussions. However, feminist pedagogy entails topics that may emancipate individuals from oppressive political issues because it is politics that imposes

restrictions on learners, teachers and administrators. Feminist pedagogy is a liberal approach that supports the discussion of socio-political issues.

However, none of the teachers desired to talk about political issues in the classroom setting since the topics were risky. None of the teachers felt it necessary to talk about LGBT in classroom settings since the curriculum did not allow them to discuss it. The teachers preferred not to negotiate daily problems that involved risky topics such as evolution, Islam and gender.

Table 5. Frequency of participants' views regarding socio-political issues

Item	f		%	
	Yes	No	Yes	No
Feminism/women studies in Turkey	9	1	90.00	10.00
Syrian immigrants in Turkey	8	2	80.00	20.00
Children in streets	8	2	80.00	20.00
Child labor in Turkey	8	2	80.00	20.00
Violence against women	6	4	60.00	40.00
Child marriages	4	6	40.00	60.00
Murder of Jamal Khashoggi	3	7	30.00	70.00
Child abuse	3	7	30.00	70.00
Religious topics (Islam, Christianity)	3	7	30.00	70.00
Islam and evolution	3	7	30.00	70.00
Economic crisis in Turkey	2	8	20.00	80.00
International politics of Turkey	2	8	20.00	80.00
LGBT issues	2	8	20.00	80.00
Sexual harassment in Turkey	2	8	20.00	80.00
Terror in Turkey	2	8	20.00	80.00
Sex and sexuality	2	8	20.00	80.00
Islam and LGBT	1	9	10.00	90.00
Political issues in Turkey	1	9	10.00	90.00
Minorities in Turkey	1	9	10.00	90.00
Nationalization/Patriotism	1	9	10.00	90.00

The learners reported that the lecturers followed only global textbooks and the topics covered in these resources. The lecturers reported that they had to follow the curriculum given to them by the curriculum office. None of the participants discussed the topics on the agenda at national and international levels. Socio-political issues on the agenda were not addressed in the classroom settings. The learners also reported that the lecturers created a liberal setting for them, although socio-political issues were not discussed in the classrooms. Some learners' and lecturers' ideas are as following.

- Our teachers have intellectual and critical perspectives in the classroom (P2).

- The teachers never exclude or ignore us. Rather, they motivate us in the classrooms. (P6)
- Our teachers never make a discrimination in the class. (P3- P11)
- The only problem in the class is the way the teachers teach us. It is boring because they depend on only the textbooks. (P5)
- Our teachers value our views. When I have a problem, I can talk to my teachers. (P7)
- Although our teachers respect us, they avoid discussing risky topics (P9).
- Our teachers are great but because of the political context in Turkey we do not discuss political issues. I think discussing these topics is just a dream. (P10)
- I, personally, try to create a comfortable setting for the students but we never discuss socio-political issues. You know. This is because of the curriculum (P4).
- It is risky to negotiate political issues because learners can be misled because there may be confusion. (P5).
- Our learners are not ready to discuss these issues. We need more mature democracy but we do not have this background. (P7).
- We need to be realistic. These issues are thorny. Everybody knows why we cannot raise these topics. I fear even now while talking to you. (P10).

Discussion and Conclusion

Thornbury (2013) criticizes topics chosen in textbooks which hardly allow authentic topics to be discussed in classroom settings. Philipson (1992) also develops a critical perspective to warn practitioners of neoliberal practices reinforced through English that should not be imposed as a lingua franca. Giroux (1988, 2011) stresses the fact that teachers need to develop a critical perspective towards elements of dominant cultures because there are always excluded cultures and minorities that are hardly discussed in education. Auerbach (1995) also emphasizes that power relations and socio-political issues are hardly negotiated in language education and that political issues need to be addressed. Berlin (2005) also considers participatory approach an effective teaching method and reveals that learners should be familiarized with individuals and groups having different racial, political ethnic, cultural, social, linguistic and economic backgrounds.

The findings show that socio-political issues are hardly discussed in language teaching classrooms, although English provides the opportunity to discuss more wide-ranging topics. Dependence on curriculum and global textbooks that include soft and anodyne topics seems to be one of the most important problems. Lecturers tend not to take risks to negotiate the tenets of feminist pedagogy that aims to liberate and transform individuals. Feminist pedagogy is hardly appreciated and applied in language teaching Turkey. Participatory and feminist pedagogical practices can be exercised, although some conflicts might be experienced in classroom environment (Auerbach, 2001). Lecturers need to take risks and provide opportunities for learners to debate socio-political issues. Critical discourses should be developed to lessen the effect of the hegemony and thin ideology of textbooks and curricula. Instructors should also make great efforts to take initiatives and free themselves from oppression of global textbooks and the imposed curricula. Curricula in English language teaching need to be revised and to include topics covered in feminist pedagogy, critical pedagogy and participatory approach. In addition, EFL instructors need to be taught critical pedagogy, critical discourse analysis and participatory approach so that they can also develop critical perspectives towards curriculum and in-classroom tasks.

References

- Auerbach, E. (1995). The politics of the ESL classroom: Issues of power in pedagogical choices. In J. Tollefson (Ed.), *Power and inequality in language education* (pp. 9-33). New York: Cambridge University Press.
- Auerbach, E. (2001). "Yes, but...": Problematizing participatory ESL Pedagogy. In P. Campbell & B. Bunaby (Eds.), *Participatory practices in adult education* (pp. 267-306). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Berlin, L. (2005). *Contextualizing college ESL classroom praxis: A participatory approach to effective instruction*. New York: Routledge.
- Carr, W. & Kemmis, S. (1986). *Becoming Critical: Education, knowledge and action research*. London: The Falmer Press
- Freire, P. (2000). *Pedagogy of the oppressed* (Trans. M. Bergman Ramos). New York: Continuum
- Fredricks, L. (2007). A rationale for critical pedagogy in EFL: The case of Tajikistan. *The Reading Matrix*, 7(2), 22-28.
- Giroux, H.A. (1981) *Ideology, Culture and the Process of Schooling*. Philadelphia: Temple University Press.
- Giroux, H. A. (1988). *Teachers as intellectuals: Toward a critical pedagogy of learning*. Greenwood Publishing Group.
- Giroux, H.A. (1994) *Doing cultural studies: Youth and the challenge of pedagogy*. *Harvard Educational Review* 64 (3), 278–308.
- Giroux, H. A. (2011). *On critical pedagogy*. Bloomsbury Publishing USA.

- Gray, J. (2000). The ELT coursebook as cultural artefact: how teachers censor and adapt, *ELT Journal*, 54 (3), 274–283.
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, cultural change, and democracy: The human development sequence*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Lee, M. W. (2014). A participatory EFL curriculum for the marginalized: The case of North Korean refugee students in South Korea. *System*, 47, 1-11.
- McDonough, J., & McDonough, S. (2014). *Research methods for English language teachers*. Routledge.
- Montessori, M. (2013). *The montessori method*. Transaction publishers.
- Phillipson, R. (1992). *Linguistic imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- Phillipson, R. (1999). Voice in global English: unheard chords in Crystal loud and clear. Review article on 'English as a global language' by D. Crystal. *Applied Linguistics*, 20:2, 288-299.

FI DİZİSİDE YER ALAN ÜRÜN YERLEŞTİRMeye YÖNELİK TÜKETİCİ ALGILARININ BELİRLENMESİ

Berna YILMAZ
Sakarya Üniversitesi
berna.yilmaz10@ogr.sakarya.edu.tr

Kadriye Uzun
Sakarya Üniversitesi
kadriyeuzun@sakarya.edu.tr

Abstract

Product placement appeared as an alternative approach to increase the effects of advertising messages on masses. With the transition of traditional advertising concept to Internet environment, Internet serials impact has increased on audiences. One of the product placement techniques is integrating the brand with the characters and the plot. In this technique the brand becomes one part of the character and it complete the character and the plot. In Turkey, Internet serials have become popular as it happens in the world. Therefore, product placement in Internet serials also have become common for Turkish audience. The Internet serial Fi is the first official Internet serial in Turkey, and it managed to be watched by 6.6 million viewers and gained 13,5 rating score. The aim of this study is to analyze the product placement items in terms of their relations with the product and the characters. The study also aims to understand the perception of the viewers about the products and the brands which are placed. For the purposes of the study, the researchers conducted content analysis by watching every episode of the serial. Afterwards, a questionnaire was conducted to the viewers to reveal their perceptions about the brands placed in the serial Fi.

Keywords: *Product Placement, Internet serials, Fi.*

Giriş

Küresel düzeyde ortaya çıkan endüstri gelişimi ve teknolojik yenilikler her alanda olduğu gibi reklamcılık alanında da etkisini göstermektedir. Tüm bu yeniliklerle beraber sektörde tutunmaya ve farkındalık oluşturmaya çalışan kurum ve kuruluşlar satışları hızlandırmak, imajlarını güçlendirmek ve rakiplerinden farklılaşmak için geleneksel medya dışındaki farklı alanlara yönelmişlerdir.

Bu alanlardan günümüzde en etkili olanı internet ağıdır. We Are Social ve Hootsui tarafından her yıl hazırlanan sosyal medya istatistikleri “Digital in 2018 in Western Asia”nın verilerine göre Türkiye’de aktif 54 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Nüfusun %67’sine tekabül eden bu rakamda kullanıcıların 51 milyonu telefondan internete bağlanmaktadır.

Geleneksel reklam anlayışının internet ortamına doğru geçişi ile birlikte TV dizilerinin yanı sıra internet dizileri de popülerlik kazanmaya başlamıştır. Artan rekabet ortamı ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak reklamcılar, ürün ve hizmetlerini tüketiciye sunmak amacıyla internet dizilerinde ürün yerleştirme uygulamasını kullanmaya başlamışlardır. Ürün yerleştirme uygulamalarının, geleneksel reklam stratejilerine oranla tercih edilmesinin diğer bir sebebi de ilgili ürüne ya da hizmete sağladığı faydalardır. Bu faydalar arasında geniş kitlelere yayılan etkileme oranları, marka farkındalığı, markaya yönelik ikna ediciliğinin artması, yapım maliyetlerinden tasarruf, hedef kitleye hedeflenen mesajların kısa sürede ve doğrudan ulaşılması bulunmaktadır.

Bu çalışma kapsamında son dönemlerde internet dizi kategorisinde fenomen olan ve Türkiye’nin ilk ücretsiz internet dizisi Fi’de yer verilen ürün yerleştirme konusu, dizideki karakter bağlamında sorgulanmıştır. 31 Mart 2017-16 Haziran 2017 tarihleri arasında 1.nci sezon, 9 Kasım 2017- 9 Mart 2018 tarihleri arasında 2.nci sezonu yayınlanan 22 bölümlük dizide ürün yerleştirme türlerine, hangi markanın bölümlerde kaç defa geçtiğine yer verilmiştir.

Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Bu araştırmanın genel amacı, ürün yerleştirmenin geleneksel medyada uygulanmasının dışında, dijital platformda yayınlanan Fi dizisi özelinde incelenmesidir. Hâlihazırdaki çalışmanın diğer amacı, Türkiye’de ilk defa internet dizisi içindeki ürün yerleştirmeleri araştırarak, literatüre katkı sağlamaktır. Çalışmada internet dizisinin ele alınmasının nedeni ise geleneksel medyadan sosyal medyaya geçiş ile birlikte sektörün yeni pazarlama iletişim stratejisine yönelmiş olması ve konunun ilk defa ele alınmasıdır. Bunun sonucunda yoğun rekabetin olduğu bir pazarda, hızlı değişim süreçleri içerisinde (kitle iletişim araçlarının çeşitliliği, teknoloji gelişimi, rekabet ortamının artması) reklamcılar yeni tüketici yapısı karşısında yeni iletişim teknikleri aramaya başlamışlardır.

Tüm bu amaçlar kapsamında;

* Dizide hangi ürün ve markalara yer verildiği ve ürün yerleştirme çeşitlerinden hangilerinin kullanıldığı ortaya koyulmuş, bölümler ürün - karakter analizi bağlamında incelenmiş ve marka farkındalığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın evrenini; Türkiye’de dijital platformda yayınlanan Fi dizisi oluşturmaktadır. Fi dizisinde yer alan ürün yerleştirmeye yönelik tüketici algılarının belirlenmesi için gerçekleştirilen çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizinde 2 sezon 22 bölümden oluşan ve dijital platformda yayınlanan dizinin bölümleri tek tek izlenmiş ve ayrıntılı olarak tanımlanmıştır. Dizide kullanılan ürün yerleştirme çeşitleri; görsel ürün yerleştirme, işitsel ürün yerleştirme ve görsel-işitsel ürün yerleştirmedir. Bu üç çeşit ürün yerleştirme tekniği Gupta ve Lord’a (1998) aittir, onların çalışmaları esas alınarak hazırlanmıştır. Dizinin içerik analizinde sadece internetten yararlanılmıştır. İnternet kanalı www.puhutv.com’dan Fi dizisinin her bölümü 4 kez izlenmiştir.

Ürün yerleştirme (product placement), konulu filmlerde markalı bir ürünün ‘telefon gibi’ ya da ürüne ilişkin reklamın mağaza tabelası gibi yer alması, televizyon programlarında sunucunun markalı bir ürün –içecek şişesi gibi- taşıması gibi yollarla, reklam olduğu belirtilmeden yapılan reklam olarak tanımlanmaktadır (Gülsoy, 1999: 411). Günümüzde teknolojinin ilerlemesi ve internetin hayatımıza girmesiyle beraber çeşitlilik kazanan ürün yerleştirme mecraları ve uygulamalarının tanımını genişletmek mümkündür.

Filmlerde, dizilerde dekor, eşya, araç, yiyecek kullanımında markaların kullanımı başlamıştır. Bu doğrultuda ürün yerleştirme kavramının ilk olarak ortaya çıkış süreci ile birlikte markalı ürünler film yapımcılarına hediye edilmiş, ödünç verilmiş ya da film yapımcıları filmin sanatsal yönünü güçlendirmek için satın almıştır (Alem ve Gürel, 2015: 6). Bu da ilk dönem ürün yerleştirme uygulamasının plansız bir şekilde hayata geçirildiğini ortaya koymaktadır.

Yeni ürünlerin pazara sunulduğu yoğun rekabet ortamında işletmeler tutundurma teknikleriyle tüketicilerine, ürünlerini ya da markalarını tanıtmak, ürünleri ya da markaları için farkındalık oluşturmak, etkili iletişim kurmak amacıyla çeşitli iletişim kanallarıyla mesajlar göndermektedir (Odabaşı ve Oyman, 2002: 61-62). Pazarlama iletişimi bağlamında tüm bu iletişim çabaları 90’lı yıllarda ‘Bütünleşik Pazarlama İletişimi’ kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Küresel pazar ortamında başarılı olmak isteyen ve yoğun bir şekilde markalaşma sürecine giren işletmeler, bütünleşik pazarlama iletişimiyle sadık ve yeni müşteriler kazanmaya, müşteri ve paydaşlarıyla daha yakın ilişki kurarak daha etkin iletişim sağlamaya yönelmişlerdir (Çalık, Altunışık ve Sütütemiz, 2013: 138). Sonuç olarak bütünleşik pazarlama iletişimiyle “ürün odaklı” rekabet stratejilerinin yerini “marka odaklı stratejiler” almış, bu gelişmeler her geçen gün artarak markaları ve markalaşma kavramını firma stratejilerin merkezine taşımıştır (Urde, 1994: 18-32).

Günümüzdeki reklam pazarında çok sayıda ürün, marka ve pazarlama gürültüsü bulunmaktadır. Reklamcılar, zihin kapasitesi dolan tüketiciyi hedefledikleri yere yönlendirmek için yeni mesaj ve yaklaşımlarla ürün ya da hizmetler için yeni iletişim stratejileri bulmaya yönelmişlerdir.

Kurum ve kuruluşlar, teknolojideki hızlı değişimlerden, küresel ekonomik düzende artan rekabetten, tüketici davranışlarındaki hızlı ve beklenmedik değişimlerden ve yaratıcı çalışmalar yürüten ekipler arasındaki rekabetten dolayı (Akt.: Kızıldağ, Trout ve Ries, 2013: 52) yeniden marka konumlandırma ve yeni iletişim tekniklerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu tekniklerden biri de ürün yerleştirme uygulamasıdır.

Ürün yerleştirme, ürün, marka, hizmet ya da kuruma yönelik olumlu imajlar yaratma, tanınırlığını arttırma, hedef kitleleri bu ürün ya da hizmetleri satın almaya yöneltme gibi amaçlarla gerçekleştirilen bütünleşik pazarlama iletişim stratejisidir.

Russell’a (1998) göre ürün yerleştirme uygulamaları üç farklı türde gerçekleştirilmektedir. Bu noktada ekrana yerleştirme (screen placement): senaryoya yerleştirme (script placement) ve olay örgüsüne yerleştirme (plot placement) olmak üzere üç ürün yerleştirme biçiminden söz edilmektedir (Russell, 1998: 357).

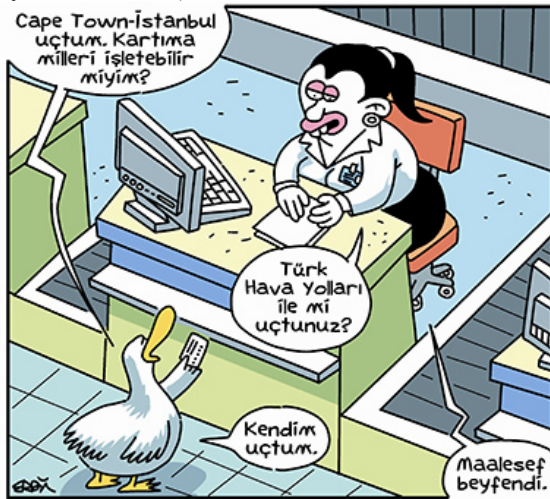
Senaryoya yerleştirme (script placement): ürün ya da markanın işitsel olarak yerleştirilmesidir. Marka adının karşılıklı konuşmalarda anılmasıdır. Bu bağlamda ürün yerleştirme uygulaması sözlü olarak gerçekleştirilmekte, ürün ve ya marka bir diyalog aracılığıyla sunulmaktadır (Gürel ve Alem, 2015: 62). Açık sözlü yerleştirmeler (görsel betimleme olmaksızın) görsel yerleştirmelere nazaran (işitsel tasvir olmaksızın) daha iyi hatırlanma oranları sağlamaktadır. Ekrana yerleştirme (screen placement): yaratıcı (creative) ve sette (on-set) olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Ürün ya da markanın ekranda görünmesidir. Ekrandaki yerleştirmeler ürün için kamera kullanım biçimine (pan ve tilt çekimi, belirginlik ve matlık vb.) ve benzeri durumlara göre farklı dereceleri vardır. Olay örgüsüne yerleştirme (plot placement): Reklamı yapılacak olan ürünün, kurguyla bağlantı kurularak karakterlerce kullanılmasıdır. Burada amaç, seyircinin kendisiyle özdeşleştirdiği film ya da dizi karakterlerinin söz konusu ürünü kullandığı göstermektir.

Ürün yerleştirmenin geniş medya yelpazesinin içerisinde hangi iletişim aracı ile uygulanacağına ilişkin kararlar, reklam veren kişi ya da kurumun hedeflerine bağlıdır. Hollywood 1920 ve 30'lardaki stüdyo döneminde, birden fazla marka, sinemayı bir iletişim aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Puttnam ve Watson'a göre Hollywood'un geçmişi aslında bir sanatsal çarpışma ve reklâm öyküsüdür (Gallician, 2004: 16). Bu bakımdan reklam ile film sektörünün yakınlaştığı, 1930'lu yıllarda da sinema endüstrisinin promosyona yönelik yaklaşımlar uyguladığı ifade edilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde tematik kanalların da ortaya çıkışıyla birlikte etkinlik alanını arttıran uygulama, 1980'li yıllardan itibaren gerçek bir endüstri haline gelmiştir (Miller, 1990: 3). Televizyonun günlük yaşamda çok yaygın bir araç haline gelmesi ve hemen hemen her yaş grubundan izleyicilere yönelik çeşitli programların yayınlanması nedeniyle işletmeler, televizyonda ürün yerleştirmeyi etkin bir şekilde kullanmaya başlamışlardır (Altıntaş, 2009: 48).

Pazarlamacılar markaları ve ürünleri tüketiciyle buluşturmak için sınır tanımamaktadırlar. Bu bağlamda kitap gibi yazılı eserlerde de ürün yerleştirme uygulamasına rastlanılmaktadır ve kitaplar belirli markalar için yazılabilmekte, markalar öykülerde önemli roller kapabilmektedirler. Örneğin; "The Bulgari Connection" adlı kitap, ürün yerleştirme örneği olarak kabul edilmektedir. Bu kitap doğrudan İtalyan mücevher markası olan Bulgari'nin isteği üzerine yazılarak, ürün yerleştirme koşulları bir kontratla sabitleştirilmiştir (Darıca, 2006: 64). Şarkılarda da ürün yerleştirme uygulamalarının örnekleri karşımıza çıkmaktadır. Ürün yerleştirme uygulamasının şarkıdaki ilk örneği Bing Crosby'nin bir radyo programının açılışında Chesterfield'i (koltuk markası) öven bir şarkı söylemesidir (Zeren ve Paylar, 2014: 17). İşitsel olarak bir diğer ürün yerleştirme uygulamasının yapıldığı mecra, radyo programlarıdır. Radyocu konuşurken arka fonda ürünü hatırlatacak müzikler kullanılması ya da sesler dinletilmesi dinleyicilere reklamı yapılan markalara ait ürünleri hatırlatmaktadır. Örneğin; içecek markası Coca Cola ile şişe açma ve buz dolu bardağa dökme sesi özdeşleşmiştir. Dinleyici, radyoda dahi bu sesi duysa aklına Coca Cola markası gelmektedir (Akgül, 2013: 595).

Giyisi ya da aksesuarlar da ürün yerleştirmelere örnek olarak gösterilmektedir. Bu uygulama, ünlü kişileri rol model almanın ve tüketiciyle sanatçının özdeşleşmesine sebep olmaktadır. Örneğin, Mark Zuckerberg'in Adidas markalı terlikleri, Mark'ın katıldığı her programda net bir şekilde izleyiciye gösterilmiştir (Zeren ve Paylar, 2014: 18).

Medya, marka, reklam ve pazarlama dünyası ürün yerleştirmeyi en yüksek tirajlı dergilerde, gazetelerde, yerli ya da yabancı çizerlerin karikatürleriyle doldurmaktadır. Karikatürlerdeki mizah kullanım şekli hedef kitleye nerde olursa olsun ulaşmakta ve okuyucu diğer reklam şekillerinde olduğu gibi reklamdan kaçmamaktadır (Marketing Türkiye, 2003: 34-42).



(<https://mediacat.com/icinde-marka-gecen-karikaturler-sergisi/>)'dan alınmıştır. Erişim Tarihi: 07.04.2019

Günümüzde iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, sosyal bir varlık olan bireylerin birbirleri ile iletişime geçmesini ve bilgi edinmesini daha etkileşimli bir hale getirmiştir. Bu durum sonucunda teknolojik gelişmeler ile günümüzde yeni iletişim araçları kişilerin, bilgiye daha kolay ulaşmasına ve düşüncelerini özgürce açıklamasına imkân sağlamaktadır. Bunun yanı sıra internet ve sosyal medya, bireyin toplumsal bir varlık olmasından doğan, içinde bulunduğu çevre ile etkileşim kurma, haberdar olma, dikkat ve ilgi çekme, çevreye uyum sağlama, kabul ve değer görme, eğlenme, öğrenme ve kendisini ifade etme gibi ihtiyaçlarına cevap vermekte, bu ihtiyaçların doyumunu sağlamaktadır (Eşitti, 2015:76).

Tarihsel olarak, tüm iletişim araçlarının ortaya çıkışı ve bu araçların insanlar tarafından kullanılması bireysel ve kitlesel iletişimi büyük ölçüde etkilemektedir. İnternet, 21.inci yüzyılda multimedya biçimselliği, hipermetinsellik, çoklu etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik üretimini oluşturma ve destekleme gibi özellikleriyle en çok incelenen ortamların arasında yer almaktadır. İnternetin kullanılmaya ilk başlandığı süreçten günümüze kadar bu değişim, gelişim ve dönüşüm kullanıcıların katılım ve etkileşimleriyle birlikte internetin etki alanını genişletmektedir (Karakulakoğlu, 2015: 112). İnternet iletişimi tarihsel süreçte tek bir teknolojik boyutu

içermekte ve Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 olarak adlandırılmaktadır. İnternete giriş dönemi web 1.0 internet uygulamaları, web 2.0 dönemi ise sosyal medya uygulamaları ile kavramsallaştırılmaktadır.

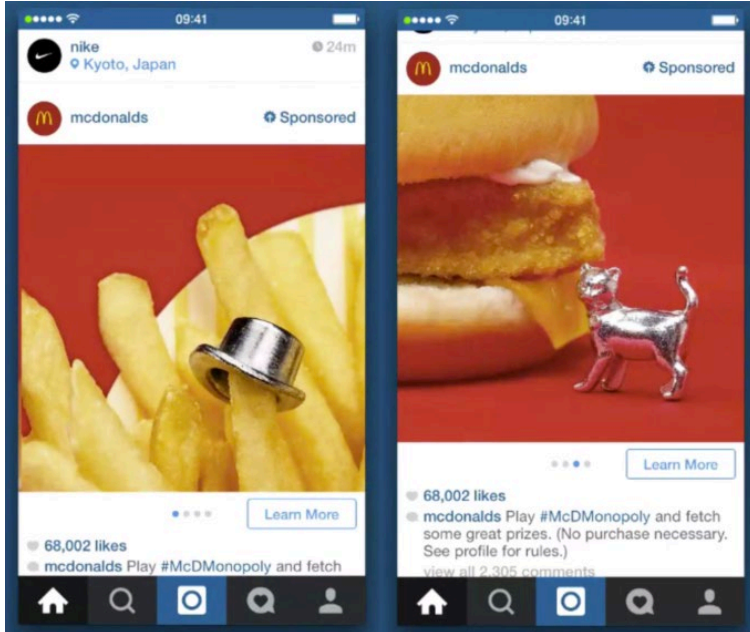
Türkiye, 12 Nisan 1993'te küresel internet ağına, TÜBİTAK-ODTÜ, TR-NET: Türkiye İnternet Proje Grubu işbirliği ile bir DPT projesi çerçevesinde Ankara-Washington arasında kurulmuş ve bağlanmıştır. Başlangıçta internet, ülkemizde bilgi aktarımı amacıyla kullanılmıştır, daha sonra dünyadaki gelişmelerle birlikte 1995'ten itibaren Türk girişimcileri artan taleple interneti, e-posta ve diğer servisleriyle, özellikle tanıtım ve pazarlama için kullanmaya başlamışlardır (Güvenir, 2005:8-10).

Günümüzde yeni iletişim ortamları yeni medya diğer bir adıyla sosyal medya olarak adlandırılmaktadır. 1970'li yıllarda yeni medya kavramı, kültürel, sosyal, ekonomik, psikolojik, politik, bilgi ve iletişim temelli araştırmalarda çalışma yapan araştırmacılar tarafından ortaya konulmuş bir kavramdır. Fakat 70'li yıllarda yeni medyaya değilinilen anlam, 90'larda büyük bir ivme kazanan internet ve bilgisayar teknolojisi ile birlikte farklı boyutlara ulaşmış ve genişlemiştir (Dilmen, 2007: 114).

"Digital in 2018" Raporunda Türkiye'de Durum, "vergialgi.net" internet sitesinin ve İmdat Türkay'ın köşe yazısına göre;

- Ülkemizde 82 milyona yaklaşan ülke nüfusunun 54,3 milyonu internet kullanmaktadır.
- Mobil internet kullanıcısı sayısı 51,5 milyondur ve aktif sosyal medya kullanıcı sayısı ise 51 milyona ulaşmıştır.
- Mobil telefon kullanıcısı sayısı toplam 59 milyon ile nüfusun %73'üne ulaşmıştır.
- Sosyal medyayı mobilden kullanan kişi sayısı 44 milyona ulaşmıştır.
- Türkiye'de mobil telefon kullanımı %98, akıllı telefon kullanımı %77 ve bilgisayar kullanımı %48'dir.
- Türkiye'de herhangi bir cihazla internette geçirilen toplam süre 7 saat, sosyal medyada geçirilen süre ise 2,5 saattir.
- İnternet kullanıcılarının %84'ü her gün internete girmektedir.
- İnternet trafiğinin %62'si mobil cihazlardan %36'sı masaüstü ve dizüstü bilgisayarlardan gelmektedir (<https://vergialgi.net/ekonomi-maliye/digital-in-2018-raporunda-dunyada-ve-turkiye-de-durum/>).

Markalar, dijital platformlarda da ürün yerleştirme uygulamalarıyla karşımıza çıkmaktadır. Bu mecralardan ilki internet günlükleri, diğeri ise sosyal ağlardır. İnternet günlükleri, yazı ve yorumların kronolojik olarak yer aldığı web sitelerdir. Sosyal ağ, internet kullanıcılarının çevrimiçi olarak bir araya gelmesine, iletişim kurmasına, tartışmasına ve sosyal etkileşimin herhangi bir şekilde katılımına izin veren web tabanlı yazılım ve servisleri ifade eden bir kavramdır (Ryan ve Jones, 2009: 152). Sosyal ağ reklamcılığı ile kurum ve kuruluşlar, istediği hedef kitleye kolayca ulaşmaktadır. Örneğin; birden fazla müşteri potansiyelinin bulunduğu görselliğe dayalı İnstagram uygulaması. İnstagram uygulama içi reklam özelliği taşıdığı için ürün ve markaların tanıtımını yapmakta ve kullanıcıların dikkatini çekmektedir.



(<http://www.nedensosyalmedya.com/sosyal-medya-yonetimi/instagram/instagram-carousel-ads/>) 'dan alınmıştır. Erişim Tarihi: 07.04.2019

Sonuç

22 bölümden oluşan Fi dizisinin içindeki ürünlerin, markaların ve ürün yerleştirme uygulama çeşitlerini ortaya koyan içerik çözümlemesinde dizinin bazı bölümleri, dizinin ana kahramanları olan Duru ve Deniz'in evinde geçmektedir. Diziyi ürün yerleştirme bakımından ele aldığımızda Duru ve Deniz'in evi Samsung ev aletleri

(SUHD TV, çamaşır makinesi, buzdolabı, bulaşık makinesi, ocak, fırın) ile döşelidir ve bu araçlar oyuncular tarafından mutlaka kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra, Samsung dışında da farklı markalarında ürünleri kullanılmaktadır. Örneğin, dördüncü bölümde kullanılan King Lea çay makinesi. Ev araç ve gereçleri dışında yiyecek ve içecek ürün ve markaları da dizide ürün yerleştirme uygulamasıyla yer almaktadır. Ayrıca dizinin yayınlandığı tarihlere bakıldığında karakterlerin statü ve kazançlarına göre bazı ürün (telefon ve araba) kullanımları farklılık göstermektedir. Birinci bölümle beraber tüm karakterlerin aynı marka telefon kullanması, dizinin diğer bölümlerinde statü farkına göre yeni telefonu satın alma ve kullanma durumuna göre değişiklik göstermektedir. Dizide sırasıyla Samsung'un S7, S8 Edge, S8, S8 Plus ve Note 8 modellenli telefonları kullanılmıştır. Dizinin akışı içinde ana karakterlerden Can Manay'ın Audi A8'e bindiği görülmekte bunun yanı sıra asistanı Bilge'ye de Audi Q2 modeli araba hediye ettiği görülmektedir. 5.inci bölüm 33.üncü dakikada Bilge, Can Manay'ın kendisine hediye ettiği arabayı görerek: 'seni hak edecek ne yaptım' demektedir. Bu sahne öncesinde Can Manay, sağ kolu ve esas danışmanı Kaya'yı işten kovmuş ve yeni Bilge'yi asistanı olarak belirlemiştir. Tüm bunların sonucunda statü atlayan Bilge, Manay'ın aldığı Audi A8 model araba ile kendini değerli, özgüveni yüksek biri olarak hissetmektedir.

Markalar evreniyle bütünleşen dizide ürün ve marka farkındalığının yanı sıra ürün yerleştirme uygulamasıyla ürünün özellikleri de oyuncular tarafından tanıtılmaktadır. Günümüzde çalışma hayatının vermiş olduğu kısıtlı zaman kavramı, insanları işlerinde pratikliğe ve hızlı çözüm yollarına yöneltmektedir. Bunun sonucunda kadınlar, pratiklik ve zaman kazanmak adına günlük ev yaşantılarında işlerini kolaylıkla halledebilecekleri teknolojik araçları satın alma davranışında bulunuyorlar. Tüm bu etkenlerin bir araya gelişi, artan rekabet ortamı, markaların teknoloji ile yarışarak yeni, pratik, etkili ürünler ortaya çıkarması ve yeni tüketiciyi satın alma davranışına itmesiyle birleşince, büyük markaların ürünleri, ürün yerleştirme uygulaması ile dizilerde hikaye akışlarına dahil olmaktadır. Örneğin; 1.inci sezon 6.ncı bölümde Duru, Deniz'e kek yapıyor. Bu süreçte üzerindeki sweatshirt'ün kirlendiğini fark eden Duru, banyoya gidiyor ve üzerindeki çalışmakta olan Samsung Eco bubble Çamaşır Makinesinin ek bölümünden içeri atıyor. Burada Samsung Eco Bubble Çamaşır Makinesi ile yapılan ürün yerleştirme seyirciye, ürünün rahatlığını, konforluğunu ve pratikliğini mesaj olarak ortaya koyuyor. Verilmek istenen mesaj, hedef kitleye Duru'nun neredeyse iki dakikalık sahnesiyle iletiliyor.

2. sezonu 1. Sezondan ayıran bir özellik bulunmaktadır. Dizide hem görsel hem işitsel ürün yerleştirmelere de yer verilmektedir. Örneğin; 1.inci sezon 12.nci bölümde Sadık Murat Kolhan, Özge Ege'ye Vodafone REd Mobil Destek ekibiyle telefon ve hat göndermektedir. Tüm bu olay örgüsünde, ekip çalışanı arabasıyla Özge Ege'nin evinin önüne gelince kamera yakın çekim ile arabanın sağ kapısını çekmektedir. Kapını üzerinde ise Vodafone REd Mobil Destek ekibi yazmaktadır. Burada görsel ürün yerleştirme yapılırken, ekip çalışanı kapıyı çaldığında markanın ismini söyleyerek 'Vodafone'den geliyoruz' demektedir. Olay örgüsünde, markanın, ürünün ve hizmet anlayışının reklamı yapılmakta ve izleyiciye bilgi verilmektedir. Verilmek istenen mesajda izleyicinin bu markaya ait ürün ve hizmeti tercih etmesi sonucu tıpkı Özge Ege gibi değerli hissedeceği, ürüne kolay ve hızlı şekilde sahip olacağı vurgulanmaktadır.

Ürünler ve markalar senaryoda hem görsel hem de işitsel olarak karşımıza çıkmaktadır. İkinci sezonun bazı bölümlerinde markaların tanıtımı yapılırken sloganı da söylenmektedir.

Hikaye akışı içerisinde mekansal ve söylemsel olarak farklı şekilde tüketici karşısına çıkan ürün yerleştirmeye örnek olarak 1.inci bölümü gösterebiliriz. 2.nci sezon 1.inci bölümün sonlarına doğru, Bilge 'Samsung Satış Merkezi'nde satış danışmanı olarak işe başlamış ve Galaxy Note 8 satarken ekranda karşımıza çıkmaktadır. Senaryoda Can Manay Bilge'yi ikna etmek için satış merkezine uğramakta ve ikili Samsung mağazında sohbet etmektedir. Can Manay sohbet esnasında Note 8'i inceleyerek, telefonun kalemiyle aracın ekranına bir şeyler çiziyor ve 'Çok iyi bir telefon istiyorum, gösterişli, son model, akıllı olsun, iyi not alsın, insiyatifkullansın duyarlı ama soğukkanlı olsun.' şeklinde yeni telefonu tanımlayıcı cümle kurmaktadır.

2.inci bölümde bir başka ürün yerleştirme örneği izleyiciye sunulmaktadır. Duru'ya Can Manay tarafından hediye edilen Volkswagen Sport Coupe Concept'in yanında Volkswagen uygulamasıyla anahtarlığı bulma yeniliği gösterilmektedir. Bu hikâyede arabanın, telefonun ve araba markasına ait uygulamanın özelliği vurgulanmaktadır. İki farklı ürüne ait markanın kullanım kolaylığına ve pratikliğine dair izleyiciye bilgi verilmektedir. Diğer bir örnek ise Can Manay'ın koşuya çıktığında giydiği Adidas Ultra Boost spor ayakkabı ve eşofmandır. Manay bu ürünlerle koşarken billboardların önünden geçmekte ve billboardlar'da ' odaklan, kendini dinle' sloganı ile Adidas reklamı yer almaktadır.

Ürün yerleştirme dizide sadece marka veya ürünle değil mekân ve hizmetle de yapılmaktadır. Örneğin; 8.inci bölümde Can Manay'ın sekreteri Zeynep depresyonda olan bir kadındır. Benliğini dinlemek, tamamlamak, keşfetmek adına kendisini tesadüfen İstanbul Sanat Atölyesi'nin önünde bulmaktadır. Can Manay'ın eski sekreteri Zeynep'in atölyeyi bulma anı, atölye isminin görsel olarak yer alması, mekân içindeki çalışmalar hepsi hikâyeyeyle birleştirilmektedir. Böylelikle mekansal mesajla, hedef kitleye hem mekan hem de kişisel olarak bilgi verilmektedir

İletişim, Bilişim ve Teknoloji	Ulaşım, Taşımacılık ve Hizmet	Yiyecek ve İçecek	Hizmet	Diğer
359	88	13	9	23

Tablo 1: Ürün Yerleştirmeye Dair Bulgular

Tablo 1'e göre Fi dizisinin bölümlerine yönelik tüm bu analizler bağlamında kullanılan marka ve ürünleri iletişim, bilişim ve teknoloji alanı, ulaşım, taşımacılık ve hizmet alanı, yiyecek ve içecek, hizmet ve diğerleri olmak üzere 5 ana kategoriye ayırdık. Tablo 1'den hareketle iletişim, bilişim ve teknoloji (TV, telefon, monitör, tablet, ocak, fırın, bulaşık makinesi, çamaşır makinesi, hoparlör, masaüstü bilgisayar, GSM şirketi, magazin siteleri, su ısıtıcısı, mobil uygulamaları, kredi kartları, hard disk, kahve makinesi, kulaklık, buzdolabı, laptop) kategorisine ait 20 ürünün ve markanın 359 kez, Ulaşım, taşımacılık ve hizmet alanı: 88 ürün, yiyecek ve içecek: 13, hizmet: 9, diğerleri: 23 kez ürün yerleştirmesi yapılmıştır.

Sonuç olarak önceden ürün yerleştirme uygulamalarında farklı ürünler bulunurken günümüzde teknoloji ürünlerine yer verilmiştir. İletişim teknolojisinin değişmesine ve gelişmesine bağlı olarak da tüketici davranışları iletişim, bilişim ve teknoloji alanlarına yönelmiştir.

Kaynakça

- Akgül, D. (2013). Dizi Ve Filmlerde Ürün Yerleştirmeye Tüketicinin Bakışı. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 02-04 Mayıs 2013.
- Çalık, M.; Altunışık, R.; Sütütemiz, N. (2013). Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Marka Performansı Ve Pazar Performansı İlişkisinin İncelenmesi. <http://ijmeb.org/index.php/zkesbe/article/view/451> Erişim Tarihi: 07.04.2019
- Dilmen, N. E. (2007), Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları, Marmara İletişim Dergisi, Sayı:12 Şubat <http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/3058/5000013287-5000022746-1-PB.pdf?sequence=1> Erişim Tarihi:07.04.2019
- Eşitti, Ş. (2015). Bilgi Çağında Problemler İnternet Kullanımı Ve Enformasyon Obezitesi: Problemler İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. <http://dergipark.gov.tr/iuifd/issue/22900/245174> Erişim Tarihi:06.04.2018
- Gülsoy, T. (1999). Reklam Terimleri Ve Kavramlar Sözlüğü. İstanbul: Adam Yayınları.
- Gürel, E; Alem, J. (2015). Ürün Yerleştirme, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Odabaşı, Y.; Oyman, M. (2002). Pazarlama İletişimi Yönetimi, İstanbul, Mediacat Kitapları.
- Darıca, H. (2006). Marka Yönetimi ve Marka Yerleştirme: Filmlerde Marka Yerleştirme, İstanbul Üniversitesi Yüksek Lisans tezi, 2006.
- Urde, M; "Brand Orientation – A Strategy for Survival", Journal of Consumer Marketing, Vol. 11 Issue: 3, pp.18-32.
- Ries, A.; Trout, J. (2013). Konumlandırma- Tüketicinin Zihnini Fethetme Savaşı. Ebru Kızıldağ (ÇEV.). İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Cristel A. Russell (1998). "Toward a Framework of Product Placement: Theoretical Propositions", in NA - Advances in Consumer Research Volume 25, eds. Joseph W. Alba & J. Wesley Hutchinson, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 357-362.
- Gallician, M.L. (2004). Handbook Of Product Placement İn The Mass Media: New Strategies İn Marketing Theory, Practice, Trends An Ethics, New York: Hawthorn Press.
- Karakulakoğlu, S. E. (2015). Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim.
- Miller, E. A. (1990). Consumers' Attitudes Toward Product Placement in Movies.
- Zeren, D; Paylar, Ö. Z. (2014). ‘Ürün Yerleştirme’, Karahan Kitapevi.
- www.puhutv.com
- <https://mediacat.com/icinde-marka-gecen-karikaturler-sergisi/>
- <http://www.nedensosyalmedya.com/sosyal-medya-yonetimi/instagram/instagram-carousel-ads>

G. HOFSTEDE BAKIŞ AÇISIYLA KÜLTÜREL FARKLILIKLARIN İNSAN KAYNAKLARI UYGULAMALARINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME : İSVEÇ ÖRNEĞİ

Esra KOÇ
Sakarya Üniversitesi
esrakoc@sakarya.edu.tr

ÖZET

Sanayi Devriminden itibaren gelişmeye başlayan Taylorist ve Fordist yaklaşımlar sebebiyle örgütler için bir maliyet unsuru olarak görülen “İnsan” kaynağı, 1950’li yıllardan itibaren çeşitli araştırmacıların yaptığı çalışmalar sonucunda maliyet unsuru olmaktan ziyade rekabet edilebilirlik için en önemli kaynak olarak ifade edilmeye başlanmıştır. 1980’li yıllara gelindiğinde ise küreselleşme ile birlikte uluslararası şirketlerin çoğalması, işgücünün yapısının değişmesi, teknolojik değişim ve gelişmeler insan kaynağının önemini daha da arttırmıştır. Dünyadaki bu gelişmeler insan kaynağının iyi yönetildiğinde büyük bir rekabet aracı olacağını göstermiştir.

İnsan kaynağının bu kadar önemli olduğu günümüzde insan kaynakları yönetimi modelleri de önem kazanmıştır. Bu modellerdeki farklılıkların nedenleri incelendiğinde bir topluluğu diğer topluluklardan ayıran kültürün ana faktörlerden biri olduğu görülmektedir. Bir ulus tarafından paylaşılan kültür o ulustaki örgütlerin kültürlerini etkilemektedir. Örgüt kültürü de o örgütte uygulanan insan kaynakları uygulamalarının belirlenmesinde büyük rol oynamaktadır. Kültür, örgüt kültürü ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarının birbiri ile sarmal biçimde ilişkide olması sebebiyle büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle çalışmamızda öncelikle kültürün tanımı yapılarak özellikleri incelenecektir. Yaptığı çalışmayla soyut bir kavram olan kültürü somut kriterlerle açıklayan G. Hofstede’nin kültürleri sınıflandırmada kullandığı boyutlara değinilerek çalışmanın son bölümünde İsveç’in kültürü ve insan kaynakları uygulamaları bu boyutlar çerçevesinde açıklanacaktır. Tüm bu açıklamalardan yola çıkarak çalışmamızın amacı, kültürel özelliklerin insan kaynakları uygulamaları üzerinde ne ölçüde etkisi olduğunu incelemektir. Çalışmamızın bir diğer amacı da İsveç kültürü ve insan kaynakları uygulamalarının kültürel özelliklerinden ne ölçüde etkilendiğini açıklamaya çalışmaktır.

Anahtar kelimeler: *Hofstede’nin kültürel boyutları, Kültürel farklılıklar, İsveç modeli.*

ABSTRACT

As a result of the Taylorist and Fordist approaches that have evolved since the Industrial Revolution, the human resource, which is seen as a cost element for the organizations, has started to be expressed as the most important resource for competitiveness rather than being a cost factor as a result of the studies conducted by various researchers since 1950s. In the 1980s, with the globalization, increasing of international companies, the change in the structure of labor force, technological changes and developments have increased the importance of human resources. These developments in the world have shown that human resources will provide a great competitive advantage for businesses when it manages well.

Human resource management models have gained importance in today's human resources. When the reasons of the differences in these models are examined, it can be seen that the culture that separates a community from other communities is the main factor. The culture shared by a nation influences the culture of organizations in that nation. Organizational culture also plays an important role in the determination of human resources practices in that organization. Culture, has great importance. due to spiral relationship between organizational culture and human resource management practices. Therefore, at first in our study, the characteristics of culture will be examined. G. Hofstede, who explains the culture as an abstract concept with concrete criteria, refers to the dimensions used in classification of cultures and the culture and human resources applications of Sweden will be explained in the last part of the study. In the light of all these studies, the aim of our study is to examine the effects of cultural features on human resource applications. Another aim of our study is to explain to what extent the cultural characteristics of Swedish culture and human resources practices are affected.

Key words: *Cultural dimensions of Hofstede, cultural differences, Swedish model*

GİRİŞ

İnsan kaynakları yönetimi, bir işletmede çalışanların tutum ve davranışlarını buna bağlı olarak da çalışanların performanslarını etkileyen uygulamalar, sistemler ve politikalar bütününden oluşmaktadır. İnsan kaynakları yönetiminin çalışanlara etki ettiği uygulamalarının sayısı fazla olsa da bu uygulamaların ortak amacı; çalışanların temini, eğitimi ve geliştirilmesi, adil bir ücret sistemine tabi tutulması ve işletmeyle bütünleştirilmesidir (Rençber, 2014:11). Bu uygulamalar insan kaynakları yönetimi sistemi içerisine entegre edilirken ulusal kültür ve dolayısıyla örgüt kültüründen oldukça fazla etkilenmektedirler. Kültürün bir insan topluluğunu diğer topluluklardan ayıran en önemli unsur olduğu göz önüne alındığında ulusal kültür ve örgüt kültürü dikkate alınmadan işletmede uygulamaya konulan insan kaynakları yönetimi sistemi kısa sürede başarı getirse bile uzun vadede işletmenin sürdürülebilirliğine katkı sağlamayacaktır. Bu nedenledir ki ulusal şirketlerden daha çok uluslararası şirketlerin insan kaynakları yönetimi uygulamalarını geliştirirken en büyük çabayı yatırımda bulunacakları ülkelerin kültürel

özellikleri inceleyerek göstermeleri gerekmektedir. Çalışmanın ilk bölümünde kültürün tanımı ve özelliklerine değinilecektir. Kültür alanında yapılmış en kapsamlı çalışmalardan biri olan G. Hofstede'nin çalışması ve bu çalışmada incelediği boyutlar çalışmanın ikinci bölümünü oluşturacaktır. Çalışmanın son bölümünde ise uzun süre dünyanın üçüncü büyük ekonomisine sahip olan ve uluslararası birçok şirket ile dünya genelinde başarılı bir imaja sahip İsveç kültürü incelenecektir. İsveç kültürünün özellikleri Hofstede boyutları çerçevesinde açıklanarak insan kaynakları uygulamalarının bu kültürel özelliklerden ne ölçüde etkilenmiş olabileceği irdelenecektir.

1. Kültür Kavramı

Kültür, yaşamın her alanında karşımıza çıkmasının yanında soyut bir kavram olması sebebiyle çok farklı tanımlara sahiptir. En kısa tanımıyla, insanın doğaya kattığı tüm maddi ve manevi değerlerin toplamıdır. Bu manada bakıldığında, insanın tarihi boyunca ürettiği bütün değerler ve kurallar kültürün öğeleridir (Babayigit, 2007:3). Bir başka deyişle kültür, farklı insan gruplarının dili, söyledikleri, yaptıkları, gelenekleri, maddi yapıları, tutumları, düşünceleri ve hissettiklerinin paylaşıldığı bir sistem olarak her şeyi içermektedir (Sofyalioğlu ve Aktaş, 2001:76). Kültür konusunda en önemli araştırmacılardan biri olarak kabul edilen Hofstede kültürü "bir insan grubunu diğer insan gruplarından ayırtan düşünceler bütünü" olarak tanımlamıştır. Farklı ulusların farklı kültürleri sahip olmasının sebepleri incelendiğinde karşımıza birkaç faktör çıkmaktadır. Bu faktörler kültürel değerlerin doğuşunu sağlamanın yanında yapılan araştırmalar için incelenen başlıca faktörlerdir. Bunlar; Coğrafi koşullar, İnsan unsuru ve Topluluk'tur (Kafesoğlu, 2000:26). Kültür her bir insan topluluğuna özgü özellikler verir ve onları diğer insan topluluklarından ayırır (Nahavendi ve Malekzadeh, 1999:74) Bu faktörler göz önüne alındığında her ulusun farklı kültürleri sahip olmasının olağan olduğu söylenebilmektedir.

Farklı öğelerden etkilenip şekillenen kültür, aynı zamanda bir çok alanı da etkilemektedir. Ulusal kültür, o ulustaki örgütlerin örgüt kültürlerini etkilemekte ve örgüt kültürü de örgütte çalışan herkesi ve örgütteki tüm insan kaynakları uygulamaları etkilemektedir. Burada karşımıza çıkan örgüt kültürünü kısaca tanımlamamız gerekirse bir örgütteki çalışanların davranışlarına yön veren, paylaşılan değerler ve inançlar bütünüdür (Nahavendi ve Malekzadeh, 1999:91). Belli bir grup tarafından kendisinin, gerek çevreye uyum gerekse iç bütünleşmesi sırasında öğrendiği geçerliliği kanıtlanacak düzeyde olumlu sonuç vermiş olan ve bu nedenle yeni üyelere programları algılamının, düşünmenin ve hissetmenin doğru yolu olarak öğretilen, bir takım varsayımlardır (Schein, 1976:3). Örgütsel kültür, örgüt üyelerinin paylaştığı duygular, normlar, beklentiler, varsayımlar, inançlar, tutumlar, etkileşimler, etkinlikler ve değerlerden oluşmaktadır (İşcan ve Timuroğlu, 2007:120).

Örgütteki tüm değer, davranış ve uygulamaları etkileyen kültür, insan kaynakları yönetimi uygulamaları üzerinde de çok büyük bir etkiye sahiptir. Örgüt kültürünün benimsenmesi sürecinde ortaya çıkan bireysel kültürel farklılıklar, örgüt kültürü ile benimsenen stratejiler yardımıyla ortak bir amaca yönlitilebilmektedir. Bu nedenle insan kaynakları yönetiminde sistemin oluşması, gelişimi ve başarısında örgüt kültürü önemli bir rol oynar (Yılmaz, 2007:55).

Kültür, örgüt kültürü ve insan kaynakları yönetimi sisteminin birbirine bağılıklarının en kapsamlı incelendiği çalışmalardan biri G.Hofstede'in çalışmasıdır. Hofstede'in çalışması kapsamında ülkelerin incelendiği belli boyutlar hakkında bilgilere yer vererek, belli ülkelerin insan kaynakları yönetimi uygulamalarının bu ülkelerin kültürel özelliklerini ne kadar yansıttığı çeşitli yönlerden karşılaştırmaya tabi tutulacaktır.

2. G. Hofstede'nin Kültür Boyutları

60'tan fazla ülkede 1968 ve 1972 yıllarında yapılan ve yaklaşık 120.000 IBM çalışanını kapsayan iki farklı şirket davranış anketinden elde edilen verilere dayanmakta olan Geert Hofstede'nin çalışmasının, farklı uluslar açısından değişen kültürel davranış ve düşüncelere etkili bir bakış açısı sağladığı düşünülmektedir. İlk olarak, kültürler arasında evrensel olarak uygulanabilirliği olan dört boyut tanımlanmıştır ve daha sonradan beşincisi de eklenmiştir. Hofstede'nin çalışmasına çeşitli eleştiriler olsa da günümüze kadar yapılan en kapsamlı çalışma olduğu ifade edilmektedir. Hofstede'nin çalışmasındaki bu boyutlara kısaca değineceğiz.

2.1. Güç Mesafesi

Güç mesafesi, bir toplumda gücün dağılımının adil olmamasını o toplumdaki bireylerin kabul etme derecesidir (Lrongs,2001:211). Hofstede, güç mesafesi boyutunu bir ülkenin kurum veya kuruluşlarının daha az güce sahip olan üyelerinin gücün dağılımındaki eşitsizliği kabul etme derecesi olarak tanımlamaktadır (Erbaş, 2011:55). Başka bir tanımla güç mesafesi kavramı, toplumda ve örgütlerde gücün dağılımındaki eşitsizliğin nasıl algılandığı olarak ifade edilebilmektedir (Akyol, 2009:65). Bir toplumun üyelerinin hiyerarşik bir güç yapısını kabul etmeye ne kadar hazır olduklarını yansıtmaktadır.

Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda güç eşitsizliği yalnızca liderler tarafından değil, toplumun en alttaki kitlesi tarafından da kabul edilir. Güç mesafesinin düşük olduğu toplumlarda liderler aldıkları kararları astlarına danışarak aldıklarından aralarındaki eşitsizliği en aza indirmeye çalışmaktadırlar (Dinç, 2015:14).

2.2. Bireycilik/Kollektivizm

Bireycilik ve kolektivizm bir toplumdaki bireyin o toplumdaki başka bireylerle olan ilişkilerini belirtmektedir. Bireyci olarak ifade edilen bir toplumda bireyler arasındaki bağlar zayıftır. Her bireyin kendisinin veya yakın ailesinin çıkarlarını gözetmesi beklenmektedir. Bu tür toplumların içinde yer alan bireyler ifade ve eylem özgürlüğüne sahip olmaktadır. Kollektif özellikteki toplumlarda ise bireyler arasındaki bağlar oldukça güçlüdür. Büyük aileler önem taşır ve bu büyük aile konsepti iş gruplarında ve örgütlerinde görülebilir. Her birey dahil olduğu grubun çıkarlarını gözetmektedir ve herhangi bir problem oluştuğunda birbirlerini koruyabilmektedirler (Dinç, 2015:14).

2.3. Erillik/ Dişilik

Bu kültürel boyutta, bir toplumda geçerli ve dominant olan değerlerin ne ölçüde erkeğe ve kadına özgü olduğunu ifade etmektedir (Tüz, 2004:19).

Hofstede'ye göre bir toplumda maddi başarıya odaklanan, para elde etme ve materyalist eğilimler ile mücadeleci ve rekabetçi unsurlar baskın değerler olarak öne çıkıyorsa, insana insani değerlere verilen önem arka planda kalıyorsa, bu toplumların baskın değerlerinin eril kültürün özelliklerini taşıdığı söylenebilmektedir. Dişil kültürlerin özelliklerinde ise, insanlar arası ilişkiler, insana ve insani değerlere verilen önem, toplumun önde tuttuğu özellikler olarak ortaya çıkmaktadır. Toplumlar da bilinen anlamda dişillikle ilişkilendirilen değerlere şefkatli, merhametli, sadık, nazik, çocuklara karşı sevgi dolu ve anlayışlı olmak, toplumdaki diğer bireylere sıcak davranmak da örnek gösterilebilmektedir. (Sargut, 2001: 174).

2.4. Belirsizlikten Kaçınma

Belirsizlikten kaçınma boyutu, bir toplumdaki belirsiz olan her şeye karşı toleransı ifade etmektedir (Tüz, 2004:10). Kültürün bu boyutu, bir toplum ve kültür içerisinde yer alan bireylerin bilinmeyen ve belirsiz durum ve olaylar karşısında kendilerini ne kadar tehdit altında hissettikleri ile bu belirsiz durum ve olaylardan ne kadar kaçındığını ifade etmektedir (Jackson, 2001:1274).

Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda, değişim ve farklılıkların hoş karşılanmadığı, her alanda süreklilik ve oturmuş bir düzen arayışının olduğu, belirsizlik karşısında güvensizlik duygusunun hakim olduğu gözlemlenmektedir. Bu topluluklarda risk ve riskli durumlar hoş karşılanmamaktadır. Bireyler belirsizlikten kaçınmak için üstlerinin kendilerine yol göstermelerini beklemekte ve kurallar çerçevesinde yaşamayı tercih etmektedirler (Tüz, 2004:9). Belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu toplumlarda ise yenilik ve değişim korkuyla karşılanmanın aksine heyecanla karşılanmaktadır. Karşılaşılan riskli durumlar aşılması gereken farklı deneyimler olarak görülmektedirler. Her alanda toplum üyeleri yeniliğe açık fikirler üretmeyi teşvik etmektedirler. Bu tür toplumlarda bireyler riski daha rahat göze almakla birlikte daha özgür ve özerk hareket ederek inisiyatif kullanmayı da normal karşılamaktadırlar (Tüz, 2004:10).

2.5. Uzun/Kısa Vadeli Düşünme

Bu boyut 1987 yılında araştırmacı Michael Bond'un yardımı ile Hofstede'nin çalışmasına olan önyargılara karşı koyabilmek ve Asya değerlerine de kültürel incelemede yer vermek amacıyla eklenmiştir. Bir başka ifadeyle bu boyut, insanların ya da örgütlerin geleneksel bir yaklaşım ya da gelecek yönlü bir yaklaşım sergileri esasına dayandırılmıştır (Hollensen'den akt. Babayiğit:2007:31). Uzun vadeli düşünme, özel hayata ve iş hayatına uzun vadeli bir bakış açısına sahip olup kalıcılık ve azim erdemlerini vurgulamaktadır. Örgütlerin uzun zaman dilimleri için stratejik planlar yapmasını öngörmektedir. Kısa vadeli düşünme ise 'burada' ve 'şimdi' gerçekleşen sonuçlarla ilişkilidir. Örgütlere ve çalışanlara kısa zamanda büyük başarılar göstermeleri benimsetilmektedir.

Hofstede'nin çalışması özellikle ülkeler ve işletmeler için çok etkili olmuştur. Ulusal sınırlar içerisinde işletmelere örgüt kültürünü anlama ve yönetsel davranışları şekillendirmede yardımcı olmasının yanında 1980 yıllarından sonra özellikle çok uluslu şirketlere personel temini ve yönetiminde kültürün önemini vurgulamıştır. Çeşitli eleştiriler olsa da bu çalışma soyut ve ölçülemeyen bir kavram olan kültürü somut bir hale getirmiştir.

3. İsveç'in Genel Görünümü

"İskandinav Ülkeleri" ya da "Kuzey Avrupa Ülkeleri" olarak adlandırılan İsveç, Norveç ve Danimarka ülkelerinin içinde ekonomik yapısı, nüfus ve işgücü yapısı ile örgütsellik açısından en dikkat çeken ülke İsveç'tir (Benli ve Yenihan, 2016:208).

2019 yılı itibarıyla 10,05 milyon nüfusa sahip olan İsveç yüz ölçümü olarak Avrupa Birliği'nin üçüncü büyük ülkesidir (worldpopulationreview). Sanayileşmeye geç başlayan ve sahip olduğu doğal kaynaklar dolayısıyla 1850'li yıllarda fakir bir tarım ülkesi olarak anılan İsveç, 120 yıllık kısa bir süre içerisinde tarıma dayalı bir ülke olmaktan çıkarak, modern ve endüstrisini geliştirmiş bir ülke haline dönüşmüştür. Bu dönüşümde sahip olduğu doğal kaynakları olan ormanları, madenleri ve hidroelektrik güç kaynakları ile bu kaynakların değerini arttırma konusundaki yeni ve yaratıcı fikirleri önem taşımaktadır. Bu fikirler arasında başta Avrupa ülkelerine olmak üzere demir cevheri ile orman ürünleri ihracatı, eğitime yapılan yatırımlar, serbest girişimlerin desteklenmesi, demiryolları başta olmak üzere yabancı sermayeden faydalanması, dışa açıklık, etkin yönetim yapısının tesisi ve

liberal politikaların takip edilmesi gösterilebilir (Benli ve Yenihan, 2016:211). İsveç, günümüzde bilgi teknolojisinde araştırma ve geliştirme hizmetleri, ileri teknoloji ve biyolojik tıp alanlarında uluslararası bir yere sahiptir (Ofli ve Tunç, 2018:347).

İsveç başarılarının ardında kültürünün üç ana özelliği bulunmaktadır. Bu özellikler; doğaya olan sevgi, eşitlik ve bu eşitliğin yansımaları olarak kişisel gelişime verilen önem olarak ifade edilebilir. İsveç'in sahip olduğu geniş doğal kaynakları tarım hayatını ve sonrasında da doğal kaynakların ihracatını içeren sanayi hayatını geliştirdiğinden halkın çoğunun doğaya olan sevgisi başarıların ana sebeplerinden ilkidir. Eşitlik, genellikle herkese aynı hizmeti sağlamak için tasarlanmış karmaşık refah sistemleri ve diğer devlet mekanizmaları yoluyla ifade edilmiştir. Kurumsal yaşamda bu eşitlik arayışı düşük hiyerarşilere ve karar alma sürecine yansıtılmıştır. Kişisel gelişime verilen önem ile İsveç kültüründe yaşam kalitesi önemlidir ve İsveçlilerin başarı yönelimi çoğu zaman bireyler olarak gelişmelerine yardımcı olacak, özünde ilginç olan ya da işten uzak zaman geçirmelerine izin veren işlere yönlendirilmektedir. Merkezi olmayan karar verme, işe ve bağımsızlığa ilgiyi teşvik eden bu kalitenin bir parçası olarak ifade edilebilir. Çoğu zaman kurumsal yaşam, gruplarla karar almayı, grup hedeflerine doğru çalışmayı ve gruba uymayı içermektedir (Gannon ve Associates'ten aktaran Jackson, 2002:14). Hofstede çalışmasında belirlediği boyutlar ile çalışma yaptığı tüm ülkeleri puanlamaya tabi tutmuştur. İsveç kültürünün bu boyutlardaki özelliklerini incelemek çalışmamız açısından faydalı olacaktır.

3.1.İsveç Kültürü ve İnsan Kaynakları Yönetimi

Hofstede'nin çalışmasında belirttiği boyutlardan ilki olan güç mesafesini insanlar arasındaki eşitsizliklerin normal olarak görülme derecesi olarak tanımlamıştı. Hofstede'nin çalışması sonucunda tüm ülkeler bu boyutta 11 ile 104 arasında puan almışlardır. İsveçli yöneticilerin ve çalışanlarının bu ölçekte aldıkları puan çok 31 olmuştur. İsveç'in bu puanı güç mesafesinin düşük olduğunu göstermektedir. Bu da İsveç kökenli kuruluşların hiyerarşik olmadıkları anlamına gelmektedir.

Bireysellik- Kollektiflik boyutunda tüm ülkelerin puanları 6 ile 91 arasında değişmiştir. Bireylerin birey olarak mı yoksa Çin toplumlarında olduğu gibi aileye veya Japonya'da olduğu gibi şirkete dayanan bağlı grupların bir parçası olarak mı kullanılacağına ifadesi olan bu boyutta İsveç'in puanı 71 olmuştur (Jackson, 2002:24). Buradan yola çıkarak İsveç kültürü bireyci özellik göstermektedir. Bireyci özelliğe sahip İsveç kültürü yaşam kalitesine değer vererek bireylerin gelişimine imkânlar sağlamaktadır.

Erillik- Dişilik boyutunda Hofstede, kendine güven ve rekabet gibi değerler ile eril bir toplumda cinsiyet rolü farklılaşmasının vurgulandığı "yumuşak" veya "kadınsı" kişisel ilişkiler, yaşam kalitesi ve başkalarına değer verme değerlerini birbirinden ayırır. Erillik ölçeğine göre puanlar 5 ile 95 arasında verilmiştir. İsveç, bu boyutta en düşük olan 5 puan almıştır ve bu da çok yüksek bir kadınlık düzeyini ifade etmektedir (Jackson, 2002:24).

Belirsizlikten kaçınma boyutu yapılandırılmamış durumlara karşı yapılandırılmış durumların tercihiyle işaret etmektedir. Bu boyut esneklik ve belirsizlikle rahat olmak ya da aşırı derecede sağlamlık ve yüksek derecede kesinliğe sahip durumlara ihtiyaç duymak arasında hangisinin tercih edildiğine vurgu yapmaya çalışmıştır (Jackson, 2002:24). İsveç değerleri 8 ile 112 arasındaki bu ölçekte 29 puan almıştır. İsveç'in bu değerden yola çıkarak belirsiz durumların daha çok ilgi gördüğü bir kültüre sahip olduğu söylenebilmektedir.

1987 yılında Hofstede ve Bond'un çok çalışmanın ve becerilerin kazanılmasının, tasarrufun, sabrın ve sebatın erdemiyle ilgili olarak diğer boyutlara ekledikleri uzun vade yönelimi boyutunda ülkelerin puanları 0 ile 118 arasında değişmiştir. İsveç bu ölçekte 33 puan almıştır (Jackson, 2002:26). Belirsizlikten kaçınma boyutuyla da ilgili olan bu boyutta İsveç'in aldığı puan kısa vadede daha fazla başarının elde edilmesinin desteklendiği kültürel özelliklere sahip olduğunu ifade etmektedir.

Bu boyutların insan kaynakları yönetimi ve uygulamaları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu İsveç insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile açıklanmaya çalışılacaktır.

Güç mesafesinin düşük olduğu İsveç'te hiyerarşik olmayan kuruluşlar olmaları dolayısıyla insan kaynakları yönetimi uygulamalarından temin ve seçim fonksiyonunda istihdam kararları üst yönetimde değil, daha düşük pozisyonlu yöneticilere aittir. Ayrıca kuzey batı Avrupa ile ilgili yapılan araştırmalarda temin ve seçim yöntemlerinde, biyodata kullanımı en az yaygın olanlardan biri olarak bulunurken, mülakat en yaygın seçim yöntemlerinden biridir (Aycan, 2007:1089). Temin ve seçim aşamasındaki kişiler ile ilgili olumsuz faktörlere daha rahat bir yaklaşım gösterilmesi, belirsizlikten kaçınmanın düşük olması ile ilişkilidir. Bireyciliğin yüksek olduğu belirlenen İsveç'te temin ve seçimde bireysel performans ve etki oldukça önemlidir. Seçim süreçlerinde rekabetçi ve bilgi oluşturmaya dayalı süreçler daha çok kullanılmaktadır.

İsveç kültürü ile ilgili yapılan tüm çalışmalarda İsveç'e ait özelliklerin başında demokrasi, eşitlik, sosyal demokrasi, bireycilik ve doğaya olan sevgi gelmektedir (Gannon ve Pillai 2000:152). Tüz (2004)'e göre İsveç modelinin belli başlı en temel özellikleri endüstriyel ilişkiler ve demokratik yönetimdir. İsveç'te endüstriyel ve sosyal ilişkiler iki grup arasında anlaşmaya dayalı olarak yürütülmektedir. İşverenler ve çalışan temsilcileri arasında ortaklaşa bir ilişki söz konusudur. İsveç tarzı yönetim sisteminde sorunlar tüm çalışanların katılımıyla ve nezaket ile çözülmektedir. Bu tarz yönetim modelinin temel bir özelliği de hiyerarşinin olmadığı, merkeziliğin az olduğu ve demokratik yapının varlığıdır. İsveçli firmalarda organizasyon şemaları yaygın şekilde yatay olarak yapılandırılmıştır. Kültürel olarak benimsenen eşitlik ile insanlar arasındaki mesafe minimum düzeydedir.

İşletmeler arasındaki ilişkiler basit, anlaşılır ve politik olmayan bir içeriğe sahiptir. Alınacak önemli kararlar kesinlikle sendikalarla tartışılarak, bilgi ve danışma sistemi işletilerek alınmaktadır. Her zaman için çalışanların fikirleri dikkate alınmaktadır. Otoriteye bağlılık zayıftır ve gruplar arasında güven oldukça önemlidir. Çalışanlar yöneticilerine her zaman ulaşabilmektedir. Yöneticiler ise çalışanlarına karşı sorumluluk sahibidirler ve önemli kararları vermeden önce konuşmaktadırlar.

The Economist Dergisi'nin 2019 yılının Ocak ayında açıkladığı "2018 Demokrasi Endeksi"ne göre en demokratik üçüncü ülke olarak kabul edilen İsveç, insan kaynakları yönetiminde oluşturduğu İsveç modeli ile yönetici ve çalışan sınıflar arasında yardımlaşmayı amaçlayan, işlevsel bir toplumsal perspektif üzerine kuruludur. İsveç tarafından geliştirilen bu sosyo-ekonomik modelde liberalizm ve aracılık her düzeyde ve alanda bulunmaktadır (Tüz, 2004:44). Aynı zamanda bu model güçlü sendikalar ve işveren dernekleri, ücret koordinasyonunun önemli unsurları, nispeten cömert işsizlik yardımları ve işgücü piyasalarının göreceli olarak düzenlenmemiş olmasına rağmen, aktif işgücü piyasası politikaları için önemli bir rol içeren bir dizi işgücü piyasası kuruluşu ile karakterize edilmektedir (Lindeberg vd. 2013:148). İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarından ücret fonksiyonunda ücretler tüm bu aktörler ile ortak bir şekilde toplumsal uzlaşma yoluyla belirlenmektedir. Tüm işletmeler belirlenen ücrete bağlı kaldıklarından ücretler tüm ülkede aynı kalmaktadır. Aynı ücretlerin olduğu sektörlerde farklı rekabet stratejileri uygulayanlar sürdürülebilirlik sağlamaktadırlar.

Etniklik ve kültürel farkların egemenliğinin oldukça dikkat çekici olduğu İsveç'te çok kültürlü bir toplumsal yapı ortaya çıkmaktadır. İsveç nüfusunun %21'inin göçmen olması dolayısıyla, toplumsal yapının bir devamı olarak, farklılıkların bir işletmenin yayılması ve gelişiminde oldukça önemli bir role sahip olabileceği İsveç kökenli firmalar tarafından da fark edilmiştir (Helvacıoğlu ve Özutku, 2010:206). İsveç'in nüfusunda göçmenleri yeri dolayısıyla işletmelerde farklı kültürel yapılara sahip çalışanların yönetimi ile insan kaynakları yönetimi uygulamaları uluslararasılaşan İsveç'li şirketler için oldukça önemli veriler içermektedir. Performans yönetiminde güç mesafesi düşüklüğünün bir yansıması olarak çalışanların ilk yöneticilerinin kararlarında daha fazla önem verilmektedir. Dolayısıyla farklı kültürel yapılara sahip olan çalışanlar için performans yönetiminde dezavantajlı durumların yaşanmaması sağlanmaya çalışılmaktadır.

İsveç modeli, 1950'lilerden 1980'li yıllara kadar oldukça iyi şekilde işlemiş ve İsveç mucizesi olarak anılmıştır. 1990'lı yıllar ve Avrupa Birliği'ne giriş ile yeni sistem yaklaşımları karşılıklı anlaşmaya dayalı bu modeli zayıflatmıştır.

SONUÇ

İsveç, coğrafik olarak diğer ülkelere kıyasla sınırlı bir yüzölçümüne sahip olsa da ekonomik olarak uzun süre dünyanın üçüncü büyük ekonomisi olarak büyük başarılarla sahip olmuş ve İsveç modeli ile dünya genelinde oldukça uzun süre anılmıştır. Sanayileşmeye geç başlayan fakat kısa süre içerisinde gelişmiş ülkeler seviyesine gelebilmiş ve sınırlı doğal kaynakları sebebiyle uluslararası pazara en çabuk açılan ülke olmuştur. Hem kısa sürede ülke genelinde kalkınmasında etkili olan işletme politikaları hem de uluslararası pazarda başarılı olan şirket politikaları oldukça merak uyandırmıştır. Çalışmamız için İsveç'in seçiminde bu başarıların payı büyük olmuştur. İsveç kültürü incelenirken Hofstede'nin çalışması rehber alınmıştır. Genel olarak ifade edilecek olursa İsveç, hiyerarşik olmayan yapılara sahip, bireycilik ve kadınsı değerleri yüksek, belirsizlikten toleransı yüksek bir kültüre sahiptir. Yaşamı ve doğaya seven insanların olduğu, en erken dönemlerde toplumsal uzlaşmayı gerçekleştirebilmiş bir toplumda işletmelerin başarılı olmasının da kaçınılmaz olduğu görülmektedir. İsveç'te işletmelerin insan kaynakları yönetimi uygulamalarından temin ve seçim, ücretlendirme ve performans değerlendirme gibi uygulamaların İsveç'e ait kültürel özellikler ile paralellik göstermekte olduğu görülmüştür. Niceliksel çalışmalarla desteklenebilecek nitelikte olan çalışmamızın kültürel özelliklerin insan kaynakları uygulamalarına etkisi açısından bir basamak olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aycan, Z. (2007), The Interplay Between Cultural and Institutional/ Structural Contingencies in Human Resource Management Practices, The International Journal of Human Resource Management, 16:7, 1083-1119.
- Akyol, Şeyda (2009), Örgüt Kültüründe Güç Mesafesi ve Liderlik, Yayınlanmamış Doktora Tezi: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Babayiğit, S. (2007), Farklı Kültürlerde İş Görüşmeleri, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Dinç, Esra (2015), Kültür ve İnsan Kaynakları Uygulamaları, 1.Baskı, İstanbul: Beta Basım.
- Benli, A. ve Yenihan, B. (2016), İsveç Endüstri İlişkileri Sistemi, içinde Ramazan Tiyek (Editör), Karşılaştırmalı Endüstri İlişkileri, Kırklareli: Dora Basım Yayın Dağıtım.
- Dünya Nüfus Dergisi (2019), <http://worldpopulationreview.com/countries/sweden-population>, (Erişim Tarihi: 23/02/2019).
- Erbaş, S. (2011), İşletmelerde Kültürel Farklılıkların Yönetiminde Halkla İlişkilerin Rolü ve Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

- Euronews (2019), <https://tr.euronews.com/2019/01/09/2018-demokrasi-ende-ki-turkiye-10-basamak-geriledi-110-ulke-oldu-avrupa-demokrasi> , (Erişim Tarihi: 23/02/2019).
- Gannon, M. ve Pillai R. (2000), Understanding Global Cultures: Metaphorical Journeys Through 29 Nations, Clusters of Nations, Continents, and Diversity, Fourth Edition, USA: Sage Publications.
- Helvacioğlu, N. ve Özutku, H. (2010), Kültürel Farklılıkların Yönetiminde İnsan Kaynakları Stratejilerinin Rolü: İkea Örneği, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt:8, Sayı:1, s.195-216.
- İşcan, Ö. F. ve Timuroğlu, M. K. (2007), Örgüt Kültürünün İş Tatmini Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama, Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:21, Sayı:1, s.119-135.
- Jackson, Terence (2001), Cultural Values and Management Ethics: A 10-Nation Study, Human Relations, Vol:54, No:10.
- Kafesoğlu, İbrahim (2000), Türk Milli Kültürü, İstanbul: Ötüken Neşriyat Yayınları.
- Lindeberg, T., Manson, B. ve Larsen, H.H. (2013), HRM in Scandinavia - Embedded in the Scandinavian Model? içinde Emma Parry, Eleni Stavrou ve Mila Lazarova (editör), Global Trends in Human Resource Management, Palgrave Macmillan, U.S.
- Nahavandi, A. ve Malekzadeh, A. R. (1999), Organizational Behavior: The Person Organization Fit , New Jersey: Prentice Hall.
- Ofli, E. ve Tunç, A.Z. (2018), Kurumsal Kimlik Tasarımları ve Kültürel Farklılıklar (İKEA ve Koçtaş Örnekleri), Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Art-E Sanat Dergisi, Cilt:11, Sayı:22, s.338-374.
- Rençber, İ. (2014), İnsan Kaynakları Yönetim Uygulamaları, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Sargut, S. (2001), Kültürarası Farklılaşma ve Yönetim, 2.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.
- Schein, H.E. (1976), Örgütsel Psikoloji, Eskişehir: İ.T.İ.A. Yayınları.
- Sofyalıoğlu, Ç. ve Aktaş, R. (2001), Kültürel Farklılıkların Uluslararası İşletmelere Etkisi, Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt:7, Sayı:1, s. 75-96.
- Tüz, M. (2004), İşletmelerde Yönetim Modelleri: Avrupa, Amerika, Japonya, Türkiye Uygulamalı, İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Yılmaz, D. (2007), Toplumsal Kültürün Kurumsal Kültür Ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Etkileri: Türkiye’de Kurulmuş Alman Firmalarında Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

HEDONİK TÜKETİM VE KADIN “SOSYAL MEDYA EKSENİNDE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA ”

Seda GÖKDEMİR EKİCİ

SUBÜ; Adapazarı Meslek Yüksekokulu, Perakende Satış ve Mağazacılık Bölümü

Selcen VODİNALI

SUBÜ; Adapazarı Meslek Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Nesrin AKINCI ÇÖTOK

SAÜ, Gazetecilik Bölümü

ÖZET

Sosyal medya, kullanıcıların kendilerini ifade ettikleri, diğer kullanıcılar ve markalar ile etkileşime girdikleri önemli mecralardan birisidir. Tüketiciler, sosyal medyadaki kullanıcılar veya firmalar tarafından oluşturulmuş içeriklerden, gündelik yaşamlarından, satın alma noktasına kadar birçok boyutta etkilenmektedir. Markalar, tüketicilerine ürün ve hizmetlerinin tanıtımının yanı sıra hikâyelerinin bir parçası olma duygusu yaşatmaktadırlar. Sosyal medyanın ivme kazanan bu gelişimi, tüketim kültürüne de yeni bir boyut kazandırarak birçok markanın çeşitli sosyal medya araçlarını kullanmasını hızlandırmıştır. Konuya kadın özelinden bakılacak olursa; Hedonik markaların, ideal kadının nasıl olması gerektiği, ideal kadın bedeni ve buna ulaşmada markaların sunduğu vaatleri sıralaması, vurgulaması ve tüketimde hazcılığın belirleyicileri ve hazcı tüketimin etkileyicileri ile hazcı tüketimde markaların oluşturduğu kadın algısı yadsınmaz bir gerçektir. Bu süreçte geleneksel medyada olduğu gibi yeni medyada da gerek alışveriş siteleri olsun gerek sosyal medya platformları olsun kadın; hem tüketen hem de tüketime yönlendiren konumunda öncelikli hedef kitle olma özelliğini kaybetmemiştir. Bu çalışma hedonik markaların, kadını arzu nesnesi haline getirmek üzere idealize ettiği feminen özelliklerin ve hedonik tüketimi tetikleyen uygulamaların, sosyal medya üzerinden okunmasına yönelik bir çalışmadır.

Anahtar Kelimeler: Hedonizm, Hedonik Tüketim; Sosyal Medya; Kadın; Instagram

Hedonic Consumption and Women “Conceptual study in the field of Social Media ”

Lecturer Seda Gökdemir Ekici

SUBÜ; Adapazarı Vocational School of Higher Education, Retail Sales and Retailing Department

Assoc. Prof. Dr Nesrin Akıncı Çötök

SAÜ, Department of Journalism

Lecturer Selcen Vodinalı

SUBÜ; Adapazarı Vocational School of Higher Education, Department of Public Relations and Publicity

ABSTRACT

Today, social media is one of the most important fields where users express themselves and interact with other users and brands. Consumers are influenced in many points from the content created by users or companies on the social media, from their daily lives up to the point of purchase. In addition to promoting their products and services, brands also create a sense of being a part of their story. This development of social media has accelerated the use of various social media tools by adding a new dimension to the consumption culture.

From the point of view of women in the subject; It is an undeniable fact that the hedonic brands formed the ideal female body and how the ideal woman should be, ranging promises made by the brands to reach it, emphasizing them and determinants of hedonism in consumption and influencers of hedonistic consumption and perception of women which are formed by the brands in hedonistic consumption. In this process, as in the traditional media, the new media, both shopping sites and social media platforms; women did not lose its characteristic of being the primary target group in the position of both consuming and directing to consumption. This study aims to read feminine characteristics which are idealized by Hedonic brands to transform women into objects of desire and applications which trigger hedonic consumption through social media.

Keywords: Hedonism, Hedonic Consumption; Social Media; Woman; Instagram

GİRİŞ

Geleneksel tüketim davranışlarında, tüketiciler ağırlıklı olarak satın aldıkları mal veya hizmetlerden elde edeceği rasyonel faydaya odaklanmaktadır. Temel ve zorunlu ihtiyaçların karşılanmasına yönelik gerçekleştirilen tüketim davranışlarında ürünlerin bilişsel özellikleri ön planda olmaktadır. Tüketim olgusuyla ilişkili olarak yaşanan gelişmeler ise yeni istek ve ihtiyaçları ortaya çıkarmakta ve geleneksel pazarlama anlayışı bu istek ve ihtiyaçlara cevap verebilmede yetersiz kalmaktadır. Yaşanan tüketim deneyimlerinde soyut ve duygusal yönlerin geleneksel anlayışla açıklanamaması, hedonik tüketim kavramının doğmasına neden olmuştur. Son yıllarda gelişen yaşam standartları, artan gelir düzeyi, sosyal medya ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler tüketicilerin hedonik (hazcı) tüketime olan ilgisini arttırmıştır. Buna bağlı olarak, hazcı tüketim ve sosyal medya ilişkisine yönelik yapılan araştırmalar, pazarlama ve tüketici davranışları yazınında sıklıkla yer almaya başlamıştır. Pazarlama yazınında birçok çalışmada cinsiyet farklılıklarının hedonik (hazcı) tüketime olan eğilimde farklılık yarattığını vurgulanmaktadır. Bu bağlamda bu araştırma kadın tüketicilerin hedonik tüketimi, sosyal medya mecralarında kullanım biçimlerini ve markaların da hedonizme yönelik gerçekleştirdiği faaliyetlerin ilişkisini kavramsal bir çerçevede ortaya koymaya yönelik gerçekleştirilmiştir.

Hedonizm ve Hedonik(hazcı) Tüketim

Hazcılık, bir şeyden duygusal olarak ya da manevi biçimde sevinç duyma şeklinde tanımlanan ve yaşamın anlamının haz ile keşfedilebileceğini ileri süren bir felsefi görüştür. Hazcılık felsefesinin kurucusu Epikürdür. Yunan filozof Epikür, huzuru zevk ve haz olarak tanımlamaktadır. Günümüz post modern tüketim anlayışı göz önünde bulundurulduğunda, mal ve hizmetlerden edinilmek istenilen değerlerin rasyonel ve maddi faydalar sonucu oluşmasının yetersiz olduğu düşüncesi söz konusudur. Tüketimden haz almak, keyif almak, yaşanılacak deneyimlerde haz ve zevk alma boyutunun değerini arttırmakta ve hazcı tüketim kavramını ön plana çıkartmaktadır. Hazcı tüketim ilkel benlik etkisi ile ürünleri deneyimlemenin hislere dayalı ve hayal gücü boyutundan oluşmaktadır (Hirschman ve Holbrook, 1982: 92, Hopkinson ve Pujari, 1999: 274, O'Shaughnessy ve O'Shaughnessy, 2002: 526, Altunışıkve Çallı, 2004: 235, Babacan, 2001: 97-98).

Tüketim davranışlarında Holbrook ve Hirschman (1982), hayal ve heyecanların satın alınan ürünler ile ilişkilendirilmesi sonucu gerçekleştirilen tüketimi hazcı (hedonik) tüketim, tüketim kavramının bu boyutunu da haz boyutu olarak ifade etmektedir.

Levy (1959), insanların ürünleri satın alırken o ürünlerle sadece ne yapabileceğine göre değil, o ürünlerin kendileri için ne anlama geldiğine göre de tercih yaptığını ifade etmektedir. Arnold ve Reynolds (2003), tüketicilerin hedonik tüketime yönelmelerinin nedenleri arasında macera yaşayabilme, sosyalleşme, kendileriyle beraber başkalarını da mutlu etmek, fikir elde etme olduğunu ifade etmektedir.

Penpece (2006: 89) hedonizmi, modern hedonizm ve geleneksel hedonizm olmak üzere iki farklı sınıfta incelemiştir. Modern hedonizm ile geleneksel hedonizmi birbirinden ayıran temel fark, hedonik tüketicinin gelenekselcilere göre daha fazla heyecan odaklı davranmak istemesi olarak açıklanmaktadır.

Özdemir ve Yaman (2007) ise çalışmalarında cinsiyet farklılıklarının tüketim davranışlarındaki etkisini incelemiş ve kadınların alışverişi haz alınan, rahatlatıcı bir aktivite olarak gördüğünü ancak buna karşın erkek tüketicilerin daha çoğunlukla alışveriş davranışlarında rasyonel kararlar aldığını, alışverişe duygusal anlam vermedikleri sonucunu ortaya koymuştur.

Benzer şekilde Altunışık vd. (2014) çalışmalarında kadınların alışveriş davranışlarında hedonik eğilim gösterdiğini ve alışverişe anlamlar yüklediklerini, uyguladıkları bir anket çalışması sonucuyla desteklemiştir.

Günümüz post modern tüketim ortamında ürünlerin gittikçe birbirine benzer hale gelmesi, tüketicilerin rasyonel tüketim davranışı kararlarının yanında, müşteri tatminini sağlayacak hedonik tüketim davranışı gösterdiğini söylemek mümkündür. İletişim teknolojilerinde yaşanan baş döndürücü gelişmeler de interneti hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline getirirken, pazarlamanın da internet ortamında önemli hale gelmesine sebep olmaktadır. Özellikle sosyal medya üzerinde geçirilen ortalama sürenin her geçen gün artması, markaları ve dolayısıyla işletmeleri sosyal medya araçlarını tüketiciye ulaşmada önemli bir aracı olarak kullanmaya itmektedir. Özellikle hedonik tüketimin yoğun olarak mesaj bombardımanı ile sağlanmaya çalışıldığı sosyal medya araçlarını pazarlamacıların, işletmelerin ve akademisyenlerin yakından takip etmeleri önemlidir.

Sosyal Medya

Günümüzde sosyal medya; kullanıcı türevli içerik üretilebilen, kullanıcılar ve markaların etkileşime girdikleri en önemli mecralardan birisidir. Tüketiciler, sosyal medyadaki kullanıcılar veya markalar tarafından oluşturulmuş içeriklerden, gündelik yaşamlarından- satın alma noktasına kadar birçok boyutta etkilenmektedirler.

Hedonik markaların hazcı vurgulamaları, ideal kadının nasıl olması gerektiği, ideal kadın bedeni ve buna ulaşmada markaların sunduğu vaatleri sıralaması, vurgulaması, süreci geleneksel reklam anlayışı içerisinde çıkıp, doğal, kendiliğinden gelişen paylaşımlar ve etkileşimler ile gerçekleştirmesi yaşanan etkileşimi daha da güçlü kılmaktadır. Bu süreçte de geleneksel medyada olduğu gibi yeni medyada da gerek alışveriş siteleri olsun gerek

sosyal medya platformları olsun kadın; arzu nesnesi haline getirilerek, idealize edilen özellikleriyle karışımıza çıkmaktadır.

Hedonik tüketimi destekleyen ve ona platform sağlayan altyapı ise sosyal medyadır. Sosyal medya, kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım olanağı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir. (Sayımer, 2012)

Sosyal medya, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin yayımlandığı ve paylaşıldığı her türlü çevrim içi platformun genel ismidir. Temeli web 2.0'a dayanan sosyal medya, kullanıcılar tarafından yaratılan içeriğin üretimine ve paylaşımına olanak veren, internet tabanlı uygulamalar olarak tanımlanmaktadır. Literatüre bakıldığında sosyal medya araçları birçok farklı sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Sosyal medyanın en popüler araçlarını sıralayacak olursak bunlar; bloglar, microbloglar (Twitter), sosyal ağlar (Facebook, LinkedIn), medya paylaşım siteleri (YouTube, Flickr), sosyal işletme ve etiketleme (Digg, Reddit), inceleme siteleri (Yelp), forumlar ve sanal dünyalar (Second Life) olarak belirtilmiştir.

Sosyal medya araçlarının birçok çeşidi ve farklı amaçlar için farklı uygulamaları bulunmaktadır. Bunlardan dünya çapında bilinen Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Wordpress ve Wikipedia örnek olarak verilebilir.

Çalışmada hedonik markaların yarattığı kadın algısı Instagram üzerinden incelenmiştir. Bu bağlamda Instagram ilk zamanlarında sadece fotoğraf paylaşımına dayanan bir ortam iken günümüzde daha geniş kullanım olanakları barındıran bir sosyal medya platformu haline gelmiştir. Günümüz rekabet ortamında markalar, tüm sosyal ağ hesaplarını birbiri ile bütünleşmiş kampanyalarını, uygulamalarını, paylaştıkları görseller üzerinden Instagram'a özel hashtag'ler yaratıp, takipçi etkileşimini de artırarak birçok hedef kitleye aynı anda ulaşıp marka-tüketici etkileşimi-tüketici-tüketici etkileşimi hususunda imkanlar tanıyan Instagram'ı oldukça sık tercih etmektedirler.

Instagram için, markaların Facebook ve Twitter 'da olduğu gibi etkileşimlerini ölçebilecekleri ve buna göre stratejilerini şekillendirebilecekleri araçlar da mevcuttur. Bunlardan ilki Iconosquare; Markalar, takipçi büyüme tabloları, etkileşim oranları, paylaşım için en iyi zamanları, en fazla beğeni alan fotoğrafları, ortalama beğeni ve yorum sayıları gibi birçok analizi bu araç üzerinden görebilmektedir. Diğerleri ise Nitrogram, markalar için özel geliştirilmiş olan Nitrogram'da hashtag takibi, derin takipçi ve etkileşim analizleri ve sosyal CRM ölçümlmeleri yapılmaktadır. Bu araçlar etkileşim yaratmak için Instagram'ın tercih eden markaların işlerini kolaylaştıran uygulamalar olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca Instagram'ın markalar için geliştirdiği Instagram Direct uygulaması yarışma, müşteri destek servisi, topluluk oluşturma ve kullanıcı bilgisi edinme gibi uygulamaları içeren, markaların tercih ettiği diğer bir uygulamadır.

Simply Measured tarafından hazırlanan infografikte Instagram için aşağıdaki tespitler yer almaktadır:

- Dünyanın en büyük 100 markası 2014'ün 3. çeyreğinden bu yana etkileşim oranlarını ikiye katladı; 2012'nin 3. çeyreğinden bu yana ise takipçi sayılarını 12 kat arttırdı.
- Konfor, Kıyafet, Ev Dekorasyonu ve Elektronik sektöründeki markaların Instagram'daki nüfuzu oldukça geniş. Taşımacılık sektöründeki markaların ise yok denecek kadar az.
- Büyük markaların %91'i en fazla 7 hashtag kullanıyor. En az 1 hashtag kullandıkları gönderiler ise %12.6 daha fazla etkileşim alıyor.
- Büyük markalar Instagram fotoğraflarına ortalama 138 karakterlik açıklama ekliyor. Açıklamasında başka bir Instagram hesabına mention yapılan fotoğraflar ise %56 daha fazla etkileşim alıyor.
- Medya sektöründeki markalar günde ortalama 2 fotoğraf paylaşıyor ve diğer markalardan ortalama 5.084 daha fazla beğeni & yorum alıyor.

Instagram, Hashtag kullanımına teşvik etmektedir. Yeni takipçiler ve popüler hashtaglerden faydalanarak "instagood" gibi, daha geniş erişim kazandırma imkanı sunmaktadır. Hashtag'leri kullanmak marka ve tüketici arasında çok önemli bir bağıdır. (Kutluğ,2014)

Hashtagler, Instagram'ın en önemli unsurlarından biridir. Hashtagler, yani Türkçe anlamı ile etiketler Instagram'a konulan fotoğrafların ilgili olduğu konuları belirler ve markanın daha çok like (beğeni) ve follow (takip) almasını sağlayan en önemli faktördür. Hashtagler sayesinde Instagram'a konulan fotoğraflar birçok kişiye ulaşmaktadır.

İdealize Edilmiş Kadın Bedeni ve Sosyal Medyaya Yansıması

Gerek geleneksel medyada gerekse yeni medyada kadın, tüketim kültürünün nesnesi haline getirilmeye çalışılan, seyirlik, kusursuz, bakımlı, kaslı, seksi gibi tanımlamalarla zihinlerde idealize edilmeye çalışılan taraf olmuştur. Şüphesiz kadını bir arzu nesnesi haline getiren bu durum tek başına markalar tarafından yaratılmamaktadır. Sosyal medyada yer alan hedonik markaların yanı sıra bireysel kullanıcıların özellikle fenomenlerin ve diğer kanaat önderlerinin yaptığı paylaşımlarla kadın için idealize edilen sıfatlar pekişmekte ve popüler kültür haline dönüşmektedir.

Kadınlar medyada ve özellikle reklamlarda iki kategoride karşımıza çıkmaktadır. Birinci kategoride kadını "ev kadını", "eş" ve "anne" gibi onlarla eşleştirilebilecek modeller verirler. İkinci kategoride ise kadının cinselliği ağır basmaktadır (Çamdereli,2006).

Reklamlarda kadın bedeninin kullanımı veya cinselliğin kullanımı reklam endüstrisinin erken dönemlerinden bu yana reklamcılar tarafından sıkça kullanılan bir yöntem haline gelmiştir. Reklamlarda cinselliğin kullanımı, Boddewey'in araştırmasında dört farklı kategoride belirtilmiştir: Birincisi; cinsiyet ayrımcılığı, kadınlara karşı önyargılı olmak, eşitsizliği cinsiyet rol modelleri üzerinden reklamlara yansıtmak. İkincisi; reklam mesajlarında cinsiyet, ırk, yaş vb. yönelik aşağılayıcı göndermeler yapmak. Üçüncüsü; cinsel imge ve imaların kadına yönelik şiddeti betimlemesinde kullanmak olarak görülmektedir. Sonuncusu da cinselliğin nesneleştirilmesi, genellikle kadınları dekoratif veya dikkat çekme amacıyla kullanmaktır (Uslusoy,2007).

Beden konusu, tüketim ideolojisinin ataeril ideoloji ile birleşmesinin bir sonucu olarak daha çok kadınlar üzerinden işlemektedir. Foucault'un biyo-iktidar kuramı da bedenin disipline edilmesi üzerinde durmaktadır. "Bu bio-iktidarın kapitalizmin gelişmesinin vazgeçilmez bir ögesi olduğu kuşku götürmez, çünkü kapitalizm, bedenlerin denetimli bir şekilde üretime sokulması ve nüfus olaylarının ekonomik süreçlere göre ayarlanmasıyla sağlanmıştır" (Foucault, 1993: 144). Sağlıklı olma, spor ve perhiz yapma sonucunda bedenin disipline edilmesiyle insanlar daha uzun süre sağlıklı olarak yaşayacak ve daha çok tüketerek kapitalizme daha uzun süre hizmet edeceklerdir. Kadın bedeni ise böylelikle, ataeril kapitalist toplum için hem üretim hem de tüketim aracı haline gelmektedir (Demir, vd., 2013).

Kültür tarihi boyunca kadının üzerine kodlanan olumsuz, ikincil, zayıf olan dişilik imajı, güzelliğe dair söylemler aracılığıyla yeniden üretilmektedir. Bir diğer ifade ile tüketim kalıpları altında bir dayatmaya dönüşen ve sadece dış görünüşü iyileştirmeye odaklı günümüz güzellik ideali, olumsuz dişilik imajını güçlendirmektedir. Kişilik, akıl ya da zekâ gibi özelliklerinden bağımsız olarak sunulan bu güzellik ideali problematik olduğu gibi medyatiktir. Medyanın cinsiyetçi yaklaşımı bağlamında, eşitsizlik, şiddet, pornografi ve özellikle genç kızlar üzerinde patolojik ve toplumsal beden imajı baskısı gibi pek çok kadın sorununa "güzellik dayatması altında metalaşan kadın sorunu"nu da dâhil etmek yerinde olacaktır (Güzel, 2013).

Dayatılan bu güzellik algısı ve idealize edilmiş kadın bedeni reality şovlardan dizilere medyanın her alanında körüklenmektedir. Örneğin Amerika'da her sene düzenlenen Dünya Çocuk güzellik yarışmasında yaşları 3-7 arasında değişen çocuklar, güzellik kraliçesi olabilmek için birbiriyle yarışmakta ve adeta bu program için yaşamaktadır. Söz konusu yarışmada çocuklara dayatılan güzellik algısı ve toplumsal yansımaları gözle görülür boyutlarda yaşanmaktadır. Ailelerin kazanma hırsıyla çocuklarını zerafet, diksiyon, güzel yürüyüş ve makyaj teknikleri kurslarına gönderdiği, standartlara uygun olmaları için toplu olan çocuklara rejim yaptırdığı ve hatta bazı yarışmacıların (özellikle) dudaklarına (illegal olarak) kolajen madde enjekte etmesi, saç ve tırnaklarına yetişkinlere özel uygulamalardan yaptırmaları gazetelere manşet olmuş ve oldukça tepki çekmiş bir konudur.



Güzellik Yarışmasından bir aday

Medyada kadın bedeni, çeşitli söylemlerle denetim altında tutulmaktadır. Kadının bedeni bireysel kimliği ile özdeş tutulurken, güzel ve bakımlı bir bedene sahip olmak, iyi bir anne ve eş olmanın da önkoşulu olarak görülmektedir. "Zayıf, atletik ve güzel kadın toplumsal bir ideal olarak sunulurken, bu bedene sahip olmak için kullanılan tüketim ürünleri aracılığı ile yaratılan 'her yaşta genç kadın' imajı bireysel başarının da anahtarını oluşturmaktadır." (Timisi, 1997:40) Zayıflık, reklamlarda kadın için mutlaka ulaşılması gereken bir ideal olarak sunulurken zayıf kadınların başarılı, rekabetçi, tuttuğunu koparan nitelikte oldukları vurgulanmaktadır. Kitle iletişim araçları, ev-içi alandan kamusal alana çıkan kadın üzerinde yarattığı güzellik miti ile yeni bir toplumsal baskı kurmaktadır (Demir, 2006).

Yaratılan bu güzellik miti sosyal medyada markalar tarafından oldukça işlenen ve dolaşıma sokulan fotoğraf ve videolarda açıkça görülmektedir. Özellikle erotik markalar kategorisine sokabileceğimiz markalar stratejilerini bu mit üzerinden kurgulamaktadır. Erotik markalar şok etmekle ya da karşı gelmekle kalmayıp, çekicilik sağlayabilir, yetişkinliği yansıtabilir, suç ortaklığı yaratabilir. Erotik olana ilişkin bütün fikir, neyin gösterilip neyin gizleneceğine ilişkin stratejik karardır.

Erotik markaların paylaştığı kimi ortak etkenler şunlardır:

- Diğer çağdaş değerlere göre, cinselliğin cesur biçimde betimlenmesi
- Erotika: ima ve akıl çelme sanatı
- Şehvet: deneyselliği başlangıç noktası olarak alan zengin medya ve buluşma noktaları
- Diğer kültürlerle bir araya gelme: kadınların gücü, anarşi, çocuksuluk vb.
- Mesajın araç olması: reklamın bir açıklama, bir tartışma konusu vb. olması
- Bedensel zevkler
- Mizah, nükte, eğlence
- Ya da sanat ve tarza yönelip sanat görüntüsü veren sofistikasyonlar ortaya koymak
- Ya da fazla çıplak, doğrudan ya da şok edici olmamak için diğer kültürel yollardan bazılarını kullanmak (Grant, 2006)

Söz konusu markaların tercih ettiği yaygın erotik marka stratejilerinden biri de büyüleyiciliktir. Bu sözcük, bir sihir, alımlılık ya da kişinin aşık olmasını sağlamak için tasarlanmış diğer büyü araçları olarak tanımlanmaktadır. Büyüleyicilik iki çağrışım içerir:

- Şu Kleopatra niteliği: sizi büyülemesi
- Sofistike, büyü yerler ve insanlar, ünlüler.

Diğer bir deyişle, büyüleyicilik, erotik olanın lüks olanla bir araya gelmesidir. (Grant, 2006)

Günümüz rekabet koşullarında markaların, tüketicisi ile en çabuk ve kolay iletişime geçeceği, hikâyesini aktarıp dolaşıma sokabileceği ortamlardan biri şüphesiz sosyal medyadır. İyi fikirler, büyük kampanyalar bir bakarsınız aynı anda binlerce kişiye ulaşır ve bir bakarsınız hedef kitleniz ile el ele vermiş kimi zaman kendi hikayesini yaratmasına imkan tanınmış, kimi zaman sizin marka hikayenize seve seve dahil olmuş, marka ile tüketici etkileşimi gerçekleşmiş, o istenen duygusal bağ kurulmuştur.

Örnekler

1. Victoria's Secret

Geleneksel medya araçlarında olduğu gibi, yeni medya araçlarında da kadın; reklamcılığın vazgeçilmezi olarak kabul edilmektedir. Victoria's Secret markasına kadın bedenini tek tipleştirme, idealleştirme hususlarını birçok uygulamasında görmek mümkündür.

Body by Victoria koleksiyonu için hazırlanan reklam kampanyasını başlatan marka, #iamperfect (kusursuzum) hashtag'i ile de sosyal medya üzerinden devam etmiştir. İç çamaşırli mankenlerin önünde büyük puntolarla, "The Perfect Body" (Kusursuz Vücut) yazan ilan, kadınların kendilerine olan güvenini azalttığı ve anoreksiye sürüklediği öne sürülmüştür. Sosyal medya üzerinden büyük tepki toplayan bu kampanya hakkında change.org'da bir imza kampanyası başlatılarak; imza kampanyasının bildirisinde, "tek bir vücut tipine kusursuz demek kadınların vücutlarındaki inanılmaz çeşitliliği övmeye engel oluyor" ifadesi yer almıştır. 5 bini aşkın imza toplayan kitle, Victoria's Secret'ın özür dilemesini ve kampanyayı bir an önce sonlandırmasını istemiştir. Kampanyayı başlatan İngiliz Frances Black, "reklamları bir AVM'de gördüğümde beynimden vurulmuşu döndüm" açıklamasını yapmıştır. Tepki toplayan söz konusu kampanyada tüketicilerinin sesine kulan veren Victoria's Secret, sloganını "herkes için bir vücut" (a body for everybody) olarak değiştirmiştir. (Hürriyet, 2014)

Reklamlarda son derece güzel ve çekici modeller kullanılarak iç güzellik yerine "kusursuzluk" ön plana çıkarılmaktadır. Bu noktada kadın kendi gerçekliğiyle söz konusu kusursuzluğu karşılaştırmakta ve çoğu zaman yetersiz olduğunu düşünerek psikolojik açıdan kendini kötü hissetmektedir (Vodinalı, 2016).

Yer yer kadınlar reklamlar tarafından, "doğru" görünümde olmayı başarmak için pahalı yöntemler uygulamaya yönlendirilmekte, kendilerine, sadece kusursuz güzelliğe sahip olurlarsa mutluluğu yakalayabilecekleri mesajı verilmektedir.

Görsel veya basılı materyallerde güzel, bakımlı yüzler üzerinden rol modeller sunularak sistemin üretmeye çalıştığı "ideal kadın", "ideal beden" imajlarının yaygınlaşması ve hedef kitledeki tüm kadınların bu ideal modellere dönüşmek için çaba sarf etmesi gerektiği mesajları verilmektedir. Hedef kitledeki kadın bu dergileri alarak aslında imaj, taktik ve strateji satın almakta günümüz kapitalist sistemin dayattığı model olabilmek için gerekli bilgilere sahip olarak kendini değiştirip dönüştürmenin çabasını vermektedir. Bu noktada beden sistem içerisinde farklı bir konuma yerleştirilmektedir. Bu sistem içerisinde beden, Bauman'ın ifade ettiği şekliyle bir "haz aracına" dönüşmekte ve bu hazın bastırılmasından öte, sürekli bir üretimin sağlanması ve yaygınlaşması teşvik edilmektedir (Bauman, akt. Turner, 1993:15, akt:Gündüz, 2011). (Kanlı ve Dikmen, 2012).

Victoria's Secret Türkiye
Instagram Hesabı

Takipçi: 102k | Takip Edilen: 71 | Takip Et

http://instagram.com/victoriasecretturkiye | Son Kontrol : 05.04.2019

Genel Bakış		Performans	
Takipçi	102.500	Günlük takipçi artışı	49 %0,05
Takip Edilen	71	Haftalık artış	660 %0,65
Sektör	Giyim > Markalar	Aylık artış	3.492 %3,53

VS markasının Instagram profilinin görünümü

Erişim tarihi 05.04.2019 <https://www.boomsocial.com/Instagram/Hesap/magnumturkiye-330343416>

İçerikler	Tarih	Beğeni	Yorum	Etkileşim
	04.04.2019 16:57:15	756	8	%0,75
	04.04.2019 12:15:09	1.584	4	%1,55
	03.04.2019 17:05:09	904	3	%0,89
	03.04.2019 12:10:02	1.009	0	%0,98
	02.04.2019 16:58:01	1.653	8	%1,63
	02.04.2019 11:57:01	1.800	9	%1,78

Paylaştığı içeriklerden örnekler

Erişim tarihi 05.04.2019 <https://www.boomsocial.com/Instagram/Hesap/magnumturkiye-330343416>

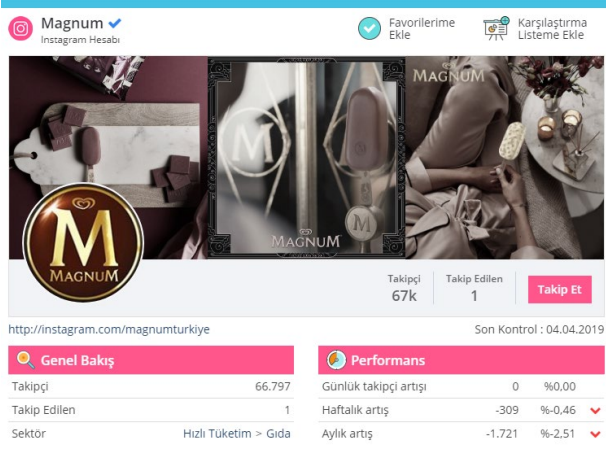
Victoria's Secret markasının paylaşımları kadın bedeni üzerine inşa edilmiştir ve Instagram üzerinden paylaştığı reklamlarda bu husus kendini göstermektedir. Markanın kadın bedeni üzerinden hedonik bir algı oluşturduğu, kendini büyüleyici, sofistike bir marka olarak tanımladığı kullandığı göstergelerden özellikle de fotoğraf altı başlıklardan ve hashtaglerden de anlaşılmaktadır.

2. Magnum

Hedonik markaların en popüler örneklerinden biri olan Magnum sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan ve çeşitli kampanyalar üzerinden etkileşim oranları yüksek olan bir markadır. Magnum markasının sloganlarından da anlaşılacağı üzere haz dünyası yaratmaya çalışan markanın slogan için seçtiği sözler oldukça iddialıdır denilebilir. Markanın sloganları şu şekildedir; "aklını başından alır, Magnum'sa eğer her şeye değer, haz var dahası var, haz peşinde" vb.

Magnum, Türkiye tarafından, sosyal medyada çeşitli kampanyalar yürütülmektedir. Özellikle Twitter ve Instagram'da hashtag'ler ile kullanıcı etkileşimini artırma, Twitter üzerinden canlı yayın yapma ve Vine üzerinden kısa videolar yayınlama gibi pazarlama stratejilerini kullanarak sosyal medyanın bir marka tarafından nasıl etkin bir şekilde kullanılabileceğinin iyi örnekleri arasına girmiştir. Bunun yanı sıra hazırladığı dijital oyunlar ve içerikler ile hedef kitlesine ulaşmaya çalışan Magnum, Magnum Pleasure Hunt oyunlarında ilk önce, özenle

hazırlanmış ve harflerin kesilerek yapıştırıldığı bir fidye mektubu vererek bu mektup ile sizi bir adamın kaçırıldığı web sitesine yönlendiriyor ardından onu kurtarmak için yeni Magnum dondurmasının birkaç seriden oluşan oyununu oynamanız ve bütün istenen içerikleri toplamanız gerekiyor. Oyunun sonunda prensini kurtaran kullanıcılar böylelikle haz dünyasının içine çekilerek içeriğin bir parçası olmakta ve markanın kampanyaları oldukça ses getirmektedir.



Magnum markasının Instagram profilinin görünümü

Erişim tarihi 05.04.2019

<https://www.boomsocial.com/Instagram/Hesap/magnumturkiye-330343416>

İçerikler	Tarih	Beğeni	Yorum	Etkileşim
 En son ne zaman yepyeni bir şey denedin? Ruby çikolatasıyla hazırlanan Magnum Yakut, vazgeçilmez olacak!	04.04.2019 16:32:11	551	7	%0,85
 Gözlerini kapat! Magnum hazının eşsiz lezzetine odaklan. Yeni Magnum Yakut, şimdi marketlerde!	03.04.2019 12:57:28	516	9	%0,80
 Badem parçaları ile kaplı, kadifemsi vanilya lezzeti ile Magnum Mini!	28.03.2019 16:46:08	411	2	%0,62
 Önünde hafta sonu için tatil planları ve yanında Magnum Mini'nin birbirinden haz dolu seçenekleri var!	22.03.2019 15:20:16	543	6	%0,82
 Evin ışıkları söner, Magnum anı başlar. Magnum Mini, senin haz anın!	18.03.2019 18:25:58	249	2	%0,37
 Magnum Mini ile beraber haz dolu mini bir kaçamak.	15.03.2019 16:35:25	304	2	%0,45

Paylaştığı içeriklerden örnekler

Erişim tarihi 05.04.2019

<https://www.boomsocial.com/Instagram/Hesap/magnumturkiye-330343416>

Paylaştığı içerikler ve görseller üzerinden bir okuma yapıldığında Magnum'un söylediği sözlerin seçimi ve görsellerin neredeyse tamamında haz dünyası yaratmaya çalıştığı yadsınamaz bir gerçektir. Nitekim kendisini yetişkinlere özel dondurma olarak tanımlaması da bunu kanıtlar niteliktedir. Yeni bir şey denemek, kışkırtıcı, hazın eşsiz lezzetine odaklanmak, haz dolu mini kaçamak, evin ışıklarının sönməsi vb.sözlerin seçimi ile hazcı yaklaşımı açıkça görülmektedir.

SONUÇ

Sosyal medya markalar tarafından bir etkileşim platformu olarak oldukça sık kullanılmaktadır. Markalar için, gerek ürünleriyle ilgili, gerekse marka konumlandırması için uyguladıkları taktiklerini, düşüncelerini çeşitli yollarla paylaşabilmektedir. Bireysel sosyal medya kullanıcısı ise istediği düşünceyi ve yorumu gerek görseller veya yazı üzerinden gerekse videolar yoluyla paylaşarak her iki taraf için (marka-tüketici) karşılıklı etkileşim ortamı sağlamakta ve verilmek istenen mesajların aynı anda milyonlarca kişiye ulaşmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya markaların günümüzde, mesajlarını hızlıca iletebilecekleri, müşterilerine seslenebilecekleri ve onlarla yakın temas kurabilecekleri bir araç haline gelmiştir.

Araştırmada ele alınan markaların yaptığı paylaşımlar üzerinden bir okuma niteliği taşıyan bu çalışmada örnekler üzerinde tespit edilen ortak nokta 'büyüleyicilik' algısının ön planda tutularak kadının feminen özellikleri

üzerinden ideal kadının nasıl olması gerektiği ile ilgili paylaşımların yapıldığıdır. Her iki markanın da mesaj stratejilerinin odak noktası haz ve büyüleyiciliktir. Kadınların alışveriş deneyimlerinde yaşayacakları hedonik duyguların, olmak istedikleri ya da olmaları gerektiğini düşündükleri idealize edilmiş bedenlere kavuşma ya da tüketimle o deneyime sahip olma düşüncesini yaratma gücü oluşmaktadır. Sosyal medya gibi geleneksel medya araçları da kadın bedeninin idealize edilmesine yönelik mesaj bombardımanına devam etmektedir.

Hedonik tüketim ve hedonik hazcılık temelinde reklamların oluşturularak, kadın bedeni üzerinden incelenmesi tüketim toplumu kuramlarına dayalı tartışmalar bağlamında ele alınabilecek özelliktedir. Bu bağlamda hedonik tüketimin öncülleri ve sonuçları ile ilgili örnekler, pratikteki uygulamalar üzerinden yapılabilecek sorgulamalar söz konusu alan perspektifinde farkındalık kazanmayı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Altunışık, R. ve Çallı, L. (2004), “Plansız Alışveriş ve Hazcı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Satınalma Karar Sürecinde Bilgi Kullanımı”, 3. Ulusal Ekonomi, Bilgi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı; 231-239.
- Arnold, J. M. ve Reynolds, K. E. (2003), “Hedonic Shopping Motivations”, *Journal of Retailing*, 79; 77-95.
- Babacan, M., “Hedonik Tüketim ve Özel Günler Alışverişlerine Yansıması”, 6. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, Erzurum, 2001
- Çamdereli, M. (2006). Reklam Arası. Konya: Tablet Kitabevi.
- Demir, Kula, N., ve Yiğit, Z. (2013). Reklam Fotoğraflarında Kadın Bedeninin Değişimi. *Turkish Studies*. 8 (6), 459- 472.
- Demir, N. K. (2006). Kültürel Değişimlerin Reklamlarda Kadın ve Erkek Rol-Modellerine Yansıması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt 16-Sayı 1*.
- Grant, J. (2006). Markaların İnovasyon Manifestosu. İstanbul: MediaCat Yay.
- Güzel, E. (2013). Güzellik Dayatması Altında Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın. *Global Media Journal* .
- Holbrook, M. B. ve Hirschman, E. (1982), “The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun”, *Journal of Consumer Research*, September, 9; 132-140.
- Hopkinson, G.C., Pujarı, D., “A Factor Analytic Study of The Sources of Meaning in Hedonic Consumption”, *European Journal of Marketing*, Vol. 33, No.4, 1999.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of marketing*, 46(3), 92-101
- Kanlı, İ. A., ve Dikmen, F. (2012). Kadının ‘Metalaştırılma’ Sorununun Sosyal Medya Üzerinden Okunması: Ala Loca Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi* sayı 3.
- Kutluğ, B. (2014. Ekim 12). Sosyal Medya Pazarlamasında Instagram’ın Gücü <http://www.pazarlamasyon.com/2014/01/sosyal-medya-pazarlamasında-instagramın-gucu/>
- Levy, S. J. (1959), “Symbols for Sale” ,*Harvard Business Review*, July-August, 37; 117-119
- O’Shaughnessy, J. ve O’Shaughnessy, N.J., “Marketing The Consumer Society And Hedonism”, *European Journal of Marketing*, Vol.36, No.5/6, 2002
- Özdemir, Ş., ve Yaman, F. (2007). “Hedonik alışverişin cinsiyete göre farklılaşması üzerine bir araştırma”. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2), 81-91.
- Penpece, Dilek (2006) “Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi” Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Saymer, İ. (2012). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yay.
- Uslusoy, B. S. (2007). Kadınlara Yönelik Reklamlarda Etik Sorunlar ve Yeni Paradigmalar, İ. Saymer, & P. Eraslan Yayınoglu (ed), *Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler*, İstanbul: Beta Yay.
- Vodinalı, S.(2016). Yeni Reklam Mecrası Instagram’ da İdeal Kadının Temsili: “Victoria’s Secret Örneği” *Social Sciences: A Fresh Start* ; 314-33
- Yolcu, T., Ekici, S. G., ve Altunışık, R. (2014). Kadınların Alışveriş Davranışlarında Hazcı Eğilimlerin Rolü Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi, Moldova*.

İLKÖĞRETİM KADIN YÖNETİCİLERİNİN EĞİTİM KURUMLARINDAKİ ROLLERİNE İLİŞKİN KADIN YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ

Aşkın DOYGUNEL
Yakın Doğu Üniversitesi
askin.doygunel@hotmail.com

Özet

Kadınların doğası gereği daha duygusal, daha canayakın ve anneliğin verdiği psikolojiyle öğrencilere ve doğacak sorunlara yaklaşımı her zaman samimi ve çözüm odaklı olmuştur. Bunun yanında kadın yöneticinin kendisi için de avantajları oldukça yüksektir. Kadının işinde başarılı olması, mutlu olması anlamına gelip, duygusal zekası güçlü, kendine güveni tam ve bir kadının da neler başarabileceğinin ispatıdır.

Bu araştırmanın amacı ilköğretim kadın yöneticilerinin eğitim kurumlarındaki rollerine ilişkin kadın yönetici görüşlerini değerlendirmektir. Bu çalışmada nitel araştırma ve durumsal çalışma yöntemi kullanılarak istenilen veriler elde edilmiştir. Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı Lefkoşa ve Lefkoşa Bölgesi İlköğretim okullarında görev yapan 20 katılımcı kadın yöneticiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmada Kadın Yöneticilere, "Eğitim Kurumlarındaki rollerine" bağlı olarak "Kadın yöneticilerde olması gereken yönetici özellikleri, görevlerinde en çok karşılaştıkları olumlu ve olumsuz tepkilerin, karşılaşılan tepkilere karşı mücadele etmede kullandıkları stratejilerinin" neler olduğu ile ilgili sorular sorulmuştur.

Araştırma sonucunda kadın yöneticilerin, yöneticilik görevlerini yerine getirmede hem kendilerine hem de özellikle öğrencilere büyük avantaj oluşturdukları ortaya konmuştur. Görevlerini yerine getirirken çok meraklı, titiz, işini severek yaptıkları ve dıştan gelen olumsuz tepkilere karşı da da anlayış göstererek gelerek, işlerine daha çok sarıldıkları ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Eğitim Kurumları, Kadın Okul Yöneticileri, İlköğretim, yönetim ve yöneticilik.*

Giriş

Toplum ve toplumun geleceği için okulların ne kadar önemli olduğu herkes tarafından bilinmektedir. Özellikle de ilköğretim ki eğitimin temelini oluşturmaktadır. Önem derecesi bir o kadar daha artmaktadır.

İlköğretimin yani temel eğitimin öncelikli görevi; Her Türk çocuğuna iyi bir yurttaş olmak için gerekli temel bilgi, beceri, davranış ve alışkanlıkların kazandırılmasını sağlamak ve onları yetenekleri doğrultusunda hayata hazırlamaktır (Babadag ve Sarıbaş, 2015).

Toplum için büyük bir rol üstlenen okulların hedeflerine ulaşabilmesinde yöneticinin, yöneticiliğin ve yönetim biçiminin önemi büyüktür.

Yönetim, okulun saptanmış amaç ve hedeflerini yerine getirmek için bir araya getirilen insanları, örgütleyip, organize ederek harekete geçirme süreci olarak açıklanmaktadır. Yöneticilik ise planlanan görevlerin etkin bir şekilde yönetici tarafından gerçekleştirilmesidir.

Toplum için bu kadar önemli bir görevi yüklenen okulların saptanan amaçlarına ulaşabilmesi başlı başına okulların yönetimleriyle ilgilidir. Diğer şekliyle yönetici, bir örgütün amaçlarına ulaşabilmesini sağlayan eşgüdümleme, planlama, liderlik ve iş takibinden sorumlu olan şahıstır. (Köse ve Uzun, 2017).

Bilgi, yetenek ve düzgün davranışlara sahip olan bir okul yöneticisi başta öğrenci ve öğretmenler olmak üzere, okul örgütündeki tüm personel ve aileler üzerinde de tesirli olmaktadır. Başarıya giden yolda en başta topluma kazandırılacak öğrencilerin düzgün, ahlaklı ve ülkesine, vatanına bağlı birer insan olmasını sağlayabilmek için yöneticilerin belirli özelliklere sahip olmasını gerektirmektedir. Yönetici görevinde bulunan kişilerin öncelikli olarak yöneticiliği kesinlikle isteyerek ve severek yapması, yeni çağa, yeniliklere ve kendini geliştirme, yenilenmeye açık, araştırmacı, gerekli bilgi ve beceriye sahip, tam donanımlı, kişilik özellikleri bakımından bu göreve uygun, altlarına yön verebilecek lider kişiler olması gerekmektedir.

İster erkek, ister kadın yönetici olsun, insanlığın varoluşundan itibaren toplumun ön gördüğü, kendilerine yakıştırıldığı şekilde toplum içerisinde iş paylaşımında bulunmuş. Görevlerini yerine getirmek için çalışmıştır.

Bayrak ve Mohan'a (2001) göre; Dünya'nın her yerinde, kadınların görev ve sorumluluklarının çoğalması ve bu görevlerini başarıyla yerine getirmelerine rağmen, geri planda kaldıklarını

belirtmektedirler. Bilhassa üst yönetimde görev almaları çok zor karşılaşılan bir durum olmuştur. Özellikle ilköğretim öğretmenlerinin (bayanlar için en eski meslek olarak bilinmekte) büyük çoğunluğunun bayanlar olmasına rağmen, yönetim işlerinde bayanların görünmenin oldukça düşük bir seviyede olduğu belirtilmiştir (Çelikten, 2004).

Oysa bayan öğretmenleri belli bir yıldan sonra yöneticilik görevinde görmek hem eğitim, hem de toplum için artı bir avantaj oluşturmaktadır. Bir anne, bir eş olarak sorumluluğunu bilen, canla başla çalışan bir kadının, yöneticilik görevini de aynı şekilde yerine getireceği düşüncesi her zaman var olmuştur. Kadın yöneticilerin, erkeklerden daha çok çalışabileceğini, daha dirençli ve her türlü ekonomik ve sosyal sorunların altından daha rahat kalkabileceğine inanılmaktadır.

Bu araştırmadan elde edilecek sonuçların; ilköğretim kurumlarında yöneticinin kadın olmasının bu okullara ve yöneticiye sağladığı olumlu ve olumsuz tepkilerin bilinmesi, nedenlerinin öğrenilmesi ve karşılaşılan olumsuz tepkiler ve sorunlar sonrasında takip edilecek sorun çözme stratejilerinin neler olduğunun ortaya konması açısından alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca ilköğretim kurumlarında yöneticilik yapmayı düşünen kadın öğretmenlere de bu yönüyle hem teşvik edici hem de yol gösterici olacağı beklenmektedir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. İlköğretim Kurumlarında bayan yöneticilerde bulunması gereken özellikleri nasıl değerlendirmektесiniz?
2. İlköğretim Kurumlarında, kadın yönetici görüşlerine göre kadın yöneticilerin rollerine ilişkin en çok karşılaştıkları olumlu tepkiler nelerdir?
3. İlköğretim Kurumlarında, kadın yönetici görüşlerine göre kadın yöneticilerin rollerine ilişkin en çok karşılaştıkları olumsuz tepkiler nelerdir?
4. İlköğretim Kurumlarında, kadın yönetici görüşlerine göre kadın yöneticilerin karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebilme stratejileri hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın deseni, çalışma grubu, verilerin toplanma süresi, veri toplama aracı ve verilerin analizi başlıklarına değinilmiştir.

Araştırmanın Deseni

Bu araştırma, “**İlköğretim Kadın Yöneticilerinin Eğitim Kurumlarındaki Rollerine İlişkin Kadın Yönetici Görüşleri**”ni belirlemek amacıyla **Nitel Araştırma Yöntemi** kullanılarak, hedefe ulaşılmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmayı,

“gözlem, görüşme ve doküman analiz gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasını amaçlayan nitel bir süreç izlediği” bir araştırma türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Araştırma deseni olarak Nitel veri toplama desenlerinden biri olan “**Durum Çalışması**” deseni kullanılmıştır. Durum çalışması deseni, farklı disiplinlerde farklı şeyleri ifade etmek için kullanılır ve bir olayın yoğun bir şekilde çalışılmasıyla ilgilidir. Görüşmeler ile elde edilen verilerin derinlemesine incelenmesini içerir (Glesne, 2013). Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden **Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniği** kullanılmıştır. Görüşme yoluyla araştırılan konu hakkında bireyin deneyimleri, tutumları, düşünceleri, niyetleri, yorumları, zihinsel algıları ve tepkileri gibi gözlenemeyen bilgilere ulaşılması umut edilir. Yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve odak grup görüşmesi şeklinde farklı görüşme teknikleri vardır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 120; Sönmez ve G. Alacapınar, 2011: 108).

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde 2018-2019 Eğitim-Öğretim Yılı Lefkoşa ve Lefkoşa Bölgesi’nde, ilköğretim kurumlarında görev yapan 20 kadın yöneticiden oluşmaktadır. Araştırmada Kadın Yöneticilerinin Eğitim Kurumlarındaki rollerine ilişkin görüşleri değerlendirilmiştir. Katılımcıları belirlemek için **Amaçlı Örneklem** yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklemede, araştırma için önemli olduğu düşünülen kimi amaçlar belirlenir ve bu amaçlar temelinde katılımcılar belirlenir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu araştırmada, örnekleme alınan okul yöneticilerinin farklı yaş ve kıdemde olmalarına, eğitim durumuna, medeni durumuna ve çocuklu oluşuna dikkat edilmiştir.

Araştırmada, amaçlı örneklemenin alt türlerinden biri olan **Maksimum Çeşitlilik Örnekleme** tercih edilmiştir. Bunun nedeni, az sayıdaki bir örneklem grubunda farklı özelliklerdeki katılımcılardan farklı görüşler elde edebilmektir. Kadın yöneticilerin rolleri konusunda farklı bakış açılarına sahip olan okul yöneticilerini örneklem olarak seçmek amaçlanmış ve böylelikle maksimum çeşitlilik sağlanmıştır. Özetle, araştırmada 20 okul yöneticisi örnekleme dahil edilmiştir ve aşağıda demografik bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo 1. Çalışma Grubuna İlişkin Demografik Özellikler

Kişi No	Yaş	Medeni Durum	Çocuk sahibi olma Durumu IWSC 2019	Eğitim Durumu	Hizmet Süresi	Yöneticilikteki Hizmet Süresi
1	50	Evli	3	Lisans	28	9
2	44	Evli	2	Lisansüstü	22	5
3	45	Evli	2	Lisansüstü	23	6
4	39	Evli	1	Lisans	17	2
5	53	Evli	3	Lisans	33	10
6	46	Bekar	-	Lisansüstü	24	6
7	43	Evli	1	Lisans	21	6
8	54	Evli	3	Lisans	32	14
9	52	Evli	2	Lisansüstü	30	12
10	50	Evli	3	Lisans	28	9
11	42	Bekar	-	Lisansüstü	20	5
12	43	Evli	1	Lisansüstü	21	4
13	45	Evli	2	Lisans	23	5
14	47	Evli	2	Lisansüstü	25	7
15	49	Evli	3	Lisans	27	8
16	51	Evli	2	Lisans	29	11
17	44	Evli	1	Lisansüstü	22	8
18	54	Evli	1	Lisansüstü	32	13
19	52	Evli	3	Lisans	30	10
20	46	Evli	2	Lisansüstü	24	9

Tablo 1’deki örnekleme oluşturan 20 kadın okul yöneticisinin demografik özellikleri incelendiğinde, yaşlarının 39’den 54’e kadar olan kadın yöneticilerin katılımcı seçildiği ve 2’si hariç tümünün de evli ve çocuk sahibi oldukları tespit edilmiştir. Eğitim durumlarına bakıldığında lisans ve lisansüstü eğitimlerine sahip oldukları görülmüştür. Hizmet sürelerinin de 1’i hariç hep 20’nin üzerinde tecrübeli oldukları ortaya konmuştur. Yöneticilikteki hizmet sürelerinde ise hem çok az hem de fazla hizmet yıllarına göre karışık bakılmıştır.

Verilerin Toplanma Süreci

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı’ndan çalışma için gerekli izinler alındıktan sonra katılımcılarla 7 Ocak 2019 tarihi ile 20 Ocak 2019 tarihi arasında farklı gün ve saatlerde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme öncesinde görüşmenin amacı, görüşmenin gizliliği ve gönüllülüğün esas olduğu katılımcılara açıklanmıştır. Görüşmeler kadın yöneticilerin görev yaptıkları okullarda gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara uyan saatlerde kendi odalarında yüz yüze karşılıklı sohbet edilerek, görüşme yoluyla elde edilmiştir. Verilen yanıtlar görüşme formlarına yazılmıştır. Her bir katılımcı ile yapılan görüşmeler yaklaşık 40 dakika sürmüştür. Görüşmeler esnasında yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda kadın ilköğretim yöneticilerine açık uçlu 4 soru yöneltilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada kullanılan görüşme formu hazırlanırken, soruların açık ve anlaşılır olmasına özen gösterilmiştir. Çalışmada kullanılan veri toplama aracının (yazılı görüş formunun) adı, “‘‘İlköğretim Kadın Yöneticilerinin Eğitim Kurumlarındaki Rollerine İlişkin Kadın Yönetici Görüşleri’’ olarak belirlenmiştir. Yazılı görüş formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kadın okul yöneticilerine ait demografik bilgileri, ikinci bölümde ise araştırma konusuna ait görüşme soruları yer almıştır.

Görüşme formunun gerçek uygulamasına geçmeden önce birkaç yöneticiyle pilot uygulama yapılmıştır. Ayrıca görüşme formu iki uzman tarafından incelenmiştir. Bu uygulamaya uzman görüşleri sonucunda katılımcılara sorulacak görüşme sorularının; araştırmanın amacına uygun, içeriğinin anlaşılır, açık, net olduğu, bir sorunun olmadığı fikrine varılmıştır. İç geçerliliği de sağlanmıştır.

Verilerin Analizi

Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin önce kavramsallaştırılması daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanmasını gerektiren içerik analizi yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Yıldırım ve Şimşek’e göre (2006) içerik analizinde araştırmacı kodlardan yola çıkarak kendi kategori ve temalarını yaratmaktadır. Veriler araştırmacı tarafından okunarak kodlamaları yapılmıştır. Araştırmanın çalışma grubu içerisinde yer alan kadın yöneticilere OY1’den başlayarak OY20’ye kadar isimler verilmiştir. Oluşan kodların hangi temalar altında toplanabileceği karşılaştırılmış ve sonrasında kodlamalara ilişkin frekans ve yüzdelik tabloları oluşturulmuştur.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırmacıların araştırma sürecinde araştırmanın yöntem ve aşamalarını açık ve anlaşılır bir biçimde ifade etmesi, araştırmanın ham verilerinin başkaları tarafından incelenebilecek biçimde saklanması bu araştırmanın dış güvenilirliğini sağlayan konular olarak görülmektedir. Araştırma sorularının açık bir biçimde ifade edilmesi, araştırma verilerinin soruların gerektirdiği biçimde ayrıntılı ve amaca uygun bir biçimde toplanmaya çalışılması,

araştırmacılar tarafından oluşturulan iki ayrı kodlamanın karşılaştırılması araştırmanın iç geçerliliğini sağlayan nitelikler olarak değerlendirilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Araştırmanın iç geçerliliği ve dış geçerliliği de sağlanmıştır.

Bulgular

Araştırmada elde edilen bulgular, katılımcıya yöneltilen 4 soruya verilen cevaplar temel alınarak sunulmuştur. Araştırmada altı temanın bulunduğu ortaya konmuştur. Bu temalara ait bulgular frekans halinde tablolaştırılarak aşağıda sunulmuştur. Tabloların oluşturulmasında katılımcıların görüşleri en çoktan en aza doğru sıralanmıştır.

Tablo 1.İlköğretim Kurumlarında kadın yöneticilerde bulunması gereken özellikler

Tema	Frekans(f)	Yüzdelik(%)
1.Özgüveni gelişmiş olmalı	18	17.6
2.İletişim becerileri ve insan ilişkileri güçlü olmalı	17	16.7
3.Çağdaş ve demokratik bir lider olmalı	14	13.7
4.Sorun çözmede objektif ve pratik olmalı	13	12.8
5.Etkileme ve inandırma özelliklerine sahip olmalı	11	10.8
6.Örgütü amaçlarına uygun örgütlenme yapmayı, motive etmeyi ve geliştirmeyi başarmalı	10	9.8
7.Çocuklara karşı güler yüzlü ve sevecen olmalı	8	7.8
8.Finans bilgisi olmalı	7	6.9
9.Duygusal yönden güçlü olmalı	4	3.9
Toplam	102	100

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan kadın yöneticilerin“İlköğretim Kurumlarında kadın yöneticilerde bulunması gereken özelliklerinin” 102 kod ve 9 tema altında sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu görüşlerin 18’inin “Özgüveni gelişmiş olmalı”, 17’sinin “İletişim becerileri ve insan ilişkileri güçlü olmalı” , 14’ünün “Çağdaş ve demokratik bir lider olmalı”, 13’ünün “Sorun çözmede objektif ve pratik olmalı”, 11’inin “Etkileme ve inandırma özelliklerine sahip olmalı” , 10’unun “ Örgütü amaçlarına uygun örgütlenme yapmayı, motive etmeyi ve geliştirmeyi başarmalı”, 8’inin “Çocuklara karşı güler yüzlü ve sevecen olmalı”, 7’sinin “Finans bilgisi olmalı” ve 4’ünün “Duygusal yönden güçlü olmalı” ile ilgili olduğu görülmüştür. Görüşlerden bazıları şu şekildedir:

“Bana göre bayan da olsa erkek de olsa; önemli olan kişinin mesleğini yerine getirirken kendine güvenmeli ve güçlü liderlik özelliklerine sahip olmalıdır.” (KOY1)

“Benim düşünceme göre; bir kadın yöneticinin en belirgin özelliği insan ilişkilerinin üst seviyede olması ve çocuklara karşı tatlı dilli, güler yüzlü ve sevecen davranmasıdır.Bir bayan yönetici unutulmamalıdır ki öncelikle bir annedir.Ondan beklenen de budur.” (KOY7)

Tablo 2.İlköğretim Kurumlarında kadın yöneticilerin rollerine ilişkin en çok karşılaştıkları olumlu tepkiler

Tema	Frekans(f)	Yüzdelik(%)
1.Kadın yöneticilerinin ufku daha geniş, olaylara bakış açısı da daha objektiftir	16	22.5
2.Öğrencilerle ana sıcaklığını hissettirecek kadar ilgilidir	14	19.7
3.Velilerle ilişkiler daha iyi ve daha sıcaktır	13	18.3
4.Okul için düzenlenen organizasyonlarda daha başarılıdır	12	16.9
5.Kişisel bakım ve nezaket ön plandadır	9	12.7

6.Okul için sivil toplum kuruluşlarından yardım toplamada daha başarılıdır 7 9.9

Toplam	71	100
---------------	-----------	------------

Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya katılan kadın yöneticilerin “İlköğretim Kurumlarındakadın yöneticilerin rollerine ilişkin en çok karşılaştıkları olumlu tepkiler” 71 kod ve 6 tema altında sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu görüşlerin 16’sının “Kadın yöneticilerinin ufku daha geniş, olaylara bakış açısı da daha objektiftir”, 14’ünün “Öğrencilerle ana sıcaklığını hissettirecek kadar ilgilidir”, 13’ünün “Velilerle ilişkiler daha iyi ve daha sıcaktır”, 12’sinin “Okul için düzenlenen organizasyonlarda daha başarılıdır”, 9’unun “Kişisel bakım ve nezaket ön plandadır” ve 7’sinin “Okul için sivil toplum kuruluşlarından yardım toplamada daha başarılıdır” ile ilgili olduğu görülmüştür. Görüşlerden bazıları şu şekildedir:

“Bana göre; kadın yöneticilerin olaylara bakış açısı daha objektif ve daha soğukkanlıdır. Önceden erkek yöneticilerle de çalışmışım. Bu yüzden rahatlıkla diyebilirim ki erkek yöneticiler daha asabi ve basit fikirli hareket ediyorlar.”(OY5)
“Bence kadın yöneticiler, yönetici olmayı isterken kendilerini mesleklerine adanarak ve başarıya ulaşmak için bu mesleği seçmişler. Gerek velilerle, gerek öğrencilerle sıcak ve samimi ilişkiler oluşturarak okul üçgenini güzel ayakta tutmaktadırlar.”(OY12)

Tablo 3.İlköğretim Kurumlarında kadın yöneticilerin rollerine ilişkin en çok karşılaştıkları sorunlar

Tema	Frekans(f)	Yüzdelik(%)
1.Ailelerine karşı sorumlulukları daha fazla olduğundan yönetim işlerine daha az zaman ayırmaktadırlar	15	26.3
2. Duygusal yapılarından dolayı, olaylara daha duygusal yaklaşmaktadırlar	13	22.9
3.Olaylara karşı olması gereken kadar sert ve güçlü değildir	10	17.5
4.Meslekleri dışındaki çıkan işlerle uğraşmak onları zorlamaktadır	7	12.2
5.Mesai saatleri dışında çalışmak istememektedirler	5	8.8
6.Bir kriz karşısında acil hareket etmede sıkıntı yaşamaktadırlar	4	7
7.”Yönetici erkek olur”önyargısı hissettirilmektedir.	3	5.3
Toplam	57	100

Tablo 3 incelendiğinde, araştırmaya katılan kadın yöneticilerin “İlköğretim Kurumlarında kadın yöneticilerin rollerine ilişkin en çok karşılaştıkları sorunlar” 57 kod ve 7 tema altında sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu görüşlerin 15’inin “Ailelerine karşı sorumlulukları daha fazla olduğundan yönetim işlerine daha az zaman ayırmaktadırlar”, 13’ünün “Duygusal yapılarından dolayı, olaylara daha duygusal yaklaşmaktadırlar”, 10’unun “Olaylara karşı olması gereken kadar sert ve güçlü değildir”, 7’sinin “Meslekleri dışındaki çıkan işlerle uğraşmak onları zorlamaktadır”, 5’inin “Mesai saatleri dışında çalışmak istememektedirler”, 4’ünün “Bir kriz karşısında acil hareket etmede sıkıntı yaşamaktadırlar” ve 3’ünün “Yönetici erkek olur”önyargısı hissettirilmektedir” ile ilgili olduğu görülmüştür. Görüşlerden bazıları şu şekildedir:

“Bana göre; kadın yöneticilerin ailelerine karşı sorumlulukları fazla olduğundan, yönetim işlerinde bazı zamanlarda, zaman konusunda sıkıntılar yaşamakta ve mesai dışında çalışmak isteseler bile yapamamaktadırlar.”(OY8)
“Bir bayanda olması gerektiği gibi bayan yöneticiler de çoğu zaman olaylara duygusal yaklaşmakta ve sert tepkiler koyamamaktadır.”(OY15)

Tablo 4.*İlköğretim Kurumlarında bayan yöneticilerin karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebilme stratejileri*

Tema	Frekans(f)	Yüzdelik(%)
1.Aile gibi birbirine bağlı bir okul ortamı oluşturma	18	22.2
2.Olayları çözerken empati yapabilme	16	19.8
3.Okulun hedefleri etrafında toparlanmayı öğretme	13	16.1
4.Hizmetiçi eğitim ve kendini geliştirme etkinliklerine katılma	10	12.3
5.Sırasında erkeksi bir karaktere bürünmeyi bilme	9	11.1
6.Esnek ve objektif olmayı bilme	6	7.5
7.Olumsuz eleştiriler sonrası kendini sorgulamayı bilme	5	6.1
8.Erkek yönetici olur”kalıbını yenmek için, farkında olarak çalışmak	4	4.9
Toplam	81	100

Tablo 4 incelendiğinde, araştırmaya katılan kadın yöneticilerin “İlköğretim Kurumlarında kadın yöneticilerin karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebilme stratejileri” 81 kod ve 8 tema altında sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu görüşlerin 18’inin “Aile gibi birbirine bağlı bir okul ortamı oluşturma”, 16’sının “Olayları çözerken empati yapabilme”, 13’ünün “Okulun hedefleri etrafında toparlanmayı öğretme”, 10’unun “Hizmetiçi eğitim ve kendini geliştirme etkinliklerine katılma”, 9’unun “Sırasında erkeksi bir karaktere bürünmeyi bilme”, 6’sının “Esnek ve objektif olmayı bilme”, 5’inin “Olumsuz eleştiriler sonrası kendini sorgulamayı bilme” ve 4’ünün “Erkek yönetici olur” kalıbını yenmek için, farkında olarak çalışmak” ile ilgili olduğu görülmüştür. Konuyla ilgili olarak katılımcı görüşlerinin bazıları kendi ifadeleri ile şöyle belirtilmiştir:

“Bana göre; en önemli stratejilerden biri okul yöneticisinin hiçbir zaman ayırım yapmayarak, okul ortamını bir aile, bir yuva olarak göstermesidir. Bu şekilde olduğu zaman herkes sorumluluğunu bilir, işler daha rahat yürür ve başarılar daha rahat kazanılır. Tüm personelin önceliğini okulun hedefleri olduğu iyice yansıtılmalıdır. Dışarıya da bu iyice sezdirilmelidir.”(OY6)

“Benim düşünceme göre; Gelebilecek olumsuz eleştiriler karşısında hiçbir zaman pes etmemeli. Açık ve net davranmalı. Vazgeçmeyeğini karşı tarafa hissettirmeli. Kadınların da yöneticiliği başarabileceği gösterilmelidir.”(OY17)

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmada Lefkoşa ve Lefkoşa Bölgesi’nde görev yapan kadın okul yöneticilerinin İlköğretim Kurumlarındaki rolleri incelenmiştir. 20 kadın okul yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşmede, katılımcıların görüşleri kayıt altına alınmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar ve sonuçlara ilişkin tartışmalar bu bölümde yer almaktadır.

Araştırma sonucunda bir kadın yöneticide olması gereken en önemli özelliklerin kadın yöneticinin özgüvenin yerinde olması ve iletişim becerileri ile insan ilişkilerinin güçlü olması olarak ortaya çıkmıştır. İş hayatında, okul yöneticisi olarak görevini yerine getiren, özgüveni yüksek kadınlar bugün çok önemli noktalarda bulunmaktadır.

Kadınlar; doğuştan gelen yapıları, yetiştirilme biçimleri ve toplumun onlara yakıştırdığı roller gereği daha yapıcı ve ılımlıdır. Olaylara bakış açıları daha anlayışlı, daha sıcak ve samimidir. Düzgün ve sağlıklı insan ilişkileri kurabilen, iletişim becerileri güçlü, insani duyguları ve insani değerleri yüksek kişilerdir. Sorunlar karşısında objektif ve pratik olup, çözmek için mantıklı hareket etmektedirler. Böyle de olunca yönetimde kadınlara ihtiyaç duyar hale gelinmiştir (Yıldırım ve Çelikten, 2018).

Kadın yöneticilerinin, ufkunun geniş, olaylara bakış açısının objektif olması, temiz, titiz ve düzenli olmaları yöneticilik rollerinde oldukça olumlu tepkiler almasına neden olmuştur. Bir yönetici ve de bir anne olarak, anneliğin verdiği o sıcaklık hissiyatıyla öğrencilerle ve velilerle kurduğu sıcak ilişkiler de kadın yöneticilere kazandırdığı olumlu tepkilerdendir.

Yapılan araştırma, kadınların annelik duygusunun öğrenciler için bir avantaj olduğunu, kadınların hassas ve duyarlı olduğunu, anne velilerin kadın yöneticilerle daha kolay ve daha rahat iletişim kurabildiğini, kadınların titiz, temiz, düzenli olduğunu ve kadınların iletişim becerilerinin daha güçlü olduğunu belirtmişlerdir. Annelik

duygusu, kadınlara, görevleri boyunca aldıkları kararlarda, sorunları çözmede ve insanlarla olan ilişkilerinde, annelik duygusunun ön plana çıktığı ve yöneticilikte de olumlu bir etken olduğu görülmektedir (Köse ve Uzun, 2017)

Kadın yöneticiler için söylenebilecek en önemli ve olumsuz tepki, ailelerine karşı sorumlulukları daha fazla olduğundan yönetim işlerine daha az zaman ayırmaları ve duygusal yapılarından dolayı, olaylara daha duygusal yaklaşmalarıdır. Bu nedenle de sorumluluk almaktan kaçınıp, yönetici değil de öğretmen olarak görevlerini sürdürmeyi tercih etmektedirler

Sosyalleşme sürecinde çalışan kadınlar için öncelikli olarak annelik rolü ve sorumluluğu ön plana çıkarılmakta, çalışma hayatı ikinci plana itilmektedir. Kadınlar, mesleğini seçerken bile öğretmenlik, hemşirelik gibi annelik rolünü içerecek meslekleri seçme eğilimindedirler (Asar, 2016).

Kadın yöneticiler, karşılarına çıkacak engellerle mücadele etmek için kendilerince bazı stratejiler geliştirmiştir. Öncelikli olarak bir aile gibi okul ortamını da bir çatı altında toplamayı amaç edinmişlerdir. Gelecek olan eleştirilere karşı tam kadro kalkan olmayı bilmişlerdir. Okulun hedefleri etrafında toplanmayı ve başarılı bir okul ortamı yaratmayı amaçları haline getirmişlerdir.

Bir kadının ailesine karşı duyduğu sorumlulukları yerine getirirken gösterdiği çaba ve hırsla bakıldığında, aynı kadının yöneticilik görevini de yerine getirirken aynı çaba ve hırsla çok çalışabileceği, ekonomik ve sosyal her yükün altından kalkabileceği ortadadır.

Kadın yöneticiler, çevrelerinden ve kendilerinden kaynaklanan bazı sorunları çözdüklerinde çok başarılı yöneticilik ve liderlik gösterip, örnek bir yönetici olabilirler. Önemli olan bu sorunların ya da tepkilerin farkına varmak ve bunlarla baş edebilme arzusu ve kararlılığını göstermektir.

Öneriler

- Eğitim kurumlarında kadın okul yöneticiliğinin cazip hale getirilmesi (çalışma saatlerinde düzenleme gibi...) için gerekli adımların atılmasına ve kadınların da yöneticilik görevinde bulunmasına fırsat verilebilir.
- İlköğretim öğretmenlerinin büyük bir çoğunluğu kadınlardan oluşmaktadır. Öğretmenlik ve annelik görevini büyük bir başarıyla yerine getiren kadınların, yöneticilik görevinde bulunmaları gerekir. Kız öğrencilere rol model olacak ve rehberlik yapabilecek, kadın öğretmenlere de rahatlıkla konuşup, sorun çözebileceği bir arkadaşının olmasına ihtiyacı vardır. Bu da ancak yasada yer verilmesiyle olabilir.
- Bu kez ilköğretim erkek yöneticilerin, ilköğretim kadın yöneticilerin yöneticilik rollerine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi üzerine bir araştırma yapılabilir.
-

Kaynakça

- Aktaş-Arnas, Y. (2002). Velilerin okul öncesi eğitime ve okul öncesi eğitim kurumlarına yönelik tutumları. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 10, sayı 10, sayfa 24-36, Adana.
- Asar, R. (2014). Eğitim Kurumlarında Kadın Yöneticilere Karşı Tutumların Değerlendirilmesi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisan Tezi). Erciyes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.
- Babadağ, G. & Sarıbaş, S. (2015). "Temel Eğitimin Temel Sorunları" Anadolu Eğitim Liderliği ve Öğretim Dergisi, cilt 3, sayı 1, sayfa.18-34, Manisa.
- Baştuğ, Ö. Y. Ö., & Çelik, B. (2011). İlköğretimde Öğretmen, Müdür Ve Müfettişlerin Kadın Yöneticilere Yönelik Tutumları. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, cilt 17, sayı 1, sayfa 63-76, Kayseri.
- Çelikesir, Ü, D. (2015). Okul Yöneticisi Ve Öğretmen Görüşlerine Göre Eğitim Kurumlarında Kadın Yöneticiler, (Yayımlanmamış Yüksek Lisan Tezi). Erciyes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.
- Çelikten, M. (2004). "Okul Müdürü Koltuğundaki Kadınlar : Kayseri İli Örneği" E.Ü. Eğitim Fakültesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı.17, sayfa 91-118, Kayseri.
- Çelikten, M. & Yıldırım, A. (2018). "Kadın Okul Yöneticilerinin Liderlik Rollerini." OPUS © Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, cilt 9, sayı 16, sayfa 1042-1065, Kayseri.
- Köse, A. & Uzun, M. (2017). "Okul Öncesi Eğitim Kurumlarında Kadın Yönetici Olmak: Sorunlar ve Eğilimler" Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, cilt 13, sayı 3, sayfa 1058-1083, Mersin.
- Yıldırım, N. (2011). "Yöneticilik Görevinin Okul Müdürlerine Olumlu Ve Olumsuz Katkıları." Eğitim ve Bilim Dergisi, cilt 36, sayı 161, sayfa 230-245, Tokat.

İNGİLİZCE HAZIRLIK OKULLARINDA MOBİL ÖĞRENME ARAÇLARINA İLİŞKİN KADIN YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ

Fatma KÖPRÜLÜ
Yakın Doğu Üniversitesi
fatma.koprulu@neu.edu.tr

Seda ÇAKMAK
Yakın Doğu Üniversitesi
seda.cakmak@neu.edu.tr

Arhun ERSOY
Yakın Doğu Üniversitesi
arhun.ersoy@neu.edu.tr

Özet

İngilizce hazırlık okullarında verilen yabancı dil eğitiminin de mobil araçların ders kitabı ile paralel kullanımı verilen eğitimin daha etkili ve verimli olmasını sağlar. Bu araştırmanın temel amacı, İngilizce hazırlık okullarında ki kadın yöneticilerin mobil araçları kullanmanın yabancı dil öğretiminde ne derece etkili olduğu doğrultusunda ki görüşlerini ortaya koymaktır. Bu araştırma da nitel araştırma yöntemi kullanılarak katılımcılara sorulan yarı yapılandırılmış görüşme sorularından elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmanın evrenini KKTC ilçelerinde bulunan yüksek öğrenim kurumlarının İngilizce hazırlık okullarında görev yapan toplam 20 kadın yönetici oluşturmuş ve doğrudan görüşme yolu ile araştırmaya veri toplanmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda, yabancı dil eğitiminin de mobil araçkullanımının öğrenmeyi daha etkili, verimli ve kalıcı kıldığı saptanmasına rağmen bu süreçte internet kesinti problemi ve mobilara çarızaları gibi teknolojik problemler yaşanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yabancı dil öğrenimi, mobil öğrenme, öğretim teknolojileri*

THE VIEWS OF WOMEN ADMINISTRATORS TOWARDS MOBILE DEVICES IN ENGLISH PREPARATORY SCHOOLS

Abstract

The use of mobile devices in foreign language education in English preparatory schools in parallel with the course books ensures that the given education is more effective and efficient. The aim of this study is to present the views of women administrators in English preparatory schools on the effectiveness of mobile devices in foreign language education. In this study, data obtained from Semi-Structured Interview Questions which were asked to women participants using qualitative research method were analyzed by using descriptive analysis method. The universe of the study is formed by 20 women administrators in the English preparatory schools of the higher education institutions in the TRNC and data were collected through interviews. As a result of the findings, although it is determined that the use of mobile devices in foreign language education makes learning more effective, efficient and permanent, technological problems such as internet and mobile devices disorders are experienced in this process.

Key words: *Foreign language learning, mobile learning, technology integration*

Giriş

21. yüzyılın hızla gelişen ve yenilenen eğitim gereksinimlerini karşılayabilmek adına eğitim kurumları yoğun bir şekilde bu değişime ayak uydurabilmek için öğretme ve öğrenme yöntemlerini ve gerekli materyalleri gözden geçirmeye ve yenilemeye ihtiyaç duymaktadırlar.

İngilizce dil eğitimi veren kurumlar dil öğrenimini daha etkili ve canlı tutmak için eğitime teknolojiyi dahil etmektedirler. Yabancı dil öğrenimini mobil araçlarla destekleyen öğrencilerin dil öğrenmede ki başarılarını arttırdığı görülmektedir. Squire & Dikkers (2012), mobil araçların dil öğreniminde önemli bir yeri olduğunu bunun sebebini de bireylerin dil öğrenimleri sırasında mobil araç kullanarak öğrenmeleri gereken konuyu daha iyi kavramaları olarak açıklamaktadırlar.

Teknolojinin eğitime adapte edilmesi öğrenmenin şeklini ve ortamını değiştirmiştir. Köprülü, F. & Öznacar, B. (2017)'ye göre teknoloji eğitimi daha güçlü, yaratıcı ve yapıcı hale getirmek ve kişinin yeteneklerini geliştirmek için hizmet vermektedir. Öğrencilerin cep telefonları ile öğrenmeleri gereken materyale kolay ulaşırken aynı zamanda öğretmenleri ile sınıf dışında her an iletişim kurabilmektedirler (Mehta, 2012). Hızlı değişen teknolojiye paralel olarak öğrenme yöntemleri de kademeli olarak değişim göstermektedir. (Kim, 2011) teknolojinin öğrenme ortamını da

etkilediğini vurgulamıştır. Cihazları öğrenmeye adapte ederek zaman ve mekan kısıtlaması da ortadan kaldırılmaktadır (Barrs,2011). Böylece sınıf dışında da öğrenme sürecinin kesintisiz olarak devam ettiği görülmektedir. Öğrenmenin ulaşım ve sosyal aktiviteler sırasında da devam ettiği Shudong & Higgings (2005) tarafından vurgulanmıştır. Öğrenci istediği anda öğretmenine ulaşım anında geri dönüşte alabilmektedir.

Akıllı telefon kullanan bireylerin sayısı tüm dünyada her geçen gün artmaktadır. Öğrenciler de mobil cihaz olarak akıllı telefonlarını sürekli olarak iletişim, sosyalleşme, haberleşme ve oyun oynamak için kullanmayı tercih etmektedirler. Bu nedenle, cep telefonu kullanma alışkanlığı olan öğrenciler bu cihazları dil eğitiminde de yoğun olarak kullandıkları takdirde öğrenim sürecinde artış olduğu ve öğrenci başarısının arttığı görülmektedir. İngilizceyi öğrenirken öğrenciler cep telefonu ve teknolojik aletleri kullanmaya istekli olurlar ise dil öğrenimin de daha özgür, aktif ve motive olup kendilerini daha rahat ifade edebilirler (Wang, 2004).Tsinakos& Ally (2013)'e göre mobil öğrenmenin adapte olduğu eğitim süreçlerin de öğrenme de esneklik kazanmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, İngilizce hazırlık okullarında mobil öğrenmenin müfredat ile eşzamanlı olarak yabancı dil öğretiminde ne derece etkili olduğu yönünde ki kadın yöneticilerin görüşlerini ortaya koymaktır.

Alt Problemler

- 1- İngilizce hazırlık okullarında mobil öğrenme araçlarının kullanımı hakkındaki görüşleriniz nelerdir?
- 2 -Yabancı dil öğrenimin de kullanılan mobil öğrenme araçlarının avantajları hakkındaki görüşleriniz nelerdir?
- 3-Yabancı dil okulların da dersi çerisinde mobil öğrenme araçları kullanılırken öğrencilerin karşılaştıkları sorunlar nelerdir?
- 4- Mobil öğrenim araçlarının basılı ders kitapları ile birlikte kullanımı hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Yöntem

AraştırmanınDeseni

Bu çalışmada **nitel araştırma yöntemi** kullanılmıştır.Verileri toplamak için betimsel araştırmalarda yüz yüze görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.Karasar (2000)'e göre, yüz yüze görüşme yöntemi bir amaca bağlı olarak birey ile sözlü iletişim kurarak bireyin ilgi, tutum ve davranışlarını ortaya çıkarmak için sosyal bir ortamın oluşturulması ve düzenlenmesini kapsamaktadır.

Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, İngilizce hazırlık okullarında görev alan 20 kadın yönetici oluşturmaktadır. Bu araştırmaya bayan yöneticiler gönüllü olarak katılmıştır.

Verilerin Toplanması

4 Ocak – 6 Şubat 2019 tarihleri arasında İngilizce hazırlık okullarında mobil öğrenme araçlarına ilişkin 20 kadın yönetici oluşturulmuş ve doğrudan görüşme yolu ile araştırmaya veri toplanmıştır. Ölçme aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış ve formda toplam 4 soru yer almıştır.Ayrıca kadın yöneticiler ile gerçekleştirilen görüşmelerde, ölçeklerin uygulanmasına yönelik gün ve saatler belirlenmiştir. Belirlenen günlerde katılımcı yöneticilere ilgili bilgi verilmiş ve hemen ardından da görüşme formu uygulanmıştır. Araştırmaya dahil olan kadın yöneticilerle görüşmeler yapılırken yönlendirilme den uzak durulmaya çalışılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmacılar tarafından veriler **betimsel analiz tekniği** yöntemiyle analiz edilmiştir. Elde edilen nitel veriler araştırmacılar tarafından kategorilere ayrılarak, gruplandırılmış ve ulaşılan verilerin frekans ve yüzde değerleri tablolastırılmıştır.

Buna ek olarak, bulgulara yer alan katılımcıların görüşlerine doğrudan alıntı yapılarak yer verilmiştir.

Bulgular

Tablo 1. İngilizce Hazırlık Okullarında Mobil Öğrenme Araçlarının Kullanımı Hakkındaki Görüşler

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
Motivasyon Artırıcı	12	52,2
Öğretici	8	34,8
Öğrenmeyi Kolaylaştıran	2	8,7
Zaman Kaybı	1	4,3
Toplam	23	100

Tablo 1 incelendiğinde, kadın yöneticilerin görüşlerine göre mobil öğrenme araçlarının %52,2 (12) motivasyon artırıcı, %34,8 (8) öğretici, %8,7 (2) öğrenmeyi kolaylaştıran ve %4,3 (1) zaman kaybı olduğunu belirtmişlerdir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, yöneticilerin mobil öğrenme konusundaki görüşlerinin olumlu olduğu saptanmıştır.

“İngilizce Hazırlık Okulumuzda mobil öğrenme araçları ile eğitime geçmenin zaman kaybı olduğunu düşünmemekteyim. Dolayısıyla, öğrenmeye olumlu katkı koyarken, öğrencilerin öğrenim esnasında eğlenmelerini de sağlamaktadır.” OY (14)

“Mobil cihazlar yeni jenerasyonun odak noktası olduğundan dolayı, hemen hemen her öğrencinin elinde mobil cihaz (akıllı telefon) bulunmaktadır. Bu sayede de bilmedikleri kelimelerin anlamlarına ellerinde var olan telefonlar sayesinde ulaşabilirler. Bu nedenle öğreticidir.” OY (3)

Tablo 2. Yabancı Dil Öğreniminde Kullanılan Mobil Öğrenme Araçlarının Avantajları

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
Hızlı Geri Dönüt	13	50
Ulaşılması Gereken Bilgiye Kolayca Ulaşabilmek	9	34,6
Ders Kitapları ile Paralel Kullanılabilmek	4	15,4
Toplam	26	100

Tablo 2’deki veriler incelendiğinde, kadın yöneticilerin %50 (13)’ünün görüşlerine göre en önemli avantajın hızlı geri dönüt olduğunu vurgularken, %15,4 (4)’si ise ders kitapları ile paralel kullanılabilmesi olduğunu belirtmişlerdir.

“Öğrencilerimiz cep telefonları her daim yanlarında olduğundan istedikleri anda ulaşmak istedikleri bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde ulaşmaktadırlar.” OY (12)

“Hem öğrenciler hem de öğretmenler cep telefonlarına indirdikleri uygulamalar ile (Edmodo vb.) gerek okul saatleri içerisinde gerekse okul saatleri dışında iletişim kurabilmektedirler. Bu nedenle hızlı geri dönüt alabilmektedirler.” OY (20)

Tablo 3. Yabancı Dil Okullarında Ders İçerisinde Mobil Öğrenme Araçları Kullanılırken Öğrencilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
İnternet Problemleri	14	58,3
Teknolojik Problemler	10	41,7
Toplam	24	100

Tablo 3’te görüldüğü üzere, sınıf içerisinde yaşanan problemlerin başında %58,3 (14) internet problemleri gelmektedir. İkinci önemli problemin ise, %41,7 (10) teknoloji kaynaklı olduğu vurgulanmıştır.

“Öğretmenlerden bize gelen bilgiler doğrultusunda şunu söyleyebilirim ki en çok karşılaşılan problem internetin çekmemesi, internet hızı gibi problemlerdir.” OY(18)

“Yabancı dil eğitimi için kullanılan mobil cihazlar çok sık hata vermektedir. Bu nedenle öğrenim sürecinde zaman zaman aksamalar yaşanmaktadır. Teknolojik problemlerden kaynaklanan sıkıntılar hem müfredatın akışını hem de öğretim sürecini olumsuz yönde etkilemektedir.” OY(17)

Tablo 4. Mobil Öğrenim Araçlarının Basılı Ders Kitapları ile Birlikte Kullanımı

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
Faydalı olduğunu düşünmekteyim	15	75
Faydalı olduğunu düşünmemekteyim	5	25
Toplam	20	100

Tablo 4’deki verilere göre mobil öğrenim araçlarının basılı ders kitapları ile birlikte kullanımı bayan yönetici görüşleri doğrultusunda %75 (15) faydalı olduğu ve %25 (5) faydalı olmadığı görülmektedir.

“Bilindiği üzere örgün eğitimde öğrenciler basılı ders kitapları kullanmaktadır. Bir çok öğrenci kitaplarını evde unuttum gibi mazeretler göstererek dersin akışını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Ancak, ders kitaplarının mobil araçlar ile birlikte kullanılması bu gibi aksamaların önüne geçilmesine ve öğrenilmesi gereken konunun zamanında öğrenilmesinde olumlu yönde etken olmuştur.” OY(15)

“Öğrenciler arasında sosyo ekonomik farklılıklar yer almaktadır ve ders kitaplarının mobil cihazlar ile paralel kullanılmasının faydalı olmadığı kanaatindeyim.” OY(6)

Tartışma ve Sonuç

İngilizce hazırlık okullarında mobil öğrenme araçlarına ilişkin kadın yönetici görüşlerinin belirlenmesini amaçlayan bu nitel çalışma belirlenen ölçütlere göre analiz edilip yorumlanmıştır. Araştırma bulgularına göre katılımcı kadın yöneticiler İngilizce hazırlık okullarında mobil öğrenme araçlarının kullanımının motivasyonu artırdığını ve öğrenmeye olumlu yönde katkı sağladığını belirtmişlerdir. Başka bir bulguda ise, mobil araçların avantajlarının yanı sıra, internet ve teknoloji kaynaklı sorunların dezavantaj olarak eğitim sürecine yansıdığı vurgulanmıştır. Benzer bir çalışmada, Ağca & Bağcı (2013)'e göre, mobil cihazların kullanımında olumlu etkilerin yanı sıra kullanım sırasında yaşanabilecek bazı sıkıntılar olabilmektedir.

Araştırmanın son bulgusu ise, mobil öğrenim araçları ile basılı ders kitapları arasındaki ilişkiye bakıldığı zaman, hem öğrenciler hem de öğretmenler açısından akademik başarıyı artırdığı saptanmıştır. Bunun nedeni olarak, çağımızın öğrencilerinin mobil araçları kullanarak kitaplardaki bilgilere paralel daha fazla bilgi ve materyale kolayca yer ve zaman limiti olmaksızın ulaşabilmeleri olarak nitelendirmek mümkündür. Buna göre Ağca & Bağcı (2013) benzer bir çalışmada mobil araçların sınıf içi aktivitelerde kullanılmasının sağladığı avantajların başında taşınabilirlik, erişilebilirlik ve bağlantılabilirlik gelmekte olduğunu vurgulamışlardır.

Araştırma bulgularına göre katılımcı kadın yöneticiler mobil cihazların İngilizce hazırlık okullarında yabancı dil öğretimine katkı sağladığı, öğrenmenin sınıf dışında da süre sınırı olmaksızın devam ettiği sonucuna varılmıştır. Kent (2015)'in yapmış olduğu bir çalışmanın sonuçları bu çalışmadaki sonuçlar ile örtüşmektedir. Buna göre, dil öğrenim içeriğinin kişiselleştirilmesi ile öğrencilerin bireysel olarak mekan, öğrenim düzeyi, maddi sıkıntı ve zaman baskısı olmaksızın teknolojik olarak bilgili, hayat boyu öğrenmeye adanmış, dilbilimi açısından da oldukça yeterli beceri sahibi bireyler yetiştirmeyi amaçlamaktır.

Öneriler

Bu çalışma yalnızca KKTC'de birkaç özel ve devlet üniversitesinde İngilizce hazırlık okullarında görev yapan 20 kadın yönetici ile yürütülmüştür. Ada genelinde mevcut olan tüm üniversitelerde görev yapan kadın yöneticilerin görüşleri alınarak daha kapsamlı bir çalışma yapılabilir.

Gelecekte mobil araçların kullanımının daha da yaygınlaşacağı öngörüsü doğrultusunda eğitimcilerin de kendilerini bu yönde sürekli geliştirmeleri ve yeterliliklerini artırmaları önerilmektedir.

Mobil cihazların etkili kullanılması için hem öğretmenlere hem de yöneticilere gerekli hizmet içi eğitimin verilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Ağca, R. K. & Bağcı, H. (2013).** Students Views of Mobile Tools Usage in Education. *Journal of Research in Education and Teaching*. ISSN: 2146-9199.
- Barrs, K.(2011).** Mobility in learning: The feasibility of encouraging language learning on smart phones. *Studies in Self-Access Learning Journal*, 2(3):228-233. Available at <http://sisaljournal.org/archives/sep11/barrs/>. Accessed 27 March 2019.
- Karasar, N. (2000).** Bilimsel Araştırma Yöntemi. Nobel Yayın Dağıtım.
- Kent, D. B. (2015).** Mobile ELT: East and South of the Red Sea. *Arap World English Journal (AWEJ) Special Issue on CALL No.2 July, 2015*.
- Kim, H-S. (2011).** Effects of SMS text messaging on vocabulary learning. *Multimedia-Assisted Language Learning*, 14(2), 159-180.
- Köprülü, F. & Öznacar, B. (2017).** The Views of Lecturers, Students and Administrators on the Impact of Organization in Foreign Language Education to Academic Achievement. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education* ISSN: 1305-8223 (online) 1305-8215.
- Mehta, N. (2012).** Mobile Phone Technology in English Teaching: Causes & Concerns. *MJAL* 4:2, ISSN 0974-8741.
- Squire, K., & Dikkers, S. (2012).** Amplifications of Learning: Use of Mobile Media Devices Among Youth. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 18, 445-464.
- Tsinakos, A., & Ally, M. (2013).** *Global mobile learning implementation and trend*. Beijing, China :CRTVU press.
- Wang, Y. (2004).** English magazines, motivation+improved EFL writing skills. *English Teaching Forum*, 54, 142-158.

İNŞAAT SEKTÖRÜNDE KADIN MİMARLARIN YERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Mevlûde AYDIN

Uludağ Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi
mevlude.ydn@gmail.com

Yasemin ERBİL

Bursa Uludağ Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü
yaseminerbil@uludag.edu.tr

Özet

Mimarlık mesleği, toplum içerisinde yaygın olarak kadınların rahat çalışma olanağı bulabildikleri bir meslek olarak tanınmaktadır. Bu bakış açısı nedeniyle son yıllarda mimarlık okullarındaki cinsiyet dağılımına bakıldığında, kız öğrencilerin erkeklere oranla mesleğe eğiliminin arttığı görülmektedir. Dolayısıyla inşaat sektöründeki mimar işgücü dağılımı cinsiyet açısından karma bir dağılıma kavuşmuştur. Ancak bu durum inşaat sektörünün erkek egemen yapısında her hangi bir değişim meydana getirememektedir. Diğer yandan kadın mimarlar, inşaat sektöründe, cinsiyetçi tavırlar, düşük ve adaletsiz ücret politikaları, üst kademe terfilerde kadın mimarların karşılaştığı cam tavan, uzun ve düzensiz, esnek olmayan çalışma saatleri, annelik-çocuk bakımı gibi çok sayıda zorlukla karşılaşmaktadır. Bu nedenle Türkiye’de yükseköğrenimini mimarlık alanında tamamlamış olan kadın mimarların meslek hayatına etkin olarak katılmaları mümkün olamamaktadır. Çalışma kapsamında Türkiye’de inşaat sektöründe kadın mimarların çalışma koşullarını değerlendiren araştırmalar incelenecektir.

Anahtar Sözcükler: *İnşaat sektörü, kadın mimarlar, çalışma koşulları*

Abstract

The architecture is widely recognized as a profession in which women can easily work. Looking at the gender distribution in schools of architecture in recent years, it is observed that the tendency of female students to the profession is higher than of men. Due to this trend, labor distribution in the construction sector has a mixed distribution in terms of gender but this situation doesn't cause any change in the male-dominated structure of the construction sector. On the other hand, women architects in the construction sector are faced with inflexible work hours, sexist attitudes, low and unfair remuneration policies, glass ceilings faced by women architects. Therefore, the effective participation of women architects in professional life who to the field of architecture architects have completed their higher education in Turkey isn't possible. In this study, in the construction sector in Turkey will be analyzed research evaluating the working conditions of women architects.

Keywords: *Construction sector, women architects, working conditions*

Giriş

Kadınlar, tarih boyunca üretimin önemli bir parçası olmuşlardır. Endüstri devrimi öncesinde özellikle batı toplumlarında asil sınıf dışında kalan kadınlar üretim sürecinde yer alırken, Endüstri devrimi sonrasında ortaya çıkan yeni üretim dünyasında kadının yeri başkalaşmıştır. Kadınlar, önceleri küçük tekstil fabrikalarında ve erkeklere oranla oldukça ucuz işgücü olarak üretim sürecine katılmışlar, İkinci Dünya Savaşı ile birlikte ise savaşa giden erkeklerin yerini almaya başlamışlardır. Sanayilerde işçi olarak çalışmaya başlayan ve hiçbir sosyal hakkı ve güvencesi olmayan kadınlar, işe alımlarda ucuz eleman olarak görülmüşlerdir. Erkek çalışanlarla aynı işi yapmalarına rağmen aynı ücreti alamamışlardır. Kriz zamanlarında ise işten ilk çıkarılan yine kadınlar olmuştur. İş hayatına atılan kadınlar ev işlerini de beraberinde yürütmek zorunda kalmaktadır. Çünkü kadınlar, eve ek ücret getiren kişiler olarak görülmüşlerdir ve daima öncelikli işleri “ev” olmuştur (Özçelik, 2010).

İnşaat endüstrisi açısından bakıldığında ise 19. yüzyılda endüstrileşmenin başlamasıyla birlikte inşaat sektörünün karşı karşıya kaldığı önemli sorunların başında mimar mühendis ayrımı yer almaktayken ikinci önemli sorun olarak “kadın mimar” konusu karşımıza çıkmaktadır. Hatta kadınların mimar olup olmadıkları tartışılmıştır. Kadın mimarların sadece konut tasarımı yapmalarına izin verilmiştir. Kadın mimarlar fırsat eşitsizliğine, cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmışlar; ücret azlığı, terfi imkânsızlığı gibi çeşitli haksızlıklarla uğraşmışlardır (Özgüven, 2002).

TÜİK 2017 verileri incelendiğinde, kadınların, oran olarak çalışma hayatında hizmet sektörü, tarım ve sanayi alanlarında inşaat sektörüne oranla daha fazla yer aldığı belirtilmektedir (TÜİK, 2017). İnşaat sektörünün erkek egemen yapısı, kadınların kendilerine sektörde yer bulmasını güçleştirmektedir. Diğer yandan mimarlık mesleği, toplum içerisinde yaygın olarak kadınların rahat çalışma olanağı bulabildikleri bir meslek olarak tanınmaktadır. Bu bakış açısı nedeniyle son yıllarda mimarlık okullarındaki cinsiyet dağılımına bakıldığında, kız öğrencilerin erkeklere oranla mesleğe eğiliminin arttığı görülmektedir. Bu eğilim nedeniyle inşaat sektöründe işgücü dağılımı, cinsiyet açısından karma bir dağılım gösterse de sektörün erkek egemen yapısında her hangi bir

değişimden söz edilememektedir.

Kadın mimarlar, inşaat sektöründe, çeşitli güçlükler ile karşılaşmaktadır. Bunlar arasında cinsiyetçi tavırlar, düşük ve adaletsiz ücret politikaları, üst kademe terfilerde kadın mimarların karşılaştığı cam tavan, uzun ve düzensiz, esnek olmayan çalışma saatleri, annelik-çocuk bakımı gibi konular sayılabilir. Bu çalışma kapsamında Türkiye’de inşaat sektöründe kadın mimarların çalışma koşullarını değerlendiren araştırmalar incelenmektedir. İnşaat sektörünün genel yapısı, inşaat sektöründe kadın mimarların görev alanları, çalışma koşulları, Türkiye’de inşaat sektöründe kadın mimarların çalışma koşulları üzerine yapılmış çalışmalar ele alınan başlıklar arasındadır.

İNŞAAT SEKTÖRÜ VE KADIN MİMAR

İnşaat Sektörünün Yapısı

İnşaat sektörü, insanın temel ihtiyaçlarından biri olan barınma ihtiyacının doğmasıyla birlikte başlayıp gelişen bir sektördür. İnsanların binalar, fabrikalar, altyapı, ulaşım ve benzeri birçok alandaki ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bir yapının planlanmasından başlayarak tasarım, yapım, bakım ve yıkım olmak üzere tüm süreçleri kapsamaktadır (İlhan, 2008). İnşaat sektörü yaklaşık 150’ye yakın sektörle ilişkili olması, yan sanayileri desteklemesi, yüksek katma değer yaratması, istihdam potansiyelinin büyük olması, başta imalat sanayisi olmak üzere diğer sektörler ile sıkı bir girdi-çıkı ilişkisi içinde olması, yurtdışında yürütülen faaliyetlerin döviz kazandırması ve çok sayıda düz işçiye istihdam sağlaması gibi özelliklere sahiptir (Erbil, 2015). Sahip olduğu özellikleri dolayısıyla ülkelerin kalkınmasında önemli bir yere sahip olan inşaat sektörü, üretim aşaması açısından yerinde yapılan ve her projeye göre farklılık gösteren yapısıyla ve yoğun emek, mesai, talep etmesi nedeniyle çalışanlar açısından ise oldukça stresli bir sektördür (Güranlı ve ark, 2018).

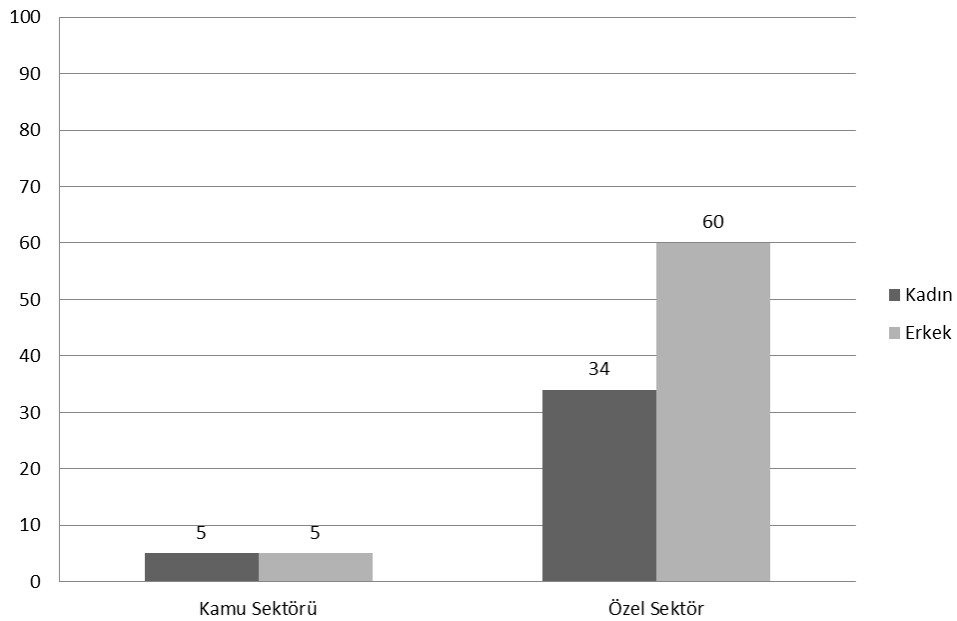
İnşaat sektörü, kendine özgü karakteristik özellikleriyle diğer sektörlerden farklılaşmaktadır. Bu farklılıklar arasında en temel olanlar, yapım faaliyetlerinin, tek defaya özgü olma durumu, değişken çevre koşulları ve proje esaslı olmasıdır. Şantiye koşulları ve diğer birçok farklı nedenle yapılan işin şekli, büyüklüğü, hava koşulları, inşaat alanının coğrafi koşulları değişmektedir. Projelerde çok sayıda firmanın ve farklı uzmanlıkların yer alması ise birbirlerinden ekonomik olarak bağımsız ve farklı beklentileri olan grupların bir arada çalışması ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. İnşaat sektörünün ürünleri, hareketsiz, dayanıklı, pahalı olma özelliklerini taşımaktadır. Birçok tip ve büyüklükteki girişimlerin bir arada olduğu karmaşık bir yapıya sahip olan inşaat sektörüne girdi sağlayan başlıca aktörler, düzenleyici kurum ve kuruluşlar, tedarikçiler, uygulayıcılar, kullanıcı-müşteriler ve bilgi-enformasyon kaynaklarıdır. Düzenleyici kurum ve kuruluşlar: Merkezi-Yerel Yönetimler (Valilik, Belediyeler, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı), Yapı denetimi kuruluşları ve sigorta şirketleri, Mesleki örgütler (Meslek Odaları, Hazır Beton Birliği, Çimento Üreticileri Birliği, Türkiye Prefabrik Birliği, Türkiye Yapısal Çelik Birliği vb), Eğitim kurumları, Hukuk sistemi, Kanun ve yönetmelikler vb. örnek olarak verilebilir. Tedarikçiler: Yapıda kullanılan kaba yapı, ince yapı malzemeleri ile iş makineleri ve araç gereçlerin, ekipmanların üretilmesi, uygulanması, satış ve pazarlama aktivitelerini üstlenen bir kesimi tanımlamaktadır. Malzeme ve sistem üreticisi firmalar, satış/pazarlama firmaları, teknik hizmet veren/uygulamacı firmalar örnek olarak verilebilir. Uygulayıcılar-Proje Temelli Firmalar: Üretim sürecinin gerçekleştirilmesinde proje üretme ve söz konusu projeyi hayata geçirme faaliyetlerini üstlenen kesimi tanımlamaktadır. Proje yöneticileri (girişim, fizibilite, yapım öncesi ve yapım aşamalarını yönlendiren karar verici teknik eleman), proje üretenler (mimar, inşaat mühendisi, elektrik mühendisi, makine mühendisi, peyzaj mimarı, şehir planlamacı, iç mimar, yardımcı teknik eleman-ara eleman) ve uygulayanlar (müteahhit, işçi, usta, kalfa) örnek olarak verilebilir. Kullanıcı-Müşteriler: Sektörde bir ürünü veya üretim biçimini talep eden kişi, kurum veya kuruluşlar girişimci rolünü üstlenmektedir. Örnek olarak; mal sahibi, girişimci, son kullanıcılar verilebilir. Bilgi-Enformasyon kaynakları: Sektörel yayımlar, gazete, dergi ilanları, yurtiçi ve yurtdışı fuarlar, tanıtıcı CD ve kataloglar, kitap ve kitaplıklar, internet siteleri, TV ve radyo yayımları, seminer, sempozyum, konferans, bilimsel araştırma ve kongreler, üniversite ve araştırma kuruluşları, meslek örgütlerinin düzenlediği kurs vb aktiviteler verilebilir. (Erbil, 2009).

İnşaat Sektöründe Kadın Mimarların Görev Alanları

İnşaat sektöründe mimarların istihdam alanları arasında, mimarlık büroları, inşaat şirketleri, malzeme tedarikçileri, malzeme üreticileri ve tasarımcıları, kamu kurumları, yapı denetim şirketleri, şantiye ve akademik ortam yer almaktadır. İşgücü dağılımı açısından Avrupa genelindeki oranlara bakıldığında, kadın mimar oranının %36 olduğu, Türkiye’de ise bu oranın %46 olduğu belirtilmektedir (Şentek ve Yılmaz, 2014). Tablo 1’de yer alan 2014 yılı Mimarlar Odası Üyelerinin Yaş Gruplarına ve Cinsiyete Göre Dağılımı verilerine göre kadın mimar oranının 21-25 yaş aralığında %61’lik oranla erkeklerden fazla olduğu, orta yaşlarda bu oranın dengelendiği daha ileriki yaşlarda ise kadın sayısının daha az olduğu görülmektedir. Bu durum kadınların mimarlık mesleğine olan talebinin arttığının göstergesidir (Şentek ve Yılmaz, 2014).

Yaş Grubu	TOPLAM	KADIN	Oran	ERKEK	Oran
>80	425	26	% 6	399	% 94
76 - 80	503	35	% 7	468	% 93
71 - 75	821	89	% 11	732	% 89
66 - 70	2.234	285	% 13	1.949	% 87
61 - 65	3.566	749	% 21	2.817	% 79
56 - 60	3.767	1.287	% 34	2.480	% 66
51 - 55	3.086	1.346	% 44	1.740	% 56
46 - 50	3.606	1.768	% 49	1.838	% 51
41 - 45	4.330	1.931	% 45	2.399	% 55
36 - 40	5.146	2.361	% 46	2.785	% 54
31 - 35	5.492	2.885	% 53	2.607	% 47
26 - 30	6.365	3.558	% 56	2.807	% 44
21 - 25	1.991	1.219	% 61	772	% 39
Belirsiz	77	11	%14	66	%86
TOPLAM	41.409	17.550	% 42	23.859	% 58

Tablo 1: 2014 yılı Mimarlar Odası Üyelerinin Yaş Gruplarına ve Cinsiyete Göre Dağılımı (Şentek ve Yılmaz, 2014).



Tablo 2: 2012 yılı erkek ve kadın mimarların çalışma alanlarının yüzdelik oranları (Dostoğlu ve Erkarlan, 2010).

Mimarlar, kamuda ya da özel sektörde çalışmaktadır. Tablo 2’de yer alan 2012 yılı erkek ve kadın mimarların çalışma alanlarının yüzdelik oranları incelendiğinde; kadın ve erkeklerin kamu sektöründe çok yakın oranlarda yer aldıkları ancak özel sektörde istihdam edilen erkek ve kadın mimarlar arasında %25.81’lik fark bulunduğu ve erkeklerin çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir (Dostoğlu ve Erkarlan, 2010). Kadın mimarların özel sektör yerine kamu sektörünü tercih etmelerinin ardında iş stresi, iş yoğunluğu, iş güvencesi, çalışma saatlerindeki belirsizlikler gibi çeşitli nedenler sayılabilir.

Yıllar	Toplam	Kadın	Oran	Erkek	Oran
2010	8.974	2.631	% 29	6.343	% 71
2011	9.012	2.658	% 29	6.354	% 71
2012	9.164	2.681	% 29	6.483	% 71
2013	8.920	2.658	% 30	6.262	% 70

Tablo 3: 2010-2013 Büro Tescil Belgesi (BTB) Alan Mimarların Yıllara ve Cinsiyete Göre Dağılımı (Şentek ve Yılmaz, 2014).

Tablo 3'te 2010-2013 Büro Tescil Belgesi (BTB) Alan Mimarların Yıllara ve Cinsiyete Göre Dağılımı yer almaktadır. Mimarlar Odasının 2008 verilerine göre inşaat sektöründe ofis sahibi olan erkek sayısının kadın sayısının 2.46 katı olduğu tespit edilmiştir (Dostoğlu ve Erkarlan, 2010). Bu durum sektörün erkek egemen yapısını açıkça ortaya koymaktadır. Büro tescil belgesi alan kadınlar 2010 yılında %29 iken 2013 yılında bu oran %30 olmuştur. Kayda değer bir artış görülmemektedir. Kadınların büro açma eğilimlerinin erkeklere oranla çok daha az olduğu tespit edilmiştir.

Unvan	Toplam	Kadın	% Oran	Erkek	% Oran
Profesör Dr.	79	49	%62	30	%38
Doçent Dr.	61	44	%72	17	%28
Yardımcı Doçent Dr.	60	41	%68	19	%32
Araştırma Görevlisi Dr.	24	15	%62	9	%38
Araştırma Görevlisi	103	75	%73	28	%27
Öğretim Görevlisi Dr.	30	23	%77	7	%23
Öğretim Görevlisi	6	0	0	6	%100
TOPLAM	363	247	%68	116	%32

Tablo 4: İTÜ, ODTÜ, YTÜ, Gazi, Kocaeli ve Atılım Üniversiteleri Mimarlık Bölümlerindeki Akademik Kadrolar Toplamının Unvan ve Cinsiyete Göre Dağılımı (Şentek ve Yılmaz, 2014).

Tablo 4'te İTÜ, ODTÜ, YTÜ, Gazi, Kocaeli ve Atılım Üniversiteleri Mimarlık Bölümlerindeki Akademik Kadroların Toplamının Unvan ve Cinsiyete Göre Dağılımı yer almaktadır. Kadın mimar akademisyenlerin oranının erkek mimar akademisyenlere oranla daha fazla olduğu görülmektedir (Şentek ve Yılmaz, 2014).

İnşaat Sektöründe Kadın Mimarların Çalışma Koşulları

Kadınlar çalışma hayatlarında hiçbir dönem eşit haklara sahip olamamışlar, aynı işi yapmalarına rağmen ucuz iş gücü olarak görülmüşlerdir. Kadın mimarlar eşit olmayan ücret tarifeleri günümüzde de güncelliğini korumaktadır. Kadın mimarlar meslekte ilerlese bile muadilleri erkeklerle aynı ücrete tabi tutulmamaktadır. Bu durum kadın mimarların zamanla kariyerlerinde uzaklaşmaktadır (De Graft-Johnson ve ark, 2003). TÜİK 2010 verilerine göre profesyonel mesleklerde kadın ve erkek çalışanlar arasında %19.4 'lük bir fark bulunmakta ve kadınlar aynı konumlarda daha düşük ücretlerle çalışmaktadırlar. (TÜİK 2010.)

Sektörün enerji isteyen yapısı ve çalışma şeklinin saat aralıklarına sınırlandırılmayan yapısı ikinci meslekleri annelik olan kadınların sektöre tutunmasını zorlaştırmaktadır. Esnek olmayan çalışma saatleri aile yaşantısına uygun olmadığından kadınlar belli bir süre sonra meslekten ayrılma durumunda kalmakta veya kariyerlerini kesintiye uğratmaktadır. Mesleğe ara verdikten sonra geri dönüş için bir teşvikin olmayışı kadın mimarları meslekten uzaklaştırmaktadır (Şentek ve Yılmaz, 2014).

Sektörün erkek egemen yapısı kadınların mesleki ortamlarda yalnız kalmalarına neden olmaktadır. Çalışma ortamlarında kadın çalışma arkadaşlarının az oluşu çalışma aralarında erkeklerin kendi muhabbet ortamlarını

oluşturmaları kadınların sosyalleşmesine engel olmaktadır ve meslekteki ilerleyişlerinde destekçi bulamamaktadırlar (Gürcanlı ve ark, 2018). Zamanla kadınlar mesleklerinden tatmin olamamakta ve çalışma ortamlarından memnun kalmamaktadırlar. Bu durum kadınları erkeklerin inşaat sektöründe yoğun olarak çalıştığı üretim alanlarından uzaklaştırmakta ve daha çok ofis ortamlarına yönelmelerine neden olmaktadır (Dostoğlu ve Erkarlan, 2010).

Cam tavan kadınlarla yöneticiler arasında görünmeyen ve aşılamayan, kadınların ilerlemesini engellemeye yönelik engelleri ifade etmektedir (Özçelik, 2010). Kadınların meslek hayatlarında ilerlemesini engelleyen hatta kariyerini noktalamasına neden olan bu cam tavanlar kadın mimarlar için de geçerlidir.

Sektörün erkek egemen yapısı cinsiyetçi yaklaşımları beraberinde getirmiştir. Bu yaklaşımlar iş ilanlarında ‘erkekse’ ayrımı yapılmadan askerlik mesleğini icra etmiş olmak özelliğinin belirtilmesidir. Şantiyelerde kaba işlerin kadınlara verilmek istenmemesi, kadınlara ait mekânların olmayışı bu durumu kanıtlamaktadır (Şentek ve Yılmaz, 2014).

Türkiye’de İnşaat Sektöründe Kadın Mimarların Çalışma Koşulları Üzerine Yapılmış Çalışmalar

Son yıllarda mimarlık okullarındaki cinsiyet dağılımına bakıldığında, kız öğrencilerin erkeklere oranla mesleğe eğiliminin arttığı görülmektedir. Bununla birlikte meslekteki kadın mimar sayısı bu oranı yansıtmamaktadır. Mimarlık okullarındaki cinsiyet dağılımlarının oldukça yakın olmasına rağmen sektörde kadınların görünürlüğünün azalması dikkati çeken bir konudur (Dostoğlu ve Erkarlan, 2010). Kadın mimarların önemli bir bölümü meslekteki kariyerlerine başlamamakta ya da erken terk etmektedirler. Mimarlık okuyan kadınların mesleği devam ettirememede çeşitli sebepleri, engelleri bulunmaktadır. İnşaat sektöründe, cinsiyetçi tavırlar, düşük ve adaletsiz ücret politikaları, üst kademe terfilerde kadın mimarların karşılaştığı cam tavan, uzun ve düzensiz, esnek olmayan çalışma saatleri, annelik-çocuk bakımı bu engellerin başında gelmektedir. Bu durumu ele alan akademik çalışmalar da bulunmaktadır (Özçelik, 2010).

TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi Arge Mesleki Bilimsel Çalışma Kurulu 2014’te Kadın Mimarlar adlı bir rapor yayınlamıştır. Bu raporda 8 Mart 2012’de Ankara Mimarlar Odası’nda yapılan foruma yer verilmiştir. Bu forumda kadın mimarların karşılaştığı güçlükler hakkında yorumlar yapılmış ve bu yorumların bazıları derlenmiştir. Kadınlar cinsiyetçi ve önyargılı tavırlarla karşılaştıklarını ve cam tavanlarla karşılaştıklarını dile getirmişlerdir (Şentek ve Yılmaz, 2014).

İngiltere’de yapılan bir araştırmada kadın mimarların meslekten neden ayrıldıklarına dair bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaya göre meslekten ayrılmalara gösterilebilecek çok sayıda sebep bulunmaktadır. Birden fazla nedenin kadınlar üzerinde oluşturduğu baskı kadınların meslekten ayrılmalara neden olmaktadır. Bu sebepler aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Eşit olmayan ücret tarifeleri
- Esnek olmayan çalışma saatlerinin aile hayatına uygun olmayışı
- Kadınların meslekte geri plana itilmesi
- Çalışma alanlarının sınırlandırılması
- Cam tavan olgusu
- Çalışma ortamının stresli olması
- Tecrübe kazanılmasını engelleyecek derecede erkek egemen yaklaşımlar
- Cinsiyetçi yaklaşımlar
- Meslekten tatmin olmama
- Mesleğe verilen aralar
- Tatmin edici başka mesleklere yönelme (De Graft-Johnson ve ark, 2003).

Sedef Özçelik’in (2002) ‘İnşaat Sektöründe Kadın Profesyoneller’ başlıklı yüksek lisans tezinde yapılan araştırmada farklı gruplarda çalışan kadın mimarlarla ilgili birebir görüşmeler ve anket çalışması yer almaktadır. İşe alınma süreci, sektörün erkek egemen yapısı, sosyal haklar, uzun çalışma saatleri, terfi imkânlarının neredeyse yok oluşu, ücret politikaları kadınların meslek yaşamlarında karşılaştıkları sorunları oluşturmaktadır. Çalışmada yapılan görüşmelerde işe alınmalarda kadınların çocuk sahibi olmaları dezavantaj olarak görülürken bu durum erkeklerin için avantaj olarak görüldüğü belirtilmiştir. Hamile olan kadınların belli bir süre sonra işi bırakma durumu da işe alınmada dezavantaj olarak görülmüştür. Görüşülen kadın mimarlar inşaat sektöründe sayısal anlamda ve yaptırım gücü anlamında erkek egemen bir yapının olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumla yapının tasarımı ve üretimi açısından daha çok karşılaşıldığı belirtilmiştir. Sosyal güvence anlamında kadın mimarların beklentisi sosyal sigortalarının zamanında yapılması, çocukları için kreş ve ulaşım imkânlarının sağlanmasıdır. Ancak sosyal sigortası sağlanan kadınlar şanslı olarak görülmektedir. Tasarım sürecinde kesintiye

uğratan ve enerji isteyen bir yönünün olması nedeniyle esnek olmayan çalışma saatlerinin olumsuzluğundan bahsedilmiştir. Çalışmada yapılan anketlerde kadınların erkek meslektaşlarıyla aynı pozisyon için %64 oranında aynı şartlarda değerlendirilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Kadın mimarların inşaat sektörünün erkek-egemen yapısı konusunda sayısal (%80) ve yaptırım gücü bakımından (%88) erkek egemen bir yapıya sahip olduğunu belirlenmiştir. Kadın mimarların inşaat sektöründe en fazla zorlandığı konular tespit edilmiştir. %66 oranında çalışma saatlerinin düzensiz olması belirlenmiştir. (Özçelik, 2002)

Gözde Yenipazarlı'nın (2006) 'Türk İnşaat Sektöründe Liderlik Davranışları Üzerine Bir Araştırma' yüksek lisans tezinde liderlik üzerine bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların tercih ettiği yönetici tipi demokratik ve katılımcı olarak tanımlanmıştır. Türk inşaat sektöründe ise otoriter bir liderlik söz konusu olduğu belirlenmiş ve bunun nedeni olarak sektörün erkek egemen yapıya sahip olması gösterilmiştir. Sektörün erkek egemen yapıya sahip olmasında ise kadın sayısının erkek sayısına göre daha az olması, inşaat sektörünün çoğunluğunu inşaat mühendislerinin oluşturması ve inşaat mühendislerinin çoğunluğunun da erkek olması, kadın çalışanların çoğunun 40 yaşın altında olması olarak tespit edilmiştir (Yenipazarlı, 2006)

Gürçanlı ve arkadaşlarının (2018) 'Şantiyelerde Çalışan Teknik Elemanların Çalışma Koşulları Üzerine Bir Alan Çalışması' adlı makalesinde şantiyede çalışma koşullarının oluşturduğu stres üzerine bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada kadın çalışanların önündeki engellere ve cinsiyet ayrımcılığına değinilmiştir ve sonuç olarak bu konunun çok kapsamlı olduğu ve ayrıca işlenmesi gereken bir konu olduğu tespit edilmiştir. Çalışmaya katılan kadınların dörtte biri cinsiyet ayrımcılığına maruz kaldığını belirtmiş ve erkek katılımcılardan da dörtte üçü cinsiyet ayrımcılığı yaptığını kabul etmiştir. Yapılan anket çalışmasında şantiyede çalışanların işten ayrılma nedenlerinden biri olarak cinsiyet ayrımcılığı söylenmiştir. Kadınların şantiyede karşılaştığı engeller olarak; şantiyenin erkek egemen yapısı, ücret eşitsizlikleri, fiziksel koşullar, örnek birey eksikliği, toplumsal ve kültürel nedenler gösterilmiştir. Bulgular kısmında şantiyeler toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir yansıması olarak kabul edilmiştir. Çalışmada yapılan birebir görüşmelerde kadın çalışanlar çalışanların çoğunun erkek olduğunu, çalışma aralarında yapılan konuşmalarında erkek muhabbetleri olduğunu ve sosyalleşemediklerini belirtmişlerdir. Cinsiyet ayrımcılığını usta-işçi ilişkisinden ziyade patronlarından gördüklerini belirtmişlerdir. Görev dağılımlarında da cinsiyetçi bir yaklaşımın olduğunu dile getirmişlerdir (Gürçanlı ve ark, 2018).

Bulgular

Çalışma kapsamında yapılan detaylı literatür araştırması sonucunda kadın mimarların iş hayatlarında ilerlemelerini engelleyen pek çok sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu engellerin büyük çoğunluğu inşaat sektörünün erkek egemen yapısından kaynaklanmaktadır. Yapılan kaynak araştırmalarında bu engeller cinsiyetçi tavırlar, adaletsiz ve eşit olmayan ücret politikaları, kadınların meslekte ilerlemesini engelleyen hatta meslekten ayrılmaların sebep olan görünmez cam tavanlar, kadınların ikinci meslekleri olan annelik sorumluluğu ve sorumluluğa ve aile yaşantısına engel olan esnek olmayan çalışma saatleri genel sebepler olarak belirlenmiştir. İnşaat sektörünün sayısal anlamda ve yaptırım anlamında erkek egemen yapısı kadınların cinsiyetçi tavırlara maruz kalmasına neden olmuştur. Bu cinsiyetçi tavırlar kadın mimarların inşaat sektöründe her alanda yer alamamalarına özellikle de şantiye gibi üretim alanlarında ikinci plana itilmelerine neden olmuştur. Bu yaklaşım kadın mimarların tecrübe kazanmalarına ya engel olmuş ya da bu tecrübenin kazanılmasını uzun sürelerle yaymıştır. Bu ve benzeri durumlar kadın mimarların meslekten tatmin olmamasına neden olmuştur. Kadın mimarların meslekten tatmin olamamasını bir diğer nedeni de erkek egemen inşaat sektörünün yönetici kadrolarının büyük kısmında yer alan erkek mimarlar kadın mimarların meslekte yükselmesine belli bir yere kadar izin vermiş olması yani kadın mimarların maruz kaldığı cam tavanlardır. Yoğun ve stresli bir yapıya sahip olan inşaat sektörünün çalışma saatlerinin esnek olmayışı kadın mimarların aile yaşantısına engel olmakta bu durumda kadınların çocukları için mesleğe ara vermesine neden olmaktadır. Bu ara vermelerden sonra kadın mimarların mesleğe dönmesini teşvik edecek unsurların olmayışı kadınların meslekten ayrılmalarına veya başka tatmin edici mesleklere yönelmelerine neden olmuştur.

Sonuç

Kadınların meslek yaşamlarındaki görünürlüğü ülkelerin gelişmişlik düzeyiyle doğru orantılı olarak değişmektedir. Mimarlık mesleği açısından bakıldığında, mesleğin kadın mesleği olarak anılmaya başlanması, üniversite tercihlerinde mimarlık tercih eden kadınların sayısının artmasıyla bağlantılıdır. Bununla birlikte mimarlık mesleğinde kadın mimarların görünürlüğünün azlığı yadsınamayan bir gerçektir. Kadın mimarların mesleklerinden tatmin olmalarını sağlamak için inşaat sektörünün erkek egemen yapısında kendilerine adil koşulların sağlanması gerekmektedir. Kadınlara aynı zamanda anne olmaları dolayısıyla ihtiyaç duydukları esnek saatlerinin sağlanması gerekmektedir. Kadın mimarlar annelik için doğan hakları konusunda bilgilendirilmeli, işverenler de kadınların bu sosyal haklarının önüne geçmemelidir. Ücret politikaları işi yapan kişinin cinsiyeti ile değil işteki tecrübesi ve yeteneğiyle doğru orantılı olmalıdır. Kadın mimarlar özellikle şantiye gibi üretim alanlarında ikinci plana atılmamalı, yapılan işin erkek işi olduğu düşüncesinden

vazgeçilmelidir. Kadın mimarların da erkek mimarlar gibi bu konuda eğitim aldığı ve mimarlık mesleğinde istedikleri alanda söz sahibi olabilmelerinin önünü açılmalıdır. Şantiye gibi erkek çalışanların yoğun olduğu çalışma alanların fiziksel olarak da kadınlar için gerekli koşullar sağlanmalıdır.

Kaynakça

- Dostoğlu, N., Erdoğan Erkarıslan, Ö. (2010). Türkiye’de Kadın Mimarların Statüsü Üzerine Niceliksel Analiz. *Cinsiyet ve Mimarlık*, Dosya 19, s:22-26.
- De Graft-Johnson, A., Manley, S., Greed, C. (2003). *Why do women leave architecture*. RIBA/University of West of England Research Project. London, RIBA.
- Erbil, Y. (2009). Innovation in construction sector and factors influencing innovation. *International Symposium on Engineering and Architectural Sciences of Balkan, Caucasus and Turkic Republics*, October 22-24, Isparta, Turkey.
- Erbil Y. (2015). İnşaat sektöründe girişimcilik eğilimi üzerine bir değerlendirme. *Trakya University Journal of Engineering Sciences*, 16(1):1-9, Edirne.
- Güranlı, G. E., Akboğa Kale, Ö., Artan, D. (2018). Şantiyelerde Çalışan Teknik Elemanların Çalışma Koşulları Üzerine Bir Alan Çalışması. *Çalışma ve Toplum*, s:59(4).
- İlhan, B. (2008). *Türk İnşaat Sektörünün Girdi-Çıktı Analizi ve İthalata Bağımlılığı*. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, YL Tezi, İstanbul.
- Özçelik, S. (2010). *İnşaat Sektöründe Kadın Profesyoneller*. İstanbul, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, YL Tezi, İstanbul.
- Özgüven, Y. (2002). *Türkiye’de Kadın Mimar Kariyerinin Başlangıcı*. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, YL Tezi, İstanbul.
- Şentek A., Yılmaz, F. (2014). *Kadın Mimarlar*. TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi Arge Mesleki Bilimsel Çalışma Kurulu Raporu.
- TÜİK, 2017 ve 2010 verileri. <http://tuik.gov.tr> 15.02.2019
- Yenipazarlı, G. (2006). *Türk İnşaat Sektöründe Liderlik Davranışları Üzerine Bir Araştırma*. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, YL Tezi, İstanbul.

‘İZLERİMİZİN İZİNDE’’ TOPLUMLARARASI KADIN DİYALOĞU

Süreyya OSKAY

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
sureyya.oskay@istanbul.edu.tr

Dünyamız var oluşundan bugüne dek sosyal, kültürel ve toplumsal yapılanmaları açısından değişimler yaşamıştır. Bu değişimin ve yaşamın ana teması insandır. İnsanlar, toplumsal yaşamda varlıklarını sürdürebilmek için sivil düşünce içinde olmuşlar ve demokrasinin gerekli olan en önemli unsuru sivil düşünce ve sivil toplum fikrini oluşturarak (Sarıkaya, 2009), sivil toplum kavramını yaşamın içine almışlardır (Özpınar ve Mutioğlu, 2006).

Sivil toplum, yaşadığı toplumda bireylerin kendi istek ve arzularıyla bir araya geldikleri, belli bir amaç uğruna ortak hareket ettikleri yaşamı alanı olarak ifade edilmektedir (Çaha, 2017). Sivil toplum kavramını inceleyen düşünürler, zaman içinde toplumun beklentisi ve gelişimi doğrultusunda görüşlerini geliştirmişler ve zaman zaman değişikliklere uğratarak şekillendirmişlerdir. 1980’li günümüz yıllarına gelindiğinde ise; sivil toplum kavramı, toplumsal alanda, eğitim alanında ve siyasi alanda dönüşümlerin bir aracı olarak karşımıza çıkmaktadır (Aslan, 2010).

Küreselleşme ile birlikte zaman içinde sivil düşünce, sivil toplumu oluşturmuş ve sivil toplum ise sivil toplum örgütlerinin kitlesel olarak bir arada oldukları alanlar olmuştur. STK’lar günümüz dünyasında yükselen bir değer olarak görülmekte ve toplumsal yapılanma açısından önem kazanmaktadır (Özpınar ve Mutioğlu, 2006).

Demokrasinin göstergesi olan en önemli barometrelerden birisi; devletin varlığının dışında varolan, insanların temel hak ve özgürlüklerinin olduğu ve bunları rahat bir şekilde kullanmaları asıl hakları olan ve bu alanın devlet tarafından korunan bir sivil alan olmasıdır. Bu anlamda sivil alan aynı zamanda toplulukçu düşüncenin ana merkezidir (Haşlak, 2006).

STK’lar; günümüz toplumunun en önemli ve aktif itici gücü haline gelmiştir. Bundan dolayıdır ki, uluslararası ve ulusal boyutta gerçekleştirilen ve uygulamaya alınan tüm politikalar, STK’larının gücü ve ışığı altında uygulanmaktadır.

STK’lar kamusal alan ve resmi kuruluş statüsüne sahip olup, resmi kurumlar dışında olan, bağımsız olarak çalışan sivil inisiyatiflerdir (Zeynep, 2012).

Kadın sivil toplum kuruluşları içinde yer alan kadınlar hem aile içinde hem toplumsal alanda var olup, oluşumdaki kadın bakış açısıyla hem kadına hem gençliğe rol model olmakta ve kadının toplumdaki hak ettiği yeri almasına ciddi katkılar sağlamaktadır. Sivil toplum günümüz toplumunda bir devletin üyesi ve vatandaşı olarak, o devletin yasalarına uyarak tüm vatandaşlarla bir arada uyum içinde yaşaması olarak kabul edilmektedir. Bir diğer bakış açısına göre ise, sivil toplum devletin dışında ve devletle birlikte tarihsel sürecini tamamlayan geçici bir aşama olarak görülmektedir. Her iki bakış açısı içinde ise kadın, sivil toplumda kendisine biçilen rollerde aynı yerdedir (Çaha, 2017). Osmanlı’dan günümüze Türkiye’de kadınların toplumsal alanda var olması, gönüllülük ve gönüllü olma süreçleri ile hayat bulmuştur. Kadınların sivil toplum kuruluşlarında var olarak elde ettiği kazanımlar; kendi gücünün farkına varmaları, kendilerini geliştirme ve toplumda ses getirmek için birliktelik sağlamaları, günümüz toplumu içinde güç bulmaktadır.

Osmanlı döneminden bu yana kadın ve kadına değer olgusu hızlanarak ivme kazanmıştır. Kadına yönelik STK’lar, kadınlar tarafından kurulmuş olup, bu STK’lar toplumsal sorunlara karşı çeşitli konferans, seminer ve çeşitli yayınlarla farkındalık yaratıp çözüm bulmaya çalışmaktadırlar. Bu derneklerin yapılanması; yardım ve eğitim dernekleri, kültür amaçlı dernekler, ülke sorunlarına çözüm oluşturmayı amaçlayan dernekler, siyasal partilerin kadın dernekleri ve kadın kolları, feminist kadın dernekleri, ülke savunmasına yönelik kadın dernekleri olmak üzere ana başlıklar halinde isimlendirilmektedir (Gökçimer, 2008).

Türkiye’de toplumsal yapılanma içinde kadın, hukuksal alandaki hakları konusunda ciddi bir ilerleme kaydediliyor olsa da, kültürel alanda ki çeşitliliğinden dolayı, sivil alanda yer alan STK’lara katılım düzeylerinde ciddi sıkıntılar yaşanmaktadır. Kadın açısından değerlendirildiğinde iyi olarak gözükse dahi, gerçek anlamda yaşananlar uygar toplumlarda eşitsizlik ve haklar konusunda kabul edilemeyecek gerçekliklerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu noktada sivil toplum alanında kadın varlığını temsil eden bir alan olan STK’lar devreye girmektedir (Acar, 2010). Toplumsal değerlerin ve yapının güçlenmesinde, sosyal ve psikolojik fayda sağlamak açısından, gönüllü hareketlerin varlığı STK’ları güçlendirmektedir. Günümüz dünyasında STK’lar, sosyal ve toplumsal yaşamın vazgeçilmez unsuru haline gelmişlerdir. STK’lar, birçok alanda aktif olmakta ve kadın temsiliinde öncülük yapmaktadırlar. Toplumun her alanında sosyal destek ihtiyacında var olan STK’lar, daha iyi ve verimli hizmet verebilmek için gönüllü katılımına ihtiyaç duymaktadır. (Tütüncüoğlu, 2016). İşte bu noktada kadın potansiyeli devreye girmektedir. Ülkemiz; toplumsal, sosyal, kültürel, aile, toplumsal gelenek-görenekler, tabular ve bölgesel farklılıklardan dolayı, çok renkli bir mozaik yapısına sahiptirler. Bu durumlardan dolayı, aile yapısı ve ailenin işlevsel özellikleri de farklılıklar göstermektedir. Ailenin oluşumunu etkileyen bu farklılıklar, aile dinamiklerini de etkisi altına almaktadır. Aile kavramı; evlilik tarzından, çocuk oluşumuna; ahlak kavramlarının uygulanış ve kabul görüşünden, çocuğun yetiştirilme tarzına, aile de kadın-erkek liderliği ve eşitliğinden, kadının sosyal hayatta

var oluşuma kadar birçok dinamikler ülkemiz de var olan yapısal ve toplumsal mozaiklerin çerçevesinde değişim ve kabul göstermektedir (Özkaya, 2011).

Tarihsel yapı çerçevesinden bakıldığında ise sivil alanlar, erkek hegemonyası olarak görülmektedir. Sivil topluma açılmayan kadın; eş, anne ve ailenin kadınsal varlığı içinde kimlik kazanmakta, erkeğin toplumsal temsiline seyirci kalmaktadır (Baydemir, 2009). Türkiye'deki kadın temsiline hala çok ciddi sorunlar yaşanmaktadır. Siyasi, ekonomik, kültürel alanlarla birlikte, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin ve kadın temsiline en yoğun görüldüğü toplumsal fayda çalışmalarını STK'lar üstlenmektedirler.

Yapılan araştırmalarda; STK'larda kadın temsili, erkek temsiline oranla ciddi bir şekilde azınlıkta kalmaktadır. Toplum nüfusunun yarısını oluşturan kadınlar, bu temsil gücünün azlığı karşısında daha aktif olmaya çalışmakla birlikte, ne yazık ki yeterli sayıya hala ulaşamamaktadırlar. Çocuk ve engelli derneklerinde kadın katılımı ve aktifliği ise, daha fazla görülmektedir (Vakfi, 2014). Şiddet, taciz vs. durumlarda travma yaşamış kadınlara yönelik STK'larda çalışan gönüllü kadınlar, bu alanda oldukça başarılı olmaktadır. Göç, sosyal dışlanmaya maruz kalmış gruplara yönelik çalışmalarda da kadının gücü ve varlığı çok etkili olmaktadır. Kadın, kendi yaşadıklarını gönüllü olduğu STK'lara aktarmakta ve sahadaki tecrübelerini çalıştığı gruplarla paylaşılarak toplumsal katkıya fayda sağlamaktadırlar (Tütüncüoğlu, 2016).

Kadınlara yönelik projeler, STK'lar ve devlet kurumları tarafından uygulanmaktadır. Fakat bu projelerin uygulama sürecinde çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Kadınların ihtiyaçları ve onların istekleri doğrultusunda oluşturulan projelerde katılım düzeyleri ve uygulayıcıların yaklaşımlarında çeşitli sıkıntılar ortaya çıkmaktadır. Faaliyet temelli oluşturulan bu projelerin uygulanma ve sürdürülebilirliği en önemli boyutunu oluşturmaktadır. Bu projeler kadın ve kız çocuklarını hedeflerken, özel hedefler kapsamında aileyi ve aile içindeki erkekleri hedeflemektedir. Hepsi olmasa bile bazı projeler kadının faaliyetler kapsamında ekonomik alanda ve sosyo-psikolojik alanda farkındalık kazanması açısından güçlenmesini sağlamaktadır. Kadının toplumda yalnız olmadığını ve kendi gibi olanların olduğunu farkındalığını yaşaması kadın birlikteliğinin en güzel birlik beraberliğinin göstergesidir. Birçok projede var olan kadınlar; kadınların koşullarını değiştirmek, geliştirmek ve onlara değişimin gerçek yönünü göstermek için bu var olan projelerde yer alarak paylaşmanın ve gelişmenin farkındalığını yaşamaktadırlar (Günel ve Bora, 2002). Kadın temsiliyeti toplumun en aydınlık ve gülen yüzünü temsil etmekte gibi gözükse de hala istenilen düzeyde değildir. STK'lar özgürlükçü varlıklarını muhafaza ettikleri sürece STK'larda kadının gücü ve varlığı daha fazla ön plana çıkacaktır (Tütüncüoğlu, 2016).

Kadın bakış açısı yeryüzünde; toplumlara, siyasete, ekonomiye ve sosyal hayata farkındalık kazandırmaktadır. Kadının sosyalleşmesi ve benlik farkındalığı kazanması ile kadın farklı bir dünyanın ve toplumun yaratılmasında, gelişmesinde etkin rol almaktadır. Böyle bir gelişim dünyanın ve toplumların ihtiyacı olmakla birlikte, hem bireysel, hem küresel, hem de toplumsal olarak; kadın bakış açısını, kadının kendi özgün arayışını desteklemek ve güçlendirmek, toplumsal ilerlemeyi hızlandırmak demektir. Unutulmamalıdır ki:

“Kadınlar kendileri için farklı bir dünya arayışını biçimlendirdikçe, dünyanın da daha farklı biçimlenme olasılığı artmaktadır.” (Koray, 2004).

Üniversite ve STK birlikteliği ise; gelişen, değişen ve büyüyen bir toplumun vazgeçilmezidir. Üniversiteler eğitim-öğretim yapmak, topluma fayda sağlamak amacıyla kurulmuş olup, temel görevleri; araştırma yapmak, bilgi üretmek, eğitim ve öğretim yoluyla gerçek bilgiyi gençliğe ve topluma aktarmak, bilimsel araştırmaların genişletilmesi yoluyla topluma ve insanlığa hizmet etmektir. Üniversiteler yapıları gereği bilgi toplumunu geliştirmekle yükümlüdür. Bu sorumluluk bilinciyle, öğrenciler ve toplumun üzerinde farkındalık yaratacak sosyal sorumluluk projelerini objektif bakış açısıyla gerçekleştirmek, çoğulcu, demokratik, paylaşımcı ve uygulayıcı rolüyle yaygınlaştırmayı hedeflemektedir.

Üniversite ve STK'lar olarak gerçekleştirdiğimiz sosyal, kültürel ve sanatsal projelerle, Balkanlar'daki izlerimizi sürerek, oradaki sivil toplum kuruluşları ve üniversite birlikteliğiyle uluslararası bir kültür köprüsü oluşturulması hedeflenmiştir. Bu hedef doğrultusunda, topluma yön veren kadınların ve genç kızlarımızın birlik beraberlik ruhuyla bir araya getirilmeleri sağlanmıştır. Kadın, çocuk ve gençlerle oluşturulan ortak platformlarda paylaşılan bilimsel çalışmaların aktarımı, geleneksel sanatlar uygulamaları, bilgi, beceri ve donanımlar paylaşılarak geçmişten günümüze yaşanmışlıkların izlerinde sevgi ve sıcak birliktelikler kurulması sağlamış, kalıcı dostluklar elde etmek, gelenek, görenek, kültür ve sanat aracılığıyla geçmişten geleceğe bir aktarım bağı oluşturulmuştur. **“İzlerimizin İzinde”** projelerinin sürdürülebilirliği, uluslararası gerçekleştirilen ortak çalışmalarla sağlanmaktadır.

Üniversite ve sivil toplum kuruluşları birlikteliğiyle, uluslararası platformda üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, kadınlar ve gençler arasında; kültürel, toplumsal değerler, gelenek-görenek ve etnik kökenler arası birlik beraberlik ile sevgi yumağı oluşturulması, dil, din, ırk ayrımı gözetmeksizin toplumların gelişmesine katkı sağlanmıştır.

Tüm dünyadaki sosyal ve toplumsal gelişmenin, demokratikleşmenin ana kriterlerinden birisi, STK'ların varlığı ve aktif oluşları olarak düşünülmektedir. Zira dünyanın üzerinde yaşanan tüm olumsuz ve insani değerleri sarsan, zedeleyen toplumsal olaylar, STK'lar aracılığı ile sarılmaktadır. Bir anlamda tüm negatif düşünceler ve eğitim kaynaklı eksiklikler, STK'ların aktif çalışmalarıyla halkı bilinçlendirme ve güçlendirme yönünde çok ciddi

adımlar atılarak çözülmekte ve onarılmaktadır. Önemli olan yaşanılanları, toplumun algısını ve ihtiyaçlarını doğru okumak, olmasını gerekeni yapmak için adım atmakla başlamaktadır.

Bizlerin geçmişten gelen sosyal yapılanma ağıımız ve genetik yapılarımız böyle bir mirası doğru tanımamızı, vatan ve insan sevgisi ışığında o günün ruhunu doğru okumamıza yönelik kodlanmıştır. Tüm dünyada ve ülkemizde yıldızı parlayan bir değer olarak görülen STK'lar, istenilen düzeyde ve sosyal içerikli çalışmalarla, demokratikleşmenin ve gelişmenin bir ölçütü olarak görülmektedir (Ataseven, 2015).

7 Ülkede gerçekleştirilmesi planlanan ‘‘İzlerimizin İzinde’’ projesinin birincisi, 2013 yılında Bulgaristan Şumnu ‘da 150 kadın, ikincisi ise 2014 yılında 50 kadına ulaşarak Kosova Prizren’de gerçekleştirmiştir. Hayata geçirilen bu projelerin ışığında Kosova Prizren’de elde edilen bilgiler aşağıdaki gibidir.

İSTANBUL’DAN BALKANLARA İZLERİMİZİN İZİNDE-2 KOSOVA KÜLTÜR VE SANAT PROJESİ

Kadının sosyal ve kültürel alandaki gelişimine katkı sağlamak amacıyla faaliyetlerini sürdüren İstanbul Rumeli Balkan Kadınlar Derneği ‘RUBAKAD’, İstanbul’dan Balkanlara İzlerimizin İzinde-2 KOSOVA Kültür ve Sanat Projesini hayata geçirdi. Proje; Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), İstanbul Üniversitesi, İstanbul Rumeli Balkan Kadınlar Derneği (RUBAKAD), Kosova Kadınlar Yardımlaşma Derneği ortaklığında gerçekleştirildi.

Kadının ekonomik anlamda güçlenmesini sağlamak, farkındalıklarını arttırmak, bilgi ve deneyimlerini geliştirmek, geleceklerine ışık tutmak amacı ile yola çıkıldı. Projenin tanıtımı ve katılımcılar arası tanışma toplantısı 03. Kasım.2014 tarihinde, Kosova Kadınlar Yardımlaşma Derneği merkezinde gerçekleştirildi.

Proje uygulama süresince, Kosova Prizren’den katılan 45 kadının dünyasına yepyeni pencereler açıldı. Projede altı gün süresince yapılması hedeflenen eğitimler her alanda sabah beş, akşam dört kişilik gruplar oluşturularak her eğitimden 9 katılımcıya ulaşıldı.

Dağıtılan Çalışma Programı ile seçtikleri alanda eğitim almaları sağlandı. Katılımcıların birden fazla alanda eğitimden faydalanmaları için destek verildi.

Proje süresince; projenin uygulanması, eğitimcilerin ve katılımcıların takibi, sergilerin kurulma organizasyonu, İş akışının kesintisiz sürmesi ile resmi görüşmeler sağlandı.

Mutfak Eğitimi tatlı, kurabiye, cup kek tarifleri verilerek uygulanmaları sağlandı. Yemek sunumları konusunda görsel ve uygulamalı seminerler verildi.

Keçe Tasarımı eğitiminde ham keçe malzemesinden su ve sabunla yapılan ıslak keçe şekillendirme yöntemleri öğretildi. Renklendirilmiş bitmiş ürün tasarımları gösterildi. Hazır keçe malzemesi ile çanta, gözlük kılıfı ve aksesuar tasarımları öğretilerek aile bütçelerine katkı sağlayacakları ürünler tanıtıldı.

Boncuk Takı Tasarımında misina ile boncuk dizimi, Kristal örme, Tel örme, Hayalet kolye, Çivi çalışması teknikleri gösterilerek kolye, küpe, broş, yüzük tasarımları uygulandı

Sanatsal faaliyetler kapsamında Tekstil Tasarım Atölyesi için 2 adet Singer Dikiş Makinesi ile TİKA tarafından temin edilen Mutfak Atölyesi, Takı Tasarım, Keçe ve Kurdele Nakışında gerekli tüm malzemeler proje sonrası kullanılmak üzere katılımcılara ve proje ortağı derneğin idaresine verildi.

Amacımız, bölgede yaşayan katılımcılar arasında birlik-beraberlik ve dostluk rüzgarı estirmek, paylaşımlarda bulunmak, alacakları eğitimlerle aile bütçesine katkı sağlamak, farkındalıklarını arttırmak gibi amaçlar doğrultusunda onları destek olmaktır.

Projenin uygulanma sürecinin sonunda tüm katılımcılarımıza duygu ve düşünceleri ile fiziki şartlar, proje uygulama teknikleri konusunda bizler için çok önemli olan dilek, istek, öneri ve görüşlerini paylaşmaları adına anket çalışması düzenledi.

Proje kapsamında ülkelerarası sanatsal birlikteliği sağlamak amacıyla İstanbul Üniversitesi tarafından düzenlenen, Ortak Sanat İnisiyatifi ve Kosova’dan katılan sanatçıların eserlerinden oluşan ‘‘İZLER-2’’ Sergisi , 07 Kasım 2014 tarihinde Kosova Prizren Avrupa Kültür Merkezi’nde açıldı.

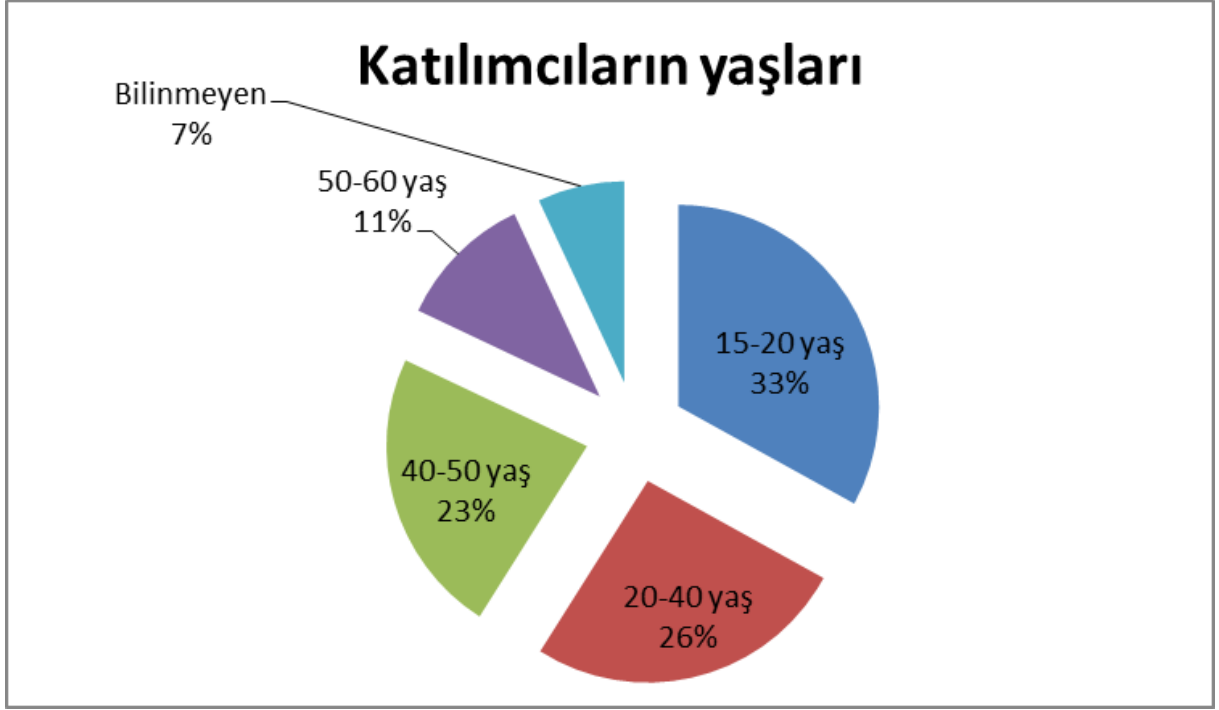
Proje kapsamında İstanbul Rumeli Balkan Kadınlar Derneği ve Kosova Kadınlar Yardımlaşma Derneği düzenlenen; proje süresince çok kısa sürede kursiyerler tarafından yapılan, Kurdele Nakışı, Keçe, Tekstil Tasarım, Dekoratif Kurabiye, Muffin ve Cupcake’ler ile Takı Tasarım çalışmalarından oluşan el emeği göz nuru eserler ‘‘Hayalden Gerçeğe’’ El Sanatları Sergisi katılımcıların beğenisine sunuldu. Toplumsal kadın sağlığı farkındalığı yaratmak amacıyla Kadın Sağlığı Semineri düzenlendi. 40 kadına, Meme Kanseri taramasında 10 kadına ulaşıldı. Katılımcılara uygulanan tarama sonucunda 1 katılımcı sağlık kuruluşlarına yönlendirildi.

Toplumsal iletişim konusunda ise, Aile İçi İletişim Semineri ile Anne- Baba- Çocuk ilişkileri konusunda katılımcılar bilgilendirildi. Projede yer alan tüm katılımcılarına, proje ortakları Türk İşbirliği ve Koordinasyon

Ajansı Başkanlığı (TİKA), İstanbul Üniversitesi, İstanbul Rumeli Balkan Kadınlar Derneği, Kosova Kadınlar Yardımlaşma Derneği tarafından imzalanan SERTİFİKA verildi. 03-09 Kasım 2014 tarihleri arasında Kosova Prizren’de düzenlenen Rubakad Eğitimlerine katılan katılımcılarla ilgili bilgiler özetle aşağıdaki gibidir.

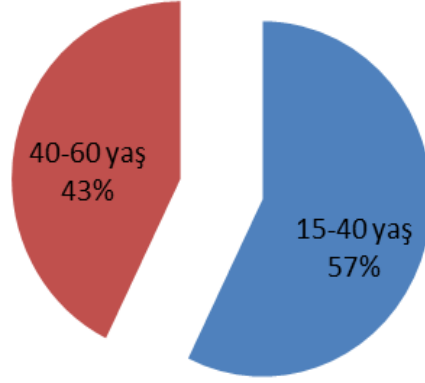
ANKET SONUÇLARI

1. Katılımcıların %100’ü kadındır ve 46 kişinin anketi bulunmaktadır.
2. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında, 15-20 yaş arasındaki katılımcıların %33 oranında, 20-40 yaş arasındakilerin %26 oranında, 40-50 yaş grubundakilerin %23 oranında ve 50-60 yaş grubundakilerin ise %11 oranında idi. Katılımcıların %7’sinin yaş konusundaki bilgilendirmeyi eksik bıraktıkları görülmektedir.



Bu bakış açısından hareketle, 15-40 yaş arasındakilerin genç grup olarak sınıflandırılması durumunda oranlarının %57 olduğu, 40-60 yaş grubundaki orta yaşlı grubun ise %43 oranına ulaştığı görülmektedir.

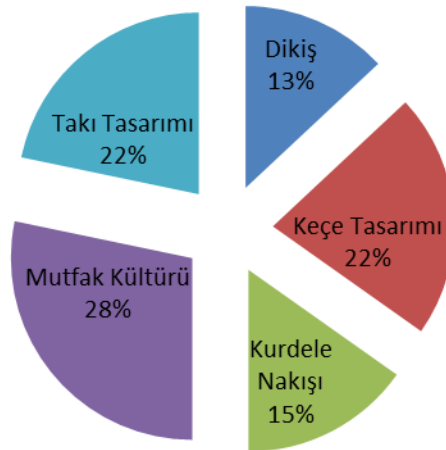
Genç grup - Orta yaşlı grup



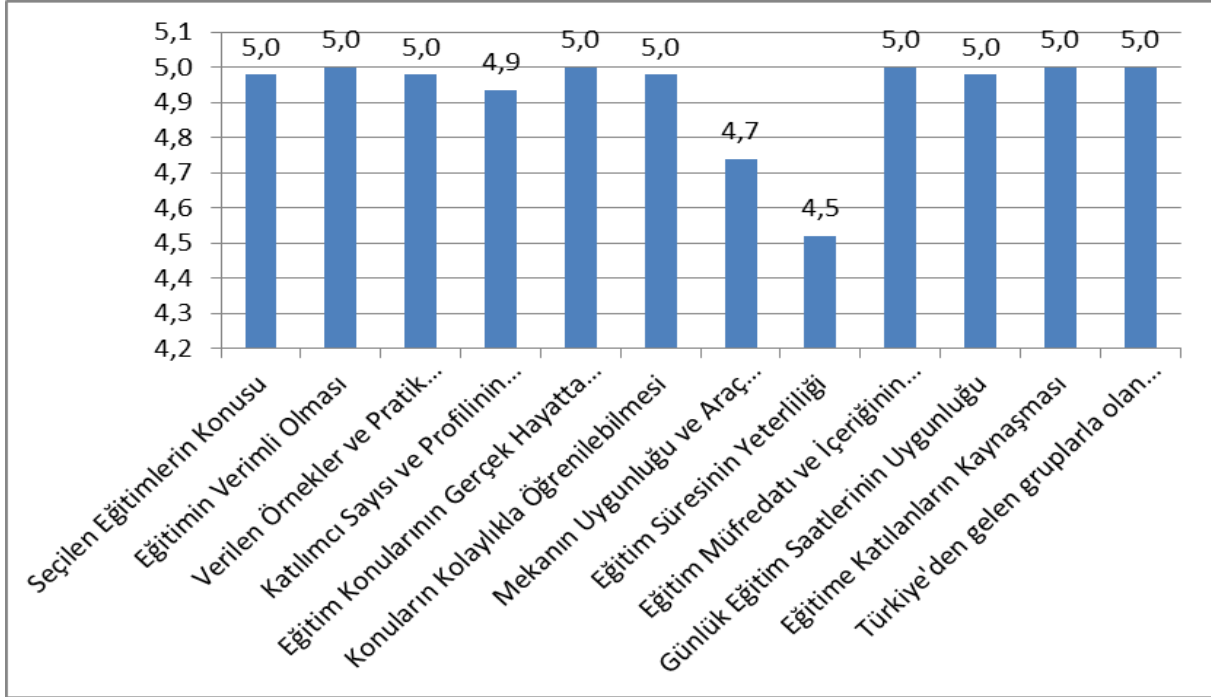
Kursun, genç grup tarafından daha çok katılımcısı olması, kurs tipleri ile, içerikleri ile, yeniliklere açık olma ve el becerilerine güvenme ile bağdaştırılabilir. Genç yaş paylaşım ortamının daha neşeli ve eğlenceli olması, gençlerin eğitim konularını daha içtenlikle kavrayıp yaşama konumlandırımları noktasında da onlara yardım ettiği düşünülebilir. Gençlerin kurslara ilgisi, iş bulma, iş kurma, yaşamı keşfetme gibi kavramlarla özetlenebilir de, genç katılımcıların büyük bir bölümünün işten çıkıp kursa katıldığı da görülmüştür. Bununla birlikte, orta yaş grubunun kursa olan ilgisinin de oldukça yoğun olduğu, kursun neredeyse yarısının orta yaş katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Bu durum da geleneksel değerlere sahip çıkma, değerlerin gelecek kuşaklara bırakılması çabası ile bağdaştırılabilir.

3. Katılımcıların hemen her kurs çeşidine ilgi gösterdiği görülmekte ve birkaçının iki kursa birden gittikleri görülmektedir. Kursun geneli içinde Mutfak Kültürü'nün %28'lik bir oranda en çok seçilen kurs olduğu görülmektedir. Takı Tasarımı ve Keçe Tasarımı kursları ise %22'lik oranda eşit olarak seçilmiş durumdadır. Kurdele Nakışı kursunun seçim oranı %15 iken, Dikiş kursuna katılanların oranı %13'dür.

Grafik Başlığı



4. Rubakad eğitimleri sonunda, katılımcılara uygulanan anket çerçevesinde kursun etkinlik ve kalite düzeyi ile ilgili değerlendirme soruları hazırlanmış olup 12 maddelik değerlendirme ölçeği 5'li likert ölçeği ile sınanmıştır. Başlıklar olarak, Seçilen Eğitimlerin Konusu, Eğitimin Verimli Olması, Verilen Örnekler ve Pratik Uygulamaların Yerindeliği, Katılımcı Sayısı ve Profilinin Uygunluğu, Eğitim Konularının Gerçek Hayatta Faydalı Olması, Konuların Kolaylıkla Öğrenilebilmesi, Mekanın Uygunluğu ve Araç Ekipman Donanımlarının Yeterliliği, Eğitim Süresinin Yeterliliği, Eğitim Müfredatı ve İçeriğinin Kalitesi, Günlük Eğitim Saatlerinin Uygunluğu, Eğitime Katılanların Kaynaşması, Türkiye'den gelen gruplarla olan ilişkiler konuları irdelenmiştir. Sonuçlara bakılacak olduğunda, eğitim ile ilgili değerlendirme açısından sorgulanan hemen tüm konu gruplarında katılımcıların kursu 5 üzerinden 5 – Çok İyi olarak değerlendirdiği görülmektedir. Katılımcı sayısının ve profilinin uygunluğu açısından küçük bir düşüş görülmekle birlikte bunun çok büyük bir fark yaratmadığı düşünülmektedir.



Ancak, asıl üzerinde durulması gereken Mekanın uygunluğu ve araç – ekipman donanımlarının değerlendirilmesindeki kısmi memnuniyetsizlik ile (%17), eğitim süresinin yeterliliği (%30) konusunda getirilen eleştirilerdir. Katılımcıların önemli bir bölümü, kurstan çok memnun kaldıklarını ancak sürenin biraz daha uzun olması gerekliliğini vurgulamışlardır.

5. Katılımcıların %40'ı açıklama ve öneriler bölümünü titizlikle ve istekle doldurmuş, deneyimlerini ve isteklerini sıralamıştır. Genel olarak eğitim etkinliklerinin değerlendirildiği bölüme katkı verenlerin de oranı %39 dolayındadır. Bu değerlendirmeler ışığında bakıldığında ortaya çıkan değerlendirmeler özetle aşağıdaki gibidir.

- Katılımcıların, katıldıkları kursların dışında başka kurslara da katılmak istedikleri görülmektedir.
- Katılımcıların hemen hepsi kursun yeniden düzenlenmesini, belki de Türkiye'de gerçekleştirilmesini arzu ettiklerini yazmaktadırlar.
- Katılımcıların büyük bir bölümü kursun daha uzun süreye yayılmasını arzu ettiklerini ifade etmektedirler.
- Katılımcılar, elde ettikleri bilgilerden son derece mutlu olduklarını, etkinliğin başarıya ulaştığını dile getirmektedirler.
- Katılımcılar çok kısa sürede çok yönlü ve çok zengin bir bilgi aktarımının gerçekleştiğini, öğrenilenlerin gerçek yaşamda çok değerli olduğunu ifade etmektedirler.
- Katılımcılarla eğitici grup arasındaki iletişimin oldukça yoğun ve olumlu olduğu sıklıkla ifade edilmektedir. Ayrıca, Türkiye'den gelen katılımcılarla Kosova katılımcıları arasında sürekli işbirliği yaratacak derinlikte dostlukların oluştuğu da ifade edilmektedir.
- Katılımcıların büyük bir çoğunluğu kursun sevgi, saygı ve üretim dolu atmosferinden etkilendiklerini dile getirmiştir. Kursun çalışan kadınları gözeterek hazırlanan programı çerçevesinde tüm gün ve geceye yayılan eğitim çizelgesi bir yandan takdir toplamakta bir yandan da eleştiri almaktadır.
- Kursun, böyle bir katılımın ve öğrenilenlerin değerli görüldüğü ortadadır.
- EK DEĞERLENDİRMELER.

*Mutfak Atölyesi

- *Bir daha olsun
- *Bir daha olsun
- *Çok İyi bir proje devamını istiyoruz
- *Bu etkinliği çok beğendim, Türk hanımlarından devamını bekliyoruz
- *Çok iyi
- *Çok güzel bir eğitim gördük Türk hanımlarına teşekkür ederiz, devamını bekleriz, saygılarımla
- *Çok beğendik çok mutluyuz, devamını istiyoruz Türkiye'de
- *Öneri olarak kesinlikle etkinliğin daha uzun sürmesini öne sürmek istiyorum. Bunun dışında etkinlik olabildiği kadar mükemmel ve hatasız geçti. Hocalarımız hiç bıkmadan, hiç usanmadan bize bilgilerini aktarmak için gün gece çalıştılar. Faaliyetin genel olarak istenilen başarıya ulaştığını düşünüyorum. Elde edilen bilgiler günlük hayatımızda işimize yarayacak bilgilerdir. Elde ettiğimiz yeni arkadaşlıklarımız da umarım daimi olur. Böyle etkinliklerin en kısa sürede tekrarlanmayacağını ümit ediyoruz.
- *Mutfak kültüründen öğrendiklerimiz gerçekten hayatta çok gerekli olan bilgilerdir. Kısa sürede bir şey öğreneceğimizi umuyordum. Fakat bir şey değil, çok şeyler öğrendik. *Gerçekten hepsi her alanda çok yetenekli ve başarılılar. Önerim şudur ki, yine gelsinler. *Eğitim faaliyetlerini çok başarılı buluyorum. Kendileri de çok cana yakın, sevecen ve sabırlılar. Umarız etkinlik tekrar aynı şehirde, aynı şekilde tekrarlanır. Teşekkürler
- Çok beğendik, çok mutluyuz, devamını istiyoruz, Türkiye'de
- *Bu kurslar çok güzel, sizden ricamız kursların devamını istiyoruz, çok iyiydi
- *Çok mutluyuz böyle ilk defa oldu ve devamını istiyoruz çok rica ediyoruz yetkililerden, çok iyiydi.
- * Türkiye'den gelen eğitimcilerden çok memnun olduğumuzdan eğitim daha uzun sürmesini istiyoruz. Eğitim çok açık ve alçakgönüllülükle bize anlatıldı ve öğretildi
- *Türkiye'den gelen sevgili hocalarımız bizlere bildiklerini öğretmeye çaba gösterdiler. Biz de bu kısa sürede öğrendiklerimizi bıkmadan usanmadan şevkle devam ettireceğiz. *Umarım bu etkinlik tekrar düzenlenir. Eğitim faaliyetleri oldukça başarılı. Çok iyi bilgi edindik. Aynı zamanda kendileriyle çok çok iyi anlaştık ve kendilerini çok sevdik. Çok saygılı ve sabırlı kişiler. Kendileriyle tekrar görüşmek dileğiyle
- *Türkiye'den gelen eğitimciler, bilgilerini en iyi şekilde bizlere sabır ve sevgileriyle öğretmeye çok çaba gösterdiler. Onlara çok teşekkür eder yine gelmelerini sabırsızlıkla bekleriz. Genel olarak eğitim faaliyetlerinden çok memnunuz ama süre biraz daha uzun olsa çok daha memnun oluruz.
- *Türkiye'den gelen sevgili, saygıdeğer hocalarımız bize birşeyler öğretmek için seve seve uğraştılar. Kesinlikle başarıya ulaştıklarını düşünüyorum. Bu projenin ileride yine yapılacağını umuyorum. Öneri olarak etkinliğin süresinin uzatılmasını vurgulamak istiyorum. Eğitim faaliyetlerinin gayet başarılı olduğu inancındayım. Hem bilgi edinmek bakımından hem de katılımcıların kaynaşması ve yeni, umarım uzun vadeli olacak arkadaşlıklar kurulması bakımından çok yararlı bir faaliyet olduğunu düşünüyorum. Bu etkinliğin parçası olmaktan memnuniyet duyuyorum.
- Keçe kursu çok güzel ve anlamlı bir kurs, ama sizden ricam bizlere biraz daha zaman olursa keçe tasarımı iyice öğrenmek istiyoruz.
- Keçe üzerine bir zaman da çok lazım çok kısıtlı zamandı. Eğitim faaliyetleri çok iyiydi.
- Bu proje çok anlamlı oldu, sizlere teşekkür ediyoruz, ama bize biraz daha uzun süre olsa belki istediğimizi elde edebiliriz şimdilik.
- *Mükemmel hocalarımızın hepsi. Çok başarılar öğrendir. İnşallah elinde yine böyle kursların olmasını tavsiye ederim. Çok teşekkürler herşey için

Sonuç

STK'lar örgütsel yapılardır ve bu yapıların temelinde kişisel fayda ve yarar sağlamaktan çok organizasyonel fayda sağlamak gelmektedir (Serin ve Buluç, 2013).

STK'larda OSD'lar, bireysel değerlerin ışığında, duygusallığı, toplumun ve insanlığın iyiliği olarak yapılan, topluma katkı sağlayan, bilinçli, barışçıl, dünyayı kucaklayan, sevgi, toplumsal adalet, yardımseverlik, manevi duyguların yüksek olduğu bilinçli ve gönüllü bir şekilde harekete geçmeyi ve anlamlı bir hayatı sahiplenme eylemi olarak kabul edilmekte ve gerçekleşen proje sonucunu desteklemektedir (Lay ve Hoppman, 2015; akt: Öcal ve Sarnıç, 2017). STK'lar gibi topluma yarar sağlayan ve yön gösterici olan örgütlerde var olan aktif gönüllü kadınlar, en yüksek anlamda duygusal OSD göstermektedirler. OSD'lar çocuklukta elde edilen ve gelişen bireysel değerlerin bir uzantısı olarak başkalarının refahı ve yaşam kalitelerini yükseltmek, onları desteklemek ve fedakarlık yapmak olarak ifade edilmektedir (Eisenberg, 1982, akt: Öcal ve Sarnıç 2017).

STK'larda aktif gönüllü kadınlar toplumsal hayatın içinde sosyalleşme boyutunda, kendi hayatlarında değişime ve yeniliğe açık olmak istemekte, fakat toplumdaki cinsiyet ayrımcılığı bakış açısının yüksekliğinden dolayı yaşam faaliyetlerine tam ve özgür biçimde katılamamaktadır. Toplumsal yapılanma içinde sosyalleşme eğilimi ve toplumda yaşananlara karşı farkındalık yaşamaya başlayan kadınlar, son yıllarda hayatlarındaki değişimlerle gelişimlere olumlu gözle bakmak için STK'larda aktif olarak yer almaya çalışmaktadırlar. Çünkü STK'lar kadınlar

için bir çıkış ve kendi özgür dünyalarını oluşturabilecekleri bir alan olarak görülmektedir. (Acar, Akar ve Baykara Acar, 2016).

Gerçekleşen projede STK'larda gönüllü olarak gerçekleştirdikleri projeler ve çalışmalarından etkilendiklerini göstermektedir. Kişiler kendi düşünceleri ve kendi bakış açılarıyla sosyalleşme ve toplumsallaşma adına başka bireylerle bir arada olmak için istek göstermektedirler. Bu düşüncede olan bireyler, hem toplumsal düzenin gelişmesine ve hem de başka insanlara yardımcı olmak isteyerek, manevi tatmin yani haz alma duygusu yaşamaktadırlar. Bireyler bu tarz bireysel eylemlerini örgütsel yapılanmalar içerisinde gerçekleştirerek hem heyecan ve yenilikçi adımlar atmak, hem de bağımsız bir şekilde özgürce hareket ederek sosyal faaliyetlerde bulunmakta ve bu paylaşımlar kişiyi mutlu ederek sosyal hayattan tatmin duygusu ile yordamlamaktadır (Demirutku ve Sümer, 2010).

Akademik başarının yüksek olması (Moore ve Allen, 1996), eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin, diğer bireylere göre gönüllülük davranışının fazla olmasını etkilemekte olduğu görülmektedir (Sünbül ve Güçray, 2016).

Literatür taramalarına bakıldığında yapılan araştırmalar, eğitim düzeyi ile olumlu sosyal davranış gösterme eğilimi arasında olumlu bir ilişki olduğu görüşünü desteklemektedir (Einolf, 2006).

Literatüre göre yapılan bir araştırmada, eğitim fakültelerinde eğitim alan öğrencilerin STK'lar gibi sosyal sorumluluk bilinci ile bireysel değerleri arasındaki ilişki araştırılmış ve eğitim düzeyi arttıkça sosyal sorumluluk bilincinin de yükseldiği ifade edilmektedir (Taylı, 2014). Devanath (2010) tarafından yapılan, Sünbül ve Güçray (2016) tarafından aktarılan bir başka çalışmaya göre, eğitim düzeyi yükseldikçe OSD eğilimlerinde artış olduğunu ifade etmektedirler.

Kaynakça

- Acar, F. (2010). Türkiye'de Kadınların İnsan Hakları: Uluslararası Standartlar, Hukuk ve Sivil Toplum. (G. Ayata, S. E. Dilek, & B. E. Öder, Dü.) Kadın Hakları, Uluslararası Hukuk ve Uygulama.
- Acar, H., & Mürüvvet Akar, Y. B. (2016). Sosyal Hizmet Öğrencilerinin Değer Yönelimleri. Kastamonu Eğitim Dergisi, 24(1), 97-118.
- Aslan, Y. D. (2010). Türkiye'de Sivil Toplum. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 2.
- Ataseven, G. (2015). Halka ve HAKK'a karşı görevimizi gereği gibi yerine getirmeye ben "başarı" diyorum. B. S. Bozdoğan içinde, Yeni Türkiye'nin Kadınları. İstanbul: Metamorfoz Yayınları.
- Baydemir, R. Y. (2009). Sivil Toplum Örgütlerinde Kadın Temsiliyeti. (F. H. Erdem, Dü.) Diyarbakır: Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çaha, Ö. (2017). Türkiye'de Kadın ve Sivil Toplum. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Demirutku, K., & Sümer, N. (2010). Temel Değerlerin Ölçümü: Portre Değerler Anketinin Türkçe Uyarlaması. Türk Psikoloji Yazıları.
- Einolf, C. (2006). The Roots of Altruism: A Gender and Life Course Perspective. Virginia: University of Virginia.
- Eisenberg, N. (1992). The Caring Child. Cambridge. Harvard University Press.
- Günel, A., & Aksu, B. (2002). 90'larda Türkiye'de Feminizm. İstanbul: İletişim Yayıncılık A. Ş.
- Gökçimer, S. (2008). Ülkemizde Kadınların Siyasal Hayata Katılım Mücadelesi. (F. Bakırcı, Dü.) Yasama Dergisi.
- Haşlak, Y. D. (2006). Sosyal ve Siyasal Düşüncede Sivil Toplum Tartışmaları ve Toplulukçu Düşüncede Topluluk, Birey ve Devlet nlayışı. S. U. Ali Şahin Örnek (Dü.), III. Uluslararası STK'lar Kongresi- STK- ÖZEL SEKTÖR- DEVLET ETKİLEŞİMİ. içinde Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi: Pozitif Matbaacılık.
- Koray, M. (2004). Kadın Arayışları ve Bireysel, Sosyal, Küresel, Dönüşüm İhtiyacı. N. Moroğlu, G. Erdem, A. Tuskan, Y. Özer, & B. O. Yılmaz (Dü.) içinde, Prof. Dr. Necla Arat'a Armağan. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Öcal, H., & Sarnıç, A. (2017). Dönüştürücü Liderliğin Prososyal Örgütsel Davranış Üzerindeki Etkileri ve İmalat Endüstrisinde Bir Araştırma. (A. K. Enstitüsü, Dü.) AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(2), 107-125.
- Özkaya, C. (2011). Türkiye'de Aile - Aile'nin Yapısal Özellikleri, İşlevleri ve Değişimi. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Merkezi (SEKAM). İstanbul: Sekam Yayınları.
- Özpınar, Ş. Y. (2006). Yoksulluk ve Sivil Toplum Kuruluşları: Yoksullukla mı Yoksullarla mı Micadele? III. Uluslararası STK'lar Kongresi STK - Özel Sektör - Devlet Etkileşimi İçinde (s. 291-297). Çanakkale: Pozitif Matbaacılık.
- Sarıkaya, Y. D. (2009). Demokrasi, Meşruiyet ve Ulus Devlet Ekseninde Sivil Toplum Kuruluşları (STK)'lar. P. D. Akdemir, P. D. Kırtış, Y. D. Demircan, & Y. D. Örnek (Dü.), VI. ULUSLARARASI STK'lar KONGRESİ içinde (s. 237-248). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Serin, M. K., & Buluç, B. (2013). Sınıf Öğretmenlerinin Değer Algıları İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişki. Kastamonu Eğitim Dergisi, 273-290.
- Sünbül, Z. A., & Güçray, S. S. (2016). Ergenlerde Olumlu Sosyal Davranışları Yordamada Koruyucu Faktörler ve Bazı Kişisel Değişkenlerin Rolü. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi.

- Taylı, A. (2014). Sosyal Sorumluluğun İlişkili Olduğu Yaşam Değerleri. (E. B. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Dü.) Akademik Bakış Dergisi(42).
- Tütüncüoğlu, M. (2016). Gönüllülük ve sivil toplum etkileşiminde sanatın rolü. (A. Ş. Güngör, Dü.) İstanbul: Yaşar Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı/ Yüksek Lisans Tezi.
- Vakfı, Y. D. (2014). Türkiye'de Sivil Toplumun Gelişimi ve Sivil Toplum Kamu İşbirliğinin Güçlendirilmesi Projesi/ Verilerle Sivil Toplum Kuruluşları. (Y. D. Vakfı, Dü.) Ankara: Odak Ofset Matbaacılık.
- Zeynep. (2012). Forumsal.Net. Aralık 2016 tarihinde Türkçe Forumlar Genel Forum Sitesi: <http://www.forumsal.net> adresinden alındı

KADINLARIN ÇALIŞMA YAŞAMINDA KARŞILAŞTIĞI SORUNLARI: MALATYA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Belkıs ÖNEL’ in “Kadınların Çalışma Yaşamında Karşılaştığı Sorunlar: Malatya İlinde Bir Uygulama” isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Öğr. Gör. Belkıs ÖNEL
Esenyurt Üniversitesi
belkisonel@esenyurt.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Özlem YAŞAR UĞURLU
Gaziantep Üniversitesi

Özet

Bu araştırma, farklı çalışma koşullarında faaliyette bulunan kadınların demografik özellikler ekseninde çalışma yaşamında karşılaştığı sorunlar ve zorlukları tespit etme amacı ile yapılmıştır. Araştırma kapsamında örneklem olarak Malatya il merkezinde perakendeci işletmelerde çalışan satış elemanları ile Malatya Park AVM’ de çalışan satış elemanları olmak üzere toplam 200 katılımcı ile görüşülmüştür. Katılımcıların yaşları, eğitim durumları, gelir düzeyleri, kaç yıl çalışma yaşamında oldukları, medeni durumları gibi demografik özellikleri, iş hayatına yönelik bilgiler ve çalışma yaşamında karşılaştığı sorunlara ilişkin veriler yüz yüze anket tekniği ile elde edilerek SPSS programında analiz edilmiş ve iki grup arasında çıkan sonuçlar karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak AVM çalışanları ile merkez çalışanları arasında; çalıştığı sektöre, medeni duruma, çocuk sayısına, gelire ve kıdeme göre işi değiştirme ve işi bırakmada; çalıştığı sektöre göre işlerinden memnuniyet derecesinde, çalışmaya iten nedenler açısından, çalışmalarından dolayı aile içi ve çevrede karşılaştığı sorunlar açısından farklılık saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Çalışma hayatı, Kadın çalışan sorunları, Kadın istihdamı, işgücü, Kadın işgücü*

Giriş

Geçmişte ve günümüzde çok önemli bir yere sahip olan kadın emeği, iş gücü piyasasında yeteri kadar değerlendirilememekte, beklenen istihdam oranı sağlanamamaktadır. Ülkelerin kalkınmışlık düzeylerini artırmalarının en önemli unsurlarından biri o ülkedeki çalışabilir kadın nüfusundan en yüksek oranda yararlanmaktan geçer. Ancak kadınların çalışır halde bulunması bu olumlu etkinin yanında bazı olumsuzlukların doğmasına da neden olmuştur. İş gücüne dâhil olan kadın, her ne kadar toplumsal ve bireysel refahın artmasını sağlamışsa da birçok olumsuzlukla da karşı karşıya kalmıştır. Ekonomik bağımsızlığını elde etme ve kendi ayakları üzerinde durabilme çabasında olan kadın, bunu sağlarken hem ev içinde hem çalışma yaşamında birçok sorunla mücadele etmek zorunda kalmıştır. Bu sorunların giderilmesi ve kadınların çalışma koşullarının düzeltilmesi için birçok yasal düzenlemeler oluşturulmuşsa da kadın çalışanlar, özellikle özel sektör çalışanları, hâlâ görünmeyen birçok engelle karşı karşıya kalmakta ve çalışma yaşamında var olma mücadelesi vermektedir. Çalışma konusunun seçilme sebebi; kadın çalışanların çalışma yaşamında karşılaştığı sorunları vurgulamak, özellikle gün geçtikçe büyüyen ve gelişen özel sektörde istihdamı artan kadınların hâlâ nasıl sorunlara maruz kaldıklarını belirlemektir. Daha önce yapılan çalışmalarda kadın çalışanların iş hayatında karşılaştıkları sorunlar açıklanmıştır. Bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran en önemli fark ise perakendecilik sektöründe yapılan çalışmaya görece rastlanmaması ve çalışmanın perakendecilik sektöründe bulunan kadın çalışanlar ile alışveriş merkezlerinde çalışan kadınların karşılaştıkları sorunlar arasındaki farklılığı ortaya koymasındır.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Kadınların Çalışma Yaşamında Karşılaştıkları Sorunlar

1. 1. 1.İşe Alım Sırasında Yaşanan Sorunlar

Toplumumuzda kadın deyince akla ilk gelen rol iyi bir eş ve anneliktir. Çalışma hayatında bulunsalar dahi kadınları evdeki bütün sorumluluklarını yerine getirme zorunlulukları vardır. Bu görüşten dolayı kadının ev dışında bir işte çalışması toplumumuzca zorunlu görülmemektedir (Bolcan, 2010).

Kadın çalışanların taşıdıkları bu sorumluluk işe alım sırasında karşılarına büyük bir engel olarak çıkmaktadır. İşverenler kadının ev işleri ve çocuk bakımı gibi işlerle meşgul olacağını düşünerek işlerine kendilerini yeterince veremeyecekleri ve yüksek bir motivasyon sağlayamayacakları gibi bir önyargı içinde bulunmaktadırlar (Kapsız, İş- Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yeni Bir Yaklaşım, 2002, s. 3-4).

Sanayi devrimiyle birlikte iş hayatına giren kadınların ekonomik gelişmelerle beraber istihdama katılma oranları gittikçe artmıştır. Toplumdaki ekonomik dalgalanmalar ve hayat şartlarının zorlaşması aile geçiminin de tek gelirle idare edilmesini zorlaştırmıştır. Bu durum kadınların istihdam oranlarını artırmıştır fakat bu gerekliliğe rağmen toplumun özellikle işverenlerin kadın çalışan üzerindeki önyargıları devam etmiştir (Kapsız, 2002, s. 3-4).

Özellikle özel sektörde birçok iş ilanları incelendiğinde kadın çalışanı zora sokacak birçok engellerin bulunduğu görülmektedir. Örneğin sadece erkekler başvurabilir şeklinde şartlar konulması ya da işe alım sırasında gerçekleştirilen mülakatlarda evlenme veya çocuk sahibi olma gibi düşüncelerinin bulunup bulunmadıkları gibi sorulara maruz kalmaktadırlar. Bütün bunlara ek olarak Türkiye’de birçok mesleki ve iş alanında bile bir iş bölümü olduğu ve bazı alanlar da kadınların çalışmasının yasak ya da sınırlı olduğu görülmektedir (Kerestecioğlu, 2004). Kadınların evlenince ya da çocuk sahibi olunca işyerlerindeki performanslarının azalacağı, devamsızlık sorunlarının olabileceği ya da işten ayrılabilirlikleri düşüncesi işverenler açısından istenmeyen bir durumdur. Sonuç olarak kadın çalışanlar işletmeye maliyetli olabileceği düşüncesiyle tercih edilmemektedirler. Erkeklerin asıl görevlerinin ev geçimini sağlamak olarak görülmesi, kadının atıl iş gücü konumunda bulunması; erkeklerin çalışmasını daha önemli bir hâle getirmiştir. İşe almada en son değerlendirilen kadınlar işten çıkarılmada ise ilk sırada yer almaktadır. Erkeklerin ise eşlerinin zorunluluk dışında çalışmalarına bakış açısı kadınların; kadınların ev ve işteki dengeyi yeterince sağlayamayacakları, ev işleri ve çocuk bakımlarıyla yeterince ilgilenemeyecekleri ya da kariyer olarak öne geçme tedirginliği yönündedir. Bu gibi engeller, sosyokültürel sınırlamalar çalışma imkânları kısıtlı olan kadınların iş bulma ya da işe alınmalarını daha da zorlaştırmaktadır (Kaymaz, 2010, s. 333-336).

1.1.2. İş Yaşamında Kadınların Cinsiyete Dayalı Ayrımcılığa Maruz Kalması

Bireylerin göstermiş oldukları genetik, fizyolojik ve biyolojik özelliklerine cinsiyet denilmektedir. Biyolojik cinsiyet olarak erkek ve kadının fiziksel açıdan farklı özellikleri olduğu belirtilmektedir. Toplumsal cinsiyet ise toplumun bireyler üzerine yükledikleri rollerdir. Toplum tarafından belirlenen cinsiyet rollerinin temelinde şu faktörler bulunmaktadır (Dolmacı, 2012, s. 33):

- Dinsel, sosyal ve siyasal faktörler,
- Gelenek ve görenekler,
- Toplumsal değer anlayışları,
- Hukuki düzenleme ve uygulamalar.

Ayrımcılık ise bir şahsa, gruba ya da topluma cinsiyet, etnik köken, ırk ve din ayrımı gözetilerek diğerlerine göre farklı ve haksız olarak sergilenen davranış biçimidir. Cinsiyet ayrımcılığı ise bireylere cinsiyetlerinden dolayı farklı davranılmasıdır.

Cinsiyet ayrımcılığının en belirgin nedenlerine bakacak olursak:

- Ekonomik açıdan işverenin iş gücü maliyetini en aza düşürmek istemesi,
- Toplumca ataerkil bir yapıya sahip olmamız ve kadının doğurganlık özelliğine sahip olması,
- Toplumun kadınlara ev işlerinden sorumlu, iyi bir eş ve iyi bir anne rolünü yüklemesi,
- Çocuk, hasta ve yaşlı bakımı gibi hizmetlerin kamuca yeterince sağlanmamasıdır.

Toplumsal cinsiyet rolleri kadın ya da erkekte oluşan dişi ve eril özelliklerdir. Geleneksel toplumsal cinsiyet modelinde dişi kadınlarda eril ise erkeklerde bulunması gereken özelliklerdir (Karali, 2016, s. 55-70).

Bireylerin toplumsal cinsiyet modellerinin sosyal hayatta kendini göstermesi üç aşamada oluşur. Bunlar; rolün öğrenilmesi, toplumsallaşma ve içselleşmedir. Çocuk doğmadan anne ve babaların kız bebekler için pembe, erkek bebekler için mavi renkli eşyaları tercih etmeleri; bireyin dişi ve eril modellerini erken yaşta öğrenmeye başlamasına, toplumun her alanında bu şekillenmelerle yoğunlaşmasına neden olmaktadır (Demirbilek, 2007, s. 511). Çalışma hayatında kadınların maruz kaldığı en büyük engel cinsiyet ayrımcılığıdır. Kadına sadece cinsiyeti nedeniyle biçilen roller iş yaşamında kadınları zora sokmaktadır. Kadınların olması gereken konumun çok çok altında, daha düşük statüde işlerde çalışmasının nedenlerinden biri de yine toplum tarafından belirlenen cinsiyet algısıdır. Kadın istihdamını aynı sektör içinde bile farklı şekillerde dağılması yapılan araştırmalarca saptanmıştır. Amerika’da yapılan araştırmalardan birinde örneğin sağlık sektöründe kadın çalışanların özellikle kadın doğum, dermatoloji gibi dallarda hekim olma sayısı yüksek, cerrahi alanında bu sayının daha az olması ya da kadın avukat sayısının hâkim ve savcı sayısından yüksek olmasındaki dalgalanmalar, kadın çalışanların belirli kalıplar içinde kaldığını göstermektedir (Güner, 2011).

Kadınlar çalışma hayatında yer alıyor olsa da hatta yüksek statülü işlerde yüksek ücretlerle çalışma alanlarında bulunsalar dahi toplumsal cinsiyetin onlara yüklediği genel çizgi, rol ve beklentiler çalışma yaşamında kendilerini zora sokmaktadır. Bu gibi birçok engel bir araya gelerek kadınları çalışma yaşamından uzaklaştırmıştır (Pesen, 2016, s. 11).

Sanayileşmeyle birlikte dünyada kadınlar çalışma hayatına girmiş, erkekler gibi ekonomik faaliyetlerde bulunmuşlardır. Ekonomik rolü paylaşan kadınlar ev içindeki sorumluluklarını aynı şekilde paylaşmamışlardır. Bu durumun temelinde toplumca algılanan kadın-erkek kalıplarıdır. Erkeğin para kazanma kadının ev içi işlerle ilgilenmesi kadını aile sorumluluğu almada ve yönetmede yalnız bırakmıştır (Kirel, 2010, s. 5-11).

Cinsiyet ayrımcılığı bireyin kişisel özellikleri veya iş performansına bakmaksızın sadece cinsiyet kimliğine bakılması olarak açıklanabilir. Çalışan bireyin sadece erkek ya da kadın olması nedeniyle benzer olamayan davranışlara maruz kalmasıdır. Bu ayrımcılık kadını çalışma hayatında karşılaştığı cinsiyet önyargısıyla çalışma şartlarında da farklı şekillerde ortaya çıkar. Örneğin daha düşük ücret almaları veya daha düşük statülü işlerde çalışmaları ya da eşit olamayan şekilde davranışlara maruz kalmalarıdır (Nergiz, 2011, s. 14).

1.1.3. Ücretlendirilmede Karşılaşılan Sorunlar

Kadın ve erkek çalışanların aynı işte göstermiş oldukları benzer performansa rağmen ücretlerinde görülen farklılaşmanın temelinde çeşitli nedenler bulunmaktadır. Bu durumdaki temel neden, toplumda erkek - kadın cinsiyet algısının olmasıdır. Erkeğin para kazanması, kadının ev işlerine bakmak zorunda olduğu düşüncesi; kadınların gereksiz iş gücü olarak görülmelemlerini ya da düşük statüsü, niteliksiz işlerde çalışmalarına yol açmıştır (Özkan, 2010, s. 91-101). Sanayi devriminden önce aile bireyleri tarla ve el sanatları gibi işlerle uğraşırlardı. Kadın çalışanlar bu dönemde de üretim faaliyetlerinin içinde bulunmalarına rağmen bulundukları statü “ücretsiz aile işçiliği” şeklindeydi. Bugün hâlâ kadın istihdamında yaşanan sorunların başında ücretsiz aile işçiliği gelmektedir (Makal, 2001).

Kadın aile ve toplumsal statü ve ekonomik bağımsızlığını kazanabilmesi açısından ücret karşılığı çalışması oldukça önemlidir. Ekonomide yaşanan olumsuz dalgalanmalar, yaşam şartlarının zorlaşması kadınların da çalışmasını zorunlu hale getirmiştir. Kadınların ev dışında farklı bir yaşam alanları oluşturmaları, gelir karşılığında çalışmaya başlamaları; onlara ekonomik bağımsızlık getirmesinin yanı sıra kadının erkek egemenliğinden birazda olsa uzaklaşmalarını sağlamıştır (Yakıt, 2002).

İkinci dünya savaşıdan sonra ücretli kadın çalışan sayısında görünür bir artış yaşanmış ve kadınların emeklerinin karşılığını sağlanabilmesi adına önemli değişim ve gelişimler yaşamıştır. Ücretli kadın çalışan, tüm dünyada benzer şekilde kalıcılık özelliğine sahip olmuştur (Ecevit, 1998).

Özellikle hizmet sektöründe önemli yere sahip olan kadınlar, niteliksiz işlerde düşük ücretlerle çalıştırılmaktadır. Her ne kadar yasal düzenlemeler oluşturulsa da kadın çalışanlar görünmeyen engellerle karşı karşıya kalmaktadır (Özbay, 1990).

Kadın ve erkek çalışanlar aynı işi yapmalarına rağmen aynı ücreti alamamaktadır. Bu durumu ortadan kaldırmak için 4857 sayılı iş yasasının 5. Maddesi 4. ve 5. fıkralarında “ eşit iş için eşit ücret uygulaması”nı öngören yasal düzenlemelere rağmen kadınların maruz kaldıkları bu ayrımcı tavır tamamen engellenememiştir. Ücret ise 4857 sayılı iş yasasının 32. Maddesinde “ bir kimseye bir iş karşılığında işveren veya üçüncü kişiler tarafından sağlanan veya ödenen tutardır.” şeklinde tanımlanmıştır (Makal, 2001).

Kadınlar ücretlendirme açısından farklılık yaşamalarında cinsiyet kimlikleri, toplumdaki konumları; kadın ve erkek iş bölümü, kadınların çalışma hayatında uzun vadeli bulunamayacakları düşüncesi gibi nedenler bulunmaktadır. Eğitim seviyeleri düşük olan kadın çalışanlar da yaptıkları işin zorluklarına rağmen hak ettikleri ücretleri alamamaktadırlar. Ücret eşitsizliğinin diğer bir nedeni ise kadınların nitelik gerektirmeyen düşük ücretli sektörlerde yoğun olmasıdır (Petur, 2001, s. 10-12).

Çalışma hayatında özellikle hizmet sektöründe kadın çalışanlar erkek çalışanlara oranla düşük ücret almaktadır. İş verimini artırmada ve çalışma motivasyonunu yüksek tutmada önemli bir faktör olan ücretlerin düşük olması kadın çalışanları olumsuz etkilemiştir. Burada önemli olan iş performansının ölçümüdür. Doğru ve tarafsız kriterlere göre değerlendirme yapılmalıdır. Ancak genellikle cinsiyet faktörüne bağlı iş bölümü sonucu kadınlar daha vasıfsız işlerde çalışmışlardır. Eşit işe eşit ücret hakkı kanunlarla her ne kadar sağlanmaya çalışılsa da uygulamada tamamen gerçekleştirilememiştir (Flyer, 1997).

Eurostat’ın 2009 çalışmasındaki verilere göre Avrupa Birliğine üye 27 ülke içinde kadınların ortalama saat başı gelirleri erkeklere oranla %17 oranla daha az olarak görülmektedir (Kocacık, 2005, s. 211-212).

İşgücü piyasası incelendiğinde özellikle özel sektörde ücretlerin tatmin edici olmaması kadınların çalışma yaşamına dâhil olmasını engelleyen bir diğer unsurdur. 2015 yılı baz alındığında net asgari ücret tutarının 949 TL olduğu ve kadınların eğitim düzeyleri yüksek dahi olsa bu tutarın çok az üzerinde bir gelire ulaştığı saptanmıştır. Ücretlerdeki tatminsizlik, çalışma şartlarının zorluğu ve kadının evdeki sorumlulukları; kadını çalışma yaşamına girmekten vazgeçirebilmektedir.

1.1.4. Aile ve Evlilik İle İlgili Sorunlar

Sanayi devrimi sonrasında günümüze kadar ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel açıdan birçok değişim ve gelişim yaşanmıştır. Bu süreç içerisinde çalışma hayatı kadınların daha çok merkezileşerek iş ve aile hayatı arasında bir denge kurmak durumunda bırakmıştır.

İş ve aile arasında çıkan çatışmalar kadın çalışanların karşı karşıya kaldıkları içsel engellerdir. İş - aile çatışması, iş ve ailenin aynı zamanda karşı karşıya kalmaları sonucunda ortaya çıkan baskılardır. Kadınlarda çatışmayı etkileyen nedenler ise toplumsal yapı, ekonomik işin karakteri, işe devamlılık, orta yaş grubunda iken çocuk sahibi olunması gibi sıralanabilir (Gönüllü, 2001).

Çalışma hayatındaki kadınlar, iş kariyer ve aile arasında tercih yapma durumunda kalmakta evlenme ya da çocuk yapma gibi düşüncelerini ertelemekteyken erkekler bu süreç içerisinde hem aile yaşamını kurabilmekte hem de iş yaşamına devam edebilmektedir (Bott, 1971).

1.1.5. İş ve Aile Yaşamı Dengesinin Önemi

Özellikle sanayi devriminden sonra kadınların iş yaşamına katılımlarının artması ekonomik büyüme ile artan iş talepleri sonucunda iş - aile yaşam etkileşimi gündeme gelmiştir. İş ve aile rolünde yaşanan değişiklikler, kadının

iş ve aile etkileşimini dengelemek; aile içi mutluluğunu ve toplumsal huzuru oluşturmaya açısından önemli hale gelmiştir. İş-aile dengesinin sağlanmasının önemine bakacak olursak;

- Toplumsal refahı yükseltir, hayat kalitesini güçlendirir,
- İş yerinde motivasyonu artırır, işten ayrılmaları azaltır,
- İşveren ve kadın çalışan üzerinde olumlu etki yaratarak çalışma ortamını iyileştirir.

Kadınların çalışma hayatında yer almalarını belirleyen önemli unsurlardan biri de çocuklu olup olmadıklarıdır. Çocuk sahibi olmayan kadın çalışanların tam zamanlı işlerde bulunma oranı daha yüksektir. Çocuk sahibi olan kadınlar ise yarı zamanlı işleri tercih etmektedirler.

Çocuk sahibi olan kadınların çocuk doğduktan sonra işe dönme oranları düşmekle beraber işverenler açısından çocuk iznine ayrılma ya da işe dönmeme durumuyla karşılaşma gibi problemler oluşmaktadır. İşe devam edilse bile yeteri kadar verimli olmadıkları görüşüyle kadınları işlerine son verilmesi ile kadınlar daha vasıfsız işlerde çalışmak zorunda bırakılır (Kapsız, İş- Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yeni Bir Yaklaşım, 2002, s. 4).

1.1.6. Eğitimde Karşılaşılan Engeller

Eğitim kişilerin kendilerini geliştirme, sosyalleşme ve toplumsal refahın yükselmesinde çok önemli bir unsurdur. Bireylerin kendilerini geliştirmesi aile içinde başlar ve okulda devam etmektedir. Eğitimde fırsat eşitliğinin önüne geçen engeller; coğrafik etkenler, sosyal nedenler (din, dil ayrımı, ataerkillik) ekonomik engeller şeklinde sıralanabilir. Bu engeller bireyin toplumsal yaşamda tam olarak var olmalarının önüne geçmiştir (Kurtkan, 1977). Ülkemizde istihdam edilme oranı ile eğitim düzeyinin artması doğru orantılıdır. Kırsal kesimlerde öğrenim düzeyinin düşük olması, kadınların ücretsiz aile işçiliğine itmiştir. Kentli kadınların ise öğrenim düzeylerinin daha yüksek olması ücretli olarak çalışmalarına imkân sağlamıştır (Çakır, 2008, s. 25-47).

Günümüzde ise kadın çalışanların eğitim düzeyleri ile yaptıkları iş paralel olmamaktadır. Eğitim düzeyi yüksek olan kadın çalışan çalıştığı işin kendi niteliklerini karşılayamaması durumunda iş tatmini sağlayamamaktadır. Eğitim düzeyi yüksek olan çalışanın beklentileri yüksek olacağı için bu tatminsizlik ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak eğitim düzeyi düşük olan kadınlar daha vasıfsız işlerde düşük ücretle çalışırken eğitim düzeyi yüksek olan kadın daha prestijli işlerde çalışmakta ve iş tatminini daha çok sağlamamaktadır (Kızılgöl, 2012).

1.1.7. Cinsel Taciz

Tanım olarak cinsel taciz; bireye karşı taraftan istenmeyen, olumsuz sözlü veya sözsüz davranış biçimidir. Cinsel tacize sadece kadınlar maruz kalmamaktadır. Ancak kadınların bu tür uygun olmayan davranışlarla karşı karşıya kalma oranı daha yüksektir (Bolcan, 2010, s. 253-275). Yapılan araştırmalar incelendiğinde şaşırtıcı sonuçlarla karşılaşmıştır. Konuyla ilgili yapılan bir çalışmada cinsel tacize uğrayan kadınların yakınlarına şikâyetçi olup olmadıkları sorulmuş ancak birçoğunun hiçbir şikâyetinde bulunmadıkları saptanmıştır. Araştırmalar sonucunda kadınların cinsel tacize maruz kalsalar bile bu durumu aileleri ile paylaşmakta güçlük çektikleri gözlemlenmiştir. Cinsel tacize uğrayan kadınların aynı yerde çalışmaya devam etmeleri durumunda ise iş verimleri önemli ölçüde düşmüştür (Bakırcı, 2000).

Cinsel tacizin resmi olarak belirlenen iki türü vardır. İlki düşmanca çevre diğeri ise “bir şeye karşılık bir şey” istemidir. Düşmanca çevre; cinsel taciz yapan bireyin bir takım cinsel içerikli uygun olmayan sözlü ve sözsüz davranışlarıdır (Özdemir, 2010). Bir şeye karşılık bir şey isteme şekli ise işle ilgili ödül ve tehditler karşılığında istenen cinsel talepler, randevu istekleri gibi davranışlardır.

1.1.8. Mobbing

Mobbing kavramı psikolojik terör, şiddet, baskı, taciz, rahatsızlık verme, aşağılama, küçük düşürme, tehdit gibi davranışları güçlü olanın zayıf olana uygulamasıdır (Özer, 2009).

Bu kavram ilk olarak hayvan davranışları üzerinde çalışan Konrad Lorenz tarafından üretilmiştir. Lorenz’ e göre bu durum küçük hayvan gruplarının büyük bir hayvana karşı cephe almalarıdır. Daha sonra bu terim Peter Paul Heinemann tarafından bir grup çocuğun yalnız olan bir çocuğa karşı savunmada olup zarar vermelerini açıklamada kullanılmıştır (Doğru, 2010).

Bir davranış modelinin mobbing olarak değerlendirilebilmesi için aynı şekilde birkaç kere tekrar edilmesi gerekmektedir. Bir kerelik uygulanan bu davranış şekli mobbing olarak görülmemektedir. Aynı şekilde bir başka konuda çatışma yaşayan iki taraf arasında bu tarz davranışların meydana gelmesi de mobbing sayılmaz.

İşverenin saygısız, küçük düşürücü davranışlar ile çalışanın onurunu zedeleyici, alaycı, saygısız ve zararlı bir davranış içerisinde onu işten çıkmaya zorlaması mobbingdir. Bu bilinçli olarak yapılır ve amaç çalışanı iş yaşamından uzaklaştırmaktır. Mobbing uygulayan şahsa “tacizci” bu davranışa maruz kalan bireye ise “mağdur” denilmektedir (Akşit, 2011).

2. Materyal ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı kadınların demografik koşullar ekseninde çalışma yaşamında karşılaştığı sorunları saptamaktır. Bu amaç yönünde çalışma koşulları farklılık gösteren Malatya merkezde perakendecilik sektöründe çalışan kadın satış elemanları ile Malatya Park AVM’ de çalışan kadın satış elemanlarının çalışma hayatında karşılaştığı sorunları saptayarak bir karşılaştırma yapmak ve aradaki farklılıkları ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Araştırma konusu hakkında literatür taranarak araştırmayla ilgili ana başlıklar oluşturulmuştur. Daha sonra kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları sorunlar araştırılıp incelenmiştir.

Veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır: Birinci bölümde kadın çalışanların yaşı, öğrenim durumu, gelir düzeyi, çocuğu olup olmadığı vb. gibi demografik bilgilerin tespit edilmesi amacı ile 8 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise iş hayatına yönelik bilgileri tespit etmek amacıyla yönelik 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçek puanlamasında “1) Kesinlikle Katılmıyorum, 2) Katılmıyorum, 3) Kararsızım 4) Katılıyorum 5) Kesinlikle Katılıyorum” olarak değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde kadınların çalışma yaşamında karşılaştığı sorunlara ilişkin sorunları tespit etmek amacı ile 16 soru iki, çok seçenekli veya açık uçlu sorulardan oluşmaktadır. Bu sorulardan 9, 10 ve 11. Sorular; “Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımı ve Kadın İstihdamı Konusunda Yaşanan Sorunlar” konulu yüksek lisans tez çalışmasından (Can, 2010), 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18 ve 19. sorular; “İş Yaşamında Kadınların Karşılaştıkları Sorunları Sorunların Bireysel Performansa Etkileri ” konulu yüksek lisans tez çalışmasından (Özağır, 2010), 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27. Sorular ise “Kadın Çalışan Sorunları ve Çözüm Önerileri Konulu yüksek lisans tez çalışmasından alınmıştır (Akalan, 2013).

Anketin güvenilirliği için cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma sonucunda cronebach alfa kat sayısı 0.75 olarak bulunmuştur. Sonucun 0,70 – 0,80 arasında bir değer olması anketin güvenilirliği kabul olduğunu göstermektedir.

Çalışma grubu Malatya il merkezin de ve Malatya Park AVM’de bulunan perakendeci işletmelerde satış elemanı olarak çalışan kadınlardır. Araştırmada Malatya Park AVM’ de perakendecilik sektöründe çalışan kadınların “AVM çalışanları”, Malatya il merkezindeki perakendecilik sektöründe çalışan kadınlar içinde “Merkez Çalışanları” ifadesi kullanılacaktır. Araştırmanın örneklemi ise belirlenmiş olan araştırma evreni içerisinde rastlantısal bir şekilde seçilmiş 200 kadından oluşmaktadır. Farklı çalışma ortamlarında faaliyet gösteren kadın çalışanların sorunlarının tespit edilip karşılaştırılması için il merkezindeki perakendeci işletmelerden 100 ve AVM’ deki işletmelerde faaliyette bulunan 100 kadın çalışan ile görüşme yapılmıştır.

Çalışmamızda kadın çalışanların sosyo-demografik özellikleri ile iş hayatında karşılaşılan sorunlar için 4 hipotez öne sürülmüştür:

Hipotez1: AVM’ de çalışan kadınlar ile merkezde çalışan kadınların işini değiştirme veya bırakma nedenleri arasında farklılık vardır.

Hipotez2: AVM’ de çalışan kadınlar ile merkezde çalışan kadınların çalışma hayatına katılma nedenleri arasında farklılık vardır.

Hipotez3: AVM’ de çalışan kadınlar ile merkezde çalışan kadınların çalışma hayatında ayrımcılık arasında farklılık vardır.

Hipotez4: Demografik faktörler bakımından AVM’ de çalışan kadınlar ile merkezde çalışan kadınların çalıştığı iş yerinde ve ailesinde karşılaştığı sorunlarla ilgili ifadeler arasında farklılık vardır.

3. Bulgular

Verilerin analizi bilgisayarda SPSS istatistik programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırmamızda katılan kadınların sosyodemografik özellikleri, işini değiştirme veya bırakma, çalışma hayatına yönelik ifadeler, ayrımcılık ve çalıştığı iş yerinde ve ailesinde karşılaştığı sorunlarla ilgili verilen yanıtların dağılımına ilişkin frekans ve yüzdelikleri yapılmıştır. Sosyodemografik yapılar göre işini değiştirme veya bırakma, çalışma hayatına yönelik ifadeler, ayrımcılık ve diğer ifadeler arasında farkın olup olmadığını belirlemek için normal dağılım gösteren ikili değişkenler için “t” testi uygulandı. Normal dağılım gösteren ikiden fazla değişkenler için ANOVA analizi uygulanmıştır. Hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi uygulanmıştır. Sosyodemografik özelliklerle kadının çalışma yaşamında karşılaştığı sorunlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlemek için Ki-Kare testi uygulandı.

Araştırmaya katılan kadınların sosyodemografik özelliklerinin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1 Araştırmaya katılan kadınların sosyodemografik dağılım tablosu

AVM de çalışanlar		n	%
Yaş	20 ve altı	24	24,0
	21-25	62	62,0
	26 ve üstü	14	14,0
Öğrenim Durumu	Lise ve dengi	60	60,0
	Lisans	40	40,0
Çocuk sayısı	Yok	88	88,0
	1 çocuk	8	8,0
	2 çocuk	4	4,0
Medeni durum	Bekar	78	78,0
	Evli	22	22,0
Geliri	1000 TL ve altı	18	18,0
	1001-1500 TL	59	59,0
	1501-2000 TL	12	12,0
	2001 TL ve üstü	11	11,0
Çalışma yılı	1 yıl ve daha az	36	36,0
	2 yıl	34	34,0
	3 yıl	15	15,0
	4 yıl ve fazla	15	15,0
Sosyal güvence	Evet	50	50,0
	Hayır	50	50,0
Merkezde çalışanlar			
Yaş	20 ve altı	29	29,0
	21-25	53	53,0
	26 ve üstü	18	18,0
Öğrenim Durumu	Lise ve dengi	75	75,0
	Lisans	25	25,0
Çocuk sayısı	1 çocuk	9	9,0
	2 çocuk	7	7,0
	Yok	84	84,0
Medeni durum	Bekar	80	80,0
	Evli	20	20,0
Geliri	1000 TL ve altı	26	26,0
	1001-1500 TL	55	55,0
	1501-2000 TL	13	13,0
	2001 TL ve üstü	6	6,0
Çalışma yılı	1 yıl ve daha az	34	34,0
	2 yıl	28	28,0
	3 yıl	16	16,0
	4 yıl ve fazla	22	22,0
Sosyal güvence	Evet	42	42,0
	Hayır	58	58,0

AVM de çalışan kadınların %24'ü 20 yaş ve altında (24 kişi), %62,0'si 21-25 yaşlarında (62 kişi) ve %14'ü (14 kişi) ise 26 yaş ve üstündedir. Merkezde çalışan kadınların %29'u 20 yaş ve altında (29 kişi), %53'ü 21-25 yaşlarında (53 kişi) ve %18'i (18 kişi) ise 26 yaş ve üstündedir (Tablo 4.1).

AVM de çalışan kadınların öğrenim durum dağılımları incelendiğinde; %60'ı lise ve dengi okul (60 kişi) ve %40'ı ise lisans mezunu (40 kişi) olduğu görülmektedir. Merkezde çalışanların ise %75'i lise ve dengi okul (75 kişi) ve %25'i ise lisans mezunu (25 kişi) olduğu görülmektedir (Tablo 1).

AVM de çalışan kadınların sahip oldukları çocuk sayıları incelendiğinde; %88'inin çocuğu yok (88 kişi), %8'inin 1 çocuk (8 kişi) ve %4'ünün (4 kişi) ise 2 çocuk sahibidirler. Merkezde çalışan kadınların %84'ünün çocuğu yok (84 kişi), %9'unun 1 çocuk (9 kişi) ve %7'sinin (7 kişi) ise 2 çocuk sahibidirler (Tablo 1).

AVM de çalışan kadınların medeni durum dağılımları; %78'u bekar (78 kişi), %22'i ise evli (22 kişi) şeklindedir. Merkezde çalışan kadınların medeni durum dağılımları incelendiğinde; %80'ni bekar (80 kişi), %20'i ise evli (20 kişi) şeklindedir (Tablo 1).

AVM de çalışan kadınların gelirleri incelendiğinde; %18'sinin 1000TL ve altında (18 kişi), %59'si 1001-1500 TL (59 kişi), %12'si 1501-2000TL (12 kişi) ve %11'i 2001 TL ve üstü gelire (11 kişi) sahip oldukları görülmektedir. Merkezde çalışan kadınların gelirleri incelendiğinde; %26'sı 1000TL ve altında (26 kişi), %55'i 1001-1500 TL

(55 kişi) , %13'ü 1501-2000TL (13 kişi) ve %6'sı 2001 TL ve üstü gelire (6 kişi) sahip oldukları görülmektedir (Tablo 1).

AVM de çalışan kadınların kaç yıldır çalışma yaşamını dağılımı incelendiğinde; %36'sı 1 yıl ve altında (36 kişi), %34'ü 2 yıl (34 kişi) , %15'i 3 yıl (15 kişi) ve %15'i ise 4 yıl ve üzeri (15 kişi) şeklindedir. Merkezde çalışan kadınların kaç yıldır çalışma yaşamını dağılımı incelendiğinde; %34'ü 1 yıl ve altında (34 kişi), %28'i 2 yıl (28 kişi) , %16'sı 3 yıl (16 kişi) ve %22'si ise 4 yıl ve üzeri (22 kişi) şeklindedir (Tablo 1).

AVM de çalışanların %50'sinin sosyal güvencesi olduğunu (50 kişi), %50'sinin (50 kişi) ise her hangi bir sosyal güvencesi olmadığını belirtmişlerdir. Merkezde çalışanların %42'sinin sosyal güvencesi olduğunu (42 kişi), %58'sinin (58 kişi) ise her hangi bir sosyal güvencesi olmadığını belirtmişlerdir (Tablo 1).

Araştırmaya katılan kadınlara yönelik iş değiştirme veya bırakmaya ilişkin elde edilen veriler arasında tanımsal istatistiksel ve varyans analiz sonuçları ile elde edilen bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 2 İş değiştirme veya bırakmaya ilişkin düşüncelerin dağılımı

AVM Çalışan		(1)Çok Önemli	(2)Önemli	(3)Önemli değil	X	Ss
Evdeki iş yükü	N	36	43	21	1,85	0,74
	%	36,0	43,0	21,0		
Çalışmaktan yorulduğunuz için	N	18	51	31	2,13	0,69
	%	18,0	51,0	31,0		
Aileniz/eşiniz çalışmanızı istemediği için	N	30	25	45	2,15	0,86
	%	30,0	25,0	45,0		
Çalışma koşullarının ağır olması	N	55	18	27	1,72	0,87
	%	55,0	18,0	27,0		
İşinizi gerektirdiği niteliklere sahip olmamak	N	26	19	55	2,29	0,86
	%	26,0	19,0	55,0		
Merkezde Çalışan						
Evdeki iş yükü	N	34	39	27	1,93	0,88
	%	34,0	39,0	27,0		
Çalışmaktan yorulduğunuz için	N	26	43	31	2,05	0,76
	%	26,0	43,0	31,0		
Aileniz/eşiniz çalışmanızı istemediği için	N	42	23	35	1,93	0,88
	%	42,0	23,0	35,0		
Çalışma koşullarının ağır olması	N	56	20	24	1,68	0,84
	%	56,0	20,0	24,0		
İşinizi gerektirdiği niteliklere sahip olmamak	N	41	20	39	1,98	0,90
	%	41,0	20,0	39,0		

AVM de çalışan kadınların “Evdeki iş yükü” çok önemli diyenlerin sayısı 36(%36), önemli diyenlerin sayısı 43 (%43) ve önemli değil diyenlerin sayısı 21(%21)'dir. Aritmetik ortalaması (X=1,85) önemli düzeydedir. Merkezde çalışan kadınların ise çok önemli diyenlerin sayısı 34(%36), önemli diyenlerin sayısı 39 (%39) ve önemli değil diyenlerin sayısı 27(%27)dir. Aritmetik ortalaması (X=1,93) önemli düzeydedir.

AVM de çalışan kadınların “Çalışmaktan yorulduğunuz için” çok önemli diyenlerin sayısı 18 (%18), önemli diyenlerin sayısı 51 (%51), önemli değil diyenlerin sayısı 31 (%31) ve aritmetik ortalaması (X=2,13) önemli düzeydedir. Merkezde çalışan kadınlarda ise çok önemli diyenlerin sayısı 26 (%26), önemli diyenlerin sayısı 43 (%43), önemli değil diyenlerin sayısı 31 (%31) ve aritmetik ortalaması (X=2,05) önemli düzeydedir.

AVM de çalışan kadınların “Aileniz/eşiniz çalışmanızı istemediği için” çok önemli diyenlerin sayısı 30 (%30), önemli diyenlerin sayısı 25 (%25), önemli değil diyenlerin sayısı 45 (%45) ve aritmetik ortalaması (X=2,15) önemli düzeydedir. Merkezde çalışan kadınlarda ise çok önemli diyenlerin sayısı 42 (%42), önemli diyenlerin sayısı 23 (%23), önemli değil diyenlerin sayısı 35 (%35) ve aritmetik ortalaması (X=1,93) önemli düzeydedir.

AVM de çalışan kadınların “Çalışma koşullarının ağır olması” çok önemli diyenlerin sayısı 55(% 55), önemli diyenlerin sayısı 18 (%18), önemli değil diyenlerin sayısı 27 (%27) ve aritmetik ortalaması (X=1,72) önemli düzeydedir. Merkezde çalışan kadınların “Çalışma koşullarının ağır olması” çok önemli diyenlerin sayısı 56(% 56), önemli diyenlerin sayısı 20 (%20), önemli değil diyenlerin sayısı 24 (%24) ve aritmetik ortalaması (X=1,68) çok önemli düzeydedir.

AVM de çalışan kadınların “İşinizi gerektirdiği niteliklere sahip olmamak” çok önemli diyenlerin sayısı 26 (%26), önemli diyenlerin sayısı 19 (%19), önemli değil diyenlerin sayısı 55 (%55) ve aritmetik ortalaması (X=2,29) önemli düzeydedir. Merkezde çalışan kadınlarda çok önemli diyenlerin sayısı 41 (%41), önemli diyenlerin sayısı 20 (%20), önemli değil diyenlerin sayısı 39 (%39) ve aritmetik ortalaması (X=1,98) önemli düzeydedir.

Çalışan kadınların çalıştığı yer ile işi değiştirme ve bırakmaya etki eden değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmış analiz sonucu Tablo 3’ de sunulmuştur.

Tablo 3. Çalıştığı yere göre işi değiştirme veya bırakmaya ilişkin t-testi sonucu

	Çalıştığı yer	N	X	Ss.	t	p
Evdeki iş yükü	AVM’de çalışan	100	1,85	0,74	-0,741	0,459
	Merkezde çalışan	100	1,93	0,78		
Çalışmaktan yorulduğunuz için	AVM’de çalışan	100	2,13	0,69	0,780	0,436
	Merkezde çalışan	100	2,05	0,76		
Aileniz/eşiniz çalışmanızı istemediği için	AVM’de çalışan	100	2,15	0,86	1,792	0,075
	Merkezde çalışan	100	1,93	0,88		
Çalışma koşullarının ağır olması	AVM’de çalışan	100	1,72	0,87	0,332	0,740
	Merkezde çalışan	100	1,68	0,84		
İşinizi gerektirdiği niteliklere sahip olmamak	AVM’de çalışan	100	2,29	0,86	2,497	0,013*
	Merkezde çalışan	100	1,98	0,90		

*p<,05

Katılımcıların iş değiştirme veya bırakmalarının çalıştığı sektöre göre “İşinizi gerektirdiği niteliklere sahip olmamak” ifadesi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu fark AVM’ de çalışanlar (X=2,29) ile Merkezde (X=1,98) çalışanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır (t=2,497;p<,05) (Tablo 3). Bu bağlamda hipotez1 kısmen kabul edilmiştir.

Kadınların çalışma hayatına yönelik ifadelerin analizine bakıldığında, araştırmaya katılan AVM de çalışan kadınlara yönelik kadınların çalışma hayatına yönelik ifadelerde elde edilen veriler arasında tanımsal istatistiksel analiz sonuçları Tablo 4’de sunulmaktadır.

Tablo 4 AVM de çalışan kadınların çalışma hayatına yönelik ifadelerin dağılımı

		(1)Kesinlikle Katılmıyorum	(2)Katılmıyorum	(3)Kararsızım	(4)Katlıyorum	(5)Kesinlikle katılıyorum	X	Ss
Kadınlar erkeklere oranla sorumluluk gerektiren bir işe sahip olmayı daha az isterler.	N	36	31	11	13	9	2,28	1,32
	%	36,0	31,0	11,0	13,0	9,0		
Kadınlar işle ilgili durumları doğru şekilde değerlendirmek için gerekli olan tarafsızlık özelliğine sahiptirler.	N	1	8	12	25	54	4,23	1,01
	%	1,0	8,0	12,0	25,0	54,0		
Mücadele gerektiren zorlu işler kadınlardan çok erkeklere daha uygundur.	N	41	17	18	18	6	2,31	1,33
	%	41,0	17,0	18,0	18,0	6,0		
Kadınlar, başarılı yönetici olmak için gerekli becerileri kazanma yeteneğine sahiptirler.	N	1	5	7	24	63	4,43	0,90
	%	1,0	5,0	7,0	24,0	63,0		
Kadınların, erkekler kadar önder rol oynaması kabul edilebilir durum değildir.	N	56	10	4	13	17	2,25	1,62
	%	56,0	10,0	4,0	13,0	17,0		
Toplum kadınların yaptığı işin erkeklerin yaptığı iş kadar önemli olduğunu kabul etmelidir.	N	8	2	8	18	64	4,28	1,21
	%	8,0	2,0	8,0	18,0	64,0		
Üst düzey yönetim görevlerine gelmek için kadınların erkeklerle rekabet etmesi normal bir durumdur	N	5	7	9	21	58	4,20	1,17
	%	5,0	7,0	9,0	21,0	58,0		
Hamile kalma ihtimali kadın iş görenlerin erkeklerden daha az tercih edilmesi için bir neden değildir.	N	7	6	17	16	54	4,04	1,26
	%	7,0	6,0	17,0	16,0	54,0		
Kadın yöneticiler erkeklerden daha duygusal davranmazlar	N	30	19	24	16	11	2,59	1,36
	%	30,0	19,0	24,0	16,0	11,0		
Kadınların sayısal ve teknik konuları öğrenme yeteneği, erkeklere göre daha azdır.	N	54	12	7	11	16	2,23	1,57
	%	54,0	12,0	7,0	11,0	16,0		
Kadınlar iyi bir önder olmak için gerekli olan kendisine güven duygusuna sahiptir.	N	7	5	10	23	55	4,14	1,21
	%	7,0	5,0	10,0	23,0	55,0		
Kadınlar iş ortamının gerektirdiği ölçüde girişken olamazlar.	N	64	18	10	6	2	1,64	1,02
	%	64,0	18,0	10,0	6,0	2,0		

Normalde bütün zamanını evde çocukları ile geçiren bir kadın,	N	28	14	21	23	14	2,81	1,43
yarım gün de olsa ev dışında çalışan bir kadından daha iyi bir annedir.	%	28,0	14,0	21,0	23,0	14,0		

AVM de çalışan kadınların “Kadınlar erkeklere oranla sorumluluk gerektiren bir işe sahip olmayı daha az isterler” ifadesinde 67 kişi (%67)’si olumsuz baktığı, 11 kişi (%11)’i kısmının kararsız kaldığı ve 22 kişi (%22)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Kadınlar işle ilgili durumları doğru şekilde değerlendirmek için gerekli olan tarafsızlık özelliğine sahiptirler” ifadesinde 9 kişi (%9)’u olumsuz baktığı, 12 kişi (%12)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 79 kişi (%79)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Mücadele gerektiren zorlu işler kadınlardan çok erkeklere daha uygundur” ifadesinde 58 kişi (%58)’i olumsuz baktığı, 18 kişi (%18)’i kısmının kararsız kaldığı ve 24 kişi (%24)’ünde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Kadınlar, başarılı yönetici olmak için gerekli becerileri kazanma yeteneğine sahiptirler” ifadesinde 6 kişi (%6)’sı olumsuz baktığı, 7 kişi (%7)’si kısmının kararsız kaldığı ve 63 kişi (%63)’ünde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Kadınların, erkekler kadar önder rol oynaması kabul edilebilir durum değildir” ifadesinde 66 kişi (%66)’si olumsuz baktığı, 4 kişi (%4)’ü kısmının kararsız kaldığı ve 304 kişi (%30)’ünde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Toplum kadınların yaptığı işin erkeklerin yaptığı iş kadar önemli olduğunu kabul etmelidir” ifadesinde 10 kişi (%10)’u olumsuz baktığı, 8 kişi (%8)’luk kısmının kararsız kaldığı ve 82 kişi (%82)’ünde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Üst düzey yönetim görevlerine gelmek için kadınların erkeklerle rekabet etmesi normal bir durumdur” ifadesinde 12 kişi (%12)’nu olumsuz baktığı, 9 kişi (%9)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 79 kişi (%79)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Hamile kalma ihtimali kadın iş görenlerin erkeklerden daha az tercih edilmesi için bir neden değildir” ifadesinde 13 kişi (%13)’i olumsuz baktığı, 17 kişi (%17)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 70 kişi (%70)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Kadın yöneticiler erkeklerden daha duygusal davranmazlar” ifadesinde 49 kişi (%49)’u olumsuz baktığı, 24 kişi (%24)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 27 kişi (%27)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Kadınların sayısal ve teknik konuları öğrenme yeteneği, erkeklere göre daha azdır” ifadesinde 66 kişi (%66)’si olumsuz baktığı, 7 kişi (%7)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 27 kişi (%27)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Kadınlar iyi bir önder olmak için gerekli olan kendisine güven duygusuna sahiptir” ifadesinde 12 kişi (%12)’i olumsuz baktığı, 10 kişi (%10)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 78 kişi (%70)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Kadınlar iş ortamının gerektirdiği ölçüde girişken olamazlar” ifadesinde 82 kişi (%82)’i olumsuz baktığı, 10 kişi (%10)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 8 kişi (%8)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM de çalışan kadınların “Normalde bütün zamanını evde çocukları ile geçiren bir kadın, yarım gün de olsa ev dışında çalışan bir kadından daha iyi bir annedir” ifadesinde 42 kişi (%42)’i olumsuz baktığı, 21 kişi (%21)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 37 kişi (%37)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan merkezde çalışan kadınlara yönelik kadınların çalışma hayatına yönelik ifadelerde elde edilen veriler arasında tanımsal istatistiksel analiz sonuçları Tablo 5’de sunulmaktadır.

Tablo 5 Merkezde çalışan kadınların çalışma hayatına yönelik ifadelerin dağılımı

		(1)Kesinlikle Katılmıyorum	(2)Katılmıyorum	(3)Kararsızım	(4)Katılıyorum	(5)Kesinlikle katılıyorum	X	Ss
Kadınlar erkeklere oranla sorumluluk gerektiren bir işe sahip olmayı daha az isterler.	N	32	14	6	13	35	3,05	1,73
	%	32,0	14,0	6,0	13,0	35,0		
Kadınlar işle ilgili durumları doğru şekilde değerlendirmek için gerekli olan tarafsızlık özelliğine sahiptirler.	N	2	10	15	18	55	4,14	1,13
	%	2,0	10,0	15,0	18,0	55,0		
	N	26	26	21	21	6	2,55	1,25

Mücadele gerektiren zorlu işler kadınlardan çok erkeklere daha uygundur.	%	26,0	26,0	21,0	21,0	6,0		
Kadınlar, başarılı yönetici olmak için gerekli becerileri kazanma yeteneğine sahiptirler.	N	7	6	8	21	58	4,17	1,23
	%	7,0	6,0	8,0	21,0	58,0		
Kadınların, erkekler kadar önder rol oynaması kabul edilebilir durum değildir.	N	58	7	11	10	14	2,15	1,53
	%	58,0	7,0	11,0	10,0	14,0		
Toplum kadınların yaptığı işin erkeklerin yaptığı iş kadar önemli olduğunu kabul etmelidir.	N	3	3	10	24	60	4,35	0,99
	%	3,0	3,0	10,0	24,0	60,0		
Üst düzey yönetim görevlerine gelmek için kadınların erkeklerle rekabet etmesi normal bir durumdur	N	3	5	10	29	53	4,24	1,03
	%	3,0	5,0	10,0	29,0	53,0		
Hamile kalma ihtimali kadın iş görenlerin erkeklerden daha az tercih edilmesi için bir neden değildir.	N	6	10	14	20	50	3,98	1,26
	%	6,0	10,0	14,0	20,0	50,0		
Kadın yöneticiler erkeklerden daha duygusal davranmazlar	N	43	11	29	10	7	2,27	1,30
	%	43,0	11,0	29,0	10,0	7,0		
Kadınların sayısal ve teknik konuları öğrenme yeteneği, erkeklere göre daha azdır.	N	49	12	12	18	9	2,26	1,45
	%	49,0	12,0	12,0	18,0	9,0		
Kadınlar iyi bir önder olmak için gerekli olan kendisine güven duygusuna sahiptir.	N	10	11	13	25	41	3,76	1,36
	%	10,0	11,0	13,0	25,0	41,0		
Kadınlar iş ortamının gerektirdiği ölçüde girişken olamazlar.	N	64	16	14	5	1	1,63	0,97
	%	64,0	16,0	14,0	5,0	1,0		
Normalde bütün zamanını evde çocukları ile geçiren bir kadın, yarım gün de olsa ev dışında çalışan bir kadından daha iyi bir annedir.	N	29	14	21	24	12	2,76	1,41
	%	29,0	14,0	21,0	24,0	12,0		

Merkezde çalışan kadınların “Kadınlar erkeklere oranla sorumluluk gerektiren bir işe sahip olmayı daha az isterler” ifadesinde 46 kişi (%46)’i olumsuz baktığı, 6 kişi (%6)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 48 kişi (%48)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Kadınlar işle ilgili durumları doğru şekilde değerlendirmek için gerekli olan tarafsızlık özelliğine sahiptirler” ifadesinde 12 kişi (%12)’i olumsuz baktığı, 15 kişi (%15)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 73 kişi (%73)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Mücadele gerektiren zorlu işler kadınlardan çok erkeklere daha uygundur” ifadesinde 52 kişi (%52)’i olumsuz baktığı, 21 kişi (%21)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 27 kişi (%27)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Kadınlar, başarılı yönetici olmak için gerekli becerileri kazanma yeteneğine sahiptirler” ifadesinde 13 kişi (%13)’i olumsuz baktığı, 8 kişi (%8)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 79 kişi (%79)’ünde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Kadınların, erkekler kadar önder rol oynaması kabul edilebilir durum değildir” ifadesinde 65 kişi (%65)’i olumsuz baktığı, 11 kişi (%11)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 24 kişi (%24)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Toplum kadınların yaptığı işin erkeklerin yaptığı iş kadar önemli olduğunu kabul etmelidir” ifadesinde 6 kişi (%6)’i olumsuz baktığı, 10 kişi (%10)’luk kısmının kararsız kaldığı ve 84 kişi (%84)’ünde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Üst düzey yönetim görevlerine gelmek için kadınların erkeklerle rekabet etmesi normal bir durumdur” ifadesinde 8 kişi (%8)’nu olumsuz baktığı, 10 kişi (%10)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 82 kişi (%82)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Hamile kalma ihtimali kadın iş görenlerin erkeklerden daha az tercih edilmesi için bir neden değildir” ifadesinde 16 kişi (%16)’i olumsuz baktığı, 14 kişi (%14)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 70 kişi (%70)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Kadın yöneticiler erkeklerden daha duygusal davranmazlar” ifadesinde 54 kişi (%54)’i olumsuz baktığı, 29 kişi (%29)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 17 kişi (%17)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Kadınların sayısal ve teknik konuları öğrenme yeteneği, erkeklere göre daha azdır” ifadesinde 61 kişi (%61)’i olumsuz baktığı, 12 kişi (%12)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 27 kişi (%27)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Kadınlar iyi bir önder olmak için gerekli olan kendisine güven duygusuna sahiptir” ifadesinde 21 kişi (%21)’i olumsuz baktığı, 13 kişi (%13)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 66 kişi (%66)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Kadınlar iş ortamının gerektirdiği ölçüde girişken olamazlar” ifadesinde 80 kişi (%80)’i olumsuz baktığı, 14 kişi (%14)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 6 kişi (%6)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Normalde bütün zamanını evde çocukları ile geçiren bir kadın, yarım gün de olsa ev dışında çalışan bir kadından daha iyi bir annedir” ifadesinde 43 kişi (%43)’i olumsuz baktığı, 21 kişi (%21)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 36 kişi (%36)’inde olumlu baktığı görülmektedir.

Kadın çalışanların çalıştığı yer ile kadınların çalışma hayatına yönelik ifadeler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmış analiz sonucu Tablo 6’ da sunulmuştur.

Tablo 6 Kadın çalışanların çalıştığı yere göre çalışma hayatına yönelik ifadelerle ilişkin t-testi sonucu

	Sektör	N	X	Ss.	t	p
Kadınlar erkeklere oranla sorumluluk gerektiren bir işe sahip olmayı daha az isterler.	AVM’de çalışan	100	2,28	1,32	-3,546	0,000*
	Merkezde çalışan	100	3,05	1,73		
Kadınlar işle ilgili durumları doğru şekilde değerlendirmek için gerekli olan tarafsızlık özelliğine sahiptirler.	AVM’de çalışan	100	4,23	1,01	0,593	0,554
	Merkezde çalışan	100	4,14	1,13		
Mücadele gerektiren zorlu işler kadınlardan çok erkeklere daha uygundur.	AVM’de çalışan	100	2,31	1,33	-1,314	0,190
	Merkezde çalışan	100	2,55	1,25		
Kadınlar, başarılı yönetici olmak için gerekli becerileri kazanma yeteneğine sahiptirler.	AVM’de çalışan	100	4,43	0,90	1,704	0,090
	Merkezde çalışan	100	4,17	1,23		
Kadınların, erkekler kadar önder rol oynaması kabul edilebilir durum değildir.	AVM’de çalışan	100	2,25	1,62	0,449	0,654
	Merkezde çalışan	100	2,15	1,53		
Toplum kadınların yaptığı işin erkeklerin yaptığı iş kadar önemli olduğunu kabul etmelidir.	AVM’de çalışan	100	4,28	1,21	-0,449	0,654
	Merkezde çalışan	100	4,35	0,99		
Üst düzey yönetim görevlerine gelmek için kadınların erkeklerle rekabet etmesi normal bir durumdur	AVM’de çalışan	100	4,20	1,17	-0,257	0,798
	Merkezde çalışan	100	4,24	1,03		
Hamile kalma ihtimali kadın iş görenlerin erkeklerden daha az tercih edilmesi için bir neden değildir.	AVM’de çalışan	100	4,04	1,26	0,336	0,737
	Merkezde çalışan	100	3,98	1,26		
Kadın yöneticiler erkeklerden daha duygusal davranmazlar	AVM’de çalışan	100	2,59	1,36	1,702	0,090
	Merkezde çalışan	100	2,27	1,30		
Kadınların sayısal ve teknik konuları öğrenme yeteneği, erkeklere göre daha azdır.	AVM’de çalışan	100	2,23	1,57	-0,141	0,888
	Merkezde çalışan	100	2,26	1,45		
Kadınlar iyi bir önder olmak için gerekli olan kendisine güven duygusuna sahiptir.	AVM’de çalışan	100	4,14	1,21	2,087	0,038**
	Merkezde çalışan	100	3,76	1,36		
Kadınlar iş ortamının gerektirdiği ölçüde girişken olamazlar.	AVM’de çalışan	100	1,64	1,02	0,071	0,943

	Merkezde çalışan	100	1,63	0,97		
Normalde bütün zamanını evde çocukları ile geçiren bir kadın, yarım gün de olsa ev dışında çalışan bir kadından daha iyi bir annedir.	AVM’de çalışan	100	2,81	1,43	0,249	0,803
	Merkezde çalışan	100	2,76	1,41		

*p<,01; *p<,05

Katılımcıların çalıştığı sektöre göre çalışma hayatına yönelik ifadelerden “Kadınlar erkeklere oranla sorumluluk gerektiren bir işe sahip olmayı daha az isterler.” istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır ($t=-3,546; p<,01$). Çalıştığı sektör AVM’de çalışan olanların ($X=2,28$) aritmetik ortalaması merkezde çalışan ($X=3,05$) olanlara göre daha düşük ve istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır. Çalıştığı sektörün türüne göre çalışma hayatına yönelik ifadelerden “Kadınlar iyi bir önder olmak için gerekli olan kendisine güven duygusuna sahiptir” istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır ($t=2,087; p<,05$). Çalıştığı sektör AVM’de çalışan olanların ($X=4,14$) aritmetik ortalaması Merkezde çalışan olanların aritmetik ortalamasına ($X=3,76$) göre daha yüksektir (Tablo 6). Bu bağlamda Hipotez 2 kısmen kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılan AVM ve merkezde çalışan kadınların çalışma hayatında hangi konularda ayrımcılığa maruz kaldıklarına yönelik ifadelerde elde edilen veriler arasında tanımsal istatistiksel analiz sonuçları Tablo 7’de sunulmaktadır.

Tablo 7 AVM ve merkezde çalışan kadınların çalışma hayatında hangi konularda ayrımcılığa maruz kaldıklarına yönelik ifadelerin dağılımı

AVM de çalışan			(1)Kesinlikle Katılmıyorum	(2)Katılmıyorum	(3)Kararsızım	(4)Katılıyorum	(5)Kesinlikle katılıyorum	X	Ss
İşe almada ayrımcılık yapıyor	N	2	26	10	17	45	3,77	1,32	
	%	2,0	26,0	10,0	17,0	45,0			
Terfi ve atamalarda ayrımcılık yapıyor	N	0	18	18	23	41	3,87	1,14	
	%	0,0	18,0	18,0	23,0	41,0			
Hizmet içi eğitimden yararlanmada ayrımcılık yapıyor	N	1	22	22	18	37	3,68	1,21	
	%	1,0	22,0	22,0	18,0	37,0			
Ücret ve çeşitli ödemelerde ayrımcılık yapıyor	N	0	11	14	30	45	4,09	1,02	
	%	0,0	11,0	14,0	30,0	45,0			
Emeklilikte ayrımcılık yapıyor	N	3	29	18	15	35	3,50	1,31	
	%	3,0	29,0	18,0	15,0	35,0			
İşten çıkarmada ayrımcılık yapıyor	N	1	15	14	24	46	3,99	1,14	
	%	1,0	15,0	14,0	24,0	46,0			
Merkezde çalışan									
İşe almada ayrımcılık yapıyor	N	2	27	7	14	50	3,83	1,35	
	%	2,0	27,0	7,0	14,0	50,0			
Terfi ve atamalarda ayrımcılık yapıyor	N	1	22	19	12	46	3,80	1,26	
	%	1,0	22,0	19,0	12,0	46,0			
Hizmet içi eğitimden yararlanmada ayrımcılık yapıyor	N	5	19	28	13	35	3,54	1,28	
	%	5,0	19,0	28,0	13,0	35,0			
Ücret ve çeşitli ödemelerde ayrımcılık yapıyor	N	1	13	14	23	49	4,06	1,12	
	%	1,0	13,0	14,0	23,0	49,0			
Emeklilikte ayrımcılık yapıyor	N	10	16	28	12	34	3,44	1,37	
	%	10,0	16,0	28,0	12,0	34,0			
İşten çıkarmada ayrımcılık yapıyor	N	2	10	19	17	52	4,07	1,14	
	%	2,0	10,0	19,0	17,0	52,0			

AVM’de çalışan kadınların “İşe almada ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 28 kişi (%28)’i olumsuz baktığı, 10 kişi (%10)’si kısmının kararsız kaldığı ve 62 kişi (%62)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM’de çalışan kadınların “Terfi ve atamalarda ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 18 kişi (%18)’i olumsuz baktığı, 18 kişi (%18)’i kısmının kararsız kaldığı ve 64 kişi (%64)’ünde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM’de çalışan kadınların “Hizmet içi eğitimden yararlanmada ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 23 kişi (%23)’ü olumsuz baktığı, 22 kişi (%22)’si kısmının kararsız kaldığı ve 55 kişi (%55)’inde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM’de çalışan kadınların “Ücret ve çeşitli ödemelerde ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 11 kişi (%11)’i olumsuz baktığı, 14 kişi (%14)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 75 kişi (%75)’inde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM’de çalışan kadınların “Emeklilikte ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 32 kişi (%32)’u olumsuz baktığı, 18 kişi (%18)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 50 kişi (%50)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

AVM’de çalışan kadınların “İşten çıkarmada ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 16 kişi (%16)’i olumsuz baktığı, 14 kişi (%14)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 70 kişi (%70)’inde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “İşe almada ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 29 kişi (%29)’u olumsuz baktığı, 7 kişi (%7)’si kısmının kararsız kaldığı ve 64 kişi (%64)’ünde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Terfi ve atamalarda ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 23 kişi (%23)’ü olumsuz baktığı, 19 kişi (%19)’u kısmının kararsız kaldığı ve 58 kişi (%58)’inde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Hizmet içi eğitimden yararlanmada ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 24 kişi (%24)’ü olumsuz baktığı, 28 kişi (%28)’i kısmının kararsız kaldığı ve 48 kişi (%48)’inde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Ücret ve çeşitli ödemelerde ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 14 kişi (%14)’ü olumsuz baktığı, 14 kişi (%14)’ü kısmının kararsız kaldığı ve 72 kişi (%72)’inde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “Emeklilikte ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 26 kişi (%26)’sı olumsuz baktığı, 28 kişi (%28)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 46 kişi (%46)’sinde olumlu baktığı görülmektedir.

Merkezde çalışan kadınların “İşten çıkarmada ayrımcılık yapıyor” ifadesinde 12 kişi (%12)’si olumsuz baktığı, 19 kişi (%19)’lik kısmının kararsız kaldığı ve 69 kişi (%69)’inde olumlu baktığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan çalışan kadınların çalıştığı yer ile kadınların çalışma hayatında hangi konularda ayrımcılığa maruz kaldıklarına yönelik ifadeler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmış analiz sonucu Tablo 7’ de sunulmuştur. Bu bağlamda anlamlı bir farklılık olmadığı için Hipotez 3 reddedilmiştir.

Tablo 7. Çalışan kadınların çalıştığı yere göre çalışma hayatında hangi konularda ayrımcılığa maruz kaldıklarına yönelik ifadelerle ilişkin t-testi sonucu

	Sektör	N	X	Ss.	t	P
İşe almada ayrımcılık yapıyor	AVM’de çalışan	100	3,77	1,32	-0,318	0,751
	Merkezde çalışan	100	3,83	1,35		
Terfi ve atamalarda ayrımcılık yapıyor	AVM’de çalışan	100	3,87	1,14	0,411	0,682
	Merkezde çalışan	100	3,80	1,26		
Hizmet içi eğitimden yararlanmada ayrımcılık yapıyor	AVM’de çalışan	100	3,68	1,21	0,793	0,429
	Merkezde çalışan	100	3,54	1,28		
Ücret ve çeşitli ödemelerde ayrımcılık yapıyor	AVM’de çalışan	100	4,09	1,02	0,199	0,843
	Merkezde çalışan	100	4,06	1,12		
Emeklilikte ayrımcılık yapıyor	AVM’de çalışan	100	3,50	1,31	0,317	0,752
	Merkezde çalışan	100	3,44	1,37		
İşten çıkarmada ayrımcılık yapıyor	AVM’de çalışan	100	3,99	1,14	-0,496	0,620
	Merkezde çalışan	100	4,07	1,14		

*p<,01

Katılımcıların AVM de ve merkezde çalışanlara göre çalışma hayatında hangi konularda ayrımcılığa maruz kaldıklarına yönelik ifadelerde istatistikler olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 7).

Çalışan kadının çalıştığı iş yerinde ve ailesinde karşılaştığı sorunlara ilişkin merkezde ve AVM’ de çalışan kadınların yaş ve medeni durumları baz alınarak «Çalışmalarından dolayı aile içinde ve çevrede karşılaştığı sorunlar», «Çalışma hayatında karşılaştıkları en önemli güçlük ve sorunlar» ile « Çalışmalarına ailelerinin nasıl baktığı»' na ilişkin ifadelerle yönelik Ki- kare testi uygulanmış ve ifadelerle verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Bu bağlamda hipotez 4 reddedilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışma Malatya İl Merkezi perakendecilik sektöründe çalışan kadın satış elemanları ile Malatya Park AVM’ de perakendeci işletmelerde faaliyette bulunan kadın satış elemanları hedef alınarak kadınların çalışma yaşamında karşılaştığı sorunlar saptanıp bir karşılaştırma yapılmıştır.

Kadınlar genel anlamda çalışma yaşamında birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunlar bazen çalışanları işlerini değiştirmeye veya bırakmaya zorlamaktadır. Araştırmamıza katılan hem AVM hem merkez çalışanları en çok çalışma koşullarının ağır olmasından dolayı işi bırakmayı düşünmektedir. Çalışanların medeni durumları göz

önünde bulundurulduğunda; AVM ve merkez çalışanların işi bırakma ya da değiştirmeye yönelik bakış açıları bir uyuşma olduğu görülmektedir. Hem AVM hem de merkez çalışanlarında evdeki iş yükü ve sorumluluklar evli çalışanlara göre işi bırakmak için daha önemli bir neden olmaktadır. AVM’ de 1000 TL gelir ile çalışan kadınlar; daha yüksek gelir ile çalışanlara göre çalışma şartlarının ağır olmasını, işi bırakma ya da değiştirmede daha önemli bir neden olarak görürken; merkezde 1000 TL ve altı gelir ile çalışanlar üst gelir ile çalışanlara göre evdeki iş yükü ve sorumlulukların işlerini bırakmada daha etkili olduğunu düşünmektedir.

Kadınların çalışma hayatına yönelik olarak; özgüven, liderlik, yöneticilik duygusuna sahip olmalarına yönelik inançları AVM ve merkez çalışanlarında aynı yöndedir. Çalışanların yaş gruplarına göre düşüncelerine baktığımızda, kadınların tarafsız olma özelliğine sahip olmalarına yönelik bakış açıları farklılık görülmektedir. AVM’ de 26 yaş grubu çalışanlar 21-25 yaş grubu çalışanlara oranla kadınların iş ile ilgili durumları doğru şekilde değerlendirebilmek için gerekli olan tarafsızlık özelliğine sahip olduklarına daha fazla inanmaktadır. Yine 20-25 yaş grubu çalışanlar 26 ve üzeri yaş grubu çalışanlara göre kadınların işle ilgili durumlarda erkeklerden daha duygusal davranmadığına daha çok katılmaktadır. Merkez çalışanlarında ise 21-25 yaş grubu çalışanlar, 26 ve üzeri yaş grubunda çalışanlara oranla kadınların tarafsız olma özelliğine sahip olmalarına daha fazla katılmaktadır. 21- 25 yaş grubu çalışanlar 20 ve altı yaş grubu çalışanlara oranla kadınların erkekler kadar önemli işler yapabileceği ve kadınların çalışma hayatında erkelerle rekabet edebilecek durumda olduklarını düşünmektedir.

AVM’ de çalışan bekar kadınlar evli kadınlara göre kadınların duygusal davranmadıkları ancak gerekli ölçüde girişken olmadıklarını düşünmektedir. Merkezde çalışan evli ve bekar kadınların ise kadınların girişkenlik yada duygusallıklarına bakış açıları bir farklılık görülmezken mücadele gerektiren zorlu işlerin erkekler için daha uygun olduğunu düşünmektedir. AVM’ de düşük gelir ile çalışan kadınların tarafsız olabileceklerine kararsız kalırken gelirin yükselmesiyle çalışanların bakış açıları değişerek bu görüşe daha çok katılmaktadırlar. Kadınların gerekli ölçüde girişken olmadıkları ya da erkeklerden daha duygusal davranmadıkları düşüncesine 1000 TL ve altı gelir ile çalışanlar katılırken 1500 TL ve üstü gelir ile çalışanlar bu görüşe katılmamakta ya da kararsız kalmaktadır. Merkez mağazalarına göre daha kurumsal olan AVM mağazalarında çalışan kadınlar, kadın çalışanların iyi bir önder olabileceğini ve kendisine güven duygusuna sahip olduklarına daha çok katılmaktadır.

Kadınların çalışma hayatında işten çıkarılma ve diğer ayrımcılıklara maruz kalma yönündeki düşüncelerinde AVM ve merkez çalışanlarında bir uyuşma olduğu, ayrımcılığa bakış açıları paralel olduğu görülmektedir. Çalışanların yaş grupları göz önüne alındığında; merkezde 26 yaş grubu çalışanlar; işe alımda, hizmet içi eğitimden yararlanmada ve ücretlerde 21-25 yaş grubu çalışanlara göre daha fazla ayrımcılık yapıldığını düşünmektedir. Merkez bekar ve evli çalışanların ayrımcılığa bakış açısında farklılık vardır. Evli çalışanlar bekar çalışanlara oranla daha fazla ayrımcılığa maruz kaldıklarını belirtmişlerdir. Aynı doğrultuda çocuğu olan çalışanlar olmayanlara göre daha fazla ayrımcılığın yaşandığına inanmaktadırlar. AVM’ de üst gelir ile çalışanlar alt gelirli çalışanlara oranla işe alımda ve terfide daha fazla ayrımcılık yapıldığını düşünmektedir. AVM ve merkez çalışanlarının bulunduğu sektöre göre ayrımcılığa bakış açıları bir farklılık görülmemektedir. Merkezde sosyal güvencesi olmadan çalışanlar sosyal güvencesi olan çalışanlara göre çalışma hayatında ayrımcılığın yaşandığına daha çok inanmaktadır.

Kaynakça

- AKŞİT, G. (2011) “İşyerinde Psikolojik Taciz ve Çözüm Önerileri”, Komisyon Raporu, *Kadın Erkek Fırsat Eşitsizliği Komisyonu Yayınları*, No: 6, Ankara
- ABBAK, B. S. , PESEN, A. , KARA, İ. (2016) “Üniversite Öğrencilerinin Cinsiyet Algısı ve Şiddete İlişkin Farkındalık Düzeyinin İncelenmesi”, *Uluslararası Toplumsal Araştırma Dergisi*, cilt:6, sayı:11
- BAKIRCI, K. (2000) “ İş Hukuku Açısından Cinsel Taciz” *İstanbul Yayınları*, Yayın No:72, İstanbul
- BOLCAN, A. E. (2010) “ Avrupa Birliği Direktifleri Işığında Türk Çalışma Mevzuatında Kadın” *Çalışma ve Toplum Dergisi* cilt,1 sayfa 253-275
- BOTT, E. (1971) “Family and Social Network” Tavistock Publication
- DEMİRBİLEK, S. (2007) “ Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açidan İncelenmesi”, *Finansal Politik Ekonomik Yorumlar Dergisi*, cilt 44, sayı 11
- DOĞRU, A. (2010) “Kadın Çalışanların Cam Tavan Engelleri ve İş Tatminine Etkisi: Afyon Koca Tepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Örneği”, *Yüksek Lisans Tezi*, Kütahya
- ECEVİT, Y. (1998) “Türkiye Ücretli Kadın Emeginin Toplum Cinsiyet Temelinde Analizi”, *Tarih Vakfı*, İstanbul
- GÖNÜLLÜ, M. ve İÇLİ, G. (2001) Çalışma Yaşamında Kadınlar Aile ve İş İlişkileri”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, sayfa 181-100
- GÜNER, U. ve KALKAN, P. , ÖZ, Y. (2011) “Türkiye’de Cinsel Yönelim ve Cinsiyet Temeli Kimliğinde Ayrımcılığın İzlenmesi Raporu” , Yayıncılar Gökçeçiçek Ayata ve Burcu Yeşildalı, İstanbul
- KAPIZ, S. (2002) “İş Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yeni Bir Yaklaşım: Sınır Teorisi” , *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* cilt 4 sayı 3
- KARALI, R. (2016) “Kadınları Çalışması, Çoruma İmalat Sektöründe Çalışan Kadınların Çalışma Hayatında Yaşadığı Sorunların Verimliliğe Etkisi” , Yüksek Lisans Tezi Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı,

- KESTERCİOĞLU, İnci (2004) “*Türkiye’de Kadının Toplumsal Konumu: Kazanımlar Ve Sorunlar*”, Orman matbaacılık, İstanbul
- KEUTHENE, M. (2006) “*Dikkat Diğer Kadınlar*”, Optmpst Yayın ve Dağılımcılık, İstanbul
- KAYMAZ, İ. Ş. (2010) “*Çağdaş Uygarlığın Mihank Taşı: Türkiye’ de Kadının Toplumsal Konumu*”, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Atatürk Yolu Dergisi*, güz, sayfa 333- 366
- KOCABAŞ, F. , KIREL, Ç. ve ÖZDEMİR, A. A. (2010), “*İşletmelerde Algılanan Cinsiyet Temelli Ayrımcılık*”, Çimento İşveren Yayıncılık
- KOCACIK, F. (2005) “*Türkiye’ de Çalışan Kadınlar ve Sorunları*”, *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* cilt 6 sayı 1 sayfa 195
- KURTKAN, A. (1977) “*Sosyolojik Açıdan Eğitim Yolu İle Kalkınmanın Esasları*”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, İstanbul, Yayın No: 388
- KIZILGÖL, Ö. (2012) “*Türkiye’de Eğitimde Cinsiyet Eşitsizliğinin Yoksulluk Üzerindeki Etkisi*”, *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* cilt 19 sayı1
- MAKAL, A. (2001) “*Türkiye’ de 1950-1965 Dönemlerinde Ücretli Kadın Emeline İlişkin Gelişmeler*” *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, sayfa 118-152
- NERGİZ, N. ve OKSAY, A. ve AKMAN, E. (2011) “*İşe Bağlılık ve İşten Tatmin Açısından Cinsiyet ve Sektörel Bağlılık*”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 14
- ÖZBAY, F. (1990) “*Kadınların Ev İçi ve Ev Dışı Uğraşlarındaki Değişme*”, İletişim Yayınları, İstanbul
- ÖZDEMİR, E. (2012) “*İş Yeriinde Cinsel Taciz*” *Çalışma ve Toplum Dergisi* sayfa 83-96
- ÖZER, D. (2009) “*İşyerinde Psikolojik Taciz*”, *Bilge Kadın Araştırma Merkezi*
- ÖZTÜRK, T. (2007) “*Türkiye’de Kadın Çalışanların İş Yaşamındaki Yerinin Analizi: İzmir’de Bir Alan Çalışması*”, Yüksek Lisans Tezi Basılmamış, İzmir
- PETUR, J. (2001) “*Network, Cultere, TransactionandDiscriMination*” *International Journal of Social Economics*, 10-12
- TÜRELİ, N. ve DOLMACI, N. (2012) “*Varlığını Sürdüren Bir Sorun Olarak Toplumda ve İş Yaşamında Kadınlara Yönelik Farklı ve Ayrımcı Tutumlar*”, *Akademik Bakış Dergisi*, Aralık sayı 33
- YAKIT, G. (2002) “*Toplumsal Yaşamda Kadın*”, *Eskişehir Anadolu Üniversitesi*, No:1373
- SAYAR, G. ve ÖZKAN, B. (2010) “*1 Kadın Çalışanlara Yönelik Ücret Ayrımcılığı ve Kadın Ücretlerinin Belirleyicilerine Yönelik Bir Araştırma*”, *Çalışma ve Toplum Dergisi* sayfa 91-101

KADINLARIN İŞGÜCÜNE KATILIMI İLE İLGİLİ TUTUM ÖLÇEĞİNİN MADDE TEPKİ KURAMINA DAYALI AŞAMALI TEPKİ MODELİ İLE ARAŞTIRILMASI

Erol KARACA
Anadolu Üniversitesi
erolkaraca@anadolu.edu.tr

Öz

Bu çalışma, kadınların işgücüne katılımını sınırlayan iç ve dış faktörler arasındaki ilişkiyi saptamak amacıyla tasarlanmıştır. Bu çalışmanın temel amacı, “Kadınların İşgücüne Katılımı ile İlgili Tutum Ölçeği” (KİKİTÖ)’nden elde edilen madde puanlarını Madde Tepki Kuramı (MTK) modeli olan Aşamalı Tepki Modeli (ATM) ile incelemektir. Araştırma verilerinin toplanmasında KİKİTÖ kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 15-64 yaş arasındaki Eskişehir’de yaşayan basit tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 900 kadın oluşturmaktadır. KİKİTÖ’de çalışma yaşamına katılıma ilişkin 11 madde bulunmaktadır ve bu maddelere kadınların “*kesinlikle katılmıyorum (1)*” ve “*kesinlikle katılıyorum (5)*” gibi arasında tepkide bulunmaları istenmiştir. Tutum maddeleri, çok kategorili MTK modellerinden likert tipi ölçekler için uygun olan ATM kullanılarak incelenmiştir. Araştırma verilerinin analizinde öncelikle veri setinin MTK’nın tek boyutluluk ve yerel bağımsızlık varsayımlarını sağlayıp sağlamadığı incelenmiştir. Araştırma verilerinin analizinin ikinci aşamasında ise MULTILOG programında ATM seçilerek madde kalibrasyonu yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, veri setinin MTK’nın tek boyutluluk ve yerel bağımsızlık varsayımlarını sağladığı ve model-veri uyumunun sağlandığı görülmüştür. Araştırma bulgularına göre işgücüne katılıma yönelik tutum açısından kadınları en iyi ayırt eden ve dolayısıyla en çok bilgi veren maddenin 5. madde, kadınları en kötü ayırt eden ve dolayısıyla en az bilgi veren maddenin ise 2. madde olduğu görülmektedir. Çalışmadan elde edilen bulgular, ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu ve işgücüne katılımı sınırlayan iç ve dış faktörlerin kadınların işgücüne katılımını doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Kadın İşgücü, İşgücüne Katılım, Tutum Ölçeği, Madde Tepki Kuramı, Aşamalı Tepki Kuramı, Tutum

Investigation Reliability and Validity of the Attitude Scale on Women’s Labor Force Participation via Graded Response Model Based on Item Response Theory

Abstract

This study is designed to find out the relationship between internal and external factors that limit labor force participation of women. The main aim of this study is to examine the item scores obtained from “Attitude Scale on Labor Force Participation of women” (ASLFPW) with the Graded Response Model (GRM), which is a model of Item Response Theory. The data was collected through “Attitude Scale on Labor Force Participation of women” developed by researchers themselves. The research group of the study consist of 900 women between the ages of 15-64, living in Eskişehir and they were selected by simple random sampling. There are 11 items in the scale related to labor force participation and these items were requested to answered with responses such as strongly agree (1) and strongly disagree (5), ordinal scores ranging from 1 to 5 as categories. The items of attitude were calibrated with GRM, which is appropriate to Likert type data. Within the analysis of the research, it is examined primarily whether the data set provides the one dimensional and local independence hypothesis or not. In the second stage of the analysis, by GRM chosen from MULTILOG program, item calibration was implemented. According to the results, it is seen that data set provides the GRM’s one dimensional and local independence hypothesis and model-data consistency was provided. According to the findings, item 5 has the highest slope parameter for women and gives the maximum information about the attitudes to labor force participation; item 2 has the lowest slope parameter and gives the minimum information about teachers’ commitment to the union. The findings from the study revealed that the scale was valid and reliable and that internal factors and external factors that limit to their labor force participation affect directly labor force participation of women.

Key Words: Woman, Women Labor Force, Labor Force Participation, Attitude Scale, Item Response Theory, Graded Response Model, Attitude

Giriş

Türkiye’de kadınların işgücüne katılımı engelleyen nedenlerden olan toplumsal cinsiyet temelli iş yükleri ve bakım hizmetleri, kadınlar için evli olmak, özellikle kentlerde işgücüne katılımı azaltan ciddi bir faktördür. Kadınlar ev dışında çalışma ya da çalışmama kararı alırken evde yapmakta oldukları işlerin aksama olasılığını, çocuklara ve yaşlılara kimler tarafından bakılacağını, iş saatleri dışında evdeki işler için ayırabilecekleri zamanı düşünmek zorunadırlar. Eğitimde toplumsal temelli eşitsizlik ise işgücüne katılımı azaltan bir diğer nedendir. Türkiye’de ekonomi büyümekte, kadın istihdamına aynı oranda yansımamaktadır. Ekonomik büyüme, istihdam, işsizlik işgücüne katılımı etkileyen diğer önemli unsurlardır. Yüksek işsizlik oranları kadınları korkutmakta, bu nedenle kadınlar işgücü piyasalarında iş arama kararı vermekte zorlanmaktadır. Ayrıca teknolojik gelişmeler sonucu işlerin beceri gereklerinin yükselmesi, beceri düzeyi yüksek olmayan kadınlar bakımından işgücüne katılımı olumsuz etkide bulunan bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (TÜSİAD, 2008: 168).

Günümüzde kadınlar diğer alanlara göre en çok ekonomik yaşama katılım konusunda ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Kuşkusuz bu durumun en önemli nedenlerinden biri, kadını ekonomide erkeklerle aynı mesleki fırsatlardan ve eşit ücret alma hakkından yararlanmaktan alıkoyan sosyo-kültürel engellerin varlığını sürdürmesidir. Gerçekten de kadınların yaptığı işin, aileye destek olmak için yapılan bir çalışma olduğu yolundaki geleneksel anlayış, kadınlara ekonomik büyüme dönemlerinde gereksinim duyulan ve gerileme dönemlerinde bir kenara itilen, yedek işgücü niteliği kazandırmaktadır.

Kalkınmış ülkelerde kadınların işgücüne katılım oranları son yıllarda büyük ölçüde artmaktadır. Buna karşılık Türkiye’de kadınların işgücüne katılma oranlarında azalma eğilimi gözlenmektedir (TÜSİAD, 2008: 10). Bu çalışmanın amacı, kadınların işgücüne katılma yönelik tutum düzeylerinin saptanmasında ve yine kadınların işgücüne katılımı engelleyici dışsal faktörler, işgücüne katılımı engelleyici içsel faktörler ve çalışmanın olumsuzlukları ile işgücüne katılma yönelik tutumları arasında nedensel bir ilişki bulunup bulunmadığını araştırmada kullanılan Kadınların İşgücüne Katılımı ile İlgili Tutum Ölçeği (KİKİTÖ) ile elde edilen madde cevaplarını, MTK modellerinden çok kategorili sıralı puanlanan maddeler için geliştirilmiş olan Aşamalı Tepki Modeli ile değerlendirmektir. Her ne kadar yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğu ikili puanlanan modellerden elde edilen veri analizine yoğunlaşmış olsa da; kişilik, tutum ve algı gibi psikolojik özellikleri ölçen ve çoklu puanlanan maddelere sahip ölçme araçları için çoklu puanlanan madde tepki modelleri geliştirilmiştir. Bu modeller, cevaplayıcının yetenek düzeyi ile belli bir kategoride tepki verme arasında doğrusal olmayan ilişkiler kuran modellerdir (Embretson & Reise, 2000). Günümüzde yaygın olarak kullanılan Samejima (1969)’nın aşamalı tepki modeli de bu modellerden biridir. Bu modelin en büyük avantajı, ikili puanlanan modellerle karşılaştırıldığında bireylerin yeteneği hakkında daha fazla bilgi alınabilmesidir (Koch, 1983; Köse, 2015; Uyar & Gübeş & Kelecioğlu, 2013).

Yöntem

Araştırmanın bu kısmında araştırma modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, işlem yolu ve verilerin analizi başlığı altında istatistiksel yöntem ve teknikler açıklanmaktadır.

Araştırmanın Türü

Bu araştırmada, KİKİTÖ’nden elde edilen madde puanları Aşamalı Tepki Modeli ile incelenmiştir. Araştırma, var olan yöntem ve tekniklerin, gerçek veri üzerinden sınanması yapıldığından betimsel araştırma niteliğindedir.

Çalışma Grubu

Bu çalışmanın evreni, Eskişehir ilinde, ilçe ve köyler dâhil olmak üzere, yaşayan kadınlardır. Buna göre, araştırmanın örneklemini Eskişehir il merkezi ile Sarıcakaya ve Seyitgazi ilçesi ve köylerinde ikamet eden 15-64 yaş grubunda yer alan 900 kadın oluşturmaktadır. Örneklem oluşturulurken ilk aşamada, sektörleri iyi temsil edeceği düşünülen yerleşim yerleri seçilmiştir. Sanayi ve hizmet sektörünü temsilen Eskişehir il merkezi, tarım sektörünü temsilen de ilçeler ve köyler belirlenmiştir. Eskişehir ilinin ilçeleri ve köyleri tarımsal üretim biçimi açısından farklılık gösterir. Bu farklılık dikkate alınarak, ulaşım kolaylığı ölçütlerine göre Sarıcakaya ilçesi ile Seyitgazi ilçesi ve köyleri araştırma kapsamına dâhil edilmiş, basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya dâhil edilen kadınların yaşa göre dağılımı Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Dâhil Edilen Kadınların Yaşa Göre Dağılımı

Yaş	N	%
1) 25 yaş ve altı	266	30
2) 26–35 yaş	286	32
3) 36–45 yaş	208	23
4) 46–55 yaş	108	12
5) 56 yaş ve üzeri	20	2
6) Cevap Yok	12	1
Toplam	900	100

Araştırmaya dâhil edilen Eskişehir il merkezi ile Sarıcakaya ve Seyitgazi ilçesi ve köylerinde ikamet eden 15-64 yaş grubunda yer alan kadınların %32'si 26-35 yaş, %23'ü 36-45 yaş, %12'si 46-55 yaş arasında iken, %30'u 25 yaş ve altı ve %2'si ise 56 yaş ve üzerindedir. Bu bulgu, araştırmaya dâhil edilen kadınların çok büyük bir çoğunluğunun 45 yaşın altında olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla araştırmaya dâhil edilen kadınların büyük bir çoğunluğunun aktif nüfus içerisinde yer aldığı söylenebilir.

Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada; kadınların işgücüne katılıma yönelik tutumlarını etkileyen nedenlerin belirlenmesi amacıyla araştırmacılar tarafından geliştirilen, KİKİTÖ kullanılmıştır. KİKİTÖ'de, işgücüne katılıma yönelik tutumlara ilişkin 18 madde bulunmaktadır. Araştırmada, tutum maddelerine verilecek tepkiler için beşli dereceleme tercih edilmiştir. Cevaplayıcılardan ölçekte yer alan her bir tutum ifadesini “*kesinlikle katılmıyorum – katılmıyorum – kararsızım – katılıyorum – kesinlikle katılıyorum*” gibi beş kategoriden biriyle sınıflaması istenmiştir. Her cevaplayıcı için toplam puanın elde edilebilmesi için, en olumlu kategoriye 5 puan, en olumsuz kategoriye 1 puan verilerek toplanan cevaplar 1–5 arasında puanlanmıştır (Turgut, 1977).

Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde öncelikle veri setinin MTK'nın tek boyutluluk ve yerel bağımsızlık varsayımlarını sağlayıp sağlamadığı incelenmiştir. Bu amaçla veri setine sırasıyla şu işlemler uygulanmıştır:

- Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA): Faktör analizi, değişkenlerin faktörlerle nasıl ilişkili olduğunu keşfetmek ya da değişkenlerin bir faktör altında olup olmadığını doğrulamak amacıyla kullanılır. Araştırmanın temel amacı keşfetmek ise AFA kullanılmalıdır (Schumacker & Lomax, 2004). AFA sonucu elde edilen özdeğeri 1'den büyük üç faktörden ilkinin tek başına toplam varyansın %41.04'ünü açıkladığı görülmüştür. Yamaç-Eğim grafiği ise baskın bir şekilde tek faktörde düşüş sergilemiştir. Döndürülmüş bileşenler matrisindeki faktör yükleri incelendiğinde (0.45-0.74) tutum ölçeğini oluşturan 11 maddein tek faktör altında toplanabileceği gözlenmiştir.
- Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA): Araştırmanın temel amacı doğrulamak ise DFA kullanılmalıdır (Schumacker & Lomax, 2004). Bu çalışmada ölçeğin tek boyutlu yapıyı doğrulayıp doğrulamadığını incelemek amacıyla aynı zamanda LISREL yazılım programında DFA yapılmıştır. DFA sonuçlarına göre model-veri uyumu Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA), Standartize Edilmiş Artık Ortalamaların Karekökü (RMR), İyilik Uyum İndeksi (GFI), Düzenlenmiş İyilik Uyum İndeksi (AGFI), Normlaştırılmamış Uyum İndeksi (NNFI) ve Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI) değerleri kullanılarak değerlendirilmiştir. RMSEA ve RMR 0-1 arasında değer almaktadır. RMSEA ve RMR'nin aldığı değer 0.05'e eşit veya daha küçük ise uyum mükemmel, 0.08 ve altında ise uyum kabul edilebilir ve 0.10 ve daha büyük ise uyum kötüdür (Çokluk & Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2010). Diğer uyum indekslerinden GFI ve AGFI, 0-1 arasında değişen değerler alır. GFI ve AGFI değeri 0.95 ve üzerinde ise uyum mükemmel, 0.90-0.94 arasında ise uyum kabul edilebilirdir (Schumacker & Lomax, 2004; Hooper & Caughlan & Mullen, 2008). NNFI ve CFI değerleri 0.95'in üzerinde ise uyum mükemmel, .90'ın üzerinde ise uyum kabul edilebilirdir (Sümer, 2000). Modele ait bu indeksler birlikte değerlendirildiğinde, tek faktör modeli kabul edilmiştir (Kay-Kare= 120.01, Kay-kare/sd= 3.64; RMSEA=0.054; RMR=0.07; GFI=0.98; AGFI=0.94; NNFI=0.97; CFI=0.98). AFA ve DFA sonucu elde edilen tüm bulgulara dayalı olarak ölçeğin tek boyutlu bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

Yukarıda da değinildiği üzere, MTK'ya göre yerel bağımsızlık varsayımının ihlali aynı zamanda tek boyutluluk varsayımının da ihlali demektir. Bu durumda tek boyutluluk varsayımını sağlayan tutum ölçeğindeki 11 maddenin yerel bağımsızlık varsayımını da sağladığı kabul edilmiştir.

Araştırma verilerinin analizinin ikinci aşamasında ise MULTILOG (Thissen, 1991) programında Aşamalı Tepki Modeli seçilerek madde kalibrasyonu yapılmıştır. Modele ait madde parametreleri ise Marjinal Maximum Likelihood (MML) Tahmin Yöntemi ile kestirilmiştir.

Bulgular

Bu kısımda araştırmanın amacına göre elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

KİKİTÖ'den elde edilen verilerin aşamalı tepki modeli ile kalibre edilmesi sonucu negatif log likelihood (-2*LL) değeri 10333.8 olarak bulunmuştur. Maksimum likelihood kestiriminde negatif loglikelihood değeri, verinin modelden uzaklaşma derecesini göstermektedir (Embretson ve Reise, 2000). Ölçeğe ait marjinal güvenilirlik katsayısı 0.90 olarak elde edilmiştir. Marjinal güvenilirlik, tüm bağıllık düzeyindeki öğretmenlerden tahmin edilen koşullu standart hataların ortalaması olarak ele alınan toplam güvenilirliği temsil etmektedir.

Maddelerin veriye uyum düzeyleri, gözlenen ve beklenen oranlar arasındaki fark aracılığı ile incelenebilir. Gözlenen ve beklenen oranlar arasındaki farklar “artık” olarak da isimlendirilir (Embretson & Reise, 2000). Artıkların sifıra yaklaştıkça, modelin veri ile uyum gösterdiği kabul edilmektedir.

Tablo 2'de kategorilere yanıt veren kadın sayıları ile gözlenen-beklenen frekans oranları ve frekans oranları arasındaki fark ya da artık değerleri verilmiştir.

Tablo 2: Kategorilere Ait Gözlenen ve Beklenen Frekans Oranları

Maddeler		1	2	3	4	5
1	f	100	100	100	100	100
	g	0.2000	0.2000	0.2000	0.2000	0.2000
	b	0.1974	0.1938	0.1965	0.2008	0.2114
	fark	0.0026	0.0062	0.0035	0.0036	-0.0114
2	f	90	90	90	90	90
	g	0.2000	0.2000	0.2000	0.2000	0.2000
	b	0.1996	0.1996	0.1964	0.2013	0.2110
	fark	0.0004	0.0004	0.0036	-0.0013	-0.011
3	f	90	90	90	90	90
	g	0.2000	0.2000	0.2000	0.2000	0.2000
	b	0.1902	0.1894	0.1964	0.2050	0.2190
	fark	0.0088	0.0106	0.0036	-0.0050	-0.019
4	f	437	232	112	70	49
	g	0.4856	0.2578	0.1244	0.0778	0.0544
	b	0.4669	0.2033	0.1158	0.0974	0.1166
	fark	0.0187	0.0545	0.0086	-0.0196	-0.0622
5	f	404	202	166	84	44
	g	0.4489	0.2244	0.1844	0.0933	0.0489
	b	0.4499	0.1718	0.1470	0.1140	0.1173
	fark	-0.0010	0.0526	0.0374	-0.0207	-0.0684
6	f	330	204	195	109	62
	g	0.3667	0.2267	0.2167	0.1211	0.0689
	b	0.3689	0.2038	0.1730	0.1224	0.1319
	fark	-0.0022	0.0229	0.0437	-0.0013	-0.063
7	f	290	208	185	147	70
	g	0.3222	0.2311	0.2056	0.1633	0.0778
	b	0.3160	0.2298	0.1772	0.1596	0.1173
	fark	0.0062	0.0013	0.0284	0.0037	-0.0395
8	f	272	230	172	152	73
	g	0.3026	0.2558	0.1913	0.1691	0.0812
	b	0.2969	0.2552	0.1668	0.1635	0.1176
	fark	0.0057	-0.0006	0.0245	0.0056	-0.0364
9	f	358	258	151	80	53
	g	0.3978	0.2867	0.1678	0.0889	0.0589
	b	0.3785	0.2644	0.1618	0.1025	0.0929
	fark	0.0193	0.0223	0.006	-0.0136	-0.034
10	f	312	188	173	139	88
	g	0.3467	0.2089	0.1922	0.1544	0.0978
	b	0.3379	0.2029	0.1691	0.1518	0.1383
	fark	0.0088	0.006	0.0231	0.0026	-0.0405
11	f	283	168	176	163	110
	g	0.3144	0.1867	0.1956	0.1811	0.1222
	b	0.3067	0.1870	0.1730	0.1729	0.1604
	fark	0.0077	-0.0003	0.0226	0.0082	-0.0382

f=frekans, g=gözlenen, b=beklenen

Tablo 2’de yer alan 11 maddenin her bir kategorisine ait beklenen ve gözlenen oranlar arasındaki farklar incelendiğinde, bütün artıkların .01 değerinden daha küçük olduğu görülmektedir. Bu bulguya dayalı olarak ATM’nin veriye uyum gösterdiği söylenebilir.

Diğer bir araştırma bulgusu ise Tablo 3'te de görülmekte olan ATM'ye dayalı olarak kestirilen madde parametreleridir.

Tablo 3: Aşamalı Modele Göre Kestirilen Parametre Değerleri

Madde	α_i (SE)	β_1 (SE)	β_2 (SE)	β_3 (SE)	β_4 (SE)
1	0.25 (0.12)	-5.71 (2.94)	-1.80 (0.97)	1.45 (0.92)	5.36 (2.87)
2	0.17 (0.14)	-8.07 (1.72)	-2.57 (2.66)	2.06 (1.90)	7.67 (6.61)
3	0.27 (0.11)	-5.42 (2.64)	-1.84 (0.87)	1.15 (0.79)	4.76 (2.44)
4	4.29 (0.24)	-0.09 (0.03)	0.48 (0.08)	0.86 (0.05)	1.29 (0.07)
5	6.49 (0.36)	-0.13 (0.03)	0.33 (0.02)	0.76 (0.04)	1.23 (0.06)
6	3.78 (0.19)	-0.37 (0.04)	0.20 (0.04)	0.73 (0.04)	1.24 (0.07)
7	1.89 (0.13)	-0.65 (0.08)	0.16 (0.06)	0.80 (0.07)	1.62 (0.34)
8	1.89 (0.13)	-0.73 (0.08)	0.18 (0.06)	0.79 (0.07)	1.63 (0.14)
9	1.86 (0.13)	-0.42 (0.07)	0.50 (0.06)	1.17 (0.09)	1.82 (0.14)
10	1.77 (0.13)	-0.58 (0.08)	0.14 (0.06)	0.77 (0.08)	1.53 (0.12)
11	1.57 (0.12)	-0.75(0.09)	-0.02 (0.07)	0.64 (0.08)	1.48 (0.13)

MTK altında madde ayırıcılık parametresi maddenin örtük özellik sürekliliğinde cevaplayıcıları yeteneklerine göre ayırabilme gücü olarak ifade edilir. Dolayısıyla madde ayırıcılık parametresi, madde ile ölçmek istenen yetenek arasındaki güçlü ilişkiyi yansıtır. Bu bağlamda pozitif ve yüksek eğim değerleri tercih edilir. Yüksek ayırıcılığa sahip maddeler bireyleri yeteneklerine göre daha iyi ayıran maddeler iken düşük ayırıcılığa sahip maddeler ise bireyleri yetenek düzeyine göre ayırmada yetersiz maddelerdir. Bunun yanında yüksek ayırıcılığa sahip maddeler test bilgi fonksiyonuna daha fazla katkı yapan maddelerdir (Hambleton & Swaminathan & Rogers, 1991). Ayırt edicilik parametre değerleri 0.01-0.34 arasında ise madde çok düşük ayırıcılığa; 0.35-0.64 arasında ise düşük ayırıcılığa; 0.65-1.34 arasında ise orta ayırıcılığa; 1.35-1.69 arasında ise yüksek ayırıcılığa ve 1.70 ve daha yukarı bir değer almışsa çok yüksek ayırıcılığa sahiptir (Baker, 2001).

Tablo 3'e göre eğim parametrelerinin 0.17-6.49 arasında değerler aldığı; 1., 2. ve 3. maddeler düşük ayırıcılığa, 4-11. maddeler çok yüksek ayırıcılığa sahiptir. Tüm maddeler içerisinde ise 5. maddenin en yüksek eğim parametresine ($\alpha_i=6.49$) ve 2. maddenin ise en düşük eğim parametresine ($\alpha_i=0.17$) sahip olduğu görülmektedir.

Maddeyi tanımlayan bir diğer parametre madde güçlük ya da lokasyon parametresidir. Madde güçlük parametresi, (b_i , madde güçlüğü'nün ölçüsü, davranışın veya tutumun frekansı olarak bilgi veren parametredir (Rubio ve diğerleri, 2007). ATM'de ölçekteki her bir madde (i), bir tane madde ayırıcılık parametresi, α_i ve $j=1, \dots, m$, tane

kategori eşik parametresi (β_{ij}) ile tanımlanır. ATM cevaplayıcının belirli bir kategori ve daha üzerinde tepki verme olasılığı için $m-1$ tane eşik tepki fonksiyonunu tahmin eder. ATM'de kategoriler arasında sıralı olan kategoriler arası eşik değerleri, katılımcıların 0.50 olasılıkla eşik değerinin üzerinde cevap vermek için gerekli olan algı düzeyini gösterir (Matteucci & Stracqualursi, 2006). Buna göre bir katılımcının ilk kategoriyi cevaplama için düşük yetenek ya da algıya sahip olması yeterli olmakta iken, bir üst kategori için daha yüksek algı gerekmektedir. Tablo 3 incelendiğinde, kategoriler arası eşik değerlerinin en düşüktен en yükseğe doğru sıralanmış olduğu görülmektedir. Tablo 3'te madde ayırıcılık parametresine ilaveten kategoriler arası madde eşik parametresine de (β_i) yer verilmiştir. Buna göre her madde için (β_1) en düşük eşik parametresine, (β_4) ise en

yüksek eşik parametresine sahiptir. Örneğin; 1. maddenin $\beta_1 = -5.71$ ve $\beta_4 = 5.36$ olarak hesaplanmıştır. Bu maddenin 1. kategorisinde %50 olasılıkla tepki vermek için gerekli yetenek düzeyi $\theta = -5.71$ olarak, 5. Kategoride ise %50 olasılıkla tepki vermek için gerekli yetenek düzeyi ise $\theta = 5.36$ olarak hesaplanmıştır. Ayrıca eşik parametre değerlerinin çoğunun negatif değerler almasına dayalı olarak kategorilerdeki cevapların daha çok algının düşük düzeyi ($\theta < 0$) tarafından desteklendiği söylenebilir. Kategori arası eşik parametreleri, -8.07 ile 7.67 değerleri arasında değişmektedir. Eşik parametre değerlerinin çoğunun negatif değerler almasına dayalı olarak kategorilerdeki cevapların daha çok tutumun düşük düzeyi ($\theta < 0$) tarafından desteklendiği söylenebilir.

Tablo 3'e göre 1. maddede birinci kategoriden ikinci kategoriye geçiş için eşik parametresi, -5 yetenek düzeyinin altında (-5.71) kestirilmiştir. Bu durum, ilk kategoriye az kişinin yanıtlamasından ve maddenin ölçmek istediği özelliklerle ilişkili olmamasından kaynaklanmış olabilir (Embretson & Reise, 2000). Tablo 3'e göre 1. maddeye ait ayırt edicilik parametresinin düşük olması (0.25) da bu durumun oluşmasının bir diğer sebebi olarak gösterilebilir. MTK güçlü bir test kuramı olmasına rağmen model veri uyumunun sağlanmasını gerektirir. Ancak bu konuda genel kabul görmüş bir model veri uyumu testi bulunmamaktadır (Gray-Little & Williams & Hancock, 1997). Model veri uyumunun sağlanması bakımından madde parametrelerinin değişmezlik özelliğinin test edilmesi sıklıkla başvurulan bir yöntemdir. Bu çalışmada da model veri uyumu açısından madde parametrelerinin değişmezlik özelliğinin test edilmesi yöntemine başvurulmuştur. Bunun için örneklem tesadüfi olarak ikiye ayrılmış ve madde parametreleri bu gruplar üzerinden kestirilmiştir. Madde ayırtıcılık parametreleri arasındaki korelasyon $r=0,90$ ($p<0,01$) olarak hesaplanmıştır. Madde eşik parametreleri arasındaki korelasyon ise β_1 için $r=0,96$, β_2 için $r=1,00$, β_3 için $r=0,92$ ve β_4 için $r=0,94$ ($p<0,01$)'dir. Bu bulgular ölçekte bulunan maddelerin değişmezlik özelliğinin bulunduğunu ve ATM'nin veri grubuna uygunluğunu desteklemektedir (Köse, 2015).

Sonuç ve Öneriler

Bireylerin çeşitli objelere, fikirlere ve olaylara ne şekilde tepkide bulunacağını büyük ölçüde tutumlar tarafından yapılandırıldığı bilinmektedir. Bir bireyin tutumunun bilinmesi, gelecekte nasıl davranacağı ile ilgili bir kestirmeye olanak tanımaktadır. Bu nedenle ölçülmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda kadınların işgücüne katılıma yönelik tutumlarının belirlenmesi de son derece önemlidir. Hiç kuşkusuz tutumların belirlenmesi önemli olduğu kadar, bu tutumların belirlenmesine dönük ölçme araçlarının da nitelikli olması önemlidir. Bu bağlamda kadınların işgücüne katılıma yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik ölçme araçlarının niteliğini artırmaya dönük bu çalışmada, KİKİTÖ'nün maddeleri çok kategorili MTK modellerinden Likert tipi ölçekler için uygun olan Aşamalı Tepki Modeline göre incelenmiştir. Ölçeğin tek boyutluluğunu belirlemek amacıyla açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve yapılan analizler sonucunda ölçeğin tek boyutlu bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Tek boyutluluk varsayımını sağlayan maddelerin aynı zamanda MTK'nın önemli ilkelerinden biri olan yerel bağımsızlık varsayımını da sağladığı kabul edilmiştir.

Araştırma bulguları, gözlenen ve beklenen frekans oranları arasındaki farkın küçük olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuca göre Aşamalı Tepki Modeli veriye ve KİKİTÖ maddelerinin seçiminde ve değerlendirmesi için uygun bir modeldir.

Araştırma bulguları, KİKİTÖ maddelerinin ayırt ediciliğe sahip olduğunu ve önemli bir çoğunluğunun ise yüksek ve çok yüksek ayırt ediciliğe sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda kadınların işgücüne katılıma yönelik tutumlarını ve bu tutumlar ile işgücüne katılımı engelleyici nedenler arasındaki ilişkiyi araştırmaya dönük KİKİTÖ ile elde edilen bulguların geçerli ve güvenilir olduğu söylenebilir.

Kaynakça

- Baker, F. B. (2001). The basics of item response theory. *ERIC Clearinghouse on Assessment and Evaluation*, ERIC Document Reproduction Service No. ED458219.
- Çokluk, Ö. & Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPP ve LISREL Uygulamaları* (1. Baskı), Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Embretson, S. E. & Reise, S. P. (2000). *Item Response Theory for Psychologists*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Gray-Little, B & Williams, V. S. L. & Hancock, T. D. (1997). An item response theory analysis of the Rosenberg Self Esteem Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 443-451.
- Hambleton, R. K. & Swaminathan, H. & Rogers, H. J. (1991). *Fundamentals of Item Response Theory*. Sage Publications, London.
- Hooper, D. & Caughlan, J. & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modeling: guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*. 6 (1), 53-60. Retrieved Kasım 12, 2010, Web: <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=buschmanart>.
- Koch, W. R. (1983). Likert Scaling using the graded response latent trait model. *Applied Psychological Measurement*, 7 (1), 15-32.
- Köse, İ. A. (2015). Aşamalı tepki modeli ve klasik test kuramı altında elde edilen test ve madde parametrelerinin karşılaştırılması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 184-197.
- Matteucci, M. & Stracqualursi, L. (2006). Student assessment via graded response model. *Statistica*, 4, 435-447.
- Reise, S. P. & Ainsworth, A. T. & Haviland, M. G. (2005). Item response theory. Fundamentals, applications, and promise in psychological research. *Current Directions in Psychological Science*, 14, 2, 95-101.
- Rubio, V.J. & Aguado, D. & Hontangas, P.M. & Hernandez, J.M. (2007). Psychometric properties of an emotional adjustment measure. *European Journal of Psychological Assessment*, 23(1), 39-46.

- Smeijima, F. (1969). Estimation of latent ability using a response pattern of graded scores (Psychometric monograph No.17). Richmond, VA: Psychometric society. Retrieved from <http://www.psychometrika.org/journal/online/MN17.pdf>.
- Schumacker R. E. & Lomax R. G. (2004). *A beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (second edition), Londra: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 79-122.
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: temel kavramlar ve örnek uygulama, *Türk Psikoloji Yazıları*, 3 (6), 49-73.
- Thissen, D. (1991). *MULTILOG User's Guide (Version 6.0)*. Mooresville, IN: Scientific Software.
- Turgut, M. F. (1977). *Tutumların Ölçülmesi*, Eğitimde Ölçme Teknikleri Ders Notu. No:7.
- Uyar, Ş. & Gübeş, N. Ö. & Kelecioğlu, H. (2013). PISA 2009 tutum anketi madde puanlarının aşamalı tepki modeli ile incelenmesi, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2 (4): 125-134.

KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞINDA DÖNÜŞEN PROGRAM FORMATLARI VE KADININ TEMSİLİNİ SINIRLANDIRAN ANLATI BİÇİMLERİ

Süleyman İLASLAN
Fırat Üniversitesi
ilaslan@firat.edu.tr

Özet

Kamu hizmeti yayıncılığı özellikle 1960 sonrası dönemde bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşümde katılım ve temsil tartışmalarının önemli bir payı olmuştur. O güne kadar toplumun birçok kesimini temsil etmekte başarısız olmakla eleştirilen kamu hizmeti yayıncılarının gençleri, kadınları ve diğer başka grupları temsil etme konusunda özen göstermesi ve yayınlarında bu kesimlere hitap edecek içerikler üretmesi istenmeye başlanmıştır. Kamu hizmeti yayıncıları bu eleştirilere yeni tür içerikler üretmekle karşılık vermeye çalışırken, özellikle 1980 sonrası süreç bu tartışmaların farklı bir aşamaya taşınmasına yol açmıştır. Giderek ticarileşen bir medya ortamı ile artan kanal sayısı ve rekabet karşısında kamu hizmeti yayıncıları içeriklerini yeniden düzenlemek zorunda kalırken, bu durum katılım ve temsil tartışmalarını piyasanın sınırlandırıcı nitelikleri kapsamında yeniden değerlendirme gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılarının kendilerini giderek ticari aktörlerin rakipleri olarak konumlandırmaları ve izleyici için onlarla rekabet etmeleri ürettikleri içerikleri bu kanalların içeriklerine yakınlaştırmaktadır. Son yıllarda eğlence ağırlıklı popüler içeriklere daha fazla yer vermeye başlamakla eleştirilen kamu hizmeti yayıncılarının bu eğilimi temsil alanlarını ve biçimlerini de hâkim anlatı kalıpları çerçevesinde sınırlandıran temel bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede, çalışmada, televizyon program formatlarını yapılandıran hâkim küreselleşmecî ticari mantığın kadınların temsil biçimlerini de benzer anlatı kalıpları içerisine yerleştirdiği ve sınırlandırdığı, bu durumun kamu hizmeti yayıncılığında da karşılık bulduğu ileri sürülmektedir. Bu kapsamda, temel olarak TRT'nin gündüz kuşağında yer almış olan *Ana Ocağı* ve *Ana Kuzusu* yarışma programları ele alınmaktadır. Bu yarışma programlarının anlatı ve temsil biçimlerinin diğer anaakım ticari televizyon kanallarındaki kadınları merkeze yerleştiren gündüz kuşağı yarışma programlarıyla gösterdiği benzerlikler ve bu benzerliklerin yayıncılık alanına hâkim olan piyasa ilişkileriyle bağlantıları sorgulanmaktadır. Ele alınan yarışma formatlarındaki hâkim anlatı biçiminin kadınları ev merkezli yaşamla özdeşleştiren ve sınırlandıran benzer bir nitelik taşıdığı düşüncesinden hareket edilmektedir. Bu programlardaki kadınların genellikle yaptıkları işleri beğendirmeye ve onaylatma ihtiyacı duyan pasif bir konuma yerleştirildiği, bunun ise modern toplumsal hayattaki hâkim toplumsal rol ilişkileriyle yakından bağlantılı olduğu ileri sürülmektedir. Bu bağlamda, çalışma, televizyon endüstrisine hâkim olan piyasa mantığının kadınların televizyon programlarındaki temsil biçimlerini şekillendirmede de temel bir rol oynadığını ortaya koymayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: *Kamu hizmeti yayıncılığı, televizyon program formatları, anlatı biçimleri, kadının temsili*

Televizyon Sektöründe Yaşanan Dönüşüm ve Program Formatlarının Yapılanışı

Televizyon endüstrisinin hâkim yapılanış biçimi ve mantığının televizyon programlarındaki temsil biçimlerini şekillendirmede temel rol oynadığı düşüncesinden hareket edildiğinde, özellikle, 1980 sonrası süreçte medyayı yapılandıran dönüşümlere odaklanmanın önemi ortaya çıkmaktadır. Bu dönüşümler kamu hizmeti yayıncılığını ve bu kanallardaki programları değerlendirmek açısından da temel önem taşımaktadırlar. 1980'li yıllarla birlikte belirginleşen teknolojik gelişmeler, neo-liberal politikalar ve küreselleşmecî yönelimler çerçevesinde şekillenen yeni yasal düzenlemeler hem ulusal hem de uluslararası düzeyde medya yapılanmasını köklü bir biçimde dönüştürmüştür. Bu süreçte ticari medya yapılanmasının ve ekonomik önceliklerin hâkim olmaya başladığı bir medya sektörü ortaya çıkarken; bu dönüşümler içeriklerin üretim, dağıtım ve tüketim biçimlerini de yeniden şekillendirmiştir. Bu temelde, içeriklerin üretiminde ve televizyon yayın politikalarında kültürel kaygılar ve önceliklerden ziyade ekonomik kaygılar ön plana çıkmaya başlamıştır. Özellikle uluslararası program endüstrisinin ve akışının belirginleştiği yeni yayıncılık ortamında televizyon programları sektöre hâkim olan ekonomik öncelikler ve endüstrinin hâkim üretim normları çerçevesinde şekillendirilmeye başlanmıştır (Chalaby, 2005; De Bens ve De Smaele, 2001: 72; Sparks, 2007: 210).

Medya sektörünün bu ticari yapılanması karşısında radyo ve televizyon yayıncılığı alanında birçok ülkede daha önce tekel konumunda olan kamu hizmeti yayıncıları da giderek piyasa ilişkileriyle ve ticari rakiplerle baş başa kalmaya başlamışlardır. Bu durum, kamu hizmeti yayıncılarının mevcut koşullarda varlıklarını sürdürmek adına yeni yayıncılık politikaları belirleme çabalarını beraberinde getirmiştir. İçeriklerini yeniden düzenleme ve giderek ticari rakiplerine benzer biçimde daha popüler içeriklere yönelme, izleyicinin ilgisini çekecek eğlence ağırlıklı programlar üretme ve yayınlama anlayışını benimsemeleri de bu temel gelişmelerle bağlantılı bir biçimde ortaya çıkmıştır (bkz. Curran ve Seaton, 2003; Hujanen, 2000; Moe ve Van Den Bulck, 2013; Murdock, 2005). Hoynes'dan hareketle söylendiğinde, bu yönelim kamu hizmeti yayıncılarının programların üretimini tıpkı ticari aktörler gibi rekabet temelinde ele almalarıyla yakından bağlantılıdır (Hoynes, 2003: 126). Kamu hizmeti yayıncılığında yaşanan bu dönüşümün çalışma açısından önemi daha önce kültürel niteliklerle ve

anlayışla yakından ilişkilendirilen bir yayıncılık modelinde de endüstriye hâkim olan eğlence ağırlıklı kodların ön plana çıkmaya başlaması çerçevesinde şekillenmektedir. Bu anlamda, kamu hizmeti yayıncılığını dönüştüren dinamikler bu kanallardaki içeriklerde ve bu içeriklerde karşılaşılan temsil biçimlerinde diğer ticari kuruluşlarla benzer bir yapılanma ve sınırlandırma pratiğinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Bu bağlamda, televizyon endüstrisinde yaşanan gelişmeler televizyon programlarında karşılaşılan temsil biçimlerinin giderek sınırlandırılmasını ve gerek kamusal yayın yapan televizyon kanallarında gerekse diğer ticari kanallarda birbirine benzer kalıplar çerçevesinde şekillendirilmesini beraberinde getirmektedir. Bu benzerlik uluslararası niteliği her geçen gün daha da belirginleşen televizyon endüstrisinde özellikle ABD temelli programların ve programcılık mantığının yaygınlaşmasıyla pekişmektedir. Televizyon sektörünün ticarileşmesi, artan rekabet ve yeni kurulan televizyon kanallarının kurulum ve başlangıç maliyetlerinin yüksek olması kanalların yayın sürelerini doldurmak için daha fazla sayıda ucuz ve yüksek reytingi garanti eden yabancı programa başvurmalarına neden olmaktadır. Bu ise, televizyon programlarının üretiminde giderek standartlaşan bir eğlence mantığının ön plana çıkmasında ve programların anlatı yapılarının ve temsil biçimlerinin sınırlandırılmasında temel bir rol oynamaktadır (Chalaby, 2006: 36; De Bens ve De Smaele, 2001: 52; Sparks, 2007: 210). Böylece ulusal sektördeki programcılık mantığı da dönüşmekte, popüler içerikler üretme ve izleyici ilgisini çekme hedefi televizyon program üretiminde ve programların yapılanmasında benzer stratejilerin benimsenmesine yol açmaktadır.

Televizyon Programlarında Sınırlandırılan Kadın Temsili

Televizyon programlarının ve yayın akışının ticari yayıncılık mantığı çerçevesinde şekillendirilmesi eğlence ağırlıklı içerikleri ön plana çıkarırken, kanalların çoğalması ve çeşitlenmesi de bu yönelimi desteklemektedir. Bu durum kadınların temsiline ve bu temsillerde karşılık bulan toplumsal hayatta konumlandırılma biçimlerine dair eşitsizlikleri de ön plana çıkarmaktadır. Örneğin Hujanen, kanal sayısının artması ve kanalların çeşitlenmesinin programların ve kanalların tanımlanmasında kadın ve erkek arasındaki ayrımı belirginleştirdiğini belirtmektedir. Spor kanallarının günümüzde sporun daha önce hiç olmadığı kadar erkek egemen bir tür olarak konumlandırılmasına aracılık ettiğine vurgu yaparken tam da bu duruma işaret etmektedir (2000: 68). Golding ve Murdock'dan esinle söylendiğinde, bu, televizyon programcılığındaki “üretimin ekonomik dinamiklerinin” kadınların temsili konusundaki “belirli kültürel formları diğerlerinin üstüne yükselterek kamusal söylemi” yapılandırma biçiminin bir yansıması olarak değerlendirilebilir (1997: 86). Bu anlamda, televizyon programlarının üretim koşulları programların anlatı yapılarından bu programlarda karşılaşılan karakterlere kadar birçok noktayı şekillendirerek temsil biçimlerini de birbirine benzeştirmekte ve sınırlandırmaktadır (Lauzen vd., 2001: 211; Sparks, 2007: 210). Lauzen vd.'nin, endüstrinin normlarının televizyon içeriklerinde karşılaşılan karakterleri belirlediğine vurgu yapmaları da bu anlamda önem taşımaktadır (2001: 211). Ticari sistemin kadının ekranlardaki temsili kendi mantığına ve ihtiyaçlarına uydurduğu göz önüne alındığında (Dow, 2005: 392-393; Lauzen vd., 2001: 211), baskın anlatı ve temsil biçimlerinin alandaki temel piyasa ilişkilerinden bağımsız değerlendirilemeyeceği de rahatlıkla görülebilmektedir.

Bu çerçevede, televizyon programcılığındaki hâkim yapılanma biçimi dizilerden gündüz kuşağı programlarına kadar kadının ev merkezli, eve bağlı ve ev işlerini düzenlemekle görevli bir anlayışla konumlandırılmasında temel bir rol oynamaktadır. Kadın karakterler ağırlıklı olarak ev ve aile ile ilgili programlarda kendisine yer bulmakta; sürekli bir biçimde evlilik, ev, aile, romantizm ve tüketici kavramları bu karakterlerle özdeşleştirilmektedir. Bu temsil biçimi kadını kamusal alanda temsil eden rollerde de sürdürülmektedir (Brunsdon ve Spigel, 7; Lauzen vd. 2002: 202, 204). Televizyon programlarında belirginleşen bu hâkim temsil biçimi modern kapitalist toplumda kadına atfedilen ev merkezli rollerle ve toplumsal anlamlarla da yakından bağlantılı bir biçimde şekillenmektedir. Liesbet van Zoonen'den hareketle söylendiğinde bu, “kapitalist toplumun yapısal gereksinimlerini gideren” bir temsil biçiminin televizyonda hâkim kılınması anlamına gelmektedir (1997: 487-488).

Bu anlamda, hâkim toplumsal anlamların da popüler anlatıların çerçevesini şekillendirmede temel bir rol oynadığına vurgu yapmak ayrı bir önem taşımaktadır. Televizyon metinlerinde karşılaşılan temsil biçimleri bu anlamlarla bağlantılı olarak ortaya çıkmaktadır (Fiske, 2012: 164) Fiske, bu anlamların popüler olmasının tam da metinsel anlamların daha baskın olan toplumsal anlamlara bağlı olarak şekillendirilmesiyle ilişkili olduğuna vurgu yapmaktadır. Ona göre, “her türlü ataerkil egemenlikten bütünüyle özgür biçimde hareket edebiliyor olsalardı, ne Çarlı'nın Melekleri ne de Cagney and Lacey'nin kadın dedektifleri bu kadar popüler olabilirlerdi.” Dolayısıyla, “popüler deneyim hep egemen yapılar içinde biçimlendirilmekte” ve ancak onlara yaslandığı ölçüde popüler olmaktadır (2012: 164). Bu kapsamda, toplumsal anlamlarla bağlantılı olarak ve hakim ticari yapılanmanın üretim koşulları çerçevesinde şekillendirilen televizyon programları “cinsiyet steryotiplerinin inşasına ve sürdürülmesine katkı sunmaktadır” (Lauzen vd., 2001: 201).

Gündüz Kuşağı Programları ve Kadının Temsili

Televizyondaki ticari yapılanmanın programlarda kadınların temsil biçimlerini sınırlandırdığına ve bunun piyasa koşullarıyla baş başa kalan kamu hizmeti yayıncılığında da ortaya çıktığına dair düşünceden hareketle

Türkiye’deki televizyon kanallarının programları incelendiğinde de benzer bir durum karşımıza çıkmaktadır. Bu, TRT’de yayınlanmış olan *Ana Ocağı* ve *Ana Kuzusu* programları diğer televizyon kanallarındaki benzer türden programlarla karşılaştırmalı olarak incelendiğinde açık bir biçimde görülebilmektedir. Programlarda ortaya çıkan yapısal ve anlatısal benzerlikler kadınların temsil edilme biçimlerinde de benzer sınırların çizilmesine aracılık etmektedir. Bu durum daha temelde televizyon endüstrisine hâkim olan ticari üretim koşullarıyla ve kanallar arasındaki rekabetle yakından bağlantılı bir biçimde ortaya çıkmaktadır.

TRT 1’de gündüz kuşağında yayınlanan *Ana Ocağı* programı 22 Aralık 2014’ten itibaren hafta içi her gün saat 17:00’da yayınlanmış ve 250 bölüm sürmüştür. Sakarya’nın Serdivan ilçesi Beşevler köyünde çekilen programın amacı “şehirli kadınların” ya da ikinci sezondan itibaren “çiftlerin” köy hayatını deneyimlemelerini sağlamak ve böylece unutulmuş örf ve adetleri hatırlatarak kültürün yaşatılmasına katkı sunmak çerçevesinde tanımlanmaktadır. Programın ilk sezonunda, TRT’nin sitesinde yer alan tanıtımda ifade edildiği gibi, “acemi genç kızlar” 10 günlük bir yarışma periyoduna tabi tutularak köy ve ev hayatına dair becerileri sınanmaktadır. Programın ikinci sezonunda yarışmanın kapsamı genişletilerek “yeni evliler ve çiçeği burnunda çiftler” de yarışmacı olarak alınmıştır. İlk sezonda 10 gün süren yarışmada 10 altın bilezik verilirken, ikinci sezonda yarışma süresi 5 güne bilezik sayısı ise 15’e çıkarılmıştır. Programda “genç kızlar” ve çiftler “üç eğitimci annenin” ya da başka bir tanımlamayla “Ana Ocağı’nın otoritelerini”n verdiği görevleri yapmakta ve yine onların değerlendirmeleriyle bu işi başarıyla yapıp yapmadıkları karara bağlanmaktadır. Yarışmada ahır, tarla ve bahçe işleri; ev işleri ve mutfak işleri olmak üzere üç kategori karşımıza çıkmaktadır. Bu işlerin her birinden sorumlu üç anne yer almaktadır. Yarışmacılara 15 bilezik emanet edilmekte ve verilen görevi yapamayanlardan birer bilezik geri alınmaktadır. Her günün sonunda annelerin ortak kararı ile başarılı seçilen yarışmacıya ise bir beşbirerde verilmektedir (bkz. <https://www.trt1.com.tr/arsiv/ana-ocagi>).

Programın temel yapılanışı incelendiğinde, Fiske’nin (2012) belirttiği gibi, kadınların temsil biçiminin hâkim toplumsal anlamlarla yakından bağlantılı bir biçimde şekillendirildiği görülmektedir. Bu durum özellikle seçilen yarışma kategorilerinin ev merkezli bir anlayışla gerçekleştirilmiş olmasında karşımıza çıkmaktadır. Yine yarışmanın ödülü olarak altının seçilmiş olması da bu durumun bir yansıması olarak belirmektedir. Programda kadınlar sürekli yaptıkları ev merkezli işleri beğendirmek ve onaylatmak zorunda olan kişiler konumuna yerleştirilmektedirler. Bu işleri yapamamaları bir anlamda onların temel bir eksikliği olarak görülmekte ve bir otoritenin kontrolü ve yönlendirmesi altında bu eksikliklerini gidermeleri beklenmektedir. Her ne kadar onaylayan kişiler yine kadınlardan ya da başka bir deyişle yarışmanın otoriteleri olarak konumlandırılan annelerden seçilse de daha temelde aslında kadının toplumsal hayattaki konumuna dair hâkim yaklaşım bu figür üzerinden de sürdürülmektedir. Anne figürü erkek egemen anlayışın temsilcisine dönüştürülmekte ve hâkim toplumsal anlamlar temelinde kadınların onaylanmasına aracılık etmektedir. Programın “otoriteleri” olarak konumlandırılan annelerin “Ahırın patronu”, “Tarlaların çalışan annesi”, “Ev işlerinin ustası” gibi kavramlarla tanımlanması da (<https://www.trt1.com.tr/arsiv/ana-ocagi>) daha temelde kadının temsilinin, “otorite” olarak konumlandırılma da, benzer bir çerçeveden yapıldığını göstermektedir. Kadınların sürekli yaptıkları işleri onaylatmak durumunda olan kişiler konumuna yerleştirmeleri ise onları başkalarının yardımı ve yönlendirmesi olmadan kendilerini gerçekleştiremeyecek kişiler olarak yansıtmaktadır.

TRT1’de yayınlanmış olan bir diğer program ise yine gündüz kuşağında yer alan *Ana Kuzusu*’dur. 21 Kasım 2016’da başlanmış olan bu program hafta içi her gün 14:45’te TRT1’de yayınlanmış ve toplam 130 bölüm sürmüştür. Bu programda da temel format “kızların maharetlerini sergilediği ve annelerinin onlara not verdiği” bir yarışma olarak tanımlanmaktadır. Buna göre, “Kızlar ev işlerinde tüm maharetlerini sergilerken, rakiplerinin annelerinden en çok altını almaya çalışacak”tır. Programda yarışma 13 hafta sürmekte, dört anne ve dört kız yarışmakta ve ödül olarak çeyrek altınlar -toplam 1000 çeyrek altın- verilmektedir. Bu programda da kadınların, diğer programla benzer bir biçimde, ev merkezli bir yaklaşımla ve yine yaptıkları ev işlerini beğendirmekle yükümlü kişiler olarak konumlandırıldıkları göze çarpmaktadır. Anneler ise yine otorite konumuna yerleştirilmekte ve işlerin doğru yapılıp yapılmadığını onaylayan kişiler olarak karşımıza çıkmaktadırlar (bkz. <https://www.trt1.com.tr/arsiv/ana-kuzusu>). Her iki programda da daha temelde kadınların ev işleriyle özdeşleştirildiği ve bu işleri zaten bilmek zorunda olan kişiler olarak konumlandırıldıkları görülmektedir. Bu programda da ödül olarak altının seçilmiş olması her iki programda karşımıza çıkan hâkim temsil biçiminin toplumsal anlamlarla bağlantısını açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Ayrıca kadınların bir otoritenin kontrolü altında sürekli bir rekabet ilişkisi içinde konumlandırılmaları kendi başlarına ortak bir iş yapamayacak ve sürekli yönlendirilmeye ihtiyaç duyan bireyselleştirilmiş bir temsil biçimini ön plana çıkarmaktadır.

TRT’de yayınlanan programlardaki bu temsil biçimi aslında özel kanallardaki programlarda yaygın biçimde karşımıza çıkmaktadır. Bu durum bir kamu hizmeti yayıncısı olarak TRT ile diğer ticari kanallar arasında giderek artan benzerliği göstermesi açısından da temel önem taşımaktadır. Bu program türünün gündüz kuşağı programları içinde yaygın bir popülerlik kazanması farklı kanallarda benzer türden içeriklerin ön plana çıkmasına yol açmaktadır. TRT’nin de mevcut piyasa ilişkileri içinde izlenilirlik kaygısıyla bu tür popüler içeriklere yöneldiği söylenebilir. Show TV’de yayınlanan *Gelin Evi*, Kanal D’de yayınlanan *Gelinim Mutfakta*, Fox TV’de yayınlanan *Zuhal Topal’la Sofrada* programlarına bakıldığında çalışmada ele alınan *Ana Kuzusu* ve *Ana Ocağı* programlarına benzer bir anlatı yapısı ve temsil biçiminin yaygınlığı açık bir biçimde görülmektedir.

Her ne kadar bu programlar birbirlerinden farklı içeriklere ve niteliklere sahip görünseler de anlatı yapıları ve kadının temsili açısından benzer oldukları söylenebilir.

Bu programlarda da, *Ana Ocağı*'na ve *Ana Kuzusu*'na benzer biçimde temel olarak kadınların yaptıkları işleri onaylayan otoriteler karşısında kendilerini beğendirme çabası içinde oldukları bir anlatı yapısı karşımıza çıkmakta ve kadınlar sürekli ev işleriyle özdeşleştirilmektedir. Bu hâkim temsil biçimi gündüz kuşağında yer alan bu tür programlarda kadınların kamusal hayattaki varlıklarını dışlayan ve kendi kimliklerini inşa etme potansiyellerini görmezden gelen bir çerçeve çizildiğini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Onay veren kişilerin yine annelerden seçilmesi de programlar arasındaki benzerliği yansıtır niteliktedir. *Gelin Evi* programında onay verme konumunu anneler üstlenirse de orada da programdaki yarışmacılar kendilerini toplumsal anlamlar temelinde dışsallaştırarak sırasıyla diğer yarışmacıları onaylayan otoritelere dönüşmektedirler. Ayrıca, *Zuhal Topal'la Sofrada* programı hariç diğer iki yarışma programında da ödül olarak altının seçilmesi yine bu açıdan dikkat çekmektedir. Tüm bu nitelikler programlardaki temel anlatı yapısının kadının temsili benzer bir çerçeve içine hapsedmeye ve sınırlandırmaya aracılık ettiğini göstermektedir.

Sonuç

Programlardaki benzerlikler bir yandan kadının toplumsal hayattaki konumunu yeniden inşa etmeye aracılık ederken, diğer yandan da televizyon endüstrisindeki hâkim piyasa mantığının ve ticari yapılanmanın bu inşa etme biçimindeki rolünü açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Televizyon endüstrisi popüler olan, ilgi çeken ve bu yönüyle izlenme konusunda fazla risk barındırmayan içerikleri üretme gibi temel bir yönelime sahiptir. Bu nitelik içeriklerin giderek birbirine benzemesine yol açmaktadır. Bu benzerlik de kadının temsil biçimlerinin sınırlı bir çerçeveden sürekli yeniden üretilmesine yol açmaktadır. İncelenen programlarda karşılaşılan hâkim anlatı yapısı ve bu anlatı yapısı içinde belirginleşen temsil biçimleri de bunun bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu programcılık mantığının ve temsil biçiminin kamu hizmeti yayıncısı TRT'de de karşılık bulması temsil ve televizyon endüstrisine hâkim olan piyasa ilişkileri arasındaki bağlantıyı anlamak açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Bununla birlikte, incelenen programlardaki temsil biçimleri popüler anlatıların toplumsal anlamlardan bağımsız işlemediğini de göstermektedir. Dolayısıyla, televizyon endüstrisinin ticari kaygılar temelinde yapılanan üretim dinamikleri kadınların ekranlardaki temsiliinde belirli toplumsal anlamların ve kültürel formların ön plana çıkarılmasında temel bir rol oynamaktadır.

Kaynakça

- Brunsdon, Charlotte ve Spigel, Lynn (2008). *Feminist Television Criticism: A Reader*. Berkshire: Open University Press.
- Chalaby, Jean K. (2005). Deconstructing the Transnational: A Typology of Cross-border Television Channels in Europe. *New Media and Society*, 7(2): 155-175.
- Chalaby, J. K. (2006). American Cultural Primacy in a New Media Order: A European Perspective. *The International Communication Gazette*, 68(1): 33-51.
- De Bens, Els ve de Smaele, Hedwig (2001). The Inflow of American Television Fiction on European Broadcasting Channels Revisited. *European Journal of Communication*, 16 (1): 51-76.
- Fiske, John (2012). *Popüler Kültürü Anlamak*. Süleyman İrvan (çev.). İstanbul: Parşömen.
- Golding ve Murdock (1997). *Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik*. Medya, Kültür, Siyaset içinde, İrvan, S. (der.), Ankara: Alp Yayınevi.
- Hoynes, W. (2003). Branding Public Service: The "New PBS" and the Privatization of Public Television. *Television and New Media*, 4 (2), 117-130.
- Hujanen, T. (2000). Programming and Channel Competition in European Television. *Television Across Europe* içinde, Wieten, J., Murdock, G. ve Dahlgren, P. (der.), London: Sage.
- Lauzen, Martha M., Dozier, David M. ve Horan, Nora (2002). Constructing Gender Stereotypes Through Social Roles in Prime-Time Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52:2, 200-214.
- Moe, Hallvard ve Van Den Bulck, Hilde (2013), Comparing 'Public Value' as a Media Policy Term in Europe. *The Value of Public Service Media*. (der.) Ferrell Lowe, Gregory ve Martin, Fiona. Göteborg: Nordicom University: 57-76.
- Murdock G (2005). *Public Broadcasting and Democratic Culture: Consumers, Citizens, and Communards*. İçinde: J Wasko (der.), *A Companion to Television*, Oxford: Blackwell Publishing, 174-198.
- Sparks, Colin (2007). *Globalization, Development and the Mass Media*. Los Angeles, London: Sage.
- Van Zoonen, Liesbet (1997). *Medyaya Feminist Yaklaşımlar*. Medya, Kültür, Siyaset içinde, İrvan, S. (der.), Ankara: Alp Yayınevi.

OKUL ÖNCESİ EĞİTİM KURUMLARINDA YABANCI DİL ÖĞRETİMİNE İLİŞKİN KADIN YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ

Fatma KÖPRÜLÜ
Yakın Doğu Üniversitesi
fatma.koprulu@neu.edu.tr

Behcet ÖZNACAR
Yakın Doğu Üniversitesi
behcet.oznacar@neu.edu.tr

Gamze PELER ŞAHOĞLU
Yakın Doğu Üniversitesi
gamze.peler@neu.edu.tr

Özet

Bu araştırmanın temel amacı kadın öğretmen ve yönetici görüşleri alınarak okul öncesi eğitim kurumlarında yabancı dil öğreniminin etkisini incelemektir. Araştırmaya, Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığına bağlı üç özel okul öncesi kurum dahil edilmiştir.

Bu araştırmanın verileri, özel okul öncesi kadın öğretmen ve yöneticilerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşme yolu ile toplanıp, nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yolu ile elde edilmiştir. Araştırmanın sonuçları doğrultusunda, öğrencilerin kendi ana dil öğrenimlerinin yanında en az bir yabancı dil öğrenmelerinin toplumsal gelişimlerine etki ettiği ve yaşamlarının ileri dönemlerinde dil öğrenimine başlamayanlara kıyasla çok daha başarılı oldukları düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: *Okul öncesi eğitim yöneticileri, okul öncesi eğitim, yabancı dil öğretimi*

Giriş

Günümüzde yabancı dil öğretimi her düzeyde ve yaşta geçerlilik gösteren ve önemsenmesi gereken bir süreçtir. Çocukların dil öğreniminde belirli bazı kritik dönemler vardır ve bu dönemlerde aile, sosyal ortam ya da yaşadıkları çevre ve okul işbirliği içinde olmazsa bu süreçte büyük sorunlar ortaya çıkabilmektedir (Demireze, 2003).

Anadilini öğrenmeye başlayan bir çocuğun yabancı dil öğrenimindeki kritik yaş döneminde yabancı dil eğitimine başlanırsa ileriki eğitim hayatında da yaşatlarına göre daha başarılı olacağı belirtilmiştir. Yabancı dilin erken çocukluk döneminde öğretilmesi çocuğun bilişsel gelişimine de katkı koymaktadır. Erken yaşta öğretilen yabancı dil sayesinde çocuk kıvrak zekalı olur ve kendi anadilinde de anlama kabiliyeti güçlenir (Caner, Subaşı ve Kara, 2010). Çakıcı (2016), çocukların 5 yaşına gelene dek anadillerine kabaca sahip olduktan sonra, okul öncesi dönemde yabancı dil eğitimine başlanması gerektiğini belirtmektedir.

Rekabet ve değişimin öne çıktığı bugünlerde eğitim kurumlarının görevlerini dört duvar içerisinde sınırlandırmak mümkün değildir. Okul yöneticilerinin iyi bir misyon, vizyon ve görevlerini tam anlamıyla yerine getirebilecek özelliklere sahip olmaları gerekmektedir (Karadağ, 2011).

Eğitim yöneticilerinden beklenen, birlikte görev yaptıkları kişileri önemseyip, okulda görev yapan herkese eğitim-öğretimi sevdirep, istekli bir şekilde çalışmalarını sağlayıp, çalıştıkları (okul örgütünü) örgütü benimsemeleri, bu örgütle bütünleşmelerini sağlamalarıdır (Can, 2013).

Okul öncesi eğitim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin dışında eğitimci olmayan personelin birçoğu da kadınlardan oluşmaktadır. Okul öncesi eğitim kurumları yapısal olarak birçok okul örgütünden farklılık göstermektedir. Örgütün gerçekleştirmesi gereken amaçlar, çalışanların özellikleri ve öğrencilerin yaş grupları bu farklılıkları oluşturmaktadır (Büte ve Balci, 2010).

Okul öncesi kurumlarda çalışan personelin yöneticiye ulaşabilirliği diğer eğitim kurumlarına kıyasla (ilköğretim, ortaöğretim vs.) daha kolaydır. Okul öncesi örgütlerinde velilerin okul ile ilişkisi yine aynı şekilde diğer eğitim kurumlarına göre daha yakındır (Larkin, 1999, akt: Büte ve Balci, 2010).

Okul öncesi eğitim örgütlerinde yöneticilerin yerine getirmesi gereken; örgütün amaçlarına uygun olarak örgütün gelişimini sağlamak, yönetim süreçlerinden yararlanarak etkili yönetim anlayışını uygulamak, çevre koşullarının değişimine uygun olarak örgütü buna adapte etmek, davranış bilimlerine uygun olarak okul çalışanlarını doğru şekilde yönlendirmek ve sorunları tespit ederek gerekli çözüm yolları bulmak gibi roller vardır (Karcı, 2013).

Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi KKTC’nde de öğretmenlik mesleği kadın mesleği olarak öne çıkmaktadır. Bu sebepten dolayı annelik rolü ve öğretmenlik mesleğinin birbiriyle özdeşleşmesi ön plana çıkmaktadır. Geçmişten

günümüze dek kadınların öğretmenlik mesleğinde öğrencileriyle güçlü bağlar kurup, onlara kendilerini güvende hissettirebilecek bir meslektir. Konu idarecilik olunca kadınların öğretmenlik mesleğini destekleyici görüşler var iken, kadınların idareci olmaları söz konusu olunca bu görüşler olumsuz yönde farklılık göstermektedir (Çelikten, 2005; Wrushen ve Sherman, 2008).

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, kadın öğretmen ve yönetici görüşleri alınarak okul öncesi eğitim kurumlarında yabancı dil öğreniminin etkisini incelemektir. Amaca ulaşmak için aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Okul öncesi dönemde yabancı dil öğrenmenin çocuklar için avantajları hakkındaki görüşleriniz nelerdir?
2. Okul öncesi kurumlarda yabancı dil eğitimine 2 yaşta başlanması çocuğun hangi gelişim evrelerini olumlu etkilediğini düşünüyorsunuz?
3. Okul öncesi kurumlarda yabancı dil eğitimine 2 yaşta başlanması çocuğun hangi gelişim evrelerini olumsuz etkilediğini düşünüyorsunuz?
4. Okul öncesi kurumunuzda eğitim alan öğrencilerin öğrenmekte oldukları yabancı dilin kalıcı hale gelebilmesi için kurumunuz tarafından neler yapılmaktadır?
5. Okulunuza verilen yabancı dil eğitiminin yeterlilik durumu hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Yöntem

Araştırmanın Deseni

“Okul Öncesi Eğitim Kurumlarında Yabancı Dil Öğretimi” konusunda kadın yöneticilerin görüşlerini incelemeye yönelik nitel bir çalışmadır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 2018 – 2019 öğretim yılında KKTC’de farklı ilçelerde eğitim veren, okul öncesi özel ve devlet eğitim kurumlarında görev yapan 24 kadın yönetici oluşturmaktadır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmaya ait veriler, araştırma kapsamındaki okul öncesi kadın yöneticiler ile 30 Kasım – 25 Aralık 2018 tarihleri arasında katılımcıların okullarında bireysel olarak yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerle toplanmıştır. Araştırmada yer alan maddeler, Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümünden 1 Profesör, 1 Doçent ve farklı okul öncesi eğitim kurumlarında görev yapan 4 kadın yönetici rehberliğinde, maddelerin amaç, anlam ve kapsam açısından değerlendirilmesi yapılmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda görüşme formunda yer alan araştırma sorularının son hali verilmiştir.

Görüşmelerin gerçekleştirilebilmesi için katılımcılardan randevu talep edilmiştir. Görüşme sırasında katılımcılara araştırma ile ilgili gerekli bilgiler verilmiş ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmeler ortalama olarak 27 dakika sürmüştür. Görüşme formunda iki bölüm yer almaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik maddeler, ikinci bölümünde ise görüşme soruları yer almaktadır.

Görüşme neticesinde alınan veriler içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Araştırmacı daha ayrıntılı veri elde etmek için okul öncesi kadın yöneticilerden cevaplarını örneklendirerek ve çeşitleme yaparak ifade etmelerini istemiştir. Çözümlenen veriler temalandırılarak ve kodlanarak frekans ve yüzdelikleri hesaplanmıştır.

Bulgular

Tablo 1. Okul Öncesi Dönemde Yabancı Dil Öğrenmenin Çocuklar için Avantajları

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
Dil öğrenme yeteneklerini geliştirmesini sağlamak	8	26,7
Yabancı dili hayatlarının bir parçası olması	7	23,3
Yabancı dili kolayca öğrenmelerini sağlamak	6	20
Kalıcılığı sağlamak	5	16,7
Kavrama ve üst düzey becerilerinin gelişimini sağlamak	4	13,3
Toplam	30	100

Tablo 1. incelendiğinde 24 katılımcıdan 8'i okul öncesi dönemde dil öğrenme yeteneklerinin geliştirilmesini sağlamanın ve yabancı dilin hayatlarının bir parçası olması gerektiğinin önemli olduğunu vurgularken, diğer yandan da, kavrama ve üst düzey becerilerinin gelişiminin az sayıda tercih edildiği ortaya konulmuştur.

“Bizim okul öncesinde İngilizce öğretim müfredatlarında özellikle eleştirel düşünceye ve taksonomi uygulamalarına yer verilmektedir. Böylelikle, erken yaşta dil öğrenimine başlayan çocuklarımızda kavrama ve üst düzey becerilerinin gelişmesi tek dil bilen öğrencilere nazaran daha hızlı olduğunu söylemek mümkündür.” (OY3)

“Okulumuzda Oyun Merkezli Öğretim sistemi yer almaktadır. Bu nedenle, çocuklarımız yabancı dili çeşitli aktivitelerle öğrenme imkanına sahip olurlar. Kısacası, öğrencilerin dikkatini ve ilgilerini çekebilmek için onların yaşlarına uygun farklı oyunlar ve tekrarlar yaparak öğrencilerin yabancı dili kullanmalarına zemin hazırlarız. Çocuklarımız yapılan bu tekrarlar ve oyunlar sayesinde öğrenmeye daha istekli duruma gelirler.” (OY18)

Tablo 2. Okul öncesi kurumlarda yabancı dil eğitimine 3 yaşta başlanılmasının olumlu etkileri

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
Çocuğun kendisine olan güveninin artmasını sağlar	15	31,3
Dil gelişimine etki sağlar	14	29,2
Kalıcılığı sağlar	10	20,8
Kavrama ve üst düzey becerilerinin gelişimini sağlar	5	10,4
Farkındalık yaratır	4	8,3
Toplam	48	100

Tablo 2 incelendiğinde, okul öncesi kurumlarda yabancı dil eğitimine 3 yaşta başlanılmasının olumlu etkileri görülmektedir. Kadın yöneticilerin % 31,3 (15)'nin çocuğun kendisine olan güveninin artmasını sağladığını, %29,2 (14)'üne göre çocuğun dil gelişimine etki sağladığını, %20,8 (10)'una göre öğrenilen dilin kalıcı olmasını sağladığını vurgulamışlardır.

“Okulumuzda yabancı dil eğitimine 3 yaşta başlanmaktadır ve bu da çocuklara Avantaj olarak geri dönmektedir bence çünkü küçük yaşta öğrenilen dilin kalıcı olması yanında unutulması da güçtür.” (OY 19)

“Bence 21. Yüz yılda olduğumuzdan dolayı çocuklarımızın yalnızca bir yabancı dil bilmelerinin yeterli olmadığını düşünmekteyim. Bu nedenle 3 yaşta yabancı dil öğrenmeye başlayan çocuklarımız da olumlu etkiler görebilmekteyiz örneğin çocuklarımız yabancı dil ile iletişim kurmaları onlara güven yaratmaktadır. Bunu da okulumuzda bire bir yaşamaktayız.” (OY 20)

Tablo 3. Okul öncesi kurumlarda yabancı dil eğitimine 3 yaşta başlanılmasının olumsuz etkileri

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
Çocuğun okuldan sıkılmasına ve uzaklaşmasına neden olur	13	34,2
Verilen eğitimi red eder	10	26,3
Anadil eğitimini tamamlamadığı için telafuz problemi yaşanır	8	21,1
Çocuk kendini ifade etmekte zorluk yaşar	7	18,4
Toplam	38	100

Tablo 3'te okul öncesi kurumlarda yabancı dil eğitimine 3 yaşta başlanılmasının olumsuz etkileri görülmektedir. Kadın yöneticilerin %34,2 (13)'üne göre erken yaşta yabancı dil eğitimine başlayan çocukların okuldan sıkılmalarına ve uzaklaşmalarına neden olduğu, %26,3 (10)'una göre de, çocukların verilen eğitimi red ettikleri, %21,1 (8)'ine göre, çocukların henüz anadil eğitimlerini tamamlamadıklarından dolayı telafuz problemi yaşadıklarını ve %18,4 (7)'si ise, çocukların yabancı dilde kendilerini ifade etmekte zorluk yaşadıklarını bildirmişlerdir.

“Okul öncesi kurumlarda yabancı dil eğitimine 3 yaşta başlanılmasının olumsuz etkilerini şu şekilde ifade etmek isterim. Öncelikle okulda verilen yabancı dil eğitimi evde ebeveynler ile desteklenmediği sürece çocukların kendilerini ifade etmelerinde zorluk yaşamalarına neden olmaktadır bu da uzun sürede çocukların okuldan sıkılmalarına ve uzaklaşmalarına neden olmaktadır.” (OY 15)

“Benim düşünceme göre; çocuklarımız anlamadıkları zaman motivasyonlarını yitirmektedirler böylelikle okula gitmeme isteği doğmaktadır.” (OY 13)

Tablo 4. Okul öncesi kurumunuzda eğitim alan öğrencilerin öğrenmekte oldukları yabancı dilin kalıcı hale gelmesi için yapılanlar

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
Çocukların dikkatini çeken aktiviteler yapıyoruz	12	28,6
İzlenen çocuk programlarını, çizgi filimleri yabancı dilde izlemelerini sağlıyoruz	10	23,8
Ebeveynleri evde çocuklarla birlikte tekrar yapmak için teşvik ediyoruz	10	23,8
Sürekli tekrar yapıyoruz	10	23,8
Toplam	42	100

Tablo 4 incelendiğinde, araştırmaya katılan kadın yöneticilerin okul öncesi kurumlarda eğitim alan öğrencilerin öğrenmekte oldukları yabancı dilin kalıcı hale gelmesi için %28,6 (12) ile çocukların dikkatini çeken aktiviteler yapıldığını, %23,8 (10) ile izlenen çocuk programlarının, çizgi filimlerin yabancı dilde izlemelerini sağladıklarını, ebeveynleri evde çocuklarla birlikte tekrar yapmak için teşvik ettiklerini ve okulda sürekli tekrar yaptıklarını vurgulamışlardır.

“Bana göre; okul öncesi kurumlarda eğitim alan öğrencilerin öğrenmekte oldukları yabancı dilin kalıcı hale gelmesi için ilk başta verilen yabancı dil eğitiminin ebeveynler tarafından da evde desteklenmesi ve çocukların evde geçirdikleri süre zarfında da gerek yabancı dilde ilgilerini çeken aktivitelerin birlikte yapılması gerekse birlikte yabancı dilde çizgi film izlemeleri gelmektedir.” (OY 8)

“Benim düşünceme göre; çocuklarımız anlamadıkları zaman motivasyonlarını yitirmektedirler ancak bende bir ebeveyn olarak çocuğumun ilgisini çekebilecek aktiviteler yaptığımda yabancı dilde öğrenmiş oldukları kelimelerin tekrarını kolaylıkla bekiştirebilmekteyim. Bu nedenle diyebilirimki, çocukların dikkatlerini çeken aktiviteler yapıldığı zaman öğrenmekte oldukları yabancı dilin kalıcı hale gelmesi sağlanabilmektedir.” (OY 13)

Tablo 5. Okulda Uygulanan Yabancı Dil Eğitimi Yeterlilik durumu

Tema	Frekans (f)	Yüzdelik (%)
Yeterli olduğunu düşünmüyorum	10	41,7
Yeterli olduğunu düşünüyorum	10	41,7
Çok yeterli olduğunu düşünüyorum	4	16,6
Toplam	24	100

Tablo 5 incelendiğinde, kadın yöneticilerin %41 (10) okulda uygulanan yabancı dil eğitiminin yeterli olduğunu düşünmediklerini, aynı oranda %41 (10) ‘nun yeterli olduğunu düşündüklerini ve %16,6 (4)’nin okulda uygulanan yabancı dil eğitiminin çok yeterli olduğunu düşünmediklerini bildirmişlerdir.

“Bana göre; okul öncesi kurumlarda verilen yabancı dil eğitiminin yeterli olduğunu düşünmüyorum çünkü okulda yapılan tüm etkinlikler yabancı dilde yapılmamaktadır. Çocuklar da tekrar yapma imkanı bulamamaktadırlar.” (OY 7)

“Bizim sınıflarımızda 1 ana dili konuşan öğretmen birde yabancı dili konuşan öğretmen gün boyunca öğrenciler ile birlikte. Ana dilde eğitim veren öğretmenimiz öğrencilere yalnızca Türkçe konuşmaktadır. Yabancı dilde eğitim veren öğretmenimizde hep İngilizce konuşmaktadır bu

nedenle öğrencilerimiz gün boyunca her iki dili kullanma imkanı yakalamaktadırlar. Sınıf içerisinde oyun ile birlikte drama yapma şansları da mevcuttur.” (OY 13)

Sonuç ve Öneriler

Okul öncesi eğitim kurumlarında yabancı dil öğretimine ilişkin kadın yönetici görüşlerinin belirlenmesini amaçlayan bu çalışma belirlenen ölçütlere göre analiz edilip yorumlanmıştır. Araştırmaya katılan kadın yöneticilerin okul öncesi kurumlarda eğitim alan öğrencilerin öğrenmekte oldukları yabancı dilin kalıcı hale gelmesi amacı ile çocukların öncelikle motivasyonlarını arttırmak için dikkatlerini çeken aktiviteler yaptıklarını, izlenen çocuk programlarını, çizgi filimleri yabancı dilde izlemelerini sağladıklarını belirtmişlerdir. Özdemir & Sezgin (2002) motivasyonun yüksek olduğu destekleyici bir eğitim ortamı olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Başka bir çalışmada, Köprülü, F. & Öznacar, B. (2017), teknolojinin son zamanlarda hızlı gelişimi eğitim alanında da yeni düzenlemelere yer vermeyi zorunlu kılmış ve teknoloji destekli eğitimlerin kalıcılığı sağladığını bildirmişlerdir.

Araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak, öğrencilerin kendi ana dil öğrenimlerinin yanında en az bir yabancı dil öğrenmelerinin toplumsal gelişmelerine etki ettiği ve yaşamlarının ileri dönemlerinde dil öğrenimine başlamayanlara kıyasen çok daha başarılı oldukları sonucuna varılmıştır. Bu nedenle, okul öncesi eğitim kurumlarının tümünde (özel ve devlet) en az bir yabancı dil öğrenimine önem verilmesine ve çocuğun ilkeri yaşlarında alacak olduğu tüm eğitimlere olumlu katkısı olacak olan erken yaş dil öğrenimine tüm okul öncesi eğitim kurumlarında gerekli önemin gösterilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Büte, M. ve Balcı, F. A. (2010).** Bağımsız anaokulu yöneticilerinin bakış açısından okul yönetimi süreçlerinin işleyişi ve sorunlar [Preschool principals' views on school management processes and related problems]. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi [Educational Administration: Theory and Practice]*, 16(4), 485-509.
- Can, N. (2013).** Eğitimde insan kaynakları yönetimi, N. Can (Yay. haz.), Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi içinde (s. 93-126). Ankara: Pegem Akademi
- Caner, M., Subaşı, G., & Kara, S. (2010).** Teachers' Beliefs on Foreign Language Teaching Practices in Early Childhood Education: A case study. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 1(1), 62-76.
- Çakıcı, D. (2016).** Parents' and English Language Teachers' Views about Early Foreign Language Education in Turkey, *Participatory Educational Research (PER)*, 1, 33-42.
- Çelikten, M. (2005).** A perspective on women principals in Turkey. *International Journal of Leadership in Education*, 8(3), 207- 221.
- Demirezen, M. (2003).** 'Yabancı Dil ve Anadil Öğreniminde Kritik Dönemler', *Dil Dergisi*. Sayı 118.TÖMER Ankara Üniversitesi.
- Karadağ, E. (2011).** Okul Müdürlerinin Niteliklerine İlişkin Olarak Öğretmenlerin Oluşturdıkları Bilişsel Kurgular: Fenomonolojik Bir Çözümleme. *Eğitim ve Bilim*, 36 (159), 25-40.
- Karcı, A. (2012).** Yöneticilik yaklaşımında cinsiyet faktörü-Afyonkarahisar ili banka yöneticileri üzerinde bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köprülü, F. & Öznacar, B. (2017).** The Views of Lecturers, Students and Administrators on the Impact of Organization in Foreign Language Education to Academic Achievement. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education* ISSN: 1305-8223 (online) 1305-8215.
- Özdemir, S.,& Sezgin, A. G. F. (2002).** Etkili okullar ve öğretimliderliği. *Kirgizistan Manas Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 266-282.
- Zembat, R. (1994).** Okul öncesi eğitim kurumlarında yönetici özellikleri. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6, 313-323.
- Wrushen, B. R., & Sherman, W. H. (2008).** Women secondary school principals: Multicultural voices from the field. *International journal of qualitative studies in education*, 21(5), 457-469.

ÖZEL YETENEKLİ ÖĞRENCİLERİN DEMOKRATİK TUTUMLARININ ANNE GÖRÜŞLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

Serhat ARSLAN
Sakarya Üniversitesi
serhatarslan@sakarya.edu.tr

Bahar SAVAŞ
Sakarya Üniversitesi
bahar.savas@ogr.sakarya.edu.tr

Öz

Araştırmada, özel yetenekli öğrencilerin demokratik tutumlarına yönelik olarak öğrenci annelerinin görüşlerinin ne olduğu araştırılmıştır. Araştırmada özel yetenek tanısı almış 16 öğrencinin annesi yer almaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmada betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda annelerin görüşleri doğrultusunda, özel yetenekli öğrencilerin bireysel-ailesel-sosyal-çevresel-kurumsal ilişkilerindeki demokratik tutumlarına yönelik olarak; başkalarının haklarını bilme ve saygı duyma, kendi hak ve özgürlüklerinin farkında olma, hak ve özgürlüklere saygı, kurallara uyma, yaşam hakkına saygının yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucu, toplanan veriler ve yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan bulgular kapsamında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Demokratik tutum, özel yetenekli çocuklar*

EVALUATION OF THE DEMOCRATIC ATTITUDES OF GIFTED-TALENTED STUDENTS ACCORDING TO MOTHER'S OPINIONS

Abstract

In this study, it was investigated what the opinions of the student mothers are about the democratic attitudes of gifted-talented students. In this study, the mother of 16 students with special ability diagnoses is located. Qualitative research method and semi-structured interview form were used in the study. Descriptive analysis method was used in the study. As a result of the research, in line with the opinions of mothers, it is aimed at the democratic attitudes of special gifted students in individual-family-social-environmental-institutional relations.; it has emerged as the result of knowing and respecting the rights of others, being aware of their rights and freedoms, respecting the rights and freedoms, respecting the rules and respecting the right to life. The results of the research were discussed within the scope of the data collected and the results obtained as a result of the analysis.

KeyWords: *Democratic attitude, special gifted children*

Giriş

Günümüzde popülerliğini hala devam ettiren bir kavram olan demokrasinin, bugüne kadar çeşitli tanımları yapılmıştır. Güçlüol yaptığı sunum da insanın doğuştan sahip olduğu ve bir başkasına devredemeyeceği bununla birlikte vazgeçemeyeceği haklarının olmasının demokrasinin doğuşuna yönelik fikirlerin üretilmesine sebep olduğunun altını çizmiştir (Güçlüol,1989). Doğan, insanın doğumuyla birlikte sahip olduğu hak ve özgürlüklerini kullanmasına olanak sağlayan yönetim tarzının demokrasi olarak tanımlanabileceğini belirtirken (Doğan,2007); Erdoğan, toplum içinde tüm etnik grup ve düşüncelere sahip farklı kimlikleri olan bireyleri ayırmadan kabul ederken onlarla asla eşdeğerde olmayan ortak platformun demokrasiyi en iyi yansıttığı görüşündedir (Erdoğan,1994). Mayo ise, demokrasi teorilerinin tek boyutlu incelenemeyeceğini, iki grupta incelenmenin analiz sürecinde pratiklik kazandırdığını belirtmektedir. Bir grup siyasal ülkeler veya manevi amaçlara yönelerek yaşam kalitesi üzerine inceleme yaparken diğer grubun yönetim tarzı ve metoduyla ilgili incelemeler yapmasının doğru olacağını dile getirmiş ve her ne kadar bu iki ayrışım analizde ayrı olsa da normal şartlarda birbirleriyle iç içe olduğunu belirtmiştir (Erdoğan,1994). Ringen, vatandaşların ortaklaşa aldıkları kararlar hakkında sahip oldukları siyasi bütünün varlığını sürdürmesi adına demokratik değerlerin(adalet, eşitlik, hoşgörü, özgürlük gibi) içselleştirilmesinin de demokrasi tanımı içerisinde ele alınması gerektiğini belirtmiştir (Mayo,1964). Yeşil yapmış olduğu çalışma da demokrasi kavramının ele alış şekillerini incelemiş ve sonuç olarak görüş ileri sürenlerin üç temel yaklaşım noktasında demokrasiden bahsettiklerini belirtmiştir. Bunlar; demokrasinin bir yönetim şekli olduğu yaklaşımı, diğeri demokrasinin bir yaşam biçimi oluşunun ele alındığı yaklaşım ve son görüş yönelimi ise demokrasinin insan haklarını temel alan yaklaşımdır (Yeşil,2001). Her ne kadar farklı yaklaşımlarla tanımlaması yapılsa da demokrasinin olmazsa olmazı insandır. Bu sebeple de Emir ve Kaya 'nın da belirttiği gibi demokrasinin birey tarafından anlaşılması eğitimle mümkün görülmektedir (Emir & Kaya,2004). Ertürk'ün de tanımladığı gibi eğitim, bireylerde yaşantılarından kazandıkları deneyimler yoluyla bilerek ve toplumun uygun gördüğü şekliyle davranış değişikliği oluşturma sürecidir (Ertürk,2017). Büyükkaragöz ve Kesici yaptıkları çalışmalar sonucunda, insanlarda ortak demokrasi anlayışının geliştirilmesi

adına demokrasi eğitimine ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir. Çünkü bireylere demokrasinin işlev ve önemini kazandırmak ve de bunu davranışa dönüştürmek bir eğitim sürecini gerekli kılmaktadır. Sürecin doğrudan işleyen kısmı okullar, dolaylı etkile- yenler ise devlet ve aile olmakla birlikte bu süreçlerin bir bütünlük arz ettiği görüşündedirler (Büyükkaragöz & Kesici,1996). Ertürk demokrasi konusundaki görüşlerinde, demokrasinin tek başına bir hükümet şekli olmadığını bir yaşam felsefesi ve yaşayış iklimi olduğunu belirtmektedir (Ertürk,1981). işte bu sebeple bireyin tüm alanlarıyla birlikte(fiziksel-bilişsel-psikomotor-sosyal-duygusal-cinsel-ahlaki-kişilik)gelişiminin başladığı aile demokrasinin ilk öğrenildiği yer olmak bakımından büyük önem taşımaktadır. Samancı, ailenin toplumdaki birlik ve beraberliğin temelini atacak ilişkilerin geliştiği, hayata dair çocuğun ilk deneyimlerini yaşadığı ve ilk eğitimlerini aldığı yer olduğunu belirtmekle birlikte ailenin, çocukların sadece fizyolojik ihtiyaçları değil ruhsal ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında da birinci derece sorumlu olan toplumsal yapı olduğu görüşündedir (Samancı,2016). Bu konuda Büyükkaragöz de aynı fikirdedir. Çünkü çocuğa kazandırılması hedeflenen değerler okuldan önce ailede kazandırılır. Ayrıca çocuğun inanç, değer ve tutumları da aile içinde şekillenirken kişiliği de yine aile içinde kazandığı inanç, tutum ve değerlerle oluşmaktadır (Büyükkaragöz,1995).

Birey küçük yaşlardan itibaren kültürleşme süreci içerisindeydir. Yaşadığı toplumun değerlerini aile ve okullarda gördüğü eğitimlerle ve toplumla etkileşime girdiği sürece benimseyebilir ve kişiliğine bu değerleri yansıtır. Bu görüşten hareketle demokrasi eğitimleri ve demokratik tutum konusunda alan yazı incelenmiş olup demokrasi ve demokrasi eğitimiyle ilgili yeterli düzeyde çalışma yapılmasına rağmen demokratik tutumlara yönelik çalışmaların sınırlılığı dikkat çekmiştir. Yapılan tarama ve okumalar sonrası özel yetenekli öğrencilerin demokratik tutumlarına yönelik hiçbir çalışma yapılmadığı fark edilmiştir. Bu noktadan hareketle araştırma, ilköğretim 3. Sınıfa devam eden özel yetenekli öğrencilerin demokratik tutumlarının, anne görüşlerine göre değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır.

Yöntem

Bu çalışmada bütüncül yaklaşım tarzı benimsenmiş olup nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bilişsel, duyuşsal ve sosyal yönleri olan bireyi tek bir bilim dalının pozitivist bakış açısıyla anlaşılması ve açıklanmaya çalışılması asla yeterli olamaz. İnsanın düşünce ve davranışları ise sürekli gelişip değişmektedir. Bu, kompleks ilişkilerle iç içe olan insanı anlamak ancak bütüncül yaklaşım ile mümkündür(Karataş,2015). Bütüncül yaklaşımlar ise bir olay ya da olguya farklı bakış açılarıyla yaklaşıldığı sürece gerçekleştirilecektir (Yıldırım& Şimşek,2008).

Bu çalışmada bütüncül yaklaşım tarzıyla çocukların ilişkileri beş farklı alan üzerinden incelenmiş ve çalışmanın amacına ulaşması desteklenmiştir. Çalışmanın örneklemini ise bilim ve sanat merkezinde destek eğitimlerine devam eden, temel eğitim kademesinde ise ilköğretim 3. sınıfa giden 16 öğrencinin anneleri oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırma da nitel araştırma tekniklerinden olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada araştırmacı tarafından geliştirilen demografik bilgi formu ile birlikte özel yetenek /zekalı öğrencilerin demokratik tutumlarına yönelik öğrenci annelerinin görüşlerini almak için görüşme sorularının yer aldığı bir form geliştirilmiştir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Görüşmeler, öğrencilerin anneleriyle önceden belirlenen tarih ve saatte birebir yapılmakla birlikte, bazı annelerin çalışması sebebiyle beklenen sürenin üzerinde tamamlanmış olmasıyla birlikte öğrenci anneleri kendilerine sorulan soruların tamamına cevap vermiş ve fikirlerini söylemişlerdir. Görüşmeler sesli ve yazılı kayıt olarak kayıt altına alınmıştır.

Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde özel yetenekli öğrencilerin, bireysel-ailesel-sosyal-çevresel-kurumsal ilişkilerindeki demokratik tutumlarına yönelik olarak öğrenci annelerinin görüşlerinin analizine yer verilmektedir. Öğrenci annelerinin görüşleri sonrası öğrencilerin bireysel-ailesel-sosyal-çevresel-kurumsal ilişkilerindeki tutumları ayrı ayrı ele alınarak analiz edilmiş ve analiz sonuçları tablolaştırılarak açıklayıcı ifadelerle betimlenmiştir.

Özel yetenekli öğrencilerin demokrasi eğitiminin kişisel kazanımları hakkındaki anne görüşleri tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin kişisel kazanımları hakkındaki görüşleri

Tema (Kategoriler)	Kodlar	n	%
Demokrasi eğitiminin öğrenciye sağladığı kişisel kazanımları	Kendi Hak Ve Özgürlüklerinin Farkında Olma /Savunma (A1,A2,A3,A5,A6,A7,A8,A9,A10,A12,A13,A14,A15, A16)	14	88
	Başkalarının Hak Ve Özgürlüklerin Farkında Olma/Saygı Duyma(1A,A2,A4,A5,A6,A7,A8,A9,A10,A11,A13,A15,A16)	13	81
	Adil Olma (A2,A6,A7,A9,A12,A13,A15)	7	44
	Sorumluluk Alma/Yerine Getirme(A4,A11,A13,A14,A16)	5	31
	Eşitlik(A4,A6,A15,A16)	4	25
	Ortak Karar Alma(A2,A12,A15)	3	19
	Çevreye Karşı Duyarlı Olma(A1,A14)	2	13

Tablo 1 incelendiğinde özel yetenekli öğrenci annelerinin, öğrencinin demokrasi eğitiminin öğrenciye kişisel anlamda kazanımları hakkındaki görüşlerini incelediğimizde , %88 oranıyla öğrencilerin kendi hak ve özgürlüklerini bilmek /savunmak en yüksek paya sahiptir. %81 oranıyla başkalarının hak ve özgürlüklerini bilme ve saygı duyma görüşlere yansırken %44 oranıyla adil olma , %31 oranıyla da sorumluluk alma /yerine getirme görüşlerde yer bulmuştur. %25 oranıyla eşitlik, %19 oranıyla ortak karar alma görüşlere yansırken %13 oranıyla çevreye karşı duyarlı olma görüşlerde belirtilmiştir.

Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin sosyal ilişkilerindeki kazanımları hakkındaki görüşleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin sosyal ilişkilerindeki (arkadaş-akraba)kazanımları

Tema (Kategoriler)	Kodlar	n	%
Demokrasi eğitiminin öğrencinin sosyal ilişkilerindeki kazanımları	Başkalarının Hak ve Özgürlüklerine Saygı (A1, A2, A3,A4,A5,A6,A7,A8,A9,A10,A11,A12,A13,A14,A15,A16)	16	100
	Adaletli Olma (A1,A3,A6,A7,A8,A9,A10,A12,A13,A15, A16)	11	69
	Kendi Hak ve Özgürlüklerinin Farkında Olma (A1,A2,A3,A4,A9,A10,A11,A13,A14)		
	Ortak Karar Alma(A1,A2,A5,A6,A8,A9,A12,A15,A16)	9	56
	Sorumluluk Alma /Yerine Getirme (A1,A2,A5,A6,A8,A9, A11)	9	56
		7	44

Tablo 2 incelendiğinde özel yetenekli öğrencilerin annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin sosyal ilişkilerindeki kazanımları hakkındaki görüşlerini incelediğimizde, öğrenci annelerinin hem fikir oldukları nokta görüşlerde de %100 oranıyla yansıyan başkalarının hak ve özgürlüklerine saygıdır. %69 oranıyla adaletli olma görüşlere yansırken %56 oranlarıyla kendi hak ve özgürlüklerinin farkında olma ve ortak karar alma görüşlerde belirtilmektedir. %44 oranıyla ise sorumluluk alma /yerine getirme görüşlere yansımıştır.

Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin öğrencilerin demokrasi eğitiminin aile ilişkilerindeki kazanımları hakkındaki görüşleri Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin aile ilişkilerindeki kazanımları

Tema (Kategoriler)	Kodlar	n	%
Demokrasi eğitiminin öğrencinin aile ilişkilerindeki kazanımları	Kendi Hak ve Özgürlüklerinin Farkında Olma(A2,A3,A4,A5,A7,A8,A9,A10,A12,A13,A14,A15)	12	75
	İş Bölümü /Sorumluluk (A1, A4, A5, A6, A8, A9, A12, A13,A14)	9	56
	Başkalarının Hak ve Özgürlüklerine Saygı duyma(A1,A2,A5,A6,A7,A9,A11,A14,A16)		
	Ortak Karar Alma(A1,A2,A3,A5,A8,A15,A16)	9	56
	Eşitlik(A1,A6,A10,A14,A15,A16)	7	44
	Ailenin Öneminin Farkında Olma(A2,A5,A10,A14)	6	38
	Kurallara Uyma(A7,A11)	4	25
	Paylaşımçı Olma(A4,A13)	2	13
		2	13

Tablo 3 incelendiğinde, özel yetenekli öğrencilerin annelerinin öğrencilerin demokrasi eğitiminin aile ilişkilerindeki kazanımları hakkındaki görüşlerinde %75 oranıyla kendi hak ve özgürlüklerinin farkında olma görüşlerinde belirtilmiştir. %56 oranlarıyla ise iş bölümü /sorumluluk ve başkaların hak ve özgürlüklerine saygı duyma görüşlere yansımaktadır. %44 oranıyla ortak karar alma görüşlerde yer bulurken %38 oranlarıyla eşitlik, %25 oranında ailenin öneminin farkında olma yer almaktadır. %13 oranlarıyla kurallara uyma ve paylaşımçı olma görüşlerde belirtilmiştir.

Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin kurumsal (okul-kitapçı- hastane-kütüphane) ilişkilerindeki kazanımları hakkındaki görüşleri tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin , öğrencilerin demokrasi eğitiminin kurumsal (okul-kitapçı- hastane-kütüphane) ilişkilerindeki kazanımları

Tema (Kategoriler)	Kodlar	n	%
Demokrasi eğitiminin öğrencinin kurumsal (okul-kitapçı-hastane-kütüphane) ilişkilerindeki kazanımları	Hak ve Özgürlüklere Saygılı Olma (A1,A2,A3,A4,A5,A6,A7,A8,A9,A10,A11,A12,A13,A14,A15,A16)	16	100
	Kurallara Uyma (A1,A2,A3,A4,A5,A7,A8,A9,A10,A11, A12, A13,)		
	Sorumluluk Alma /Yerine Getirme (A4,A6,A7,A8,A9,A10,A11,A14,A15)	12	75
	Hak ve Özgürlüklerinin Farkında Olma (A2,A3,A6,A13,A14,A16)	9	56
	Eşitlik(A1,A9,A10,A14,A16)		
	Pozitif Ayrımcılık(A6,A12,A14,A15)	6	38
		5	31
		4	25

Tablo 4 incelendiğinde, özel yetenekli öğrenci annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin öğrencinin kurumsal (okul-kitapçı-hastane-kütüphane) ilişkilerindeki kazanımları hakkındaki görüşlerinde hemfikir oldukları nokta görüşlerde de %100 oranında yansıyan hak ve özgürlüklere saygıdır. %75 oranıyla kurallara uyma görüşlere yansırken %56 oranıyla sorumluluk alma /yerine getirme görüşlerde belirtilmektedir. %38 oranıyla hak ve özgürlüklerinin farkında olma, %31 oranıyla da eşitlik görüşlerde belirtilmektedir. %25 oranıyla ise pozitif ayrımcılık görüşlerde yer almaktadır.

Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin doğa ilişkilerindeki kazanımları hakkındaki görüşleri tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 5. Özel yetenekli öğrencilerin annelerinin, öğrencilerin demokrasi eğitiminin doğa ilişkilerindeki kazanımları

Tema (Kategoriler)	Kodlar	n	%
Demokrasi eğitiminin öğrencinin doğa ilişkilerindeki kazanımları	Yaşam Hakkı (A1,A2,A3,A5,A6,A7,A8,A9,A10,A11,A12,A14,A15,A16)	14	88
	Hayvanlara Karşı Sorumluluk Duyma /Yerine Getirme (A1,A3,A4,A5,A6,A7,A9,A10,A11,A12,A14,A15)	12	75
	Hayvan Sahiplenme İsteği (A4,A5,A7,A9,A10,A12, A14,A15)	8	50
	Doğaya Karşı Saygı Duyma /Sorumluluk Hissetme (A1,A3,A4,A7,A8,A11,A16)		
	Bitkilere Karşı Sorumluluk Duyma/Yerine Getirme(A4,A5,A6,A10,A11,A13)	7	44
	Özgürlük(A2,A15)	6	38
		2	13

Tablo 5 incelendiğinde, özel yetenekli öğrencilerin annelerinin öğrencilerin demokrasi eğitiminin öğrencinin doğa ilişkilerindeki kazanımları hakkındaki görüşlerinde %88 oranıyla yaşam hakkı yer bulmaktadır. %75 oranıyla hayvanlara karşı sorumluluk duyma /yerine getirme görüşlere yansırken %50 oranlarıyla hayvan sahiplenme isteği %44 oranıyla da doğaya karşı saygı duyma/sorumluluk hissetme görüşlerde yer bulmuştur. %38 oranıyla bitkilere karşı sorumluluk duyma/yerine getirme görüşlerde belirtilirken %13 oranıyla özgürlük de görüşlerde yer almaktadır.

Tartışma, Sonuç, Öneriler

Annelerden, çocuklarının demokratik tutumlarının neler olduğunu öğrenmek amacıyla alınan görüşlerin incelenmesi sonrasında ulaşılan sonuçlar aşağıdaki gibidir.

1- Annelerinin, demokrasi eğitiminin çocuklarına sağladığı kişisel kazanımlarına yönelik olarak belirttikleri görüşler, %88 oranıyla öğrencilerin hak ve özgürlüklerini bilmek /savunmak. %81 oranıyla başkalarının hak ve özgürlüklerini bilme ve saygı duyma, %44 oranıyla adil olma, %31 oranıyla da sorumluluk alma /yerine getirme, %25 oranıyla eşitlik, %19 oranıyla ortak karar alma, %13 oranıyla çevreye karşı duyarlı olma olmuştur.

2-Annelerinin, demokrasi eğitiminin çocuklarının sosyal ilişkilerindeki kazanımlarına yönelik olarak belirttikleri görüşler %100 oranıyla başkalarının hak ve özgürlüklerine saygıdır, %69 oranıyla adaletli olma, %56 oranlarıyla kendi hak ve özgürlüklerinin farkında olma ve ortak karar alma, %44 oranıyla ise sorumluluk alma /yerine getirme olmuştur.

3-Annelerinin, demokrasi eğitiminin çocuklarının aile ilişkilerindeki kazanımlarına yönelik olarak belirttikleri görüşler, %75 oranıyla kendi hak ve özgürlüklerinin farkında olma. %56 oranlarıyla ise iş bölümü /sorumluluk ve başkaların hak ve özgürlüklerine saygı duyma, %44 oranıyla ortak karar alma, %38 oranlarıyla eşitlik, %25 oranında ailenin öneminin farkında olma, %13 oranlarıyla kurallara uyma ve paylaşımcı olma olmuştur.

4- Annelerinin, demokrasi eğitiminin çocuklarının kurumsal ilişkilerindeki kazanımlarına yönelik olarak belirttikleri görüşler, %100 oranında hak ve özgürlüklere saygı, %75 oranıyla kurallara uyma, %56 oranıyla sorumluluk alma /yerine getirme, %38 oranıyla kendi hak ve özgürlüklerinin farkında olma, %31 oranıyla da eşitlik, %25 oranıyla ise pozitif ayrımcılık olmuştur.

5- Annelerinin demokrasi eğitiminin çocuklarının doğa ilişkilerindeki kazanımlarına yönelik olarak belirttikleri görüşler, %88 oranıyla yaşam hakkı, %75 oranıyla hayvanlara karşı sorumluluk duyma /yerine getirme, %50 oranlarıyla hayvan sahiplenme isteği, %44 oranıyla da doğaya karşı saygı duyma/sorumluluk hissetme, %38 oranıyla bitkilere karşı sorumluluk duyma/yerine getirme, %13 oranıyla özgürlük olmuştur.

Araştırma sonuçlarına göre, özel yetenekli öğrencilerin demokratik tutumları noktasında kendilerine yönelik tutumlarında kendi hak ve özgürlüklerini bilme /savunma bilincinde oldukları, başkalarının hak ve özgürlüklerini bilme saygı duyma noktasında farkındalıklarının olduğu bunun yanında adalet ve eşitlik konularında hassasiyetlerinin gelişmesiyle birlikte sorumluluk alma konusunda da istekli oldukları ön plana çıkmıştır. Gözütok'un çocukların kendi haklarını bilmesi, kullanması ve yaşatmasının demokratik bireylerin yetişmesine büyük katkı getireceği görüşü çalışmamızı desteklemektedir(Gözütok,2007). Duman 'ın öğretmenlerle yaptığı çalışmada da, öğretmen adaylarının da demokrasiyi çoğunlukla eşitlik ve özgürlük kavramlarıyla açıkladığı görülmektedir (Duman,2004). Karatekin ve arkadaşları yaptıkları çalışmada sınıf seviyesi arttıkça demokrasi algısının yükseldiği sonucuna ulaşırken (Karatekin2010), Gürbüz 'de yaptığı çalışmada demokrasinin unsurlarından eşitlik ve özgürlük kavramlarına ilişkin 7 ve 8. Sınıfları kıyaslamış ve sonuç 8. Sınıflar lehine bir sonuç çıkmıştır(Gürbüz,2006). Tessler ve Altinoğlu yaptıkları çalışmada eğitim seviyesi arttıkça Türkiye'deki öğrencilerin demokrasi anlama düzeyinin de arttığını ileri sürmüştür (Tessler &

Altinoğlu,2004). Özçelik'e göre ise, adalet eşitlik gibi kavramlar duyuşsal hedef alanına girmektedir bu nedenle çocuğa tam bir hareket özgürlüğü sağlandığı ortamlarda ne tür davranış eğilimine gireceğiyle ilgilidir (Özçelik,1989). Akdoğan'ın aktardığına göre Almond Verba demokrasi açıklayan bu kavramları anlamının ve davranış geliştirmenin oldukça zor olduğu görüşündedir (Akdoğan,2006). Ancak bu noktada çalışmamızın özel zeka/yetenekli öğrencilere yönelik sonuçlar içeriyor olması önemli bir avantaj sağlamaktadır. Diğer çalışma sonuçlarıyla kıyasladığımızda yapmış olduğumuz çalışma her ne kadar 3. Sınıf öğrencilerin demokratik tutumlarını öğrenme amaçlı olsa da çocukların özel zekaya/yetenek sahibi olmaları demokrasi ve demokratik tutum konularında normal zekadaki çocuklara oranla daha avantajlı olduğunu göstermektedir. Restak üst düzey beyne sahip insanların , normal insanlardan farklı olarak beynini kullanmayı öğrendiklerini ve bu sebeple de onların zekası sadece zihinlerindeki bilgi niceliği değil ayrıca bilgiyi organize etmeleri ve etkin şekilde hatırlamalarına da bağlı olduğunu belirtmekte ve çalışmamızı bu yönüyle desteklemektedir(Restak,2003). Clark özel yetenekli, çocukların daha az benmerkezci olduğunu ve normal çocuklara göre daha fazla empati sahibi olduklarını bu sebeple de gelişmiş bir adalet duygusuna sahip olduklarını belirtmekte bu yönüyle de çalışma sonuçlarımızı desteklemektedir (Clark,1992). Araştırma sürecinde yapılan alanyazı incelemelerinde ilkökul düzeyinde demokrasi eğitimi ve onun çıktılarından olan demokratik kazanımlar noktasında yeterli çalışma olmadığı, özel yetenekli çocuklarla ise bu konuda hiç çalışma yapılmadığını görülmüştür. Bu noktada bu alanda yapılacak çalışmaların alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yapılan çalışma sürecinde özel yetenekli öğrencilerin yaşlılarından daha üst bilişsel süreçlere hakim olmaları sebepleriyle ilkökulda olmalarına rağmen demokrasinin içeriğini dolduran kavramları (eşitlik , adalet vb) soyut olmalarına rağmen bildikleri görülmekle birlikte bu doğrultuda tutuma sahip olduklarını belirttikleri görülmüştür. Bu çıkarımla birlikte demokrasi konusunda yapılacak çalışmalara dahil edilmelerinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akdoğan, A. A. (2006). Siyasal kültür ve sosyal sermayenin karşılaştırılması: Türkiye için bazı çıkarsamalar. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 12, 162-187.
- Büyükkaragöz, S.(1995).Yükseköğretim programları ve demokratik tutumları. Ankara: Türk Demokrasi Vakfı Yayınları
- Büyükkaragöz, S. & Kesici,Ş.(1996).Öğretmenlerin Hoşgörüsü ve Demokratik Tutumları,Eğitim Yönetimi,Yıl 2, Sayı
- Clark , B.(1992) Growing up gifted : developing the potential of children at home and school, New York
- Doğan, İ. (2007). *Modern toplumda vatandaşlık demokrasi ve insan hakları: İnsan haklarının kültürel temelleri*.Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Duman, B. (2004). Öğrenme öğretme sürecindeki entelektüel şizofrenizm. 20–21 Mayıs 2004, I. Uluslararası Demokrasi Eğitimi Sempozyumu Bildirileri (94-108). Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi
- Emir, S., ve Kaya, Z.(2004). Demokrasi eğitimi ve okul meclislerine yönelik öğretmen görüşleri. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Sayı 4Yayınları.
- Erdoğan,M. (1994).“Demokrasi, Laiklik, Resmi İdeoloji”.Türkiye Günlüğü.Sayı:29:113–116,Tem-Ağus.
- Ertürk, S. (1981). Diktacı Tutum ve Demokrasi. Ankara, Yelken Tepe Yayınları
- Ertürk, S. (2017). Eğitimde “ Program” Geliştirme .Ankara : EDGE Akademi
- Güçlüoğlu,K.(1989). Demokrasi İçin eğitim . Ankara :Ted Yayınları s:IX-XII
- Gözütok , D. (2007).Öğretim İlke Ve Yöntemleri .Ankara .Ekinoks Yayıncılık
- Gülbüz, G. (2006). *İlköğretim 7. ve 8. Sınıflarda vatandaşlık bilgisi dersinde demokrasi eğitimi* (Yüksek lisans tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu). <http://tez2.yok.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Karataş,Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma teknikleri . *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, Cilt 1*.
- Karatekin, K., Kuş, Z. ve Sönmez, Ö. F. (2010). İlköğretim öğrencilerinin demokrasi algıları. *IX. Ulusal Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu* içinde (s. 89-95). Elazığ.
- Mayo, H. B. (1964).Demokratik Teoriye Giriş (Çev. E. Kongar), Ankara, Siyasî İlimler Türk Derneği.
- Özçelik, D.A. (1989). *Test hazırlama kılavuzu*. Ankara: ÖSYM Yayınları.
- Restak, R.(2003). The New Brain :How the modern age is rewiring your mind.
- Samancı, O. (2016). Okul ve hayat başarısında ailenin rolü. Erzurum: Nitel Yayınları
- Tessler, M., & Altinoğlu, E. (2004). Political culture in Turkey: Connections among attitudes toward democracy, the military and Islam. *Democratization*, 11(1), 21-50.
- Yeşil, R (2001). İlköğretim Düzeyinde Okul Ve Ailenin Demokratik Davranışlar Kazandırmadaki Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi . Atatürk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara:Seçkin Yayıncılık

PAZARLAMA İLETİŞİMİ STRATEJİLERİ KAPSAMINDA CİNSİYETSİZ PAZARLAMA

Gözde ÖYMEN
İstanbul Ticaret Üniversitesi
goymen@ticaret.edu.tr

Özet

Toplumsal cinsiyet ile bireyin sosyal veya psikolojik cinsiyeti ifade edilmekte, kadınlık ve erkeklik şeklinde tanımlanmakta olan roller esas alınmaktadır. Pazarlama iletişiminde ise cinsiyet kimliği yıllardır önemli bir bölümlendirme aracı olarak kullanılmaktadır. Bölümlendirme sonucunda hedef tüketicilere yönelik kadın ve erkeklerin satın alma yöntemlerinin farklı olduğu kabulüne dayanarak çeşitli stratejiler geliştirilmektedir. Bu açıdan cinsiyetçi bakış açılarını değerlendirmek ve bunu hedef pazar seçiminde kullanmak, işletmeler açısından avantaj sağlamaktadır. Ancak günümüzde toplumsal cinsiyet eşitliği kavramının yükselişe geçmesi ve yeni jenerasyonların daha özgür ve toplumsal normlara karşı daha açık görüşlü olmaları sebebiyle, markalar da iletişim stratejilerine bir takım yenilikler katmak durumunda kalmışlardır.

Bu çalışmada geçmişten günümüze cinsiyete dayalı pazarlama iletişimi stratejileri incelenecek olup, cinsiyetsiz pazarlama kavramına ihtiyaç duyulmasının nedenleri irdelenerek, kavram çeşitli örnekler yardımıyla detaylı bir şekilde anlatılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *kadın, cinsiyetsiz pazarlama, pazarlama iletişimi*

Abstract

Social or psychological gender of the individual is expressed in terms of social gender and the roles defined as femininity and masculinity are taken as basis. On the other hand, in marketing communication, gender identity has been used as an important segmentation type for years. As a result of segmentation, various strategies are developed for target market based on the assumption that purchasing methods of men and women are different. In this respect, it is advantageous for businesses to evaluate gender based viewpoints and use them in target market selection. However, since the concept of gender equality has gained importance nowadays and new generations are more free about the social norms, brands have started to practice new communication strategies.

In this study, gender based marketing communication strategies will be examined from past to present. Then, the need for gender neutral marketing will be examined and the concept will be explained in detail with the help of various examples.

Key Words: *woman, gender neutral marketing, marketing communication*

Giriş

Cinsiyet, erkek ve kadın arasındaki fizyolojik farklılıkları ifade ederken, toplumsal cinsiyet, davranış ve rollerdeki erillik ve dişilik gibi kişisel farklılıkları kültürel kodlarla anlatan bir kavramdır (Uluocak ve Aslan, 2011). Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkeklerin beklentilerini, değerlerini, imajlarını, davranışlarını, inanç sistemlerini ve rollerini tanımlayan fikirlerin sosyal yapılanmasıdır. Toplumsal cinsiyet rolleri ise toplum tarafından kadın ve erkeğe yüklenen rollerdir (Seden, 2011). Bu roller, toplum tarafından bireylere çocukluk yaşlarından itibaren dayatılan “erkeklik” ve “kadınlık” özellikleri, beklentileri ve davranışlarının kalıp ve kodlarını içermekte olup, çeşitli sosyo-kültürel araçlar ile yaygınlaştırılmaktadır. Diğer bir deyişle toplumsal cinsiyet, toplum içerisinde bireyin kendini kadın ya da erkek olarak nasıl algıladığıdır. Bu açıdan “Toplumsal cinsiyet” herhangi bir zamanda, herhangi bir kültürde kadın ve erkeğe biyolojik cinsiyeti nedeniyle uygun görülen toplumsal ve kültürel davranış biçimleri, beklentiler, sorumluluklar ve roller bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Zeyneloğlu ve Kısa, 2012, s.2). Giddens (2006)’a göre de, toplumsal cinsiyet rollerinin aile ve medya gibi sosyo-kültürel araçlarla üretilmekte ve bu şekilde kadınların ve erkeklerin farklı roller üstlenmektedir.

Bilgi çağı ve eğitimin yaygınlaşması ile birlikte, eğitilmiş kadınların ortaya çıkması, toplumsal dönüşümle fırsat eşitsizliklerinden daha fazla yararlanan kadınların ekonomiye, istihdama katkılarını giderek arttırmaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturması sebebiyle kadınların iş hayatında aktif rol almalarının ekonomiye sağlayacağı faydalar yadsınamaz niteliktedir. Bunun yanı sıra, dünyanın her ülkesinde satın alma kararları çok büyük ölçüde kadınların egemenliğinde bulunmaktadır. Ailedeki ya da toplumdaki konumu ne olursa olsun tüketim kararları kadının söz sahibi olduğu bir alandır. Kadın sadece kendisini ilgilendiren satın alma kararını vermekle kalmaz; eşinin, çocuklarının ve genel olarak ailenin bütün satın alma kararlarını da belirler. Her markanın kadınları ikna etmeyi öğrenmesi gerekmektedir. Aslında kadın ruhunu ve davranışlarını anlamadan erkeklere de pazarlama yapmak mümkün değildir. İşte bu noktada, güncelde yaşanan gelişmelerin de etkisiyle her iki cins ortak pazarlama iletişimi stratejileri geliştirmek tercihten çok gereklilik haline gelmiştir.

Ünlüler ve takipçisi çok olan trans bireyler markaların da iletişim kampanyalarında kullandığı standartlaşmış cinsiyet rollerini reddederek, farkındalık yaratmaktadırlar (Kasriel-Alexander, 2016, s.18). Özellikle Bruce Jenner'ın Caitlyn'e dönüşümü sonrası Vanity Fair'in kapağında yer alması ve Miley Cyrus'un kendini kadın veya erkek olarak değil de panseksüel olarak tanımlamasından sonra kavramın Google'da en çok arananlar arasında girmesi cinsiyet kavramının gün geçtikçe önem kazanmasına neden olmuştur (Belous ve Bauman, 2016). New York Moda Haftasından, Mumbai Moda Haftasına baktığımızda kadın ve erkek koleksiyonlarının birbirine karıştığını, birbiri yerine kullanıldığını ve özellikle bir cinsiyeti temsil etmediğini görmekteyiz. (Chira, 2017). Bunlara ek olarak, Birleşmiş Milletler İyi Niyet Elçisi Emma Watson, MTV ödüllerinde cinsiyet ayrımı yapılmaksızın "En İyi Oyuncu" ödülünü kazanmış ve ödülü ise Billions dizisinde nötr cinsiyet rolüne sahip Asia Kate Dillon takdim etmiştir (BBC Newsbeat, 2017).

Bu bağlamda iletişim karması unsurlarından biri olan reklamlar, cinsiyet rollerini ön plana çıkaran önemli bir sosyalleşme faktörü olduğundan kadınların ve erkeklerin oynadıkları rollerin reklamlarda sergilendiği görülmektedir. Aynı zamanda reklamlar, kadın stereotip rollerinin üretilmesine de katkıda bulunmaktadır. Ancak son yıllarda kadınların değişen yapılarının ve rollerinin reklamlara yansıtılmadığı göze çarpmaktadır. Aynı zamanda Z jenerasyonu ve alfa kuşağı üzerinde yapılan araştırmalar onların cinsiyet kalıplarına sıkı sıkıya bağlı olmadığını kanıtlamaktadır. Buna bağlı olarak da markaların daha fazla unisex ürün tasarlaması, kadınların daha maskülen, erkeklerin de daha feminen parçaları çekici bulması, "Nötr Cinsiyetler" kavramının ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Geçmişten Günümüze Reklamlarda Cinsiyet Roller

Reklamlarda, sıklıkla toplumsal cinsiyet rollerinin yansıtıldığı görülmektedir. Kadın ve erkeğin toplumdaki rollerinin değişmesi reklamlardaki cinsiyet sunumlarında da değişimlere neden olmuştur. Reklamlar, genelde toplumsal eğilimleri yansıttığı için, bu tür mesajlarda yer alan kadın ve erkek modellerinin iki cinsin de o toplumdaki sosyal rolünü vurguladığı söylenebilir. Diğer bir deyişle, reklam mesajları genelde toplumun erkeklik ve kadınlık normlarına uygun olarak düzenlenmektedir. Bu normlar, iletilerin başarısında önemli olduğu gibi, toplumsal cinsiyetteki rollere bakışa ve o rollerin dağıtımına da yansımaktadır (Bati, 2013, s.281).

Kadın olgusu, tarihin her döneminde farklı anlamlar yüklenen ve kavram olarak en çok değişime uğrayan ve yeniden üretilen olgulardan biri olmuştur. Kadının güzelliği ve zarafeti kavramları her dönemde var olmuştur. Kadın estetiğinin kriterleri içinde bulunduğu çağın kendi şartlarına göre değişiklik göstermiştir ancak popülerliğini hiç kaybetmemiştir. Güzel görünmek ile doğrudan bağdaştırılan kadın imgesinin sürekli değişime uğraması, her dönem farklı kadın tiplerinin güzel olarak öne çıkarılması, kadını sürekli kendini topluma beğendirilmek zorunda olan bir objeye dönüştürmüştür (Uncu, 2018,s. 404)

1950'lerden itibaren reklamlarda kadın rolleri 4 ana başlıkta 8 kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar kadının erkeğe bağlı olduğu ve iyi bir ev hanımı olması gereken geleneksel kadın rolleri, kadının fiziksel güzelliği ve seks objesi olarak gösterildiği dekoratif kadın rolleri, kariyer odaklı, sıradışı aktivitelerde bulunan otoritenin sesi geleneksel olmayan kadın rolleri ve son olarak kadının erkeğe eşit olduğu rollerdir (Belkaoui ve Belkaoui (1976), Mitchel ve Taylor (1990), Lysonski (1985), Zotos ve Lysonski (1994).den aktaran Emmanuella Plakoyiannaki et al.2008, 104).

1850-1900 yıllarında kadın imgesi her türlü içeriğin baş aktörü niteliğindedir. Teknolojik ve ekonomik gelişmelerle beraber seri üretimin arttığı 1900-1950'ler, piyasada büyük bir rekabet ortamının doğmasına neden olmuştur. Reklamlar bu yeni ortamda marka değeri yaratmak için ürün ve markalara sembolik anlamlar yüklemekte ve tüketiciyi ikna etmek için uğraş vermektedir. Dönemin reklamlarında kusursuz vücut ölçülerine sahip güzel ve eğlenceli kadın illüstrasyonları çoğunluktadır (Reichert, 2004, s.115-118). 1950'ler ve 1960'lar Amerika reklamcılığının altın çağı olarak bilinmektedir. Reklamda söz yerini görüntünün gücüne bırakmıştır. 1970'lerle beraber cinsel içerik hızla artmış, kadının cüretkar vücudu erkeği çağrıştıran her ürünün yanında mutlaka yer almıştır. Kadın itaatkar ve erkeğin gölgesinde bir varlık olarak portrelenmiştir (Saatchi, 2015). 1980'lere gelindiğinde kadın çıplaklığı gösteri çağının en önemli unsuru haline getirilmiştir (Uncu, 2018, s.416). Bu dönemde duygusal pazarlama unsurlarının reklamdaki önemi anlaşılmıştır. Sadece ürünün faydalarını anlatarak bilgilendirici reklam stratejileriyle marka bağlılığı yaratılamayacağını anlayan reklamcılar, markalar ile tüketici arasında güçlü bir bağ yaratmak için onlara ürünün duygusal faydalarını sunmuşlardır. Kadın vücudu artık tam bir metaya dönüştürülmüştür. Reklam içerikleri artık sınırsız şekilde özgürdür. Kadın vücut ölçüleri için ideal bir standart yaratılmış ve kadın bu kalıbın içine sığdırılmaya çalışılmaktadır. Reklamda kullanılan, kadının cinselliğine dayanan tüm imgeler, kusursuzluk, gençlik ve güzellik vurgusu yapmaktadır. Günümüz reklamları ise artık kadının kim olduğuyla değil, kim olması gerektiğiyle ilgilenmektedir ve kadına kim olması gerektiğini öğretmektedir.

Öte yandan kadın son 30 yılda büyük bir değişim geçirirken erkeklerde de değişim yaşandı. Erkekliğin en eski biçimi ciddi, gergin, kaslı ve aile sorumluluğunu reddeden bir söylem üzerine kuruluyken, 19.yy'da Sanayi Devrimi ile birlikte yoğun emek gerektiren işlerde bedene duyulan ihtiyacın azalmasıyla erkeklik de bir krize girmiştir. Erkeksi ve kuvvetli imajı sürdürme ihtiyacı 1800'lerin sonu ile 1920'lere kadar güçlü erkek çağını ortaya çıkarmıştır. 1920'lerin ortalarından 1940'ların başlangıcına kadar tipik erkek beyaz bir kadın partneri olan şekilde tanımlanmıştır. 1940 ve 50'lerde ise erkeklik, erkeğin sadece eğlenme amacını taşıdığı playboy erkeklik şekline dönüşmüştür. Bir diğer dönüşüm ise 1960'ların ortalarında çiçek çocuklarla yaşanmıştır. 1990'lar ise rahatına düşkün, içsel gücünü koruyabildiği ölçüde erkeksi olan yeni erkeğin çıkışını temsil etmektedir (Bassett, 2009, s. 8). Ricciardelli vd.(2010) erkeklik biçimlerini genel olarak kaslı, metroseksüel ve delikanlı olmak üzere üçe ayırmıştır. Kaslı beden imgeleri erkek bedeninin nasıl olması gerektiğini, kolay ulaşılamayan ideal bir bedeni sunmaktadır. Geleneksel erkeklikten bir kopuşu ifade eden ve 1970'lerde ortaya çıkmaya başlayan metroseksüellik ise 80'lerde erkeklerle yönelik bakım ürünlerinin ve modanın gelişmesiyle daha da yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Gençlik, hazzı tüketim, bekarlık ve kadınların nesneleştirilmesi ile cinsiyetçilik üzerinden inşa edilen, metroseksüellik ve feminizme karşı çıkan delikanlı erkeklik ise 1990'larda ortaya çıkmıştır. Buna göre reklamlarda yer alan erkek karakterler dokuz kategoriye ayrılmaktadır; Kahraman: Reklamda spor, ticaret ya da siyaset alanından ünlü birinin kullanılmasıdır, Doğa Erkeği: Doğa ya da hayvanlar üzerinde kontrol sağlamaya çalışan erkektir, Aile Babası: Erkeğin, çocuklarıyla veya aile üyeleriyle faal bir şekilde bir etkinliğe katılımını temsil etmektedir, Evin Direği: Ailesel etkinliklere katılmayan fakat çocuklarını veya ailesini yöneten erkektir, Çalışan Erkek: Erkeğin bir işin uzmanı veya profesyoneli olduğu şeklinde yansıtılmasıdır, Tüketici Erkek: Reklamda erkek karakter ile ürün arasında doğrudan bir ilişkinin olması, karakterin ürünü kullanmasıdır, Kentli Erkek: Şehirlerin yaşam tarzından ve modadan zevk alan, barlar ve sosyal aktivitelerden hoşlanan erkek tasviridir, Sakin Erkek: Erkeğin, sakın bir hayata sahip olduğu şeklinde temsil edilmesidir, Erotik Erkek: Erkeğin bedeninin yalnız veya başkalarıyla beraber sergilenmesidir (Rohlinger, 2002, s. 66-67).

Cinsiyet Kimliği

Kadın ve erkeğin toplumsal rollerinde meydana gelen değişimler, biyolojik cinsiyetin yanı sıra psikolojik cinsiyet kavramı olarak da ifade edilebilecek cinsiyet kimliği kavramını gündeme getirmiştir. 1970 ve 1980'li yıllarda geliştirilen cinsiyet kimliği ölçekleri pazarlama teorisi ve uygulaması açısından psikolojik cinsiyetin etkisini anlamlandırma fırsatı sunmuştur (Hupfer, 2002, s.2). Cinsiyet, pazar bölümlendirmede sıklıkla başvurulanan önemli bir demografik değişkendir. Kadın ve erkeklerin birer tüketici olarak; bilgi işleme süreçleri, ürün, marka veya reklamlara yönelik tutumları, satın alma niyetleri ve davranışları arasındaki farklılıklar pazarlama yazınındaki birçok ampirik çalışmada incelenmektedir. Örneğin; Putrevu (2004), kadın ve erkeklerin farklı türdeki reklamlara yönelik tepkilerini araştırdığı çalışmasında, kadınların sözlü, ahenkli, karmaşık ve kategori temelli reklamları olan ürünleri satın alma niyetinde olduklarına; erkeklerin ise karşılaştırmalı, basit ve özellik temelli reklamlardaki ürünleri satın alma niyetinde olduklarına ilişkin bulgulara ulaşmıştır. Cinsiyet odaklı bu yaklaşımlar; kadın ve erkeğin doğuştan farklı özellikler taşıdığı, tercihlerindeki ve iletişim tarzlarındaki farklılıkların da tamamen biyolojik faktörlerden kaynaklandığını savunmaktadır (Putrevu, 2004, s.51; Schertzer vd., 2008, s.312). Tüketici davranışlarında cinsiyet kimliğinin etkisini inceleyen çalışmalarda ise, biyolojik cinsiyetin ötesine geçilerek bireylerin psikolojik cinsiyeti ile ilgilenilmekte ve cinsiyet kimliği psikografik bir faktör olarak ele alınmaktadır. Cinsiyet, başvurulması kolay bir bölümlendirme değişkeni olmakla birlikte günümüz pazarlama dünyası için yeterliliği tartışmaya açıktır (Schertzer vd., 2008, s.313). Bireylerin bilgi işleme süreçlerindeki farklılıkları biyolojik cinsiyetle ilişkilendiren geleneksel yaklaşımlara karşı çıkan Cinsiyet Şema Kuramı bir kadının bir erkekte daha maskülen; bir erkeğin bir kadından daha feminen özellik, tutum ve davranışlara sahip olabileceğini savunmaktadır. Cinsiyet Şema Teorisi'nde bireylerin cinsiyetlerinin değil cinsiyet kimliklerinin bilgi işleme süreçlerini etkilediği üzerinde durulmaktadır (Bem, 1981, s.354). Yaş, gelir ve eğitim gibi demografik faktörler daha çok tüketicilerin rasyonel kararlarını etkilemektedirler; tüketicilerin kişilikleri ve yaşam tarzları gibi psikografik faktörlerin ise duygusal satın alma kararları üzerindeki etkisi büyüktür.

Geleneksel yaklaşımlar tüketici davranışlarında cinsiyetin etkisi olup olmadığını incelerken, kadın ve erkeğin kalıplaşmış cinsiyet rollerinin değişmesi benimsenmiş kişilik kalıplarını da değiştirmektedir. Birçok araştırma, cinsiyet kimliği özelliklerinin zamanla değiştiğini ve hem kadınların hem de erkeklerin androjenlik skorlarının giderek yükseldiğini ortaya koymaktadır (Twenge, 1997, s.306).

Bu bağlamda tüketicilerin satın alma kararlarında etkili olduğu düşünülen cinsiyet kimliğinin ölçümünün yapılabilmesi amacıyla BEM Cinsiyet Rolü Envanteri ve benzeri ölçüm araçları kullanılmaya başlanmıştır. Bu yolla elde edilen bilgiler aracılığıyla işletmelerin hedef pazarlarında yer alan tüketicileri daha iyi tanıyabilmesi ve onlara uygun pazarlama karması stratejileri geliştirmesi mümkün olabilecektir. (Yeniçeri ve Özal, 2016, s. 136-137). Sandra Bem (1974) ortaya attığı Toplumsal Cinsiyet Şema Kuramı ile toplumsal cinsiyet rolleri kavramının kapsamlı bir şekilde incelenmesi konusunda öncü olmuştur. BEM Cinsiyet Rolü Envanteri ifadelerine göre cevaplayıcılar feminen (yüksek feminenlik, düşük maskülenlik), maskülen (yüksek maskülenlik, düşük feminenlik), androjen (yüksek feminenlik, yüksek maskülenlik), belirsiz (düşük feminenlik, düşük maskülenlik) olmak üzere dört gruba ayrılmıştır Şema kuramının da eşliğinde Bem (1974)'e göre kadınsılık ve erkeksilik

özellikleri bireylerde ayrı ayrı bulunan iki yapı değil beraber bulunan ve beraber hareket eden ikili bir yapıdır. Bireyleri farklılaştıran ise bu özelliklerin hangisini ne derece benimsedikleridir (Görmüş vd., 2013, s.112; Ramkissoo ve Nunkoo, 2012, s. 205).

BEM Cinsiyet Rolü Envanteri'nde tanımlanan maskülenlik özellikleri; saldırganlık, bağımsızlık, duygusal olmama, duygularını gizleme, nesnel davranabilme, yetenekli olma, kolay incinmeme, bilimsel olma, mantıklı olma, maceracı olma, liderlik, kendine güveni olma, rekabetçi olma gibi özelliklerdir. Bu özelliklerden anlaşılacağı gibi maskülenlik özellikleri genellikle dış yönelimli ve rasyonel niteliktedir (Girginer; 1994, s.17). Feminin cinsiyet kimliği özellikleri; yumuşak bir dil kullanma, konuşkan olma, anlayışlı ve nazik olma, dinine bağlı olma, başkasının duygularının farkında olma, düzenli olma, duygularını kolay ifade edebilme, sanat ve edebiyattan hoşlanma gibi içe yönelimli ve duygusal özelliklerdir (Girginer; 1994, s.18). Androjenlik kavramı, belli bir kültürde geleneksel cinsiyet rollerinin dışına çıkan ve tipik olarak maskülen olduğu düşünülen olumlu özelliklerle, tipik olarak feminin olduğu kabul edilen olumlu özellikleri birleştiren bir kişilik tipidir. Bu kavram, geleneksel maskülen ve feminin kavramlarına ve ruh sağlığıyla ilgili olarak ortaya konan cinsiyet yanlısı ölçütlere karşı geliştirilmiş olup insanca bir seçenek sunduğu için oldukça desteklenmiştir (Bem, 1975, s.636). Cinsiyet rollerine daha sonra dördüncü bir cinsiyet rolü olarak tanımlanan belirsiz cinsiyet rolü eklenmiştir. Belirsiz cinsiyet rolünü benimsemiş olan bireyler hem erkek hem kadın cinsiyet rolüne ilişkin özellikleri düşük düzeyde taşımaktadır (Meyers, 1988, s. 524).

Bu kategorizasyon sonucunda, toplumsal rolleri ve cinsiyet kimlikleri farklılaşan kadın ve erkeğin birer tüketici olarak da özellikleri farklılaşmaktadır. Kadın ve erkeğin cinsiyet rollerinin değişmesi pazarlamacıları iletişim stratejilerini değiştirmeye yöneltmektedir (Hupfer, 2002, s.1).

Markaların Cinsiyeti Olur mu?

Toplumsal cinsiyet yalnızca insanlara özgü değildir, maddi nesneler de cinsiyetlidir. Nesnelerin feminin ve maskülen kimliklere bürünmesi pembe dijital ürünler ya da tıraş makinelerinde olduğu gibi doğrudan ve kasten kadınların ve erkeklerin kullanımına yönelik tasarlanması ve pazarlanmasıyla olabileceği gibi, dolaylı birtakım sembolik eşleştirmelerle de gerçekleşebilir (Kaygan, 2015, s.110).

Bir ürün veya markayı cinsiyetleştirmek o ürün veya markanın görünümünü müşterilerin zihninde cinsel rol görüntüsüyle bağdaştırmak ya da bir markayı veya ürünü erkeksi veya kadınsı görünüm ve kimliğe büründürmek anlamına gelir (Costa, 1994). Erkeklik ve kadınsılık belirgin kişilik nitelikleridir. Bunlar marka kişiliğine aktarılabilir ve markanın sahip olduğu nitelikler ve insan nitelikleriyle bağlantı kuran müşteriler tarafından pratikte kullanılabilir (Grohmann 2008). Grohmann, erkeksi marka kişilik boyutları (maceracı, agresif, cesur, cüretkar, dominant, kuvvetli) ve kadınsı marka kişilik boyutları (duygularını belirten, kırılgan, zarif, narin, tatlı, hassas) şeklinde 12 parçalı bir ölçek geliştirmiştir. Bu bağlamda, marka kişiliğinin cinsiyet boyutları çok erkeksi/az kadınsı, az erkeksi/çok kadınsı, az erkeksi/az kadınsı, çok erkeksi/çok kadınsı şeklinde sınıflandırılmıştır.

Bir ürünü cinsiyetleştirmek için iki seçenek bulunmaktadır. Bunların ilki, ürünü veya markayı klişe erkek veya kadın albenisine göre tasarlamak veya uyarlamak. İkincisi ise, ürün veya markaya reklam ya da tutundurma faaliyetleri aracılığıyla güçlü bir şekilde erkeksi veya kadınsı cinsel rol ile alakalı olan bir cinsiyet görünümü vermektir (Cohan, 2011). Özellikle 1990'lı yıllarda ev teknolojilerine odaklanan araştırmalar, ürünlerin gerek varsayılan kullanıcısının cinsiyetine gerekse kullanım amacı ve bağlamına atfedilen anlamlara göre cinsiyetlendirilme süreçlerinden geçtiğini göstermiştir. Geleneksel ve tarihsel toplumsal cinsiyet ikiliklerinden beslenen bu süreçler, genellikle hemen göze çarpmayan eşitsizlikleri yeniden ürettiği için bu araştırmalarda çok sorgulanmıştır. Örneğin, pişirme ve temizlik işlerinde kullanılan fırın, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi gibi beyaz eşyalarla televizyon ve kamera gibi evde iyi zaman geçirmeye yönelik teknolojik ürünler arasında önemli bir hiyerarşi bulunmaktadır. Her ne kadar iki gruptaki ürünler de teknolojik gelişmelerle doğrudan ilişkili olsa da ev işine yönelik ve kadın kullanıcıyı hedefleyen "feminin" makineler sıkıcı ve sıradan görülürken, ev içerisinde eğlenceye ve keyfe yönelik ve erkek kullanıcıyı hedefleyen ürünler gerçek teknolojiler olarak değerlendirilir. (Kaygan, 2015, s.110). Evin dışına çıktığımızda otomobil, güçlü bir şekilde cinsiyetlendirilen bir üründür. Beraberinde getirdiği, evin dışında olmak, hız, özgürlük, bağımsızlık gibi kavramlar, otomobile maskülen bir ürün olarak işaret etmektedir.

Günümüzün yaygın olarak kullanılan diğer iki teknolojik ürün grubu, cep telefonları ve dizüstü bilgisayarlar da tıpkı otomobil gibi bir yere bağımlı olmamak, özgürlük, bağımsızlık, güce ve teknolojiye sahip olmak gibi kavramlar üzerinden maskülen ürünler olarak doğmuş ve statü sahibi erkeklerin kullanımına sunulmuştur. Yumuşak ve akışkan çizgiler, çiçekli motifler ve pastel renkler, bir ürünün kadınlar için olduğuna işaret ederken, sert ve köşeli çizgiler, geometrik biçimler ve koyu renkler, erkekler için olduğunu anlatmaktadır (Kaygan, 2017).

Markalar güçlü bir cinsiyet çağrışımı/ilişkisi kurmak için reklamlarında, ürünlerinde, hitap şekillerinde ve satışlarında feminin ve maskülen değerlere değinen/ait olan semboller, işaretler ve kodlar kullanırlar. Remaury

(2012)'e göre, cinsiyeti değişmez bir değer olarak kullanmak, markaların kadın ile erkek arasında olan ilişkiyi tanımlamalarına fırsat vermektedir. Kadın ile erkek arasındaki ilişkiye bağlı olarak farklı kalıplar yaratılmaktadır (arka Cinsiyeti Raporu, 2012).

Özetle, kimi ürünler pazar bölümlerini çeşitlendirmek için değişik varyasyonları piyasaya sunularak doğrudan feminen ve maskülen diye adlandırılırken, kimi ürünler ise ilk bakışta cinsiyetli görünmediği halde kadın ve erkeğin sosyal yaşamdaki geleneksel yerinin ve rolünün üzerine kurularak üstü kapalı bir şekilde toplumsal cinsiyet yaklaşımına eklenmektedir (Kaygan, 2017).

Cinsiyetsiz Pazarlama Kavramı Ve Uygulamaları

Günümüzün gelişmiş toplumlarında kadın ve erkek rolleri arasındaki farkların giderek azalması doğrultusunda ülkemizde de cinsiyet rolü normları konusunda önemli değişiklikler görülmektedir. Bu değişiklikler, gerek giyim tarzında gerek meslek seçiminde gerekse aile içinde üstlenilen görevlerde vb. diğer alanlarda kendini bulmaktadır (Tosun, 2014, s.548).

Yüzyıllardır temizlik malzemesi reklamları kadınlara iyi bir ev hanımı olmaları, bira reklamları erkeklere maço olmaları ve moda reklamları da kadınlara zayıf olmaları gerekliliğini içermektedir. Kısaca bütün endüstri kadınların güzel, erkeklerin güçlü olmaları üzerine kuruludur. Reklamlar da endüstriyi desteklercesine bu olguları normalleştirmektedir. Buna göre kadınlar; feminen, zayıf, güzel, ince, itaatkar, domestik, duygusal ve seks objesi olmak durumundayken, erkekler; maskülen, güçlü, hakim, zeki, zengin, başarılı, atletik ve lider konumdadırlar. Kadın ve erkek hep tamamen birbirinden farklı ve zıt kişilikler şeklinde yansıtılmaktaydı. Oysa ki herhangi bir birey kadın ya da erkek farketmeksizin güçlü ve edilgen veya güzel ve kusurlu olabilirdi (<https://www.instantgrass.com>). Bu rollere bakıldığında erkeklere atfedilen özellikler, kadınlara atfedilen özelliklere göre çok daha üstündü.

Walter Guzzardi'ye göre, "Kadınlar kusurlarını gidermek; erkeklerse mükemmelliklerini pekiştirmek için alışveriş yaparlar. Hemen her satın alma kararında kadınların kendilerine has beklentileri, çözümleri ve sorunları vardır. Kadınların beyin yapılarının, dikkat ve odaklanma yeteneklerinin, hormon yapılarının farklı olması, onların pazarlama faaliyetlerine de farklı tepkiler vermelerine yol açar. Ancak, bir markayı "kadın dostu" yapmak, markayı ve ürünlerini "kadınsılaştırmak" anlamına gelmez. Aksine, bir ürünü "kadın ve erkek olarak ayırmak" öncelikle kadınları rahatsız eder. "Kadın otomobili", "kadın telefonu" gibi ayrımlar kadınların hoşuna gitmez. Kadınlar bu tür cinsiyetçi pazarlama faaliyetlerine tepki duyarlar; çünkü kendilerine uygulanan her türlü ayrımcı tanımlamaları "küçük düşürücü" bulurlar. Görsellik ve şıklık kadınlar için elbette önemlidir ancak kadınlara pazarlama yapmak ürünleri "pembe" ya da "çiçekli" ambalajlarla sunmaktan daha derin bir yaklaşım gerektirir. Kadınlar "çoklu kimliklerini" alışveriş ortamına da taşırlar. Kadınlar alışveriş yaparken sadece fiziksel ihtiyaçlarını değil, aynı zamanda "duygusal ihtiyaçlarını" da karşılarlar (Aksoy, 2012).

Reklamlarda cinsiyetin kullanımı konusundaki eğilimi üç grup halinde kategorize etmek mümkündür (Tosun, 2014, ss.174-176):

- 1.Cinsiyet açısından nötr durumda olan reklamlar: Kadın veya erkek cinsiyetinin belirtilmediği bu tür reklamlar genelde, hedef kitle olarak kadın ve erkeği birlikte düşünürler. Örneğin; unisex bir ürün olarak pazara sunulan Calvin Klein marka One isimli parfümün reklamlarında kadın veya erkek karakterin kullanımı yerine cinsiyeti belirsiz bir el kullanılmış ve bu elin tuttuğu parfümün özellikleri yazılı olarak sunulmuştur.
- 2.Kadın veya erkek cinsiyetlerinden birinin kullanılmasına karşın o cinsiyete ilişkin belirgin vurgulamaların yapılmadığı reklamlar: Kadın veya erkek karakterlerin kullanıldığı bu tür reklamlarda cinsiyet çağrıştıracak mesajlar kullanılmaz; çünkü kadın veya erkek imgesi insan imgesini vurgulamak için kullanılır.
- 3.Kullanılan kadın veya erkek karaktere toplumsal cinsiyete ilişkin imajın yüklendiği reklamlar: Araştırmalar, çoğu kez reklamlarda kadın ve erkek karakterlerin toplumsal cinsiyetleri doğrultusunda kullanıldığı yönünde veriler ortaya koymaktadır. Bu tür reklamlarda kullanılan kadın ve erkek karakterler toplumun kadın ve erkeğe yüklediği rolleri sergilemektedirler.

Ayrıca günümüz dünyasını domine etmeye başlayan Z kuşağı ile ilgili, J. Walter Thompson Innovation Group'un araştırmasına göre Z jenerasyonunun yüzde 81'i cinsiyet kavramının kişiliği tanımlamadığını düşünüyor. Ayrıca bu jenerasyonunun yüzde 44'ü kendi cinsiyetlerine özel yerlerden alışveriş yaptıklarını söylerken, bu oran Y kuşağında yüzde 54. Bunlara ek olarak, Z kuşağının yüzde 48'i Y kuşağının yüzde 65'i heteroseksüel olduğunu belirtmiştir (<https://broadly.vice.com>). Aynı zamanda yapılan araştırmalarda Z kuşağının eşitlikçi markaları tercih ettiği görülmektedir (Snyder, 2015).

Bu gelişmelerin sonucundacinsiyete dayalı güncel pazarlama yaklaşımları 3 ana kategoride incelenmeye başlanmıştır:

1. Kadın temsili artık bir nesne olarak değil özne olarak yapan, kadınları güçlü, özgür ve doğal halleriyle gösteren femvertising kavramının özellikle uluslararası markalar tarafından yoğun olarak kullanılmaya başlanması. Femvertising'in dünyada ilk gündeme taşıyan 2004 yılında "Gerçek Güzellik- Real Beauty" kampanyasıyla Unilever grubuna ait Dove firması olmuştur. Bu kampanyada farklı fiziksel özelliklere sahip farklı yaşlarda bir grup kadın bir araya getirilerek ürünler, farklı mecralarda tanıtılmıştır. Burada yapılmaya çalışılan farklı fiziksel özellikteki kadınların kendine güvenmelerini sağlayarak onları güçlendirmenin yanı sıra bütün bu kadınları kendilerine hitap eden bir piyasanın biricik tüketicisine dönüştürmektir. Diğer bir örnek ise, P&G grubunun parçası olan Always firması tarafından gerçekleştirilen büyük bir bölümü sosyal medya üzerinden yürütülen "Like A Girl" kampanyasıdır. Hazırlanan reklam filminde alışıldığın aksine sunulan ürünün yararlarının ve benzerlerinden farklılıklarının gösterilmesinin yerine kamu spotlarını anımsatan bir tavırla kız gibi yapmak deyiminin kazanmış olduğu olumsuz anlam değiştirilmeye çalışılmaktadır. Tırmanma, koşma, atış gibi eylemlerin kadınlar tarafından da yapılabileceğini kanıtlamak paylaşımların odağındaki bireyleri kız gibi olmanın kötü ve gülünç bir şey olmadığını üzerine düşündürmektedir. Nike Women'in 2017 yılında Türkiye'de "Bizi Böyle Bilin" sloganıyla çektiği reklam filmi profesyonel ve amatör sporcu kadınları buluşturan başarılı bir femvertising örneği sunmaktadır. Reklam filmi kadının kibar, kırılğan ve güçsüz olduğu önyargılarını kırarak yerine erkeklerin alanı sayılan konularda başarılı ve güçlü olan bir kadın imajını yerleştirmeyi amaçlamaktadır.

L'Oréal Paris tarafından 10 yıldır sürdürülen "Women of Worth" programı dünyayı değiştirmek ve fark yaratmak için çalışan kadınları ödüllendirme ve çalışmalarını destekleme amacı gütmektedir. "Çünkü siz buna değersiniz." sloganı ile tanıdığımız güzellik markası, program çerçevesinde gerçekleştirilen projelerle kadınları destekliyor ve onlara ilham veriyor. Google için hazırlanan "Made With Code" kampanyası kız çocukların teknolojiye olan ilgilerini artırmayı ve teknoloji alanındaki kadın-erkek arasındaki farkı ortadan kaldırmayı hedefliyor. Teknoloji alanında çalışanların çok büyük bir kesimini erkeklerin oluşturmasından yola çıkan Google, yapılan projelerle kız çocuklara kod öğretmek neler yapabileceklerini göstererek, onlara özgüven kazandırmaya çalışıyor.

2. Erkek imajının maço göstergeler yerine daha farklı unsurlara dayandıran erkek markalarının artmasıdır. Diğer bir deyişle, ataerkil toplum kodlarına dayanan erkek imajının değişen toplumsal hayat paralelinde yeniliklere ihtiyaç duyması sebebiyle markalar yeni erkek imajı oluşturma çabalarına girmek zorunda kalmışlardır. Erkek bakım markası Axe, kullanıcılarını yanlış veya doğru erkek tanımının olmadığı, etiketlenmenin, kalıpların, sınırlamaların yaşanmadığı bir dünyaya davet etmek, erkek adam" klişelerini yıkmak için "Erkekler de Ağlar" müzik videosunu hazırlamıştır. Bosch ise, kadının ev işi yaptığı-erkeğin çalışıp eve para getirdiği klasikleşmiş toplumsal cinsiyet rollerini yıkan bir ütü reklamı yayınlamıştır. 3 çocuklu bir ailenin anlatıldığı reklam filminde, kızların gösteri kıyafetlerini ütüleyen, çocuk bakımını üstlenen kişi alışılmadık bir şekilde hep evin babası olarak karşımıza çıkmaktadır. Pazar günü öğleden sonra futbol izlemek gibi "tipik bir erkek aktivitesi" yerini artık Barbie oynamaya bırakmıştır. Globalde #DadsWhoPlayBarbie hashtag'ıyla yayınlanan reklam filminde kız çocukları bebekleriyle doktor, astronot gibi birçok farklı meslek ve role bürünmektedir. Normalde "erkeksi" aktivitelerde bulunan babalar ise bu durumdan hiç şikayetçi değildir. Aksine, kızıyla oyuncak bebek oynayan bir baba bundan son derece mutlu olduğunu, ayrıca kızını mutlu etmek için her şeyi yapabileceğini belirtmektedir.

3. Son olarak ise kadınların demir gibi güçlü gösterilerek erkeklerle eşit olduğuna dayanan pazarlama stratejileri ve erkeklerin evcil hayvan severken gösterildiği maço oluştuktan uzak kampanyaların yerine, bütün bu cinsiyet yaklaşımlarının ortadan kalktığı, cinsiyetsiz pazarlama kavramının ortaya çıkışıdır. Aslında 1994 yılında 'ck One' ve 2016'da 'ck2' parfümleri ile ilk uniseks parfümleri çıkaran Calvin Klein bu alanda öncü markadır. Ardından Kenzo Totem isimli uniseks parfüm çıkarmış ve Armani de her iki cinsin kullanabileceği dudak bakım kremi çıkarmıştır. Moda dünyasında Zara, American Apparel, Gap, Diesel, Guess, Gucci, Marc Jacobs, Hermès gibi markalar öncü davranarak cinsiyet farklılıklarını azaltan cinsiyetsiz koleksiyonlar üretmeye başlamışlardır. Selfridges cinsiyetsiz bir pop-up mağaza açarak tüketicilerin kendilerini nasıl ifade etmek istediklerine göre alışveriş yapmalarına olanak tanıyarak kişiliklerin cinsiyeti oluşturduğuna vurgu yapmıştır (Monllos, 2016).

Oyuncak markaları pembe ve mavi ayırımını ortadan kaldırarak cinsiyetsiz pazarlama kavramını uygulamaktalar. Geçmişte oyuncak bebek, çocuk mutfak setleri, güzellik ürünleri hep kız çocuklar için ve pembe olarak satılmakta; öte yandan legolar, arabalar, tamirat aletleri ise erkek çocukların ilgisini çekecek şekilde mavi olarak satılmaktaydı. Bu ayırım Target marketlerinin oyuncak reyonlarında pembe ve mavi rengi kaldırmasıyla değişmeye başlamıştır. Yıllarca kadın bedeninin idealize edilmesi gerekliliğini, kız çocuklarının yetişmesini etkilemekle suçlanan Mattel şirketi 2015'te Moschino ile birlikte gerçekleştirdikleri reklam kampanyasında erkeklerin de Barbie ile oynayabileceğini göstermiştir. Büyüme çağındaki kız ve erkek çocukların öğrenme ve yaratıcılık yetenekleri aynıdır. Erkek çocuklar bebek evlerini uzay gemilerine oranla daha insancıl bulurken; kız çocuklar da uzay gemilerini bebek evlerine göre daha yaratıcı bulmaktadır.

Bu gelişmeler Target ve Toys “R” Us gibi oyuncak markalarını de etkisi altına almış ve bu mağazaların reyonlarında cinsiyetçi etiketler ve renkler kaldırılmıştır. Artık Iron Man olmak isteyen kız çocukları ve Easy Bake ile oynamak isteyen erkek çocukları bulunmaktadır. Hasbro Easy Bake fırın oyuncuğu için daha cinsiyetsiz bir tasarım ve ambalaj kullanmaktadır. Departmanlı mağaza John Lewis ise çocuk bölümünde bütün cinsiyetçi etiketleri kaldırmıştır. İsveçli moda markası Åhléns, Kıyafetin Gücünü Kırm kampanyasıyla insanlara “cinsiyete uymadan” giyinmek için ilham vermek adına kadın kıyafetlerini erkek modellere, erkek kıyafetlerini de kadın modellere tanıtım yaptırmıştır (Kollo, 2016). CoverGirl makyaj markası da cinsiyet akışkan alanda olduğunu vurgulamak için marka yüzü olarak James Charles isimli erkek fenomeni seçmiştir. Bunu Maybelline, Milk Makeup ve Anastasia Beverly Hills gibi markalar takip etmiştir. Pharrell Williams, Chanel’in yeni Gabrielle çanta kampanyasında rol alarak, bunu yapan ilk erkek olmuştur (Rodulfo, 2017). Aktör Will Smith’in oğlu Jaden Smith ise 3 bayan modelle birlikte siyah etek giyerek yeni sezon kadın koleksiyonunun tanıtımını yapmıştır.

Sonuç

Gerek kadınlar gerekse erkekler, bu toplum yapısına bağlı olan toplumsal cinsiyet rollerini benimseyerek, sistemin bir parçası haline dönüşmüş ve eril ideolojinin etkin birer taşıyıcısı ve aktarıcısı konuma gelmiştir. Özellikle toplumda kadına yüklenen roller belli stereotiplerin oluşmasına neden olmuştur.

Ancak, günümüzde pazarlamacılar güçlü markalar yaratmak adına, iletişim stratejilerinde cinsiyete dayalı kalıplar yerine cinsiyetsiz kalıplara doğru eğilim göstermek durumundadırlar. Cinsiyetsiz pazarlama kadının kadın gibi erkeğin de erkek gibi gözükmek zorunda olmamasına dayanan bir stratejidir. Yeni jenerasyonun tüketim alışkanlıkları, cinsiyetçi kalıpların dışına çıkma isteği markaları buna zorunlu kılmıştır. Onların markalardan beklentileri toplum tarafından standardize edilmiş roller yerine, kendilerini ifade edebildikleri rollerden oluşmaktadır. Ayrıca, bölümlendirme ve marka kişiliği kavramları da ağırlıklı olarak cinsiyet üzerinden yapıldığından, şimdi bu teoriler de tekrardan şekillendirilmelidir (Sultana ve Shahriar, 2017, s. 77).

Sonuç olarak, yeni toplumsal hareketlerin etkisiyle artık kimlikler karşı karşıya değil pazarda bir arada bulunmaktadır. Kadın ve erkek tasarım figürlerinin birbirine karıştığı bu dönemde, cinsiyet akışkanlığı denilen, bireyin kendini bir cinsiyete ait hissetmeme durumuna verilen isim, bireyin cinsel yöneliminden çok, cinsel kimliğiyle alakalıdır. Zaten mevcut bütün kimlikleri simgeleyen ürünler piyasa da mevcuttur. Bireyler satın aldıkları ürünlerle o kimliğin görünürlüğünü elde etmekte ve yarattığı imgelem dünyasının içine girmektedir.

Kaynakça

- Aydın, B. ve Kavuncu, A. N. (1991). Farklı Sosyo - Ekonomik Düzeylerdeki Lise Öğrencilerinde Cinsiyet Rollerinin Araştırılması. *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi* , 1 (2)(ss. 53 – 65).
- Bassett, M. (2009). Masculinity in Magazine Advertisements: Is it in the Eye of the Beholder? Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,, The University of Alabama, Tuscaloosa, USA.
- Batı, U. (2013). *Reklamın Dili*, 3. Basım, İstanbul: Alfa Basım Yayım.
- BBC Newsbeat. (2017). Emma Watson Wins First Gender-Neutral MTV TV & Movie Award for Beauty & the Beast, BBC. <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/39841483/emma-watson-wins-first-genderneutral-mtv-tv--movie-award-for-beauty--the-beast>. Erişim Tarihi: 12.02.2019.
- Belous, C. K. ve Bauman, M. L. (2016). What’s in a Name? Exploring Pansexuality Online, *Journal of Bisexuality*, [e-journal]ss.1–15. <http://www.tandfonline.com/ludwig.lub.lu.se/doi/abs/10.1080/15299716.2016.1224212>. Erişim Tarihi: 10.02.2019.
- Bem, S. L. (1974). The Measurement of Psychological Androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42 (ss.155–162).
- Bem, S. L. (1975). Sex Role Adaptability: One Consequence of Psychological Androgyny. *Journal of Personality and Social Psychology*. 31(4) (ss.634-643).
- Bem, S.L. (1985). Androgyny and Gender Schema Theory: A Conceptual and Empirical Integration. *Nebraska Symposium on Motivation*, 32 (ss.179- 226).
- Chira, S. (2017). Gender Fluidity on the Runways. *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2017/02/15/fashion/gender-fluidity-newyork-fashion-week.html>, Erişim Tarihi: 15.02.2019.
- Cohan, J.A. (2001). Towards a New Paradigm in the Ethics of Women’s Advertising. *Journal of Business Ethics*. Vol.33: 4 (ss.323-337).
- Costa, J.A. (1994). *Gender Issues and Consumer Behavior*. London: Thousand Oaks.
- Fugate, D. L. ve Phillips, J. (2010). Product Gender Perceptions and Antecedents of Product Gender Congruence, *Journal of Consumer Marketing*, [e-journal] vol. 27, no. 3 (ss.251– 261).
- Giddens, A. (2006). *Sociology* (5. baskı). Cambridge: Polity Press.
- Girginer, U. H. (1994). *Türk Toplumunda Cinsiyet Rollerini Algısı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Görmüş, A.vd. (2013). İşletme Bölümü Öğrencilerinin İletişim Becerilerinin Cinsiyet Rollerine Bağlamında İncelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*. 15 (1) (ss.109 – 128).
- Grohmann, B. (2008), 'Gender Dimensions of Brand Personality'. *Journal of Marketing Research*, vol. XLV (1-59).
- Hupfer, M. (2002). Communicating with the agentic woman and the communal man: are stereotypic advertising appeals still relevant? *Acamedy of Marketing Science Review*, 2002 (3)(ss.1-15).
<https://www.instantgrass.com/wp-content/uploads/2016/06/Gender-Neutral-Marketing-REPORT.pdf>
- Kasriel-Alexander, D. (2016). Top 10 Global Consumer Trends for 2016, Euromonitor International, http://go.euromonitor.com/rs/805-KOK719/images/WP_Top-10-GCT-2016_1.3-0116.pdf, Erişim Tarihi: 27.02.2019.
- Kaygan, P. (2017). Tasarım, Pazarlama ve Ürünlerde Toplumsal Cinsiyet Kaygan, Maksder Aktüel, https://www.researchgate.net/profile/Pinar_Kaygan/publication/324496361_Tasarim_Pazarlama_ve_Urunlerde_Toplumsal_Cinsiyet/links/5ad0629baca2723a3346bc10/Tasarim-Pazarlama-ve-Ueruenlerde-Toplumsal-Cinsiyet.pdf?origin=publication_detail, Erişim Tarihi: 15.02.2019.
- Kollo. (2016). Breaking Boundaries. <http://www.kollo.se/en/kunder/ahllens/breaking-boundaries>. Erişim Tarihi: 06.02.2019.
- Meyers, L. J. (1988). Influence of Sex Roles on Judgement. *Journal of Consumer Research*, 14 (522–530).
- Plakoyiannaki, E.vd. (2008). Images of Women in Online Advertisements of Global Products: Does Sexism Exist? *Journal of Business Ethics*. Vol. 83, No. 1 (ss.101-112). Springer Stable.
- Monllos, K. (2016). Brands Are Throwing Out Gender Norms to Reflect a More Fluid World., Adweek, [e-journal] s.1.<http://ludwig.lub.lu.se/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=118987740&site=eds-live&scope=site>. Erişim Tarihi:05.02.2019.
- Putrevu, S. (2004). Communicating with sexes: male and female responses to print advertisements. *Journal of Advertising*. 33(3)(ss.51-62).
- Ramkissoon, H. ve Nunkoo, R. (2012). More than Just Biological Sex Differences: Examining the Structural Relationship Between Gender Identity and Information Search Behavior. *Journal of Hospitality & Tourism Research* , 36 (2) (ss.191-215).
- Reichert, T. (2004). *Reklamcılığın Erotik Tarihi*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Ricciardelli, R.vd. (2010). Investigating Hegemonic Masculinity: Portrayals of Masculinity in Men's Lifestyle Magazines. *Sex Roles*. 63 (ss.64-78).
- Rohlinger, D. A. (2002). Eroticizing Men: Cultural Influences on Advertising and Male Objectification. *Sex Roles*, 46 (3-4) 61-74.
- Schertzer, S. M. B. vd. (2008). A cross-cultural validation of a gender role identity scale in marketing, *International Marketing Review*, 25(3) (ss.312-323).
- Seden Meral, P. (2011). Erkek hegemonyasının (yeniden) üretimi: Dergi reklamlarında hegemonik erkekliğin temsili. içinde İ. Erdoğan (Ed.), *Medyada hegemonik erkeklik ve temsil* (ss. 297-323). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Snyder, B. (2015). LGBT Advertising: How Brands Are Taking a Stance on Issues, Think with Google, <https://www.thinkwithgoogle.com/articles/lgbtadvertising-brands-taking-stance-on-issues.html>.Erişim Tarihi:12.02.2019.
- Sultana, N. ve Shahriar, H. (2017). Understanding the Impact of Gender Neutral Communication on Brand Image Trend or Tool?. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Lund University School of Economics & Management. <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=8916522&fileId=8916539>.Erişim Tarihi: 01.02.2019.
- Uluocak, Ş. ve Aslan C. (2011). *Kadın bakış açısından toplumsal cinsiyet rolleri*. İstanbul: Oktay Matbaacılık.
- Uncu, G. (2018). Reklamda kusursuzluğa dayalı kadın imgesi: Neden o'nun gibi görünmüyorum? Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi. Yıl: 6, Sayı: 76 (ss.402-423).
- Tosun Babür N. (2006). Reklam aracı olarak kadın. *Kadın Çalışmaları Dergisi*. 1 (1), (ss. 16-22).
- Twenge, J. M. (1997). Changes in masculine and feminine traits over time: A meta analysis, *Sex Roles*, 36(5-6)(ss.305-325).
- Yeniçeri, T. ve Özal, H. (2016). Tüketici karar verme tarzlarının cinsiyet kimliğine göre incelenmesi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 18 (ss.135-168).
- Zeyneloğlu, S. ve Kısa, S. (2012). Toplumsal Cinsiyet Bakış Açısıyla Türk ve Dünya Kadınlarının Sosyal Statüsü, Sağlık ve Toplum. 22,1, <http://ssyv.org.tr/wp-admin/uploader/std2012-1/2.pdf> . Erişim Tarihi: 05.02.2019.

PERCEPTIONS TOWARDS FEMALE PILOT CANDIDATES IN TURKEY

Mehmet YÖNT
Anadolu University
myont@anadolu.edu.tr

Erol KARACA
Anadolu University
erolkaraca@anadolu.edu.tr

Nuray GÖKÇEK KARACA
ngokcek@anadolu.edu.tr,
Anadolu University

Abstract

Aviation is an important sector primarily preferred by women labor force. The primary aim of this study was to develop an instrument to assess female and male pilot candidates' perceptions regarding gender-related pilot behaviours and to determine the main and interaction effects of demographical variables on the perceptions held by pilot candidates. This research was carried out with 100 pilot candidates attending Faculty of Aeronautics and Astronautics in Eskişehir Technical University, in Eskişehir. The data was collected through an "Aviation Gender Attitude Questionnaire" (AGAQ) developed by Wilson (2005). These data were analyzed with Second Order Confirmatory Factor Analysis by using the statistical package, SPSS. Findings from the study revealed that the scale was valid and reliable. The results of the study indicated that gender is the primary independent variable that has a significant effect ($p < 0.001$) on pilot candidates' perceptions and attitudes towards female pilots.

Key Words: *Female Pilot, Male Pilot, Gender in Aviation, Gender Inequality in Aviation, Attitudes towards Female Pilot.*

TÜRKİYE'DE KADIN PİLOT ADAYLARINA YÖNELİK TUTUMLAR VE ALGILAR

Özet

Havacılık, kadın işgücünün öncelikli olarak tercih ettiği önemli bir sektördür. Bu çalışmanın temel amacı, kadın ve erkek pilot adaylarının pilot davranışlarıyla ilgili toplumsal cinsiyet algılarını değerlendirmek ve demografik değişkenlerin pilot adaylarının algıları üzerindeki temel etkilerini belirlemek için bir araç geliştirmektir. Bu araştırma Eskişehir Teknik Üniversitesi Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi'ne devam eden 95 pilot adayı ile gerçekleştirildi. Veriler, Wilson (2004) tarafından geliştirilen "Havacılık Cinsiyet Tutumu Anketi" (AGAQ) aracılığıyla toplanmıştır. Bu veriler, SPSS istatistik paketi kullanılarak İkinci Mertebeden Doğrulamalı Faktör Analizi ile analiz edildi. Araştırmadan elde edilen bulgular ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma sonuçları, cinsiyetin pilot adaylarının kadın pilotlara yönelik algı ve tutumları üzerinde önemli etkiye sahip birincil bağımsız değişken olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Sözcükler: Kadın Pilot, Erkek Pilot, Havacılıkta Toplumsal Cinsiyet, Havacılıkta Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği, Kadın Pilotun Tutumları.

1. Giriş

Dünyada ve Türkiye'de havayollarının personel dağılımları incelendiğinde, çok ciddi boyutlarda bir toplumsal cinsiyet eşitsizliği mevcuttur. Nitekim Uluslararası Kadın Havayolu Pilotları Derneği verilerine göre dünyadaki tüm havayolu şirketlerinde, kadın pilotların sayısının %3-6 arasında değişen bir oranda birbirine çok yakın oluşu bu durumu kanıtlar niteliktedir. Yine Uluslararası Kadın Havayolu Pilotları Birliği tarafından yapılan bir çalışmada 34 büyük havayolunun kadrosunda yaklaşık 60.000 pilotun sadece %5.18'inin (7.409) kadın saptanmıştır. Benzer şekilde Amerikan Federal Havacılık İdaresi de ABD'deki tüm havayolu pilotlarının %4.36'sının kadın olduğunu ifade etmektedir. Söz konusu benzerlik Türkiye açısından da söz konusudur. Nitekim THY bünyesinde görev yapan 4514 pilotun sadece 156'sı kadındır (Boarding Info, 2019). Ayrıca kadın pilot sayısının da istenen düzeyde bir artış görülmemektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında, hiç kuşkusuz Dünyada ve Türkiye'de pilotluk mesleğinin erkeklere özgü bir meslek olduğu yönünde bir görüşün hâkim oluşu önemli bir etkidir. Ancak toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yaşandığı tüm alanlarda olduğu gibi istihdam alanında havacılık sektöründe yaşanan bu eşitsizliği, toplumsal işbölümü ve ataerki üzerinden açıklayabilmek mümkündür (Bhasin ve Khan, 2003).

Bu çalışmanın temel amacı, pilotluk mesleğinin gerektirdiği öğrenme yeteneği ve hızı, pilotluk becerileri, liderlik ve karar alma, genel önyargılar ve klişeler bağlamında kadın pilotların mesleğe uygunluğuna yönelik pilot adaylarının toplumsal cinsiyet algılarını saptamaktır. Bu genel amaca uygun olarak çalışmada, pilotların

meslekleriyle ve cinsiyet rolleriyle kurdukları ilişki ile kadın ve erkek pilot adaylarının pilotluğu seçme sebepleri, toplumsal cinsiyet rollerinin bu mesleği seçimleri üzerindeki etkisi de inceleme konusu yapılacaktır.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Pilot adaylarının pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algılarını etkileyen nedenlerin ve bu nedenlerin demografik ve mesleki değişkenlere bağlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığının saptanmasına yönelik bu araştırma, karşılaştırmalı türden ilişkisel tarama modelindedir (Karasar, 2000).

2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Eskişehir Teknik Üniversitesi Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi Pilotaj bölümüne devam eden 63 öğrenci ve yine aynı Fakülte'de pilotaj eğitimi alan 21 THY ikinci pilot adayı ile bu öğrencilere pilotaj eğitimi veren 11 pilottan oluşan toplam 95 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırma verilerine göre 95 katılımcının sadece 5'i kadın olup, kadınların hepsi de pilot adaydır. Katılımcıların yaşları pilot adayı ve pilot olma durumlarına göre değişiklik göstermekte olup, öğrenci pilot adaylarının yaşları 18-25; eğitim alan THY ikinci pilot adaylarının yaşları 24-31 ve pilotların yaşları 35-60 yaş aralığındadır.

2.3. Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanmasında Wilson (2005) tarafından geliştirilen "Havacılık Cinsiyet Tutumu Anketi" (HCTA) kullanılmıştır. Ölçek iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgileri saptamaya yönelik 17 soru, ikinci bölümde ise pilotluk mesleğine ilişkin toplumsal cinsiyet algısı hakkında 60 soru yer almaktadır.

HCTA, çalışma grubundaki HCTA, Eskişehir Teknik Üniversitesi Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi Pilotaj bölümüne devam eden 63 öğrenci ve yine aynı Fakülte'de pilotaj eğitimi alan 21 THY ikinci pilot adayı ile bu öğrencilere pilotaj eğitimi veren 11 pilottan oluşan toplam 95 katılımcıya 2018-2019 öğretim yılı güz döneminde 1 haftalık bir süre içinde uygulanmıştır. Çalışmanın amacı katılımcılara açıklanmış ve yönergeleri okumaları gerektiği belirtilmiştir. Katılımcılar anketi bağımsız bir şekilde yaklaşık olarak 30 dakika içinde tamamlamışlardır. Araştırmada, algı maddelerine verilecek tepkiler için 5'li dereceleme tercih edilmiştir. Cevaplayıcılardan ölçeğe yer alan her bir tutum ifadesini "kesinlikle katılmıyorum – katılmıyorum – kararsızım – katılıyorum - kesinlikle katılıyorum" gibi beş kategoriden biriyle sınıflaması istenmiştir. Her cevaplayıcı için toplam puanın elde edilebilmesi için, en olumlu kategoriye 5 puan, en olumsuz kategoriye 1 puan verilerek toplanan cevaplar 1-5 arasında puanlanmıştır (Turgut, 1977: 10, 11).

2.4. Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

HCTA uygulanarak katılımcılardan elde edilen veriler üzerinde, ölçeği oluşturan her bir maddenin madde-toplam korelasyonları (MTK) hesaplanmıştır. Ölçekte yer alacak maddelerin seçiminde MTK katsayısının .20 değerinin üzerinde olması ölçütü esas alınmıştır (Tavşancıl ve Keser, 2002: 87). Bu ölçüte göre, MTK katsayısı .20'nin altında olan 3., 5., 9., 11., 18., 20., 22., 24., 29., 37., 39., 45., 49., 51., 56. ve 58. maddeler ölçekten çıkartılmış ve kalan maddelerin MTK katsayısının .23 ile .85 arasında değiştiği saptanmıştır. Tüm ölçeğin güvenirlilik katsayısı Cronbach α =.94 olarak bulunmuştur. Bu değerler, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Uygulama sonrası, ölçeğin yapı geçerliğini test etmek için, analize dâhil edilen 95 katılımcıdan elde edilen veriye açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, ölçme aracının yapısını aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya toplayarak ölçmeyi az sayıda faktör ile açıklamayı amaçlayan bir istatistiksel tekniktir (Büyüköztürk, 2002: 117; Balci, 1997: 298; Baykul, 2000: 389). Faktör analizinde, çalışılan grubun büyüklüğüne göre maddelerin faktör yüklerinin en az .58 ve tek faktör altında yer alması (maddenin iki ayrı faktör altında yüksek faktör yükü alması durumunda farkın en az .10 olması) ölçütleri (Büyüköztürk, 2002: 118, 119) esas alınmıştır.

Temel Bileşenler Analizinde (TBA) Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri kabul edilebilir sınır olan .50'nin üzerinde .90 olarak bulunmuştur. KMO testinin amacı, kısmi korelasyonların küçük olup olmadığını, dağılımın faktör analizi için yeterli olup olmadığını, başka bir deyişle örneklem büyüklüğünün faktörleştirmeye uygunluğunu test etmektir. KMO değerinin .90 olması dağılımın ya da örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir (Atan, Özgür, & Güler, 2003; University of New Castle upon Tyne, 2005). Parametrik yöntemlerin kullanılabilmesi ölçülen özelliğin evrende normal dağılıma sahip olmasına bağlıdır. Verilerin normal dağılıma

sahip olup olmadığını test etmek için Barlett Sphericity Testi tekniğinden yararlanılmıştır. Barlett testi sonucunda elde edilen ki-kare değerinin. 05'ten küçük olması ($\chi^2(946)=3362.906$, $p<.01$) verilerin normal dağılıma sahip olduğunu ve faktör analizinin değişkenler için uygun olduğunu gösterme

TBA uygulanan 44 madde öz değeri 1.00'dan büyük olan 8 faktör altında toplanmaktadır. Dolayısıyla HCTA en çok 8 faktörlü kabul edilebilir. TBA uygulanan 44 maddeden faktör yükü düşük olan 25., 36., 40., 42., 46., 53., 57., 59. ve 60. maddeler ölçekten çıkartılmış ve ölçek ve 5 faktörlü bir ölçeğe dönüşmüştür.

HCTA 5 faktörlü olduğu için, faktörlerin kendileriyle yüksek ilişki veren maddeleri bulmaları ve daha kolay yorumlanabilmeleri amacıyla varimax tekniği uygulanarak rotasyon işlemi yapılmıştır (Büyüköztürk, 2002: 120). Varimax rotasyon işlemi sonrası iki ayrı faktör altında yüksek faktör yük değeri alan 10., 15., +9., 23., 31., 32., 34., 35., 38., 44. ve 55. maddeler ölçekten çıkarılmış ve 24 maddeden oluşan 3 faktörlü bir ölçek elde edilmiştir. HCTA'nın faktör yapılarını incelemek amacıyla uygulanan varimax rotasyon sonucu ölçekteki maddelerin MTK katsayıları, TBA sonuçları ve 3 faktördeki yük değerleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Madde ve Faktör Analizi Sonuçları

Sıra No	Madde No	Madde-Toplam Korelasyonu	Faktör Ortak Varyansı	Faktör-1 Yük Değeri	Rotasyon Sonrası Yük Değeri		
					Faktör-1	Faktör-2	Faktör-3
1	M1	.56	.64	.59	.28	.08	.74
2	M2	.58	.76	.61	.13	.23	.83
3	M4	.65	.70	.69	.15	.48	.67
4	M6	.55	.52	.59	.15	.35	.61
5	M7	.70	.57	.73	.39	.56	.33
6	M8	.85	.80	.87	.51	.41	.61
7	M12	.78	.71	.81	.46	.65	.29
8	M13	.62	.54	.65	.68	.14	.23
9	M14	.60	.62	.64	.21	.74	.18
10	M16	.69	.62	.72	.39	.29	.62
11	M17	.65	.69	.70	.17	.72	.37
12	M21	.75	.71	.77	.76	.34	.14
13	M26	.67	.62	.70	.74	.22	.17
14	M27	.81	.79	.84	.45	.71	.30
15	M28	.65	.65	.68	.76	.25	.06
16	M30	.81	.71	.82	.65	.32	.43
17	M33	.58	.48	.61	.60	.06	.35
18	M41	.70	.68	.72	.77	.14	.25
19	M43	.74	.65	.77	.69	.36	.21
20	M47	.58	.61	.62	.20	.75	.14
21	M48	.77	.66	.80	.59	.48	.28
22	M50	.71	.70	.73	.79	.21	.16
23	M52	.62	.64	.66	.24	.74	.18
24	M55	.61	.49	.64	.62	.30	.12

Açıklanan Varyans

Toplam = % 64.70

Faktör-1 = % 50.67

Faktör-2 = % 8.34

Faktör-3 = % 5.69

Cronbach α = .96

Bu değerler ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunun bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

3. Araştırma Bulguları

3.1. Katılımcıların Pilotluk Mesleğine Yönelik Toplumsal Cinsiyet Algıları

Katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algılarına ait betimsel istatistikler ise, Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Toplumsal Cinsiyet Algı Düzeyleri

Katılımcıların Toplumsal Cinsiyet Algı Düzeyleri	Genel	
	Ort.	Mod
1. Pilot eğitimi sırasında, kadınlar uçağın mekanik çalışmalarını anlamakta zorlanırlar.	4.00	5.00
2. Kadın pilotlar, kazalara erkek pilotlardan daha eğilimlidir.	5.00	5.00
3. Erkek pilotlar, kazalara kadın pilotlardan daha az eğilimlidir.	4.00	5.00
4. Erkek pilotlar uçmayı öğrenirken kadın pilotlardan daha az hata yaparlar	4.00	5.00
5. Erkek pilotlar, kadın pilotlardan daha güçlü bir iç yön duygusuna sahiptir.	4.00	5.00
6. Kadın pilotlar, genellikle acil durumlarda karar vermede zorlanırlar.	4.00	5.00
7. Erkek pilotlar, kadın pilotlara göre uçuş koşullarında uçuştan daha 'sorumlu olma' eğilimindedir.	4.00	5.00
8. Kadın pilotlar işte / bir uçuş sırasında duygusal olabilir.	3.00	2.00
9. Kadın uçuş öğrencileri uçuş okulunu tamamlama eğilimleri erkek uçuş öğrencilerden daha düşüktür	5.00	5.00
10. Kadın pilotlarla ilgili kazaların kesin nedeni karar almadaki zayıflıktır.	5.00	5.00
11. Pilotun erkek olması durumunda, kendimi her zaman kadın bir pilotla uçuşta hissedebileceğimden çok daha fazla güvende hissedirim.	5.00	5.00
12. Erkek pilotlar, uçuş sırasında kadın pilotlardan daha az gergindir.	4.00	4.00
13. Uçuş okulunda kadın pilotlar, iniş ışıklarını yakmak gibi küçük şeyler hakkında erkek pilotlardan daha fazla endişelenme eğilimindedirler.	4.00	4.00
14. Erkek pilotlar, pilotluk yaparken kadın pilotlardan daha az hata yaparlar.	4.00	4.00
15. Erkek pilotlar daha rahat görünmesine rağmen kadın pilotlar her zaman savunmacı bir yönetim tarzı benimseme eğilimindedir.	4.00	4.00
16. Kadın pilotla, uçarken önemsiz şeyler hakkında çok fazla endişe etme eğilimindedir.	4.00	5.00
17. Erkek pilotlar, kadın pilotlardan daha iddialı olma eğilimindedir.	3.00	2.00
18. Erkek uçuş öğrencileri, duraklama prosedürlerini öğrenme konusunda kız öğrencilere göre daha az korkma eğilimindedir.	3.00	3.00
19. Erkek pilotlar, karar vermede kadın pilotlardan daha rasyonel olma eğilimindedir.	4.00	4.00
20. Kadın uçuş öğrencileri, telsiz iletişim prosedürlerini öğrenmede erkek uçuş öğrencilerinden daha fazla zorluk yaşama eğilimindedir.	4.00	4.00
21. Belirli bir durumda, erkek pilotlar genellikle karar vermeyi kadın pilotlardan daha hızlı yapacaktır.	4.00	5.00
22. Kadın uçuş öğrencileri, uçmayı ilk öğrenirken erkek uçuş öğrencilerinin yapabildiğinden çok daha fazla kendilerini korkutuyor olabilirler.	3.00	2.00
23. Kadın pilotlar çoğu zaman çok ekipli bir uçuş pilotluğu yapmak için gereken liderlik yeteneğinden yoksundur	4.00	5.00
24. Kadın pilotlar çoğu zaman pilot uçağında fiziksel kısıtlamalar yaşar; örneğin, dümenlere ulaşamazlar.	4.00	4.00

Tablo 2’de görülebileceği üzere, katılımcıların en çok katıldıkları ifade “Kadın uçuş öğrencileri uçuş okulunu tamamlama eğilimleri erkek uçuş öğrencilerden daha düşüktür” iken, en az katıldıkları ifade ise “Erkek pilotlar, kadın pilotlardan daha iddialı olma eğilimindedir” dur. Bu sonuç, çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğu katılımcıların pilotluk mesleğinin erkeklere özgü bir meslek olarak algılamadıklarını ancak kadınların kendilerinin pilotluk mesleğini kendilerine uygun bulmadıklarını ima etmeye çalıştıklarını ortaya koymaktadır.

3.2. Katılımcıların Pilotluk Mesleğine Yönelik Toplumsal Cinsiyet Algılarının Çeşitli Değişkenler Bakımından Farklaşıp Farklaşmadığı

Araştırmanın bu kısmında, araştırma kapsamındaki katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algılarının cinsiyet, yaş, medeni durum, pilotluk mesleğini tercih nedenleri, pilotluk mesleğinin kişilik yapısına

uygunluğu, mesleki memnuniyet ve mezun olunan lise değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediği saptanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan ilişkisiz t-testi ve varyans analizi sonuçları, katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algılarının sadece mezun olunan lise değişkeni bakımından farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur.

Araştırma kapsamındaki katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algı düzeylerinin mezun olunan lise türüne göre analizi Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Araştırma Kapsamındaki Katılımcıların Pilotluk Mesleğine Yönelik Toplumsal Cinsiyet Algılarının Mezun Olunan Lise Türüne Göre Analizi

Mezun Olunan Lise	N	$\bar{X}$	S
1) Fen Lisesi	20	210.35	25.23
2) Anadolu Öğretmen Lisesi	8	191.13	30.47
3) Anadolu Lisesi	53	210.74	23.16
4) Anadolu Teknik Lisesi	5	209.80	32.19
5) Açık Öğretim Lisesi	2	172.00	5.66
6) Temel Lise	7	212.29	26.61
Toplam	95	210.14	25.78

Tablo 3'te görüldüğü gibi, mezun olunan lise türlerine göre katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algı düzeylerine ilişkin puan ortalamaları arasında temel lise mezunu olan katılımcılar en yüksek ortalamaya ($\bar{X}=212.29$), açık öğretim lisesi mezunu katılımcılar ise en düşük ortalamaya ($\bar{X}=172.00$) sahiptir. Mezun olunan lise türlerine göre katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algı puanları arasında fark olup olmadığını saptamak üzere yapılan bir boyutlu varyans analizi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Pilotluk Mesleğine Yönelik Toplumsal Cinsiyet Algı Düzeylerinin Mezun Olunan Lise Türlerine Göre Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Manidar Fark
Gruplararası	7549.98	5	1510.00	2.448	.040	1-2, 1-5, 2-3, 3-5, 5-6
Gruplarıçi	54905.96	89	616.92			
Toplam	62455.94	94				

Varyansların homojenliği için Levene Testi $F=.685$; $sd=5, 89$; $p=.636$

Tablo 4'te görüldüğü gibi, mezun olunan lise türüne göre katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algı puanları ortalamaları arasındaki farkın manidarlığını test etmek için yapılan varyans analizi sonucunda F değeri manidar bulunmuştur ($F_{(5-89)}=2.448$, $p<.05$). Bu bulgu, katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algı puanları arasında fark vardır. Başka bir deyişle katılımcıların pilotluk mesleğine yönelik toplumsal cinsiyet algı düzeyleri mezun oldukları lise türlerine bağlı olarak değişmektedir. Mezun olunan lise türlerine göre görülen bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğu LSD Post-Hoc Çoklu Karşılaştırma Testi ile saptanmıştır. Test sonuçları söz konusu farklılıkların; fen lisesi ile Anadolu öğretmen lisesi ve açık öğretim lisesi mezunları arasında, Anadolu öğretmen lisesi ile Anadolu lisesi mezunları arasında ve açık öğretim lisesi ile Anadolu lisesi ve temel lise mezunları arasında olduğunu ortaya koymuştur.

4. Sonuç ve Öneriler

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, 24 maddeden oluşan üç faktörlü olduğu saptanan HCTA'nın çalışma grubundan elde edilen veriler için geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir.

Araştırma sonuçları, erkek pilotların kadın pilotlardan daha iddialı olma eğiliminde olmadıkları görüşüne katılma düzeylerinin düşük, buna karşın kadın uçuş öğrencilerinin uçuş okulunu tamamlama eğilimlerinin erkek uçuş öğrencilerden daha düşük olduğu görüşüne katılma düzeylerinin ise yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu çalışma grubunda yer alan ve çok büyük çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğu pilot ve pilot adaylarının pilotluk mesleğinin gerektirdiği beceriler, öğrenme yeteneği ve hızı, liderlik ve karar alma ve genel önyargılar bakımından pilotluk mesleğini erkeklere özgü bir meslek olarak gördüklerini ortaya koymaktadır.

Geliştirilen bir ölçeğin standardizasyonu açısından geçerlik ve güvenirlik çalışmalarının yinelenmesi önemlidir. Bu bağlamda araştırma kapsamında geliştirilen HCTA'nın farklı örneklem gruplarına uygulanarak geçerlik ve güvenirlik çalışmalarının yapılması yararlı olacaktır. Bu kapsamda yürütülecek çalışmaların öncelikle farklı gruplarla yürütülmesi araştırma bulgularının karşılaştırılması ve faktör yapı geçerliğinin belirlenebilmesi bakımından önemlidir. Bu bakımdan HCTA kullanılarak araştırmalar yapılmalı ve elde edilen sonuçlar bu araştırmanın sonuçları ile karşılaştırılmalıdır.

5. Kaynakça

- Atan, M., Özgür, E., & Güler, H. (2003, Nisan 16-20). Türkiye'deki İllerin Gelişmişlik Düzeylerinin Çok Değişkenli İstatistiksel Analizler ve Etkinlik Analizi İle Karşılaştırmalı Sınıflandırılması. İstatistik Mezunları Derneği'nin düzenlediği 3. İstatistik Kongresi'nde sunulan tebliğ, Belek, Antalya.
- Bhasin, K. ve Khan, N. S. (2003). *Feminizm Üzerine Bazı Sorular. Kadınlarla Dayanışma Vakfı Yayınları*, İstanbul.
- Boarding Info (2019). *Havayollarında Kaç Kadın Pilot Var?*, Web: <http://boardinginfo.com/havayollarinda-kac-kadin-pilot-var/> (Erişim Tarihi: 24.02.2019).
- Büyüköztürk, Şener (2002), *Veri Analizi El Kitabı* (1. Baskı), Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Karasar, N., (2000). Bilimsel Araştırma Yöntemi. 10. Baskı. Ankara: Nobel Yayın ve Dağıtım.
- Tavşancıl, E. ve Keser, H. (2002). İnternet Kullanımına Yönelik Likert Tipi Bir Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi, *Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 79-100.
- Turgut, M. F. (1977). *Tutumların Ölçülmesi, Eğitimde Ölçme Teknikleri Ders Notu*. No:7.
- University of New Castle upon Tyne. (2005). *Statistics support: How to perform and interpret factor analysis using SPSS*. Web :http://www.ncl.ac.uk/ucs/statistics/common/specialisttopics/factor_analysis/factoranalysis.html (Erişim Tarihi: 14.12.2005).
- Wilson, J. (2005). *Gender-Based Issues in Aviation, Attitudes Towards Female Pilots: A Cross-Cultural Analysis*, Doctorate Thesis, University of Pretoria.

PIONEERING BREAKTHROUGHS FROM OUR 4 FEMALE ARCHEOLOGISTS

Nuri Özer ERBAY
İstanbul Üniversitesi, Müzecilik
Bölümü erbay.nuriozer@gmail.com

Abstract

Archeologists who are pioneering the protection of cultural heritage which helps us learn about the history of humans are the people who tell us about our adventurous existence. Female archeologists were the one of the firsts to work with devotion on the conscious excavations which started with the declaration of the republic. Prof. Dr. Jale İnan (1914-2001) and Prof. Dr. Halet Çambel (1916-2014) who were the first female archeologists to be sent abroad to study archeology by Atatürk who has an importance on the development of Turkish archeology especially between the years of 1923-1938 with the words "I send you there as a spark, you must return to me as a flame." are in this study.

Additionally, Prof. Dr. Nimet Özgüç and Ayşe Muhibbe Darga (1921-2018) who did revolutionary works on modernising archeological practices are in this study. Pioneering works of our 4 female archeologists who took the initiative to be the first to add historical values to our country are going to be presented in this study.

To this day, uncountable amounts of female archeologists have added uncountable amounts of works to the Turkish archeological history. Also with publishing works about their excavations and giving presentations on conferences, nationally and internationally, they added many source datas to our nation's history. Female archeologists who put their hearts on the development of Turkish archeology also became examples with the scientific ways they opened to too many young people. With the excavations they have done and the artifacts they uncovered, they pioneered on the continuation of our cultural heritage.

Keywords: *female archeologists, archeology, cultural heritage, A.İnan, H.Çambel*

4 Kadın Arkeoloğumuzdan Öncü Atılımlar

Özet:

İnsanlığın geçmişini öğrenmemizi sağlayan kültürel mirasın korunmasına öncü olan arkeologlar, var oluş serüvenimizi bize anlatan kişilerdir. Cumhuriyet'in ilanı ile bilinçli kazı çalışmalarının başlamasında ilk sıralarda kadın arkeologlarımızda özveri ile görev almışlardır. Özellikle 1923-1938 yılları arasında Türk Arkeolojisi'nin gelişiminde önemli yer alan Atatürk'ün "Sizleri kıvılcım olarak gönderiyorum alev olarak döneceksiniz" sözü ile eğitim görmeleri için yurt dışına gönderdiği ilk kadın arkeoloğu olan Prof. Dr. Jale İnan (1914-2001) ile Prof. Dr. Halet Çambel (1916-2014) bu çalışmada yer almaktadır. Ayrıca gene arkeoloji çalışmalarının çağdaş boyuta taşınmasında yenilikçi çalışmalar yapan Prof. Dr. Nimet Özgüç, Ayşe Muhibbe Darga (1921-2018) da bu araştırmada yer almıştır. Bu çalışmada; geçmişe ait değerlerimizi ülkemize kazandırmada ilk olan 4 kadın arkeoloğumuzun öncü çalışmaları sunulacaktır.

Bugüne kadar sayısız kadın arkeoloğumuz, Türk Arkeoloji Tarihine sayısız eser kazandırmıştır. Ayrıca yaptıkları kazıları, çalışmalarını anlatan kitaplar çıkartarak, yurtiçi ve yurtdışında konferanslarda sunumlar ve yayınlar yaparak pek çok kaynak veriyi de Ülkemize tarihi geçmişine kazandırmışlardır. Türk arkeolojisinin gelişimine gönül veren kadın arkeologlarımızın açtıkları bilimsel yolda pek çok gence de örnek olmuşlardır. Yaptıkları kazıları, gün yüzüne çıkarttıkları eserleri ile, kültürel mirasımızın sürdürülebilir olmasında, gerçekleştirdikleri çalışmaları ile öncü olmuşlardır.

Anahtar Kelimeler: *Kadın Arkeologlar, Arkeoloji, Kültürel Miras, A.İnan, H.Çambel*

Giriş:

Arkeoloji, eski kültürleri gün yüzüne çıkaran geçmişe ışık tutan bir bilim dalıdır. Arkeoloji bilimi; insanlığın geçmişte ürettiği maddesel ürünleri araştıran, geçmiş bu günden geriye okuyarak çıkarımlarda bulunan bilim dalıdır. İnsanlığın geçmişini öğrenmemizi sağlayan kültürel mirasın korunmasına öncü olmaktadır. Türkiye topraklarındaki kazı çalışmaları, askeri, siyasi ve bilimsel amaçlar doğrultusunda 19. yy ikinci yarısında Osmanlı Devleti topraklarına, yabancıların yaptığı seyahatler ile başlamıştır. Osmanlı topraklarında 1825-1925 yılları arasında yabancı uzmanların yürüttükleri kazılar, Osmanlı topraklarındaki eski eserlerin kendi ülkelerine kaçırma çabası olarak tarihi kayıtlarda yer almıştır. Türk Arkeolojisi, Türkiye Cumhuriyeti Dönemi'nde Mustafa Kemal Atatürk'ün çabaları ile gelişme göstermiştir. 1923 yılından sonra Türk bilim insanları tarafından Anadolu topraklarında kazı çalışmaları başlamıştır. Mustafa Kemal Atatürk tarafından 1931 yılında Türk Tarih Kurumu, 1934 yılında Türk Arkeoloji Enstitüsü gibi kurumların kurulması, arkeoloji'nin bilimsel olarak gelişmesine temel olmuştur (Ünar, 2014).

1936 yılında İstanbul Üniversitesi'nde Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi'nde Arkeoloji Kürsüsü açılması ile profesyonel düzeyde arkeolog yetiştirmeye başlamıştır. Osmanlı Devleti Dönemi'nde ilk arkeoloji faaliyetleri müze ve müzecilik kökenli olmuştur. Kazılarda ve değişik yollar ile ele geçirilen eserler İstanbul'da açılan ilk Osmanlı müzesi olan Müze-i Hümayun'da toplanmaya başlanmıştır. Türk müzecisi ve ilk Türk arkeoloğu olan Osman Hamdi Bey'in Osmanlı topraklarında eserleri müzede bir araya getirme çabası da arkeolojik çalışmalara dikkat çekilmiştir. 1935 yılında Florya Köşk'ünde Afet İnan ve Türk Tarih Kurumu Başkanı Hasan Cemil Çambel' e birlikte 10 maddeden oluşan eski eserlerin korunması ve müzelerin geliştirilmesi tüzüğü Türk arkeolojisi'nin temeli olmuştur. Mustafa Kemal Atatürk; 1931 yılında Çankırı kapı, 1932 yılında Ankara Orman Fidanlığı, 1933 yılında Ahlatlı bel, Karalar ve Ankara Kale, 1934 yılında Göllü dağ ve Pazarlı, 1935 yılında Alacahöyük, 1937 yılında Çankırı kapı, Eti yokuşu, İzmir Namazgâh, İstanbul Sarayburnu, 1938 Ankara Tayyare Meydanı, 1936-1939 yılları arasında Trakya Tümülsüleri kazıları yapılmıştır. 1923-1938 yılları arasında Türkiye topraklarında Türk bilim insanları tarafından başlatılan bu kazıları bütçeleri TTK tarafından karşılanmıştır. Ancak Ahlatlı bel ve Alaca höyük kazılarının masraflarını Mustafa Kemal Atatürk kendi şahsi parasından karşılamıştır (Ünar, 2014).

Cumhuriyet'in ilk yıllarında (1923-1938) Türk Arkeolojisi'nin gelişiminde kadın arkeologların yeri önemlidir. Mustafa Kemal Atatürk'ün farklı alanlarda gençleri yurtdışına eğitim almaları için gönderirken "Sizleri kıvılcım olarak gönderiyorum alev olarak döneceksiniz" sözü ile uğurlamıştır. Bu söz ülke için gençlerden olan beklentilerini ortaya koymuştur. Yurt dışında eğitim gören bu grup içinde Türkiye'nin ilk kadın arkeologu olan Prof. Dr. Jale İnan (1914-2001) ve Prof. Dr. Halet Çambel (1916-2014) yer almıştır.

1-Prof. Dr. Jale (Ogan) İnan (1914-2001):

İstanbul Arkeoloji Müzesi Müdürü Aziz Ogan ile Mesture Hanım'ın kızı olarak 1914 yılında İstanbul'da doğmuştur. 1934 yılında Erenköy Kız Lisesi bitirmiştir. Aynı yıl Aleksander Von Humboldt Vakfı'nın bursu ile arkeoloji okumak üzere Almanya'ya gitmiştir. Bir yıl sonra da Türk Cumhuriyeti devlet bursunu kazanmıştır. 1943 yılında da Alman Arkeoloji Enstitüsü'nü bitirmiştir. 1935 - 1943 yılları arasında klasik arkeoloji bilim dalında lisans ve doktora eğitimini Berlin ve Münih Üniversiteleri'nde tamamlamıştır. 1943 yılında doktorasını tamamlayarak Türkiye'ye dönmüştür. Jale İnan yurt dışında doktora yapan ilk bilim insanı Mustafa İnan'la 1944 yılında evlenmiştir. 1975 yılında Türk Tarih Kurumu asil üyesi seçilmiş, 1983 yılında ise Profesör olmuştur.

Prof. Dr. Jale (Ogan) İnan; Arkeoloji ve sanat tarihimizde "İlk Türk Kadın Arkeoloğu" ünvanını almıştır. 1946 yılında İstanbul Üniversitesi Klasik Arkeoloji Kürsüsü'nün kurulmasına katılmıştır. Prof. Dr. Arif Müfit Mansel'in asistanı olmuştur. Aynı yıl Antalya'da Side kazısına katılmıştır. Bir başka kazıda devletten para gelmeyince, kazıyı tamamlayabilmek için özel arabasını satmıştır. Bir yıl sonra Perge kazısına katılmıştır. Uzun yıllar devam eden arkeolojik kazılarla Perge ve Side antik kentlerinin gün ışığına çıkarılmasına emek vermiş; çıkarılan eserlerin sergilenmesi için Antalya Arkeoloji Müzesi ve Side Müzesi'nin kurulmasını

sağlamıştır. Antalya Perge ve Side kazılarında büyük emeği geçmiş, kendisine Perge'nin son prensesi yakıştırmaları yapılmıştır. Side müzesinin kurulmasını sağlamış, yaptığı kazılarla yöre halkının gelir düzeyinin yükselmesine katkıda bulunmuştur. Klasik arkeoloji dalında çalışan İnan, Perge ve Side antik kentlerinin ortaya çıkarılmasına 35 yıl boyunca büyük emekler vermiştir. Müfit Mansel'in ölümünden sonra Side ve Perge kazı başkanlıklarını yürütmüştür. Side'deki Roma hamamının müzeye dönüştürülmesini sağlamıştır. Side'de ayrıca deniz kıyısındaki Apollon Tapınağı'nın sütunlarını ayağa kaldırmıştır. Programlı kazıların dışında tarihi eser kaçakçılığına karşı çeşitli kurtarma kazıları gerçekleştirmiştir. Bunlar arasında, 1970- 1972 yılları arasında Kremna (Bucak, Burdur) ve 1972- 1979 yılları arasında Pampilya Seleukeiası (Manavgat, Antalya) antik kentlerindeki kurtarma kazılarının ayrı bir önemi vardır. Antik dönem heykeltıraşlık sanatı üzerine çok önemli eserler bulmuştur.



Figür-1. Jale İnan Kazı Alanında

Kaynak: Kerem Aşığıl, Türk arkeolog Jale İnan, <https://tarihnedio.com/turk-arkeolog-jale-inan/>

1980 yılında Perge’de gerçekleştirilen bir kazıda bulunan Herakles heykelinin bir kısmının eksik olduğu anlaşılmıştır. Bel kısmından yukarısının ABD’ye kaçırıldığı duyumunu alan Jale İnan, 1990 yılında ABD’deki Boston Metropolitan Müzesi’nde sergilenen Herakles heykelinin üst kısmının Türkiye’ye getirilmesi için 10 yıl büyük gayret göstermiştir. Heykel bugün Antalya Arkeoloji Müzesi’nde sergilenmektedir. Parçalanmış heykellerin birleştirilmesi ve Roma dönemi heykelleri konusundaki bilgileri nedeni ile “arkeoloji dedektifi” ve “küçük dev kadın” gibi sıfatlarla anılmıştır. Herakles heykelinin yurt dışına kaçırılmasını önlemiştir.

<https://www.turktoyu.com/turkiye-nin-arkeolojide-ilkleri>

Gazeteci Özgen Acar; 2011 yılında *Yorgun Herkül unvanı ile Türkiye’ye getirilmesi Jale İnan başarısı* olarak tanımlamıştır. “*Dünyada antik heykel sanatını en iyi bilen uzman olan Jale Hanım’ı saygıyla anmak benim için vefa borcudur*” sözleri arkeoloji bilimine katkılarını ortaya koymaktadır. (Özgen Acar) Meslek yaşamı süresince üç kez “The Institute for Advanced Study”ye konuk üye olarak davet edilmiş ve orada çalışmalarda bulunmuştur. Roma Portreleri hakkındaki çalışmaları ile Side-Perge kazılarına ait araştırmaları ile arkeoloji tarihine imza atmıştır. Avrupa ve Amerika müzelerindeki araştırmalarıyla Side/Perge heykellerine ait parçaları saptayarak bu heykel parçalarının yurda dönmesine yardımcı olması ve heykellerin bir araya getirilerek bulundukları yerde sergilenmesini sağlamıştır. 27 Şubat 2001 yılında aramızdan ayrılmıştır.

2- Prof. Dr. Halet Çambel (1916-2014)

27 Ağustos 1916 tarihinde Berlin’de dünyaya gelmiştir. Babası, Almanya’da askeri ataşelik görevi yapan ve Atatürk’ün yakın arkadaşlarından Hasan Cemil Beydir. Annesi dönemin Berlin Büyükelçisi İbrahim Hakkı Paşa’nın kızı Remziye Hanım’dır. I.Dünya Savaşı sonrası mütareke döneminde anne babası ile bir süre İsviçre ve Avusturya’da yaşadıkten sonra, Cumhuriyet’in kurulması ile 8 yaşında Türkiye’ye gelmiştir. Ortaokul ve liseyi Arnavutköy Amerikan Kız Koleji’nde okumuştur. Lise öğrenimini tamamladıktan sonra Fransız Hükümeti’nden aldığı bursla Paris Sorbonne Üniversitesi’nde 3 yıl arkeoloji öğrenimi görmüştür. Ayrıca Hititçe ve eski İbranice öğrenmiştir. 1935 yılında ilk kazı deneyimini 19 yaşında yaşamıştır. Dr. Kurt Brittel’in yürüttüğü Alacahöyük kazısına stajyer olarak katılmıştır. Halet Çambel, bilim dünyası tarafından “*Hitit hiyerogliflerinin çözüldüğü yer*” olarak tanınan Karatepe-Arslantaş Höyüğü’nde, Türkiye’nin ilk açık hava müzesini kurmuştur. Toroslar’daki Karatepe kalıntılarının ortaya çıkarılmasına ve Hitit dilinin çözülmesine katkısı büyüktür. Fransa’daki lisans öğrenimi sırasında eskrim ve binicilikle alanında da çalışan Çambel, 1936 yılında Berlin Yaz Olimpiyatları’nda eskrim dalında Türkiye’yi temsil etmiş, Suat Fetgeri Aşeni ile birlikte olimpiyatlara katılan ilk Türk kadın sporcu olmuştur. Turnuva sırasında Adolf Hitler tarafından görüşmeye çağrılan Çambel, Türkiye Devleti’nin izni olmadan görüşmeyeceğini bildirerek daveti reddetmiştir. 1940 yılında gazeteci-yazar olan Nail Çakırhan ile evlenmiştir. Doktora çalışmasına İstanbul Üniversitesi’nde devam eden Çambel, Türk Tarih Kurumu adına Kırşehir Hashöyük’teki kontrol kazısını gerçekleştirmiştir. 1946 yılında Kayseri-Adana arasında kalan bölgede Hitit eserlerini incelemek için Helmut Theodor Bossert ile birlikte çıktıkları araştırma gezileri kariyerinin de odak noktası olmuştur. Araştırma ekibi, Hitit hiyeroglifleri ve Fenike yazısının bir arada kullanıldığını görmüş ve Fenike yazısı tercüme ettiğinden, bulduğu Hitit hiyerogliflerini de kolayca çözmüştür. Karatepe- Arslantaş Höyüğü’nde Bossert tarafından başlayan kazı çalışmalarına 1952 yılından sonra Halet Çambel başkanlık etmiştir. Karatepe’de ortaya çıkarılan arkeolojik

buluntuların restorasyonu, korunması ve sergilenmesi için bir açık hava müzesi kurulmasına öncü olmuştur. Mimar Turgut Cansever'in yaptığı projenin uygulanması işini Çambel'in eşi Nail Çakırhan yürütmüştür. 1948-1949 yıllarında, Karatepe'deki çalışmaların yanı sıra Fransız Arkeoloji Enstitüsü'yle birlikte Yazılıkaya/Midas şehri kazısını yürütmüştür.

1957-1960 yılları arasında, Karatepe-Aslantaş modeli ile arkeolojide yerinde koruma "institute" modelini gerçekleştiren ilk arkeolog olmuştur. Çambel'in "1950'lerin başlarında hükümet Karatepe'deki eserleri yerinden kaldırıp, bir müzeye taşımak istediği zaman buna karşı çıktım. İki tonluk bir heykelin, yol olmayan bir yerde nakli nasıl yapılsın? "Yerinde Koruma"nın önemini yetkililere anlatmaya başladım." sözlerinden de anlaşılacağı gibi Çambel bugün bize kazı alanlarında açılan müzelerin temellerini atmıştır. Köylünün iş sahibi olması için marangozluk, demircilik gibi kurslar açmıştır. Halka unutulmuş meslekleri geri kazandırmak için bölgeye dışarıdan eğitici ustalar bile getirmiştir. Çevrenin tüm sağlık sorunlarını üstlenmiş, gelişim sürecinde yerel kültürün bozulmaması için el sanatlarını belgelenmesini sağlamıştır. Yeniden kök boyayı köylüye "keşfettirerek" Karatepe kilimini bir dünya markası haline getirmiştir. 1960 yıllarda Karatepe Türkiye'nin ilk Açık Hava Müzesi, ilk Milli Parkı, ilk ayrıntılı etnografik belgeleme çalışması ile marka değer olmuştur. (Özdoğan,2014)

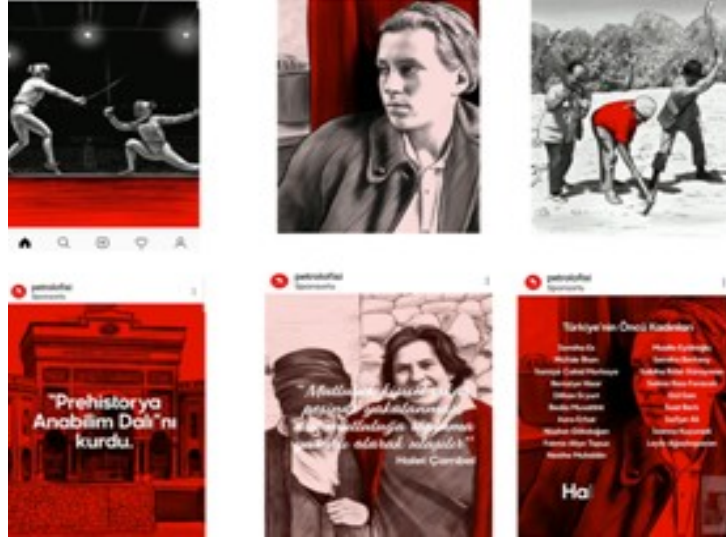
Halet Çambel çevreci ve belgeleyici özelliği ile sanat tarihimize önemli çalışmalar kazandırmıştır. Onun önderliğinde yapılan çalışmaları Mehmet Özdoğan; "1967 yılında tüm kıyı bandı taranmış, bütün ören yerleri fotoğraflanmış, plana işlenmiş ve plancılarla birlikte çalışılarak yol ve turizm tesislerinin planlaması, kültür varlıklarına zarar vermemek kaydıyla hazır bir proje haline gelmişti. Benzer bir çalışma Adana kenti için de gerçekleştirilmiştir. Adana kentinin tarihi yerleşkesi Tepebağ Mahallesi tümü ile taranarak belgelenmiş, tarihi yapılar, evler ve arkeolojik dolgu kent gelişim planına işlenmiştir. Çağdaş arkeoloji, çok disiplinli arkeoloji, jeoarkeoloji, çevresel arkeoloji gibi kavramlar ilk kez akademik yaşamımıza onun çalışmaları ile girmiştir. Çambel-Braidwood ortaklığı ile 2004 yılına kadar "Güneydoğu Anadolu Tarihöncesi Karma Projesi" 40 yıl kesintisiz sürmüştür. Çambel-Braidwood ikilisi 1967 yılında ODTÜ'nün kurucu rektörü Kemal Kurdaş'ın da desteğini alarak, Türkiye'nin ilkDünya'nın da öncü kurtarma projelerinden birini başlatmışlardır." aktarımları; Çambel'in pek çok kurtarma kazısında da önemli rol oynadığını belgelemektedir. (Özdoğan,2014)

1984 yılında üniversiteden emekli olmuştur. Kazılara katılımını ve yazılarını emekliliğinde de sürdürmüş, arkeoloji, koruma alanında bize pek çok eser bırakmıştır. Arkeolojiye adanmış bir ömür yaşayan Halet Çambel oturduğu evini arkeoloji alanındaki çalışmaların gelişimine adanmıştır. Arnavutköy'de "Kırmızı Yalı" olarak bilinen ailesinden kalma evini 2004 yılında Boğaziçi Üniversitesi'ne bağışlamıştır. Kırmızı Yalı 2014 yılında; Halet Çambel ve Nail Çakırhan Arkeoloji, Geleneksel Mimarlık ve Tarih Uygulamaları ve Araştırmaları Merkezi'ne dönüştürülmüştür. Merkez Üniversite bünyesinde arkeoloji, geleneksel mimarlık ve tarih konularındaki akademik birikimi uluslararası bir ortama taşıyarak geliştirmek amacı ile çalışmalar yürütülmektedir. 2005 yılında Hollanda Devleti tarafından kültür ve kalkınmaya hizmet edenlere verilen "Prens Claus ödülü"ne "layık görüşmüştür. 2010 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafında Cumhuriyet'in yetiştirdiği seçkin aydın ve bilim insanları olan Prof. Dr. Halet Çambel ile Prof. Dr. Nimet Özgüç'e "Kültür ve Sanat Büyük Ödülü" verilmiştir. 12 Ocak 2014 tarihinde İstanbul'daki evinde 98 yaşında yaşamını yitirmiştir. 2015 yılında ölümünden sonra arama motoru Google internet ortamında arama motoru şirketi, arkeolog Halet Çambel'in 99. doğum günü için özel bir doodle tasarlamıştır. Google bazı özel günlerde özel kişiler için farklı özel logosu tasarımlarını (doodle) sayfasında yer vererek anmaktadır. Çambel içinde ana sayfasında aşağıdaki logoyu kullanmıştır. 8 Mart 2019 tarihinde Petrol Ofisi Dünya Kadınlar Günü nedeni ile "Türkiye'nin Öncü Cesur ve Güçlü Kadınlarının Dünya Kadınlar Günü Kutlarız" mesajında; Halet Çambel'e yer verilmiştir.



Figür-2. Google'dan Türk arkeolog Halet Çambel'e özel logo (27 Ağustos 2015 15:53)

Kaynak:haber; https://t24.com.tr/haber/googleden-turk-arkeolog-halet-cambele-ozel-logo_307652



3-Prof. Dr. Nimet (Dinçer) Özgüç (1916-2015)

15 Mart 1916 tarihinde Adapazarı'nda dünyaya gelen Nimet Özgüç, Ankara Kız Lisesi'ni bitirmiştir. Tarih öğretmeni Afet İnan'ın desteği ile girdiği Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nin Eskiçağ Tarihi Bölümü'nde lisans öğrenimini 1940 yılında tamamlamıştır. Aynı üniversite de asistan olmuştur. Öğrenciliği sırasında hocaları Prof. Dr. H.H. Von Der Osten, Prof. Remzi Oğuz Arık tarafından yürütülen Ankara Roma Hamamı, Çankırıkapı ve Augustus Tapınağı kazılarına katılmıştır. Daha sonra Ankara Üniversitesi'ne bağlanacak bu fakültede 1936- 1940 yıllarında çoğu yabancı olan hocalarından aldığı derslerle arkeoloji öğrenimini tamamlayarak Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk kadın arkeologlarından biri olmuştur. Okul sıralarında daha sonra Topkapı Müzesi Müdürlüğü'nü yapacak olan Tahsin Özgüç ile evlenmiştir.

1941 yılından sonra Samsun yöresindeki Dünderstepe, Kavak-Kaledoruğu, Tekkeköy kazılarına katılmıştır. 1944 yılında doktorasını tamamlamıştır. 1949 yılında da doçent, 1958 yılında da profesör olmuştur. 1947 yılında Elbistan yüzey araştırmasında, Karahöyük kazısında, Sivas'ta Toprakale ve Maltepe kazılarında çalışmıştır. 1948 yılında başlayan 1980 li yıllara kadar süren, Kültepe kazılarında önemli katkıları bulunmuştur. Özellikle Asur Ticaret Kolonileri Çağı mühür ve mühür baskılarında görülen stillerin ayrımı ve gelişimleri çalışmaları ile Anadolu'nun bu dönem tarihinin aydınlatılmasına katkı sağlamıştır. Mezopotamya'nın Eski Asur ve Eski Babil Dönemleri'nde sanat stillerinin gelişimini arkeoloji alanına kazandırmıştır.

1962 yılında Niğde'de Acemhöyük'te başlattığı kazıyla önemli bir Hitit merkezi olduğunu ortaya çıkarmıştır. 1962 yılına kadar eşi Tahsin Özgüç ile birlikte Elbistan yakınlarındaki Karahöyük'te, Erzincan yakınlarındaki Altıntepe'de kazılarını yapmıştır. 1962 yılından 1989 yılına kadar Acemhöyük'te başlattığı kazıları sürdürmüştür. 1978-1989 arasında Atatürk Barajı suları altında kalan Samsat'ta da kurtarma kazılarını yürütmüştür. Buranın ilk Sümer yerleşim yerlerinden birisi olduğunu saptamıştır. 1972-1975 yılları arasında Niğde yakınlarındaki Tepebağları Höyüğü'nde de kurtarma kazısı yaparak demir çağlardan Bizans Dönemi'ne değin buluntuları veren bir yerleşim alanını ortaya çıkarmıştır.

1978- 1989 yılları arasında, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Aşağı Fırat Projesi kapsamında Atatürk Barajı altında kalan Adıyaman Samsat Höyüğü'ndeki kazıları yönetmiştir. Anadolu'nun en büyük ve yüksek höyüklerinden biri olan Samsat'ta Kalkolitik Çağdan Selçuklu devrine kadar uzanan geniş bir zaman dilimine ait bulgulara ulaşmıştır. Fırat nehri kıyısındaki Selçuklu Dönemi'nin Sumeysat'ı, Helenistik ve Roma Dönemleri'nin, Kommagene Krallığı'nın başkenti Samosata, Demir Çağı ve Tunç Çağlarının Kumaha ve Hahhum'una olan ilişkilerini araştırmaları ile kanıtlamıştır.

Nimet Özgüç'ün; 1984 yılında Ankara Üniversitesi'nden emekliye ayrılmıştır. Emeklilik sonrasında kazılara bir süre daha devam etmiş, kitap ve makalelerle bilimsel araştırmalarını sürdürmüştür. Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin ilk rehberi niteliğindeki "Eti Müzesi Kılavuzunu" Türkçeye kazandırmıştır. 8 kitabı yayınlanmıştır. Samsat: Sumeysat, Samosata, Kumaha, Hahha, Hahhum; bir başkent ve kalenin uzun yaşamının 6000 yıllık döneminden kesitler, Acemhöyük- Burusha, Kültepe-Kanıs / Nesa, Kültepe-Kanıs / Mühü, Kaniş Kurumu İb Katı, Hatti Efsanesi Yılan İll adlı yayınları bulunmaktadır.

1984 yılında Kültür Bakanlığı Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu üyeliği yapmıştır. 1996 yılında Türkiye Bilimler Akademisi'nin şeref üyesi olmuştur. Türk Tarih Kurumu Üyesi (1970- 1981), Alman Arkeoloji Enstitüsü- Berlin Asli üyesi, Türk Tarih Kurumu, Amerika Arkeoloji Enstitüsü, Türkiye Bilimler Akademisi, Türk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü gibi kuruluşların Şeref Üyesidir. Nimet Özgüç, Türk akademisyen, arkeolog, Ön Asya Arkeolojisi ile ilgili çalışmalar yapmış bir bilim kadınıdır. Nimet Özgüç, Collège de France Madalyası (1980) sahibidir. 1992 yılında Türk Kadınlar Birliği tarafından İlim Dalında 1992 “Yılın Kadını” ödülü sahibidir. Arkeoloji bilimine üstün katkılarından ötürü Halet Çambel ile birlikte Prof. Dr. Nimet Özgüç’e, 2010 yılı Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür ve Sanat Büyük Ödülü verilmiştir. Prof. Dr. Nimet Özgüç 23 Aralık 2015 tarihinde Ankara da hayatını kaybetmiştir.

4-Ayşe Muhibbe Darga (1921-2018)

Muhibbe Darga, II. Abdülhamid'in başmabeyncisi Darugazade Mehmet Emin Bey'in torunudur. Kafkas asıllı bir soydan gelmiştir. Erenköy Kız Lisesi'nden sonra; İstanbul Üniversitesi'nde arkeoloji eğitimi almıştır. Ord. Prof. Arif Müfid Mansel, Prof. Dr. H. Th. Bossert, Prof. Dr. E. Bosch'in derslerine devam etmiş, hocalarıyla Anadolu'da keşif gezilerine katılmış, Region kazılarında çalışmıştır. Lisansını, doktorasını arkeoloji kürsüsü'nde tamamlamıştır. 1947-1951 yılları arasında Bossert, Halet Çambel ve Bahadır Alkım'la Karatepe (Adana) kazılarına katılmıştır. İstanbul Üniversitesi'nde Hititçe dersleri vermiştir. Side dilinin çözümünlenmesine katkıda bulunmuştur. Hiyeroglif ve çivi yazısı konusunda dünyanın en önemli uzmanlarından biridir. Hitit kaynaklarına kullanarak kaleme aldığı en ünlü eseri “Eski Anadolu'da Kadın”dır. “Karahna Şehir Kült Envanteri” gibi eski Şark dinleri ve dillerini araştırmıştır. Türk arkeolojisini ve eski Şark filolojisini alanında çalışmalar yapmıştır. Üniversite'den ayrılarak, Elazığ ve Muş'ta lise öğretmenlik yapmıştır. 1959 yılında İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'ne geri dönmüş akademik çalışmalarına devam etmiştir. 1965 yılında doçent olmuştur. “Eski Anadolu'da Kadın” adlı profesörlük tezi ile 1973 yılında profesör olmuştur.

12 yıl boyu Fırat Havzası kurtarma kazıları içinde yer alan Şemsiye Tepe kazılarını yönetmiştir. Üniversite'de Kültepe-Kaneş uygarlığı, Asur Koloni Çağı, Hitit sanatı ve Hitit dili ağırlıklı dersler vermiştir. Gedikli (Gaziantep), Değirmen tepe (Elazığ) ve Eski yapar (Çorum) kazılarına katılmıştır. 1978-1990 yılları arasında Kara kaya baraj bölgesi kurtarma kazılarında Şemsiye tepe höyüğü (Elazığ) kazı başkanlığını üstlenmiştir. 1985 yılında Üniversite'den emekliye ayrılmıştır. 1986 yılında Eskişehir Anadolu Üniversitesi Rektörü Yılmaz Büyükerşen'in daveti üzerine Sinema ve Televizyon Bölümü'nün yüksek lisans öğrencilerine ‘Anadolu Uygarlıkları’ konulu dersler vermiştir. 1990-2004 arası Şarhöyük-Dorylaion (Eskişehir) kazılarının başkanlığını yapmıştır. Karahna Şehri Kült Envanteri, Hitit Mimarlığı ve Hitit Sanatı, kazı anılarını içeren “Kazı Başkanının Karavanası” adlı kitapları alanında önemli kaynaklardır. Büyükbabası Mehmed Emin Bey'in seyahatnamesini anlatan “İstanbul'dan Asya-yı Vusta'ya Seyahat” adlı kitabı vardır. 2008 yılında Sadberk Hanım Müzesi ; “Muhibbe Darga Armağanı” adlı kitap yayınlanmıştır. Muhibbe Darga, Alman Arkeoloji Enstitüsü'nün ve Eski Çağ Bilimleri Enstitüsü şeref üyesidir. Türkiye'nin ilk kadın arkeologlarından Hititolog ve dilbilimci Muhibbe Darga, 7 Mart 2018 tarihinde vefat etmiştir.



Figür-3. Muhibbe Darga Kazı Arkeoloji Buluntuları İle

İlber Ortaylı,(2018); Muhibbe Darga; <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ilber-ortayli/muhibbe-darga->

40767999

Arkeolog kadınlar akademik araştırmacı ruhları, arkeolojik alanlardaki başarılı çalışmaları ile öne çıkmışlardır. 4 kadında arkeolog, araştırmacı, korumacı, çevreci, eğitmen, planlamacı, düşünür gibi farklı bilimsel kimlikler ile tarihi kaynaklarda yer almaktadır. Türk arkeolojisi olduğu kadar, uluslararası arkeoloji ortamında da tarihin ortaya çıkarılması ve belgelenmesinde önemli roller üstlenmişlerdir. Arkeolojik dünya ile bütünleşmeye ve çağı yakalamaya çalışan çalışmaları ile pek çok gence ilham kaynağı olmuşlardır. Yaptıkları çalışmalar ile Cumhuriyet'in ilanından sonra arkeoloji alanında çalışmalara değerli katkılar sunan 4 kadın arkeoloğumuzu, pek çok kadın arkeolog takip etmiştir. Onlardan bu bayrağı devr alan Prof. Dr. Ufuk Esin (1933-2008), Prof. Dr. Sevil Gülçür; Doç. Dr. Şengül Gündoğan Aydingün gibi kadın arkeologlarımıza da bu çalışma kapsamında yer verilmiştir.

Prof. Dr. Ufuk Esin (1933-2008)

Ufuk Esin, 1933 yılının 11 Ekim'inde İzmir'de doğmuş, İstanbul'da, Bebek semtinde yaşamıştır. Özel Sankt Georg Avusturya Lisesi'nde mezun olduktan sonra, 1952 yılında İstanbul Üniversitesi'nde arkeoloji okumaya başlamıştır. 1957 yılında mezun olduktan sonra Prof. Kurt Bittel'in asistanı olarak akademik hayata atılır. Doktora tez çalışması Stuttgart'a metalurjinin başlangıcı ile ilgili SAM Projesine, Studien zu den Anfaengen der Metallurgie, katılmasını sağlar. Spektrel analiz konusunda uzmanlaşmaya başlar, maden araştırmaları için örneklemeler yapmak üzere İran'a gider. TÜBİTAK desteğiyle ODTÜ bünyesinde Arkeometri Ünitesi 'nde Arkeolojik Kalıntıların Spektroskopik ve Analitik Yöntemlerle İncelenmesi - Aksay Ünitesinin kurulmasında önemli rol oynamıştır. Ufuk Esin'in 1960 yılında Kuantitatif Spektrel Analiz Yardımıyla Anadolu'da Başlangıcından Asur Koloni Çağına Kadar Bakır ve Tunç Maden Eserler başlıklı tezi ile doktora çalışmasını tamamlar. İlk kez Ufuk Esin'le yeni fen bilimsel yöntemlerin, analiz ve istatistik çalışmaları arkeoloji çalışmaları ile birleşmiş; çok disiplinli Yeni Arkeoloji çalışmaları bugünkü çalışmalarımızı şekillendirmiştir. 1966 yılında doçentlik unvanı almıştır. Neolitik yaşam biçimi üzerine çalışmaları, tarihöncesi toplulukların doğal çevre ile olan etkileşimi araştırmaları ile 1975 yılında profesör olmuştur. Prehistorya Kürsüsü'nde lisans düzeyinde verdiği 'Ekoloji ve Ekonomi' dersleri vermiştir.

Ufuk Esin; Tepecik, ardından Tülintepe kazıları ile tarih öncesi arkeolojisinde arazi çalışmalarına belli standartlar getirmiş, kurtarma kazılarının ilkelerini koymuş ve bunların doğrudan arazide uygulanmasını sağlamıştır. 1971 yılında, Karakaya Baraj Gölü altında kalacak yerleşmeleri kurtarma amacıyla Malatya'nın Değirmentepe Höyüğü'nde kazılara başlamıştır. 1989 yılında Aşıklı Höyük kazılarına başlamıştır. Prof. Halet Çambel'den devraldığı Prehistorya Kürsüsü'nü değişen arkeoloji anlayışına uygun olarak yeniden tasarlamış, 2000 yılında emekliye ayrılmıştır. 1993 yılında kurulan Türkiye Bilimler Akademisi'nin kurucu asil üyesi olmuştur. Uluslararası bir arkeoloji dergisinin yayımlanmıştır. 2001 yılında Türkiye'de Kültür Sektörü (TÜKSEK) Projesi'ni uygulamaya koymuştur. Geo-arkeoloji'nin ülkemizdeki ön aşamalarından Türk arkeolojisi'nin analiz ve istatistik yöntemler ile çalışmaların temelini atmıştır.

Prof. Dr. Sevil Gülçür

1975 yılında İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Prehistorya ve Arkeoloji Bölümü'nde mezun olmuştur. Mezuniyet sonrası Tübingen Eberhard-Karl Üniversitesi Tarih Öncesi ve Erken Tarih Enstitüsü'nde doktora eğitimi almıştır. 1990 yılında İstanbul Üniversitesi Prehistorya Anabilim Dalı'nda çalışmaya başlamıştır. 2006 yılında profesör olmuştur. 2009-2011 yılları arasında Prehistorya Anabilim Dalı Başkanlığını yürütmüştür. 1968-1974 yılları arasında katıldığı Keban Kurtarma Projesi'nde, Prof. Dr. H. Hauptmann ile Norşuntepe ve Prof. Dr. Ufuk Esin ile Tepecik ve Tülintepe kazılarında Kalkolitikten ilk Demir Çağına kadar olan süreci araştırmıştır. Norşuntepe kazılarında buluntuların kataloglamasında ve değerlendirmesinde görev almıştır. E. Specht ve G. Albrecht ile birlikte derin açmanın kazısını gerçekleştirdi ve açma kesit profillerini çizmiştir. Tepecik Makaraztepe'de çeşitli açmalarda çalışmıştır. Tülintepe'de derin açmanın profil çizimini yapmıştır.

Orta Anadolu'da bulunan Güvercinkayası yerleşmesinde uzun süreli ve kapsamlı bir çalışma yürütmüştür. Sevil Gülçür'ün 1996 yılından bu yana yürüttüğü Güvercinkayası Kazısı ile Orta Kalkolitik döneme tarihlenen kentleşme öncesinin, sosyo-ekonomik ve sosyo-politik yapısındaki değişimler hakkında önemli verilere ulaşılmıştır. Fethiye Erbay'ın; Arkeolojiye Adanmış Bir Yaşam adlı yazısında; *'Sevil Gülçür, 1994 yılında Roma Üniversitesi ile birlikte ortaklaşa yürütülen Anadolu Envanter çalışmaları kapsamında; Aksaray Nevşehir Niğde illerinde yüzey araştırmalarına katılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda 2 höyük, 4 prehistorik düz yerleşme, 7 tümülüs, 9 ören yeri, 1 kilise, 1 yazıt, 1 olası yontu, 1 kutsal alan ve 4 antik, eski yol kalıntısı olmak üzere toplam 30 buluntu alanını belgelemiştir. Sevil Gülçür'ün sadece bu çalışması bile arkeoloji alanında isminin marka değer olmasına sebebidir...Arkeoloji bilimine 50 yılını veren İstanbul Üniversitesi Prehistorya Ana Bilim Dalı emekli öğretim üyesidir. O geçmişi yağmalayanlara inatla karşı duran, geleceği umutla değiştirmeye çalışan bir mesleğe sahip olmanın gururu ve dürüstlüğü ile şekillenen bir akademik yaşama imza atmıştır.'* yorumları(Erbay, 2019) Sevil Gülçür'ün arkeoloji alanına kattığı değeri

ortaya koymaktadır.

1996 yılında keşfettiği Güvercin Kaya Bölgesi'nde uzun yıllar kazı başkanlığı yapmıştır. Anadolu'da Kalkolitik Dönem üzerine uzun soluklu bir araştırma gerçekleştirilmiş, arkeoloji çalışmalarına yeni alan kazandırılmıştır. Güvercinkeyası Kazısı ile 7 Bin Yıl Öncesi Bilgilere Ulaşılmıştır. 500 yıllık kesintisiz bir kültür evresini yansıtan çalışmalar gün yüzüne çıkmıştır.

Doç. Dr. Şengül Gündoğan Aydıngün

Hacettepe Üniversitesinde Arkeoloji ve Sanat Tarihi eğitimi almıştır. Aynı Üniversite'de Yüksek Lisans ve Doktorasını Protohistorya ve Önasya Arkeolojisi Anabilim Dalında tamamlamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğünde uzun süre, Şef, Araştırmacı ve Uzman olarak çalışmıştır. Genel Müdürlüğün Kazılar ve Müzeler Dairesi Başkanlığı ile Araştırmalar ve Yayınlar Dairesi Başkanlıklarında görev yaptığı sürelerde yönetmelik ve mevzuat hazırlıkları çalışmaları ile Türkiye'deki kazıların ve arkeolojik araştırmaların yürütülmesi, denetlenmesi, planlanması çalışmaları yanına bu konuda konferanslar düzenleme yayınlar çıkarma konularında da görevler almıştır. Her yıl pek çok kazı ve araştırmalara katılmıştır. Müzelerin sergilenmesi ve teşhir düzenlemelerinde grup çalışmaları içinde yer almıştır.

1987-1988 yıllarında Bakanlık Özel Kalem Müdürlüğü'nde Turizm ve Arkeoloji konulu projeler hazırlamıştır. 1997 yılından 2002 yılına kadar İstanbul Arkeoloji Müzeleri , Ayasofya ve Büyüksaray Müzeleri'nde çalışmıştır. 2001 yılından itibaren Natonal Geographic Türkiye Dergisi'nin danışmanlığını ve editörlüğünü yapmaktadır.

Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu ile Edirne Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurullarında üye ve Başkan Yardımcılıkları görevlerinde bulunmuştur. Fransa Louvre Müzesi ve Roma Üniversiteleri'nden doktora ve yüksek lisans için araştırma bursları almıştır.

2004 yılında Kocaeli Üniversitesi Arkeoloji Bölümü Kurucu üyesi olarak akademik hayata başlamıştır. Halen aynı Üniversitenin Arkeoloji Bölüm Başkan Yardımcısı ve Prehistorya Anabilim Dalı Başkanı'dır. Aynı zamanda, Kocaeli Üniversitesi, Bilimsel Araştırmalar Değerlendirme Kurulu Üyesidir.

2009 yılından bu yana Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Kocaeli Üniversitesi adına, Bakanlar Kurulu Kararıyla "İstanbul Küçükçekmece Gölü Havzasında Bathonea" kazılarının başkanlığını yürütmektedir. Aynı zamanda İstanbul'un Tarih Öncesi Çağlarını araştırdığı bir proje yürütmektedir. Böylece İstanbul'un tüm ilçelerindeki hızla yok olmakta olan kültür varlıklarının tespiti ve kurtarılması için gayret sarf etmektedir. 2008 yılında Yürüttüğü Bathonea kazısı ile Türkiye'de, 2009 yılında da Dünya'da ABD, İngiltere, Almanya olmak üzere pek çok ülkenin yayın organlarında yılın en büyük keşifleri listesine girmiştir. 2012 yılında ABD NewYork Times Gazetesi'nin bilim ekinde ve 2013 yılında Scientific American Dergileri'nde ülkemiz arkeolojisini tanıtan yazıları yayınlanmıştır. İstanbul'un Tarih Öncesi Çağları üzerinde ikinci bir araştırma projesi yürütmektedir. Bu proje ile İstanbul'un tarihinde daha önce varlığı bilinmeyen Hitit ve Friglere ait izler tespit edilmiştir. Böylece Anadolu ve Avrupa'nın ön tarih çağlarındaki ilişkilere ve toplumsal göç ve kültürel geçişlere ait bilimsel çalışmalar gerçekleştirmektedir. Başta National Geographic olmak üzere, TRT gibi kuruluşlara danışmanlık ve metin yazarlığı yapmaktadır. 3 kitabı ve 300'e yakın bilimsel ve popüler yayını ile kültür varlıklarının korunması ve bir eğitim kurumu olan müzelerimizin tanıtımı ve halkın buralardan nasıl yararlanması konusunu misyon üstlenmiştir.

Şengül Aydıngün'ün Kültür ve Turizm Bakanlığı Hizmet Ödülü(2001), Tübitak Bilim Teşvik Ödülü (2009-2010), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Ödülleri (2009-2010), "Meslekte Yılın Bilim İnsanı Hizmet Ödülü(2011), International Skalite Turizm'de Kalite (Turizm Oskarı) 2014 yılı Özel Ödülü sahibidir.

Sonuç olarak

Arkeolojinin ilk zamanlarında çalışmalar yapmış bu makalede adı geçene cesur kadınlar, arkeolojiyi bir bilim olarak geliştirmeye ve yenilikler getirmeye kararlı tutumları bugün arkeolojinin bilimsel boyutlarda gelişmesine destek vermişlerdir. Yaşamının büyük bir kısmını arazide, dağlarda, köylerde en güç koşullar altında geçiren arkeolog kadınlarımız, kendi seçtiği yaşam şekline gönülden bağlanarak sürdürmüşlerdir. Bu çalışmada; kadın arkeologlarımızın yaptıklarını birkaç sınırlı sayfaya sığdırmak oldukça zor olmuştur. Bu özel kadınlar; hem kendilerinden sonraki nesillerin ve özellikle kadınların yetişmesine katkı sağlamışlardır. Hem de arkeoloji biliminin gelişmesine öncü olmuşlardır. Onlar arkeoloji tarihine kalıcı izler bırakmışlar, gelecek nesiller için önder olmaktadırlar.

Kaynaklar:

1. Acar. Özgen; Son yazıları

http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/35693/ilk_Turk_Kadin_Arkeolog_.html

2. Arsebük, Güven ve Mellink. W.J. ve Schirmer. W., (1998); Karatepe'deki Işık Halet Çambel'e Sunulan Yazılar, Ege Yayını, İstanbul.

3. Arkeolojinin Delikanlısı' Muhibbe Darga yaşamını yitirdi;
<https://www.herkesebilimteknoloji.com/haberler/toplum/arkeolojinin-delikanlisi-muhibbe-darga-yasamini-yitirdi>

4. Bezdan. Mehmet;-<http://www.aktuelarkeoloji.com.tr/acemhoyukun-50-yili-Arkeofili> Tarih: 23 Aralık 2015<http://arkeofili.com/prof-dr-nimet-ozguc-hayatini-kaybetti/>
5. Bursalı. Ayşe; Türkiye'den ve Dünyadan 10 Öncü Kadın Arkeolog,8 Mart 2015arkeofili, <http://arkeofili.com/turkiyeden-ve-dunyadan-10-ocnu-kadin-arkeolog/>
6. Çambel, Halet., (2010); "Karatepe-Aslantaş Açık Hava Müzesi: Çok Yönlü Bir Proje" TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi,N: 8: 131-136.
7. Duruel. Nursel.,(2011); Cumhuriyetin Çocukları Arkeolojinin Büyükleri Nimet Özgüç ve Tahsin Özgüç,TÜBA Yay., ISBN: 978-9944-252-51-5, Ankara
8. Eres, Zeynep.,(2010); "Tarihöncesi Kazı Alanlarında Koruma ve Sergileme Kavramının Gelişimine Kısa Bir Bakış" TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi, N: 8: 119-130.
9. Erbay, Fethiye.2016''İstanbul Üniversitesi Müze Projeleri (2010-2014)'',Üniversite Müzeleri, Mimarlık Vakfı, ISBN:978-605-65821-3-4, İstanbul, s.101-138
10. Erbay, Fethiye.,(2009);Müze Yönetimini Kurumlaştırma Çabası(1094-2009)Mimarlık vakfı Enstitüsü yayını,İstanbul
11. Erbay.Fethiye ve Erbay.Mutlu.,(2006); Cumhuriyet Dönemi (1923-1938) Atatürk'ün Sanat Politikası, Boğaziçi Üniversitesi, yayını, İstanbul,
12. Erbay.Fethiye ve Erbay.Mutlu ve Erbay: Nuri Özer,(2004); Cumhuriyet Dönemi Sanatsal Değişimin Yayınları Yansıması; İstanbul,Boğaziçi Üniversitesi Yayını,ISBN:975-518-218-7;İstanbul
13. Erbay, Fethiye.; Arkeolojiye Adanmış Bir Yaşam: Prof. Dr. Sevil Gülçur; Prof. Dr. Sevil Gülçur'a Armağan Kitabı
14. Esin, Ufuk., (1981); İlk Üretimciliğe Geçiş Evresinde Anadolu ve Güneydoğu Avrupa (G.Ö. 10500-7000 Yılları Arası) II: Kùltürler Sorunu, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakùltesi Yayınları No: 2681, İstanbul.
15. Haspels, Emillie., (2009);Ben Gezginlerin Sonuncusuyum. Midas Kenti Kazıları ve Dağlık Frigya Bölgesi'ndeki
16. Güneş, M.Melih (2012); Halet Çambel ile Buluşma, TMMOB Mimarlar Odası İstanbul Büyükkent Şubesi, İstanbul.
17. Gündem: 30.10.2018 - 16:45, Son Güncelleme: 30.10.2018 - 17:27 Hürriyet Gazetesi, <https://www.turktoyu.com/turkiye-nin-arkeolojide-ilkleri>
18. Küçük, İsa., (2010); Halet Abı Destanı, Arkeoloji ve Sanat Yayınları; ISBN: 9786053960997, İstanbul.
19. Kollektif, Günay. Ertuğrul katkıları ile, (2011); Halet Çambel-Nimet Özgüç T.C.Kùltür Bakanlığı 2010 Yılı Kùltür Sanat Büyük Ödùlü, Arkeoloji ve Sanat Yayınları,
20. Muhibbe Darga Kimdir(2019);<https://Odatv.Com/Muhibbe-Darga-Hayatini-Kaybetti-07031823.Html>,13
21. Ortaylı. İlber.,(2018); Muhibbe Darga, hürriyet gazetesi, <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ilber-ortayli/muhibbe-darga-40767999>
22. Özdoğan. Mehmet; Ufuk Esin Bir Hoca, Bir Dost, Bir Bilim İnsanı Araştırmaları Dergisi 6/7: 27-46 http://www.tuba.gov.tr/upload/files/Prof_%20Dr_%20Mehmet%20%C3%96zdo%C4%9Fan%C4%B1n%20yaz%C4%B1s%C4%B1.pdf
23. Özdoğan.Mehmet., (2018),Halet Çambel: Aydın, Bilim insanı, Eğitimci, Arkeolog, <https://sarkac.org/2018/01/halet-cambel/>
24. Özdoğan, Mehmet.,(2013); "Halet Çambel: Arkeoloji, Bilim ve Çağdaşlaşma", Ekrem Işın (yay.) *Cumhuriyet: Yeni İnsan Yeni Hayat* 17-30, İstanbul Araştırmaları Enstitüsü Yayınları, İstanbul
25. Özdoğan. Mehmet ve Başgelen. Nezih(2011); "İş'i Görev, Arkeoloji'yi Bilgi, Bilim'i Değer Olarak Gören Bir İnsan: Prof. Dr. Halet Çambel", Arkeoloji ve Sanat dergisi, 136: 5-36.
26. Özdoğan. Mehmet.,(2014); Gre Amer Höyüğü Kazısından Armenia Kralı II. Artavazdes'in Sikkesi, Toplumsal Tarih Dergisi, No:243. ISBN: S00005-243-014
27. Özbaşaran. Mihriban., (2018,)<http://www.aktuelarkeoloji.com.tr/ufuk-esin>
28. Türkiye Yazarlar Birliği Yayını; Star<http://www.tyb.org.tr/hitit-alfabesini-cozen-prof-dr-halet-cambel-vefat-etti-13573h.htm>
29. Şahin. Mustafa., (2015); Atatürk'ün Arkeolog Kızları;<http://www.yenidonem.com.tr/yazarlar/mustafa-sahin-70/ataturk-un-arkeolog-kizlari-1219.html>
30. Ünar. Şükrü (2014); 1923-1938 Yılları Arasında Türk Arkeolojisi, <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/jale-inan-kimdir-41003232>

Anonim (1995); "Prof. Dr. Halet Çambel'in Özgeçmişi" Halet Çambel İçin Prehistorya Yazıları, Graphis Yayını, İstanbul. Anonim (2010); "Kùltürel Mirasta Halet Çambel Açılımı: Geçmişe Gelecek Yaratmak" TÜBA-KED Türkiye Bilimler haber <https://t24.com.tr/haber/googleden-turk->

arkeolog-halet-cambele-ozel-logo,307652

Haber: Gökçe Büyükbayrak, Talat Karataş/Kurumsal İletişim Ofisi , Arkeolojiye adanmış bir ömür: Halet Çambel, <https://arastirma.boun.edu.tr/tr/halet-cambel-ve-nail-cakirhan-arkeoloji-geleneksel-mimarlik-ve-tarih-uygulama-ve-arastirma-merkezi>

<http://tacdam.metu.edu.tr/sites/tacdam.metu.edu.tr/files/SEV%C4%B0L%20G%C3%9CL%C3%87UR.pdf> <https://www.haberler.com/guvercinkayasi-kazisi-ile-7-bin-yil-oncesi-5914107-haberi/>

<http://iyiturks.blogspot.com/2011/11/iyiturks-bilim-nimet-ozguc.html>

<http://webtv.ankara.edu.tr/video/cumh...> <https://www.iskulttur.com.tr/bir-cumhu...>

https://www.yeniakit.com.tr/kimdir/Muazzez_%C4%B0lmiye_%C3%87%C4%B1%C4%9F <https://www.turktoyu.com/turkiye-nin-arkeolojide-ilkleri>

Youtube-

https://www.youtube.com/watch?v=2GKG_IZO

GhA A C E M H Ö Y Ü K ' Ü N 5 0 . Y İ L İ

Nice yıllara Acemhöyük

Araştırmalar, Dietrich Berndt ve Halet Çambel, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.

SELF-PRESENTATION OF WOMEN ON SOCIAL MEDIA

Işıl TOMBUL
isiltombulizmir@gmail.com

Abstract

With the development of social media and the emergence of web 2.0 technology, people have become content producers. Moving reality into the virtual space has not only helped to keep the real life cult in the virtual space, but it has made an important place in the real life culture, spreading and sharing with its new dimensions. The domestic area describes an area in which women can express themselves as an area of short passages on the narrow arena. Among the identities that the patriarchal ideology imposes on women, the woman thinks that as she builds herself through domestical issues, she gains her identity through this field. Regarding the domestics area, especially in the social media, particularly in women's professions, new marrieds, new mothers and cooks are noteworthy. Through these areas, the entire profile is built and used as a means of obtaining an identity. These profiles show a presentation based on traditional codes as a good wife for the husband, a good mother for the child, and a good food for the family. While the traditional roles remain within the mother, wife and kitchen triangle, the fields that women specialize in are also among the concepts of beauty and health offered by masculine ideology. Female body is consumed under fitspiration and beauty concepts. In this context, the aim of this study is to reveal the domestically constructed identity of women in the social media. Profiles selected from specific tags are examined by semiotic method.

Keywords: *Woman, gender, self-representation, social media*

Introduction

Social media is a new medium in which people present their selves today. With Web 2.0 technology, people have become content producers and publishers. On the other hand, thanks to these features, this technology also has a ground that serves individuality and thus ego. Because in this virtual space everything from profile editing to sharing content is aimed at personalizing. The people of the new age are constructing identities in the virtual space and these identities have a structure that can be deleted as multiple, variable, and if desired. From this point of view, it is possible to examine identity building in social media in terms of self-presentations. E. Goffman's theory on self-presentation provides an important approach. Goffman sees life as a theatrical scene and takes the presentation of the self as a performance in everyday life. In other words, according to Goffman's theory, self is gaining meaning in everyday life and society.

In this context, social media provides us with the social space required for the presentation of self. Moreover, the production of content, that is, the virtual self-presentation, transforms this area into a factory and consumption area. Today, there is a significant consumption area in social media especially for women. The self-presentations of women generally take place over traditional roles and body construction.

In traditional roles, the construction identity of the woman in the domestic space like mother, child, spouse and kitchen is remarkable. Body presentation manifests itself in the patterns of male-dominated ideology and capitalism. Presentations for the woman's body are traditionally even on pages such as beauty and fitness. So to be a mother - beautiful body, spouse - nice body comparisons are noteworthy.

In short, we see that the construction of women in the physical domestic space has begun to show itself in the virtual domestic space. In these presentations, women emphasize the feminine characteristics. Self-presentations of women on kitchen, child, spouse and body perceptions are noteworthy. In this study, first self-presentation was examined and then social media and gender were examined. In the analysis section, the selected instagram profiles were examined by semiotic method.

Self-Presentation, Gender And Media

Social media users are content producers through web 2.0 technology. Content production provides an identity building for the individual. In social media studies, online identity construction is examined as a more self-presentation. With the appropriate environment provided by the virtual environment, the individual rebuilds himself / herself every day, and thus the identity becomes the variable concept. The technology's features that promote and encourage this construction have led to the leading role in social media. The personalized technical structure and architecture of social media allows users to make self-centered shares. These platforms provide a favorable environment for the subject who wants to be seen by others in digital modernism. This is important for examining self-presentations (Tombul, 2008: 102-103).

The presentation of the self can be viewed through the approaches of E. Goffman (1956) and J. Butler (1999). Goffman treats the individual's self-presentation as performance in sociability. Butler treats the issue of gender as a performance of the subject. Both emphasize social processes.

E. Goffman's theory is one of the most widely used in self-presentation studies. Life is a theater stage according to Goffman, so he evaluates the self-presentation in everyday life over performances. The first issue is performance. The person exhibits performance as an actor. Second concept is front. When an actor builds performance in front of a set of audiences, the overall and unchanging part of this performance is front. Third is dramatic realization. The person acts dramatically in his / her actions while facing other people. Person performs his actions in the way he wants to establish meaning. Fourth is idealization. There are tendencies for the actors to present an idealized impression to the observers in a few different ways. Five issue is maintenance of expressive control. The actor protects attitude when there are undesirable situations in performance. This prevents damage to performance's credibility. Six is misrepresentation. Sometimes the player is misunderstood by the audience. Seven is mystification. In order to manage perception, the actor can highlight certain things in performance and keep some (Goffman, 1956: 10-46). In the context of Goffman, the self finds meaning in sociality and in daily practices of man. This sociability shows itself more in this environment because of the communication density of the virtual environment (Tombul, 2018: 108).

Butler conceptualized gender as a performance. Butler also emphasizes the social process like Goffman. According to Butler, gender works in the social process. Body is depicted as passive medium or instrument. However, the body itself is a construction. Before the gender mark, bodies cannot be labeled with a markable existence (Butler, 1999: 11-13). Sex is a biological concept, while gender is a concept that operates within social processes. Goffman takes the issue through the sex-class concept while addressing the gender issue. In all societies, infants are placed in one of two sex classes. According to the physical configuration, this placement provides a gender-based identification label (Goffman, 1977: 302-303). According to Simone de Beauvoir (1949), femininity is a concept built. Simone explains that male and female are two types of individuals differentiated in a species for reproduction, but that it does not have a meaning for the division of species into gender. For this, she shows examples of nature in which sex is not determinant in reproduction.

All this shows that gender has a biological origin, but its structuring takes place within social processes. Of course sex offers important data in terms of biological description. However, after the birth of a particular gender, the process operates entirely within the cultural structure. Identity construction is realized within this cultural structure. Gender is the most important factor in identity construction. In social media studies, identity construction is mostly considered as self-presentation. The self-presentation of women, especially in social media, is a recent issue and there are many researches on this subject.

The meanings of masculinity and femininity were developed to serve the interests of bourgeois men in the capitalism of the 19th century. In this period, urbanization started and the nuclear family emerged. Women and children could not participate in the production as in the agricultural area, only men started to work. This new lifestyle has led to a sharper set-up of masculine-feminine oppositions. Women have been given nurturing, domesticity, sensitivity meanings. On the other hand, men have been given power, independence and publicity meaning. Therefore, it seems natural that men are disproportionately occupying public positions (Fiske, 1990: 89-90).

In the media, the artificially created needs, norms and standards for the female body are presented as if they were natural. Femininity and masculinity are defined using contrasts: subject-object, essence- appearance, culture-nature, reason-passion, active-passive, spirit- matter. Among these contradictions, the second definitions are uploaded to women. To be recognized as feminine, women must internalize these values and structure their identities accordingly. Since femininity is related to the object, the woman's body becomes a symbol. In contemporary culture, the body is regarded as an object that can be shaped to fit the standards of beauty. The media is an effective way for the discourse of dominant power. So, ideal femininity is formed by the media (Damean, 2006: 90). Nowadays, the media which is directed by people like social media take their place in this dominant discourse. Because when we look at the women self-presentation created here, it is possible to see the stereotypes created by the mainstream media.

Although the lifestyle model in the construction of identity has spread a different type of identity and communicates in a different way, it does not diminish the fact that it is produced by a strong social institution as the old model. Nation-states and global corporations establish identity and use these structures when people talk about their identity. Similarly, when we think about this situation for social media, it is true that people's self-presentation is not independent of and directed by other social institutions. In other words, consumption is an

important factor here. Postmodern society is already considered as a consumption society in many articles. Today, beyond the postmodern, there is a society of a period that we can characterize as digital or virtual. This society is now oriented towards identity consumption in a virtual space from a materialist consumption (Machin & van Leewen, 2008: 55-56).

Women and Social Media

Today, gender-building continues through various technologies and discourses that have the power to produce gender representations. Sex is biologically determined while gender is determined sociologically. Gender refers to a set of socially behavioral patterns. Therefore, femininity and masculinity are a culturally determined issue. Media is an important way to identify these gender-related identities. Because the media educates us with a sense of what is appropriate for objects and people. The media plays a role in creating characters that influence the image of men and women in popular culture. Digital media currently has significant growth in media consumption. Social networking services and online avatars have made the concept of identity much more complex (Popa & Gavrilu, 2015: 1199-1202).

Everyone has a self-presentation on social media. Due to the architecture of social media, these environments bring about a personal and identity presentation. Content production and sharing support this presentation. In the content production of the virtual environment, especially gender difference is remarkable.

Some authors indicate that presenting itself in social media varies by gender, and that women emphasize profile and personal information. Women are more interested in personal presentations; whereas men tend to focus on other purposes, such as finding friends (Alzahrani, 2016). In a study by Döring et al. (2016), selfies of young women were more related to sexuality, whereas young males' selfies were more related to muscle presentation. In Nilsson's (2016: 43-46) study in Sweden, male users pose as if they were caught in the picture in the moment (resting on the sofa, standing in the hallway or at the hall, at home, etc.). On the other hand, women's selfies appear to be staged with unnatural poses. This also confirms the fact that female users use filters more often. Young men are seen as more dominant and active in photographs, while young women are seen as more passive and dependent. In traditional stereotyping roles, we see that women represent themselves according to female stereotypes and legends. This states that women's bodies are not passive but under control. This development is seen as a reflection of the debate on gender equality in society today. Photos shared on social media are private, but are shown to the public. For this reason, users can choose how they want to see themselves consciously or subconsciously and can choose to create an online identity.

The relationship between gender and technology is complex, because gender is a very important social structure throughout society and among social actors. Gender and sexuality is affected in various ways. The first, this interaction is influenced by social contexts such as country, region, income level, race, ethnic origin. Second, gender expression is influenced by the context in which technology is produced. For example, if creators are primarily men, the software will evaluate and reward male gender practice. Third, technologies may include values and norms before using any software. For example, on many different social networking sites, users should use real name (Marwick, 2013).

Social media not only makes many subjects fashionable but also makes it a topic of discussion. Increasing health trends in social media and fitspiration of athlete body fashion is one of the topics discussed. These different areas are places where gender differences are seen. For example, fitspiration is an important trend among women today. Bohjalian (2017: 24-32) draws attention to three features of fitspiration: health trends in social media, use of Instagram as a social media platform and self-presentation in social media. Women are better known even though they are male users. In his fitspiration research on Instagram, Bohjalian has some minor changes among users, but all are thin and muscular. Most of the photos show only one person and usually the account holder. Fitspiration Instagram account owners have gained popularity with the ability to use these accounts as a platform to improve their brands over time. With increasing celebrities and followers, women users here have turned into real brands from regular Instagram users. Therefore, these accounts have turned into a lifestyle account rather than just fitness and nutrition. These fitspiration accounts also include home life, friends, landscapes, pet photos. On the other hand, however, these users continue to be a fitness expert, since they often publish photos of fitness.

The other issue that attracts attention in social media is fashion. Simmel (2003: 104-106) approaches fashion with the problem of human existence. Human existence can be handled in two ways individually and socially. But these two have conflicts on the basis of heredity and difference. These two poles provide continuity and unity on the one hand and change and originality on the other. Fashion also directs the individual to the path of

everyone's walk, while at the same time satisfying the need for differentiation of people. In other words, fashion is a form of life that enables us to collect social tendency and individual differentiation in one action.

The presentation of women's self on social media is remarkable. Issues related to the domestic area, such as food blogs, are very popular among women. On the other hand, the body of woman, which is the object of consumption within capitalism, is consumed in the virtual space. Make-up, fashion, clothing and even sport are the subject of visuals that provide visually the body's consumption. Lifestyles are offered here. However, these lifestyles have a structure shaped by masculine ideology, although it shows women free. Women either produce traditional roles in the domestic space or use their body if they are out.

Analysis of Profiles

In this study, Instagram profiles were examined by semiotic method. The aim of the semiotic method is to reveal the functioning of the nonverbal systems (Barthes, 1993: 72). Barthes emphasize signifier-signified and denotation-connotation in semiotics. According to Barthes (1993: 40-46), a sign is based on a signifier and a signified. The signifiers constitutes the narrative order and the signifieds constitutes the content order. For example, in traffic rules, the meaning of the color of a light differs from one another. Usage objects, which are not included in the meaning and derived by the society for the purpose of meaning, have substance. Wherever there is a community, every use turns into an indication of itself. The distinction between signifier and signified is that the signifier is a material tool of signified.

The relationship between "signifier" and "signified" is called "signification". The meaning of a "signifier" occurs in our minds and thus the process of meaning begins. Signification refers to the denotation and connotation and this structure is based on Barthes' theory. Denotation indicates what the sign represents. Connotation is how the sign is represented. The concepts are the abstracted equivalents (signified) of the real world (signifier) in the first stage. In the communication phase, the conceptual signifier is transformed into a signified, like a sound or image. Of course, all these concepts gain meaning within a particular cultural context (Çağlar, 2012: 26). Connotation consists of the signs of denotation. Denotation does not consume connotation. There is always something left in denotation. Otherwise discourse is impossible (Barthes, 1993: 70). Denotation refers to explicit meaning. Connotation has myth and connotation dimensions. Barthes analyzes contemporary myths in capitalist societies. These myths have a function that justifies the values of the capitalist system. In myths, side meanings are many. Myths constitute the secondary order of semiotics. Changes may also occur in myths over time. For example, a woman's myth emerged as a woman became more active in social and business life (Ataman Yengin, 2012: 15-16).

According to Barthes, the main function of myths is to naturalize history. This function of myths shows us the dominant thought in a certain period. However, in order for these ideas to function as myths, they must emphasize that the meanings are historical or natural. Thus the myths conceal their political and social origins. Naturalization universalizes the meaning of myths and makes them unchangeable and unquestionable. There is a myth that women naturally care for and care for the child naturally, so that women's natural places are home, and that men naturally take on the role of earning bread. These roles thus structure the concept of family. This meaning hides its political meaning by appearing to serve the interests of both men and women on an equal level. Connotation and myths work in second order. This is where the denotation comes from (Fiske, 1990: 89-91).

In this study, the profiles of female users were analyzed by semiotic method. Barthes' semiotic approach was used. The relationship between the signifier - signified and denotation-connotation is examined in first and second order. Mother-child, recipe, beauty-fashion, fitpiration hashtags were selected for the purpose. Instead of choosing photos in profiles, all the shares in the profile are evaluated as a whole. Two profiles were selected from each category and a total of eight profiles were analyzed. These profiles do not only consist of postings with specific areas of expertise. Although users are branded in specific areas, they also share different postings. It is noteworthy that in these profiles mother and wife subjects are exhibited together with the body. In masculine ideology, subjects such as mother-child, spouse, body presentation, hyper-femininity were considered. The profiles are not clearly specified in accordance with the code of ethics.

The first category is mother-child. When we look at first order, mothers' profiles are generally related to women's children. These profiles include care for a child, daily meals, clothes, child's birth, etc. many issues are shared. In these profiles, women usually write themselves as "mom" while presenting themselves in bio. In other words, there is the construction of an identity in the center of the child. When we look at the profiles in this category, there is a life in the child-house-husband triangle. Child care, clothing, food, room are the most important signifiers. Places outside the home are also related to children: children's play park, kindergarten,

birthday parties and so on. In places that are not related to children, a family image is given with the her husband. When we look at the second order, there is a presentation of peaceful, sterile, safe, compassionate life in the domestic space. While woman provides the necessary care, compassion and spirituality to the family, the man provides security and material. The child also grows as a healthy individual in this family environment.

The second category is recipes. The recipes have become popular on blogs along with the internet. Especially by vloggers, this topic is widely used. On Instagram and Youtube it is seen that profiles on this subject are very common. When we look at the first order, the profiles discussed in this category also have presentations in the domestic area. In general, the woman shares the kitchen. Some users even do the cooking together with their children. Outside the kitchen there are posts with the child and husband. When we look at the second order, it is the care of the family. A skilled, frugal, creative, compassionate, protective mother and wife model are presented.

The third category is beauty-fashion. Beauty and fashion category is one of the most fashionable concepts of the last period in social media. Users can have a high number of followers even if they are not experts. When we look at the first order, women often show the make-up they try on their faces. The new and trendy clothes purchased in the profiles discussed in this category are shown. Users usually try these outfits by giving them selfies in front of the mirror. In these profiles, selfie shots are very popular. Users are posing like a professional model. Users sometimes present these poses with their husbands or children. When we look at the second order, there is a presentation of both the mother and the spouse and the well-groomed woman.

The fourth category is fitspiration. Sharing on fitness and health has become remarkable with social media. The posts with fitspiration have gained popularity especially in instagram. When we look at the first order, the majority of the posts in this category consist of the selfie of the profile owner in front of the mirror alone. In the other photographs are seen friends, family, child or lover / husband. It is usually worn with sportswear. Especially in this category, it is common for the abdominal muscles to be taken with a selfie in front of the mirror. In some photographs, a comparison is made between the conditions before and after the start of sports. Apart from sportswear like tights, swimwear is also widely used. Looking at the second order a good partner, a good wife, good mother, even also a good friend profile is presented with fit bodies and healthy lives. They have a beautiful body rather, as they lose weight, they become more and more loved by their surroundings and lovers.

Conclusion

The first two categories, mother and recipe, indicate the traditional roles of women. The traditional features here are based on the concepts of motherhood, child, home, family, nutrition and protection. The woman obtains an identity as a man's supporter or on the side. Women appear to be in a sterile, peaceful and safe atmosphere in the domestic area in these categories.

The last two categories, beauty-fashion and fitspiration, seem to have more emancipatory properties than the traditional structure, but they include body design and disciplinary practices. An ideological structure functioning through the body is noteworthy. This structure has hyper-feminine properties. In these categories, there is a woman that capitalism and masculine ideology wants to see is supported. These categories are not limited to sharing only on the body. Although they are opened as profiles on specific areas of expertise, there are shares supporting traditional roles. Thus, comparisons such as beauty-motherhood, fitness-motherhood are provided. This puts a serious stress on the woman. This is because women are obliged to pay attention to both their care and body. That is, both traditional roles and modern appearances stand side by side.

As a result it can be said that women perform self-presentations in the virtual space over old and new values. In addition to traditional roles, there are also modern areas of expertise. However, these areas of expertise are realized through the imposition of the masculine system and capitalism. Women's self-presentation creates a consumption area.

References

- Alzahrani, F. (2016). Communication Difference between Men and Women in Social Media. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, Volume 7, Issue 4, April-2016, 981-982.
- Ataman Yengin, D. (2012). Mekanikleşen Birey: Arçelik Örneğinin R. Barthes'a Göre Çözümlemesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*. January, Volume 2 Issue 1. 13-21. Available at http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME2-ISSUE1_files/tojdac_v02i102.pdf
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel Serüven*. Mehmet Rıfat, Sema Rıfat (Trans.). İstanbul: Yapı Kredi Publishing.
- Beauvoir, S. de (1949). *Le Deuxième Sexe-I. Les Faits et Les Mythes*. Paris: Gallimard.

- Bohjalian, B. (2017). The Self-Presentation of Popular Fittspiration Experts on Instagram. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Vol. 8, No. 1, Spring 2017, 23-34. Available at https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/06/03_Ellie_Bohjalian.pdf
- Butler, J. (1999). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Çağlar, B. (2012). Bir İletişim Biçimi Olarak Gösterge Bilim. *EUL Journal of Social Sciences (III:II) LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi* December 2012 Aralık. 22-34. Available at <http://euljss.eul.edu.tr/euljss/si322.pdf>
- Damean, D. (2006). Media and gender: Constructing feminine identities in a postmodern culture. *JSRI* No. 14 ~ Summer 2006, 89-94.
- Döring N., Reif, A. & Poeschl, S. (2016). How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts. *Computers in Human Behavior* 55 (2016) 955-962, <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.001>
- Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
- Goffman, E. (1956). The presentation of self in everyday life. (Monograph No. 2). Edinburgh: University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.
- Goffman, E. (1977). The Arrangement between the Sexes. *Theory and Society*, 4 (3), 301-331.
- Machin, D. & van Leeuwen, T. (2008). Branding the Self. *Identity Trouble: Critical Discourse and Contested Identities*. Carmen Rosa Caldas-Coulthard & Rick Iedema (eds.). New York: Palgrave Macmillan. 43-57.
- Marwick, A. (2013) "Gender, Sexuality and Social Media." In Senft, T. & Hunsinger, J. (eds), *The Social Media Handbook*. New York: Routledge, pp. 59-75.
- Nilsson, M. (2016). "First, let me take a selfie" - Young adults' self representation on Instagram. Unpublished Master's Thesis. Malmö Högskola, MA Media and Communication. http://muep.mau.se/bitstream/handle/2043/21574/Thesis_MalinNilsson_FINAL.pdf?sequence=2&isAllowed=y, retrieved on 01.02.2019
- Popa, D. & Gavrilu, D. (2015). "Gender Representations and Digital Media". The 6th International Conference Edu World 2014 "Education Facing Contemporary World Issues", 7th - 9th November 2014. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 180 (2015) 1199 – 1206.
- Simmel, G. (2003). *Modern Kültürde Çatışma*. Tanıl Bora, Nazile Kalaycı, Elçin Gen (Trans.). İstanbul: İletişim Publishing.
- Tombul, I. (2018). " 'Zeki Müren de Bizi Görecek mi?': Sosyal Medyada Benlik Sunumları". *Yeni Medyaya Yeni Yaklaşımlar*. Rengin Sine & Gülşah Sarı (Ed.), Konya: Literatürk Yayınları. 101-130.

SİNEMA ARAŞTIRMALARINDAKİ TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİ

Kavramsal Yönelimler¹

Pelin Erdal Aytekin
Adnan Menderes Üniversitesi
pelinerdala@gmail.com

Özet

Toplumsal cinsiyet kavramı hem kadın kimliğini hem de erkek kimliğini içerisinde eşit olarak barındırmaktadır. Diğer taraftan toplumsal mekanizmaların oluşum aşamasında hem kadın hem erkek kimliği, eşit düzeyde bir ilişki ve etkileşim sonucunda meydana gelmiştir. Bu durum hem erkek hem kadın kimliğinin ele alınmasında yine her iki kimliğe dair sorunsallaştırmanın birlikteliğini gerektirir. Sinema alanında yapılan toplumsal cinsiyet çalışmaları da benzer bir etki alanı içerisinde değerlendirilebilir. Yapılan çalışmalar kadın kimliğinin temsiline ağırlık verirken, erkek kimliğinin temsil noktası eksik kalmaktadır. Bu durumda toplumsal cinsiyetin sinema temsilindeki kavramsal bağ eksik kalmış görünmektedir. Araştırma bu perspektif ışığında Türkiye’de yazılan sinema makalelerinin başlık seçiminde hangi eğilimin ağırlıkta olduğunu araştırmaktadır. Çalışmalar temel olarak “toplumsal cinsiyet” kavramı ile mi yoksa “kadın çalışmaları” başlığı altında mı tanımlanmaktadır sorusu sorulmakta ve toplumsal cinsiyet başlığının kullanılmasına rağmen araştırmaların ağırlık noktasında hangi kimliğin bulunduğu noktasına odaklanılmaktadır. Bu bağlamda 1999-2019 yıl aralığında yazılan makaleler meta analizi yöntemiyle taranmış ve elde edilen sonuç kavramsal çerçeveye bağlı kalınarak yorumlanmıştır. Sonuç olarak sinemada toplumsal cinsiyet üzerine yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak kadın kimliğini ele aldığı, erkek kimliği üzerinde yeteri derecede durmadığı anlaşılmıştır. Bu durum ise sinemadaki cinsiyet çalışmalarında eşit oranda incelenmesi gereken iki alandan birini eksik bırakmış görünmektedir. Son yıllarda erkek kimliği üzerindeki çalışmaların artışına rağmen, yeterli sayıda olmaması, kadın kimliğinin sinemadaki konumunu anlamak ve temsil noktasındaki eleştirel bakışı yakalamak bakımından eksiklikler meydana getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Toplumsal cinsiyet, kadın kimliği, erkek kimliği, sinema, temsil*

Kavramsal Yönüyle Toplumsal Cinsiyet

Kottak (2001: 443) toplumsal cinsiyet kavramını, kültürün kadın veya erkek olarak bir cinsiyete atfettiği görevler ve etkinlikler ya da erkek ve kadın karakterlerine ilişkin basitleştirilmiş fakat güçlü bir şekilde benimsenmiş düşünceler olarak tanımlamaktadır. Toplumsal yönelimlere göre şekillenen biyolojik cinsiyet bu noktada doğuştan getirilen beden temsillerine göre tanımlanır. Butler (2008, s. 50) *Cinsiyet Belası* adlı kitabında toplumsal cinsiyeti “cinsiyetli bedenin üstlendiği anlamlar bütünü” olarak ifade ederse de ekler ve toplumsal cinsiyetin bu durumda herhangi tek bir cinsiyetten kaynaklı olamayacağını da altını çizer. Connell’in (1998) toplumsal cinsiyet kavramına bakışı da benzer bir izlekten ilerler ancak cinsiyetin bedenli olması yargısı üzerinde özellikle durur. Connell (1998, s. 114) “öyleyse beden her türlü toplumsal pratiğin de bir parçasıdır” demektedir. Doğuştan getirdiğimiz biyolojik cinsiyet ve bedensel temsillerin, toplumsal cinsiyet ile olan bağına Bourdieu (2018) ise şu şekilde açıklamaktadır;

“Toplumsal dünya, bedeni cinsiyetlendirilmiş bir gerçeklik ve cinsiyetlendirici görüş ve bölünme esaslarının taşıyıcısı olarak inşa eder. Algının bu bedenselleşmiş toplumsal programı, dünyadaki her şeye, en başta da bedenin kendisine, onun biyolojik gerçekliğine uygulanır: erkeklerin kadınların üzerindeki keyfi tahakküm ilişkisine kök salmış mitsel bir dünya görüşünün esaslarına uygun olarak biyolojik cinsler arasındaki farklılıkları inşa eden bu programdır ve bu tahakküm ilişkisinin kendisi de, işbölümü vasıtasıyla toplumsal düzenin gerçekliğine kazınmış durumdadır”.

Fatmagül Berktaş, *Tarihin Cinsiyeti* kitabında Ahmet Oktay’a (Aktaran Berktaş, 2018: 151) atıfla “herkes (özel olarak aksi belirtilmedikçe ‘herkes’in ‘erkek’ olduğu açıktır) asıl kimliğini paranteze almış gibidir” derken erkek kimliği ve kadın kimliğinin temsil edilme olasılıklarına gönderme yapmaktadır. Erkek kimliğinin kendini evrensel sorunlardan azade göstermek gibi bir doğası olduğunu söyledikten sonra bu erkek mitosunu sorgulamak gerektiğinden ve sorunsallaştırmak gerektiğinden bahseder. Çünkü kadın ve erkeğin kendilerine has olan kimliksel oluşumları birbirlerinden ayrı biçimde değil, toplumsal cinsiyetin tüm etkenleri içinde birbiri ile ilişkili ve etkileşim içinde meydana gelmiştir. Berktaş bu noktada kadın kimliğine dair etraflıca yapılan tüm çözümlemelerin, erkek kimliğini; erkek kimliğine dair yapılan her çözümlemenin ise kadın kimliği sorunsallaştırmak zorunda olduğunu ifade eder.

Deniz Kandiyoti’de (2015) benzer şekilde 1980’li yılları takip eden süreçte feminist kuramın belirgin bir değişim geçirdiğinden söz etmekte “kadın” teriminin yerini giderek *toplumsal cinsiyet* (gender) kavramına bıraktığını,

özellikle post-yapısalcı feminist hareketin “kadın” ve “erkek” öznelerinin sabit ve yeknesak olmadığını, bu öznelerin tarihselliği olan söylemler aracılığıyla yapılandığını ileri sürdüğünü ifade etmektedir. Kandiyoti’nin de altını çizdiği şekliyle çeşitli “kadınlık” ve “erkeklik” halleri mevcuttur ve bu hallerin birbirleri ile olan etkileşim ve iletişim şekilleri esastır. Bu durum belirli bir nokta da çeşitli kadınlık ve erkeklik hallerinin birbiri ile temasından da öteye geçer. Bozok’un (2019: 275) belirttiği gibi “ataerkillikten sınıfsal ve politik avantajları nedeniyle daha fazla yararlanan erkekler, yalnızca kadınları denetlemekle kalmayıp, diğer erkekler üzerinde belirleyici olarak hegemonyalarını inşa ederler”. Connell’in (1998: 245) ifadesiyle bu ikincil – hegemonik – erkeklik halleri “ikincil konuma itilmiş erkeklik biçimleriyle ilgili olarak da inşa edilmektedir”. Bu nedenle toplumsal cinsiyet başlığı altına girecek tüm kimlikler birbirleri ile etkileşimde olan doğaları nedeniyle vazgeçilmez durumdadır.

Denilebilir ki toplumsal cinsiyet kavramı kadın ve erkek kimliğinin temsillerini içerisinde eşit olarak barındırmaktadır. Bu durum toplumsal cinsiyet üzerinden bir bakış ele alınırken, her iki kimliğe dair sorunsallaştırmanın birlikteliğini ihtiyaç konusu yapmaktadır. Sinema alanında sürdürülen toplumsal cinsiyet çalışmaları da benzer bir kavram etkileşimini gerekli kılmaktadır. Bu kavramsal yaklaşımın birlikte ele alınmasının gerekliliğine rağmen, yapılan çalışmalarda kadın kimliğinin temsiline ağırlık verildiği; erkek kimliğinin ise temsil noktası bağlamında eksik bırakıldığı görülmektedir. Bu durumda ise sinema temsiliindeki toplumsal cinsiyet bağlamı bir yönüyle eksik kalmış görülmektedir.

Sinema Araştırmalarında Toplumsal Cinsiyet Temsili

Sinema araştırmaları içerisinde toplumsal cinsiyet başlığı ilk yıllarda daha çok kadın kimliğinin temsil edilmesi ve feminist film eleştiri bağlamında ele alınmış görülmektedir. Stam (2014), Claire Johnston’ın bu süreci 1976 Edinburgh Film Festivali’nde yazılan bir makale olan “Karşıt Sinema Olarak Kadınların Sineması” başlığı ile açtığını ve ilk defa sinemada kadın temsili üzerine analitik vurgu yapılması konusunda çağrıda bulunduğunu ifade etmektedir. Büker ve Topçu (2010: 205) ise sinema çalışmalarının, feminist hareketin psikanalizden etkilenmesi ile bu yöne doğru kaydığını ve özellikle film eleştirisinin yoğun olarak göstergebilimsel ve psikanalitik yaklaşımlardan beslendiğini söylemektedir. Laura Mulvey’in (1989) öncü makalesi “*Görsel Haz ve Anlatı Sineması*” bu yeni yaklaşımın en temsili örneklerinden olmuştur. Mulvey’in makalesini bu noktada detaylandırmak zor olsa da temelinin, ana akım sinemanın ataerkil bakışı derinleştirecek ve destekleyecek şekilde “eril bakış”ı temsil ettiği şeklindeki teorize ettiği söylenebilir. Nihayetinde özellikle ana-akım sinema, Smelik (2008: 1) tarafından da “kadınlar ve dişillik ile erkekler ve erillik, kısacası cinsel farklılıklar üzerine mitlerin üretildiği ve bunların temsil edildiği kültürel bir pratik” olarak tarif edilmiştir.

Anlaşılmaktadır ki sinema literatüründe özellikle ilk yıllarda, kadın temsili üzerine odaklanılmış ve sinemada toplumsal cinsiyetin ifade ediliş biçimleri üzerine disiplinlerarası bir perspektifle çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Genel bir yaklaşımla değerlendirildiğinde sinema araştırmalarında toplumsal cinsiyet başlığı daha çok feminist eleştiri kapsamına dayanmış ve sinemada yaratılan egemen eril bakış eleştirisi üzerinde durulmuştur. Özden (2004: 191) özellikle feminist film eleştirisinin, tarihsel gelişimine bağlı olarak çeşitli düşünce akımlarından, kuramsal ve politik gelişmelerden etkilendiğini söylemiş bu bağlamda; “politik hareket, eşcinsel hareket ve siyah hareketle ilgili bir biçimde düşünmek gerekir” açıklamasını getirmiştir. Yine de benzer bir tarihsel dönem içerisinde gündeme gelmiş olmalarına rağmen, feminist eleştirel teorinin en çok etki sağlayan ve etkisini zaman içerisinde de sürdüren bir eğilim gösterdiği gerçeğini ortaya koymuştur.

Geçen yıllar içerisinde eğilim feminist film teorisinden, sinema çalışmalarında *gender* (toplumsal cinsiyet) bağlamına doğru evrilmiş ve çalışmaların kapsadığı alan daha da genişletilerek *queer teori* başlığı açılmıştır. Butler (2011: 97), feminist film eleştirisinin bir yönünün de sinemadaki cinsiyet temsillerinin farklı yönlerini tanımlamaya vardığını ve *Queer* sözcüğünün, heteroseksüellikten öte, tüm cinsellik biçimlerine işaret ettiğini belirtmektedir. Bu değişimin özellikle 1980’li yıllar ve sonrasında artış gösterdiğinin de altını çizmektedir. Film araştırmalarının bu bağlamda kadın kimliğinin ötesine uzanması, *gender* kavramı ile ilişkilenebilir feminist eleştiri literatürü içerisinde kazanılmıştır denebilir. Kabadayı’nın (2013: 89) söylediği gibi “feminist eleştiri, feminist ideolojiye dayanmaktadır. Feminist ideoloji, toplumlardaki cinsiyetçi yaklaşımlara karşı çıkmakta ve gelecekte kurmayı hedeflediği toplumun bu yaklaşımlardan arınmış olmasını amaçlamaktadır”. Burada söylem kadın kimliğinin temsil ediliş biçiminden çok toplumun cinsiyeti belirleyen gücünün dönüştürülmesi olarak algılanabilir. Bu durumda özellikle çeşitli toplumsal ve kültürel değişimlerin varlığına bağlı olarak, kadın temsiline dair söylemlerin erkek kimliğini ve daha da ötesinde toplumsal cinsiyete dair tüm söylemleri kapsamaya gerekliliği ortaya çıkmıştır denebilir.

Bu noktada bir ara başlık açmak gerekirse Türkiye’deki sinema yazınında ağırlıklı olarak tercih edilen eğilimin sosyolojik yaklaşımlardan beslendiği gerçeğidir. İnceoğlu’nun (2014: 195) “Türkiye’de Akademik Sinema Yazınının On Yılı (2002-2011): Bibliyometrik Bir Analiz” çalışmasında altını çizdiği gibi Türkiye’de bahsi geçen yıllar arasında çıkan akademik dergilerde yayınlanmış olan sinema makaleleri; dörtte bir oranında sosyoloji, feminist ve toplumsal cinsiyet disiplininin edindiği terminolojik ve kavramsal bakış açısından

faýdalanmış, özellikle 2008 yılının devamında büyük oranda bu alanlara dayanan bir yaklaşımdan beslenmiş görünmektedir.

Sonuç olarak denilebilir ki kadın kimliğini odağına alan çalışmalar süreç içerisinde, erkek kimliğine dair araştırmaları da kapsama dahil etmiş olsa da yeterli sayının yakalandığı söylemek zordur. Bu noktada çalışmanın hedeflediği evren Türkiye'deki sinema yazın alanıdır. Bu açıdan bakıldığında geçen yıllara bağlı kalınarak erkek kimliği üzerine yapılan çalışmalar artmışsa da yeterli sayıya ulaşılmadığı görülmüştür. Ancak yeniden hatırlatmak gerekirse kadın kimliği ve sorunsalını ele almak erkek kimliği olmadan kapanmayacak bir aralık oluşturmaktadır.

Yöntem

Çalışma örnekleminin 1995 ve sonrasında seçilmesinin nedeni, bu yılların Türk sinemasında önemli bir değişimi gündeme getirmesidir. 1990'ların ikinci yarısı Türk sinemasında yeni bir dönemin başladığı hem popüler sinemada hem de bağımsız sinemada yeni bir kuşağın ve yeni bir film dilinin başladığı evre olarak tespit edilebilir (Suner, 2006: 33). Bu yeni dönemin Türk sinemasının sinemanın akademik literatürüne yansımaları bakımından da önemlidir. Bu nedenle zaman dilimi olarak 1995 ile 2019 yılları arasındaki evre saptanmıştır.

Araştırma meta analizi yöntemini kullanarak yapılmıştır. Meta-analizi, belirli bir konuda yapılmış, birbirinden bağımsız, birden çok çalışmanın sonuçlarını birleştirme ve elde edilen araştırma bulgularının istatistiksel analizini yapma yöntemidir (Akgöz, Ercan, Kan, 2004: 107). Bu nedenle çalışmanın kapsamını genişletici bir içerik araştırmasına gidilmemiş, araştırma 1995 ile 2019 yılları arasındaki makale üretimini Google akademik üzerinden taranmış 96 makaleyi, başlık, özet ve anahtar kelimeler bağlamında inceleyerek toplumsal cinsiyet, kadın ve erkek kimliklerinin bu sinema makalelerinde ne şekilde yer aldığını ortaya koymaya çalışmıştır.

Sonuçlar ve Bulgular

Bu araştırma kapsamında; Web of Science, Scopus, Ulakbim TR Dizin ve Google Akademik olmak üzere dört farklı indeks taranmıştır. Bu taramanın sonucu olarak incelenen çalışmalarda toplumsal cinsiyet, kadın ve erkek içeriğine sahip 69 makale bulunmuş ancak buradan edinilen sonuç bağlamında 9 makalenin yalnızca toplumsal cinsiyet içeriğine sahip olduğu buna karşın kadın kimliği üzerine yapılan çalışma sayısının 38 olduğu tespit edilmiştir. Erkek kimliği üzerine yapılan araştırma sayısı ise yalnızca 11 ile sınırlı kalmıştır. Kadın ve erkek kimliğine dair içeriği birlikte ele alan çalışmaların sayısı ise 10 olmuştur.

Taranan İndeks	İlgili Yayın Sayısı
Web of Science	01
Scopus	03
Ulakbim TR Dizin	17
Google Akademik	69

Taranan İndeks	İlgili Yayın Sayısı	Kullanılan Kavramlar (Başlık, Özet, Anahtar Kelime)
Web of Science	1	Toplumsal Cinsiyet: 01
Scopus	3	Toplumsal Cinsiyet: 02 Kadın: 02
Ulakbim TR Dizin	17	Toplumsal Cinsiyet: 13 Kadın: 12 Erkek: 10
Google Akademik	69	Toplumsal Cinsiyet: 19 Kadın: 38 Erkek: 11
TOPLAM	90	Toplumsal Cinsiyet: 35 Kadın: 52 Erkek: 21

Bu tablo göstermektedir ki son yıllarda yapılan araştırmaların birçoğu kadın kimliği üzerinde durmakta, toplumsal cinsiyet ana başlığı altındaki araştırmaların birçoğu yalnızca kadının kimliğinin incelenmesini içermektedir. Yapılan araştırma sonucunda makale başlıklarına bakıldığında kadın kimliğini içeren ve en çok kullanılan ifadenin “kadın temsili” olduğu sonucuna varılmıştır; “*Türk Sinemasında Kadının Temsil Sorununa Alternatif Bir Yöntemle Bakmak: Bechdel Test*”, “*Erkek Egemenliğine Karşı Kadın Aksiyon Kahramanı: Mad Max: Fury Road'da Kadın Temsili*”, “*Cumhuriyet Döneminde Kadın Temsili*”, “*Sinemada Kadın Temsilleri: Stepford Kadınları*” “*İçe Alınma ve Dışa Atılma Mekanizmalarıyla Dogville de Kadın İmgesinin Temsili*” bu başlıklardan bazılarıdır. Kadının bir sinema karakteri olarak dönüşümü, değişimi sıklıkla ele alınan diğer bir konudur; “*Sultan'dan Zerre'ye Türk Sinemasında Kenardaki Kadını Dönüşümü*”.

Diğer taraftan erkek kimliğinin ele alınmasında en göze çarpan kavramlarından biri Connell'in “hegemonik erkeklik” kavramı olmuştur. Hegemonik erkeklik Connell'in ifadesiyle “ikincil konuma itilmiş erkeklik biçimleriyle ilgili olarak da inşa edilmektedir”. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki erkek kimliği sadece iktidar ve otorite söylemi bağlamında değil aynı zamanda Connell'in da (1998: 245) söylediği gibi ikincil plana atılmış erkeklik söylemi ile de ele alınmakta bu kavramsal yaklaşım da özellikle son yıllarda sinema araştırmalarına önemli ölçüde yansımıştır. “*Türk sinemasında hegemonik erkeklikten erkeklik krizine: Yazı-Tura ve erkeklik bunalımının sınırları*”, “*Bir Savaş Anlatısı Olarak Nefes: Vatan Sağolsun ve Hegemonik Erkekliğin Krizi*”, “*Toplumsal Yüz Karası Olmak: Şöhretin Sonu Filminde Hegemonik Erkekliğin İnşası*” bu kavramın kullanıldığı bazı araştırma başlıklarıdır. Özellikle başlık tercihlerinde ve özetle erkek kimliğinin karşılığı “erkeklik” kavramı ile ikame edilmiştir. “*Parisli Bir Kasabın Erkeklik Halleri*”, “*Korkuyorum Anne'de Hegemonik Erkekliğin Yapı Sökümü*”, “*Savaş filmlerinde eril hegemonik yapının dışıl anlamları*”, “*Erkekliğin Yol Hali: “Sarı Mercedes” ve “Otobüs” Filmlerinde Erkeklik Kurguları*”. “Eril dil” erkek kimliği üzerine yoğunlaşan araştırmalarda kullanılan diğer bir kavramdır; “*Emine Mine, hepsi sensin be kızım*”: *Yesilçam Sinemasının Eril Fantezisi*”, eril bakış söylemini açıklayan araştırmalardan biridir. Burada araştırmanın içeriğini oluşturan tüm araştırmalara yer vermenin zorluğu ve kapsam dışı olduğu göz önünde bulundurulursa kavramlara örnekler sağlamak anlamında bazı araştırma başlıklarının seçildiğini söylemek anlamlı olacaktır. Bu araştırma kapsamında hedeflenen nokta, yalnızca niceliksel olarak ve toplumsal cinsiyet bağlamında hangi kimlik temsillerinin ağırlıkta olduğunun ortaya konması olmuştur.

Bu araştırma 1990'ların ikinci yarısından günümüze kadarki süreçte, Türkiye'de yayınlanan akademik dergilerin sinema başlığı altında toplumsal cinsiyet, kadın ve erkek kimliklerine hangi miktarda yer verdiğinin anlaşılması amacını taşımaktadır. Sinema yazınının toplumsal cinsiyet kavramına olan ilgili bu kavram bağlamında kadın kimliğine daha çok yer verdiği görülmüş ve temsiliyet noktasının genişletilmesi gerektiği fikrine varılmıştır. Sonuç olarak denilebilir ki toplumsal cinsiyet, doğum ile getirdiğimiz bedenlerimiz üzerine giydiğimiz toplumsal teamüller ise bu kavramın tüm ihtimalleri kapsaması ve sinemadaki temsiliyetinin tüm boyutlarıyla incelenmesi, bu başlığın içeriğini derinlikli bir biçimde doldurmak anlamına gelecektir. Berktaş'ın da söylediği gibi kadına dair bir temsiliyet erkek kimliği olmadan, erkek kimliğine dair bir ifade biçimi ise kadın kimliği ele alınmadan eksik kalacaktır.

Kaynakça

- Akgöz, S., Ercan, İ., Kan, İ. (2004). “Meta-analizi”. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*. 30 (2). ss. 107-112.
- Berktaş, F. (2018). *Tarihin Cinsiyeti*. İstanbul: Metis.
- Bourdieu, P. (2018). *Eril Tahakküm*. İstanbul: Bağlam.
- Bozok, M. (2019). “Feminizmin Erkekler Cephesindeki Yankısı: *Erkekler ve Erkeklik Üzerine Eleştirel İncelemeler*”. *Cogito*. Sayı: 58, Bahar 2009, ss. 269-285.
- Butler, A. M. (2011). *Film Çalışmaları*. İstanbul: Kalkedon.
- Butler, J. (2008). *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi*. İstanbul: Metis.
- Büker, S., Topçu, G. Y. (2010). *Sinema: Tarih-Kuram-Eleştiri*. İstanbul: Karakedi.
- Connell, R. W. *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. İstanbul: Ayrıntı.
- Kabadayı, L. (2018). *Film Eleştirisi: Kuramsal Çerçeve ve Sinemamızdan Örnek Çözümlemeler*. İstanbul: Ayrıntı.
- İnceoğlu, Ç. (2014). “Türkiye’de Akademik Sinema Yazınının On Yılı (2002-2011): Bibliyometrik Bir Analiz”. *Selçuk İletişim*. 8 (3), ss. 182-200.
- Kandiyoti, D. (2015). *Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar: Kimlikler ve Toplumsal Dönüşümler*. İstanbul: Metis.
- Kottak, C. P. (2001). *Antropoloji: İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış*. Ankara: Ütopya.
- Mulvey, L. (1989). “Visual Pleasure and Narrative Cinema”. *Londra: Macmillan*, ss. 14-26.
- Özden, Z. (2004). *Film Eleştirisi: Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi*. İstanbul: İmge.
- Smelik, A. (2008). *Feminist Sinema ve Film Teorisi – ve Ayna Çatladı*. İstanbul: Agora.
- Steam, R. (2014). *Sinema Teorisine Giriş*. İstanbul: Ayrıntı.

Suner, A. (2006). *Hayalet Ev: Yeni Türk Sinemasında Aidiyet, Kimlik ve Bellek*. İstanbul: Metis.

SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ (Sakarya İli Örneği)

Gülcan ŞEN¹

Nesrin AKINCI ÇÖTOK²

Özet

Bu araştırmanın amacı ilköğretim sosyal bilgiler öğretmenlerinin toplumsal cinsiyet rollerine ait algılarını ortaya koymaktır. Öğretmenlerin cinsiyet, yaş, doğum yeri, meslekteki yıl (kıdem) gibi değişkenlere göre toplumsal cinsiyet rollerine dair algıları incelenmiş değerlendirilmiştir. Sosyal bilgiler öğretmenlerinin toplumsal cinsiyet rollerine bakış açılarının değerlendirmesi nitel araştırma modeli ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini 2018-2019 eğitim-öğretim yılında Sakarya ilinde görev yapan basit tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 20 sosyal bilgiler öğretmeni oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini kolay ulaşılabilir olması nedeniyle Sakarya ve ilçelerinde görev yapmakta olan öğretmenlerden seçilmiştir. Ayrıca katılımcılar araştırmacının en rahat ulaşılacağı çevreden seçildiği için amaca uygun örnekleme türü ve ulaşılan ilk öğretmen aracılığıyla diğer öğretmenlere de ulaşım sağlanması bakımından kartopu örnekleme de kullanılmıştır. Katılımcıların belirlenmesinde, gönüllülük ilk kriter olmuştur. Söz konusu çalışmanın hassas bir konu olması nedeniyle görüş bildirenlerden samimi cevapların alınması önem arz etmiştir. Veri toplama aracı olarak somut veriler elde etmeyi sağlayan “görüşme yöntemi, yarı yapılandırılmış soru formu” kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularında öğretmenlerden elde edilen görüşler doğrultusunda kategoriler üzerinden belli kodlamalar yapılmıştır. Buna göre sosyal bilgiler dersinde toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili etkinliklerin yeterince yer almadığı, programda toplumsal cinsiyet rollerinin geleneğe dayalı aktarımlarının yer aldığı, öğretmenlerin müfredat kapsamı dışında toplumsal cinsiyet eşitliği veya toplumsal cinsiyet adaleti kavramlarının öğretime dair etkinliklere yer vermedikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: toplumsal cinsiyet, sosyal bilgiler, sosyal bilgiler öğretmenliği

THE EVALUATION OF SOCIAL GENDER PERCEPTIONS OF PRIMARY SOCIAL STUDIES TEACHERS (Sakarya Province Case)

Abstract

The aim of the research is to investigate the gender roles of primary school social sciences teachers. The senses of gender roles for the target teachers are examined by considering some various criteria such as their gender, age, place of birth and length of service. This research is done based on qualitative research method. Research's sample consists of 20 social sciences teachers who worked in Sakarya in 2018-2019 school year and selected by the method of random sampling. For the sake of simplicity, teachers for research sample are chosen from the Sakarya city center and its districts. In addition, to reach the teachers after the first selected teacher in the sample easily, the method of snowball sampling is also used. The primary criteria while selecting the participants of the research is willingness. Because of the delicacy of the subject, truthfulness of the participants has high importance. As a data collection tool, 'interview method, structured question form' is used to obtain concrete data. In the findings of the study, certain encodings were made on the categories in accordance with the opinions obtained from the teachers. According to this, it was seen that the teachers did not have enough activities about gender equality in social studies lesson. In the program, it was seen that the tradition-based transfers of gender roles took place. It was seen that teachers did not include activities related to the teaching of gender equality or gender justice concepts outside the scope of the curriculum.

Keywords: gender, social studies, social studies teacher

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz toplumdaki kültürel kodlar ve bunlardan etkilenen toplumsal cinsiyet rolleri, toplumsal hayatta belli kalıplaşmış yargılar oluşmasına sebep olmuştur. Bireylerin farklılıklarını benzerliklerini tanımlarken

¹ Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek lisans öğrencisi, gulcan.sen1@ogr.sakarya.edu.tr

² Doç. Dr. Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, nakinci@sakarya.edu.tr

cinsiyet, önemli ve etkili bir faktördür. Kültürden kültüre değişen toplumsal cinsiyet algısı bireyler arası iletişimde ve bireyin sosyal yaşamında birlik beraberlik açısından büyük önem taşımaktadır. “Cinsiyet rolleri, erkeklerin ve kadınların nasıl davranmaları gerektiğini ve onlardan gerçekleştirmeleri beklenen farklı görevleri ortaya koyar.” (Marshall, 1999:111)

Cinsiyet insanoğlunun biyolojik özelliklerinden biridir. Bu durumu yalnızca biyolojik olarak ele almak yeterli olmaz. İçinde bulunduğumuz toplum, toplumun özelliklerini ve bu topluma gelecek nesiller üzerinde en çok etkili olan kesimlerin görüşleri alınıp bu çerçevede bu konuyu ele almak gelecek ve sürdürebilir bir değişim dönüşüm açısından daha sağlıklı olacaktır. Toplumun özellikleri insanı doğrudan etkiler rol ve sorumluluklar yükler. Toplumsal cinsiyet rollerinin doğru algılanması daha sağlıklı bir sosyal yaşam refah seviyesinin artması açısından belirgin bir önem taşımaktadır.

Bu önemden yola çıkılarak gelecek nesillere daha çok aktarım sağlanabilmesi amacıyla öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ortaya koymak hedeflenmiştir. Dolayısıyla çalışmada toplumsal cinsiyet rol algısı, eğitim öğretim ve öğreten bağlamında incelenmiştir. Öğretmenler bu çalışmanın öznesi olarak seçilmişlerdir ve çalışmayı eğitim ve öğretimde toplumsal cinsiyet bağlamında sosyal bilgiler alanının öğretmenleri ve bu dersin müfredatı kapsamında toplumsal cinsiyet rol algılarının eleştirel bir çerçevede incelenmesi oluşturmaktadır.

TOPLUMSAL CİNSİYET

Toplumsal cinsiyet neredeyse tüm bilimleri incelerken karşılaşılabilen disiplinler arası bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet rol algılarının kapsamına bakıldığında eski çağlarda kadının toplumdaki yerine kadar uzanan geniş bir kapsamı vardır. Kadınlık ve erkeklik kavramını birbirinden ayırmak için ilk kez bu kavramın kullanıldığı görülür

Cinsiyet (*gender*) terimi, kadın ya da erkek olmanın biyolojik yönünü ifade eder ve biyolojik bir yapıya karşılık gelir (Dökmen, 2009). İlk olarak bireylerin biyolojik özelliklerine tanımlama yapmak için bu kavram kullanılmıştır. Daha sonra belli toplumsal düzenlemeler sonucunda cinsiyet rollerinin bireyi sosyal hayatta anlamlandırma kişilerarası ilişkilerde rol ve sorumluluk yükleme amaçlı olarak kullanılmaya başlandığı görülmektedir.

“Toplumsal cinsiyet rolleri terimi, cinsiyet kalıp yargılarını ya da toplumun belirlediği cinsiyet farklılıklarını yansıtmak üzere kullanılır. Daha özelde, bu terim, geleneksel olarak kadınla ve erkekle ilişkili olduğu kabul edilen rolleri ifade eder. Cinsiyetin kültürel anlamları, toplumsal cinsiyet rolleri olarak görülür. Toplumsal cinsiyet rolü, toplumun tanımladığı ve bireylerin yerine getirmelerini beklediği cinsiyetle ilişkili bir grup beklentidir (Dökmen, 2009). Toplumsal cinsiyet rolleri algısı toplumda belli başlı paradoks ve kalıplaşmış yargılara sebep olmaktadır. Toplumda her cinsiyet kendine yüklenen ve kültürden kültüre göre farklılıklar arz eden kültürel olarak kendiliğinden oluşmuş bu düzene uyum sağlamaktadır.

Her kültürün her cinsten farklı beklentileri söz konusudur ve her iki cinsiyet toplumda bu beklentileri yerine getirmeye çalışmaktadır. Bu beklenti cinsiyet tarafından yerine getirildiğinde cinsiyet –birey toplumsal bir kabul alır. Cinsiyet sosyal rolüne karşı uyum gösterip rolünü yerine getirerek sosyal düzenin devamlılığını sağlar. Freedman vd.(1993:427)’ e göre bu durum sosyal- psikolojik çerçevede değerlendirilmelidir. Bu davranış ve beklentileri karşılama amacı, uyma davranışı olarak da ifade edilebilir. Uyma denilen davranış ve inanış benzerliği gereklilik ve öğrenme sonucudur. Cinsiyet, rolünü sosyalleşme sürecinde öğrenerek kazanırken toplumsal yapının devamı adına gereklilikten yola çıkarak rolünü yerine getirir. Bu durum bireylerin o toplum içinde benzer davranmalarını da sağlar.

Toplumsal cinsiyet ve bu algıya dayalı davranış oluşturma durumu kadın ve erkeğin hangi alanların temsilcisi olacaklarına dair karşıtlık temelinden de beslenmektedir. Bu karşıtlığa tarihsel bir perspektiften bakıldığında Antik Yunan dönemine kadar uzanmakta ve biyolojinin erkek ve kadın arasındaki mevcut sosyal ayrımı meşrulaştırmanın ve erkeği iktidar sahibi olarak tutmanın bir yolu olarak günümüze kadar kullanılageldiğine tanık olunmaktadır. Bu nedenle, feministler 200 yıldır biyolojik cinsiyetlerinden dolayı yaşadıkları ayrımcılıkla mücadele etmektedirler Kamusal/özel alan ayrımı eski Yunan düşüncesinde; polis (kamusal alan), ile oikos (hane) kavramlaştırmasından türetilmekte; polis; erkeklerin yönetim alanı, diğeri ise, kadınların ve çocukların yeri olan ev içi alan olarak görülmektedir (Ersöz,2015).

YÖNTEM

Eğitim ve öğretimde her bireyin bu bilinçle olumlu bir toplumsal cinsiyet rol algısı ile yetişmesi öngörülmektedir. Bu sebeple çalışmanın odak noktası eğitim ve eğitimcilerdir. Sosyal bilgiler dersi bu algının olumlu bir şekilde verilebilmesi için sorumlu vatandaş yetiştirme bilincine en uyumlu ders olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla sosyal bilgiler öğretmenlerine büyük sorumluluklar düşmektedir. Öğretmenlerin toplumsal cinsiyet rolleri hakkında algılarını belirlemek ve bunları nasıl aktardıkları konusunda sürdürebilir sağlıklı bir toplum için söz konusu çalışma önem arz etmektedir

Bu bağlamda araştırmanın örneklemini 2018-2019 eğitim-öğretim yılında Sakarya ilinde görev yapan basit tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 20 sosyal bilgiler öğretmeni oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini kolay ulaşılabilir olması nedeniyle Sakarya ve ilçelerinde görev yapmakta olan öğretmenlerden seçilmiştir. Veri toplama aracı olarak somut veriler elde etmeyi sağlayan nitel araştırma tekniklerinden “görüşme yöntemi, yapılandırılmış soru formu” kullanılmıştır. Açık uçlu oluşu sorunların dile getirilmesi serbest bir söyleşi için görüşülen kişi tamamen özgür bırakılır (Mayring, 2011). Katılımcılar araştırmacının en rahat ulaşılacağı çevreden seçildiği için amaca uygun örnekleme türü ve ulaşılan ilk öğretmen aracılığıyla diğer öğretmenlere de ulaşım sağlanması bakımından kartopu örnekleme de kullanılmıştır. Katılımcıların belirlenmesinde, gönüllülük ilk kriter olmuştur. Öğretmenlerin, kıdem yılı 3-30 yıl arasında değişmektedir. 10’u kadın, 10’u erkek olmak üzere 20 öğretmenle konuyla ilgili altı soruluk yapılandırılmış bir soru formunu hassas bir konu olması doğrultusunda samimi ve doğru cevapların alınabilmesi için yüz yüze görüşerek cevaplandırılmıştır. Öğretmenlerin cinsiyet, yaş, doğum yeri, meslekteki yıl (kıdem) gibi değişkenlere göre toplumsal cinsiyet rollerine dair algıları incelenmiş değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Demografik özellikler

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleri

KATILIMCI (K)	CİNSİYET	MESLEKTEKİ YIL(kıdem)	DOĞUM YERİ
K1	Erkek	30	Bolu
K2	Erkek	30	Erzurum
K3	Kadın	27	Kayseri
K4	Kadın	25	İzmit
K5	Erkek	24	Artvin
K6	Erkek	23	Konya
K7	Erkek	21	Bursa
K8	Kadın	21	Sinop
K9	Erkek	21	Düzce
K10	Erkek	10	Bakırköy
K11	Erkek	10	Yozgat
K12	Erkek	8	Denizli
K13	Kadın	5	İzmir(Tire)
K14	Kadın	5	Balıkesir
K15	Kadın	5	Ankara
K16	Kadın	4	Kocaeli
K17	Kadın	4	Sakarya
K18	Erkek	3	Mardin
K19	Kadın	3	Trabzon
K20	Kadın	3	Kocaeli
Toplam	20	20	20

Öğretmenin toplumsal cinsiyet birikimi nasıldır?

Tablo 2. Toplumsal cinsiyet kavramı nedir?

KATILIMCILAR (K)	SAYI
--------------------	------

• Toplumun belirlediği değişen davranış biçimi.	K1,K2,K3,K4,K5,K7,K11,K12,K13,K14, K15,K16,K17,K18,K20,	15
• Toplumun yüklediği sorumluluk.	K4,K13,K15,K16	4
• Ayrımcılık	K9,K19	2
• Ayrımcılık olmaması (Eşitlik)	K8,K10	2
• Uydurma bir kavram	K6	1
Toplam*	24	24

* Birden fazla seçenek işaretlendiği için toplam sayı katılımcı sayısından fazladır.

Katılımcılara toplumsal cinsiyet kavramına dair bilgisi sorulduğunda dikkati çeken bazı cevaplar şöyle olmuştur:
K3: “Yaşadığımız toplum değerlerine uygun roller yüklüyor bize; özellikle kadınlardan biraz ağır roller üstlenmesini bekleniyor.”

K9: “Cinsiyet eşitliği adı altında cinsiyet dengesizliği.”

K19: “Toplumun insanların zihninde oluşturduğu cinsiyet kavramı altındaki kız erkek ayrımıdır.”

Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda, toplumsal cinsiyet kavramı genellikle “toplumun değerlerine uygun kadına ve erkeğe yüklediği rol” kültürel farklılık içeren değişken bir kavram olduğu yönündedir. Katılımcılardan bazıları “toplumsal cinsiyetin ataerkil gelenekleri benimseyen” bir yapının ürünü olduğunu düşünmektedir. Toplumsal cinsiyet kavramı doğru anlamlandırılmadığında, toplumun cinsiyete yüklediği rol ve sorumluluk olarak görüp kalıplaşmış bazı yargılara sebep olduğunu, bakış açısını yaşam tarzlarını etkilediğini düşünmektedirler. Buna örnek olarak bir katılımcının cevabı şöyle olmuştur:

K13: “Toplumsal cinsiyet kadın ve erkeğe yüklenen rol ve sorumluluklardır, kadınların temizlik yapması gibi.”

Tablo 3.Derslerinizde toplumsal cinsiyet rollerine dayalı müfredat dışı eğitim ve etkinlikler yapılıyor mu?

	KATILIMCILAR (K)	SAYI
• Hayır, herhangi bir etkinlik yapmıyorum.	K1,K2,K3,K5,K6,K7K, K8,K9,K10K,K11,K12, K13,K14,K15,K16,K18, K20	15
• Evet yapıyorum.	K4,K8,K10,K17,K19	5
Toplam	20	20

Katılımcılardan on beş kişi toplumsal cinsiyet eşitliği veya toplumsal cinsiyet adaleti kavramlarına müfredat dışında yer vermediklerini ve hiçbir etkinlik yapmadığını belirtti. Aynı zamanda bu konuda “ders sürelerinin yetersiz olduğunu sadece müfredatta geçiyorsa o şekilde bahsi geçtiğini onun da genel olarak üzerinde durduğundan” bahsetmiştir.

Toplumsal cinsiyet eşitliği ve toplumsal cinsiyet adaleti kavramlarından müfredat kapsamı dışında da” rehber öğretmeni eşliğinde seminerler hazırladıklarını, ders esnasında yeri geldikçe örnekler verdiğinden” bahsedilmiştir. Buna örnek olarak bir katılımcının cevabı şu şekilde olmuştur.

K8: “Bilim insanı” gibi genel geçer kavramlar kullanıyorum. Bazı savaşları anlatırken kadın kahramanlardan da bahsediyorum. Müfredat dışında gerek teneffüslerde olsun gerek derste olsun günlük yaşamda kadın ve erkeğin birbirine saygısının ne kadar önemli olduğundan bunun olmadığına nelere sebep olduğundan bahsediyorum”.

Öğretmenin müfredatıya yönelik toplumsal cinsiyet algısı nedir?

Tablo 4. Sosyal Bilgiler müfredatını toplumsal cinsiyet bağlamında nasıl değerlendiriyorsunuz?

	KATILIMCILAR (K)	SAYI
• Yüzeysel bir şekilde ele alınmış. • Hassas bir şekilde ele alınmış.	K1,K2,K3,K6,K7,K9,K12,K14,K15,K16,K19 K4,K5,K8,K10,K11,K13,K17,K18,K20	11 9
Toplam	20	20

Yapılan görüşmeler sonucu katılımcı öğretmenlerin çoğunluğunun görüşü, toplumsal cinsiyete dair belirgin anlatımlar olmasa da sezdirilerek yüzeysel bir şekilde ele alındığını yönünde olmuştur. Buna örnek olarak katılımcının görüşü şu şekildedir:

K13: “Müfredatta açık bir şekilde olmasa da kitapta bulunan resimlerle, kadınların ve erkeklerin neler yapmaları gerektiği davranışları nasıl vb. ifadeleri anlatacak şekilde resmedilmiştir” ifadesini kullanmıştır. Burada ise; daha çok bu kavramın ele alınış şeklini “hem hassas olduğunu söyleyip hem de yeterli gelmediğini daha fazla olması gerektiğini” ifade etmişlerdir.

K4: “ Son yıllarda biraz daha dikkat edildiğini düşünüyorum ”

K8: “Önceki yıllarda bunu biraz da olsun hissediyorduk, özellikle son yıllarda kadınların başarılarından övgüyle bahsedilmekte. ”

K10: “Daha çok ataerkil özellikler hissediyorum, sadece 8. sınıflarda medeni kanun seçme seçilme hakkına değinilmekte eşitlik kapsamında burada ele alınmakta. ”

K15: “Müfredat yüzeysel bir şekilde ele almakta bu şekilde ele alınması ayrımcılıklara sebep olmakta. ”

Söz konusu 4 katılımcı aynı düşünceleri paylaşmaktadır. Öncesinde ise cinsiyetçi yaklaşımın olduğunu ve bunun da öğrenciler arasında ayrımcılıklara sebep olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 5. Sosyal bilgiler müfredatında verilen toplumsal cinsiyet algısı yetişkinlikte toplumda olumsuz sonuçlara yol açıyor mu? (kadına şiddet, ayrımcılık vb.)

	KATILIMCILAR (K)	SAYI
• Sebep oluyor	K1,K2,K5,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15, K16,K18,K19,K20	14
• Sebep olmuyor	K3,K4,K7,K8,K17	5
• Nötr	K6	1
Toplam	20	20

K1: “Toplumsal cinsiyet ayrımı pozitif yönlü olmadığı sürece her kesimde sıkıntılı süreçlere sebep olabiliyor.”

K10: “Televizyonda kadınların ev hanımı olması gerektiği; kadının çalışma hayatında olmasının sakıncalarına değindiği bir dönemde, böyle şeylere sebep olabiliyor.”

K19: “Kadınlar şunu yapar veya yapamaz, erkekler şunu yapar veya yapamaz algısı var. ”

K20: “ Kızlar güçsüz erkekler daha güçlü gibi yargılar var. ”

K13: “Özellikle ayrımcılık çok fazla. ”

K5,K9: “Özellikle yetişkinlikte toplumda olumsuz sonuçlara yol açıyor. ”

Katılımcıların çoğunluğunun ve söz konusu 7 katılımcının da söylediklerinden yola çıkarak toplumsal cinsiyet eşitliğinin pozitif yönlü verilmediği sürece toplumda; kadına şiddet, cinsiyetler arası ayrımcılık(ötekileştirme) ,

daha çok erkek hakimiyeti olan bir toplumda mobbing gibi çalışma hayatını da olumsuz yönde etkileyebilecek sonuçlar doğurduğunu toplumda olumsuzluklara yol açtığı düşüncesinde oldukları söylenebilir.

Öğrencinin toplumsal cinsiyet algısı ne yöndedir?

Tablo 6. Sosyal bilgiler eğitimi kapsamında öğrencilerde toplumsal cinsiyet algısını nasıl değerlendiriyorsunuz?

	KATILIMCILAR (K)	SAYI
• Kadın-erkek eşitliği (EŞİTLİK)	K3,K4,K5,K9,K12,K17,K18,K19,K20	9
• Erkek hakimiyeti (Ataerkil)	K1,K2,K7,K8,K10,K11,K13,K14,K15,K16	10
• Nötr	K6	1
Toplam	20	20

K4: “Öğrenciler toplumsal cinsiyet algısına dair örnek verebiliyor.”

K11: “Çocuklarda cinsiyetler arası çatışma mevcut, kim daha üstün kim daha çok hakka sahip olmalı anlayışı var.”

K10: “Sadece erkeklerin okutulacağı algısı var.”

K13: “Erkekler yemek temizlik yapamaz algısı var.”

Katılımcıların genel gözlemlerinden yola çıkılarak çocuklarda var olan toplumsal cinsiyet algısı pozitif yönlü olmadığını görmekteyiz. Aksine kalıplaşmış yargıların çocukların zihinlerinde yer etmiş olduğunu, erkeklerin kendini üstün görme davranışı içinde olduğunu aynı zamanda kadınların da ezildiği algısının var olduğunu görmekteyiz. Bu sonuç maalesef toplumsal cinsiyet algısının toplumda olumsuzluklara (ayrımcılık kadını hor görme vb.) yol açtığı sonucunu desteklemektedir.

Toplumsal cinsiyete algısı nasıl olmalı?

Tablo 7. Sizce sosyal bilgiler eğitiminde toplumsal cinsiyet algısı nasıl olmalıdır?

	KATILIMCILAR (K)	SAYI
• Eşitlik ve adalet üzerine kurgulanmış bir cinsiyet algısı olmalı.	K1,K3,K4,K5,K7,K8,K9,K11,K13,K14,K15, K16,K17,K18,K19	15
• Kazanım ve etkinlik olarak müfredata eklenmeli.	K13,K14,K15,K16,K20,	5
• Kadını toplumda ön plana çıkarmalıyız.	K2,K10,K18,	3
• Nötr	K6,K12	2
Toplam*	25	25

* Birden fazla seçenek işaretlendiği için toplam sayı katılımcı sayısından fazladır.

K10: “Tomris Hanlardan. Raziye Begüm sultanlardan, bahisle Türk milletinin aslında İslam öncesinden beridir eşitliğin bulunduğunu, sosyal hayattan kadına uzaklaştırmak yerine birlikte idame ettirildiği vurgulanarak, Türk-İslam anlayışına yakın bir müfredat iyi olurdu.”

K18: “Erkeği dış dünyada bırakıp, kadını ev işleri ve çocukları il etiketlemek yerine, ekonomide erkek kadar kadın katkısı da vurgulanmalı. Aynı zamanda çocuk bakımından yemek yapımına kadar erkeğinde sorumlu olduğu derslerde vurgu yapılmalı.”

K19: “Toplumsal cinsiyet algısının kadın erkek sınırlarını kesin çizgilerle ayırmak yerine bunlar arasındaki bütünlükten doğacak ve doğmuş olgular olaylara ağırlık verilerek bir bütünleştirici ve birbirini tamamladığında

büyük bir verimliliğin ve etkililiğin sonuçları amaçlanacak şekilde düzenlenmeli. Kazanım ve etkinliklerle pekiştirilmeli.”

K20: “Özellikle bu durumu öğrencilerin seviyesine göre açık açık anlatmak gerekir. Öğrenci seviyesine uygun etkinlik ve düzenleme yapıp düşünceleri öğrenmeye çalışılmalı. Kadın ve erkeğin her durumda özellikle hak adalet özgürlük konularında eşit olduğu vurgulanarak zaman zaman seminerler düzenlenmeli.”

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlıklı bir toplumsal cinsiyet algısının gelecek nesil için ne derece önemli ve ne gibi sonuçlara yol açabileceğini özellikle eğitimciler tarafından önemsenmesi gereken bir kavram olduğu aşıkardır. Toplumsal cinsiyet algısı çocukların zihinlerine küçük yaşlardan itibaren özellikle de ayırt etme döneminde kodlanmaktadır. Bu algının olumlu bir şekilde yerleşmesi oluşan kalıplaşmış yargıların olumlu sonuçlara yol açabilmesi için bu konu üzerinde önemle durulmalıdır.

Bu çalışmada sosyal bilgiler öğretmenlerinin algılarını toplumsal cinsiyet merceğinden bakarak toplumsal cinsiyet eşitliğini-adaletini ve sosyal bilgiler müfredatını, öğrencilerin algılarını, bu algıların sonuçları betimlenmeye ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

Öğretmenlerin toplumsal cinsiyete dair birikimine bakarak bu kavramı tanımlayış ve algılayış şekillerinde öğretmenler toplumsal cinsiyet kavramını toplumun bireylere yüklediği rol ve sorumluluk olarak tanımlamaktadır. Öğretmenlerin müfredat dışında bu kavrama yer vermedikleri bu kavramın anlaşılmasına dair herhangi bir etkinlik yapmadıkları tespit edilmiştir.

Öğretmenlerden elde edilen görüşler doğrultusunda, müfredatta bu kavramın yüzeysel olarak ele alındığı veya hiç bahsedilmediği vurgulanmaktadır. Toplumun bireylere verdiği algı sonucunda oluşan toplumsal cinsiyete dair kalıplaşmış yargılar, çocuklarda ve yetişkinlikte (kadına şiddet, ayrımcılık vb.) fiziksel ve psikolojik şiddet unsuru içerme tehlikesi taşımaktadır. Öğretmenler toplumsal cinsiyet algısının genel olarak eşitlik ve adalet üzerine olması gerektiğini vurgulamışlardır. Söz konusu durum kazanım ve etkinliklerde toplumsal cinsiyet algısına dair daha fazla ekinlik ve içeriğin yer almasının önemini göstermektedir.

Araştırmada öğretmenlerin kıdem yılı arttıkça toplumsal cinsiyet konusuna ilginin daha fazla arttığı görülmüştür. Bununa birlikte kadın ve erkek öğretmenlerin birbirlerinden farklı cevaplar verdikleri tespit edilmiştir. Buna göre kadın öğretmenlerin konuya karşı daha hassas oldukları görülmüştür. Ayrıca kadının toplumda daha fazla ön planda olması ve liderlik konumlarında daha çok bulunmasının önemi de ifade edilmiştir.

Bu çalışmanın devamı niteliğinde olacak “öğrencilerin merceğinden toplumsal cinsiyet algıları” konulu çalışmalar ele alınabilir. Bu sayede gelecek nesillere yapılan toplumsal cinsiyet aktarımının daha net bir şekilde ortaya koyulabilmesi açısından çalışmaların bu yönde geliştirilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Dökmen, Z. Y. (2009). *Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Ersöz, A. G. (2015). Özel Alan / Kamusal Alan Dikotomisi: Kadınlığın "Doğası" ve Kamusal Alandan Dışlanmışlığı, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi / Journal of Sociological Research* Cilt:18 Sayı:1,s:80-102.
- Freedman, J.L. Sears.D.O., ve Carlsmith, J.M. (1993). *Sosyal psikoloji* Çev: Ali Sönmez, Ankara: İmge Kitabevi.

- Marshall, G. (1999). *A Dictionary of Sociology*. (D. K. Osman Akınhay, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mayring, P. (2011). *Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş* . (M. D. Adnan Gümüş, Çev.) Ankara: BilgeSu.

THE INVENTION OF GENDERLESS SUBJECT IN EARLY COMMUNICATION STUDIES AND FRANKFURT SCHOOL'S CRITIQUE OF "TRADITIONAL THEORY": RE- DISCOVERY OF THE FEMALE SUBJECT IN COMMUNICATION STUDIES

Güven ÖZDOYRAN
İstanbul Arel Üniversitesi
guvenozdoyran@arel.edu.tr

"Spirit (*Geist*) is dissociated into spirits."
Adorno, *Minima Moralia*

The concept of "the subject" is often not considered as a "problem", but as a "certainty". The main problem is that it seems to us like this. It is necessary to begin with saying that the condition through which we regard the subject as a "given" and "natural", and the attitude of not being questioned it is itself an ideological condition or attitude. In other words, to accept the notion of "subject" as a fixed representation is itself the representation of a certain type of ideological position. For example, the subject appearing in Adam Smith's theory of economics was held as "a rational subject" by its nature. The basis of Adam Smith's arguments asserting that the laws of capitalism bear the universality and objectivity of the laws of nature rests entirely on such an assumption of "rationally acting subject" or "rational subject" as an abstraction (Brown and Fleischacker, 2010: 43). The subject that Adam Smith speaks about is necessarily the capitalist subject by its very nature. Therefore, the subject, especially in media studies where it means both one watching and one be watched, should be treated as a distance to be paid attention, not a pre-given condition. The problem in our present case is "the abstract character", that is, "the absolute emptiness" of the concept of the subject. Such an abstraction or emptiness is, in fact, functions as an instrument to cover "the masculine identity" of that subject. As we will see, "genderless subject" was invented in order to reproduce gender inequalities as against women in society.

Then, the question is what do we exactly mean when talking about "subject" in communication studies? Who is the subject we call anonymously "audience"? Who is the subject whose agenda is set by media? Who is the subject immediately affected by mass media messages like injected a needle asserting in "hypodermic needle theory"? Who is the subject whose thoughts, behaviors or attitudes are directly or indirectly determined by mass media? Indeed, until the 1970s when women's movement raised, the identity of these subjects who were addressed by communication studies remained without questioning.

One of the main assumptions of this paper is that communication studies, in its early period, hesitated to argue the identity of the subject with whom it dealt, because it inherited a certain type of understanding of the subject from the positivist approach. Put another way, the early communication studies regarded the subject exactly as the same way with positivism. And most importantly, in this paper it will be argued that positivism's hegemonic-patriarchal attitude is responsible for the absence of female subjectivity in communication studies. This traumatic-mimetic relation between positivism and communication studies becomes more evident when taking a close look at the structure of communication studies in its early period. From the 1920s, communication studies have taken positivism as a model for itself. On the other hand, such an attitude was not a choice, but a necessity. In that era, the primary criterion for a theory to be scientific was to imitate positivist schema, otherwise a theory would be condemned to be pseudo-scientific.

Positivism, traced back to the 17th century from the philosophical works of John Locke's *Treatise on Government* arguing that human being is bound by the universal laws of nature, was developed in the 19th century by Auguste Comte. Under the influence of "the Enlightenment", Comte declared that positivism represents the highest level of human rationality (Steinmetz, 2005: 26). The Enlightenment and positivism, hence, are strictly and internally related to each other. Yet, it should be emphasized that in the 17th century, when Locke had fiercely criticized feudalism, its understanding of science and its practices and when he offered a modern and rational form of governance and science, women were still not visible in public sphere. Further, they were not able to have professional job; a very common job for women was domestic servant. Women's domestic tasks were used to keep them closed to house. Women's education was still very limited in that epoch. Locke and other "progressive thinkers" completely ignored such a gender inequality. They did not consider the absence of women in society as irrational.*

In 19th century, Comte radically differentiated between facts and values and attempted to define what "the real science" is. In his account, empirically observable, measurable, mathematically expressed phenomena could be the object and the content of science (Steinmetz, 2005: 47). In positivist understanding, science should investigate merely universal and objective laws of nature. Needless to say, social sciences were not able to construct

* It is crucial to bear in mind the fact that even "The Declaration of the Rights of Man and of the Citizen" accepted in 1789 were not include the woman's right; here the term "man" or "citizen" signifies only the privileged gender, i.e. man.

themselves as being free from these criteria. For example, Comte defined sociology as “social physics” or “socio-physics” that uses the methods of physics to understand the behaviors of human beings. He declared (Lenzer, 2017: 256) that ;

“Social physics is that science which occupies itself with social phenomena, considered in the same light as astronomical, physical, chemical, and physiological phenomena, that is to say as being subject to natural and invariable laws, the discovery of which is the special object of its researches.”

Therefore, it was clear that the true scientific study of society ought to be restricted to collecting observable, measurable and objective data about individuals comprising a society.

Social sciences in order to be “real science” should not be concerned with inner meanings of individuals which cannot be observed and measured in any objective way. Hereby, positivism entirely isolated social sciences from the praxis of *Lebenswelt* (life-world) and reduced it to “scientific nature” which must be mathematically expressed. In a very similar way, the notion of “the subject” as individual was demoted merely to, as Edmund Husserl emphasizes, “a universal abstraction” that was objectivized and mathematized. The modern and rational version of the category of the subject, as a “mathematized abstraction”, still did not involve “the female subjectivity”. During this period, women were still kept away from science practices and social life. At this juncture, we inevitably confront with two paradoxes revealed by the fact that positivism ignores the existence of woman. In the first case, positivism, which perceives everything as mathematized and measured bodies, ignored the physical differences between men and women and continued to see the world only through the patriarchal point of view. The ambivalent attitude of positivism is becoming more evident here. While positivism objectivized and universalized individuals as “subjects” through abstraction and ignored the identity of women, it instrumentalized physical differences between men and women in favor of men in social life. By this way, on the one hand, in theorizing the world and things, positivism abstracts the concept of “the subject” and renders it as “genderless” which hides its own “masculine identity”; on the other hand, positivism genders the subjects in practice. In connection with the first, in the latter case, although positivism attempts to distance itself from the previous tradition, i.e. the feudal understanding, with all aspects, we can realize the fact that positivism had borrowed the concept of the subject from that tradition and continued to use it exactly in the same way. The rational subject of positivism is still not as rational as positivism asserts. Regarding “the female subjectivity”, it can be said that positivism has failed to complete, by Althusser and Foucault’s terminology, its own “epistemological rupture” as against the previous tradition. In such “golden age of human rationality”, the meaning of the signifier “woman” is still the same as its meaning in the feudal tradition. Woman was still defined by directly reference to man in the sense that woman was institutionalized as “the other of man”. By reducing woman merely to the “epiphenomenon” of man, in the positivist society man has continued to maintain his own privileged position. By referring to Derrida, it should be emphasized that even in its scientific form, *logocentrism*, which means conceiving the world by centering “ratio/logos” (human reason), is equal to *phallogocentrism*: Logos is masculine. In other words, in the age of Enlightenment, the world, where human reason (Logos) was centered, was still male-centered. One of the main reasons behind this case can be found in positivism’s obsession of “universality”. Karatani, in his *Transcritique* in which he attempts to ground his project on the relation between Kant and Marx, rightly argues that the concept of “universality” inevitably produces “otherness”, because the concept of “universality” itself is produced to ignore or to hide the very existence of “the other” (Karatani, 2005: 91). Positivism’s obsession of universality is also responsible for its ignorance of woman’s existence. We will return to the problem of universality when discussing Frankfurt School.

From the 19th century to the 1970s, positivism has continued to increase its effect and has become a hegemonic paradigm that dominates all disciplines in scientific area, including communication studies. In this context, it is necessary to elaborate on the problematic relation between positivism and psychology through which it will be clear also that in what way communication studies derived its own explanatory model from positivism. During this period, psychology, ironically, was functioning as a mediator between physical science and media studies.

McQuail examines the process of media effects in four fundamental stage. In its first phase, called “all-powerful media” or “direct effects model”, from the beginning of 1920s to the late 1930s, the media of press film and radio “were credited with considerable power to shape opinion and belief, to change habits of life and to mould behavior more or less according to the will of their controllers” (McQuail, 2010: 455). Lippmann and Lasswell are the best-known names in this category. In the second phase, called “limited-effects” or “conditional effects”, from the late 1930s to the 1960s, the theory of powerful media was put to the test and the results revealed that the degree of media’s effects on people was vary (McQuail, 2010: 457-458). For this reason, the paradigm shifts from the powerful effect models to the limited effects models. Lazarsfeld dominated this field with his studies. In the third phase, from the 1940s to the 1970s, the assumption of powerful media was rediscovered. Noelle-Neumann and her theory called “spiral of silence” was one of the most popular approaches. McQuail adds also critical theory, what he called “the new left” in the 1960s, in which Frankfurt School is included, to this category (McQuail, 2010: 459). On the other hand, because of their radical-critical arguments, Frankfurt School also paves the way for the next stage, i.e. “social constructivism”. In the fourth phase, beginning in the 1970s, according to social constructivism, media constructs the meaning in social life and reality. That means, the meaning of “man” or

“woman” and the reality in which gender roles are imposed are not fixed or objective facts but ideological constructs. And the media has a great impact on the ways they are constructed. “The media tend to offer a ‘preferred’ view on social reality” (McQuail, 2010: 446). The women’s movement in the 1970s, the emergence of social constructivism and feminist criticism towards media are nearly simultaneous.

In its early period, communication studies dealt only with the role and influence of mass media on society. Early theories rested on the fundamental assumption that media is the one of the most effective components on people living as isolated masses in society. The logical or rational ground itself upon which such an assumption was based was deduced from a certain type of theoretical-ideological conceiving of “individual” or “subject”. As a result of the domination of positivist psychology, these theories in communication studies refused to grasp individual as a concrete subject, and believed that there exists only “individuals” as abstract-homogenous units or masses. Walter Lippmann, to exemplify, argued that mass media functions as persuasive apparatus in order to render masses to follow predictable and calculable patterns by creating limited views about the world (Baran and Davis, 2011: 86). Historically speaking, under the hegemonic influence of positivism, psychology, in that era, attempted to investigate human behaviors under the principle of mechanical-determinism which is the primary explanatory model of positivism. For example, by directly reference to physiology as natural science, behaviorism in psychology positioned itself in accordance entirely with “a stimulus-response model” of positivist approach and strictly rejected to consider mental states as “scientifically legitimate” motive/stimulus for human behaviors, since mental states are not observable, measurable or statistical. In a similar way, early theories in communication studies did not pay attention to the heterogeneity of the identities of the subject, such as ethnicity, race or gender, in scientific research, since they did not “observe” or “see” these differences or inequalities in society. In this regard, it must be said that positivism, as a certain ideological position, does not simply observe the objects or phenomena in the world, on the contrary, it constructs or creates them through selective observation. Direct effects model, which is the first theoretical attempt in media studies, found its own roots in both behaviorism and behaviorism’s explanatory model, i.e. the positivist principle of determinism as cause-effect mechanism. By imitating positivist behaviorism in psychology, early theories in communication studies aimed to explore the true relationship between media messages and audiences in terms of “stimulus-response model” (Esser, 2008: 4027). According to Direct Effects model, media messages has direct and substantial impact on human thoughts and attitudes. It is crucial to underline the fact hypodermic needle theory as a well-known version of direct effects model is also called “a stimulus-response model”. Hypodermic Needle Theory (or “Magic Bullet Theory”), borrowing a certain type of the understanding of the subject from behaviorism, conceptualizes subjects/audiences as atomic-mechanical units that response mechanically in accordance with the stimuli called media messages (Esser: 2008). In this positivist form of the subject, it is clear that individuals were reduced merely to homogenous-abstract and genderless groups who passively accept messages served by mass media without questioning. Like Lippmann, Harold D. Lasswell treated mass media merely as an instrument for propaganda. For him, the audience “was captive, attentive and gullible...the citizenry sat glued to the radio, helpless victims” (Bryant and Thompson, 2001: 38). Moreover, the material and social conditions which determine or produce both subjects and inequalities, such as gender inequalities, are completely ignored in this perspective. The *objective* fact that mass media, as a means of *mental* production, reproduces patriarchal norms and conditions through which gender roles are determined is manipulated as *subjective* and *speculative* perspective which is unable to be mathematized. As a result, the concept of the subject as a universal abstraction was used to hide the fact that the way how mass media represents gender roles determines the way how people see or define genders in society. Although positivism introduces itself as an “objective way of seeing the world”, it is obvious in practice that it produces and reproduces certain types of social norms, i.e. male-determined/dominated norms.

Another case in mainstream paradigm of communication studies appeared in the late 1940s. In order to comprehend the relation between mass media and audience in a proper way, Shannon and Weaver developed a communication model called “the Mathematical Theory of Communication”. In this model, like in Direct Effects, communication was conceived as one-way and linear process between sender and receiver. This perspective suggested to define the communication process under the mathematical-technical schema. “Human” as an essential component in this process was nearly neglected. In arguing Shannon-Weaver’s model, Windahl and McQuail also emphasizes the difference between “technological problems” and “human problems” in communication process (Windahl and McQuail, 1993: 37). In this way, the sophisticated and problematic content of the communication was converted to a mechanical-engineering process. What renders this model “scientific” is obviously such “mathematical” and “universal” character of it. In positivist understanding, science to be modern science must evaluate and focus only on “forms”, not on “contents”. Because, what remained after the abstraction is merely “forms”, or vice versa, what is abstracted in scientific process is contents (Steinmetz, 2005: 84). Here again, it is possible to realize the ideological aspect of the scientific abstraction: the patriarchal or sexist content of mass media messages or representations was not anymore under the scope of the scientific research area. In this sense, Shannon-Weaver’s “the mathematical model of communication” must be seen as another ideological manifestation of positivism in communication studies.

Direct effects' weaknesses to explain the complex phenomena, i.e. communication, resulted in the emergence of new paradigms in media studies. Researchers criticized that model's assumption of "fully passive audience" and its exaggerated view about media influence. Thus, "Limited Effects of Media" and "Agenda Setting Theory" made a room for themselves in media studies.

Contrary to Direct Effects Model, Agenda Setting argues that mass media do not directly affect humans' behavior or thoughts, but they determine the agenda on which people think or talk. Bernard Cohen asserts that "the press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about" (Baran and Davis, 2011: 106). As we can see, these theories still worked with positivist explanatory model and ignored the heterogeneity of the individuals. Like Direct Effects model, they never problematized, for example, the woman's representation in media. They never investigated the answer of the question why in movies the main character or protagonist with which spectators identify is always male. For them, as for positivist account, spectators or audiences imply an abstract group of individuals. These theories of communication investigated the effects of media on human's behavior, such as consumer behavior or voting behavior, but they were extremely reluctant to seek the answer to the question why women were deprived of the right to vote and to be elected until 1920, for example, in United States. Later, Frankfurt School argues that Hollywood film industry converts the heterogeneity of the individuals to homogeneous units by means of the stereotypes it produces. In this sense, it is also possible to argue that stereotypes in media were used to produce the subjects as universal abstraction. As Stuart Hall emphasized, "the institutional hegemony of American behavioral science" on communication studies continued during the 1950s and the early 1960s (Hall, 2016: 43). After that, the positivist domination in the field of communication gradually began to be broken. With the rise of the critical attitudes towards positivism, different approaches in media studies have begun to appear.

It seems that in its early period, theories in communication studies did not believe in "single human being" as individual, on the contrary they see the subjects as masses, or only as "the effect of mass media" which is controlled by patriarchal regimes. That is to say, these theories never problematized the fact that media supports and reproduces patriarchal norms by means of the contents they produce and thus normalizes patriarchal society in which men dominate women. Positivist notion of the subject as a universal abstraction is, in fact, responsible for this type of ignorance of female subjectivity in communication studies. Here again, we can realize the fact that positivism is not only a way of producing science or investigating facts. It is, indeed, an ideological way of seeing and giving a meaning of the world and things. As Frankfurt School emphasizes, positivism does not explore the world in an objective way, it *constructs* or *invents* the world in accordance with its own hegemonic perspective. In such a constructed world, to search for finding a trace for the female subjectivity is futile.

Before passing to Frankfurt School's arguments about mass media and positivism, I would like to discuss Edmund Husserl's view about our present issue. Through Husserl's views, the problematic relationship between communication, psychology and positivism will become more evident. As we have seen above, in order to get credibility in scientific area, theories in communication studies imitated positivist approach and borrowed the positivist version of the subject from psychology. In this sense, psychology functioned as a meditation between communication studies and positivism. On the other hand, Edmund Husserl, in his *Crisis of the European Sciences and Transcendental Phenomenology*, examines the strict and problematic relation between psychology and positivism. For Husserl, since psychology imitates Galileo' and Newton's way of science, its object in scientific research, i.e. the subject or the individual, was comprehended completely in a wrong way. For this reason, Husserl condemned psychology as a "stillborn" science. Husserl's arguments about the birth of psychology rests entirely on his analysis of the relation between Galileian scientific attitude and Cartesian philosophy, i.e. Cartesian Cogito, as thinking subject.

According to Husserl, Galileo and the methods he represents have a deep influence on Cartesian dichotomy (Husserl, 1970: 46). And for this reason, the nucleuses of the Cartesian dualism which is also the author of the emergence of psychology can be found in Galileian attitude. Namely, in Husserl's view, the idea of the objectification of the nature, i.e. mathematized nature, together with Galileo, reached its peak and, as a result of such a Galileian project which is also responsible for positivism, everything sensuous was tried to be mathematized. And in this project, human being as a subject and at the same time as an object of this mathematized nature got its share from Galileian attitude. According to that, in the present case, the subject was broken off its own context, its personal life, its identity and the fact that the subject is a cultural being were ignored, it was abstracted completely from all its own praxis. There appears a view intending to treat the subject as an inorganic object of the mathematized nature. As a result of this process, such a subject was reduced to merely a "body", i.e. in Galileo's account, to "abstracted body" (Husserl, 1970: 61). According to Husserl, the first person who constructed the world as a totality of this type of "concrete real objects" is Galileo (Husserl, 1970: 33). And as a result of *the abstraction*, or *the reduction*, that is, of the idea of mathematized nature, the natural law of causality became to reign over all scientific approaches, including social sciences and psychology. In this way, in Husserl's own words, through the universal abstraction, modern physics and positivism constructed their contents and objects. The object of the psychology, i.e. the subject, was provided by both Cartesian Cogito and positivist universal abstraction (Husserl, 1970: 226). To sum up, "the history of psychology is the history of crisis" (Husserl,

1970: 201). At this juncture, it is clear that early communication studies which borrowed both the method and the object, i.e. the subject, from psychology attempted to perceive and construct the world from positivist point of view. As a result, it must be said that positivism's agnostic attitude towards the female subjectivity is also responsible for the absence of women in communication studies.

Adorno and Horkheimer, as the representatives of Frankfurt School, raised the most effective attack towards positivism and its apparatus called "instrumental reason". According to them, the Enlightenment is also a "stillborn" project, as it is the compulsory result of capitalist mode of production. In such a case, "the reason", i.e. logos, envisaged to save all humans by enlightenment, was instrumentalized by capitalist class. In this regard, instrumental reason is served not to the benefit of all humans but merely to the bourgeoisie. Because of their analysis of the capitalist mechanism what they call "the Culture Industry" in their magnum opus *Dialectic of Enlightenment*, Adorno and Horkheimer became the most important figures influencing the communication studies in a critical way. In Adorno and Horkheimer's account, human reason is not neutral and objective as positivism postulated, and positivism is not an objective way of seeing the world. On the contrary, positivism represents a certain ideological attitude towards the world. Moreover, through the abstraction, positivism emptied into the concept of the subject. Adorno and Horkheimer condemned positivism as "traditional theory, contrary to what they call "critical theory", as modernism and positivism produce various forms of inequalities in society. Horkheimer summarizes the differences between traditional and critical theory as such: "Traditional theory shows an implicit or explicit outlook of the modern natural sciences, expressed in modern philosophy as positivism/empiricism." (Horkheimer, 2002: 140). The function of both positivism and mass media is to produce hegemony and to cover inequalities in society by normalizing and naturalizing such inequalities. The notion of the identity and subjectivity are determined by media and by the products of the Culture Industry. After Gramsci, Adorno and Horkheimer were the first names who equal "culture" with "ideology". By this way, not only positivism but also mass media and even communication itself became the focus of suspicion and began to be analyzed from ideological and critical perspectives. According to them, subject or individual in capitalist society are anonymized by a homogenizing machine, i.e. mass media. Moreover, hegemony, produced by media, provides the condition under which asymmetric power relations between unequal groups in a society are reproduced in favor of the privileged group, such as men. In this manner, media must be seen as an ideological apparatus which produces patriarchal hegemony, through which the privileged position of men in society is secured. Regarding Frankfurt School's attitude towards positivism, Bottomore (2002: 23) emphasizes that "the critique of positivism (or better, 'scientism') then emerged into a critical assessment of scientific and technological rationality as a new form of domination, characteristic of the late capitalist, or more broadly, the advanced industrial societies of the twentieth century."

At first, positivism committed to demystify everything in the world repressed and manipulated by feudal authorities, but positivism itself has turned into an instrument to produce mystification: "Commodity" or "the Fetishism of Commodity". Adorno and Horkheimer argues that "it is not that chewing gum undermines metaphysics, but that it is metaphysics" (Adorno and Horkheimer, 2002: 109). In a similar way, Marcuse emphasizes that "the commodity world is a 'falsified' and 'mystified' world, and its critical analysis must first follow the abstractions which make up this world, and must then take its departure from these abstract relations in order to arrive at their real content" (Marcuse, 2013: 319).

Furthermore, Horkheimer details his refutation of positivism in his *Critical Theory*. According to that, reason, in its pure form, "could only be tolerated in its quantitative forms—mathematics and science, which became instruments of bourgeois rule insofar as it required the expansion of capital to maintain its hegemony over society" (Horkheimer, 2002: 11). For Horkheimer, the tension between positivism and metaphysics, presented as antagonist dualism, can be merely *pseudo-tension*, since both are the unified world view of the bourgeoisie. He also criticizes mathematical physics, i.e. the theory of natural science, because of its attitudes of generalization and abstraction (Horkheimer, 2002: 188). Descartes and Cartesian Cogito are also on the scope of Horkheimer's criticism. Horkheimer defines Cogito as "the isolated I" and accuses Descartes as providing the ground for the object that bourgeois science needs. In addition to that, Horkheimer also emphasizes that social sciences had to follow positivism to gain credibility in scientific field by arguing the history of sociology (Marcuse, 2002: 190-193). After condemned positivism as traditional theory and as a version of false-consciousness, Horkheimer asserts that "the self-knowledge of present-day mankind is not a mathematical knowledge of nature which claims to be the eternal Logos, but a critical theory of society" (Marcuse: 2002: 201). Finally, Bottomore (2002: 17) summarizes Horkheimer's critique of positivism as following:

"Firstly, it treats active human beings as mere facts and objects with in a scheme of mechanical determinism. Secondly, it conceives the world only as immediately given in experience, and makes no distinction between essence and appearance and lastly, it establishes an absolute distinction between fact and value, and hence separate knowledge from human interests."

Adorno, in his *Negative Dialectic*, also discredits positivism by asserting that its concepts are not derived naturally or objectively from the world. On the contrary, these concepts are, indeed, accidental and ideologically constructed (Adorno, 2004: 146). Here, the concept of "the subject" positivism constructs can be legitimately

interpreted as the same way. In capitalist society, an individual or a subject must be recognized merely as a consumer.

Adorno and Horkheimer also criticizes reductionist attitude of positivism not only in science and society but also in capitalist mode of production. As a result of this reductionist attitude, society and culture are homogenized and individuals, or the qualities of an individual, in capitalist society are assimilated, absorbed by universal and hence vanished in universal (Adorno and Horkheimer, 2002: 200). Adorno, in his *Minima Moralia*, posits his own arguments against particular-universal dialectic in Hegel. According to that, Adorno rejects Hegel's position expressed that universal is superior to particular (Adorno, 2005: 41). The bourgeoisie takes over Hegel's attitudes towards the superiority of universal, and uses it for its own purposes. At the end of the process of subjectification as homogenization, the variety of the forms of subjectivity in individuals are sacrificed for the sake of universal. In the context of the identity of woman, Adorno and Horkheimer's defense of particular/individual provides us with new possibilities. As we have seen, the category of universal as a hegemonic-ideological apparatus makes different identities of the subjects anonymize and homogenize, and for this reason, the identity of woman also is absorbed by the category of universal which is masculine. Therefore, Adorno and Horkheimer's arguments against the superiority of universal makes a room for the existence of different identities including woman identity in media studies and society.

Adorno also discusses masculine domination in capitalist society and cultural industry in a more specific way in *Minima Moralia*. Ambivalent attitude of the bourgeoisie appears again in the context of the identity of woman. Just as the bourgeoisie keeps paradoxically hold of both metaphysics of feudalism and positivism of the enlightenment to use in its own favor, so when it claims to liberate women in fact it is still enslaving her. "Society constantly casts woman's self-abandon back into the sacrificial situation from which it freed her" (Adorno, 2005: 89). Further, he criticizes the notion "abstraction" even in its Marxian form explained in *Grundrisse* by Marx himself. For Adorno, by the process of abstraction in its every form, it is not possible to create scientifically objective facts (Adorno, 2005: 241). In the same way, the attitude of abstraction and reduction in the process of homogenization necessarily results in the absence of woman categorically. Because, not only positivist science itself but also the capitalist competitive economy is masculine. "The admittance of women to every conceivable supervised activity conceals continuing dehumanization" (Adorno, 2005: 92).

"The feminine character, and the ideal of femininity on which it is modelled, are products of masculine society. The image of undistorted nature arises only in distortion, as its opposite. Where it claims to be humane, masculine society imperiously breeds in woman its own corrective, and shows itself through this limitation implacably the master. The feminine character is a negative imprint of domination." (Adorno, 2005: 95)

As a conclusion, through these discussions it becomes more evident that the reason why the female subjectivity is ignored in the early communication studies can be found in its problematic and mimetic relation with positivism. The ignorance of the woman's identity is a central and ideological strategy in the positivist attitude. Here, the problem is not that communication studies does not produce gendered subjectivity, the problem is the fact that such genderless (abstract) subjectivity was invented as an ideological apparatus to reproduce the condition under which gender inequalities are constructed and the privileged position of men are secured. Moreover, it must be also stressed that what is abstracted in producing the notion of "the subject" in its universal form is "the woman's existence". That kind of abstraction or "genderless subjectivity" is valid merely in theoretically. In practice, the subject as a universal abstraction is still strictly masculine. And the subject of hypodermic needle theory, to exemplify, or the subject of "agenda setting theory" is, in fact, the same subject with positivism as an abstraction. As Frankfurt School emphasizes, just positivism reduced the nature to an abstract, mathematized and objectivized entity in order to consume it, so positivism again reduced woman to abstract, mathematized and objectivized entity in order to consume her in the exactly the same way.

References

- Adorno T. (2004). *Negative Dialectics*. New York: Routledge.
- Adorno, T. (2005). *Minima Moralia: Reflections on a Damaged Life*. New York: Verso.
- Baran, S., Davis, D. (2011). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Boston: Cengage Learning.
- Bottomore, T. (2002). *The Frankfurt School and its Critics*. London: Routledge
- Brown, V. Fleischacker, S. (2010). *The Philosophy of Adam Smith: The Adam Smith Review*. New York: Routledge.
- Bryant, J., Thompson, S. (2001). *Fundamentals of Media Effects*. New York: McGraw-Hill
- Esser, F. (2008). "Stimulus-Response Model" in *The International Encyclopedia of Communication*, London: Wiley-Blackwell.
- Hall, S. (2016). *Cultural Studies 1983: A Theoretical History*. Durham: Duke University Press.
- Horkheimer, M. (2002). *Critical Theory: Selected Essays*. New York: Continuum.
- Horkheimer, M., Adorno, T. (2002), *Dialectic of Enlightenment*. Stanford: Stanford University Press,

- Husserl E. (1970) *The Crisis of European Sciences and Transcendental Phenomenology* Evanston: Northwestern University Press.
- Karatani, K. (2005). *Transcritique: On Kant and Marx*. Cambridge: the MIT press.
- Lenzer, G. (Editor) (2017). *Auguste Comte and Positivism: The Essential Writings*. New York: Routledge.
- Marcuse, H. (2013). *Reason and Revolution*. New York: Routledge.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. New York: Sage Pub.
- McQuail, D., Windahl, S. (1993). *Communication Models, for the Study of Mass Communications*. New York: Routledge
- Steinmetz, G. (2005). *The Politics of Method in the Human Sciences: Positivism and Its Epistemological Others* Duke University Press.

TİCARİ(LEŞTİRİLEN) FEMİNİZM: FEMİNİST REKLAM UYGULAMALARINDA KADIN TEMSİLİ YA DA YENİDEN YAPILANDIRILAN KADIN SÖYLEMİ

Nihal KOCABAY-ŞENER

İstanbul Ticaret Üniversitesi
nkocabay@ticaret.edu.tr

Özet

Potansiyel hedef kitlede yaşanan değişimler markaların reklam stratejilerini de yeniden belirlenmesinde etkili olmaktadır. Zaman içinde hedef kitlenin markalardan beklentileri değişim göstermeye başlamıştır. Bu nedenle global sektörde cinsiyet ayrımı içermeyen ve mitleştirilmiş güzellik normlarını reddeden reklamlarla karşılaşmaya başlanmıştır. Özellikle feminist reklam olarak literatürde kendine yer bulan ve kadınları güçlendireceği öne sürülen reklamlar artış göstermeye başlamıştır. Bu çalışmada feminist reklam olarak sunulan içeriklerde kullanılan ortak temalar ve kadın “yeni” temsil biçimleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Feminist reklamın yarattığı kadın söylemi ortaya çıkarılırken aynı zamanda içerdiği ve dışarıda bıraktığı kadınların da tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklemini Türkiye’de televizyon için üretilen feminist reklamlar oluşturmuştur. Seçilen dört reklamda (Elidor, Nike, Orkid, Dove reklamları) içerik çözümlemesi ve eleştirel görsel analiz yöntemleri kullanılmıştır. İncelenen reklamlarda kadınların kamusal alanda ve sporcu kimlikleri ile temsil edildikleri ortaya konmuştur. Klasik kadın temsiliinde yer alan “makbul” güzellik standartları feminist reklamlarda da kullanılmaya devam edilmiştir. Temsil edilen kadınların yaş ortalaması genç-orta yaş arasında yer almakta ve orta yaşın üzerine kadına çok az yer verilmektedir. Feminist ideolojinin üzerinde durduğu birçok olgunun feminist reklamlarda göz ardı edildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Reklam söylemi, feminist reklam, emtia feminizmi, kadın temsili*

Commodity Feminism: Representation of Women in Feminist Advertisings or Restructured Discourse of Women

Abstract

The brands have redetermined advertising strategies for changes in the potential target group. Anticipations of the target group from brands have begun to change. For this reason, advertisings have been rejected beauty norms and some advertisings have not contained gender apartheid. Especially, feminist advertising which claims to empower women, have begun to increase. This study tried to confirm common themes and representation of “new” woman in the feminist advertisings. The determine of women's discourse created by feminist advertising is aimed at identifying women who are included and excluded. The sample of this study is feminist advertisings for television in Turkey. The paper's sample is four advertisings (Elidor, Nike, Orkid, Dove). Content analysis and critical visual analysis was applied in this paper. Consequently, women represented in the public sphere and as sportswoman in selected advertisings. “Favorite” beauty norms were used by feminist advertising. Age average of women in selected advertisings is young-middle age and there are merely above middle age women. Feminist advertisings have not represented the phenomenon of feminist ideology.

Keywords: *Advertising discourse, femvertising, commodity feminism, women representation*

Giriş

Reklamlarda nasıl ki tanıtımını yaptıklarıyla bütünsel olarak aynı özellikleri temsil etmiyorlarsa hedef kitlesi olarak yer verdiklerinin de tüm özelliklerini temsil etmezler. Reklamlarda yer verilen hedef kitle ya da hedef kitlenin dikkatini çekmek için kullanılan kişiler yeniden oluşturulmuş ve başka bir gerçekliğin oluşturulduğu kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle reklamlarda yer verilen kişi unsurlarına yüklenmiş özellikler genellikle olandan çok olması arzu edilen ya da olması talep edilendir. Temsil edilen esas olandan yola çıkıyor olsa da tüm özellikleri ona bağlı olarak gelişmemektedir.

İletişim çalışmalarında kadın temsiline ilişkin pek çok çalışma yapılmıştır. Kadının medya içeriklerinde yer alışı tartışmalıdır ve kadını bir özne olarak değil, obje olarak sunuşu eleştirilmiştir. Reklam da bu medya içeriklerinden birini oluşturmuştur. Klasik kadın temsili biçimleri evkadını, alımlı ve güzel kadın, ideal anne, ideal eş gibi şablonlarla karşımıza çıkmaktadır. Ancak hem dünyada yaşanan toplumsal gelişmeler, tüketicinin beklentilerinin değişmesi gibi unsurlarla reklamda kadın temsili de farklılaşma başlamıştır. Edilgen konumda sunulan kadının daha etken olarak yer almaya başladığı gözlemlenmektedir. Kadının bireyliğinin ve yapabileceklerinin ortaya konulduğu reklamlar markalar tarafından tercih edilmeye başlanmıştır. Feminist reklam adı verilen bu tür uygulamaların, hedef kitlenin kadın olduğu ürünler için tercih edildiği görülmektedir. Feminist reklamlarla birlikte kadının reklamdaki temsili farklılaşmıştır. Feminist reklamların kadın temsiline olumlu katkı verdiği düşüncesinin yanı sıra bu girişimlerin markalar tarafından kar odaklı olarak yapıldığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Feminizm her şeyden önce bir düşünce sistemidir, dolayısıyla bir düşünce sisteminin reklam stratejisi haline getirilmiş olması en başta onun araçsallaştırdığını düşündürmektedir. Feminist reklamlara

eleştirel olarak bakanların da dayandığı temel düşüncelerden biri budur. Ayrıca reklamlarla feminizmdeki bazı unsurların popülist hale getirildiği dolayısıyla özünden ayrıldığı vurgusu da yapılmaktadır.

Feminist reklamlar eleştirmekte olduklarını ya da alternatif geliştirmeye çalıştıkları kadın söylemini yeniden kurgulamaktadırlar ve dolayısıyla yeni bir kadın söylemi oluşturulmaya çalışılmaktadır. Söylem, sadece söz ve slogan kullanımı ile değil, aynı zamanda görsel kodlarla da ortaya konulmaktadır. Bu çalışmada belirlenmiş reklam örnekleri üzerinde görsel bir çözümleme yapılmaya çalışılarak üretilen yeni kadın söylemi ortaya konmaya çalışılmıştır. Reklamlarda temsil edilen kadınlar, hangi mekanlarda temsil edildikleri gibi farklılıklar göz önünde bulundurularak feminist reklamların klasik kadın temsiline farklılık oluşturup oluşturmadıkları ortaya konulmuştur.

Reklamlarda Kadın Temsili ve Feminist Reklamlar

Medya metinleri gerçekliğin yeniden oluşturulduğu alanlardır. Film, dizi ya da reklam gibi medya üretimi olan içerikler gerçeklerden yola çıkarak ve onları farklılaştırarak medyatik temsiller ortaya koyarlar. Temsil edilen esas olandan yola çıkıyor olsa da onu birebir yansıtmaz, farklılaştırır, değişime uğratar, yeni bir biçim verir. “temsil, temsil nesnesini ikame eder, onun yerine geçer ya da nesnesiyle benzerlik ilişkisi kurar. Temsil, nesnesini benzeşim yoluyla temsil etse bile artık nesnesi değildir, nesnesiyle aynı ya da özdeş değildir. Nesnesi açısından sadece benzeşik ve andırışıktır” (Çamdereli, 2018, s. 3). Temsil eden, temsil ettiği şeye benziyor olsa da o değildir, benzese de bütünüyle o değildir. Bu nedenle gerçeklikle karşılaştırıldığında temsil ile gerçeklik arasında farklılaşmaya rastlanmaktadır. Hall’a göre (2017, s. 23), temsil, anlamın üretildiği ve bir kültürün üyeleri arasında değiş tokuş edildiği sürecin temel parçasıdır ve temsile yansıtıcı, kasıtlı ve inşacı olmak üzere üç farklı yaklaşım bulunmaktadır. Diğer iki yaklaşımdan daha ziyade inşacı yaklaşımın medyadaki temsil ile daha ilişkili olduğunu söylemek mümkündür.

Inşacı yaklaşıma göre, şeylerin anlamı yoktur; temsil sistemlerini, kavramlar ve işaretleri, kullanarak anlamı biz inşa ederiz. Bu yaklaşıma göre, şeylerin ve insanların var olduğu materyal dünya ile temsil anlam ve dil yoluyla işlev gören sembolik pratikler ve süreçleri birbirine karıştırmamız gerekir. Anlamı aktaran materyal dünya değildir, dil sistemi ya da kavramlarımızı temsil etmek için kullandığımız sistemdir (Hall, 2017, s. 36). Buradan yola çıkılarak düşünüldüğünde materyal dünyada bulunan bir unsur ancak çeşitli şekillerde temsil edildiğinde anlam aktarıcısı rolünü üstlenir. Dolayısıyla anlam kodlanmış olan temsil biçimlerinde hayat bulacaktır. Temsil konusunun esas sorunu ise belki de burada başlamaktadır. Temsil biçimiyle oluşturulan anlam gerçeğe ne kadar yakındır? Anlam, temsil biçiminde hayat bulduğuna göre, anlamı inşa edenler kimlerdir ve temsil edilenler oluşturulmuş olan temsil biçiminden memnun mudurlar?

Yukarıdaki soruların yanıtlarını kadının medyadaki temsiline ilişkin olarak yanıtlamaya çalıştığımızda verilebilecek yanıtlar büyük çoğunlukla olumsuz olacaktır. Gledhill’e göre, kadın kategorisi, bütün kadınların kendisini ait hissedeceği homojen bir sosyal grubu işaret etmez. Başlangıç olarak, toplumsal cinsiyet günlük hayat pratikleri sırasında diğer sosyal kimliklerle kesişir. Bir kadın olmak kişinin yaşına, sosyal sınıfına, etnik kökenine, cinsel yönelimine vs göre farklı deneyimlenecektir. Dolayısıyla temsilin gerçek kadınları yansıtmayacağı kavramı şu sorulara çarpar: Kimin gerçekliği? Hangi gerçeklik? Kime göre? (Gledhill, 2017, s. 452-3). Toplumda var olan ve medya aracılığıyla yeniden üretilen toplumsal cinsiyet kalıpları reklamlarla yinelenir. Reklama yüklenen birincil işlev bir ürünün ya da hizmetin tanıtımını yapmak ve nihai olarak onun satın alınmasını sağlamak olsa da tek işlevi bu değildir. Williamson’a göre (2000, s. 12), bu işlevinin dışında geleneksel olarak sanatı ve dinin yerine getirdiği işlevlerin yerine geçen başka bir işlevi daha vardır. Bu da anlam yaratmaktır. Reklamlar, sadece satmaya çalıştıkları ürünlerin doğasında var olan nitelik ve özellikleri değil, bu malların bizim için bir şey ifade eder hale gelebildiği biçimi dikkate alırlar.

Ürünü tanıtmakla kalmayan reklam, ürün için ‘ideal’ olan tüketiciyi de biçimlendirir. Reklamda kadın temsili sorununun dayanaklarından biri de budur. Reklamı tasarlayanlar ‘ideal’ bir kadın oluşturmaktadırlar. Medyanın diğer içeriklerinde de kendini tekrarlayan bu imge kadın/kadınlar, kadın temsili konusunu tartışmalı hale getirmektedir. Kadınlar reklamlarda kendini evlerine ve çocuklarına adanmış olarak, seksi ve çekici olarak, ev kadını ya da zaman zaman çalışan kadın olarak toplumsal güzellik normlarına uygun olarak temsil edilmektedirler. Bu basmakalıp temsil biçimleri reklamda klasik kadın temsillerine ilişkindir. Kadınların reklamlarda temsiline ilişkin olarak literatürde çok sayıda çalışma yapılmıştır (Dominick ve Rauch, 1972; Lundstrom ve Sciglimpaclia, 1977; Goffman, 1979; Soley ve Kurzbard, 1986). Yıllar içinde reklamda kadın temsilleri çeşitli değişimlere de uğramıştır. Grau ve Zotos’un (2016: s. 762) reklamda cinsiyet temsili üzerine yaptıkları çalışmada yaşanan değişimleri ve etki eden faktörleri ortaya çıkarmışlardır. Araştırmaya göre, kadınlar potansiyellerine ve yeteneklerine göre daha aşağı bir biçimde sunulmuş, aynı zamanda veriler daha olumlu rol tasvirlerine doğru yavaş bir kayma olduğunu göstermiştir. Önceki literatür, “cinsiyetçiliği” teşvik ederek reklamcılığın toplumsal cinsiyet eşitsizliğine katkıda bulunduğunu ve beden imgesi sembollerinin geçerli ve kabul edilebilir olduğunu çarpıttığını öne sürdü. O zamandan beri, kadınların rolleri çarpıcı değişimler geçirdi ve portrelerde de değişiklikler oldu.

Son yıllarda ise toplumda yaşanan değişimler, hedef kitlenin değişiklik göstermeye başlaması ve beklentilerinin farklılaşması gibi etkenlerle feminist reklam ya da güçlendirici reklam adı verilen bir akım ortaya çıkmıştır.

Feminizm ve advertising kelimelerinin birleştirilmesiyle birlikte ‘femvertising’ olarak anılan bu reklamcılık anlayışı 2014’te AdWeek’te düzenlenen panelde şöyle tanımlanmıştır: “Kadınları ve kızları güçlendirmek için kadın yanlısı yetenek, mesaj ve imge kullanan reklam” (Staff, 2017). Bir diğer tanımlamaya göre ise feminist reklamlar, geleneksel kadın reklam stereotiplerine meydan okuyan reklamlardır (Akestam, Rosengren, Dahlen, 2017, s. 796). Feminist reklamlar, yukarıda da sözü edilen kadın temsillerini farklılaştırmaya başlamıştır. Bu reklamlar genel olarak nesne olarak konumlandırılan kadını nesneden çıkartarak özne olarak sunmuşlardır.

Feminizmi pazarlama mesajlarına dahil etmek yeni bir şey değildir. Kadınların özgürlük hareketleri, 60’larda ve 70’lerde öne çıktığından beri, şirketler hareketlerin ideallerinin popüler yorumlarını kullanmıştır ve onları para kazanma araçlarına dönüştürmüşlerdir (North, 2014). Markaların feminist reklama yaklaşması 2014 yılında başlamış olsa da öncesinde uygulanmadığını söylemek mümkün değildir. Reklamlarında kadını güçlendirici mesajlar kullanan markalardan biri olan Dove 2004 yılında başlattığı Dove Self-Esteem Project kapsamında “Evolution” isimli reklam filmiyle bu alandaki ilk örneklerden birini vermiştir (Welcome to the Dove Self-Esteem Project, t.y.). 2014 yılı itibariyle de feminist reklam stratejilerinin kullanımının daha yaygınlaştığını söyleyebilmek mümkündür. Bu tür reklamlar kalıplaştırılmış kadın temsiline farklı bakış açıları getirmekle birlikte temsil edilen değerler feminist ilkelerin tümünü kapsayıcı değildir. Popüler hale getirilebilecek bazı unsurlar üzerinden temsil gerçekleştirilmekte ve feminizm ticari bir unsur haline getirilmektedir. Yani bir düşünce sistemi araçsallaştırılmakta ve meta haline getirilmektedir.

Feminist reklam kavramının kullanılmaya başlanmasından çok önce Robert Goldman, Deborah Heath and Sharon Smith tarafından ‘emtia feminizmi’ ya da ‘emtia olarak feminizm’ (commodity feminism) tanımlaması yapılmıştır. Onlara göre, emtia feminizmi pazarın motivasyonudur: Bütünlüğünden ortaya çıkan emtia benliği, demografik profillerin ve seyirci segmentlerinin satışının ters yüzünü oluşturur (Goldman, Heath, Smith, 1991, s. 333). Bir diğer eleştirel kavram ise Zeisler’in kullandığı ‘piyasa feminizmi’ kavramıdır. Yeni modern feminizm dalgasını ve genç kadınların bu etiketi benimseme istekliliğini kutlamak yerine, Zeisler, feministlerin on yıllardır söylediği mesajlar için sözcüsü haline geldiğinde feminizmin dışlanmasından endişe duyuyor (Becker-Herby, 2016, s. 23). Bu eleştirideki haklılık payını görmek ve ona kulak vermek gerekiyor. Her iki eleştirel bakış da feminizmin ticari olarak kullanılmasının oluşturabileceği sorunlara ve onun meta haline gelmesine dikkat çekmektedir. Popülerize hale gelen bir kavramın esas dikkat çektiklerinin gözden kaçırılması, bayağılaştırılması ve sadece daha dikkat çekici noktalarının ön plana çıkarılarak bağlamından koparılması söz konusu olacaktır. Kaldı ki feminist reklamlarda karşılaşılarda bu sözü edilmektedir.

Feminist reklamlar da diğer reklamlarda olduğu gibi belirli kalıplar ortaya çıkarmaya başlamışlardır. Feminist reklam kampanyalarında kadının temsil biçimlerini şöyle sıralayabilmek mümkündür:

1. Kadınların farklı hünelerlerini kullanmak.
2. Doğasında cinsiyet eşitliğini savunan mesajlar.
3. Cinsiyet normları ve stereotip algısına meydan okuyabilmek için kadınların ne yapmaları gerektiği.
4. Cinselliği önemsizleştirmek.
5. Kadını özgün tavırlarla resmetmek (Erbaş, 2018, s. 83)

Güçlendirme üzerine kurgulanmış olan feminist reklamlar hem görsel hem sözselleşen söylemi dönüştürmeye çalışmaktadırlar.

Yöntem ve Örneklem

Bu çalışmada feminist reklamlarda kadın temsiliinin nasıl oluşturulduğu sorusunun yanıtı aranmıştır. Çalışmada sadece görsel temsile odaklanılmıştır. Kadının reklamda görsel temsiliinin ortaya çıkarılmaya çalışıldığı çalışmada reklamda yer alan alan kadınların;

- hangi mekanda yer aldıkları,
- hangi rollerde temsil edildikleri,
- hangi yaş aralıklarında

yer aldığı gibi unsurlar tespit edilmeye çalışılmıştır.

Yukarıda belirtilen unsurlara ulaşabilmek için örneklem olarak belirlenen reklamlara içerik analizi uygulanmıştır. Böylece reklamlarda yer alan kadınların hangi mekanlarda ve rollerde temsil edildikleri ortaya çıkarılmıştır. Ardından ise elde edilen veriler eleştirel görsel analiz yöntemi ile yorumlanmıştır.

Eleştirel görsel analiz genel olarak söylem, metin ve görsel metafor olmak üzere üç kısımdan oluşmaktadır (Reklamda Erkeklik, 6404; Wang, 2014). Bu çalışmada ise söylemsel anlatı analizi boyutuna yoğunlaşmıştır ve görsel tanımlamanın ardından görsel yorumlama aşaması gerçekleştirilmiştir. Görsel tanımlama için içerik analizi yöntemi uygulanarak örneklemde yer alan reklamlarda odaklanılacak olan unsurlar belirlenmiştir ve ardından ise ortaya çıkarılan unsurlar yorumlanmıştır. Seçmecî bir yöntemin bu çalışmada tercih edildiğini söylemek mümkündür.

Çalışmanın örneklemini için dört adet feminist reklam seçilmiştir. Örneklem seçimi belirlenirken getirilen kriterlerden biri reklam kampanyasının Türkiye’de yayınlanmış olmasıdır. Dünyada feminist reklam stratejisi kullanımı yükselmeye başlamıştır ve pek çok kampanyada kullanılmaktadır. Ancak bu çalışma kapsamında dünyada yayınlanan reklamlar değil, Türkiye’de yayınlanan reklamlarının seçilmesi uygun bulunmuştur.

Türkiye’de yayınlanan ve dikkat çeken dört feminist reklam bu çalışmada incelenmek için seçilmiştir. Bu çalışmada incelenecek olan reklamlar şunlardır: Nike (Bizi Böyle Bilin), Orkid (Kız Gibi Yap), Dove (Benim Saçım Ezberlerin Ötesinde), Elidor (Güç Doğamızda Var).

Bulgular

Ele alınan reklamlarda ortaya çıkarılmaya çalışılan ilk unsur mekan kullanımıdır. Burada reklamlarda hangi mekanların kullanıldığı ve bu kullanılan mekanların özel mi yoksa kamusal alan mı olduğu ayrımlandırması yapılmaya çalışılmaktadır.

Ele alınan reklamlarda Orkid reklamı hariç diğer üç reklamda farklı mekan temsilleri yer almaktadır. Orkid reklamında ise sadece bir mekan yer almıştır. Aşağıda yer alan tabloda reklamlarda tespit edilen mekanlar özel ve kamusal olarak ayrımlandırılmıştır. Özellikle Elidor reklamının bazı sahnelerinde mekan net olarak tespit edilememiştir. Bu durumda mekan hakkında herhangi bir bilgiye yer verilmemiştir. Salon, mutfak, oda gibi ev içi bölümler özel alan olarak kategorileştirilmiştir. Araba, motosiklet gibi kamuya açık olmayan şahsi kullanımda olan özel mülkiyete ait unsurlar ise her ne kadar kamusal alanda yer alıyor olsalar da (yol, sokak vs) özel alan olarak belirtilmiştir. Ancak evin herhangi bir bölümüne ait olan mekanlarda olduğu gibi bir mahremiyetin araba, motosiklet gibi mekanlar için düşünülemeyeceği de açıktır.

Marka	Mekan Kullanımı	
	Özel Alan	Kamusal Alan
Nike	Salon	Kuyumcu dükkânı
	Mutfak	Basın toplantısı
	Ev (Kitaplık düzenlemesi)	Kafe
	Oda (bebek evi)	Tenis sahası
		Antrenman alanı
		Basketbol sahası
		Dans stüdyosu
		Garaaj (dışarı açılan büyük bir kapı)
Orkid		Okul (müzik odası)
Dove	Araba	Ofis
		Dans stüdyosu
		Doğa (açık alan)
		Okul koridoru
		Kütüphane
		Otoyol
Elidor	Oda	Doğa (doğa yürüyüşü)
	Motosiklet	Sınıf (dans stüdyosu)
	Araba	Deniz kenarı
	Oda	Sokak
	Yatak	Gece kulübü
		Fotoğraf stüdyosu
		Otoyol
		Deniz
		Doğumhane
		Toplantı odası
		Antrenman alanı
		Sokak
		Tenis kortu

Tablo 1: Reklamlarda kullanılan mekanlara ilişkin tablo

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi incelenen reklamlarda kadınlar özel alandan daha çok kamusal alanda temsil edilmişlerdir. Nike’ın reklamında sporcu kadınlara yer verilmesi nedeniyle kamusal alanlarda özellikle antrenman alanlarının sayısının yüksekliğinin dikkat çektiği görülmektedir. Kadınların antrenman alanlarında ya da spor yapılan mekanların temsili sadece Nike reklamı ile sınırlı değildir, Elidor reklamında da benzer mekan

kullanımlarına rastlamak mümkündür. Antrenman mekanlarının dışında kadınların doğanın içinde yer aldıkları temsillerin de fazlalığından söz etmek mümkündür. Dove ve Elidor reklamında doğal mekanların kullanımı yer almaktadır (doğa yürüyüşü, deniz vs gibi). Antrenman mekanlarını ve spor sahalarını profesyonel anlamda iş alanlarının dışında konumlandırıldığında reklamlarda kadınların çalışma hayatının içinde yer aldığına ilişkin mekansal temsile az rastlanmıştır. Dove reklamında bir ofis mekanı kullanımı, Elidor reklamında ise bir toplantı odası kullanımı yer almıştır.

İncelenen reklamda tespit edilmeye çalışılan bir diğer unsur ise kadının hangi işi yaparak temsil edildiğidir. Reklamlarda yer alan kadınların yaptığı işler, nasıl gösterildikleri göz önünde bulundurularak ne iş yaptıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Dove reklamında ise reklamda yer alan kadınların yaptıkları işe dair altyazı ile bilgilendirme yapılmaktadır. Bu nedenle Dove reklamındaki kadın temsillerinde belirtilenlere sadık kalınarak tabloya aktarılmıştır. Bir önceki tabloda olduğu gibi burada da bazı temsil biçimlerini net olarak belirleyebilmek güçtür. Özellikle Elidor reklamında bu güçlük daha fazla karşılaşılmaktadır. Bu nedenle bazı temsillerle ilgili net belirlemeler yapılamamıştır ve sadece yaptıkları eylemi niteleyen tanımlamalar kullanılmıştır (motor kullanan, dokuma yapan vs gibi). Ayrıca temsil ile ilgili olarak bir karşılık oluşturmamış olan görsellere de tabloda yer verilmemiştir. Bir temsil biçimi ile özdeşleştirilemeyen, karşılık oluşturmayan temsil biçimleri kategorileştirmenin dışında bırakılmıştır.

Marka	Kadın Temsili	Marka	Kadın Temsili	Marka	Kadın Temsili	Marka	Kadın Temsili
NIKE	Evde kız çocuğu	ORKID	Şarkıcı (Nil)	DOVE	Tasarımcı	ELIDOR	Gezgin
	Boks sporcusu		Öğrenci		Öğrenci		Dansçı
	Mutfakta yemek işi yapan kişi				Dansçı		Fotoğrafçı
	Antrenmanda ağırlık kaldıran				Hayvansever		Su kayağı sporcusu
	Kuyumcu dükkanında müşteri				Muhabeci		Motor kullanan
	Altın madalyalar ve kupalarla poz veren sporcu						Doğum yapan
	Tenis maçı hakemi						Müzişyen
	Kafede oturan kişi						Dokuma yapan
	Tenis sporcusu						Yönetici
	Evde düzenleme işi						Taekwondo sporcusu
	Basketbol sporcusu						Tenis sporcusu
	Dansçı						

Tablo 2 Reklamlarda yer alan kadınların yaptıkları işe göre temsili

Mekan temsili ile bağlantılı olarak kadınların daha çok sporcu ya da spor yapan kişiler olarak temsil edildikleri görülmektedir. Sporcu temsili için dansçı kategorisi de ekleyebilmek mümkündür. Nike, Dove ve Elidor reklamlarında dans eden kadın temsili yer aldığı tespit edilmiştir. Şimdiye kadar kadınla özdeşleştirilmiş işleri

yapanlar (temizlik ve mutfak işi gibi) Nike reklamında karşımıza çıkmaktadır, diğer reklamlarda ise klasik kadın temsillerine rastlanmamaktadır. Ancak Nike’ın reklamında klasik temsillerin kullanılmasının nedeni aslında yerleşik olan algıyı yıkmaktır. Reklamın bütünü göz önüne alındığında bu durum ortaya çıkmaktadır. Her klasik kadın temsiliinin ardından yeni inşa edilen kadın temsiline geçiş söz konusudur. Mekan kullanımında da belirtilmiş olduğu gibi kadınların profesyonel iş hayatını çağrıştıracak şekilde temsil edilmesine az rastlanmaktadır. İncelenen reklamların arasında Dove reklamında yer alan ve “tasarımcı” olarak belirtilen kadının ofiste yer alması dışında Elidor reklamında toplantı masasının başında konumlandırılması nedeniyle yönetici olduğu anlaşılan kadın temsili dışında çalışan kadın temsili bulunmamaktadır. Dove reklamında “muhasibeci” olarak tanımlanmış olan bir kadın temsili daha yer almaktadır. Ancak bulunduğu mekan (araba içinde gösterilmektedir) bağlantısı göz önünde bulundurulduğunda görsel temsil olarak çalışma yaşamı ile bağlantı kurulmamaktadır.

Marka	Yaş		
	Çocuk-Ergen	Genç-Orta Yaş	Orta Yaş-Yaşlı
Nike		X	
Orkid	X	X	
Dove		X	X
Elidor		X	

Tablo 3 Reklamlarda temsil edilen kadınların yaş aralıkları

İncelenen reklamlarda değerlendirilen bir diğer kriter ise yaş konusudur. Reklamlarda yaşa ilişkin nesnel bilgiler verilmiyor olsa da görünen üzerinden bir sonuca ulaşabilmek mümkündür. Görünen üzerinden yaş sınıflandırması yapılabildiği için yaş aralıkları tabloda da görüldüğü üzere net olarak belirtilmek yerine ortalama olarak belirtilmiş ve üç kategori düzenlenmiştir: Çocuk-ergen, genç-orta yaş, orta yaş-yaşlı. Reklamlarda ana karakter olarak sunulan kadınların temsil edildiği yaşlar sınıflandırılmıştır, yan karakterler yapılan incelemeye dahil edilmemiştir. İncelenen dört reklamda sadece Orkid reklamında ergenler, Dove reklamında ise sadece bir orta yaş-yaşlı kategorisine girecek kadın tespit edilmiştir. Genç-orta yaş kategorisine dahil edilebilecek kadınların dört reklamda da yer aldıkları görülmektedir.

Eleştirel Görsel Analiz

İncelenen reklamlardaki görsel öğeler yukarıda içerik analizine tabii tutulmuştur. Bu başlıkta ise ortaya çıkan görsel unsurlar eleştirel görsel analiz ile tartışılacaktır. Yapılacak analizleri tablolarla uyumlu olarak şöyle temel başlıklarda toparlayabilmek mümkündür:

Mekan açısından;

- Feminist reklamlarda öne çıkan bir diğer unsur ise mekan temsidir. Feminist yazında önemli olan hususlardan birini oluşturan özel alan ve kamusal alan ayrımı reklamlarda da kendine yer bulmuştur. Feminist reklamlarda kadın özel alandan daha ziyade kamusal alan içinde temsil edilmiştir. Bu yeni temsil biçimi reklamlardaki geleneksel kadın temsiline de bir karşı çıkış olarak görülebilir.
- Ancak ekonomik özgürleşmeye ulaşmak için temel bir gereksinim olabilecek olan iş hayatı feminist reklamlarda kendine pek yer bulamamaktadır. Doğrudan iş yaşamını çağrıştıracak olan ofis mekanı Dove ve Elidor reklamları dışında yer almamaktadır. Diğer yandan ekonomik özgürleşmenin basamaklarından biri sayılabilecek olan ve ayrıca sadece ekonomik özgürleşmenin değil bilgisel özgürleşmenin de temelini oluşturacak okul temsili de Orkid reklamının tümünde yer alırken, Dove reklamında bir kez yer bulmuştur.

Yapılan iş açısından;

- Feminist reklamlarda kadın çoğu zaman sporcu olarak konumlandırılmaktadır. Spor ve kadın birlikteliği bazı reklamlarda (Nike) profesyonel sporcular üzerinden konumlandırılırken bazılarında (Elidor) ise profesyonel olmayan sporu da içerebilmektedir. Ayrıca profesyonel ya da profesyonel olmayan olarak dans etmek de rastlanan temsil biçimlerinden biridir. Hem dans hem spor kadın bedeninin özgürleşmesinin göstereni haline gelmiştir. O halde feminist reklamlarda vurgulananlardan birisinin bedensel özgürleşme ile ilgili olduğu söylenebilir.
- Yukarıda da belirtildiği gibi kadınlar ağırlıklı olarak spor yapan kişiler olarak temsil edilmişlerdir. Bunu profesyonel amaçlı olarak da yapıyor olabilirler. Ancak “çalışan kadın” imajını okura çağrıştıracak olan temsiller incelenen reklamlarda Dove ve Elidor reklamlarında birer kez olarak yer almıştır. Ayrıca ne iş yaptığına ilişkin net temsillere sahip olmayan kadınlar reklamlarda yer almaktadır. Pek çok alanda kadınlar temsil edilmiş olmakla birlikte özgürleşmenin önemli noktalarından biri olan ekonomik özgürlüğe dair çalışma hayatına ilişkin sunulan unsura az rastlanmaktadır.

Yaş aralığı açısından;

- İncelenen reklamlarda kadınların yaş temsillerine bakıldığında genç-orta yaş arası kadınların temsil edildiği ortaya çıkmaktadır.
- Klasik temsil biçimlerine meydan okuduklarını öne süren feminist reklamlar diğer reklamlarda da olduğu gibi orta yaş-yaşlı kategorisinde yer alan kadınlara pek yer vermemişlerdir. Bu yaş grubunda yer alan kadın temsiline sadece Dove reklamında rastlanmıştır.
- Klasik temsil biçimlerinde bu yaş kategorisinde yer alan kadınlar ev hanımı, evin büyüğü (büyükanne gibi) gibi kategorilerde yer almaktadır. Oysa Dove reklamında kamusal alanda ve ev dışında yer alan bir kadın temsili dikkat çekmektedir.

Yukarıda söz edilen kategorilerin dışında temsil konusu sadece gösterilenler ve söylenenler üzerinden değerlendirilmeyecek kadar derin bir konudur. Bu nedenle gösterilenler ve söylenenler kadar gösterilmeyenler ve söylenmeyenler de önemlidir. Feminist reklamlarda temsil edilen kadınlar “makbul” denilebilecek güzellik kalıplarının içinde yer almaktadır. Boy, kilo ve yaş gibi değişkenler bu kalıpların içindedir. Daha kısa, daha kilolu ya da daha yaşlı kadınlar incelenen reklamlarda kendilerine yer bulamamışlardır.

Sonuç

Araştırma sonucunda varılan sonuçları şöyle sıralamak mümkündür:

- Reklamlardaki geleneksel kadın temsillerinde büyük oranda özel alanda yer verilen kadının kamusal alanda temsil edildiği görülmüştür. Feminizmin üzerinde durduğu kamusal alanda kadının yer alması hususunun desteklendiği görülmektedir. Diğer yandan kadın özgürleşmesinin temel dayanaklarından birinin kamusal alanda yer almak olduğu da böylece vurgulanmıştır.
- Reklamlarda sporcu/ya da spor yapan kadın temsili ağırlıktadır. Ayrıca dansçı/dans eden kadın temsili de bu gruba ekleyebilmek mümkündür. Spor ve dansın beden özgürleşmesi ile bağdaştırıldığını söyleyebiliriz.
- İncelenen reklamlar yeni bir söylem kurgulamaya çalışmakla birlikte toplumda yerleşik olan söylemleri de tekrar etmekte dolayısıyla onları yeniden meşru hale getirmektedirler.
- Reklamlarda temsil edilen kadınların yaş aralıkları göz önünde bulundurulduğunda ise genç kategorisinde yer almaktadırlar. Dolayısıyla orta yaş ve üzeri olan kadınlar yine temsil edilmemekte ya da temsil edildiklerinde ise «anne» figürü olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Reklamlarda temsil edilen kadınlar «makbul» kabul edilen güzellik standartlarının içinde yer almaktadır (Genç, zayıf, bakımlı vs). Böylece kadınlara reklamlarla dayatılan güzellik algısı kendisini bir kez daha oluşturmaktadır.
- Kadınlar için en temel özgürleşme biçimlerinden biri olan ekonomik özgürleşmenin göstereni olabilecek iş hayatı ya da iş hayatının öncesi olabilecek okul temsili incelenen reklamlarda az rastlanmıştır. Kadın özgürleşmesi ev dışına çıkarak kamusal alanda yer alması ile sınırlı tutulmuştur.
- İncelenen reklamlar feminizmin pek çok ilkesinden sadece yukarıda belirtilen unsura yer vermekte diğerlerini ise görmezden gelmektedir. Bu görmezden geliş feminizmi sadece «dışarıda» olabilmekle özdeşleştirmektedir. Böylece esas sorunlar yine görmezden gelinmektedir.

Gelecek çalışmalar için önerileri şöyle sıralamak mümkündür:

- Reklamlarda temsil edilen kadınların jest ve mimikleri de dahil olmak üzere farklı unsurlar (saçları, makyajları, kıyafetleri) incelenebilir. Böylece yeni üretilen kadın tipolojisinin tanımı daha genişletilebilir.
- Sporcu olarak temsil edilen kadınların yaptıkları sporların kategorize edilmesi spor ve kadın temsili açısından önemli sonuçları ortaya çıkarabilir.
- Geleneksel kadın temsilleri ile feminist reklamlardaki kadın temsillerinin karşılaştırılması farklılıkların ortaya konması açısından önem taşıyabilir.

Sonuç olarak; feminist reklamların çıkışındaki nedenler de göz önünde bulundurulduğunda bu girişimlerin doğrudan kar odaklılık üzerine kurulduğunu göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Feminist reklamlar her ne kadar farklı bir kadın temsili oluşturma çabasında bulunsalar da sadece belirli sorunlara temas etmekte ve sorunun bütününe görmemektedir. Diğer yandan farklı bir söylem oluşturmaya çalışırken egemen söylemi tekrarlamakta ve onu meşru hale getirmektedir. Sadece kıyafet, saç ve spora indirgenemeyecek kadar geniş bir düşünsel ve yazınsal bir alanı oluşturan feminizm, reklamlarla sığlaştırılmakta ve bağlamından koparılmaktadır. Çalışmanın başlığında da belirtildiği gibi feminist reklamlar, ticari bir feminizm yaratmakla birlikte bir düşünce sistemini meta haline getirmektedir.

Kaynakça

- Åkestam, N., Rosengren, S., & Dahlen, M. (2017). Advertising “like a girl”: Toward a better understanding of “femvertising” and its effects. *Psychology & Marketing*, 34(8), 795-806.
- Becker-Herby, E. (2016). *The Rise of Femvertising: Authentically Reaching Female Consumers*, University of Minnesota-- Twin Cities, School of Journalism and Mass Communication, Professional M.A. in Strategic Communication Capstone

- Çamdereli, M., "Temsil Üzerine", Muhayyel, Sayı 7, Kasım 2018
- Dominick, J. R., & Rauch, G. E. (1972). The image of women in network TV commercials. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 16(3), 259-265.
- Erbaş, S. Varolmanın Dayanılmaz Zorluğu: Kadın Olmak. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 75-88.
- Gledhill, C. (2017). *Tür ve Toplumsal Cinsiyet: Pembe Dizi Örneği*, Stuart Hall (Haz.), Temsil içinde (ss. 441-506), İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. MA: Harvard University Press.
- Goldman, R., Heath, D., & Smith, S. L. (1991). Commodity feminism. *Critical studies in media communication*, 8(3), 333-351.
- Grau, S. L. & Zotos, Y. C. (2016) Gender stereotypes in advertising: a review of current research, *International Journal of Advertising*, 35:5, 761-770, DOI: 10.1080/02650487.2016.1203556
- Hall, S. (2017). *Temsil İşİ*, Stuart Hall (Haz.), Temsil içinde (ss. 21-98), İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Lundstrom, W. J., Sciglmpaceia D.. (1977). "Sex Role Portrayals in Advertising." *Journal of Marketing* 41, 3: 72-79.
- North, B. (17 Aralık 2014). The rise of 'femvertising', <https://www.prdaily.com/the-rise-of-femvertising/>, Erişim Tarihi: 01.03.2019.
- Soley, L., G. Kurzbard. (1986). "Sex in Advertising: A Comparison of 1964 and 1984 Magazine Advertisements." *Journal of Advertising* 15, 3: 46-64.
- Staff, S. (10 Mart 2017). Femvertising: What Is It and How to Do It Well, <https://blog.adobespark.com/2017/03/10/femvertising-what-is-it-and-how-to-do-it-well/>, Erişim Tarihi: 02.03.2019.
- Welcome to the Dove Self-Esteem Project, <https://www.dove.com/uk/dove-self-esteem-project.html>, Erişimi Tarihi: 30.02.2019.
- Williamson, J. (2001). *Reklamların Dili*. A. Fethi (Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi

TÜRK HAVACILIĞINDA GİRİŞİMCİLİĞİN YENİDEN TANIMLANMASI VE GİRİŞİMCİ HAVACI KADINLAR

Gülaçtı ŞEN
İstanbul Esenyurt Üniversitesi
gulactisen@esenyurt.edu.tr

Meysure Evren ÇELİK
İstanbul Esenyurt Üniversitesi
İstanbul

Öz

Girişimcilik kavramı, yüzyıllar boyunca farklı şekillerde ele alınmış ve açıklanmaya çalışılmıştır. Günümüzde, iktisadi anlamda önemli bir öge haline gelen bu kavramın, yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla açıklanması, girişimciliğin aslında sadece ticari alanlarla sınırlı olmadığını ortaya koymaktadır. Türkiye’de havacılığın ticari olarak faaliyete geçmeden önce, girişimciliğin var olan kaynakları ve fırsatları değerlendirerek, yeni değerler geliştirerek ve risk alarak ortaya çıktığı söylenebilir. Bu bağlamda, Türk havacılığındaki girişimcilik faaliyetlerinin gelişmesinde kadın havacılar oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu araştırmada da Türk havacılığında girişimciliğin yeniden tanımlanması ve Türk havacılığına kadın havacıların katkıları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Türk Havacılığı, Kadın Havacılar*

RECONSTRUCTION OF ENTREPRENEURSHIP IN TURKISH AVIATION AND ENTREPRENEURSHIP FEMALE AVIATORS

Abstract

The concept of entrepreneurship has been studied and explained in different ways for centuries. Explaining this concept, which has become an important economic element in the present day, with concepts such as innovation, flexibility, dynamism, taking risk, creativity and development, reveals that entrepreneurship is not in fact only limited to commercial areas. Before commercial aviation activities in Turkey, it can be said that enter is emerged by evaluating existing resources and opportunities, developing new values and taking risks. In this context, female aviators have an important place in the progress development of entrepreneurship activities in Turkish aviation. According to the contribution of female aviators in entrepreneurship activities in Turkish aviation was examined.

Keywords: *Entrepreneurship, Turkish Aviation, Female Aviators*

Giriş

Girişimci kavramının herkes tarafından bilinen ilk tanımı, 18. Yüzyılın başlarında Richard Cantillon’un yaptığı tanımıdır ve 1755 yılında yaptığı bu tanım, girişimcinin risk alma özelliğini vurgulamaktadır (Çetinkaya ve ark.2012, 232).

Girişimciler genelde sorumluluk alan ve bu yönde isteği olan, hesaplanmış risk alan, başarıma isteği güçlü, enerjisi yüksek, fırsatları ve geleceği sezebilen, vizyonunu gerçeğe dönüştürmek isteyen, başarıyı paradan daha çok önemseyen, değişen olaylara dayanabilen, değişiklikleri benimseyebilen ve şartlara adapte olabilen kişilerdir (Bozgeyik, 2005, 37). Girişimcilik bir eylem, girişimci ise bu eylemi yapan kimsedir. Fırsatları yakalama, piyasa koşullarına göre güncel ürün ya da hizmet üretebilme, risk alma ve eyleme dönüştürme faaliyetleri ise girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Karasioğlu ve Duman, 2006, 149).

Yapılan tüm tanımları içine alan en genel tanımıyla girişimcilik, gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetleri sonucunda gelir, para, servet gibi ekonomik; tatmin, bireysel bağımsızlık ve haz gibi psikolojik; itibar, statü ve güç gibi sosyolojik kazançlar elde edilen risk, stres, tuzak ve bireysel çaba gerektiren değer yaratma süreci olarak tanımlanabilir (Özkul, 2008,13).

Kendinin ya da bir başkasının meydana getirdiği yenilikleri ekonomiye yönlendiren girişimci, düşük verimliliğe sahip ekonomik faaliyetlerin yüksek verimliliğe sahip alanlara yönlendirilmesini sağlayan kişidir. (Çetindamar, 2002, 18).

Fırsatların benimsenmesi, risk almaya hazır olma, yenilik ve değişim için istekli olma, belli başlı girişimci tutumlarından bazılarıdır (Ürper ve ark., 2012, 5-6). Girişimciliğin dört farklı davranışsal göstergesini Schumpeter’e de göre şu şekilde sıralamak mümkündür (Karasioğlu ve Duman, 2006, 149):

- Çağın koşullarına uygun güncel ve yeni ürün ve hizmetleri piyasaya sürmek,
- Yeni üretim metotları geliştirmek,
- Daha önce yakalanmamış bir talep ihtiyacını keşfetmek
- Endüstriyel üretime katkıda bulunabilecek yeni bir firma kurabilmek

Girişimcilik anlayışında ilkçağlardan günümüze kadar süren tarihi süreçte meydana gelen değişimler ve döneme ait görüşler aşağıda ki tabloda verilmiştir:

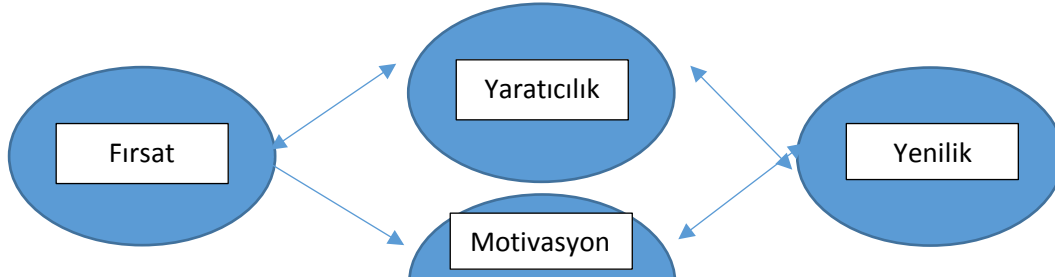
Tablo 1: Girişimcilik Hakkında Görüşler

Dönem	Girişimcilik Hakkındaki Görüşler
İlk Çağ	Yaşamını sürdürmek için arayış içerisinde olan hür kimselerdir.
Orta Çağ	Büyük ölçekli üretim projelerinin yöneticisidir.
17.Y.Y.	Hükümet ile yapılan sabit fiyatlı sözleşmelerin, kar ya da zarar riskini üstlenen kişidir.
1725	Sermaye sahibinden ayrı risk üstlenen kişidir.
1803	Girişimcinin kazancı, sermayenin getirisinden ayrılmıştır.
1876	Fon sağlayıcı ile proje sahibi girişimcinin kazançları ayrılmıştır.
1934	Yenilik yapan ve yeni teknoloji geliştiren kimsedir.
1961	Faal ve ılımlı riskleri alan kimsedir.
1964	Fırsatları en üst düzeye çıkaran kişidir.
1975	Örgütün sosyal ve ekonomik işleyişinden inisiyatif kullanan ve muhtemel başarısızlık riskini üstlenen kişidir.
1980	Ekonomist, psikolog, iş adamı ve siyasetçiler tarafından farklı algılanmaya başlanmıştır.
1983	İç girişimci, faaliyette olan bir örgüt içerisindeki çalışan girişimcidir.
1985	Zaman ve gayret sarf ederek farklı değerler üreten, çeşitli riskleri üstlenen ve sonunda maddi ya da manevi karşılık alan kişidir.
1995	Elindeki kaynakları düşük verimlilik alanlarından, yüksek verimlilik alanlarına aktaran ve orada tutmayı başaran kişidir.
1999	Çağdaş önderlikle dengelenmiş davranış ve düşünüş biçimine sahip, dürüstlük ve samimiyetle doğruların inşasını yapan kişidir.
2001	Projeyi kendi girişimcilik anlayışı ile geliştiren kişidir.
2002	Piyasa ekonomisinin vazgeçilmez kişisidir.
2003	Ekonomik refahın oluşmasında başrol oynayan kişidir.

Kaynak: Apak ve ark., 2010, 27

Girişimciliğin tarih içerisindeki gelişimine baktığımız zaman bir girişimcinin her şeyden önce çevresinde topluma, ülkesine, insanlığa katkı sağlayabilecek üretkenlikte bulunabileceği veya yenilik yaparak gelişme sağlayabileceği her türlü fırsatı görebilen bir gözlem ve analiz yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Ancak gördüğü fırsatın üzerine gidebilme motivasyonunu içinde hissedebilen girişimci, bu kararlığı sayesinde yenilikleri yapabilme cesaretini de her zaman içerisinde hissedebilmektedir. Bu yenilikçi cesaret ise beraberinde yaratıcı çözüm bulma yeteneği ve bilgisi ile perçinlenmelidir ki sadece düşünsel nitelikte kalmayan faydalı üretime dönüşebilen bir girişimcilik faaliyetine dönüşsün. Bu döngü aşağıda şekil 1’deki gibi bir model üzerinde gösterilebilir:

Şekil 1: Girişimcilik Faaliyeti Döngüsü



Girişimciler genelde sorumluluk alan ve bu sorumluluğu taşıyabilecek risk alan, başarma isteği güçlü, enerjisi yüksek, fırsatları ve geleceği sezebilen, vizyonu geniş, değişimlere baştürmek isteyen, başarıyı paradan daha çok önemseyen, değişen olaylara dayanabilen, değişimlere adapte olabilecek ve şartlara adapte olabilen kişilerdir (Bozgeyik, 2005, 376). Çalışan kadınların oranı eskiye göre daha da artmıştır; ancak aynı durumu girişimcilik için söylemek mümkün değildir.

Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörleri hem pozitif hem de negatif, kişisel ve dış koşulların etkili olduğu iten ve çeken faktörler olarak ayırma tabi tutabiliriz. Negatif faktörler kadınları girişimciliğe iterken, pozitif faktörler kadınları girişimciliğe çekmektedir. İten faktörler; ekonomik zorunluluk, yetersiz aile geliri veya ek gelir ihtiyacı, aileden birinin ölümü veya boşanma gibi aile yapısı ve aile içi olaylar, kabul edilemez çalışma koşulları, kadın ve erkek çalışanlar arasındaki ücret farklılığı, gelir eşitsizliği, mesleki ayırım, cam tavan sendromu (kadınların üst kademe yönetim pozisyonlarına ulaşmasını engelleyici davranışsal ve örgütsel ön yargılardan kaynaklanan görünmez yapay engeller), terfideki engellemelerin neden olduğu işteki hayal kırıklığı gibi nedenlerdir. Dünyada kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörlerden biri gelir elde etme gereksinimidir. Tüm ülkelerde kadınlar erkeklere kıyasla ekonomik yönden dezavantajlı gruptur (Keskin, 2014, 74).

TÜRK HAVACILIĞINDA GİRİŞİMCİLİK

1913 yılına kadar Osmanlı havacılığı tam bir ivme kazanamamıştır. Trablusgarp, Balkan ve I. Dünya Savaşları da havacılığın gelişimine engeller oluşturmuştur (Bocutoğlu ve Dinçaslan, 1959). Bu tarihten sonra havacılıkla ilgili önemli gelişmeler olmuştur. Uçak tahsisi ve pilot eğitimi için devlet girişimleri yapılmıştır. Halkın da konuya önem vermesiyle, o zamanın imkânlarıyla halkın toplu olarak bulunduğu yerlerde, kahvelerde ve müsamereelerde yardım toplamaya çalışılmıştır (Karabulut ve Doğan, 2015).

İstiklal Savaşı'nın kazanılmasından sonra Türkiye, her alanda olduğu gibi havacılık alanında da yeniden yapılanmaya gitmiş ve bu amaçla havacılıkla ilgili girişimcilik faaliyetlerine girişilmiştir. İthalat, hibe, lisanslı üretim ve yerli üretim gibi politikalarla uçak endüstrisine ağırlık verilmiştir (Bocutoğlu ve Dinçaslan, 1959).

Bağımsızlığın iktisadi alanda olması gerektiğinin önemini vurgulayan Mustafa Kemal, siyasi ve askeri başarılar ne kadar büyük olursa olsun iktisadi zaferle taçlandırılmazsa bu başarıların sürekli olamayacağını ifade etmiştir (Bocutoğlu ve Dinçaslan, 1959). Mustafa Kemal, aslında girişimciliğin en güzel tanımını ifade etmiştir.

Havacılıkla yapılan girişimciliklerden en önemlisi, 16 Şubat 1925 yılında Gazi Mustafa Kemal Paşa'nın direktifleri ile açılan Türk Tayyare Cemiyetidir. (Kline, 2011, 103). Mustafa Kemal'in, "İstikbal göklerde; çünkü göklerini koruyamayan devletler yarınlarından asla emin olamazlar" ifadesi bu cemiyetin açılışında kayıtlara geçmiştir (Bocutoğlu ve Dinçaslan, 1959).

Türk milletine, özellikle Türk gençliğine, havacılığın sivil ve askeri alanlarda sahip olduğu ve olacağı rolün büyük önemini anlatmak, gönüllerde havacılık aşkını uyandırmak amacıyla kurulan cemiyetin havacılıkla ilgili aldığı kararlarda Türk havacılığının gelişimine katkı sağladığı ortadadır (Kline, 2011, 103-104). Gerekli araç gereci temin etmek, eğitilmiş personeli yetiştirmek ve "Uçan Bir Türk Gençliği" yaratmak amacıyla, Türkiye'de havacılık girişimciliği için büyük bir adımı atılmıştır.

Türk Tayyare Cemiyeti, halkın maddi ve manevi desteğinin sağlanmasıyla havacılıkta çalışmalarını sürdürmüştür. Halkın topladığı paralarla uçak alınıyordu ve bağış hangi ilden geliyorsa, uçağa o ilin adı verilirdi. Özellikle zengin iş adamlarından sağlanan destek de önemliydi. Uçak satın alıp, uçağı kuruma başlayan iş adamlarının da isimleri uçağa yazılırdı. Bu iş adamlarından en önemlilerden biri Nuri Demirağ'dır (Kline, 2011, 169).

Nuri Demirağ, Türk Hava Kurumu için toplanan bağış kampanyası karşısında "Ben bu uçakları yapmaya talibim" diyerek Türk havacılığı için yaptığı girişimlerin en büyük adımını atmıştır (Adiloğlu ve Yalçınkaya, 2015, 141). Beşiktaş'ta bir tayyare atölyesi kurmuş ve bugünkü Atatürk Havalimanı arazisinde de kendine ait bir uçuş okulu ve pist yaptırmıştır (Dervişoğlu, 2007). 1930'lu yıllarda Nuri Demirağ'ın çalışmaları Türk havacılığının gelişimine önemli katkılar sağlamıştır.

Türkiye'de uçak yapımı ile ilgili diğer önemli girişimler, TOMTAŞ, THK Etimesgut Uçak Fabrikası ve THK Gazi Uçak Motor Fabrikası diğer önemli havacılık faaliyetleridir (Bocutoğlu ve Dinçaslan, 1958).

1932 yılı sonlarında Türk Hava Postaları (THP) ve 1933 yılında Devlet Hava Yolları (DHY) kurularak, Türkiye'de bugünkü modern ticari havacılığın temelleri atılmış oldu (Kline, 2011, 1). 1935 yılında alınan bir genel kurul

kararıyla Türk Tayyare Cemiyeti'nin adı Türk Hava Kurumu olarak değiştirilmiştir ve aynı yıl Türkkuşu Sivil Havacılık Okulu açılmıştır (Uluköse, 2007, 19).

TÜRK HAVACILIĞINDA GİRİŞİMCİ HAVACI KADINLAR

Osmanlı havacılığı oldukça erken bir zamanda faaliyete geçmiş ve havacılığın her alanında önemli atılımlar olmuştur. 1912 senesinde pilot yetiştirilmesi kapsamında yurt dışına eğitim almak için subaylar gönderilmiştir. İlk pilotaj eğitimini alan pilotlar Yzb. Fesa ve Tğm. Yusuf Kenan Beyler olmuştur. (Yalçın, 2016, 197). Kadın pilotlar, söz konusu bile değildir.

Türk havacılığında kadın havacıların yer almaya başlaması 1930'lu yıllardan itibaren olmuştur denilebilir; ancak 1913 yılında havacılıkta kadının rolü ile ilgili çok önemli bir gelişme yaşanmıştır. Bir Türk kadını uçakla ilk kez uçmuş, havacılık açısından büyük ses getiren bir olay olmuştur.

Dönemin Müdafa-i Hukuk-i Nisvan Cemiyeti'nin (Kadın Haklarını Koruma Derneği) bir üyesi ve Kadınlar Dünyası dergisinin yazarlarından biri olan Belkıs Şevket Hanım, Müdafa-i Hukuk-i Nisvan Cemiyeti'nin kadınların tayyarecilikle ilgilenmelerini tartışmaya açması ile tayyareye binmeye talip olmuştur. Medeni cesaretini toplayarak, Türkiye topraklarındaki tüm kadınlar için büyük bir girişimde bulunan Belkıs Şevket Hanım "Kadınlık cesur olmalı, vatan-ı mukaddesimizi cesaret kurtarır. Kadınlık anca cesaretle tali eder" diyerek bindiği uçaktan hanımlara seslenmiş ve Fethi Bey'in kullandığı uçakla İstanbul üzerinde 15 dakika uçarak tarihe adını yazdıran uçuşunu gerçekleştirmiştir (Kline, 2009, 7). Belkıs Şevket Hanım 4 Ocak 1919 tarihinde Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Toplumsal Cinsiyet Dengesi Geliştirme Komisyonu (TCDGK) tarafından "Uçakla Uçan İlk Kadın" ünvanını almıştır.

Dünyada uçan ilk kadın Fransız Thérèse Peltier, 1908 yılında İtalya Milano'da yaklaşık 200 metrelik bir uçuş gerçekleştirecek yolcu olarak uçan ilk kadın olmuştur. (Kuyucak, 2009, 22). Bu bilgilere baktığımızda Belkıs Şevket Hanım dünyada uçan ilk kadından kısa bir süre sonra uçakla uçmuş ve havacılıkta büyük bir girişim gerçekleştirecek Türk kadınının dünyada adını duyurmuştur.

1930'ların başına gelindiğinde ilk Türk kadın pilotumuz göklerde yalnız uçuşunu gerçekleştirmiştir. Bedriye Tahir Gökmen, Vecihi Hürkuş'un deyişiyle "Bedriye Bacı" ilk Türk pilotlarından Vecihi Hürkuş'un sivil uçuş okulunda ilk kadın öğrencilerden biri olmuş ve eğitimini tamamlayarak ilk Türk Kadın Pilotu ünvanını almıştır (Kuyucak, 2009, 22). Pilot olmak için büyük uğraşlar veren ilk Türk kadın pilotumuz Bedriye Tahir Gökmen'in, 1933 yılında Havacılık ve Spor dergisinde kaleme alınan yazıda şu sözleri, Türk havacılığı için yaptığı girişimciliğin en büyük kanıtı olmuştur (www.tayyareci.com, 2019).

"Tayyarecilikte ülküm iyi bir tayyareci olmak, Türk kadınlığının bu sahada da diğer milletlerden geri kalmayacağını göstermek ve memleketimde tayyareciliğin ihyası için çalışmaktır."

İlk Türk kadın savaş pilotu Sabiha Gökçen'dir. Atatürk'ün manevi kızı olan Sabiha'ya, havacılıkla tanışmadığı bir dönemde Atatürk tarafından Gökçen soyadı verilir. Atatürk'ün Sabiha'yı havacı yapmak istediğini daha önceden belirlediği düşünülür (Dolapçı, 2017, 62). Nitekim 3 Mayıs 1935 yılında, Türkkuşu Sivil Havacılık Okulu'nun açılışında, paraşütle uçmayı ve planör kullanmayı isteyen Gökçen'in, bu tarihten itibaren havacılık eğitimi başlar (Balcı ve Karadeniz, 2018, 5).

Türkiye'nin ilk kadın savaş pilotu olan Sabiha Gökçen, 1937 yılındaki Hava Hârekatı keşif ve bombalama uçuşlarındaki başarısından dolayı, 28 Mayıs 1937 tarihinde düzenlenen törenle Türk Hava Kurumu Murassa Madalyasını'nı alan ilk kadın olmuştur (Dolapçı, 2017, 157).

Sabiha Gökçen, balkan ülkeleri arasındaki diyalogu güçlendirmek amacıyla Atatürk'ün vesilesiyle 1938 yılında Amerika'dan alınan Vultee savaş uçağıyla Balkan Turu'na çıkar. İzmir'de Gökçen'in yalnız uçmadığı söylentileri çıkmıştır ve bunun üzerine Balkan Turu Gökçen tarafından tek başına gerçekleştirilir. 16 Haziran 1938 tarihinde yolculuğuna başlayan Sabiha Gökçen geri döndüğü 22 Haziran 1938 tarihine kadar sırasıyla Yunanistan, Sofya, Yugoslavya, Romanya'ya gider. Böylece Hava Kuvvetlerinin gücü ve yeni Türkiye'nin modern kadın imajı Sabiha Gökçen tarafından tüm dünyaya gösterilmiş olur (Danacı, 2017, 59-60).

Sabiha Gökçen daha sonra Türkkuşu'nda uçuş öğretmenliği yapmış, Başöğretmen olmuştur. Türkiye'nin ilk akrobasi kadın pilotu Edibe subaşı, paraşütle atlayan ilk Türk kadın pilotu Yıldız Uçman yetiştiği dört kadın pilottan ikisidir. Diğer iki kadın Sahavet Karapas ve Nezihe Viranyalı'dır. (Kuyucak, 2009, 21).

Sabiha Gökçen, 1953 ve 1959'da davetli olarak Amerika'ya gitmiş ve kendisi için düzenlenen turlara Türkkuşu üniformasıyla çıkmıştır. Bu gezilere Atatürk'ü Türkiye'yi ve Türk kadınına tüm dünyaya tanıtmak amacıyla katıldığını ifade etmiştir. Hayatı boyunca 22 değişik uçakla uçan Sabiha Gökçen, son uçuşunu 1996 yılında Fransız pilot Daniel Acton eşliğinde 83 yaşındayken yapmıştır. Aynı yıl ABD'de düzenlenen bir törende "Dünya Tarihine Adını Yazdıran Yirmi Havacıdan Biri" seçilmiştir (Dolapçı, 2017, 206).

Türkiye'nin ilk başhostesi Muzaffer Yay'dır. 1937 yılında Türk Hava Kurumu'nda planör çalışmalarına katılan, paraşütle atlayan ve Türkkuşu'nda öğretmen olan Muzaffer Yay, okuldaki öğretmeni pilot Hikmet Yay ile evlendi. Türk Hava Yolları'nda başhostes olarak çalışmaya başlamasıyla Türk havacılığı için katkıda bulunmuş, genç hosteslere eğitim vermiş, haftalık uçuş programlarının düzenlenmesinde çalışmıştır. Ayrıca Muzaffer ve Hikmet Yay, Türk havacılığının ilk havacı çifti olarak tarihe geçmişler. Türkiye'de havacılığın gelişimi için uğraşan çift, yurt içinde uçakla gösteri uçuşları yaparak, gençlere havacılığı sevdirmeye çalışmışlardır.

Türkiye'nin ilk kadın hava kamarotu ve hostesi Adile Tuğrul'dur. 1946 yılında DC-3 uçaklarında "Havacı Kadın Kamarotı" adı altında dört hostes göreve başlamıştır. Adile Tuğrul, Mualla Bayülken, Münevver Erdoğan ve Nermin Şen (THY, 1983). Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Toplumsal Cinsiyet Dengesi Geliştirme Komisyonu (TCDGK) tarafından "İlk Hava Kamarotu & Hostesi" ünvanını almıştır.

Türkiye'nin İlk Kadın Hava Trafik Kontrolörü Nazmiye Göyük'tür. 10 Kasım 1956 yılında adıyla hava trafik teknisyeni olarak Esenboğa Havalimanı Kule-Yaklaşma-Saha Kontrol Merkezi'nde çalışmaya başlamıştır. Nazmiye Göyük'ün Türk havacılığına katkıları açısından yaptığı çalışmalar şu şekildedir (Kuyucak, 2009, 23):

- Vekâleten EUROCONTROL Müdürü
- Devlet Hava Meydanları İşletmesi'nde Hava Trafik Kontrol Kursu Öğretmeni
- Anadolu Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksekokulu Hava Trafik Kontrol Bölümü'nde Öğretim Görevlisi

Sabiha Gökçen tarafından yetiştirilen dört kadın pilottan biri olan Edibe Subaşı Kutucuoğlu, Türkiye'nin ilk kadın pilotlarından olmakla beraber, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Toplumsal Cinsiyet Dengesi Geliştirme Komisyonu (TCDGK) tarafından "İlk Akrobasi Pilotu" ünvanını alan Türk kadın pilotudur. Uçuş yaptığı 1936 – 1957 yılları arasında Türkiye'nin dört bir yanında sivil havacılığın tanıtımı için planörcülük, paraşütcülük ve motorlu uçuş eğitimleri vermiş ve Amerika, Hollanda, Almanya, Yunanistan gibi pek çok ülkede de akrobasi gösterileri yaparak Türk havacılığına gelişimine büyük katkı sağlamıştır (Kuyucak, 2009, 22).

İlk planör uçuşunu Sabiha Gökçen ile yapan ve 1937 yılında ilk tek başına planör uçuşunu gerçekleştiren ve havacılık tarihine adını yazdıran Naciye Toros, Türkiye'nin ilk kadın planör pilotu oldu. Türk Hava Kurumu tarafından Türk Kuşu'nda öğretmenlik yapması teklif edildiğinde, Türk havacılığı için büyük bir girişimde bulundu. Türk Kuşu'nda öğretmenlik yaparak, havacı olmak isteyen gençleri yetiştirdi. (www.serenti.org).

Çocukluğundan beri havacılığa meraklı olan Yıldız Uçman, 1935 yılında paraşütle atlayan Türk kadın pilotur (Kuyucak, 2009, 22). Türk Hava Kurumu'na bağlı olarak Türk Kuşu'nda havacılık eğitimine başlamış ve bir Rus uzman tarafından paraşütle atlama önerisini hevesle kabul etmiştir. 1935 yılında Sovyet yapısı iki kişilik R-5 bombardıman uçağından paraşütle atlamıştır. Türkiye'nin ilk paraşütcüsü Abdurrahman "Sen ne talihli bir insansın! Türkiye'nin paraşütle atlayan ilk kızı sen oldun!" diyerek Yıldız Uçman'ı kutlamıştır. Yıldız Uçman, Sabiha Gökçen tarafından yetiştirilen dört kadın pilottan biridir (Kuyucak, 2009, 23).

Türkiye'nin ilk Türk kadın jet pilotu Leman Bozkurt Altınkeçiç, Türk havacılığının dünyadaki sesi oldu (Uluköse, 2007, 119). NATO'nun İlk Kadın Jet Pilotu olarak Türk havacılığına büyük katkılar yaptı. Lise bitirir bitirmez Türkkuşu'nda planör eğitimi alan, Türkkuşu Motorlu Okulu'na öğretmen adayı olarak katılan Leman Bozkurt, 1954 yılında Silahlı Kuvvetler'e kadınların da alınmasıyla ilgili karar çıkınca 1955 yılında Silahlı Kuvvetler'e katılarak İzmir Hava Harp Okulu'nda eğitime başladı. Pervaneli uçaklarla eğitimini tamamlayarak 30 Ağustos 1957'de mezun oldu. Daha hızlı ve daha yüksekte uçmak arzusuyla jet pilotu eğitimi almak istedi ve Türk havacılığı için büyük bir girişimde bulundu. Ağustos 1958'de Eskişehir'deki jet eğitim filosuna katıldı ve çok kısa sürede, Kasım 1958'de jet pilotu brövesini taktı. Dokuz yıl süreyle F-84 ve T-33 jet uçaklarında uçtu (Güzel ve diğerleri, 2012, 43).

Leman Altınkeçiç'le birlikte Türkiye'nin ilk jet pilotlarından olan Şenay Günay (Danacı, 2017, 336), İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nde okurken, Hava Harp Okulu'na kız öğrenci alınmasına dair çıkan yasadan yararlanarak 1956 yılında Hava Harp Okulu'na girer. Aldığı iki yıllık eğitim sonrasında Asteğmen olarak mezun olur ve İzmir-Gazimihir'deki Uçuş Okulu'na, sonrasında da Eskişehir Jet Filo Komutanlığı'nda eğitimine devam eder. Eskişehir'de jet brövesi alarak jet pilotu olur. F-86 ve C-47'lerde uçan Şenay Günay Hava Kuvvetleri'nde 23 yıl görev yaparak Türk havacılığının gelişiminde, özellikle askeri alanda yaptığı çalışmalarla katkı sağlamıştır. Şenay Günay Hava Kuvvetleri'nden Albay rütbesinde emekli olmuştur (Kuyucak, 2009, 23).

Dilhan Ezer Eryurt (1926), Ankara Üniversitesi Fen Fakültesi Yüksek Matematik ve Astronomi Bölümünü bitirmiştir. Yüksek lisansını ABD'de yaptıktan sonra 1953'te Ankara Üniversitesi Astrofizik Anabilim Dalı'nda doktorasını ve ardından doçentlik çalışmalarını tamamladı. 1960'lı yıllarda, Güneş'in tarihini araştırmak üzere Amerikan Uzay ve Havacılık Dairesi'nde çalışmalarını yapmıştır. 1969 yılında, Ay'a ilk iniş için yaptığı başarılı katkılar nedeniyle "NASA Apollo Başarı Ödülü"nü almış, 1969-1973 yılları arasında ABD Goddard Uzay Araştırma Enstitüsünde araştırmacı olarak çalışmalarda bulunmuştur. Bu sırada Enstitüde çalışan tek kadın astronom olmuştur. 1973 yılında tekrar döndüğü ODTÜ'de Astrofizik Anabilim Dalını kurmuştur (MEB, 2013, 5). Dilhan Ezer Eryurt, dünyada havacılık alanında yaptığı çalışmalarla Türk havacılığı'na katkı sağlamıştır.

Emel Arman 1990'lı yıllarda pilot olmak istediğinde, pilotluk hala kadınlar için kabul edilmiş bir meslek değildi. Ailesi başta olmak üzere çok kişinin tepkisiyle karşılaşan Emel Arman, İnsanların yapamazsın demesine rağmen, tüm önyargıları yenerek pilot olmuştur. 1995 yılında Türk Hava Yolları markası adı altında Türkiye'nin bayrak taşıyıcısı olan kurumda ilk kadın pilot olan Emel Arman, çevresindeki olumsuz eleştirilere rağmen Türk havacılığı için büyük bir girişimde bulunmuştur. 1997 yılında Atlas Okyanusu'nu geçerek ABD'nin New York kentine gitmiş ve Türk Hava Yolları'nın okyanusu aşan ilk kadın pilotu olmayı başarmıştır. Türk Hava Yolları'nın tek kadın uçuş öğretmeni kaptan pilotu olan Emel Arman, "Airbus 330 öğretmeniyim, bundan sonra tecrübemi mümkün olduğu kadar aktarmak ve kalıcı bir şeyler bırakmak istiyorum" diyerek Türk havacılığında girişimlerine devam etmektedir. Kendisi aynı zamanda Yeni Zelanda, Avustralya, Singapur, Güney Afrika, ABD gibi ülkelere uçuş yapan ilk Türk kadın pilotur (Empathy, 2018, 69 – 71).

1993 yılında Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksek Okulu Pilotaj Bölümü'nden mezun olarak ticari havayollarındaki ilk Türk kadın ticari pilotu Alev Kılıçkeser Hottin'dir. Böylece sivil bir okuldaki ilk olarak bir bayan pilot mezun olmuştur. İlk kadın havayolu kaptanımız ise, 1990 yılında Türk Hava Kurumu'nda pilotluk eğitimi alan ve 30 Mayıs 2003 tarihinde kaptan pilot olan Dilek Karabağlı'dır (Kuyucak, 2009, 23).

Türkiye'de ilk Türk kadın Akrotim Pilotu Esra Özatay; dünyanın en büyük yolcu uçağı Airbus 380'i uçuran ilk Türk kadın pilot Safiye Ademoğlu Türkyılmaz, ilk Türk kadın F-16 pilotu Berna Şen Özmen de Türk havacılığına katkıda bulunan önemli kadın havacılarımızdır. Esra Özatay 2014 yılında çağrı adı "Türk Yıldızları" olan 134'üncü Akrotim Filo Komutanlığı'na timin ilk kadın üyesi olarak katılmış; 2016'da Türk Yıldızları'na filo komutanı olarak atanarak Türk Hava Kuvvetleri'nin ilk kadın filo komutanıdır (Danacı, 2017, 336-340).

4 Ocak 2019 tarihinde Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Toplumsal Cinsiyet Dengesi Geliştirme Komisyonu (TCDGK) tarafından Türk sivil havacılığında öncü olmuş kadınlara "İlk Havacı Kadın Sicilleri" ilan edilmiştir. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü bünyesinde, 18.04.2018 tarihinde resmi olarak Toplumsal Cinsiyet Dengesi Geliştirme Talimatı yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Toplumsal Cinsiyet Dengesi Geliştirme Talimatı – 12. Maddesi gereği de "İlk Havacı Kadın Sicil Düzenlemeleri" başlığı altında ilk kez "İlk Havacı Kadın Sicil İlanları" yayımlanmıştır (www.shgm.gov.tr, 2019).

Sonuç

Türkiye'de havacılık girişimciliği olarak, ticari havacılık faaliyete geçmeden önce, var olan kaynakları ve fırsatları değerlendirerek, yeni değerler geliştirerek ve risk alarak girişimlerde bulunulmuştur. 1925 yılında Türk Hava Cemiyeti'nin ve 1935 yılında Türkkuşu'nun açılışıyla Türk havacılığında girişimcilik faaliyetleri hız kazanmıştır. Özellikle Türkkuşu'nun açılışıyla havacılıkta yer almaya başlayan kadınlar, Türk havacılığında havacılık faaliyetlerinde bulunmuşlardır.

Bu çalışmada tarihsel bir inceleme yapılarak, adını Türk tarihine yazdıran kadın havacıların girişimcilik faaliyetleri ortaya konulmuş ve girişimciliğe farklı bir açıdan bakılmaya çalışılmıştır. Türkiye'nin ilk kadın pilotu Bedriye Tahir Gökmen'den ilk Türk Kadın Savaş Pilotu Sabiha Gökçen'e, uluslararası alanlarda faaliyetlerini sürdüren Türk kadın jet pilotu ve NATO'nun ilk kadın jet pilotu Leman Bozkurt Altınçekiç'ten NASA'da görev alan ilk Türk bilim kadını Dilhan Ezer Eryurt'a kadar Türk havacılığına katkı sağlayan havacı kadınlar incelenmiştir.

Türkiye'nin girişimci havacı kadınları, girişimciliğin fırsatları değerlendirme, risk alma, yenilikçi, motivasyon faktörlerine bağlı olarak yaptıkları tüm havacılık faaliyetleri ile Türk havacılığının gelişimine katkı sağlamışlardır. Bununla birlikte literatürü incelediğimizde, girişimcilik tanımlarından ve Türk havacı kadınların havacılık faaliyetlerinden yola çıkarak, girişimciliğin sadece ticari bir faaliyet olmadığı vurgulanmaya çalışılmıştır. Girişimciliğin ise çevresinde girişimcilik faaliyetine dönüşebilecek her fırsatı değerlendirme motivasyonuna sahip yenilikçi ve yaratıcı yapısına ışık tutulmuştur. Çalışmanın, girişimciliğin yeni tanımlanmış şekli ile özellikle kadın girişimciliğin daha çok öne çıkması yönünde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Adiloğlu Leyla ve Yalçınkaya Akansel "Nuri Demirağ'ın Girişimci Olarak Ortaya Çıkışı, Yükselişi ve Düşüşü: Makro-kurumsal ve Tarihsel Yaklaşım Bağlamında Bir İnceleme" 23. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Muğla, Mayıs 2015.

Apak Sudi, Taşçıyan H.Kamer, Aksoy Muzaffer "Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri" İstanbul, 2010.

Balcı Meral ve Karadeniz Yeşim "Cumhuriyet Modernleşmesinin Genç Kadın Pilotu: Sabiha Gökçen" Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi 2-1, İstanbul, 2018.

Bocutoğlu Ersan ve Dinçaslan Mehmet "1925 – 1950 Döneminde Türk Havacılık Endüstrisi ve İkinci Dünya Savaşı Konjktürünün Türk Havacılık Endüstrilerine Etkileri" Sosyal Bilimler Dergisi, Trabzon, 2018.

Bozgeyik Abdullah, "Girişimcilere Yol Haritası", Hayat Yayınları, İstanbul, 2005.

Çetindamar Dilek, "Türkiye'de Girişimcilik", TÜSİAD Yayını. TÜSİAD-T, 12/340, İstanbul, 2002.

Çetinkaya Bozkurt Özlem, Kalkan Adnan, Koyuncu Osman ve Alparslan Ali Murat "Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi; Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi SBE Dergisi, Isparta, Sayı:15, 1/2012.

Danacı Fatih "Türk Yıldızları, Bir Yıldızın Doğuşu" Bilgi Yayınevi, 2.Basım, Ankara, Eylül 2017.

Dolapçı Ercan "Göklerin Kızı Sabiha Gökçen" Kategori Yayıncılık No:6, ISBN: 978-605-82782-5-7, Birinci Basım, İstanbul, 2017.

"Empathy" Türk Hava Yolları Kurum İçi İletişim Dergisi, Sayı: 103, Kasım 2018.

Güzel Kağan, Yıldız Tolunay ve Akhan Şirin "Türkiye ve NATO'nun İlk Bayan Jet Pilotu Leman Bozkurt Altınçekiç" Bağcılar Anadolu Teknik Lisesi Havacılık Dergisi, Sayı 6, İstanbul, 2012.

Karasioğlu Fehmi ve Duman Haluk, "Gelişmekte Olan Ülkelerde Girişimcilik Kültürü ve Risk Sermayesi Üzerine Bir İnceleme", Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Dizi: 11, No: 86, Bışkek, Mayıs 2006.

- Kline Stuart **“Türkiye’de Ticari Havacılık Tarihi”** Bilnet Matbaacılık ve Reklamcılık A.Ş. ISBN: 978-605-60460-1-8, İstanbul, 2009.
- Kline Stuart **“Türk Havacılık Kronolojisi”** Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul, 2013.
- Kuyucak Ferhan **“Türk Havacılığı’nda Kadın”** Anadolu Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir, 2009.
- Milli Eğitim Bakanlığı **“Benim Madam Curie’m”** Uçan Süpürge Kadın İletişim ve Araştırma Derneği Yayını, Ankara, 2014.
- Naymansoy Günseli **“Türk Bilim Kadınları ve Bilime Katkıları”** Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1):203-232 ISSN: 1303-0094, Gaziantep, 2010.
- Özkul Gökhan, **“Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya -Burdur- Isparta İllerinde (İBBS Düzey 2 TR61 Bölgesinde) İmalat Sanayi KOBİ’lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme”**, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi SBE, Isparta, 2018.
- Ürper Yılmaz, Tosunoğlu Tuğberk, Kağnoğlu Hakan, Başar Mehmet, Demirci Emre, Saülam Necdet **“Girişimci ve İş Kurma”**, AÖF Yayını, Eskişehir, 2012.
- Yalçın Osman **“Havacılık, Hava Gücünün Doğuşu ve Birinci Dünya Savaşına Etkisi”** Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi Sayı: 59, Güz 2016.

İnternet Kaynakları

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü – www.shgm.gov.tr
www.tayyareci.com
www.serenti.org

TÜRKİYE’DEKİ SURİYELİ GÖÇMEN KADINLARIN SORUNLARI PROBLEMS OF IMMIGRANT SYRIAN WOMEN IN TURKEY

Dilşad TÜRK MENOĞLU KÖŞE
Sakarya Üniversitesi
dturkmenoglu@sakarya.edu.tr

Asena BOZTAŞ
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
aboztas@subu.edu.tr

Özet

Ortadoğu’nun bir parçası niteliğinde olan savaş ortamını yaşamış ve sonrasında da göçmen statüsü ile bir ülkede sığınmacı olarak yaşam süren Suriyeli kadınlar, yaşadıkları tüm zorluklara rağmen sadece kendilerinden değil ailenin tümünden sorumludurlar. Dolayısıyla onların günlük ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar. Var olan yaşamsal sıkıntının yanı sıra eşlerinin ve kendi toplumsal yapılarının dikte ettiği kurallar ile Türkiye’deki toplumsal yaşamın kuralları arasında sıkışıp kalmışlardır. Bir tarafta kendi toplumsal kuralları diğer yanda yaşamakta oldukları ülkedeki toplumsal kurallar Suriyeli kadınların yaşamlarını zorlaştıran en önemli etkenler arasında yer almaktadır. Çalışmada Türkiye’de yaşam süren Suriyeli kadınların sorunlarına, öncelikle genel perspektiften daha sonra da Sakarya özelinde yer verilecektir. Bu süreçte elde edilen bilgilerin objektif ve doğru olabilmesi için KADEM’den, akademik makalelerden, İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Müdürlüğü’nden elde edilen veriler analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: *Suriyeli Kadınlar, Göçmen, Toplum, Sorunlar, Savaş.*

Abstract

The Syrian women, who lived as a part of the Middle East and who lived as refugees in a country with their immigrant status, were responsible not only for themselves but also for the whole family. Therefore, they have to meet their daily needs. There is vital distress as well as their wives and are caught between the rules of social life in Turkey by the rules dictated by their social structure. On the one hand, their own social rules and the social rules in the country in which they live are among the most important factors that make the lives of Syrian women difficult. In the study of life in Turkey Syrians to women's issues, primarily from a general perspective will be given later in Sakarya special. In order to ensure that the information obtained in this process is objective and correct, the data obtained from the Department of Migration Management of the Ministry of Interior will be analyzed.

Keywords: *Syrian women, immigrant, society, problems, war*

1. Göçlerde Kadın Unsuru

Castles ve Miller (2014)’e göre göçler “kadınlaşmaktadır”(Castles, Haas and Miller, 2014: 179-180). Bunun en temel nedeni Birleşmiş Milletler raporlarına göre dünyadaki göçlerin yaklaşık %80’nini oluşturan ve bu göçlerin temelinde olan kadınların giderek bağımsızlaşması ve sayılarının artış göstermesidir (United Nations, 2017). Dolayısıyla kadın unsuru göçlere damgasını vurmaktadır.

Çatışma ortamındaki kadınları göçe iten başlıca etkenler mevcuttur. Bunları kısaca incelediğimizde 4 faktörün ön plana çıktığı ifade edilebilir (AFAD, 2014; Barın, 2015: 41-47):

-*Cinsel şiddet:* Kendi ülkelerinde çatışma ve kaos ortamında cinsel şiddet yaşayan kadınlar, kendilerini ve ailelerini korumak ve daha güvenli bir yerde yaşam sürebilmek için göç etmeyi tercih etmektedirler.

-*Ekonomik eşitsizlikler:* Kendi ülkesinde ekonomik sıkıntılar yaşayan ve güvenlikle birlikte sosyal refah ortamının olmayışı kadınları yine göçe iten etkenlerden biridir.

-*İnsan hakları ihlalleri:* Başta yaşama hakkı olmak üzere, kendi ülkesinde önemli insan hakları ihlallerinin yaşanması kadınların göç etmesinin temel nedenlerindendir.

-*Ailesini koruma sorumluluğu:* Kadının toplumsal rolleri oldukça fazladır. Dolayısıyla savaş, barış, kaos ortamları farketmeksizin o rolleri üstlenirler. Bunlardan en önemlisi de anne ve eş olmaktır. Bu nedenle ailesini korumak kadının en temel vazifesidir ve göçe iten en önemli faktördür.

Kendi ülkesinden sığındıkları ülkeye göç eden kadınların sorunları göç sonrası sona ermemektedir. Aksine yeni sorunlarla mücadele etmek zorunda kalan yine kadınlar olmaktadır. Göç ettikten sonra göçmen kadınların yaşadıkları sorunları kısaca ele aldığımızda Türkiye’deki Suriyeli kadınların sorunlarına da pencere açılmış olacaktır.

-*Sosyal izolasyon:* Adapte olmak zorunda oldukları toplumdan dışlanma endişesi, önyargılara maruz kalmaları zaten yaşadıkları kaos ortamının psikolojisi ile mücadele etmeye çalışan kadınların sosyal ilişkilerden izole olmalarına neden olmaktadır.

-*Yalnızlık*: Sosyal izolasyon yaşayan göçmen kadınların içinde bulundukları psikolojik travma ile toplum içinde giderek yalnızlaştığını söylemek mümkündür.

-*Dil ve iletişim*: Sığındıkları ülkenin dilini bilmeyen göçmen kadınlar günlük işlerinde, sağlık sorunlarında veya acil durumlarda büyük sorunlar yaşayabilmektedir. Örneğin hastaneye çocuğunu götürdüğünde iletişim sorunu yaşamaktadır.

-*Kültürel farklılıklara adaptasyon sorunu*: Sadece dil ve iletişim değil, aynı zamanda sığındıkları ülkenin kültürel yapısına da uzak olmaları nedeniyle sorunlar yaşayan göçmen kadınlar, vatandaşlardan tepki görebilmektedir.

-*Eğitim*: Göçmen kadınların en temel sorunu niteliğindedir. Uluslararası sistemde göç eden kadınların geneline bakıldığında eğitim düzeyi oldukça düşüktür. Bu nedenle yaşadıkları sorunları minimize etme imkanları son derece zordur. Kadının eğitimi, bir toplumu geliştirecek en önemli faktördür. Çünkü uluslararası toplumun yarısı kadındır ve diğer yarısını da onlar yetiştirir.

-*Sağlık ve Psiko-Sosyal Durumlar*: İlk hamlede kamplarda ve sonrasında ekonomik yoksunluk nedeniyle sağlık sorunları yaşamış olan göçmen kadınlar, yaşadıkları travmadan kurtulabilmek için sığındıkları ülke tarafından destek almalıdır. Aksi takdirde sosyal izolasyon ve yalnızlık yaşayabilecekleri sorunlar arasında olabilecektir. Kadın güçlü olmalıdır, göçmen kadınlar ise çok daha fazla güçlü olmalıdır.

-*Barınma ve Beslenme*: İlk hamlede kamplarda ve sonrasında ekonomik yoksunluk nedeniyle barınma ve beslenme konusunda sığındıkları ülkelerde sorunlar yaşamaktadırlar.

-*Ekonomik Eşitsizlik ve istihdam*: Kadın, uluslararası toplumda kendine yer bulmaya çalışırken nitelikli eğitim almamış ve çok fazla sorunla mücadele etmek zorunda kalan göçmen kadınlar, göç ettikleri ülkede yine erkeklere göre işe girme ve aynı işi yapsalar da aynı ücreti almada sorun yaşamaktadırlar.

-*İstismar*: Göçmen kadınların ekonomik, toplumsal psikolojik, güvenlik ve barınma gibi sorunlarına ek cinsel istismar sorunu kaçırdıkları kendi ülkelerinde olduğu gibi devam edebilmekte ve yaşadıkları sorunları çığlaştırıcı bir unsur olmaktadır. “Dul kadın, ne de olsa yabancı fark etmez” gibi zihniyetlerle toplumun eğitimsiz bazı kesimleri, göçmen kadınları rahatsız etmektedir. Bu rahatsızlık seviyesi farklı olabilmektedir.

Göçmen kadınların uluslararası nitelikteki sorunlarını Türkiye’deki Suriyeli göçmen kadınlar perspektifinden değerlendirdiğimizde tablonun çok da farklı olmadığı gözlemlenmektedir.

2. Türkiye’deki Suriyeli Göçmen Kadınların Sorunları

2011 yılı Mart ayında Suriye’de başlayan çatışmalar ve rejim karşıtlarıyla hükümet güçlerinin savaşı, günümüze kadar süregelen ve Türkiye’nin siyasi, sosyal ve ekonomik her alanda yeni politikalar oluşumuna neden olmuştur. Bunun en temel nedeni Türkiye’ye göç eden Suriyeli göçmenlerdir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde ilk hamlede;

--Türkiye’ye 1,8 milyon

--Lübnan’a 1,2 milyon

--Ürdün’e 630 bin

--Irak’a 250 bin

--Mısır’a 140 bin mültecinin göç ettiği bilinmektedir (UNHCR, 2019; Kaya ve Eren, 2015: 9-10).

Tarihsel veriler ışığında incelendiğinde 2016 yılında Suriyeli göçmenlerden 2.747.946’sı koruma altında ve 272.812’si geçici koruma altında olmak üzere toplam 3.020.758 kadın Suriyeli göçmenin Türkiye’de yaşamakta olduğu ifade edilebilir. 7 Şubat 2019 tarihli İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü’nün verilerine göre ise, 1.667.192 Suriyeli kadın Türkiye’de yaşamaktadır. Aşağıdaki tabloyu basitçe analiz edersek Suriyeli erkek göçmenlerin sayılarına oldukça yakın ve 19-24 yaş arasındaki genç kadın Suriyeli göçmenlerin sayılarının oldukça yoğun olduğu görülmektedir (İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2019).

YAŞ	ERKEK	KADIN	TOPLAM
TOPLAM	1.977.150	1.667.192	3.644.342
0-4	252.618	235.764	488.382
5-9	260.887	245.186	506.073
10-14	202.904	188.072	390.976
15-18	149.356	123.695	273.051
19-24	321.032	229.901	550.933
25-29	209.538	148.373	357.911
30-34	173.594	126.713	300.307
35-39	123.113	96.492	219.605
40-44	81.370	71.406	152.776
45-49	60.291	57.298	117.589
50-54	48.949	46.521	95.970
55-59	34.135	34.267	68.402
60-64	24.006	24.505	48.511
65-74	24.990	26.039	51.029
75+	10.367	12.960	23.327

Tablo 1: Türkiye'deki Suriyeli Göçmen Sayıları (7 Şubat 2019) (İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü)

Suriyeli Göçmen kadınların meslekleri göz önünde bulundurulduğunda büyük bir kısmının nitelikli iş gücü oluşturmadığı ve ev hanımı statüsünde olduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla uluslararası göçmen kadınların sorunlarının başında yer alan eğitim problemi Türkiye'deki Suriyeli göçmen kadınlar için de geçerliliğini korumaktadır (AFAD, 2014).

Birleşmiş Milletlerin Suriyeli göçmenler ve göçmen kadınlar için vurgulamış olduğu yaşam şartlarının iyileştirilmesine yönelik önlemler Türkiye'de gereğince yapılmaktadır. Özellikle vurgulanan ise bu kadınların dil ve iletişim desteği alması ile istihdam edilebilmeleri yönündedir. Bununla birlikte Suriyeli göçmenler, ekonomik eşitsizlik sorunları, sağlık ve psikolojik sorunlar da yaşamaktadır (AFAD, 2014).

Fakat bu süreçlerin aşılabilmesi için Türkiye'de Suriyeli kadınlara dil, kültürel uyum, ekonomik ve toplumsal katkının yanı sıra büyük destek verildiğinin bir diğer kanıtı, sadece belediyeler ve devlet eliyle değil, Suriyeli Kadınlar Derneği'nin Türkiye'de de açılmasına izin vermesi şeklindedir.

Suriyeli kadınların sorunlarını gerek STK'lar gerek akademik camia gerekse de devlet kulak vermekte ve çözüm arayışlarına yönelmektedirler. Bu bağlamda Türkiye'de hayat şartlarını kolaylaştırmaları için göçmen kadınlara;

- eğitimlerin artması,
- dil hizmetlerinin etkin ve verimli bir şekilde verilmesi,
- bunlar için danışmanlık ve bilinçlendirme merkezleri, bağlantı noktaları kurulması
- toplumun önyargılarını kırmak için toplumsal eğitimlere de önem verilme ve toplumsal algıları olumlu yöne yöneltme şeklinde vermiş olduğu destekleri arttırmaktadır.

Kadın, toplumlara yön veren en önemli unsurdur. Bu unsuru toplum bekası ve insanlık faydası için desteklemek en doğru seçenektir. Aksi takdirde Türkiye'deki Suriyeli göçmenler, Türk toplumunda kanayan bir yara olmaya devam edecektir. Eğitimli Suriyeli göçmen kadınlar ise bu yaranın en hızlı tedavi edici merhemi niteliğindedir.

Sakarya'da ise durum çok farklı değildir. Sorunlar aynı olmakla birlikte Sakarya'nın son dönemde Suriyeli kadınlarla ilgili ön plana çıkmasında "kadına şiddet" faktörü etkili olmuştur. Sakarya'nın Kaynarca İlçesi'nde, 20 yaşındaki 9 aylık hamile Emanî Al Rahmun 11 aylık oğlu Halaf Al Rahmun ile birlikte evinden kaçırıldıktan sonra tecavüze uğraması ve oğlu ile birlikte kafası taşla ezilerek vahşice katledilmesi (Ayaz, Güvener ve Çelik, 2018) Suriyeli kadınlar konusunda Sakarya'da da hem topluma hem de Suriyeli kadınlara yönelik eğitim ve rehabilitasyonun gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

İlginç olan bir diğer nokta ise, Emanî Al Rahmun'un eşine kızan kişilerin şiddetinin eşine ve çocuklarına yönelmiş olmasıdır. Bu durumda toplumun yarısını oluşturan ve diğer yarısını da yetiştiren, eğiten kadının eğitimi daha da önem kazanmaktadır. Evlatlarını iyi yetiştiren bilinçli, özgüveni yüksek ve vizyon sahibi

kadınlar toplumun temel yapı taşlarıdır. Özelde Sakarya genelinde tüm Türkiye için öncelikli konu mülteci ya da vatandaş farketmeksizin “kadın eğitimi”nin nitel olarak artırılması ve geliştirilmesi en öncelikli konudur.

Sonuç

2011 yılında Suriye’de gerçekleşen iç savaş ve çatışma ortamından kaçan kadınlar, Türkiye başta olmak üzere birçok ülkeye göç etmek zorunda kalmışlardır. Türkiye’deki Suriyeli göçmen kadınların sayısının gün geçtikçe artmasıyla bu kadınların sorunlarının görünürlüğü de artmıştır.

Uluslararası platformlarda da göçlerde kadın faktörünün gün geçtikçe daha fazla dile getirilen bir konu olmasıyla birlikte Türkiye’deki Suriyeli göçmen kadınlar ve yaşadıkları sorunlar birçok çalışmaya konu olmuştur. Bununla birlikte göçmen kadınların göç öncesi ve sonrası yaşamış ve yaşamakta oldukları sorunların genel ve Suriyeli göçmen kadınlar özelinde incelendiği çalışmada, Türkiye genel istatistiki verileriyle birlikte Sakarya özelinde yaşadıkları sorunlara yer verilmiştir.

Suriyeli kadınların yaşamış olduğu dil ve iletişim, eğitim, sağlık, barınma, beslenme, ekonomik eşitsizlikler, istismar, istihdam, psiko-sosyal, kültürel farklılıklara adaptasyon sorunları, uluslararası göçlerde diğer mülteci kadınların sorunlarıyla örtüşmektedir. Türkiye’deki Suriyeli kadınları avantajlı kılan ise Türkiye’nin devlet olarak yanlarında durarak sorunlarına yönelik politikalar oluşturmaları ve Suriyeli göçmen kadınları desteklemesidir.

Bu bağlamda Türkiye’de hayat şartlarını kolaylaştırmaları için göçmen kadınlara; eğitimlerin artması, dil hizmetlerinin etkin ve verimli bir şekilde verilmesi, bunlar için danışmanlık ve bilinçlendirme merkezleri, bağlantı noktaları kurulması, toplumun önyargılarını kırmak için toplumsal eğitime de önem verilme ve toplumsal algıları olumlu yöne yöneltme şeklinde vermiş olduğu destekleri arttırmaktadır.

Kaynakça

AFAD (2014), “Türkiye’deki Suriyeli Kadınlar 2014”, https://www.afad.gov.tr/upload/Node/17934/xfiles/turkiye_deki-suriyeli-kadinlar_-2014_2_.pdf, Erişim Tarihi: 22.01.2019

AYAZ, Ergün, Aziz Güvener ve Azim Çelik (2018), “9 aylık hamile kadını ve bebeğini vahşice öldürdüler... Savcı kararını açıkladı”, *Hürriyet*, 15.01.2018, <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/9-aylik-hamile-kadini-ve-bebegini-vahsice-oldurduler-iste-istenen-ceza-40710382>, Erişim Tarihi: 17.01.2019

BARIN, Hilal (2015), “Türkiye’deki Suriyeli Kadınların Toplumsal Bağlamda Yaşadıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, *Göç Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2, Temmuz-Aralık 2015, ss. 10-56

CASTLES Stephen, Hein de Haas and Mark J. Miller (2014), **The Age of Migration International Population Movements in the Modern World**, Palgrave Macmillan, New York

İÇİŞLERİ BAKANLIĞI GÖÇ İDARESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (2019), İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2019, “Suriyeli Göçmenlerin cinsiyet dağılımı”, http://www.goc.gov.tr/icerik3/gecici-koruma_363_378_4713, Erişim Tarihi: 10.01.2019

KAYA, İbrahim ve Esra Yılmaz Eren (2015), **Türkiye’deki Suriyelilerin Hukuki Durumu: Arada Kalanların Hakları ve Yükümlülükleri**, SETA, İstanbul

UNHCR (2019), “Syria Regional Refugee Response”, <https://data2.unhcr.org/en/situations/syria/location/113>, Erişim Tarihi: 11.02.2019

UNITED NATIONS (2017), “International Migration Report 2017”, New York, http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf, Erişim Tarihi: 22.01.2019

WEB SİTELERİNİN DİYALOGİK İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: TÜRKİYE'DEKİ ONLINE İSTİHDAM SİTELERİ ÖRNEĞİ

Gül TAŞTEKİN ÜSTÜNEL

Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Elvan OKUTAN

Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi

ÖZET

Web sitelerinin etkileşimini değerlendirmek amacıyla Taylor ve Kent'in geliştirmiş olduğu diyalogik iletişim yaklaşımı elektronik insan kaynakları web siteleri özelinde değerlendirilmiştir. Ele alınan web sitelerinde diyalogik iletişimin ne ölçüde kullanıldığı ortaya koyulmuştur.

İnsan kaynakları alanında var olan gelişmeler ve gerçekleşen fiiller başta web sitelerinden yararlananlar olmak üzere çok sayıda paydaşı etkilemektedir. İnsan kaynakları web siteleri (Online İstihdam Siteleri) günümüzde Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ITC)'ndeki gelişmelerden etkilenerek paydaşları ile yürüttükleri iletişim biçimine dijital bir boyut kazandırmıştır. Web sitelerinin tüm paydaşları ile etkin iletişim kurması işçi işveren arasındaki ilişki açısından önemlidir. Paydaşlar arasındaki ilişkinin düzenli ve etkili olması tüm paydaşların yeteri kadar bilgi almasını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda doğru işe doğru kişinin yerleştirilmesini de sağlayacaktır. Diyalogik iletişim sayesinde sektördeki gelişmelerden haberdar edilecek olan web sitesi takipçileri alanda var olan yeni gelişmelerden ilk önce haberdar olacak ve bu yönde kendilerini geliştirebileceklerdir.

Kurumların web siteleri ve internet temelli uygulamalar, kuruluşlar için paydaşlarıyla diyaloga dayalı bir ilişki kurmada büyük fırsatlar sunmaktadır. Diyaloga dayalı ilişki bazı prensipler uygulandığı takdirde vardır denilebilir. Dolayısıyla kuruluşların web sitelerinde hangi düzeyde diyalogik iletişim sergilediklerinin belirlenmesi kuruluş ve paydaşları için yol gösterici olacaktır.

Bu amaç doğrultusunda Türkiye'deki özel istihdam büroları web siteleri belirlenmiş olan prensipler çerçevesinde değerlendirilmiştir.

İlişkisel perspektifin uygulama biçimi olarak da nitelendirilen diyalogik iletişim yaklaşımı kuruluşlar tarafından internet ortamında daha çok benimsenmektedir. Literatürde diyalogik iletişim yaklaşımını hangi düzeyde uyguladıkları üzerine çok az araştırma bulunmaktadır. Bu çalışma özel istihdam büroları web sitelerinin diyalogik iletişim yaklaşımını ne ölçüde uyguladıklarını ortaya koymaya çalışacaktır.

Araştırmanın neticesinde özel istihdam bürolarının web sitelerinin genel olarak paydaşlarına web siteleri aracılığıyla katılım araçlarını yeterince sunup sunmadıkları ve web sitelerindeki diyalogik iletişim olanaklarının hangi düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *İletişim Yaklaşımları, Diyalogik İletişim Yaklaşımı, İnsan Kaynakları, Elektronik İnsan Kaynakları Web Siteleri, Online İstihdam Büroları.*

WEB SİTELERİNİN DİYALÖJİK İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: TÜRKİYE'DEKİ İNSAN KAYNAKLARI WEB SİTELERİ ÖRNEĞİ

İlişkisel perspektifin uygulama biçimi olarak da nitelendirilen diyolojik iletişim yaklaşımı kuruluşlar tarafından internet ortamında daha çok benimsenmekte fakat bunu internet ortamında hangi düzeyde uyguladıkları üzerine çok az araştırma bulunmaktadır. Bu araştırma İnsan kaynakları alanında özel istihdam bürolarının web sitelerinin diyalojik iletişim yaklaşımını ne ölçüde uyguladıklarını ortaya koymaya çalışacaktır.

Çalışma kapsamında diyalojik iletişim tanımlanarak, web sitelerinin diyalojik iletişim yaklaşımını hangi ölçüde kullandıkları hakkında literatür taraması yapılmıştır. İlk olarak elektronik insan kaynakları yönetimi ve diyalojik iletişim konularına açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Bu bilgiler ışığında insan kaynakları web siteleri diyalojik prensipler doğrultusunda değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Özellikle web sitelerinin etkileşimini değerlendirmek amacıyla Taylor ve Kent'in geliştirmiş olduğu Diyalojik İletişim Yaklaşımı özel istihdam büroları web siteleri özelinde değerlendirilmeye çalışılmıştır. Ele alınan web sitelerinde diyalojik iletişimin ne ölçüde kullanıldığı araştırılmıştır.

İnsan kaynakları alanında var olan gelişmeler ve gerçekleşen fiiller başta web sitelerinden yararlananlar olmak üzere çok sayıda paydaşı etkilemektedir. İnsan kaynakları web siteleri günümüzde Bilgi ve İletişim Teknolojileri(ITC)'ndeki gelişmelerden etkilenecek paydaşları ile yürüttükleri iletişim biçimine dijital bir boyut kazandırmıştır.

Web sitelerinin tüm paydaşları ile etkin iletişim kurması işçi-işveren ve diğer tüm paydaşlar arasındaki ilişki açısından önemlidir. Paydaşlar arasındaki ilişkinin düzenli ve etkili olması tüm paydaşların yeteri kadar bilgi almasını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda doğru işe doğru kişinin yerleştirilmesini de sağlayacaktır. Diyalojik iletişim sayesinde sektördeki gelişmelerden haberdar edilecek olan web sitesi takipçileri alanda var olan yeni gelişmelerden ilk önce haberdar olacak ve bu yönde kendilerini geliştirebileceklerdir.

Kurumların web siteleri ve internet temelli uygulamalar, kuruluşlar için paydaşlarıyla diyaloga dayalı ilişki geliştirmek için önemli fırsatlar sunmaktadır. Diyaloga dayalı ilişki bazı prensipler uygulandığı takdirde vardır denilebilir. Dolayısıyla kuruluşların web sitelerinde hangi düzeyde diyalojik iletişim sergilediklerinin belirlenmesi kuruluş ve paydaşları için yol gösterici olacaktır.

Bu amaç doğrultusunda Türkiye'deki online istihdam büroları web siteleri belirlenmiş olan prensipler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmanın neticesinde web sitelerinin genel olarak vatandaşlara web siteleri aracılığıyla katılım araçlarını yeterince sunup sunmadıkları ve web sitelerindeki diyalojik iletişim olanaklarının düşük veya yüksek olduğu fark edilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Literatür taraması yapıldığında uluslararası yazında (Kent ve Taylor 1998; Woodward 2000; Taylor vd. 2001; 2002; Kent ve ark. 2003; Ryan 2003; Taylor ve Kent 2004; Seltzer ve Mitrook 2007; Gordon ve Berhow 2009; Hickerson ve Thompson 2009; McAllister-Spooner 2009; Pieczka 2010; Handerson ve Bowley, 2010; Yang vd., 2010; Briones vd., 2011; Theunissen ve WanNoordin, 2012) ve ulusal yazında (Özdemir ve Aktaş Ymanoğlu 2010; Tarhan 2012; Yağmurlu 2013; Boztepe 2013; Şenyurt 2016; Ertem ve Aslan 2016; Kart 2017;) internet üzerinden gerçekleştirilen, web siteleri, sosyal medya uygulamaları gibi başlıklar diyalojik iletişim çerçevesinde araştırılmıştır. Ele alınan çalışmaların hepsi Kent ve Taylor'un (1998; 2002) çalışmalarına atıfta bulunarak yapılmıştır.

Yapılan çalışmalarda diyalojik iletişim yaklaşımı web siteleri ve sosyal medya bağlamında incelenmiştir. Yoğunlukla belediyelerin sosyal medya arayüzleri ve internet uygulamalarının diyalojik açıdan yeterli olup olmadığına bakılmış veya kurumsal mobil uygulamaları ve belediyelerin kurumsal web sayfaları diyalojik yaklaşım çerçevesinde tartışılmıştır. Belediyelerden farklı olarak yapılan birkaç çalışma da ise Bakanlık web siteleri, Sivil Toplum Kuruluşları web siteleri ve Borsa İstanbul'da işlem gören firma web siteleri üzerine araştırmalar yapılmıştır.

Alanda Online İstihdam Büroları (insan kaynakları) web sitelerine yönelik olarak her hangi bir çalışma yapılmamıştır. Paydaş sayısı ve çeşitliliği belediye ve sivil toplum kuruluşları kadar çok olan insan kaynakları web sitelerinin diyalojik yaklaşım açısından değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

DİYALOJİK İLETİŞİM NEDİR?

Günümüzde 4.38 milyar ile dünya nüfusunun yarısından fazlası interneti kullanmaktadır. Bireysel kullanım yanında açılan web sitesi ise 1.68 milyara ulaşmıştır. Günümüzde neredeyse her kuruluşun bir web sitesi bulunmaktadır. Ayrıca bu büyük erişim potansiyeli şirket, kurum ve kuruluşları web sitesi kurmaya yönlendirmektedir. Kitle iletişim araçları ile kurulan iletişim tek taraflı olup geri tepkisi uzun süreler dayanmaktadır. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler web siteleri aracılığıyla kurulan iletişimde çift yönlülük ve anımsalılık kazandırmıştır. Dolayısı ile kullanılan iletişim yaklaşımları web siteleri için yetersiz kalmaktadır. Kurum ve paydaşlar arasında var olan tek yönlü iletişim yerini paydaşlarla daha açık ve güven veren ilişki sağlaması bakımından iki yönlü, diyaloga dayalı simetrik modele bırakmıştır. (Grunig, 2005: 310)İki yönlü simetrik modeli kullanan Kent ve Taylor iletişimin daha etkili olması için web sitelerine yönelik olarak diyalojik iletişim yaklaşımını geliştirmişlerdir.

Diyalog kavramı ilk olarak genellikle filozof Martin Buber ile ilişkilendirilir. Buber iletişimi insanların açık ve saygılı bir şekilde iletişim kurduğu önel bir süreç olarak görüyordu. Buber'in diyalog anlayışı dolaylı olarak etik kurallara odaklanmaktadır. Dolayısıyla diyalog işbirlikçi, iletişimsel bir ilişki içerir.(Kent ve Taylor 1998; 324) Diyalog, bireyin diğer birey ve örgütlerle açık bir ilişki kurma zorunluluğuna dayanmaktadır”(McAllister-Spooner ve Kent 2009;223). Buber'den sonra birçok araştırmacı internet üzerine araştırmalarını yürütmüştür fakat bu araştırmalar felsefi, metafizik ve fütüristik temelli araştırmalar olmuştur. Bu makalede ele alacağımız web siteleri için geliştirilen diyalojik iletişim yaklaşımını ilk ele alan ve geliştirenler ise Kent ve Taylor olmuştur. Televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarından farklı olarak internet ve bilgisayar teknolojisi kurum ve bireyler arasında açık iletişimi gerçekleştirebilmesi açısından uygun bir diyalog aracıdır. Kent ve Taylor'un geliştirdiği bu yaklaşımın özü web sitelerinde iletişimi daha etkili ve etkileşimli hale getirmek olmuştur. Kent ve Taylor'a göre iletişimin iki taraflı simetrik olmasını sağlayacak olan en önemli unsur web siteleridir. Dolayısı ile diyalojik iletişim kavramı özellikle internet ve internete bağlı geliştirilen uygulamalar üzerinden tartışılmalıdır.

Diyalojik iletişim iletişime geçen tüm tarafların kazancına dayalı ve etkili iletişim sağlamak için araç görevi üstlenmektedir. Gerçekleştirilen diyalojik iletişim, iletişimi güçlendirerek web sitesinin etkinliğini arttırmakla kalmayıp güveni de arttırmaktadır(Taylor ve ark. 2001; 267).

Kent ve Taylor diyalojik iletişim kavramı ile kurum ve paydaşları arasındaki iletişimin geliştirilmesinde internet ve web sitelerinin taşıdığı öneme işaret ederek web sitelerinin ilişki geliştirmeye uygun olarak tasarlanması gerektiğini savunmuştur. Araştırmacılar iletişimin diyalojik olabilmesi ve web ortamına entegrasyonuiçin bazı prensipler ortaya koymuştur. (Kent & Taylor, 1998; 2002)

DİYALOJİK İLETİŞİM PRENSİPLERİ

Kent ve Taylor'a göre, web sitelerinin diyalojik iletişimi uygulayabilmeleri için beş temel prensibi benimsemeleri gerekmektedir.

1. Enformasyonun Yararlılığı: Diyalojik iletişimin temelini oluşturur. Web sitesi ile iletişime geçen tüm paydaşlar web sitesini güvenilir ve yararlı bilgi akışı için takip etmektedirler. Web sitesi tarafından sağlanan bilgi sadece web sitesinin bağlı olduğu kurumun halkla ilişkiler amacına hizmet etmemeli web sitesinden yararlanan paydaşların çıkarlarına ve değerlerine de hizmet etmeyi amaçlamalıdır. Web sitesi farklı paydaşları hedefleyerek bu paydaşlara yönelik bilgi sunmalıdır. Amaç sadece bilgi sunmak değil aynı zamanda bilgi sunulan paydaşı diyaloga dahil etmektir(Kent ve Taylor 1998; 328).

Basın bültenleri, konuşmalar, indirilebilir grafikler, görüş bildiren kanaat önderlerinin köşe yazıları, paydaşlara yönelik geliştirilen bilgi vermek amaçlı araçlardır. Amaç tüm üyelerin güçlenmesini sağlamaktır. Güçlü üyelerin varlığı web sitesini de olumlu yönde etkilemektedir.(Taylor M., Kent M., White W., 2001; 269-270)

2. Diyalogsal Döngü: Geri bildirim döngüsü de diyebileceğimiz bu prensip kurum web sitesine paydaşlarının anında geri bildirim yapabilmeleridir. Web sitesi geri bildirim alınmasına olanak tanımalıdır. Diyalogsal döngü yapısal düzenleme içeren klavuz niteliğindedir. Web sitesinden yararlanan paydaşa sorgulama, sorunların çözümüne ortak olma, endişeleri giderecek bilgi alışverişini sağlama, sorulara yanıt verme olanağı sunar. Web sitesinin arz ettiği bilgi, paydaşlarının talebine uygun olmalıdır(Kent ve Taylor 1998: 327).

İki yönlü iletişimin var olması diyalogsal döngüyü sağlayan ana unsurdur. Diyalogsal döngüyü sağlayan sitelerin özellikleri şunlardır: paydaşın web sitesine mesaj göndermesi olanağı, paydaşların oy hakkının olması, düzenli bilgi isteme olanağı ve paydaşların önceliklerini belirleyen ve her hangi bir konuyla ilgili görüşlerini ifade eden anketleri doldurma olanağı vb.

Diyalogsal döngü prensibine göre web sitesinin bu olanakları sunmasının yanı sıra paydaşlardan gelen geri dönüşlere göre web sitesini şekillendirmesi de gerekmektedir. (Taylor M., Kent M., White W., 2001; 269-270)

3. Tekrar Ziyaretlerin Sağlanması: Web sitesi paydaşların tekrar ziyaretini sağlamalıdır. Tekrar ziyareti sağlamak için güncelleme ve ilgi çekici içerik yükleme önemli iki unsurdur. Bilginin güvenilirliğini sağlamanın yanı sıra web sitesinin duyarlılığı konusunda da bilgi verir. Paydaşın taleplerine karşı duyarlıdır. Bunlar tekrar ziyareti sağlamak için yeterli unsurlar değildir bunların yanı sıra özel forumlar, çevrimiçi soru cevap oturumları, uzman ağırlama veya üst düzey yönetici ağırlama, sıkça sorulan sorular, indirilebilir sunumlar, e-posta yoluyla istenilen bilgilere cevap verme gibi iletişimi sağlayacak olan stratejileri de uygulamak gerekir(Kent ve Taylor 1998; 329).

Tekrar ziyaretlerin sağlanması zaman, bilgiye güven ve tekrarlanan etkileşimlerin varlığına bağlıdır. Ziyaretçilerin siteyi tekrar ziyaret etmelerini sağlayan diğer özellikler ise şunlardır: diğer ilgili web sitelerine bağlantı vermek, ziyaretçilerin açık ifadelerle geri dönmesini sağlayacak ifadeler kullanmak, tekrar ziyareti kolaylaştırmak için “bu sayfayı favorilere ekle” butonu eklemek, güncel olarak hazırlanan haber forumlarının duyurulması, soru cevap forumları sunmak ziyaretçinin ilgi alanına uygun her hangi bir gelişme yaşandığında bu bilgiyi e-posta yoluyla otomatik olarak iletmek. (Maureen Taylor, Michael L. Kent, William J. White 2001; 269-270)

4. Arayüzün Kullanım Kolaylığı/Cevap Verebilirlik:Web sitesinde yer alan bilgiler bir düzen içerisinde yer almalı ve belirli bir hiyerarşi gözetilmelidir. “Kullanıcı dostu” bir yaklaşım sergilenerek, ziyaretçilerin siteden ayrılırken olumlu bir izlenimle ayrılmaları sağlanmalıdır. Kullanıcı web sitesinde aradığı bilgiyi kolaylıkla bulmalı ve bu bilgilerin anlaşılır olması gereklidir. Web sitesi görsel unsurları içerisinde yoğunlukla barındıran yapıya sahiptir. Ancak zengin görsel kullanımı siteyi yavaşlatabilir, etkin ve hızlı bir şekilde kullanılmasını engeller(Kent ve Taylor 1998; 330).

Arayüz kullanım kolaylığı, kullanıcı dostu olduğunu gösterir. Kullanıcı dostu bir site ziyaretçinin olumlu deneyim geçirmesini sağlayarak tekrar ziyaretine teşvik eder. Arayüz kullanım kolaylığını sağlayan web sitelerinin özellikleri şunlardır: ana sayfaya kolaylıkla ulaşılacak site haritası düzenlemek, sitenin diğer sayfalarına bağlantıların ana sayfadan yapılmasını sağlamak, ana sayfada arama motoru kutusu bulundurmak. (Taylor M., Kent M., White W., 2001.)

5. Ziyaretçileri Elde Tutma: Diyalogsal ilişki kurabilmek için kullanıcının kurumun kendisini ifade ettiği web sitesinde zaman geçirmesi önemlidir. Kullanıcının başka bir siteye gerek kalmadan sitede istediği bilgiyi elde etmesi sağlanmalıdır. Bu bilgi kullanıcının ilgisini çekmeli, sitede kalma süresini uzatmalıdır. Site dışına yönlendiren linkler ziyaretçilerin var olan siteden ayrılarak tekrar gelmemesine neden olabilir. Dolayısı ile sitede verilen linkler hedef kitlenin ihtiyacı olan linkler olmalıdır (Kent ve Taylor 1998; 331).

Ziyaretçileri elde tutmayı sağlayan özellikler şunlardır: az reklam kullanmak, benzer düşünen kuruluşlarla aynı doğrultuda hareket ettiklerini göstermek için bağlantılar kullanmak, sitenin hızla açılması ve diğer sayfalara geçerken çok fazla beklememek, sitenin güncellenme tarih ve saatinin açıkça yayınlamak. (Taylor M., Kent M., White W., 2001; 270)

Kent ve Taylor 1998 yılında ve sonrasında yayınladıkları çalışmalarda diyalogik süreç için gerekli olan prensipler yanında iletişimin diyalogik olması için de bazı kriterler belirlemişlerdir. Kısacası yukarıda belirtilen beş prensibin yanı sıra diyalogik iletişimin oluşabilmesi için risk, yakınlık, empati kurma, karşılıklı olma, bağlılık gibi kriterleri de içinde barındırmalıdır. (Kent ve Taylor 2002; 24-30)

Karşılıklı olmakriteri; Web sitesinin bağlı olduğu kurum ve kurumun iletişime geçtiği tüm paydaşlarının birbirine bağlılığını ifade eder. İletişimi sağlayan tarafların hiç kimseye veya kuruma bağlı kalmadan özgür hareket edebilme kabiliyetidir. İletişimi sağlayan iki tarafında birbirine karşı baskın olmaması ve manipülasyondan kaçınması gerekmektedir. Taraflar iletişim boyunca kendilerini eşit özneler olarak görmelidirler. İletişim sürecinde kültür ve ideoloji önemli bir yer tutmaktadır.

Yakınlık kriteri; kuruma ait web sitesi ile iletişim halinde olan tüm tarafların onları etkileyecek olan konularda bilgilendirilmeleri, her hangi bir sorun hakkındamüzakere etmeleri, müzakere sonucunda ortak karar almaları, hatta iletişim sürecinin başında iken ilgili tarafların web sitesinden beklenti ve isteklerini açık bir şekilde belirtebilmesidir. Web sitesinden yaralanan paydaşın aynı anda ortak mekanda iletişime geçmelerini, geçmiş, şimdiki zaman ve gelecekteki öngörülen gelişmeleri dikkate alarak iletişimi sürdürmeleri gerekmektedir. Ayrıca tüm tarafların ulaşılabilir olması beklenir. (Kent ve Taylor 2002; 26).

Empati kriteri;“Destekleyicilik”,“müşterek yönelim” ve “onaylama” özelliklerini barındıran bu kriterde tüm paydaşların katılabileceği açık toplantılar düzenlenir, karşılıklı tarafın kolayca katılım sağlayabileceği faaliyetler organize edilir. Basit bir ifade ile karşıdakinin yerine kendini koymayı ifade eden empati ayrıca diyalog sürecine tüm tarafların katılımını sağlayarak destekleyicilik özelliğini içinde barındırmaktadır. Aynı amaç doğrultusunda hareket edilmesini sağlayacak “müşterek yönelim” olmalıdır. Onaylama ise tarafların düşüncelerinin önemsendiğini göstermektedir. Tarafların düşünceleri aynı olmasa bile farklı olan görüşün dışlanmaması aksine farklı olan düşüncenin ifade edilmesi için ortam oluşturularak desteklenmesi onaylanma özelliğini göstermektedir (Kent ve Taylor 2002; 27-28).

Risk kriteri; “İncinebilirlik”, “beklenmeyen sonuçlar ve “bilinmeyen ötekinin kabulü” unsurlarını içermektedir (Kent ve Taylor 2002: 25). İncinebilirlik unsuru iletişim sürecinde var olan tarafların kendilerini ifade eden bilgi, inanç vb. karşı taraf ile paylaştıkları takdirde karşı tarafın aşığılaması ve alay etmesi ile karşı karşıya kalması olarak açıklanabilir. Beklenmedik sonuçlar olarak nitelendirilen özelliği ise ön hazırlık yapılmadan gerçekleştirilen iletişimde karşılaşılabilecek sorunlardır. “Ötekiliğin kabulü” anlamında ise farklı olanın dışlanmayarak kabul edilmesi olarak açıklanabilir. Diyalojik risk yanlış anlaşılmanın oluşmasını engelleyerek, belirsizlikler konusunda bilgi edinmemizi sağlar(Kent ve Taylor 2002; 28-29).

Bağıllık kriteri; Diyalojik ilişkide dürüstlük ve açıklık gerçeğe bağlı olmayı sağlamaktadır. Gerçeğe, konuşmaya ve yorumlamaya bağlılık gibi bazı özellikleri bünyesinde barındırır. Web sitesinin kendisi için faydalı olanı ilişki içinde bulunduğu paydaşlara faydalı olma durumunun üstüne çıkarmamasını ifade eder.

Web sitesi kullanıcısının zayıf taraflarını ön plana çıkarmak için değil iki tarafında fayda sağlayacak şekilde iletişim etkinliklerini düzenlemesidir. Web sitesi ve kullanıcısının aynı hedef doğrultusunda karşılıklı anlayışa sahip olmaları diyalogsal ilişkinin daha sağlıklı yürümesi için önem arz etmektedir. Yorumlamaya bağlılık, ise iki taraftan birbirine karşı adilane değerlendirmeler yapmaya çalışması olarak ifade edilebilir.

DIYALOJİK İLETİŞİM VE WEB SİTELERİ

Türkiye’de bilgi teknolojilerindeki hızlı ilerlemeyle birlikte internete erişimin her yerden ve her zaman olması, interneti sadece bilgi edindiğimiz ve haberleştiğimiz aracı olmaktan çıkarmıştır. Büyük bir ticaret ve dağıtım ağı kurmuştur. (Çiçek ve diğerleri, 2010; 91). (Ulaştıran; 2014)

Bu çalışmada “online istihdam büroları olarak” adlandırdığımız web siteleri bazı çalışmalarda kariyer siteleri, iş bulma siteleri, insan kaynağı siteleri, iş siteleri gibi farklı tanımlara sahiptir. Kariyer siteleri, işveren ve iş arayan kişileri bir platformda bir araya getirmektedir. Kariyer siteleri, e-işe alımın hem ilk araçlarından hem de en çok tercih edilen araçlarından biridir. (Ulaştıran; 2014; 108).Kariyer siteleri, aday bulmada işletmelere, iş bulmada adaylara çok geniş bir aday havuzu sunmaktadır. (Tahiroğlu, 2002: 121).

Kurumlar ve kurumlar ile iletişime geçen paydaşlar üç farklı şekilde diyalojik ilişki kurabilirler. İlk kişilerarası ilişki kurma, ikincisi kurumsal prosedür ve yapılanmayı belirleme ve sonuncu olarak bizim bu makalede elde aldığımız aracılanmış ilişki inşa etmedir(Kent ve Taylor, 2002: 29).

Kişilerarası ilişki kurma, kurum ile paydaşların diyalog temelinde bir ilişki kurmasıdır. Kurum yöneticileri ve çalışanlarının etkin dinleme ve empatiyi kullanarak dış paydaşlarla ilişki kurmasını ifade eder.

Kurumsal prosedürlerin belirlenmesi ise kurum ile iletişime geçen paydaşları arasında diyalojik ilişkiyi sağlayacak mekanizmaları ifade eder.

Araç vasıtasıyla diyalojik ilişkiler kurma ise paydaşlarla kurulacak olan ilişkide çeşitli iletişim ortam ve araçlarının (kurum web sitesi, intranet, e-posta, kurumsal yayın gibi) kullanılmasını ifade eder.

“Aracılanmış diyalojik ilişkiler” olarak ifade edilen bu diyalojik ilişki çeşidinde en uygun ve en çok kullanılan araç internettir. İnternet kurum ve paydaşları arasında diyalojik ilişki kurulmasında birçok avantaja sahip olduğu için daha çok kullanılmaktadır. İlişki kurmak ve geliştirmek için daha önce kullanılan geleneksel ortam ve araçlar artık yetersiz kalmakta, ihtiyaçları karşılayamamaktadır. İnternet ve internet temelli uygulamalar pasif bir paydaş anlayışından aktif paydaş anlayışına, kurumun aldığı kararlara uyan anlayıştan kurumun kararlarında söz sahibi olan tarafa dönüşmesine (kararlara katılım) olanak sağlamıştır. İnternet ayrıca kurum imajına katkı sağlamak, kurumun ve kamuoyunun düşünceleri hakkında bilgilenmek, kurumun etkinliklerini paydaşlarının talepleri doğrultusunda belirlemek, kurumun hesap verebilirliğini daha kolay ve etkin hale getirmek gibi birçok avantajı da bulunmaktadır.(Cooley 1999; 41)

Kent ve Taylor’un (1998) de belirttiği gibi internet geleneksel medyanın pasif katılımcı yapısını değiştirerek aktif katılımcı olmasını sağlaması ile diyolojik ilişkiyi daha rahat kurabilmiştir. İletişim tek taraflı olmaktan çıkmış ve iki tarafında etkin bir şekilde kendisini ifade edebildiği bir yapıya dönüşmüştür. Paydaşın katılımı sağlanmış, görüş ve önerileri dikkate alınarak kamuoyunun tepkilerine kısa sürede ulaşılarak kurumun daha hızlı bir şekilde şekil alması sağlanmıştır. İnternetin paydaşlarla ilişki kurma konusunda sağladığı bu açılım internetin diyalojik bir mekan haline gelmesini sağlamıştır.

YÖNTEM

Türkiye’de yer alan Online İstihdam büroları (İnsan Kaynakları) web sitelerinin 1998 yılında Kent ve Taylor tarafından belirlenen diyalojik prensipler ve diyalojik iletişimi sağlayan kriterleri ne kadar uyguladığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Web sitelerinin diyalojik ilkeleri ne ölçüde benimsediği ve diyalojik iletişimi kullanıp kullanmadığı sorularına cevap aranmıştır.

Örnekleme giren web siteleri içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Web sitelerinin paydaşları ile kurdukları iletişim Kent ve Taylor'un belirlediği 5 boyut ve 48 maddeden oluşan ölçek baz alınarak analiz yapılmıştır.

Oluşturulan 48 madde soru olarak yapılandırılmış ardından ilgili madde web sitesinde bulunuyorsa “evet”, bulunmuyorsa “hayır” şeklinde cevaplandırılmıştır. 1 değeri evet’i, 0 değeri hayır’ı temsil etmektedir. Ardından aynı boyut altındaki “evet” ve “hayır” değerleri toplanarak araştırmada ele alınan web sitelerinin diyalojik iletişim düzeyleri belirlenmiştir.

Ayrıca her bir boyut için standart sapma değeri hesaplanmıştır. Araştırmada aritmetik ortalama ve standart sapma testleri kullanılmıştır.

Kullanacağımız 5 boyuttan ilki olan Arayüzün Kullanışlılığı prensibi paydaşların sitede kolaylıkla gezinmelerine, aradıklarına kolayca ulaşmalarına dayanır. Sitenin arayüzünün kolay olması kullanıcının siteyi tekrar ziyareti konusunda isteklendirir. Arayüzün Kullanışlılığı boyutunun alt sekmelerinde site haritası, menü çubuğu, arama motoru kutucuğu, dil seçimi, ana sayfa linki ve hiyerarşik başlıklar olmak üzere toplam altı özellik bağlamında irdelenmiştir.

İkinci boyut olan Enformasyonun Kullanışlılığında birbirinden çok farklı özelliklere sahip olan paydaşların istek ve ihtiyaçlarına yönelik enformasyona ne oranda ve nasıl (ne biçimde) yer verdikleri incelenmiştir. Müşteri, çalışan ve medyaya yönelik enformasyon farklı başlıkları içermektedir. Müşterilere Yönelik Enformasyon Kullanışlılığı başlığı altında kurumun çalışma alanları, ürün ve hizmetler hakkında bilgi, müşteri ilişkileri hizmeti ve sosyal sorumluluk projeleri irdelenecektir. Çalışanlara Yönelik Enformasyon Kullanışlılığı başlığı altında çalışan hakları, kurumun yönetimi hakkında bilgi, tarihçe, kurum felsefesi, misyon ve vizyon ifadeleri, sosyal imkanlara ilişkin bilgiler, insan kaynakları politikası hakkında bilgi, kariyer ile ilgili bilgiler, çalışanlara ilişkin özelleştirilmiş bilgi, açık pozisyonlar, iş başvurusu hakkında bilgi, ve çalışan profili/istatistiği gibi konular değerlendirilmiştir.

Medya açısından Enformasyonun Kullanışlılığı başlığı altındabasin bültenleri/basın duyuruları, iletişim bilgileri, indirilebilir medya içeriği ve RSS aboneliği başlıkları incelenmiştir.

Diyalojik iletişimin bir başka boyutu ziyaretçileri sitede tutmaktır. Bu boyut ana sayfadan ulaşılabilen spesifik bilgiler, son güncellenme tarihi, kısa yüklenme süresi (4 saniyeden az) ve görsel/işitsel medya içeriği/materyaller olarak dört maddeyle ölçülmüştür.

Paydaşların ilgili kuruluş ile daha iyi etkileşim sağlayabilmesi bazı düzenlemelere bağlıdır. budüzenlemeler ilgili diğer web sitelerine link, etkinlik takvimi, ziyaretçileri tekrar siteye girmeye davet etme, güncel web bloğu, açılış sayfası/sık kullanılanlara ekleme opsiyonu, videocast/podcast, indirilebilir dosyalar, güncel haberler ve sıkça sorulan sorular veya sorular/cevaplar bölümü maddeleri bağlamında irdelenmiştir.

Son boyut olan“diyalojik döngü” kurum ile paydaşların karşılıklı etkileşim içinde oldukları bir boyut olup çalışmada anket, içeriğe yorum ekleme seçeneği, bilgi taleplerine karşılık vermek için görevlendirilmiş kişinin kimliği, etkinliklere davet, çevrimiçi yardım/destek/bilgi edinme opsiyonu, ziyaretçilerin düşüncelerini aktarabilecekleri iletişim kanalları, SMS aracılığıyla düzenli bilgi edinme fırsatı, e -mail aracılığıyla düzenli bilgi edinme fırsatı ve sosyal medyada takip linkleri (Twitter, Facebook) maddeleri aracılığıyla ortaya konmaya çalışılmıştır.

Özel istihdam büroları, iş arayan kişilerin yurt içinde ve dışında en uygun işe yerleştirme ve işveren için işe uygun personel bulunmasına aracılık etmek amacıyla İŞKUR tarafından izin verilerek kurulan, gerçek veya tüzel kişiliğe haiz kuruluşlar” şeklinde tanımlanabilir (Öğüt, 2007:30).İnternet üzerindeki online istihdam büroları web siteleri iş arayanlar ile işverenler arasında kolay ve hızlı bir şekilde karşılıklı iletişimi sağlamaktadır. Araştırmada 5 online istihdam bürosu web sitesi ele alınmıştır. En çok üye sahibi olan ve taramada üst sıralarda yer alan beş online istihdam bürosu web sitesi ile sınırlandırılmıştır.

Tablo 1. Diyalojik Prensipler ve Web Sitesinde İnceleme Başlıkları

İnternet – Diyalojik Prensipler	Tanım	Web Sitesi İnceleme Başlıkları	n	%
Diyalojik Döngü (9 Madde M=7.6, S=6.17)				
Kurum ve paydaşları için karşılıklı iletişim	Anket İçeriğe yorum ekleme seçeneği		1	16,67

kurulabilecek ortam.	Etkinliklere davet	2	33,33
Kullanıcıya cevap verme fırsatı	Çevrim içi yardım destek bilgi edinme opsiyonu	6	100
Sorunlara oy verme fırsatı	Ziyaretçilerin düşüncelerini aktarabilecekleri iletişim kanalları	6	100
Meselelerle ilgili görüş bildirmek	Sms aracılığı ile düzenli bilgi edinme fırsatı	5	0
	E-mail yoluyla düzenli bilgi edinme fırsatı	0	83,33
	Sosyal medyada takip linkleri	6	100
	Kolay üyelik imkânı	6	100
		6	100
Enfarmasyon kullanışlılığı (18 Madde M=13.6, S=21.28)		n	%
Sunulan enformasyonun tüm paydaşlar için ilgi çekici ve faydalı olması.	Müşterilere Yönelik Kurumun çalışma alanları Ürün ve hizmetler hakkında Bilgi Müşteri ilişkileri Hizmeti Sosyal Sorumluluk Projeleri Çalışanlara Yönelik Çalışan hakları Kurum felsefesi, misyon, vizyon ifadeleri Kurumun yönetimi hakkında bilgi Tarihçe Sosyal İmkanlara İlişkin Bilgiler Kariyer ile ilgili Bilgiler Çalışanlara Yönelik Özelleştirilmiş Bilgiler İş Başvurusu Hakkında Bilgi Açık Pozisyon Çalışan Profili İstatistiği Medyaya Yönelik Basın Bültenleri İletişim Bilgileri İndirilebilir Medya İçeriği RSS Aboneliği	6 5 6 3 2 1 2 1 1 4 5 6 6 5 5 6 4 0	100 83,33 100 50 33,33 16,67 33,33 16,67 16,67 66,67 83,33 100 100 83,33 83,33 100 66,67 0
Yeniden Ziyareti Sağlama (12 Madde M=7.4, S=8.04)		n	%
Tüm paydaşlar açısından tekrar ziyaret isteği oluşturulması.	İlgili diğer web sitelerine linkler Ziyaretçiyi tekrar siteye girmeye davet etme Güncel web bloğu İndirilebilir dosyalar Güncel haberler Sıkça sorulan sorular veya sorular ve cevaplar bölümü Açılış sayfasını sık kullanılanlara ekleme opsiyonu Video Yayınları Etkinlik takvimi duyurular Telefon Uygulaması Açılıştaki Bildirim Son 30 gün içinde haber yayınlama	2 2 3 2 5 5 0 2 2 6 3 5	33,33 33,33 50 33,33 83,33 83,33 0 33,33 33,33 100 50 83,33
Arayüzün Kullanışlılığı (6 Madde M=5, S=2.60)		n	%
Sunulan arayüzün kullanımının rahat olması.	Site haritası Menü Çubuğu Arama Motoru Kutucuğu Dil Seçimi Anasayfa Linki Hiyerarşik Başlıklar	2 6 6 1 6 4	33,33 100 100 16,67 100 66,67
Ziyaretçileri Koruma (3 Madde M=3.4, S=2)		n	%
Ziyaretçilerin ilgisini çekerek bağlılık sağlama.	Önemli bilgiler 1. sayfada mevcuttur (ana sayfadan ulaşılan spesifik bilgiler) Kısa yükleme süresi (4 saniyeden az) Son güncelleme tarihi	5 6 6	83,33 100 100

Tablo.2 Diyalojik Özellikler – Web Sitesi İnceleme Başlıkları

Diyalojik Özellik	Tanım	Web Sitesi İnceleme Başlıkları
Risk	Bireylerle onların şartlarında etkileşime geçme bunun doğuracağı riskleri kabul etme	İncinebilirlik Beklenmeyen Sonuçlar Bilinmeyen Ötekinin Kabulü
Yakınlık	Kamuların bilgilenmesi paydaşların istek ve taleplerini iletebileceği ortamın olması	Varlığın eş zamanlı olması Zamansal Akış Bütünleşme
Empati	Farklı düşüncelerin ifadesine yönelik ön kabul	Destekleyicilik Topluluğa yönelim Onaylama
Ortaklık	Örgüt ve kamuların ortak olduğu düşüncesine dayalı olarak güç ve iktidar mücadelesi olmadan tartışma	İşbirliği Karşılıklı eşitlik ruhu
Taahhüt	Ötekini dışlamayan karşılıklı faydaya yönelik iletişim taahhütü	Doğruluk Konuşma Yorumlama

Tablo.3 Araştırmada ele alınan online istihdam siteleri şu şekilde sıralanmıştır.

Online İstihdam Sitesi	Web Sitesi Adresi
Kariyer.net	https://www.kariyer.net/
Eleman.net	https://www.eleman.net/
Yenibiris	https://www.yenibiris.com/
Elemanonline	https://www.elemanonline.com.tr/
Secret cv	https://www.secretcv.com/
İşkur	https://www.iskur.gov.tr/

BULGULAR

Web sitelerinin ortak özelliği işçi ve iş bulmak web siteleri bu konularda aşağı yukarı aynı hizmetleri vermektedirler. İlk aşamada web sitesinin kullanıcıya ne kadar doğru yardımcı olabileceği anlaşılmıyor fakat özellikle kendisini geliştirmek isteyenler, işinden memnun olmayıp bu siteleri takip edenler için web sitesinin yapılması ve arayüzünün kolay kullanımı çok önem teşkil etmektedir. Sektör hakkında gelişmelerin takip edilmesi ve üyelerin gelişmelerden yararlandırılmaya çalışılması web sitesinin etkinliğini ortaya koymaktadır.

Web siteleri misyon ve vizyon ifadelerinde kurumsal kimlik çalışmalarında geride kalmışlardır. Kurumsal kimlik çalışmalarını iki kısımda incelersek görsel açıdan web sayfaları kimlik çalışması yapılmış fakat içerik olarak arka planda kalmıştır.

Öncelikle genel bir analiz yapılarak araştırma kapsamındaki örgütlerin web sitelerinin diyalojik prensipleri kullanım oranları analiz edilmiştir. Daha sonra ise bu analiz kapsamındaki diyalojik prensipler tek tek kendi içlerinde analiz edilmişlerdir.

Elektronik insan kaynakları web sitelerinin etkin olarak diyalojik iletişim kurabilmeleri kuruluş amaçlarına ve paydaşlarına genel olarak üç başlıkta katkı sağlamaktadır. İlk olarak elektronik insan kaynakları web siteleri iş ve personel bulmaya yarayan en önemli araçlar arasında olması bakımından iş aramayı kolaylaştırmasına katkı sağlamaktadır. Herkese rahat ve kolay ulaşım sağlamaktadır. Bütün işverenlere veya iş arayanlara ulaşmaktadır. Rahat ve kolay ulaşılır olması bir kesime iletilip diğer kesime iletilmemesi gibi ayrımcılık olmadığı için demokratik ve katılımcılığı desteklemektedir. Üyelerin geri dönüşlerinin alınması, talepleri ve isteklerine dikkat edilmesi her üyeye aynı ölçüde değer verilmesi katılımcılığı desteklemesine ve ayrımcılık olmamasına örnek gösterilebilir. Online istihdam siteleri katılımı teşvik eden bir yapıya sahiptir. Paydaşın aktif ve katılımcı olması için çeşitli uygulamalar geliştirilmiştir. Üye olan fakat CV'sini doldurmayan paydaşın daha aktif olmasını sağlamak için mail adresine nasıl CV hazırlanacağına dair bilgiler gönderilmekte hatta sitenin bu konuda önerileri

sıralanmaktadır. Web sitesi hem yol gösterici bir tutum sergilemekte hem de paydaşın daha aktif olmasını sağlamaktadır. Yeni uygulamalar sayesinde sanal ortamda yüz yüze iletişimin gerçekleşmesini sağlama olanağı sunmaktadır. Bu güne kadar yüz yüze iletişim olmadığı için çok teknolojik olarak algılanan web siteleri teknolojik gelişmeler sayesinde yüz yüze iletişime de olanak sağlaması samimi bir yapının oluşmasını sağlamış ve güvenilirliğini arttırmıştır. Web sitelerinin sunduğu bilgilendirmelerden yararlanan paydaşları sadece bilgilenecek kalmayıp tartışma olanağı da bulmaktadır. Konu hakkında bilgilendirme ve bilgiyi alan kişinin anında tepki vererek tartışma olanağı veya fikrini beyan etme olanağı bulması üretimin tek taraflı değil birbirini tetikleyecek şekilde çift taraflı olduğunun göstergesidir. Web sitelerinin paydaşları ile etkileşim içinde olması kalitesini arttıracak ve yeterliliğine katkı sağlayacaktır. Yaratıcı çözümler ilk ağızdan yönetsel düzeye taşınabilmesini sağlamaktadır. Bu faydalar göz önüne alındığında diyalojik iletişimi yüksek düzeyde gerçekleştiren Kariyer.net ve iskur.gov.tr web siteleri paydaşları ile iletişimde nasıl etkili olduğunu göstermektedir.

Kariyer.net sitesi web siteleri arasında gayet donanımlı bir yapıya sahip olan sitedir. Kendini Türkiye'nin en büyük istihdam platformu tanımlayan kariyer.net sade bir tasarıma sahiptir. Ele alınan web siteleri arasında kendisi hakkında en çok bilgi veren Kariyer.net sitesidir. 400 çalışanı ve 17 ofise sahip Kariyer.net bünyesinde 25 milyonu aşkın özgeçmiş ve 94 bin üye işyerine sahiptir. Diğer kariyer sitelerinde olmayan ve paydaşlarının siteyi tercih etmesinde olumlu rolü olan bir başka özelliği de “Ürün ve hizmetlerimiz” linki bulunmasıdır. Bu linkin altında işveren ve iş arayanlar için ayrı hizmetler yer almaktadır. Enformasyon kullanışlılığı prensibi altında kurumla ilgili bilgiler bir link altında değil, bir başlık altında yüzeysel olarak geçilmiştir.

Eleman.net açılış sayfasında yakınınızdaki işleri gösterebilmek için konum bilginize ihtiyacımız var diyen bir uyarı ekranı ile açılmaktadır. Diğer sitelerin ilk açıldığında gönderdikleri bildirimden farklı olarak konum bilgisi istemektedir.

SONUÇ

Türkiye’de online istihdam siteleri arasında en çok üye sayısına sahip ve en çok aranan sitelerin diyalojik iletişim düzeylerini ortaya çıkarmak üzere yaptığımız araştırmada elde edilen bulgular, söz konusu web sitelerinin genel olarak diyalojik iletişim düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Diyalojik iletişim prensiplerine genel olarak bakıldığında “Ziyaretçileri Koruma” prensibi en yüksek ortalamaya sahiptir. “Ziyaretçileri Koruma” prensibiyle ziyaretçilerin ilgisini çekerek, ziyaretçinin siteye bağlılığını sağlamak amaçlanmıştır. Belirlenen kriterleri ele alınan tüm web siteleri uygulamaktadır.

“Arayüzün Kullanışlılığı” prensibi de bir diğer yüksek ortalamaya sahip prensiptir. Bu prensibin altında yer alan dil seçimi ve dil haritası dışında diğer kriterler tüm siteler tarafından uygulanmaktadır. Türkçe dışında başka bir dil seçeneği sadece iskur.gov.tr adresinde mevcuttur. Karşılaştırma yapılan diğer siteler başka bir dil seçeneği koyamamıştır. Bu prensip altında web sitelerinin uygulayamadığı bir diğer başlık da Site haritası seçeneğidir. Site haritası her site için mevcut bulunmamaktadır.

Web siteleri ele alınan bu iki prensip dışında Diyalojik Döngü, Enformasyonun Kullanışlılığı ve Yeniden Ziyareti Sağlama prensiplerinde farklılıklar göstermektedirler. Bu prensipler içinde en çok uygulamaya sahip olan web siteleri ise yine iskur ve kariyer.net siteleridir. Kaç yıldır faaliyet gösterdiklerine baktığımızda 2000 yılında kurulan Türkiye İş Kurumu’nun ne zamandan beri online olarak hizmet verdiğine değinilmemiştir. Kariyer.net ise 1999 yılından bu yana hizmet vermektedir. Karşılaştırma yapılan diğer web siteleri daha sonra yayınlanmaya başlamıştır.

Kurum ile paydaşlar arasında uzun vadeli olumlu bir ilişki kurulması özellikle paydaşın istek ve ihtiyaçlarını karşıladığı takdirde söz konusudur. Çok çeşitli müşterileri olan online istihdam siteleri her müşteri grubunun ihtiyaç ve isteklerini dikkate alan içeriğe sahip olmalıdır. Sektördeki gelişmeleri hem işveren hem de iş arayan açısından değerlendirerek, web sitesinde bu gelişmelere yer vermek “Yeniden Ziyareti Sağlama” açısından önem arz etmektedir. Online istihdam siteleri arasından güncel haberlere yer veren ve güncel haberleri de kategorilere ayırarak kişinin sitede kolaylıkla bulmasını sağlayan Kariyer.net sitesi yeniden ziyareti sağlayan bir site olarak da göze çarpmaktadır.

Ele alınan web sitelerinin işveren ve iş arayan paydaşları dışında medya paydaşı da bulunmaktadır. Günümüzde paydaşların deneyimlerini paylaşımları kadar etkili olan bir diğer paydaş medyadır. Web sitesi medya mensuplarına kendini ne kadar iyi ifade ederse o kadar çok kişiye ulaşabilir. İçerik planlaması yapılırken işveren ve iş arayan gibi paydaşların yanında medya mensupları da değerli bir paydaş olarak görülmeli ve içerik planlaması ona göre yapılmalıdır. Ele alınan web siteleri arasında medyaya yönelik en çok bilgilendirmeyi sağlayan kariyer.net, eleman.net ve yenibiis.com dur. İçerik çeşitliliğine bakıldığında ise kariyer.net paydaşlarına daha donanımlı bilgi sunmaktadır.

“Arayüzün Kullanışlılığı” enformasyona hızlı ve kolay ulaşmayı gerektirmektedir. Bu açıdan incelendiğinde ele alınan web siteleri karmaşık bir yapıya sahip değildir. Hızlı bir ulaşım söz konusudur. Fakat istenen veriler veya ziyaretçiyi sayfada tutmayı sağlayacak olan güncel haber ve veriler bölümünde eksiklikler bulunmaktadır. Sitelerde güncellenme tarihi olmasa da yayınlanan haber veya ilanların altında yer alan tarihler sayesinde sitenin güncelliği bilgisine rahatlıkla erişilebilmektedir.

Web siteleri iş arayan işe yerleştirdikten ve işverene gerekli personeli bulduktan sonra da bu paydaşların sayfayı ziyaret etmelerini sağlamak, etkileşimi devam ettirmek amacıyla gütmektedir. Sitenin bir daha ziyaretini teşvik etmek amacıyla web sitelerine girildiği anda bildirimler açılmaktadır. Bildirimlere onay verildiği takdirde kullanıcının siteyi tekrar ziyareti kolaylaşmaktadır.

Ayrıca web siteleri mobil uygulamalar ve sosyal medya hesapları ile “Diyalojik Döngü” de yer alan karşılıklı olma kriterini de uygulamaktadırlar. Paydaşların görüş ve düşünceleri farklı yollarla alınmaktadır. Paydaş görüşlerini dikkate almak site ziyaretlerinin artmasını sağlamaktadır.

Sonuç olarak online istihdam siteleri site içeriğini planlarken diyalojik iletişim yaklaşımının gerektirdiği prensiplere dikkat etmeleri paydaşları ile olan iletişimi etkili ve uzun vadeli kılmaktadır. Ayrıca online istihdam sitelerinin “Diyalojik Döngü”, “Enformasyon Kullanışlılığı” ve “Yeniden Ziyareti Sağlama” prensiplerine önem vermeleri rekabet avantajını ellerinde tutmalarını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

1. Akbulut, E., Sönmez, B., Okumuş, M., (2014), “ Türkiye’de Fortune 500 Listesinde Yer Alan Kuruluşların Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Düzeylerine Yönelik Bir Analiz”, Atatürk İletişim Dergisi, s:6.
2. Aslan, A., (2017), “Web Sitelerinin Birer Diyalojik İletişim Aracı Olarak Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme: Türkiye’deki Büyükşehir Belediyeleri Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c.2.
3. Boztepe, H. (2014), Sivil toplum kuruluşlarında halkla ilişkiler: Kurumsal web sayfalarının bağışçı ilişkileri açısından fon sağlama aracı olarak kullanımı. Erciyes İletişim Dergisi, 3 (4).
4. Briones, R. L. - Kuch, B. - Liu, B. F. - Jin, Y. (2011), Keeping Up With the Digital Age: How the American Red Cross Uses Social Media to Build Relationships. Public Relations Review, 37.
5. Ertem, E. T.; Aslan, A. (2016) “Türkiye’de Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Diyalojik İletişim Açısından İncelenmesi”, İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.1, no.1.
6. Gordon, J. - Berhow, S. (2009). University Websites and Dialogic Features for Building Relationships With Potential Students. Public Relations Review, 35.
7. Henderson, A. - Bowley, R. (2010). Authentic Dialogue? The Role of “Friendship” in a Social Media Recruitment Campaign. Journal of Communication Management.
8. Hickerson, A. C. ve Thompson, R. S., (2009), Dialogue Through Wikis: A Pilot Exploration Of Dialogic Public Relations and Wiki Websites , James Madison University, Harrisonburg, VA.
9. Hill, N. L., White, C., (2000), “ Public Relations Practitioners” Perception of the World Wide Web as a Communications Tool”, Public Relations Review, 26(1).
10. Kent, M. L., Sommerfeldt, E. J., Taylor, M., (2012), “Activist Practitioner Perspectives of Website Public Relations: Why Aren’t Activist Websites Fulfilling the Dialogic Promise?”, Public Relations Review 38.
11. Kent, M. L. ve Taylor, M., (1998), “Building Dialogic Relationships Through The World Wide Web.” Public Relation Review 24(3).
12. Kent, M. L. ve Taylor, M., (2002), “Toward a dialogic theory of public relations.” Public Relations Review 28.
13. Kent, M., Taylor, M., White, W.J., (2001). “The Relationship Between Web Site Design and Organizational Responsiveness to Stakeholders”, Public Relations Review, 27.
14. Köseoğlu, Ö., Köker, N.E., (2014), “Türk Üniversiteleri Twitter’ı Diyalojik İletişim Açısından Nasıl Kullanıyor: Beş Türk Üniversitesi Üzeri Ne Bir İçerik Analizi”, Global Media Journal: TR Edition 4(8).
15. Özdemir, B. P ve Aktaş Ymanoğlu, M. (2010). “Türkiye’deki Sivil Toplum Kuruluşları Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kapasiteleri Üzerine Bir İnceleme”. Ankyra: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, c. 1.
16. Pieczka, M., (2010), “Public relations as dialogic expertise?”, Journal of Communication Management, Vol: 15, No: 2.

17. Ryan, D., Jones, C., (2009), *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*, London, Kogan.
18. Ryan, M., (2003), "Public Relations and The Web: Organizational Problems Gender, and in Situation Type", *Public Relations Review*, 29.
19. Seltzer, T. - Mitrook, M. A. (2007). *The Dialogic Potential of Weblogs in Relationship Building*. *Public Relations Review*, 33.
20. Şenyurt, G. (2016) "Belediyelerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında İnternetin ve Sosyal Medyanın Kullanımı: Konya Merkez İlçe Belediyeleri Üzerinden Bir İnceleme", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
21. Tarhan, A., (2012) *Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla Diyalojik İletişim Çerçevesinden Ankara Büyükşehir...* (95-115) 115 İlişkiler Modellerinden Bakmak, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 35.
22. Taylor, M., Doerfel, L. M., (2003), "Building Interorganizational Relationships That Build Nations", *Human Communication Research*, Vol. 29 No. 2.
23. Taylor, M., Kent, L. M., White, J. W., (2001), "How activist organizations are using the Internet to build relationships", *Public Relations Review*, 27.
24. Ulaştırın, T., (2014) "Elektronik İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları Kapsamında Elektronik İşe Alım ve Kariyer Sitelerinin Kullanımı: İSO 500 Büyük Sanayi İşletmesi Üzerinde Betimsel Bir Araştırma", *Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
25. Woodward, W. D., (2000), "Transactional Philosophy as a Basis for Dialogue in Public Relations", *Journal of Public Relations Research*, 12:3.
26. Yağmurlu, A., (2013), "Diyalojik İletişim Çerçevesinden Ankara Büyükşehir Belediyesi Sosyal Medya Uygulamaları", *Selçuk İletişim*, 8(1).
27. Yang, S., Kang, M. - Johnson, P. (2010). *Effects of Narratives, Openness to Dialogic Communication, and Credibility on Engagement in Crisis Communication Through Organizational Blogs*. *Communication Research*, 37(4).
28. Grunig, J. & Grunig, L. (2005). *Halkla ilişkiler ve iletişim modelleri*. In J. Grunig (Ed.) *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, İstanbul: Tribeca.
29. McAllister-Spooner, S. & Kent, M. (2009). *Dialogic public relations and resource dependency: New jersey community colleges as models for web site effectiveness*. *Atlantic Journal of Communication*, 17(4).
30. Cooley, T. (1999). *Interactive Communication: Public Relations on the Web*. *Public Relations Quarterly*, 44(2).

WOMAN IN DIGITAL AGE

Assoc. Prof Dr Ergün DEMİREL
Piri Reis University
edemirel@pirireis.edu.tr

Dr. Pınar ÖZDEMİR
Piri Reis University
pozdemir@pirireis.edu.tr

ABSTRACT

As the world is going digital, structural changes across economies and societies deeply affect not only the working environment but also almost all aspects in our daily life. Mobile technologies have speeded up response capabilities of anything anywhere and anytime. The modus operandi in the work place changed thanks to high speed, and online and unbreakable IT connections. Now people have more flexible working conditions and working hours. Moreover, coordination, cooperation and collaboration are making it easy to have high speed visual and reliable communication at a low cost. The aim of this study is to define new posture of the business life by reviewing significant changes in the work style in the digital era and to put forward some proposals to develop better working conditions and job opportunities for women. The study starts with the review of related literature which is mainly based on researches made by international governmental and non-governmental organizations. After summarizing the improvements in the working conditions, we intended to make an evaluation of them on the impacts of the working women. As a result of this evaluation, some proposals will be submitted to adapt to these improvements so as to improve job opportunities of females in different sectors, in particular for the professions which are full of disadvantages related to characteristics of gender. The result of this study will assist related sectors to realize the new posture of the digitalized world to enable them to define a correct vision on new configuration of work conditions. This study may help the researchers understand the new posture of the sectors in the digital age and to reshape their organization and working style in a way to provide benefit for woman and getting benefit from a diversified working environment with the existence of woman.

Key Words: *Digital World, Woman at Business, Gender Diversification, Working Conditions*

INTRODUCTION

The world of work will change as many jobs are transformed in nature and task content. This bears important consequences for the type of skills required to perform them OECD (2017). Analysis finds that solid cognitive skills, coupled both with the ability to solve problems and learning and thinking creatively, are key to adapting to the scale, speed and scope of digital transformations (OECD, 2018).

The OECD (2017a) Programme for International Assessment of Adult Competencies (PIAAC) shows that across countries, younger workers exhibit better problem-solving skills in technology-rich environments than older workers, and “age gaps” are often wider for female workers (Figure 1).

The problem solving skills of young women are particularly important for raising the average population scores in countries where 30% or less of the workers have a medium or high ability to solve problems in technology-rich environments. In Slovenia, Greece and Turkey, for example, the share of young women who perform well in a high-tech environment is higher than that of young men across the board (OECD, 2018).

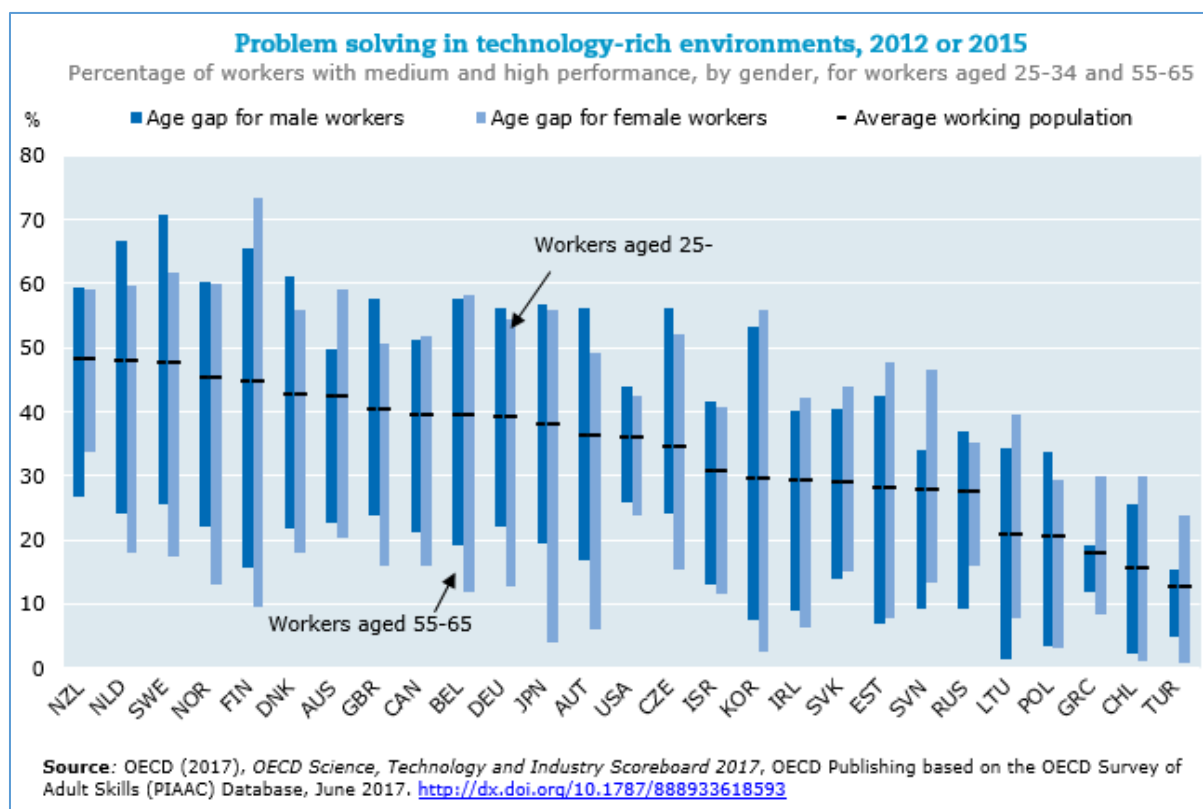


Figure 1: Problem Solving in Technology-rich environment 2012 or 2015 (Source OECD, 2017a)

In OECD countries, with the exception of Korea and Switzerland, gender differences in Internet use tend to be more marked where uptake is generally lower. For example, in Turkey, only about 50% of women were Internet users in 2016 compared with 68% of men (Figure 2). Intergenerational differences, both for men and women, are also wider in countries with lower Internet uptake, and gender differences in Internet uptake are more remarkable for older generations.

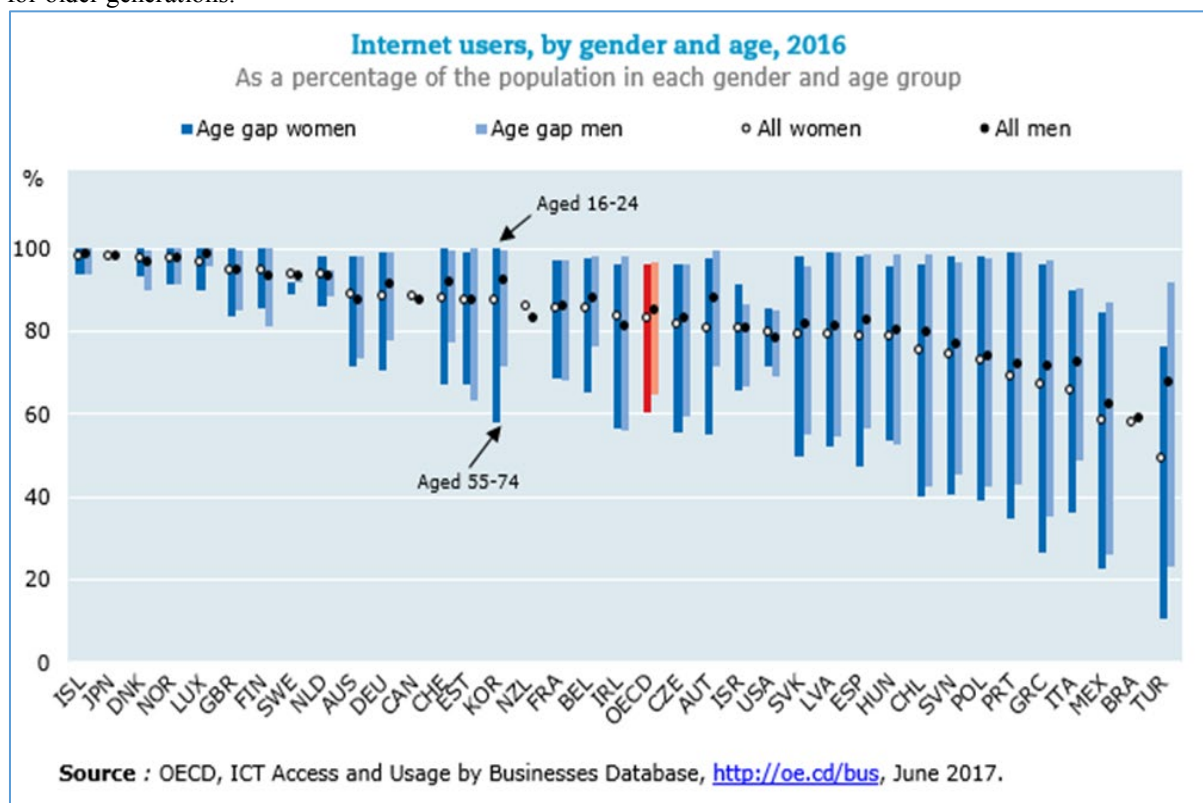


Figure 2: OECD, ICT Access and Usage by Business database 2017 (Source: OECD, 2017b)

b. Improvements related to the Digital Era

Futurist Gerd Leonhard (2015) explains “disruptive technology”, which has a significant impact as being the five essential elements of the digitalization. They are the following:

- Automation of knowledge work
- Advance robotics
- Autonomous vehicles
- The internet of things
- Mobile internet

The first law which is still considered as a big difference between the males and females will become meaningless when the advanced robotics and autonomous vehicle technologies improve.

The UK Department for Transport has launched its 'Maritime 2050' strategy, which was described as the first long-term programme developed in close partnership with industry it highlights the government's recognition of the importance of the maritime sector to Britain's future success.

Maritime 2050 is published at a time when the UK faces intense competition from maritime nations in the Far East, Northern Europe, Gulf and North America, in particular. In this document, the following items are defined as significant opportunities (MEM, 2019);

- Foster innovation in new technologies like autonomy and clean growth
- Attract more maritime business to the UK
- Drive coastal economic development to create a coastal powerhouse
- Grow a skilled and diverse workforce

More women will join the industry and business to meet the growing workforce requirements. Additionally, scientific studies proved that some of the advantages of women in business are the following;

- Women are considered to have cognitive style that focuses on harmony (Hurst et al, 1989).
- Women have an ability to facilitate dissemination of information (Earley and Mosakowski, 2000).
- It is also argued that gender diversity would lead to increasing creativity and innovation (Campbell and Minguez-Vera, 2008)

It is strongly believed that the business and industry will deploy woman for the jobs required for above mentioned specifications.

RESEARCH METHOD

The aim of this study is to define a new posture of the business life by reviewing significant changes in the work style in the digital era and to produce some proposals to develop better working conditions and job opportunities for women.

The study starts with the review of related literature which is mainly based on the empirical researches made by international governmental and non-governmental organizations. After summarizing new improvements in the work conditions and new requirements of the business sector, the impacts of women at work will be evaluated. As a result of this evaluation, some proposals will be produced to make use of these improvements to develop job opportunities of the female in different sectors, in particular for the professions which is full of many disadvantages due to characteristics of gender.

The result of this study will assist the various sectors to realize the new posture of the digitalized world to enable them to define a correct vision on new configuration of work conditions. This study may help the researchers understand the new posture of the sectors in the digital age and reshape their organization and working style in a way to provide benefit for woman and getting benefit from a diversified working environment with the existence of woman. The aim of this study is to define the new posture of the maritime sector by reviewing significant changes in the world economy and trade and to define some proposals for the countries developing their maritime industries.

RESEARCH**a. Significant changes which affect the business**

From the two decades of the 21th century on, business methods have been drastically changed depending upon the following improvements;

- Development of communication facilities
- Increased IT capabilities
- Commercialization of space technologies
- Development of IT interfaces
- Development of robotic technologies

Not only the *modus operandi* of many business sectors but also previously applied work styles have been changed. Some new jobs have appeared as some old ones have disappeared or changed their nature. During this transition, women started to work in the sectors which have not been considered not suitable for them due to the gender characteristics, such as crane operator, air pilots, ship skipper etc.

b. Improvements in Western World

Being digital is no longer an option for European citizens. Innovating is no longer an option for the European Union; however, more than half of the European population faces these challenges in inferior conditions (European Commission, 2018).

Conditions of inferiority stem from widespread stereotypes of women's supposed lack of capacity for certain technical and scientific tasks or their lesser interest in the digital world. Preconceived ideas about 'how a good leader should be' or 'what it takes to succeed as an entrepreneur' are the examples of ideas that have not been overcome. In some areas, they are being reiterated in the society. Females are not taking advantage of the opportunities created by the ICT and digital sectors in the labour market and they seem to be encountering specific barriers and difficulties, especially regarding the childbearing age which is most often at a critical juncture in their professional development (European Commission, 2018).

According to European Commission report in 2018, despite the growing demand of ICT specialists and digital profiles, the percentage of Europeans with ICT-related education, at all levels, is decreasing. This trend is shared by both genders, but the gender gap has slightly widened. There are still four times more men in ICT-related studies than women in Europe. The gap between men and women who graduate from ICT fields is persistent all around the EU. The biggest differences are found, in absolute terms, in Malta and Finland. In relative terms, the gaps are the biggest in Belgium, Slovakia, Luxembourg and Lithuania, where the number of male ICT graduates is about 10 times higher than that of females. The gap is relatively smaller in Bulgaria, Romania and Cyprus, where male ICT graduates triple those of women. Gender gap is also widening in employment. In 2015, 5.8% of European workers were employed in digital jobs, compared to 5.4% in 2011. A slight growth occurred for both men and women, but was greater among males, thus the existing gap increased. The share of men working in the digital sector is 3.1 times greater than the share of women. The gender gap is larger if only the working population with tertiary studies is considered. The share of men with university studies working in digital jobs is 3.6 times higher.

c. Digital Jobs for Women

According to European Commission studies, the women prefer jobs related to digital technologies. This is probably due to the fact that digital jobs generally pay better than other jobs and that workers in these occupations have, overall, better working conditions. However, women aged 30 to 44 are the exception, they leave their digital jobs more than the average, and of course to a much greater extent than men. This fact suggests that digital jobs are particularly difficult for women who are trying to reconcile their professional and personal lives. Despite the fact that female workers of the ICT sector say they have more flexibility, feel they are well paid and are motivated to a greater extent than female workers from other service sectors, they experience more discrimination. As a result, the annual productivity loss for the European economy due to women leaving their digital jobs to become professionally inactive is 16.1 billion Euro.

DISCUSSION

a. Innovation and Gender Perspective

The 19th and 20th century were the Invention Era. 21st Century will probably be called as Innovation Era. Innovation is vital in today's Challenging World Economy. The innovation is the key element of the completion to survive.

The recommendations made by Robert Madelin (2016), on how Europe should face its mission to innovate can be applied to innovation from a gender perspective. Fighting gender imbalances, like innovating, is a complex task. It is necessary to know and understand what is happening in order to face it. Therefore, information, knowledge and awareness are crucial to succeed innovation.

In the light of Madelin's research, following issues should be considered when finding better solutions for innovation;

Open governance

Gender diversity is a complex and hard to understand issue. But it is required that it is needed an open approach that allows for the integration of the very diverse actors involved so that they can collaborate in a more fluid way.

Open innovation

Innovation can come from “anywhere” and “anybody”. No one person will bring a great gender equality to the digital sector on his or her own. Greater achievements would be possible if the subject is approached in a more distributed, decentralized and participatory way. In our search for value, processes must become permeable to external innovations and exchange of experiences, overcoming traditional linear approaches. Some experiments show females are more successful while in collaboration with an e-commerce platform. It is believed that similar results could be reached in many other job areas and skills.

Shared commitment and cooperation

A common frame of vision is needed that allows overcoming the existing fragmentation of initiatives and scales-up the few successful initiatives across Europe at the EU levels. A shared, high level and long-term vision is also essential to establishing long-term initiatives. Only commitment and persistence in the medium and long-term will bring about change. Coordinated and sustained action is required. It's about people.

Education

Education and skills must be at the centre of every strategy and such strategies need to consider all life courses in the digital age, from childhood to adulthood. They should include life-long learning as well. What's more, education must bring about the necessary cultural change alongside skills development to provide the indispensable tools for equality.

Unfortunately, there are no magic recipes to ensure women's equal participation in the digital age. The progress has always been the result of strategic changes that have permeated the entire organizational culture. Gender equality and increased diversity have been adopted as core guiding principles of the organization. The actions undertaken have come as a result of this. Specific actions, often aimed at fulfilling general commitments or improving the corporate image, tend to have a very limited impact.

b. Developing women in a digital world

IT sector is rapidly growing and increasing its share in the economy not only in the Western World but also in other parts of the world. Overall spending on information and communication technology (ICT) in the Middle East, Turkey, and Africa (META) is set to grow 2.5% a year. In 2019, it is expected to reach \$213 billion. Nowadays the most influential technology vendors are telecommunications operators and IT service providers. Digital Transformation (DX) initiatives play a critical role in driving ICT investment across the region.

Jyoti Lalchandani, IDC's group vice president and regional managing director for the META region, said that “In the next two years, the proportion of digitally determined organisations with a fully integrated enterprise-wide technology architecture will grow from 34% to nearly 90%,” he said. “By 2022, 25% of endpoint devices and systems worldwide will be executing AI algorithms, and between 2018 and 2023, more than 500 million new apps will be created, equalling the total that was built during the preceding 40 years.”

Simultaneously, the number of women working in IT sector is increasing. The women have a great interest in IT sector and they assume that this is one of the best jobs for them to prove their skills.

European Commission, (2018a) published a report on “Increase in gender gap in the digital sector - Study on Women in the Digital Age”. This new study on Women in Digital Age reports that there is a growing gap between participation of men and women in the digital sector in education, career and entrepreneurship. The main findings of this study are:

- There are four times more men than women in Europe with ICT-related studies. There is a decrease in women taking up ICT related higher education when compared to 2011.
- The share of men working in the digital sector is 3.1 times greater than the share of women.
- The annual productivity loss for the European economy of women leaving their digital jobs to become inactive is calculated to be about EUR 16.2 billion

The Digital Education Action Plan announced by the Commission is a step towards addressing this gender gap by encouraging girls and boys to take up ICT related education and be able to adapt to the needs of the digital age.

Sorgner & Krieger-Boden (2018) published an article on Empowering Women in the Digital Age. In this article, it is stated that, digitalization offers a variety of opportunities for female empowerment and for a more equal female participation in labour markets, financial markets, and entrepreneurship. Currently, digitalization seems to favour female labour force that faces lower risk of being replaced by machines, as compared to male labour

force. Women's often superior social skills represent a "comparative advantage" in the digital age, and this is particularly so when social skills are complemented with higher education and advanced digital literacy. They draw the attention of community on the possible dangers for women in digital era. "Current gender inequalities may prevent women from fully benefiting from opportunities offered by digitalization. Women often find themselves trapped in a vicious circle, where current gender gaps hinder the chances for future improvements. Thus, prevailing legal and cultural restrictions towards female autonomy in many emerging and developing economies tend to prevent women from accessing digital devices that could help overcome some of these restrictions. And even in the most developed G20 countries, lower female enrolment rates in higher education, especially in STEM fields (Science, Technology, Engineering and Mathematics), deters women from fully realizing the chances offered by digitalization. Accordingly, women are at "risk of missing out on the most promising jobs of the digital age".

They make a proposal by paving the way for a successful adoption of the new digital age opportunities by women. Given the potential for gender gap persistence to undermine any future gains to women from digitalization, the G20 leaders need to take action.

G20 should launch an initiative to redesign and use existing government programs to foster women's economic and digital inclusion, especially in developing and emerging economies. These programs may enhance women's economic inclusion by targeting women as beneficiaries of financial transfers to their families or communities. As a result, these modifications will not only enhance women's economic inclusion but even improve them.

c. Changing Work Conditions, Work Styles

Technological developments, especially remote control systems, have now enabled women to do work requiring strong male power. Improved working conditions such as ventilated or air conditioned work spaces enabled emaciated women body eligible to work in difficult workshops. This situation provided work with many difficult jobs which were previously not considered suitable for females.

Ladies operating 40 tons of Gentry cranes at port at 40 meters high, female engineers at off shore facilities in the strong winds of high seas for months... Woman deployed in SEAL teams participating difficult operations when tiny women controls unmanned air vehicles in the tactical field.... 25-year-old girl handles a huge ship as a watch officer, scientist women work on board of a research ship in the wavy Arctic Sea. Ladies are now new knights of the Men's Kingdom.

Maternity and pregnancy may create problems in some formidable work areas such as deployment on board the ships, military etc. To overcome that, we should create diversification in the profession which means the woman could have a chance to change her profession in the same sector in case of maternity or pregnancy. For example, a female seafaring officer on board could find a related job at port. This is also possible by modifying education system.

Manuel (2017) explains his solutions in this subject for maritime industry. "It allows for an easier migration of seafarer experience and talents to other parts of the maritime industry. At the national level, it has significantly enhanced the exposure and reputation of MET (Maritime Education and Training) and seafaring as a career option as it aligns more with the main expression of higher education in many jurisdictions. Furthermore, with the enhanced role of technology in the world, such education allows for the industry as a whole to have more versatile professionals in place for future changes in ship operation.

d. More Developed Qualities in Men and Women

There are obvious physical differences between genders in size and anatomy, but it is also a fact that there are psychological differences between the genders which is complicated and open to discussion. These differences may change depending upon social and cultural background, though there are commonly accepted qualities. These qualities are important since they affect their skills. Colonel Nevena Atanasova – Krasteva, PhD has introduced a table on More Developed Qualities in Men and Women in a conference related to the Diversity Management in the Maritime Profession. This table is based on some scientific studies, but always arguable.

MAN	WOMAN
Logic	Intuition
Summary	Analysis
General perception	Attention to detail
Binge abstractions	Concreteness

Orientation in time and space	Agility and precision of hands
Technical focus	Humanities
Motive-success	Motive- relation to others
Striving for Leadership	Ability to obey
Binge innovation	Following the rules

Table1: More Developed Qualities in Men and Women

One of the most influential studies in the field, published in 2001 by pioneering personality researchers Paul Costa, Robert McCrae and Antonio Terracciano, involved over 23,000 men and women from 26 cultures filling out personality questionnaires. Across these diverse cultures, including Hong Kong, USA, India and Russia, women consistently rated themselves as being warmer, friendlier and more anxious and sensitive than the men. The men, meanwhile, consistently rated themselves as being more assertive and open to new ideas. In the jargon of personality psychology, the women had scored higher on average on Agreeableness and Neuroticism and on one facet of Openness to Experience, while the men scored higher on one facet of Extraversion and a different facet of Openness to Experience (Jarret, 2016).

Being warmer, friendlier and more anxious and sensitive to their feelings, provide more opportunity for the jobs in medical and education field. Agreeableness is a very desirable character for any type of marketing business.

As Marco Del Giudice says, “researchers often stress the risk of overestimating gender differences, but the converse is just as true. Pretending that gender differences are smaller than they are deprives people of a very important piece of knowledge about themselves and others.”

The reality is that “men shapes women, women shapes men”. Differences between genders may change in different societies and cultures. The patriarchal and matriarchal family type is also a factor in the differentiation of the sexes.

It's an elemental fact that people increasingly don't want to hear: Sex differences in personality and behaviour are real. And they have a profound effect on many aspects of health. Some traits are more prevalent in women, some in men; listed by magnitude of sex difference (Schmitt, 2017). the most dominant characters of man and woman are grouped as follows;

Woman: Body fat, Cooking, Among foragers (hunting roles), Early onset of puberty, Empathy, Interest in people over things, Preference for female-typical toys, Preference for taller mate, Primary caretaker of children, Sexual disgust, Vulnerability to depression

Man: Deep voice pitch, Early mortality, Grip strength, Height, Likelihood of homicide, Preference for rough-and-tumble play, Throwing ability, Upper-body strength, Vulnerability to psychopathy

e. Leadership Skills of Genders

A new study carried out at Pew Research Center revealed that women make good leaders! As is seen on Figure 3, they actually rank higher than men do for a number of leadership traits, according to the study—though you wouldn't know it from their paltry representation in leadership roles (Pavithra, 2017).

The following figure introduces us the result of a research on corporate leadership skills of two genders.

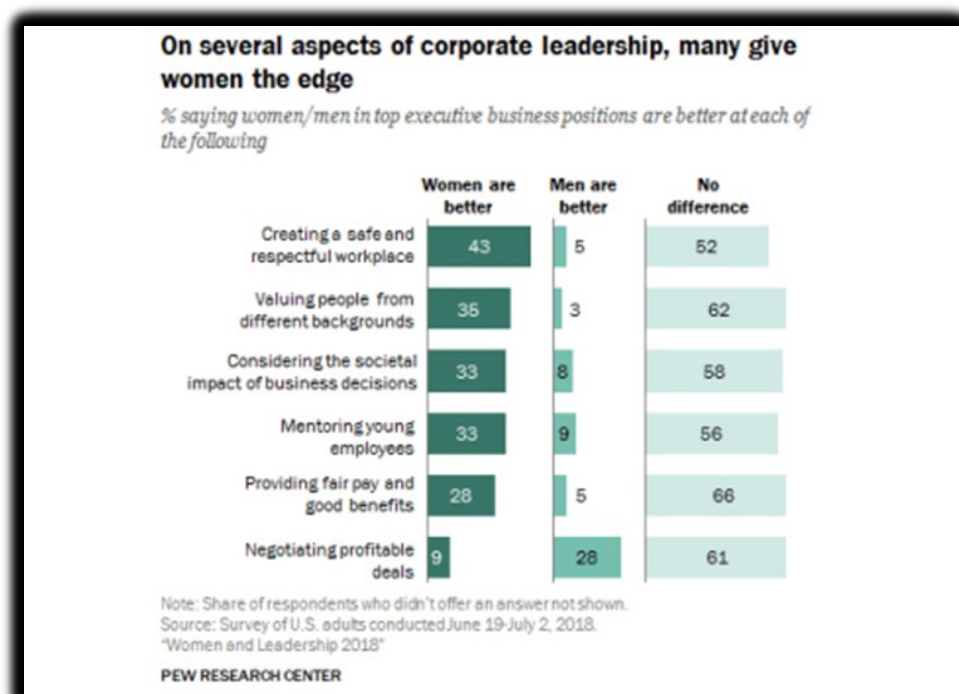


Figure 3: Comparison of Corporate Leadership of men and women
(Resource: Pew Research Centre)

Of the 4,587 people surveyed, 43% said women in business were better at creating a safe and respectful workplace, while 35% said women were better at valuing people from different backgrounds; only 5% and 3% of respondents, respectively, said men were better in those areas.

Of course, men still dominate the leadership ranks of business and politics. Though this year has seen a record number of women running for seats in the U.S. House and Senate, women currently account for just 20% of Congress. In the business world, those numbers are even more skewed, with only 25 women at the helm of Fortune 500 companies.

f. Competencies in the Digital Era

Common characteristics of digitalization are availability of huge data; data mining to use huge data banks; artificial intelligence to facilitate decision making; high level of automation; high speed on-line data transfer. Digitalization changed the expectations from the human being at work. The most important human factor competencies needed in the near future are:

- Leadership
- Expressing himself well
- Processing large amounts of data from various human-machine interfaces
- Focus on critical issues rather than details.
- Working with teams in remote locations
- Understand automation and its limitations
- Manage change
- Continuous learning
- Coping with increased stress
- Ability to communicate effectively

In the light above mentioned expectations, we make some assessment on the employment of women in the future. The leadership skills of females are better than men with their smooth characters. Women are better at expressing themselves well comparing with man. Women are open to manage themselves to change and always ready for continuous learning. Their ability to communicate effectively is better than men. Automation is a part of their daily life, covering approximately all equipment in the house. The US Armed Forces prefer females as Unmanned Automated Vehicles operators knowing their abilities to work remote locations.

There are no gender gaps between males and females with basic digital skills in Belgium, Denmark, Germany, Slovakia and Malta. However, it should be noted that the data refers to self-assessed skills by the citizens in surveys and that women are generally more questioning with their own skills and capabilities than men (European Commission, 2018). It is strongly believed that this problem could be easily solved by mentoring female workers.

In conclusion, women have better qualifications to meet the most important human factor competencies needed in the near future compared with men.

CONCLUSIONS

Women have become an ever-unneglectable part of the world economy that requires increasing qualified work power every day. The technology, which is rapidly developing and offering new opportunities, continues to increase the number of workplaces and job sites suitable for women's work. In particular, digitalization and automation have created favourable conditions for women's work, even in workplaces that are not particularly suitable for women's work. Gender-specific traits of women allow more women to be employed in certain job areas.

United Nations, European Union, OECD and other respective associations encourage and motivate women to orientate towards many careers in different job sectors. There are many international and national programmes, conferences and workshops that incite women integration in different types of the industry. Number of the women at high-level management is increasing. More importantly many employers started to understand the advantages of gender diversity which they assumed as a disadvantage previously.

The findings of this study are introduced in the following paragraphs which should be seriously taken into account by authorities.

- The women have better qualifications to meet the most important human factor competencies needed in the near future rather than today. This should be stressed in every platforms to draw attention of the employers.
- Implementation of anti-sexual harassment and abuse regulations will facilitate the inclusion of women in business which we really require more in the new era.
- International organizations, in particular ILO (International Labour Organization), should develop new policies and programmes to facilitate and encourage inclusion of women in work.
- The pillars of the Western civilization, in particular European Union, should establish new policies which increase women participation in more job sectors, including positive discrimination measures. This will be a good example for developing and underdeveloped countries.
- On understanding the facts of the new era, new job areas should be reconsidered and created as a potential career for women.
- Maternity and pregnancy may create problems in some formidable work areas. To overcome these problems, we should provide privileges for women, which means to give them a chance to change their profession in the same sector in case of maternity or pregnancy.

Problems like sexual harassment, sexual abuse and unwillingness of mostly man-oriented employers for woman employment still continue, but depending upon the economic and social improvement, it is strongly believed that the negative effects of these problems will be gradually reduced.

Women are now present in almost every line of business and this trend will continue to increase. We must do our best to accept them as a part of our social and business life and not assume that they are intruders of our job sectors.

REFERENCES

- OECD, (2018). Women in the digital era: Internet use and skills at work (<http://www.oecd.org/gender/data/women-in-the-digital-era-internet-use-and-skills-at-work.htm>) (Retrieved on 20.01.2019)
- OECD, (2017). OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2017: The digital transformation, OECD Publishing, Paris, (<http://dx.doi.org/10.1787/9789264268821-en>) (Retrieved on 20.01.2019)
- OECD, (2017a). OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2017, OECD Publishing based on OECD Survey of Programme for International Assessment of Adult Competencies June 2017 (<http://dx.doi.org/10.1787/888933618593>) (Retrieved on 20.01.2019)
- OECD, (2017b) ICT Access and Use by Businesses (Edition 2017)
- Michael E. M. (2017). Vocational academic approaches to maritime education and training (MET): Trends, challenges and opportunities, WMU Journal of Maritime Affairs (2017) 16:473-483 DOI: 10.1007/s13437-017-0130-3
- Leonhard G., (2017). The digital transformation of business and society, and its impact on the shipping, ports and maritime industries by 2030, Digital-Transformation-Ports-2030-IAPH-Conference 29th World Port Conference 2015 , Hamburg <file:///H:/WOMAN%20IN%20DIGITAL%20AGE/Digital-Transformation-Ports-2030-IAPH-Hamburg-Futurist-Gerd-Leonhard-Public-web.pdf> (Retrieved on 29.01.2019)
- MEM (Marine Engineers Messenger (MEM),(2019). UK Launches Maritime 2050 Long-Term Strategy, 29 June 2019 <https://www.mem-online.com/news/article/uk-launches-maritime-2050-long-term-strategy.htm> (Retrieved on 29.01.2019)
- Campbell, K. and Minguez-Vera, A., (2008). "Gender diversity in the boardroom and firm financial performance", Journal of Business Ethics, Vol. 83 No. 3, pp. 435-451.

- Earley, P.C. and Mosakowski, E., (2000). "Creating hybrid team cultures: an empirical test of transnational team functioning", *Academy of Management Journal*, Vol. 43 No. 1, pp. 26-49
- Hurst, D.K., Rust, J.C., and White, R.E., (1989). "Top management teams and organizational renewal", *Strategic Management Journal*, Vol. 10 No. S1, pp. 87-105.
- European Commission, (2018). *Women in the Digital Age - FINAL REPORT*, DG Communications Networks, Content & Technology, © European Union, 2018 ISBN: 978-92-79-77625-0 doi: 10.2759/526938 <http://www.media2000.it/wp-content/uploads/2018/03/WomeninDigitalAgeStudy-FinalReport.pdf> (Retrieved on 29.01.2019).
- Madelin R., (2016). 'Opportunity Now: Europe's Mission to Innovate', 2016, Figure 92. Understanding innovation in Europe ISBN 978-92-79-58446-6 doi: 10.2759/928766
- Jarrett C., (2016). Do men and women really have different personalities? *Personology Psychology, Tomorrow's Trends, Future Now*, 12 October 2016 <http://www.bbc.com/future/story/20161011-do-men-and-women-really-have-different-personalities> (Retrieved 20 January 2019)
- Schmitt D. P., (2017). The Truth about Sex Differences, *Psychology Today*, November 16, 2017 <https://www.psychologytoday.com/us/articles/201711/the-truth-about-sex-differences> (Retrieved: 20 January 2019)
- Pavithra M., (2018) <https://www.fastcompany.com/90240949/study-women-rank-better-than-men-at-these-leadership-traits>
- Manuel M. E., (2017). Vocational and academic approaches to maritime education and training (MET): Trends, challenges and opportunities, *WMU Journal of Maritime Affairs* (2017) 16:473–483 doi: 10.1007/s13437-017-0130-3
- BLOGNEWS, (2019). Digital Transformation Spending in the Middle East, Turkey & Africa to Top \$25 Billion in 2019, *Tarsus. Today*, January 23, 2019 <http://www.tarsus.today/digitrans-spending-to-top-25-billion/> (Retrieved: 31 January 2019)
- European Commission, (2018a). Increase in gender gap in the digital sector - Study on Women in the Digital Age, *Strategy Digital Single Market Reports and studies, Digital Single Market REPORT / STUDY 8* March 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/increase-gender-gap-digital-sector-study-women-digital-age> (Retrieved: 31 January 2019)
- Sorgner A. and Krieger-BodenC., (2018), *Empowering Women in the Digital Age*, G20, Kiel Institute for the World Economy (IfW)) July 4, 2017 | Last updated: May 9, 2018 https://www.g20-insights.org/policy_briefs/empowering-women-digital-age/ (Retrieved: 30 January 2019)

WOMEN ARCHITECTS IN THE SHADOW OF MEN: IS ARCHITECTURE A GENDER-BIASED PROFESSION THAT MAKES WOMEN ARCHITECTS ‘THE OTHER’?

Eda BOZKURT
Master of Science in Architecture,
Department of Architecture,
Faculty of Art, Design and Architecture,
Bilkent University,
Bilkent, 06800 Ankara, Turkey
ebozkurt94@hotmail.com

ABSTRACT

“In architectural practice many women architects have chosen and still chose to remain invisible, preferring to operate as ‘architects’ and not to emphasize their female status.” (Rendell 2000)

Women are mostly considered as hidden figures of modern architecture. As every part of their life, they are great collaborators in their own professions. Architecture as a deeply collaborative profession, hosted many women architects who dedicated themselves to their jobs, played crucial roles, took noteworthy responsibilities, but strangely rarely received credits compared with the male colleagues who they have worked with. This study examines two examples of successful women architects who have self-accomplishments in their own eras. Primarily Lilly Reich (1885-1947) will be studied in terms of her thirteen years long collaboration with Ludwig Mies van der Rohe; later, Denise Scott Brown (1931-) will be addressed whose contribution was ignored in the collaborative work with her husband. In the light of these case studies, the facts which made these women took the backseat will be argued and the recent place of women architects in profession will be studied. This paper mainly organized by asking some critical questions which allowed this topic to be studied in different ways: What is the reason that makes women stand behind in the profession of architecture? Is the reason simply themselves, is it the men-dominated profession and the education system, is it the social assessments?

Keywords: women architects, hidden figures in the architectural profession, gender-bias, male-female architectural partnership, Lilly Reich, Denise Scott Brown

INTRODUCTION

It is a major problem that women architects are left behind, and they are not given a chance to put themselves forward, even though they endeavor for it. My intent is to show the unevenness that is created between men and women in the profession of architecture. I believe, not only in the architecture, but in every profession of life, women need to be brought forward. What this study explores is the most featured problems that cause women to be left behind and how these problems reflect women to shape their professional careers. Within the scope of the study, I addressed two women architects who became influential characters of their eras: Lilly Reich and Denise Scott Brown. Both come into prominence by being the hidden female figures who took substantial roles through their practices yet did not get enough return on their efforts.

“WOMEN ARE NOT INERT OR POWERLESS.”

Today, women are holding positions of substantial responsibility in the production of architecture. They are now having the highest honors in their educations, playing more important roles both in public agencies and private offices. The number of women who are succeeding in their practices, entering and winning the competitions are raising day by day. Beside their achievements, not everything proceeds smoothly. They continually encounter gender-prejudiced obstacles in every new environment they enter.

Ellen Perry Berkeley clearly stated in her book that how women are filling the architecture schools. She showed the numbers of women who are making up 30 percent of the bachelor's programs and 40 percent of the master's programs (Berkeley, xv). Women totally break the fact of being minority since they started moving into profession in record-breaking numbers. They are now numerous enough to appear as strong figures in the society. Even

though they become able to stand for themselves, society came up with new gender-oriented stereotypes and supposed that even though women are educated for the profession, they would be more able to design houses for society, again mainly for women themselves. In fact, yes, they can design the best houses if they want to, but here the problem is differently based. Here society still got the idea of bounding women with home. No matter how well they educated or no matter how they want to be an architect, society automatically makes to stick up to your home, not your profession. Women want to announce themselves as architects, not the women architects who only design houses. Additionally, most of them are not comfortable with the idea of hearing themselves called “women architects”, a nonsense special point of gender before their captions which is not even used for men as “men architects”. Ellen Perry Berkeley also mentions a new term of “architectress” which she defined as condescending (Berkeley, xvii). I believe, even with these small terms, we distinguish women from the other part of their profession, which we immediately need to stop. These kinds of circular definitions link career achievement with masculine attributes. Because of the social forces which hinder their ability to gain consequential credentials, women are forced to know between limits. There is an example which I encountered in the paper of Elizabeth G. Grossman and Lisa B. Reitzes; they mentioned about the equivocal relation of women to the profession by putting forward the fourth definition which was set by Committee on Education. Their definition sadly supports that architecture was a profession best served by *gentlemen* (Grossman and Reitzes 1989). I sincerely believe that, architecture should accept people on their merits, appreciate their achievements, regardless of their gender.

In their essay *Caught in the Crossfire*, Grossman and Reitzes show that the studies on women in the architecture have shared the assumption that there was a connection between the progress of women in the profession and their access to architecture schools to get educated (Grossman and Reitzes 1989). To give America as an example, after the chaotic social struggles such as Civil War, World War II, etc., these time periods are considered as the most optimum times for women to enter the architecture schools. Since the men were all responsible to fight a battle, women should be improving themselves. So that, when the wars end and men come to their homes, they would find their women educated and ready to serve for them and their country. It shows something sad that, women were able to get the education they wanted as much as men allowed them to, and women were given as much space as men left. When we turn our faces to today’s architectural schools, the equality between female and male students can be explicitly seen not only in number but also with the quality of education they are able to take. So, it can be felt that something has changed in time for good. Education separates itself from constructing a model of “gentlemen” architect. Even though today’s architectural school education systems promise women equal access and rights for professional training, the roads get narrow after they graduated. No matter how well they did in school, they somehow have hard times to catch their male colleagues who have the same educational facilities as them. According to a study on why women leave architecture which RIBA undertook in 2003, the most popular responses of women to this question is mainly based on gender discrimination. They suppose architecture is a male-dominant profession and continued by giving examples: they frustrated with their less pay compared to men, longer working hours than men, their ideas considered invaluable compared to men, etc. Even though changes in architectural education system rise a hope, these complications in profession neutralize it. Their gender should never be given as the reason why women are be paid less in their architectural practice, be hold back in the profession or even be questioned by their commitment to architecture. As Leslie Kanes Weisman writes that, sex discrimination should not be shaping the quality of a woman’s education, defining her life and her working career (Weisman 1989).

Women started to make critical contributions to built environment not only as users, but also as creators and designers that they should no longer be marginalized in architecture or any other exclusionary professions. Women are not inert or powerless and so their effort and experiences in architecture should not be neglected. Margrit Kennedy suggests that, women architects are well equipped to carry out a synthesis for being the ones who are first socialized in the female attributes and then professionally trained in the male (Rothschild and Rosner 1999). Since they combine both sets of attributes, their contribution to architecture would be more than they are allowed.

MALE-FEMALE ARCHITECTURAL PARTNERSHIP

By the mid-1970’s Dolores Hayden and Gwendolyn Wright had brought a question that they asked, “To what extent do the work of women designers, like that of women artists, been credited to their male colleagues-husbands, fathers, brothers, partners, employers?” (Rothschild and Rosner 1999). The hierarchical structuring of the architectural profession generates the answer only ever asking the question itself. Since women’s participation still considered as marginal, their works are not embraced unless they are happened with male decision. Questioning women’s role in architecture now needs to be an issue that comes to an end rather than to be discussed. Women and men are totally different creatures from each other, and it is not possible for them to take over each others’ works in this manner. Margrit Kennedy describes differences between male and female principles in

architecture and she sees them not as “exclusive categories, but rather poles defining a continuum.” (Rothschild and Rosner 1999). For showing several points of contrasting qualities, she promotes her opinion. She defines female being more user-oriented, flexible, organically ordered, holistic and complex, while she introduces male being more design-oriented, fixed, abstractly systematized, specialized and one-dimensional. While the differences are that high, it may not be coherent to expect the contributions equal in their qualities and even for in their quantities. Men shouldn’t always be the ones who do most of the talking. This study introduces two examples of male-female architectural partnership under this generalization. One of them is Lilly Reich and Mies Van der Rohe, the second is Denise Scott Brown and Robert Venturi partnership. These two examples have a common trait that they are both male-female partnerships which the work was misattributed to the male partner. This can be considered as the result of an underlying biased attitude between male and female. What is different about these examples is the paths that were followed by the female partners in the face of this problematic.

Lilly Reich (1885- 1947) (see, Figure 1) who was running her own independent fashion atelier in her mid-twenties in Berlin, was not only designing clothes and accessories for women (see, Figure 2), but more than that, she was representing a modern female figure who was running her own business and earning money on her own. Besides her flourishing practices, she was also occupied with designing exhibition installations, window displays and interiors, including furniture and finishing. Reich had a rare combination of artistic and organizational skills, which are available to maintain an active atelier and oversee the timely construction and outfitting of major exhibitions. Her talent and versatility made her road crossed with Mies Van der Rohe (see, Figure 3). Reich who met Mies no later than 1924, occupied a singular position in his career, and he occupied that kind of a singular position in hers. She was the only woman with whom Mies developed a close and even dependent professional relationship. Their collaboration developed the truly innovative designs which made Reich the best known at those times. The projects that they undertook together demonstrated a dynamic use of materials, new forms and conceptions of space, and new models for dwelling, as can be seen both in major private commissions and in large-scale exhibitions (see, Figure 4) that displayed full-scale living spaces and modern industrial products.



Figure 1: Lilly Reich, 1933. Bauhaus-Archive Berlin, photograph by Fritz Schreiber.

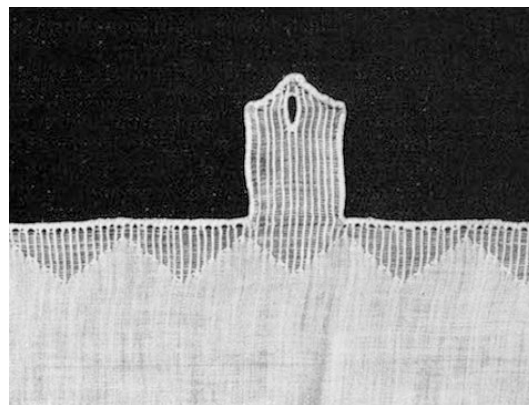


Figure 2: Lilly Reich (designer), embroidery detail, 1926. Else Hoffmann, “Von Wäsche und Kleidern,” *Neue Frauenkleidung und Frauenkultur* 22, no. 2 (1926): 41, fig. 22a.

They were close associates until Mies Van der Rohe immigrated to the United States in 1938. He left Lilly Reich, but she preferred to manage business of Mies in Berlin; she maintained his office, remaining his personal and professional records through the devastating conditions of World War II and as late as her death until 1947. The love between them was presumed by all know them both until Mies retreated himself after his immigration to the U.S and closed her out of his life. During the years of their relationship, Lilly Reich played crucial role in Mies's development of a new language for interior design. Also, she took heavy responsibilities in their collaborative exploration of the latest materials and the use of technology, especially for the exhibitions of industrial companies. Their achievements carried both partners to the higher positions in their careers. Lilly Reich was a woman of intelligence, discipline and was also gifted with a sensibility as refined as Mies's. Apart from all those specialties she had, she was always a woman who recognizes the authority of Mies. In this respect she may be considered as a traditional European woman, giving all her rights to her man. It is so apparent that, Mies Van der Rohe might not be him if he wouldn't met with Lilly Reich. Even though Lilly Reich spent much time and energy attending to details, today Mies is the one who is told in the architectural education. May be Mies have never found a later collaborator whose artistry so augmented his own, but he is the one who took the profit, while Lilly Reich left hidden behind him despite her blazing history full of success.



Figure 3: Lilly Reich and Ludwig Mies van der Rohe, 1928, Barcelona, image by nytimes.com

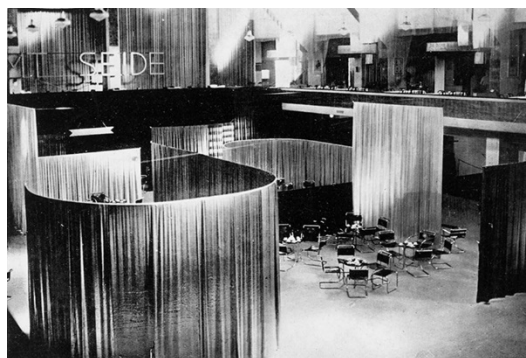


Figure 4: Lilly Reich and Ludwig Mies van der Rohe, 1927. Café Samt & Seide, image via pinterest.com

For the second male-female architectural partnership, Denise Scott Brown and Robert Venturi emerge by being a wife-husband team (see, Figure 5). Typically, the husbands have attracted the fame and glory while the women worked quietly in the background. In their partnership, it has never been the case. Denise Scott Brown (1931-) had already made important contributions to the field of urban design when she met and married her husband, Robert Venturi. Although he appears to be more frequently in the spotlight, her research and teachings have shaped modern understanding of the relationship between design and society. In their office which they were running business together, Brown has been a partner in charge of a series of urban design and planning projects throughout the country. She has written and lectured extensively so that she designed series of academic research projects. Even though they are carrying the equally weighed loads, Venturi, as a male partner, accepted as the one who is the ruler of the firm. Denise Scott Brown, with her essay *“Room at the Top? Sexism and the Star System in Architecture”*, based on the speech she gave, sincerely tells the tristful situations about discrimination that she suffered during her career. Their joint works mostly considered as his own works as if he manufactured them on his own. Denise Scott Brown as a woman whose publication record is respectable, even after publishing *“Learning from Las Vegas”* which she coauthored with her husband, she says lots of their friends tells her that they think it was Venturi writing (Brown 1989). She witnessed one who asks Bob “So, you’re the architect!” who asks well-meant “so you are architect too?” to her. She sometimes didn’t feel comfortable to attend ‘wives’ dinner’ because men are expected to be ‘the architect’ and the idea that Brown explain is “Let’s just left the architects meet together, my dear.” (Brown 1989). In her interview that she gave to an architectural magazine, she tells she was told things like “Would the ladies please move out of the picture so we can have the architects?” after that she said, “I am an architect.” and they replied “Would you move out of the picture, please?” (Lange 2013). In addition to all of these, there is a one experience she faced that brought worldwide reactions behind itself which was the Pritzker Price that was given to Robert Venturi in 1991 (see, Figure 6). There was a total misattribution of the collaboration of Denise Scott Brown and all the works and the ideas were laid on him alone. These misapprehensions caused her to fight. So many designer wives of architects around her were telling that they would be pleased if their work was attributed to their husband. However, Denise Scott Brown was not thinking in the same way. Even though most of the people would prefer to stay quiet and just to continue their business, Brown preferred to raise awareness to her situation and became a voice for all the women experiencing the same fate with her. Brown didn’t let self-doubt and confusion arise. She thought unless her ideas were not markable, why critics quoted them- even though attributed to Robert Venturi. They were working with coordination together, and they were not letting those discrimination Brown facing as a member of couple to ruin their works. She was not taking all those things lying down and always asking “Can you imagine it other way?”. By logically questioning the problem by looking from other side, she decided her male colleagues may not be appreciated if their works are attributed to the person they are working with. So that she did the right thing and started to give more conferences, published more articles to tell the labor division between her and her husband Venturi. In this way she found a chance to explain how hard she put herself on the work and did not let her ideas attributed to other even though it was her husband. Robert Venturi on the other hand, has always been the one who supports his wife’s ideas and standing behind her. After receiving Pritzker Prize, what he said sums it up thoroughly: “Denise Scott Brown is my inspiring and equal partner.” (Lange 2013).



Figure 5: Robert Venturi and Denise Scott Brown
© Matt Wargo, courtesy of VSBA



Figure 6: Robert Venturi while he was receiving Pritzker Prize medal via pritzkerprize.com

ARE WOMEN BEING MADE “THE OTHERS”?

In the light of all these examples, it is felt that the female position in profession is marginalized and this led to an understanding of making them “the others”. Today exploring history, the women’s role in architecture and how they are treated is uncovered. Foucault’s conception of “other” simply shows itself when the subject is based on the traditional arenas of women, and also combined with children, these two groups are labeled as “others” (Foucault 1967). Foucault seems to have an unconscious disdain for women while he considers home as the place where they can find comfort, security, autonomy and even freedom. It is so old rooted understanding of relating women only with home, merely giving them positions linked with house work or child care. After the time when women started to take professional education, they had a change to find an opportunity to show their special abilities and went towards their own fields of interests. They become strong thereafter they earned their own money and declared their independence. I believe that, starting from the first years of our architectural education, the role of women both in academia and profession should be expressed more deeply. In this way the new generation may become more aware of women by learning from history and so they may work sensitively in their future. A work should not be considered successful only if it has a sign of men. The contributions of women are needed to be recognized more, because women are not the ones to be considered as “others”; but rather they are the strong figures who are decisive enough to make an effort to become who they are.

CONCLUSION

The position of women should not be the issue to be marginalized anymore. Women are spirited figures who are equal to men in the public workplace after they become independent from their private workplace -home. A new awareness needs to be redesigned to ensure men not to do most of the talking. Women deserve more than to be clustered in less-paid, lower-status jobs. The should not be a limited extend that professional architects, planners, designers, be they women or men, have anything to say about what gets build. The number of women shouldn’t be only a few who are in decision-making positions and businesses either. Recovering women’s lost history in architecture led to analysis and to exploring the work and impact of women architects including their training and education. Cheryl Buckley states that the methods which involve the selection, classification, and prioritization of types of design, categories of designers, distinct styles and movements, and different modes of production, are inherently biased against women and in effect, serve to exclude them from history (Buckley 1986).

Denise Scott Brown with her exertion, has saved herself to be a ghost behind the man she was working with. She did not digest the misattributions of considering her work as her husband’s. She was brave enough to raise a voice. Apart from her attempts, the support of her husband Robert Venturi is not incontrovertible. He also didn’t undertake her wife’s work, but rather he preferred to stand behind Brown and support the equality in their

professional cooperation. How sad is that things were not the same for Lilly Reich. She didn't help herself to become a ghost behind Mies Van der Rohe. Many of the monographs on Mies and his career have no or brief mention of Reich. She became a shadowy figure, existing almost exclusively in the margins and footnotes of these books, between the lines and in discrepancies of accounts of Mies's life and work. Despite all their work and all their successes that they have signed together is now all told as if Reich has no influence on them. Maybe that is why because her business partner and lover didn't stand for her, or maybe it is because Lilly Reich was so congruous to accent on her own contribution during this partnership that she got lost behind Mies.

In both examples, a truth was witnessed that collaboration can yield exceptional results. What is needed to be brought to light is the understanding of contribution of women in those collaborations. Fresh bloods in profession are needed to be raised with the awareness of what women mean for architecture and what architecture mean for women. This way of bilateral thinking might give them empathy in their future careers and ensure the annihilation of the gender-bias against women.

REFERENCES

- Agrest, Diana, Patricia Conway, and Leslie Weisman. 1996. *The Sex of Architecture*. 1st Ed. New York: Harry N. Abrams.
- Berkeley, Ellen Perry and Matilda McQuaid. 1989. *Architecture*. 1st ed. Washington: Smithsonian Institution Press.
- Brown, Denise Scott. 1989. *Room At The Top? Sexism and the Star System in Architecture*. In *Architecture A Place for Women*. 1989. Ed. Ellen Perry Berkeley: 237-246.
- Buckley, Cheryl. 1986. *Made In Patriarchy: Toward A Feminist Analysis of Women and Design*. *Design Issues* 3 (2): 3. Doi: 10.2307/1511480.
- Coleman, Debra, Elizabeth Danze, and Carol Henderson. 1996. *Architecture and Feminism*. 1st Ed. New York: Princeton Architectural Press.
- Dostoğlu, Neslihan Turkun. 2005. *Cumhuriyet Döneminde Kadın Ve Mimarlık*. 1st ed. Ankara: TMMOB Mimarlar Odası.
- Foucault, Michel. 1967. *Des Espaces Autres, Hétérotopies*.
- Friedman, Alice T. 1998. *Women and the Making of the Modern House*. 1st Ed. New York: Abrams.
- Grossman, G. Elizabeth and Lisa B. Reitzes. *Caught in the Crossfire: Women and Architectural Education, 1880-1910*. In *Architecture a Place for Women*. 1989. Ed. Ellen Perry Berkeley: 27-40.
- Heynen, Hilde and Gulsum Baydar. 2005. *Negotiating Domesticity*. 1st ed. London: Routledge.
- Lange, Alexandra. 2013. *Architecture's Lean in Moment*. Metropolis. <http://www.metropolismag.com/July-August-2013/Architectures-Lean-In-Moment/>.
- Lange, Christiane. 2007. *Ludwig Mies Van Der Rohe & Lilly Reich - Furniture and Interiors*. Ostfildern: Hatje Cantz.
- Leach, Andrew and Gill Matthewson. 2005. *Celebration*. 1st ed. Napier, N.Z.: Society of Architectural Historians, Australia and New Zealand.
- Lilly Reich, Robin Schuldenfrei, and Annika Fisher. 2014. *Lilly Reich: Questions of Fashion*. *West 86Th: A Journal of Decorative Arts, Design History, and Material Culture* 21 (1): 102-120. Doi: 10.1086/677870.
- The Museum Of Modern Art. 2016. *Lilly Reich | Moma*. <https://www.moma.org/artists/8059>.
- Widewalls. 2017. *Lilly Reich*. <http://www.widewalls.ch/artist/lilly-reich/>.

- McQuaid, Matilda and Magdalena Droste. 1996. *Lilly Reich, Designer and Architect*. 1st Ed. New York: Museum of Modern Art.
- Mies Van Der Rohe, Ludwig. 1986. *Mies Van Der Rohe*. 1st ed. Estados Unidos: Academy.
- Kolektif. 2002. *Mimarlık Ve Kadın Kimliği*. 1st Ed. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Reich, Lilly, Annika Fisher, and Robin Schuldenfrei. 2014. *Questions of Fashion*. 1st Ed.
- Rendell, Jane, Barbara Penner, and Iain Borden. 2000. *Gender Space Architecture*. 1st ed. London: E & FN Spon.
- Roberts, Marion. 1991. *Living in a Man-Made World*. 1st ed. London: Routledge.
- Rothschild, Joan and Alethea Cheng. 1999. *Design And Feminism*. 1st ed. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Rothschild, Joan, and Victoria Rosner. *Feminisms and design: Review essay*. In *Design and Feminism*. 1999. Ed. Joan Rothschild: 7-33.
- Schulze, Franz. 1985. *Mies Van Der Rohe*. 1st ed. Chicago: University of Chicago Press.
- Weisman, Leslie Kanes. 1992. *Discrimination by Design*. 1st ed. Urbana: University of Illinois Press.
- Weisman, Leslie Kanes. 1989. *A Feminist Experiment. Learning from WSPA, Then and Now*. In *Architecture a Place for Women*. Ed. Ellen Perry Berkeley: 125-133.
- Wigley, Mark. 1995. *White Walls, Designer Dresses*. 1st ed. Cambridge, Mass.: MIT Press.

WOMEN'S CONTRIBUTIONS TO INNOVATION AND TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

İsmail BİRCAN
Atılım Üniversitesi
ismail.bircan@atilim.edu.tr

Absract

Today, the problem of gender is unfortunately continuing in developed and developing countries. However, women participate more actively in the contemporary world. According to the WIPO (World Intellectual Property Organization), the number of women in senior positions in the fields of science, technology, entrepreneurship and art increased. The UN promotes the full contribution of women to innovation and creativity. Although women in the world have 28% (2018) in the research sector, it is always women who find the algorithm, the ancestor of wifi and GPS and the first simple form of computer in 1951. (Ada Lovelace; Hedy Lamarr and Grace Hopper) and the widespread use of technology in all sectors offers unique opportunities, particularly employment and welfare. As a matter of fact, UN emphasizes the importance of innovation and technology as the driving force of change in the (UN) 2018-2021 Strategic Plan. Technological developments Women work more in information technologies, nanotechnology, biotechnology, renewable energy, communication, civil aviation and space technologies. In the next 35-40 years industry 4.0, from the period of smart factories; super smart community, industry 5.0 period will be passed. Artificial intelligence, nanotechnology, renewable energy and biotechnology will stand out. In this period, the United Nations' 'Sustainable Development 2030 Targets' will accelerate the further expansion of women's contribution to innovation and technology. and innovation have played an active role in social transformation and have become the engine of the economy today.

Today, humanity cannot fully utilize the potential of innovation and creativity. The role of patent, invention, trademark, industrial design and intellectual property in promoting innovation and technology cannot be denied. Women's contributions to innovation and technology; it will accelerate the welfare of the world and contribute to the removal of barriers to gender equality.

This study is a type of literature review and analyzes the contribution of women to innovation and technology production and sustainable development. What to do for the dissemination of these contributions is questioned and suggestions are developed.

Keywords: *Innovation, technology, sustainable development.*

KADINLARIN İNOVASYON VE TEKNOLOJİ İLE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMAYA KATKILARI

İsmail BİRCAN
Atılım Üniversitesi
ismail.bircan@atilim.edu.tr

Özet

Günümüzde toplumsal cinsiyet sorunu gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ne yazık ki devam etmektedir. Ancak kadınlar çağdaş dünyada aktif hayata daha fazla oranda katılmaktadırlar. WIPO' ya göre (World Intellectual Property Organization) bilim, teknoloji, girişimcilik ve sanat alanlarında, üst düzey görevlerdeki kadınların sayısı artmıştır. BM kadınların inovasyon ve yaratıcılığa tam katkısının sağlanmasını teşvik etmektedir. Dünyada kadınlar araştırma sektöründe % 28 oranında (2018) yer almalarına rağmen, algoritmayı, wifi'nin ve GPS'in atası olan kablosuz iletişimi ve 1951 de bilgisayarın ilk basit seklini bulanlar hep kadınlardır.(Ada Lovelace; Hedy Lamarr ve Grace Hopper) Zira inovasyon ve teknolojinin tüm sektörlerde yaygınlaşması, başta istihdam ve refah artışı olmak üzere benzersiz fırsatlar sunmaktadır. Nitekim BM, (UN) 2018-2021 Stratejik Plan'ında değişimin itici gücü olarak inovasyon ve teknolojinin önemini vurgulamaktadır. Zira teknolojik gelişmeler ve inovasyon toplumsal dönüşümde etkin rol oynamış ve günümüzde ekonominin motoru olmuştur.

Kadınlar, bilgi teknolojileri, nanoteknoloji, biyoteknoloji, yenilenebilir enerji, iletişim, sivil havacılık ve uzay teknolojileri alanlarında daha fazla oranda çalışmaktadırlar. Gelecek 35-40 yıl içinde endüstri 4.0, akıllı fabrikalar döneminden; süper akıllı toplum, endüstri 5.0 dönemine geçilecektir. Yapay zeka, nanoteknoloji, yenilenebilir enerji ve biyoteknoloji öne çıkacaktır. Bu dönemde kadınların inovasyon ve teknolojiye katkılarının daha fazla yaygınlaşması ile Birleşmiş Milletler“Sürdürülebilir Kalkınma 2030 Hedefler”ine ulaşmayı da hızlandıracaktır.

Günümüzde insanlık , inovasyon ve yaratıcılık potansiyelini tamamen kullanamamaktadır. Patent, buluş, ticari marka, endüstriyel tasarım ve fikri mülkiyetin inovasyon ve teknolojiyi teşvik etmedeki rolü yadsınamaz.

Kadınların inovasyon ve teknolojiye katkıları; dünya refah artışını hızlandıracak ve ayrıca cinsiyet eşitliği önündeki engellerin kaldırılmasına katkıda bulunacaktır. Bu çalışma literatür taraması türü olup, kadınların inovasyon ve teknoloji üretimi ile sürdürülebilir kalkınmaya katkıları analiz edilmektedir. Bu katkıların yaygınlaştırılması için neler yapılması sorgulanmakta ve öneriler geliştirilmektedir.

Anahtar sözcükler: *Inovasyon, teknoloji, sürdürülebilir kalkınma.*

1. Giriş

Sürdürülebilirlik kavramı, ilk kez 1987 yılında yayımlanan BM “Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu” raporunda dile getirilmiştir. Sürdürülebilir kalkınmayı rapor, “Bugünün ihtiyaçlarını gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılama olanağından mahrum bırakmamak koşuluyla karşılamak,” olarak tanımlanmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma genellikle kaynakların rasyonel kullanımını içeren ekonomik bir kavram olarak ele alınmaktadır. Çevreye uygun ekonominin “sürdürülebilir kalkınma” ile olabileceği görüşü savunulmaktadır. Raporun dünya ülkeleri için önerdiği kalkınma modeli; a) uzun vadeli ve kalıcı ekonomik büyümenin olması, b) kalkınma ile doğa arasındaki dengeyi koruyan ekonomik yapılanma gerçekleştirilmesi, c) doğayı tüketmeden uzun dönemde sürdürülebilir ekonomik gelişmenin sağlanması şeklinde önerilmektedir (Özmehmet, 2008). Görüldüğü gibi doğal kaynakların doğayı tahrip etmeyecek biçimde, etkili ve verimli kullanılması, gelecek kuşakların da kullanımına olanak tanınması sürdürülebilir kalkınmanın ilkeleri arasında yer almaktadır. Sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada, dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların katkıları yadsınmaz. Doğayı akılcı kullanarak üretimde inovasyon yapılması, yeni teknolojiler kullanılması, dünya refahının artırılması için gerekli ve kıyasıya rekabet ortamında firmalar/işletmeler açısından kaçınılmazdır. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına yönelik sorunların gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde halen devam etmesine rağmen, kadınlar, üretim sürecinde, iş hayatında, politikada, ülke liderliklerinde, uluslararası kuruluşlar üst düzey yöneticiliklerinde ve yurt savunmasında her zaman önemli görevler üstlenmişlerdir.

2. Kadınlar ve Üretimde Kadın

Kalkınmanın olabilmesi için üretim yapılması, katma değer üretilmesi, insan ihtiyaçlarının karşılanması için üretimin her sektörde yapılması, artan nüfus karşısında sürekli yapılması gerekir. Üretim sektöründe son beş senedir kadın işgücünün istihdamını artırma konusunda olumlu gelişmeler olsa da bu gelişmelerin yeterli olmadığı görülüyor. Nitekim, Manufacturing Institut, APICS ve Deloitte, üretim şirketlerinin kadınları ne kadar etkili bir şekilde sektöre çekebildikleri, işe alma, işte tutma ve cinsiyet eşitsizliğinin azaltılması konularında neler yaptıklarını araştırmak için üretim sektöründeki 600’den fazla kadının ve 20 yöneticinin katıldığı bir anket çalışması düzenlemiştir. Ankete katılan kadınlar iyi eğitilmiş (% 90’ı lisans derecesine sahip), tecrübeli (% 71’i 15 yıldan fazla süredir çalışan), çeşitli üst düzey görevlerde bulunmakta ve büyük şirketler (%52’si yıllık cirosu 1 milyar doları aşan kuruluşlar) tarafından istihdam edilmektedir. (Womens in Manufacturing, 2016). Ancak Dünya ortalamasında istihdamın nüfusa oranı, 2015’de erkeklerde % 72 iken, kadınlarda % 46 dır. Kadınlar, erkeklerin kazandığının ancak % 77’sini kazanabilmektedirler. Dünyada arazi sahiplerinin sadece %1’i kadın; yaklaşık 300 trilyon dolarlık mal varlıklarının da sadece % 4,7’si kadınlara ait. Dünya genelinde, kadınlar daha az istihdam edilmekte; işe alınanlar ise daha az ücret almaktadır. Ayrıca istatistikler, kadınların daha çok hangi iş kollarında ve hangi düzeyde çalıştıklarını da ortaya koymaktadır. Dünya genelinde iş dünyasındaki kadın yöneticiler, toplam yöneticilerin sadece % 21’ini meydana getirmektedir. Tüm dünyada sağlık sektöründe çalışanların yüzde 75’ini kadındır. “Kadın İstihdamına İlişkin Eğilimler 2018” göre, dünyada % 48,5 düzeyinde olan kadınların işgücüne katılım oranı, hala erkeklerin 26,5 yüzdelik puan gerisinde bulunmaktadır. Ayrıca, dünyada % 6 düzeyinde olan kadın işsizlik oranı, erkeklerin 0,8 yüzdelik puan üzerindedir. Hepsini birlikte düşünüldüğünde, çalışan her 10 erkeğe karşılık, yalnız 6 kadın istihdam edilmektedir. İstatistiklerde görülen bu farklılıklara rağmen kadınlar her alanda, girişimcilikte, yönetimde, inovasyon ve teknolojiye, kısaca kalkınmada önemli aktörler olarak yer almağa devam etmektedirler.

3. Kadınlar ve İnovasyon

İnovasyon, teknoloji ve girişimcilik, kadın – erkek eşitliğinin önündeki engellerin ortadan kaldırılmasında günümüzde benzeri görülmemiş fırsatlar ortaya koymaktadır. Birleşmiş Milletler, 2018-2021 dönemini kapsayan Yeni Taslak Stratejik Planında "değişimin itici güçlerinden birisi" olarak inovasyon ve teknolojiye öncelik vermektedir. Danimarka Hükümetinin desteği ile de BM toplumsal cinsiyet eşitliğini iyileştirecek yenilikçilik piyasalarının geliştirilmesine yönelik eylem planında ise, cinsiyet sorunlarının yeniliklere entegrasyonu, kadınların yenilikçi ve girişimci olarak teşvik edilmesi, kadınların ihtiyaçlarını karşılayan yenilikçi çözümlere doğrudan yatırım yapılması hedeflenmektedir. BM Kadınların Yenilik Stratejisi aşağıdakilere odaklanmaktadır:

- Yatırımların teşviki ile cinsiyet eşitliğini ve kadınların güçlendirilmesini artırıcı bir inovasyon piyasasının büyümesini sağlayan önlemlere öncelik vermek. (Bu amaçla, BM, her alanda eylemi hızlandırmak için” Değişim için Küresel İnovasyon Koalisyonu (CMIC)” oluşturmuştur.)

- İnovasyon odaklı toplumsal cinsiyete karşı duyarlı bir yaklaşım benimsemek için paydaşlarla farklı sektörlerde araçlar ve yöntemler geliştirmek,
- Kadınların yenilikçi ve girişimci olarak tanıtılmasını sağlamak ,
- Kadınların ihtiyaçlarını karşılayan yeniliklere ve teknolojilere yatırım yapılmasını teşvik etmek.

UNESCO'ya göre, dünya çapındaki araştırmacıların sadece % 27'si kadın araştırmacılardan oluşmaktadır. Kadınlar hem maaş ve ücretlerde, hem de kariyer gelişmelerinde, çoğu zaman engellerle ve çok sayıda eşitsizliklerle karşılaşmaktadırlar. Tüm bu engeller ve süren eşitsizliklere rağmen kadınlar, dünya refahının artışı için katma değer üretmede önemli roller üstlenmektedirler.

OECD tarafından ABD, Fransa, Danimarka, Almanya ve diğer OECD üye ülkeleri için yapılan bir analizde; bilim-teknoloji alanında yetişmiş insan kaynakları ile teknoloji ve inovasyon arasında ilişki olduğunu ortaya konmuştur. Kadınlar çağdaş dünyada aktif hayata daha fazla oranda katılmaya devam etmektedirler. WIPO' ya göre (World Intellectual Property Organization) bilim, teknoloji, girişimcilik ve sanat alanlarında, üst düzey görevlerdeki kadınların sayısı giderek artmıştır.

BM kadınların inovasyon ve yaratıcılığa tam katkısının sağlanmasını desteklemektedir. Dünyada kadınlar araştırma sektöründe % 28 oranında (2018) yer almalarına rağmen, algoritmayı, (Ada Lovelace) Wifi'nin ve GPS'in atası olan kablosuz iletişimi (Hedy Lamarr) ve 1951 de bilgisayarın ilk basit seklini (Grace Hopper) bulanlar hep kadınlardır.

İnovasyon ve teknolojinin tüm sektörlerde yaygınlaşması, başta istihdam ve refah artışı olmak üzere benzersiz fırsatlar sunmaktadır.

Zira teknolojik gelişmeler ve inovasyon toplumsal dönüşümde etkin rol oynamış ve günümüzde ekonominin motoru haline gelmiştir.

Kadınlar, bilgi teknolojileri, iletişim, sivil havacılık ve uzay teknolojileri alanlarında daha fazla oranda yer almaktadırlar. Kadınların inovasyona katkıları eskiden beri devam etmektedir. Nitekim;

- Ruth Adams (1854) Ontorio/Kanada; Su ısıtıcılı sobayı (İlk Kanada patenti) üretmiştir. Alanında ilk inovasyonlardan birisidir.
- Anna Sutherland (1876); Mekanik halı süpürmesini üretmiştir.
- Elizabeth McGill (1930); (Uçak mühendisi kadın). Uçaklarda inovasyon amaçlı değişiklikler tasarlamıştır. Bunlar II. Dünya Şavaşı sırasında İngiliz Kraliyet uçaklarında kullanılmıştır.
- Sylvia Fedrouk (1950); Kanser hastaları tedavisi için radyasyonlu ilk kobalt tedavi cihazı geliştirmiştir.
- Jolly Jumper (1954); Bebekler için askılı ve yaylı taşıma kiti geliştirmiş, bebekli annelerin işlerini kolaylaştırmıştır.
- Dianne Croteau (1985); Hayat kurtarmada kalp masajı için eğitim amaçlı düşük maliyetli manken araçlar geliştirmiştir.
- Gisele Jubinville (1994); İyi bir uyku için yatak ve fonksiyonel çarşaf tasarımları yenilikleri yapmıştır.
- Nancy Mathis (1995); Termal iletkenlik cihazları, ısı algılayıcı dedektörler yapmıştır. (Kaynak:Canadian Woment Invent 2019)
- Güney Kore'de insanlara günde iki kapsül **zeytinyağı** içmeleri önerildiğinden, Dilek Zorlu ismindeki bir girişimci kadın Edremit'ten zeytinyağını küçük kapsüller içinde (inovasyon yaparak) ihraç etmektedir.(Melih Aşık, Milliyet Gazetesi, 7 Şubat 2019) Yine Ağrı ve Kars'ta kırsal kesim kadınlarının girişimci olarak yeni peynir çeşitleri üreterek pazarlamaları, inovasyona örnek gösterilebilir. Kadınlarla ilgili örnekleri çoğaltmak mümkün.

4. Kadınlar ve Teknolojik Gelişme

Teknolojik gelişmeler ve inovasyon toplumsal dönüşümde etkin rol oynamış ve günümüzde ekonominin itici gücü olmuştur. Diğer yandan, kadınlar, nanoteknoloji, biyoteknoloji, yenilenebilir enerji, sağlık, eğitim, kamu yönetimi ve bilişim sektörlerinde daha fazla oranda görev yapmaktadırlar.

Gelecek 35-40 yıl içinde endüstri 4.0, akıllı fabrikalar döneminden; süper akıllı toplum, endüstri 5.0 dönemine geçilecektir. Yapay zeka, nanoteknoloji, yenilenebilir enerji ve biyoteknoloji öne çıkacaktır. Bu dönemde kadınların inovasyon ve teknolojiye katkılarının teşvik edilerek daha fazla yaygınlaşması ile Birleşmiş Milletler“Sürdürülebilir Kalkınma 2030 Hedefleri”ne ulaşılması da hızlanacaktır.

Patent, buluş, ticari marka, endüstriyel tasarım ve fikri mülkiyetin, inovasyon ve teknolojiyi teşvik etmedeki rolü yadsınamaz. Kadınların inovasyon ve teknolojiye katkıları; dünya refah artışını hızlandırmasında ve ayrıca cinsiyet eşitliği önündeki engellerin kaldırılmasında da önemli rol oynayacaktır.

Kadınlar, işletmelere göre değişmekle birlikte, bilişim sektöründeki istihdamın ortalama % 32,5'ini temsil etmektedirler. Booking.com tarafından yapılan uluslararası bir araştırmaya göre, turizm-seyahat,

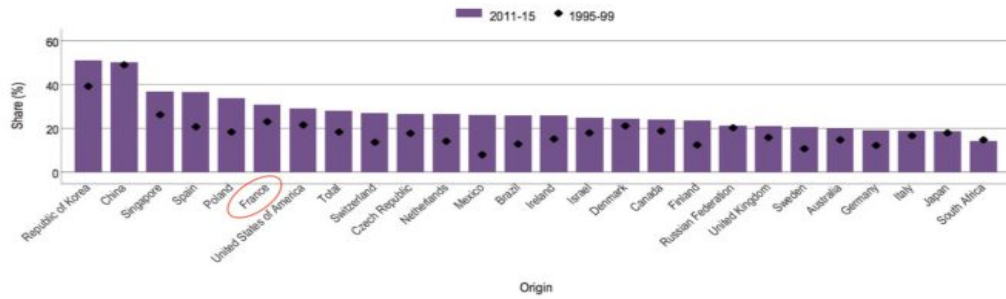
e-ticaret ve dijital teknoloji sektörlerinde giderek daha fazla oranda kadın çalışması, (% 54) kısaca istihdam çeşitliliğine önem verilmesi, cinsiyet eşitsizliğinin azaltılmasında da önemli bir rolü olduğu ortaya konmuştur.

Teknoloji şirketlerinde, çalışanlarının arasında daha fazla kadın ve azınlıkların bulunması verimliliği artırmaktadır. (Cinsiyet, kültürel çeşitlilik vb.) İstihdam çeşitliliği arttıkça çalışanların gelirleri de artmaktadır. Nitekim, Mayıs 2017’de 108 teknoloji şirketleri analizine dayanan ve yayınlanan Morgan Stanley dahil pek çok araştırmanın ortaya koyduğu gibi; son beş yılda çeşitliliği öne çıkaran teknoloji şirketlerinin, önem vermeyenlerden ortalama % 5,4 daha fazla verimliliğe sahip oldukları görülmüştür. Bu nedenle şirketler, istihdamda çeşitlilik sağlamadıklarında, kendilerini daha çok gelirden mahrum etmektedirler.

Teknolojik gelişmelerin hızlanmasında önemli buluşlara imza atan çok sayıda kadın bulunmaktadır. Nitekim;

- Marie Curie; Polanyum ve Radyumu,
- Harriet Brooks; Radonu, (Ernest Rutherford’la birlikte),
- Lise Meitner; Protoktyumunu, (Otto Hahn ile birlikte) ve
- Margerite Perey; Frankiyumu bulmuşlardır,
- Marie Curie röntgen servisi kurarak inovasyon yapmış,
- 1992 de bulunan 109. elemente bilim kadını Lise Meitner’in anısına «Meitnerium» adı verilmiştir. (Lise Meitner; A life in Physics. University of California, 1996)

Figure 2. Share of international patent applications with women inventors by origin



Source: WIPO Statistics Database, October 2016.

5. Kadınlar ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi

Birçok araştırma, kadınların BIT kullanımının özerkliklerini güçlendirdiğini, ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkıda bulunduğunu göstermiştir.

Mozambik'teki kırsal alanlardaki kadınlarda cep telefonu kullanımı üzerine yapılan bir çalışmada , cep telefonu kullanımının kadınlar arasında iletişimi artırdığı, kendi aralarında toplu faaliyetler ve kampanyalar düzenlemede etkin kullanıldığını göstermiştir. Ayrıca okuma yazma bilmeyen kadınların cep telefonlarını kullanmak için okuma-yazma öğrendiklerini göstermiştir. Nitekim BIT, kalkınmaya ilişkin gelişmeleri duyurmak ve yönlendirmek veya "iyi uygulama" örneklerini duyurmak için önemli bir fırsat yaratmaktadır. Örneğin, bir STK olan İnsan Ağı Enternasyonal , birkaç Afrika ülkesinde sözlü ve yazılı mesajların cep telefonları aracılığıyla yayınlanması için bir hizmet ağı kurmuştur. Ücretsiz olan ve yerel dilde yayınlanan bu mesajlar sağlık, tarım, mikro kredi ve aile planlaması hakkında birçok bilgi içermekte ve sürdürülebilir kalkınmaya destek vermektedir.(Booking.com)

Yeni dijital ve mobil teknolojiler ve internet, kadınların güçlendirilmesi için büyük bir potansiyele sahiptir:

- Kadınlara yönelik bilgi paylaşımında,
- Eğitime erişimde ve gelir elde etmede,
- Etkileşimde bulunmada, işbirliği yapmada ve iletişim kurmada ve
- Seslerini duyurmada, yeni teknolojiler fırsatlar yaratmaktadır.

Bununla beraber, teknoloji, teknik bilgi, özerklik ve yeterli alt yapıya erişim eksikliği, birçok kadının dijital teknolojilerin kullanımından en iyi şekilde yararlanmasını engellemektedir. Bugün, dünyadaki kadınların cep telefonuna sahip olma olasılıkları erkeklerden % 21 daha azdır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde, giderek daha fazla kadın birbirleriyle daha fazla iletişimde bulunmaktadır. Bu durum da sosyal ve ekonomik kalkınma için çok büyük faydalar sağlayabilir. Örneğin, gelişmekte olan ülkelerde, İnternet kullanan kadın sayısının ikiye katlanması ile GSYİH 13 milyar dolardan 18 milyar dolara çıkmıştır. ([Intel Women ve Web Raporu, 2012](#)).

6. Sonuç ve Öneriler

Üretim süreçlerinde ortaya çıkan teknolojik dönüşümün doğası, yönü, nedenleri ve sonuçları üzerine farklı alanlarda yapılan çeşitli çalışmalar; teknolojik dönüşümün çok farklı yanlarını ön plana çıkarmaktadır. Bu çalışmaların hemen tümünün vurguladıkları nokta, ürün geliştirmenin ve yeni teknolojilerin yaygın kullanımının ülkelerin ekonomik büyüme ve sürdürülebilir kalkınma üzerinde yadsınamaz önemli rolleri olduğudur.

Toplumsal bir bütün olarak sunduğu potansiyelin daha iyi kullanılması ile - kadınlarla ve erkekler dahil - insanlığın iklim değişikliği, temiz enerji, gıda güvenliği istihdam ve yoksulluk gibi karşılaştığı radikal sorunların üstesinden gelmesi de kolaylaşacaktır.

İnovasyon son 15 yıldan bu yana çok önem kazanan ve işletmelerin rekabet edebilirliğini artıran bir süreç olmuştur. Her alanda inovasyon, teknoloji üretiminde hızlı gelişimler ve dolayısıyla GSYİH artışı; işini seven, onu iyi yapan nitelikli insan kaynakları ile ve daha fazla kadın istihdamı ile mümkün olacaktır. Nitelikli insan kaynakları ile firmalar etkinlik, toplam kalite yönetimi, bilgi teknolojilerini kullanarak ve üretim amaçlı inovasyon yaparak rekabet edebilirliklerini sürekli hale getirmektedir. Eğitim- insan kaynakları ve ekonomik kalkınma arasındaki pozitif ilişkiler, üniversitelerin ulusal ve evrensel sorunlara çözüm üretmelerini de kolaylaştırmaktadır (Bircan ve Gençler, 2015).

Eğitim sektörüne daha fazla kaynak ayrılması ve kadın istihdamının BİT’de geliştirilmesi sayesinde teknoloji, patent üretimi ve inovasyonda fark yaratılabilecektir.

Sonuç olarak, yönetimlerin başarılı olmasının ön koşulu, dünya nüfusunun yarısını oluşturan potansiyel kadın işgücünün ve girişimci kadınların teşvik edilmesi ile sürdürülebilir kalkınma 2030 hedeflerine daha kolay ulaşmak mümkün olacaktır.

İnovasyon, patent ve teknoloji üretiminde ve kullanımında eğitilmiş, özgüveni yüksek kadınların ve örgütlerinin sayılarının artması, kadın insan kaynaklarına daha fazla olanak tanınması, toplumsal cinsiyet eşitsizliği sorununun çözümüne de katkı sağlayacak ve dünya refahı daha hızlı artacaktır.

Kadınların inovasyon ve patent ve teknoloji ile sürdürülebilir kalkınmaya katkılarının etkin şekilde devam etmesi her sektörde kadın istihdamının önündeki engellerin kaldırılması ile olanaklıdır. Bu bakımdan inovasyon ve teknoloji ile sürdürülebilir kalkınmanın hızlandırılmasında, kadın istihdamının artırılması teşvik edilmelidir. Bu süreç aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına da katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

1. Becker, S.G. (1964,1993). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education Chicago
2. Bircan,İ., Gençler,F. (2017). Avrasya Ülkeleri Üniversiteleri Arasında Ar-Ge ve İnovasyon İşbirlikleri ile Sürdürülebilir Kalkınmanın Desteklenmesi, Bışkek.
3. Bircan İ. (1998). Cumhuriyetimizin 75. yılında Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler ve Eğitim, A.Ü. Eğ.Bil.Fak. Sempozyumu, Ankara.
4. Intel Women ve Web Raporu, 2012.
5. Bircan İ. ,Gençler F., (2015). Analysis of Innovation-Based Human Resources for Sustainable Development, World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, İstanbul.
6. Canadian Women Invent, 2019.
7. Çakmak, E, Gümü, S, (2005). Türkiye’de Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme Ekonometrik bir Analiz. (1960-2002) A.Ü. SBF Dergisi 2005.
8. Eicher, J.C., Garboua, L.,L, (1979). Economique de Education, Economica, Paris.
9. Kalkınma Bakanlığı, (2012). Rio’dan Rio’ya Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınmanın Mevcut Durumu.
10. Melih Aşık, Milliyet Gazetesi, 7 Şubat 2019
11. Meitner,L, (1996). A life in Physics. University of California,

12. OECD, (2009). Human Resorcues in Sciences and Technology. Sciences Technology and Industry Scoreboard
13. Özmehmet ,E, (2008). Dünyada ve Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları, Journal of Yaşar University.
14. Temple, J. (2011/2 (NO:33) Revue Economique de “OECD p.240 Effects de education et du capital sur la Croissance dans le pays de OECD.

WOMEN'S PUBLIC SPACES AND INEQUALITY OF URBAN SPACES

Özlem AYDOĞMUŞ ÖRDEM

Abstract

Despite the emergence of urbanization together with industrialization in the 19th century, the development of cities in Turkey is still taking place at the desired level. Urbanization in the Western sense evokes many social, architectural, political and cultural factors. Compared to the concept of urbanization, the development of feminist movements coincides with a later date. Especially after the Second World War, the development of poststructuralist feminist currents created awareness about women. And delays of urbanization in Turkey have led to difficulties in life as well as public space for women to begin a discussion of women's history now. The aim of this study is to reveal the characteristics of public spaces in women living in different districts and to interpret them within the framework of poststructuralist theory. This study will discuss the inequalities between women's public spaces in 4 districts of Adana. There are 4 districts in Adana, near Yüreğir, Sarıçam, Seyhan and Çukurova. Among these districts, there are serious inequalities in terms of women's use of public space. Municipalities and cultural units of 4 districts were discussed and municipalities were asked about their public works for women. Focus group interview and field notes were used as data collection tools. Also important statistical data were obtained from the municipalities. The results of the study show that there are no public area studies for women except 2 districts. Among the probable causes are social, political, religious and cultural factors.

Keywords: women, public space, cities, inequality

Introduction

The emergence of cities has brought a considerable number disadvantages for women in terms of women labor and visibility of women in public spaces (Law, 1999; Little, Peake & Richardson, 1988). Thus, it can be said that women experience inequalities in cities because space, social space and physical space are complex structures that affect individuals at different levels. Thus, space is socially constructed, which provides certain practices. (Mackenzie, 2002; McCann, 2002; Purcell, 2014). Gender plays an important role in the constitution of space in cities. Public space is not independent of limitations. Rather, public space imposes restrictions on gender. Culture also plays a pivotal role in the visibility of women in public spaces because class, gender, social relations, ethnicities all become visible in public spaces. Gender is performed in public spaces where the drawbacks that women experience. Women have often become a concern of social anxiety in certain cultures, which forces them to be invisible in the presence of men. Besides, women are expected to be excluded from public spaces, which reinforces their inequality (Sağlık, 2013; Scruton & Watson, 1998). Since some cultures place women at a disadvantage in public spaces, the social construction of public spaces is an enigma and complex.

This study aims to unearth the views of four district municipalities and 20 women about the visibility of women in the city of Adana located in the southern part of Turkey. Since Adana is composed of individuals that have various ethnic backgrounds, the opinions of the participants could provide more reliable data regarding the representation of women in public spaces.

Research questions

1. What do women think of public spaces and inequality of these spaces in Adana?
2. What do women think of public spaces in Turkey?
3. What do municipalities of four districts in Adana think of inequality of public spaces and women?

Methodology

This study is qualitative and descriptive in nature. 20 women and 4 heads of culture centers from four districts were interviewed about public space and inequality. Infrastructures of districts were also classified based on 8 elements (Snieskaa & Zykiene, 2014). Adana city located in the mid-west and southern part of Turkey was examined. Adana city is composed of four main districts. These districts are Çukurova, Seyhan, Yüreğir and Sarıçam.

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü

Results and Findings

Table 1. Classification of Infrastructure in Cities (Snieska & Zykiene, 2014)

Elements	Characteristics
Internationally accessible	mixed-modal access of the city
Economically vital	competitive business sector
Innovative	modern technologies implemented in infrastructure, business and social sectors
Safe	increased public and information safety in the city
Healthy	ecologic environment promoting healthy lifestyle
Attractive	natural conditions and tourism objects
Comfortable	public services assure comfortable living conditions
Inhabited with responsible society	residents are initiative in all city activities

Table 2. Characteristics of Adana Districts by Infrastructure Classification

Elements	Characteristics
Internationally accessible	mixed-modal access of the city
Economically vital	competitive business sector
Innovative	modern technologies implemented in infrastructure, business and social sectors
Safe	increased public and information safety in the city
Healthy	ecologic environment promoting healthy lifestyle
Attractive	natural conditions and tourism objects
Comfortable	public services assure comfortable living conditions
Inhabited with responsible society	residents are initiative in all city activities

Table 3. Representation of Women Members in District Assembly of Adana

Districts in Adana	Males	Females
Seyhan District	37	8
Cukurova District	61	6
Yüreğir District	34	3
Sarıçam District	28	3
Total	160	20

The findings of the study show that Cukurova and Seyhan regions allow more space for women, whereas Yüreğir and Sarıçam permit less space for women. Literacy level of Cukurova and Seyhan is higher than that of Yüreğir and Sarıçam. In addition, Cukurova and Seyhan districts host both national and international cafes, restaurants, facilities and space for women. However, Yüreğir and Sarıçam have been unable to develop basic infrastructure for residents. Besides, leisure time culture has not been developed in these regions. Women can partially walk and join sports activities in Cukurova and Seyhan. However, Women in Yüreğir and Sarıçam have difficulty accessing facilities. Fragmentation in constructions of the city may result in fragmentation of social space because men become more advantageous in absence of well-developed infrastructure. Women can walk and be present only in rather limited spaces. Another serious problem observed is that women cannot wander as flâneurs in Adana particularly in the evenings. Safety problem for women in Adana region still remains a thorny issue. However, emergence of women as drivers of buses can be regarded as important progress. Some arrangements were made so that women can also walk by Seyhan River.

Female Participants' Views

The focus group interview showed that women were sexually harassed in some parts of Adana city. In addition, they reported that the city was totally male-centric even in the most developed part. Another problem that was mentioned was that the women were not respected in traffic. One of the participants stated that the men in the city were highly disrespectful regardless of the characteristics of four districts. In addition, some participants said that the city was not designed for women or children. Some statements made by the participants are given below.

Even female singers in Adana were sexually harassed in a concert. I limit myself when I get dressed because of the looks of men.

Women drivers are often harassed and cornered.

In cafes and restaurants only men are expected to give orders. We are silenced because of traditional values even if we are sexually harassed.

The views of the participants indicate that they felt physically and psychologically disturbed because of the design of the city and cultural effects. In addition, the problem regarding traffic was another serious issues that negatively affected their visibility in public space.

Reasons for Inequality: Men's views

This study aimed to unravel the views of not only women but also men responsible for the duties in the municipalities. All of them expressed their concern about the low literacy in their districts. In addition, it was stated that traditional values and socio-political backgrounds affected women's status in public space negatively. Therefore, women were underrepresented, and men tended to dominate the city. Besides, the men in charge of their departments in the municipalities also developed some critical perspectives about the attitudes of the municipalities because the district municipalities tended to ignore women in the construction of the city including cultural activities that incorporate raising-awareness. Some statements made by the head of the municipalities are as following.

High percentage of illiteracy in Yüreğir and Sarıcam districts. Socio-political effect and traditional values. Underrepresentation of women in Municipalities & Dominance of men in administration

Municipalities ignore issues regarding women and children. Let alone women and children, elderly people and disabled people are ignored.

The male participants reported that the districts in the city of Adana put a considerable number of disadvantages for women because of the high rate of illiteracy and negative socio-economic backgrounds. In addition, one of them reported that the municipalities in Turkey tended to ignore women in public spaces, which caused inequality for them. Thus, the women in the city of Adana were insufficiently represented.

Discussion and conclusion

A great number of sociologists and social scientists (McCann, 2002; Mackenzie, 2002; Law, 1999; Little, Peake & Richardson, 1988). have focused on the problem of visibility of women in public spaces. Since women are already historically disadvantageous, their visibility becomes a great concern in cities because women are subjected to various limitations and constraints related to their movement outside the home in public space of cities (Mackenzie, 2002; McCann, 2002; Purcell, 2014). The relationship of women with public space is a complex issue. (McCann, 2002). Mackenzie (2002) argued that women are often underrepresented in public spaces because of the dominance of men. Public space is the central arena for understanding the construction and operation of the male-dominated gender system. (Law, 1999). Social and cultural constructions of gender and space that lead to relations of domination and inequality between men and women (Law, 1999; Little, Peake & Richardson, 1988). The tension between the two cannot be reduced because cities are also culturally designed, which causes women to experience certain difficulties.

This study showed that women are confined to only certain public space. Adana city has been perceived as man-centric. Women are often disturbed in public space by men. Women are forced to be domesticated because of lack of safety in public space. Developing a better understanding of the experience of women in the public arena in Turkey requires further research, and focusing on everyday social relations and practices in particular would contribute to the understanding of the various forms and degrees of the experience of women in public space. Municipalities should increase the number of the members of women. Further studies examining gender and space relations that consider the potency of the concept of space as a research unit would provide a new and different perspective on the complex relationship between women and public space

References

- Law, R. (1999). Beyond 'women and transport': towards new geographies of gender and daily mobility. *Progress in human geography*, 23(4), 567-588.
- Little, J., Peake, L., & Richardson, P. (Eds.). (1988). *Women in cities: Gender and the urban environment*. Macmillan International Higher Education.
- Mackenzie, S. (2002). Kentte Kadınlar. *Yirminci Yüzyıl Kenti*, 249-285.
- McCann, E. J. (2002). Space, citizenship, and the right to the city: A brief overview. *GeoJournal*, 58(2), 77-79.
- Purcell, M. (2014). Possible worlds: Henri Lefebvre and the right to the city. *Journal of Urban Affairs*, 36(1), 141-154.
- Sağlık, E. (2013). Kamusal alanda kadınlık hallerinin temsili. *Sanat Dergisi*, (24), 41-52.
- Scruton, S., & Watson, B. (1998). Gendered cities: Women and public leisure space in the 'postmodern city'. *Leisure studies*, 17(2), 123-137.
- Snieska, V., & Zykiene, I. (2014). The role of infrastructure in the future city: theoretical perspective. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 247-251.

KADINA YÖNELİK ŞİDDETE İLİŞKİN ÖĞRETMEN ADAYLARININ GÖRÜŞLERİ

OPINIONS OF TEACHER CANDIDATES ABOUT VIOLENCE AGAINST WOMEN

Dr. Kerim Karabacak

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpasa, Hasan Ali Yucel Education Faculty, İstanbul, Turkey

kerimk@istanbul.edu.tr

ÖZET

Bu araştırma kadına yönelik şiddete ilişkin psikolojik danışma ve rehberlik anabilimdalında öğrenim gören öğretmen adaylarının görüşlerini belirlemek amacı ile gerçekleştirilmiştir. Kolay örnekleme yöntemine göre belirlenen örneklem 1. 2. 3. ve 4. sınıflarda öğrenim gören 273 öğretmen adayından oluşmaktadır. Tarama modelinde gerçekleştirilen araştırmada kadına yönelik şiddete ilişkin görüşleri almak amacı ile bir anket formu kullanılmıştır. Elde edilen veriler dijital ortama aktarılmış ve betimsel istatistiksel işlemler gerçekleştirilmiştir. Bulgulara göre kadına yönelik şiddete ilişkin öğretmen adaylarının oldukça duyarlı oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, öğretmen adayları toplumsal yapı içerisinde eşitliğin sağlanması gerektiği görüşüne da sahiptirler. Bu eşitliği olumsuz etkileyecek her türlü düşünceden de uzak oldukları belirlenmiştir.

Giriş

Günümüzde, sözel, fiziksel, cinsel, sanal şiddet olarak algılanan ve insanlık tarihiyle birlikte ortaya çıkmış olan şiddet olgusu kendini çok farklı biçimlerde göstermektedir. Baskı, eziyet, korkutma, sindirme, öldürme, cezalandırma, başkaldırı, her toplumda günlük yaşamda rastlanan şiddet türlerindendir (Kocacık, 2006). Bir sosyal sistem problemi olarak görülen aile içi şiddet (Aytaç, Eteman, Aydın, Reçber ve Sezer, 2016) ise aile bireylerinden herhangi birisinin diğerler aile bireylerine yönelik uyguladığı her türlü saldırgan davranışlardan oluşur.

Aile içi şiddetin en yaygın görüneni erkeğin kadına veya çocuğa karşı gösterdiği şiddettir (Güler, Tel ve Tuncay, 2005). Kadınlar dünya üzerinde her yerde ve her zaman şiddet görmektedir (Aytaç vd., 2016). Kadına yönelik şiddet türleri genel olarak sözel, fiziksel, psikolojik, ekonomik ve cinsel şiddet şeklinde sınıflandırılmaktadır (TBMM Arş. Kom. Raporu, 2006). Kadın fiziki anlamda olduğu gibi duygusal, cinsel, ekonomik ve toplumsal ilişkilerinin kısıtlanması yönlerinden de şiddete maruz kalabilmektedir (Büyükeleş, 2010). Ama bir çok kaynaktan kadına yönelik şiddet, sözel, fiziksel, ekonomik ve cinsel olmak üzere dört başlık altında toplanmaktadır (Kocacık ve Çağlayandereli, 2009).

Kadına yönelik şiddetin en sık görüleni küfür, aşağılama, hakaret, görüntüsü ile alay etme bağırma ve benzeri örneklerle sahip olan sözel şiddettir. Bu tipte kadına yönelik küfür, hakaret ve aşağılayıcı sözler, kadının öz benliğinde yaralanmalara neden olmaktadır (TBMM Arş. Kom. Raporu, 2006). Sözel şiddet sözel veya sözel olmayan yollara gerçekleştirilebilir (Demirhan, 2012). Ekonomik şiddet, kadının çalışmasına kısıtlama ile gerçekleştirilir. Bunun yanı sıra parasına veya mal varlığına el koyma, ekonomik anlamda isteklerini yerine getirmeme şeklinde gerçekleştirilebilir (TBMM Arş. Kom. Raporu, 2006). Ayrıca bunların yanı sıra kadının sahip olduğu geliri yönetmek şeklinde de gerçekleşir (Korkut ve Owen, 2008). Fiziksel şiddet ise kadına yönelik olarak en yoğun olarak karşılaşılan bir şiddet türüdür (TBMM Arş. Kom. Raporu, 2006). Tokat atmak, itmek, dövmek, savurmak, saç çekmek, yaralamak, boğazına sarılmak, silah kullanmak (kesici ve ateşli) fizik şiddete örnek olarak gösterilebilir (Korkut ve Owen, 2008). Cinsel şiddet ise kadının istemediği bir zamanda istemediği bir yer de istemediği bir biçimde cinsel ilişkiye zorlamaktır. Bunun yanı sıra el ile yapılan hareketler, kız çocuklarının küçük yaşta evlendirilmesi (Korkut ve Owen, 2008), kocanın karısına tecavüz etmesi (Türkmen, 2012) cinsel şiddete verilebilecek örnekler arasındadır. Fuhuşa zorlama da kadınların uğradığı bu alandaki bir başka şiddet şeklidir (Türkmen, 2012).

Dünya genelinde kadınların çok farklı şiddet türlerine maruz kaldığını ortaya koyan bir çok araştırma gerçekleştirilmiştir (Saatçi, 2002; Ayrancı, Günay, Ünlüoğlu, 2002; Akyüz, Kuğu, Doğan ve Özdemir, 2002; Subaşı ve Akın, 2003; Mayda ve Akkuş, 2003; WHO, 2005; Bilgel ve Orhan, 2006; Harcar, Çakır, Surgevil ve Budak, 2008; KSGM, 2009; Kocacık ve Çağlayandereli, 2009; Türk, 2011; Türkmen, 2012; Aytaç vd., 2016; Aktaş ve Uyanık, 2016; Ediz ve Altan, 2017; Şahin ve Dündar, 2017; Ayan, 2018; Bükecik ve Özkan, 2018). Bu araştırmada da aile içinde kadına yönelik şiddet konusunda öğretmen

adaylarının tutumlarının belirlenmesinden yola çıkılmış ve aile içindeki kadına yönelik olarak gerçekleştirilen şiddet eylemlerini belirlemek için aşağıdaki amaç doğrultusunda gerçekleştirilmiştir:

Araştırmanın Amacı

Bu araştırma gelecekte bir eş olacak olan ve aynı zamanda psikolojik danışmada bulunacak olan öğretmen adaylarının kadına yönelik aile içi şiddet konusundaki görüşlerini belirlemek amacı ile gerçekleştirilmiştir. Bu amaca ulaşmak için aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır:

Öğretmen adaylarının kadına yönelik

1. Toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin görüşleri nelerdir?
2. Ekonomik şiddete ilişkin görüşleri nelerdir?
3. Sözel ve fiziksel şiddete ilişkin görüşleri nelerdir?
4. Cinsel şiddete ilişkin görüşleri nelerdir?

Araştırmanın Önemi

Psikolojik Danışma ve Rehberlik (PDR) Öğretmen adaylarının kadına yönelik aile içi şiddete karşı görüşleri, onların ve yetiştireceği öğrencilerin kadına yönelik aile içi şiddete karşı tutumlarını belirlemede önemli bir role sahip olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle aile içi şiddete karşı duran ve bu konuda danışmanlık yapacak olan öğretmenlerin yetiştirilmesi gerekmektedir. Aile içi kadına yönelik şiddete karşı olan PDR öğretmen adaylarının yetiştirilmesi aynı zamanda gelecekte derslerine girdikleri veya kendilerine danışan öğrencilerin bu düşünceye sahip olmasını sağlayacak bir yatırım olarak görülmelidir. Buna bağlı olarak öncelikle PDR öğretmen adaylarının kadına yönelik aile içi şiddete ilişkin görüşlerinin belirlenmesinin son derece önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırma PDR öğretmen adaylarının görüşlerinin alınmasının ardından, aile içi kadına yönelik şiddetin önlenmesine yönelik PDR öğretmen adaylarının yetiştirilmesine, bu konuda doğru bir şekilde danışmanlık yapmalarını sağlayacak yol gösterici önerilerde bulunulacak olması açısından önemli görülmektedir.

Sayıtlar

Bu araştırmada kullanılan anket sorularına katılımcıların içtenlikle cevap verdiği varsayılmaktadır. Ayrıca anketin daha önceden başka araştırmacılar tarafından geliştirilmiş ve kullanılmış olması nedeni ile veri toplama aracının geçerli ve güvenilir olduğu varsayılmaktadır.

Sınırlılıklar

Bu araştırma Eğitim Fakültesi, Psikolojik Danışma ve Rehberlik anabilim dalında öğrenim gören öğretmen adayları ile sınırlıdır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırma betimsel araştırma modellerinden genel tarama modellerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Psikolojik danışma ve Rehberlik Anabilim Dalı'nda öğrenim öğretmen adaylarından oluşmaktadır. Örneklem ise kolay örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Örneklem toplam 173 öğretmen adayından oluşmaktadır.

Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Veri toplama aracı olarak Kanbay, Işık, Yavuzaslan ve Keleş (2012) tarafından geliştirilen ve kullanılan 34 sorudan oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Anket formu toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik görüşler, kadına yönelik ekonomik şiddete yönelik görüşler, fiziksel ve sözel şiddete yönelik görüşler ve cinsel şiddete yönelik görüşleri belirlemek üzere dört bölümden oluşmaktadır. Anket beşli Likert'e göre hazırlanmıştır. Anket formu öğretmen adaylarına kısa bir açıklama yapılarak, boş oldukları bir ders saati içinde öğretmen adaylarına verilmiş, 25 dakika süre verildikten sonra toplanmıştır.

Verilerin Analizi

Toplanan veriler incelendikten sonra bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Grubun geneline ilişkin görüşlere yönelik olarak verilerin analizinde betimsel istatistikler gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

1. Alt Probleme Ait Bulgular

Araştırmanın birinci alt problem “PDR öğretmen adaylarının toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin görüşleri nelerdir?” şeklindedir. Bu alt problem ilişkin bulgular aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine İlişkin Görüşler

	Değişkenler	N	$\bar{X}$	ss	V%
1	Kadına yönelik şiddetin varlığı beni rahatsız eden bir durumdur.	173	4,83	0,604	12,505
2	Aile içi şiddet önemli bir halk sağlığı sorunudur.	172	4,76	0,724	15,210
3	Kızını dövmeyen dizini döver çok gerçekçi bir atasözüdür.	172	2,2	1,385	62,955
4	Kimi durumlarda şiddet uygulamak bir çözüm yolu olabilir.	172	2,15	1,224	56,930
5	Şiddet gören kadın bu durumu başkaları ile paylaşmamalıdır.	173	1,56	1,168	74,872
6	Erkeğin kadına şiddet uygulaması için geçerli sebepler olabilir.	171	1,81	1,17	64,641
7	Kadın erkeğin kontrolü altında olmalıdır.	172	2,12	1,356	63,962
8	Kocadır hem sever hem döver mantığına inanırım.	173	1,54	1,048	68,052
9	Kadınların her türlü iş kolunda çalışmasını doğru bulmuyorum.	173	2,66	1,586	59,624
10	Kadın eve kocasından önce gelmelidir.	173	2,88	1,474	51,181
11	Erkekler kadınlardan daha çok eğitim görmelidir.	172	2,09	1,343	64,258
12	Kadın bir yere gideceği zaman eşinden izin almalıdır.	171	3,03	1,433	47,294
13	Kadın erkek eşitliğine inanırım.	173	3,93	1,208	30,738
14	Çocukların bakımı erkekten ziyade kadının öncelikli görevidir.	171	3,56	3,157	88,680
15	Erkeklerin ev işi yapması gerekmez.	170	1,95	1,163	59,641

Tablo 1’den PDR öğretmen adaylarının cinsiyet eşitliğine ilişkin görüşleri incelendiğinde, öğretmen adaylarının kadına yönelik şiddetin varlığından son derece rahatsız oldukları ve aile içi şiddetin önemli bir halk sağlığı sorunu olduğu görüşünde oldukları belirlenmiştir. Öğretmen adaylarının, erkek kadın eşitliğine ve çocuklarının bakımının erkekler göre kadının öncelikli görevi olduğuna ilişkin görüşlerine ise oldukça fazla katıldıkları görülmektedir. “Kadın bir yere gideceği zaman eşinden izin almalı”, “kadınların her türlü iş kolunda çalışması” ve “kadınların eve kocasından önce gelmesi” konusunda ise öğretmen adaylarının düşüncelerinde bir çekimserlik içerisinde oldukları tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra “kızını dövmeyen dizini döver”, “bazı durumlarda şiddet uygulamanın bir çözüm yoludur”, “şiddet gören kadın bu durumu başkaları ile paylaşmamalıdır”, erkeğin kadına şiddet uygulaması için geçerli sebepler olabilir”, “kadın erkeğin kontrolü altında olmalıdır”, “kocadır hem sever hem döver”, “erkekler kadınlardan daha çok eğitim görmelidir” ve “erkeklerin ev işi yapmaları gerekmez” görüşlerine kesinlikle katılmadıkları belirlenmiştir.

2. Alt Probleme Ait Bulgular

Tablo 2. Ekonomik Şiddete Yönelik Görüşler

	Değişkenler	N	$\bar{X}$	ss	V%
16	Kadınların çalışıp para kazanması gerekmez.	173	1,68	1,072	63,810
17	Evi geçindirmek erkeğin görevidir.	172	2,87	1,465	51,045
18	Erkek istemiyorsa kadın çalışmamalıdır.	171	2,06	1,298	63,010
19	Kadın elindeki parayı istediği gibi harcayabilmelidir.	172	3,16	1,532	48,481
20	Kadının eşinden fazla para kazanması doğru değildir.	171	2,23	1,339	60,045

Tablo 2’de kadına yönelik ekonomik şiddete yönelik öğretmen adaylarının görüşleri yer almaktadır. Tablo’ya göre öğretmen adayları “karınların çalışıp para kazanması gerekmediği” görüşüne hiç katılmadıkları, “erkek istemiyorsa kadın çalışmamalıdır” görüşüne ve “kadının eşinden fazla para kazanmasının doğru olmadığı” görüşüne çok az katıldıkları belirlenmiştir. “Evi geçindirmenin erkeğin

görevi olduğu” ve “kadının elindeki parayı istediği gibi harcayabilmesi” görüşüne ilişkin puanların ise orta düzeyde olduğu belirlenmiştir.

3. Alt Probleme Ait Bulgular

Tablo 3. Sözel ve Fiziksel Şiddete Yönelik Görüşler

	Değişkenler	N	$\bar{X}$	ss	V%
21	Kadın söz dinlemiyorsa erkeğin onu dövmesi sorunu çözebilir.	173	1,42	0,82	57,887
22	Evlilik yürümüyorsa çocuk yapmak sorunu çözebilir.	172	1,92	1,22	63,958
23	Kimi durumlarda kadına bir tokat atmanın sakıncası olmaz.	173	1,6	1,04	65,313
24	Tartışma anında öfke nedeniyle şiddet normaldir.	171	1,56	0,96	61,795
25	Alkollü bir erkeğin eşini dövmesi affedilebilir bir durumdur.	173	1,32	0,92	69,773
26	Kadın söz dinlemiyorsa baskı altına alınması gerekir.	173	1,79	1,16	65,307
27	Kızlar kesinlikle ailelerinin istedikleri kişi ile evlenmelidirler.	172	1,54	1,02	66,039
28	Kadın erkeklerle tartışmamalıdır.	172	2,04	1,22	59,804
29	Ufak tartışmalar evin tadı tuzudur.	173	3,34	1,16	35,000
30	Kimi durumlarda kadına bağırıp çağırmak normal bir durumdur.	172	2,06	1,22	59,175

Tablo 3’de öğretmen adaylarının sözel ve fiziksel şiddete yönelik görüşleri verilmiştir. Sözel ve fiziksel şiddete yönelik olarak öğretmen adaylarının “ufak tartışmalar evin tadı tuzudur” görüşüne oldukça fazla katıldıkları, diğer maddelerde yer alan ifadeler ise katılmadıkları belirlenmiştir. “Kadının söz dinlemiyorsa erkeğin onu dövmesi sorunu çözebilir”, “evlilik yürümüyorsa çocuk yapmak sorunu çözebilir”, kimi durumlarda kadına bir tokat atmanın bir sakıncası yoktur”, “tartışma anında öfke nedeni ile şiddet normaldir”, “alkollü bir erkeğin eşini dövmesi affedilebilir bir durumdur”, “kadın söz dinlemiyor ise baskı altına alınması gerekir”, “kızlar kesinlikle ailelerinin istedikleri kişi ile evlenmelidir” görüşlerine öğretmen adaylarının kesinlikle katılmadıkları belirlenmiştir. “kadın erkeklerle tartışmamalıdır” ve “kimi durumlarda kadına bağırıp çağırmak normal bir durumdur” görüşüne ise çok az katıldıkları belirlenmiştir.

4. Alt Probleme Ait Bulgular

Tablo 4. Cinsel Şiddete Yönelik Görüşler

	Değişkenler	N	$\bar{X}$	ss	V%
31	Kadının açık giyim tarzı tacize uğraması için bir sebeptir.	172	2,6	1,501	57,731
32	Kadın istemese bile eşiyle ilişkiye girmek onun görevidir.	172	1,9	1,19	62,632
33	Geç saatlerde dışarıda olan bir kadının tacize uğraması normaldir.	173	2,26	1,433	63,407
34	Cinsel bir saldırıya uğrayan kadının bunda kabahati vardır.	173	1,98	1,257	63,485

Öğretmen adaylarının kadına yönelik cinsel şiddete yönelik görüşleri Tablo 4’de verilmiştir. Tabloya göre “kadının istemese dahi eşiyle ilişkiye girmesinin bir görev olduğu”, “cinsel saldırıya uğrayan kadının bunda kabahati olduğu” görüşüne öğretmen adaylarının kesinlikle katılmamaktadır. Öğretmen adaylarının kadının açık giyim tarzı tacize uğramasının bir nedeni olduğuna ve “geç saatlerde dışarıda olan bir kadının tacize uğraması normal” olduğu görüşüne ilişkin ise elde edilen ortalamalar orta düzeyde belirlenmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Elde edilen bulgular göre öğretmen adayları kadına yönelik şiddetin varlığından son derece rahatsızdırlar. Bu şiddetin aile içerisinde gerçekleşmesini önemli bir halk sağlığı sorunu olarak görmektedirler. Ancak çocukların bakımı konusunda annenin daha etkin olması gerektiği görüşüne sahip olmaları da kadın ve erkeğin toplumsal rollerinin eşitliğinde önemli bir olumsuzluk olarak görülebilir. Bunun yanı sıra kadının bağımsız hareket kabiliyetinin erkeklere göre biraz daha kısıtlı olabileceği görüşünün de öğretmen adayları arasında hakim olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak tüm bunların yanı sıra toplumsal eşitlik bağlamında kadını erkeğe göre daha alta olmasına neden olabilecek bir çok görüşe öğretmen adaylarının katılmadıkları da belirlenmiştir. Başka bir ifade ile kadın ve erkeğin toplum içerisinde eşit olması gerektiği görüşünün öğretmen adayları tarafından oldukça önemli düzeyde benimsendiği belirlenmiştir.

Öğretmen adaylarına göre kadınlar çalışma hayatının içerisinde aktif olarak rol almalıdır. Bu anlamda aile bütçesine katkı sağlamaları engellenmemelidir. Bu durum ekonomik şiddetin var olmasının karşında olmalarının yanı sıra kadın ve erkeğin toplumsal eşitliğini de desteklediklerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.. Ancak öğretmen adaylarının bu görüşü zedeleyen farklı görüşlere de sahip oldukları belirlenmiştir. Örneğin erkeğe evi geçindirme görevinin yüklenmesi ve kadının kazandığı parayı istediği gibi harcamamasına ilişkin puanların orta düzeyde çıkması düşündürücü bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sözel ve fiziksel şiddete ilişkin olarak ise öğretmen adayları ufak tefek tartışmaların kadın ve erkek arasında gerçekleşmiş olmasının evliliğin tuzu biberi olarak görmektedir. Bunun dışında kadına yönelik sözel ve fiziksel şiddetin kesinlikle gerçekleştirilmemesi gerektiği görüşünün öğretmen adayları tarafından benimsendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Cinsel şiddete ilişkin olarak kadının kesinlikle bir kabahati olmadığı, bu şiddeti gerçekleştiren erkeklerin psikolojik sağlığının yerinde olmadığı görüşünün öğretmen adayları arasında hakim olduğu belirlenmiştir. Ancak kadının geç saatlere kadar dışarıda olmasının cinsel şiddete maruz kalmasının bir nedi olarak da görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun toplumsal yaşam içerisinde kadın ve erkeğin eşitliğine ilişkin bir sakınca doğurduğu söylenebilir.

Öneriler

Öğretmen adayları kadına yönelik şiddete ilişkin görüşleri toplumsal eşitlik bağlamında istenilen düzeyde olduğu söylenebilir. Eğitimli insanlar olarak kabul edilen bu kişilerin görüşlerinin bu yönde olması oldukça sevindiricidir. Ancak bazı konularda kadını toplumsal eşitlik kavramı içerisinde erkeklere göre daha aşağıya taşıyan görüşler de söz konusudur. Örneğin kadının dışarıya çıkması, geç saatte dışarıda bulunması, elde ettiği geliri istediği gibi harcamaması, çocukların bakımı konularında eğitimli kişilere göre dahi puanların orta düzeyde olması söz konusu olduğundan, bu konuların üzerine eğilmek gerekmektedir. Bunun için gerekli önlemler alınmalıdır. Bu önlemler kadınların rahat bir şekilde hareket etmesini sağlayacak hem kadınlarımızı hemde erkekelerimizi bilinçlendirmeye yönelik eğitimsel çalışmaları içerebilir. Ayrıca çocukların bakımı ile ilişkili olarak anne baba eğitimleri düzenlenebilir. Daha sonra yapılabilecek araştırmalara ilişkin olarak öğretmen adaylarının demografik özelliklerine göre kadına yönelik şiddete ilişkin görüşlerinin değişip değişmediğine ilişkin araştırmalar gerçekleştirilebilir.

Kaynakça

- Aktaş, İ. ve Uyanık, Z. (2016) Kadına Yönelik Şiddet. *Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, 32-42.
- Akyüz G, Kuğu N, Doğan O, Özdemir L, (2002), Bir Psikiyatri Polikliniğine Başvuran Evli Kadın Hastalarda Aile İçi Şiddet, Evlilik Sorunları, Başvuru Yakınması ve Psikiyatrik Tanı", *Yeni Symposium*, 40 (2), s. 41-48.
- Ayan, S. (2018). Kadın Algısında Kadına Yönelik Şiddet; Türkiye'deki Kadın Sığınma Evleri Üzerine Bir İnceleme. *International Journal of Human Sciences*, 5(1), 251-264.
- Ayrancı Ü, Günay Y, Ünlüoğlu İ. (2002) Hamilelikte Aile İçi Eş Şiddeti: Birinci Basamak Sağlık Kurumuna Başvuran Kadınlar Arasında Bir Araştırma, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 3, 75- 87.
- Aytaç, S., Etman, F. S., Aydın, G. Ç., Reçber, B. ve Sezer, H. K. (2016). Kadına Yönelik Şiddetin Dünü, Bugünü, Yarını: Kestirim Tabanlı Bir Araştırma. *Sosyoloji Konferansları*. No:54 (2016-2), 275-297.
- Başar, F. ve Demirci, N. (2015). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Şiddet. *KASHED*, 2(1), 41-52.

- Bilgel N, Orhan H.(2006) Aile içi şiddet. (Ed: Bilgel N.) *Aile hekimliği*. Bursa: Medikal Tıp Kitabevi. s.643-55.
- Bükecik, E. ve Özkan, B. (2018). Kadına Yönelik Şiddet:Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin Kadın Sağlığına Etkisi. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 3(2), 33-37.
- Büyükkeleş B K. (2010) Şiddete Maruz Kalan Kadınlar: Kadına Şiddet Suçtur, Erişim Tarihi: 12 Kasım 2013.www.tavsiyeediyorum.com.
- Ediz, A. ve Altan, Ş. (2017). Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet Üzerine Bir Araştırma. *TBB Dergisi*, Özel Sayı, 397-410.
- Güler N, Tel H, Özkan Tuncay F,(2005) Kadının Aile İçinde Yaşanan Şiddete Bakışı. *Cukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*. 27 (2): 51 – 56
- Harcar, T., Çakır, Ö. Sürgevil, O. ve Budak, G. (2008). Kadına Yönelik Şiddet ve Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddetin Durumu. *Tematik Yazılar, Toplum ve Demokrasi*. 2(4), 51-70.
- Kanbay, Y, Işık, E., Yavuzaslan, M. ve Keleş, S. (2012). Hemşirelik Öğrencilerinin Kadına Yönelik Aile içi Şiddetle İlgili Görüş ve Tutumlarının Belirlenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 1(2), 107-119.
- Kocacık, F. ve Çağlayandereli, M. (2009). Ailede kadına yönelik şiddet: Denizli ili örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* . 6:2.
- Kocacık F. (2006) Şiddet Olgusu Üzerine *Cukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1)
- KSGM (T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü). (2009) Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması.
- Mayda A, S, ve Akkuş D. (2003) Ev kadınlarına yönelik aile içi şiddet. *Sağlık ve Toplum*. 13(4):51-58.
- Korkut, F. ve Owen, W. (2008) Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele Projesi, Erişim Tarihi: 01.01.2014 www.turkiyeklinikleri.com/article/tr-cinsel-siddet-hakkinda-50184.html
- Saatçi E. (2002) Aile İçi Şiddet. *Ulusal Aile Hekimliği Kongresi Kongre Programı Kitabı*. 251.
- Subaşı N, Akın A. (2003) Kadına yönelik şiddet; nedenleri ve sonuçları. (Ed: Akın A.) *Toplumsal cinsiyet, sağlık ve kadın*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları. s.231-247.
- Şahin, B. B. ve Dündar, P. E. (2017). Kadına Yönelik Şiddet ve Yaşam Kalitesi. *Anadolu Psikiyatri Derneği*. 18(3), 203-210.
- TBMM Araştırma Komisyonu Raporu, (2006), Ankara.
- Türk L. B.(2011) Kadına Yönelik Şiddet. Erişim Tarihi:12.10.2013 www.tavsiyeediyorum.com
- Türkmen, C (2012) Erkeğin Kadına Yönelik Cinsel Şiddeti. Erişim Tarihi:01.01.2014 www.tavsiyeediyorum.com
- WHO (World Health Organization).(2005) WHO Multi- Country Study on Women’s Health and Domestic Violence against Women, Initial Result on Prevalance, Health Outcomes Women’s Responses, Genova.

THE DYNAMIC POWER OF THE MEDUSA GAZE THROUGH THE PINEAL GLAND OR THIRD EYE

Gillian M.E. Alban

Abstract

This discussion starts from the power of the interactive gaze as presented in my recently published book, *The Medusa Gaze in Contemporary Women's Fiction: Destructive, Maternal and Redemptive* (Alban, 2017), showing the metaphorical female Medusa gaze operating against intimate others, whether threatening, supportive, maternal or redemptive. Such object relations between people is based on the insights of Jean-Pierre Vernant, Jean Paul Sartre, Julien Philippe, Virginia Woolf and Elizabeth Grosz. Marina Abramović indicates gaze power in performance, and therapies demonstrate its use in healing. Reaching towards a physiological understanding of how such gazes operate, I evaluate the force of the pineal gland, also called the third eye, located in the brain behind the eyes; the pineal gland strengthens psychic and physical powers, and is deepened in meditation. This work thus integrates literary studies with therapies of the mirroring gaze, showing the powers and insight afforded by the gaze, indicating that this force extends beyond purely physical vision. I argue the physiological connection of the pineal gland as a significant factor in the wielding of the visual, interactive gaze.

Key words: gaze, mirror, force, power, Medusa, interactive, therapy, pineal gland, third eye

The Gaze Force in Literature seen in *The Medusa Gaze in Contemporary Women's Fiction*

My recent book, *The Medusa Gaze in Contemporary Women's Fiction: Destructive, Maternal and Redemptive*, investigates the power exerted by interactive stares, particularly of women. I show how the gaze is a means of asserting power in relationships, whether through one's stare, or disempowered by another when objectified by it. My discussion demonstrates how women are subjects and wielders of the gaze, against the assumptions of researchers like Laura Mulvey, who assumes women to be merely the object of the gaze. Such interchanging looks I call the Medusa Gaze after Jean Paul Sartre, who asserts that the struggle for transcendence between Self and Other leads to a "petrification in in-itself by the Other's look [which] is the profound meaning of the myth of Medusa" (1943, 430). Sartre equates the look with the archetypal Medusa, whose petrifying stare turns all she looks at into stone. Even as the mythological Medusa is the ultimate patriarchal victim in rape and when beheaded, yet death takes nothing from the power of her gaze. Wielding this tremendous force against beholders as she petrifies those who dare look at her, Medusa becomes an apotropaic or protective force, "literally warding off or turning away the evils it embodies" (Garber & Vickers, 2003, 2), as she returns any gaze at her with her own terrifying look. Hence Athena took Medusa's head onto her shield or aegis, to protect her in battle. Her looks deflect and disempower the gaze of others, thereby operating as an evil eye force, with her gaze protecting the user. This evil eye force is prevalent in Turkey, where blue evil eyes are placed on children or buildings to protect them against hostility. This force is known from Classical times to the present in Europe and the Middle East. The evil eye, apotropaic force of Medusa, dominates temples, shields, sarcophagii, antefixes/ tiles, pendants and ovens, even if her head may end up reversed in the underwater cisterns of Istanbul. A striking, opus sectile ancient Roman Medusa mosaic is set in the floor of the Odeon in the ancient town of Kibyra, near Burdur; recently restored, it opened to the public in 2018. Medusa is clearly a figure who retains her significance; the exhibition, *Dangerous Beauty: Medusa in Classical Art* continued through 2018 at the Metropolitan Museum in New York, described in

the magazine, *Hyperallergic*, as: “The Beauty and Horror of Medusa, an Enduring Symbol of Women’s Power” (Meier, 2018; Karoglu & Alban, 2018).

Sigmund Freud regarded Medusa as a terrifying sight, presenting the male spectator with the genitals of the Mother. He claimed this sight petrifies those who look at her in terror, stiffening them into an erection, while also potentially castrating them. Freud’s view defines women as sexuality; a headless, Baubo figure, decapitated and reduced to her sexual organs. His androcentric ideas regarding the ambiguously powerful monstrous Medusa Mother have gained wide currency in psychoanalysis. Against such thinking, my book presents how the female Medusa gaze empowers women, as an intimidating and destructive force. Evaluating the development of girls in literature, my study shows Medusa as a metaphor of women in relationship, showing one empowered, while her other is destroyed under the gaze. This situation is often reversed as the victim asserts her power against her other; alternately, she may go mad or become suicidal. My book thus indicates the multi-faceted power of the gaze through many examples. First considering how this gaze operates between characters and individuals, I then extend my research beyond literature to penetrate the way the gaze operates in other disciplines, including art, clinical psychology, and neuroscience, in the pineal gland.

My investigation starts by evaluating the gaze as a force in the intimate friendships of girls, with one girl exerting an overwhelming, debilitating power against her other, virtually petrifying her mate by bullying and tormenting her in an interpersonal struggle. Driven into extreme abjection and misery, the victim of such assaults by her ‘friend’ would suffer in desperation. Rallying her forces, she would then assert her own integrity, returning her own forceful gaze against such assaults by her friend. The weaker girl would turn the tables against her friend, empowering herself and reversing this power struggle, reducing the predator to the hunted. The bully would then become the object of counter, insidious attacks, helpless to defend herself under psychic assault, as her rival grew stronger. The mythologist Jean-Pierre Vernant reports the interactive, doubling nature of the Gorgon Medusa, suggesting that Medusa is your double looking back at you in the mirror, reflecting you both positively and negatively as something both more and less than yourself. This gaze returns the petrifying, infiltrating gaze of the dark, unnameable other or double that “represents in its grimace the terrifying horror of a radical otherness with which you yourself will be identified as you are turned to stone” (1985, 138). It suggests “the decadent image of the vampire” (Defendi, 2000, 28), leading as far as death: “Either the other kills me, or I kill the other” (Julien, 1990, 35).

In Margaret Atwood’s novel *Cat’s Eye*, the nine-year-old Cordelia persistently mocks and taunts Elaine, eroding her confidence, or any sense of personal worth. Regarding her friend scornfully, she humiliates and debilitates her, using her as the butt end of the group’s teasing, reducing Elaine to isolation and misery in their friendship. Elaine is helpless to escape this desperate situation. Her mother suggests she be tough, which seems to put the blame on her for not being strong enough. She tolerates her friends’ abuse, barely managing to survive their psychic onslaught, while tearing her cuticles down to the quick, and ripping and shredding the skin of her toes, in an attempt to counterbalance her psychic anguish with physical pain. Teasingly ordered down into the frozen ravine in order to retrieve her hat, when she had inopportunely laughed at Cordelia, she reaches the icy water at the bottom and allows herself to passively give up the struggle, as her legs become frozen and waterlogged. Lacking the will to survive, she surrenders to the freezing water.

Then she hears the voice of the Madonna, and looks up to see her floating through the air down from the bridge towards her, calling her to get up and climb out of the ravine. Her family are neither Catholic, nor even religious; Elaine had once seen a picture of the Madonna on the street and picked it up, then hastily discarded it before Cordelia, approaching her intimidatingly from behind, could order her to drop the picture. Whatever the nature of this redemptive, maternal force that comes to her rescue, whom Elaine has only vaguely heard about, in this novel by the unbelieving writer, Margaret Atwood, the Madonna figure clearly represents a symbolic aspect of an apotropaic, maternal deity, which saves Elaine. It may even activate her own need to survive, enabling her to rally and defend herself. Years later, the unbelieving Elaine slumps down before a black “Virgin of Lost Things” in Mexico. Even while reluctant to put any faith in her, she thinks that maybe this icon could offer the numinous force to help her “when there is no other/ help or comfort” (Atwood, 2010, 236). Such a “universal saviour figure” (Osborn, 1998, 180) seems more likely to offer succour than the usual, immaculate Madonna icons. Thus in desperate situations Elaine is enabled to assert her own life force with the help of this maternal, redemptive figure.

Years later, again becoming friends with Cordelia, while they are sitting in a cemetery, Elaine asserts that she is one of twins, and that she sleeps in a coffin at night as a dead vampire, while apparently normal in the daytime. She is “the predatory Empusa and strangling snakes [which] recall the decadent image of the vampire [...] the metaphorical conception of Medusa” (Defendi, 2000, 28). Cordelia hesitates to believe her, but there is something in the macabre atmosphere and Elaine’s confidence, enabling her to get under her friend’s skin with such an unearthly threat. This time Cordelia becomes vulnerable to Elaine’s taunts as she is debilitated and weakened beneath her friend’s attacks. Gradually Cordelia loses control in her personal relationships under Elaine’s tauntingly mean mouth, as her life increasingly disintegrates, until finally she becomes a failure, drops out of school, and is last seen by Elaine in a lunatic asylum.

The interaction of these two girls is extensively duplicated in A.S. Byatt’s novel, *The Game*, where the older sister, Cassandra, first taunts and humiliates her younger sister. As the girls grow up, the younger Julia gradually becomes cognisant of her sister’s methods and learns to defend herself, preying on her as she returns the taunts and diminishment of her older sister. Both these women are writers, living in fantasy, Arthurian, chivalric worlds based on the fantasy game they played in childhood. The younger Julia becomes a mother and a successful author of fiction, while the older Cassandra remains a lonely academic with limited social interactions, living up to her mythic heritage as the gagged Cassandra, slipping increasingly into isolated paranoia. Eventually Julia writes a thinly disguised fictional version of her sister Cassandra into her latest novel, aware of the devastation it will cause. This novel utterly exposes Cassandra’s foibles and weaknesses under the gaze of everyone who knows her, submitting her to painfully public humiliation. When Cassandra reads this fictional version of her own life, she feels herself caught as her sister’s mirror image, exposed as a doll under this onslaught. She can find no other way out from such disgrace than to extinguish her own light, and she commits suicide in order to escape this dreadful exposure.

In the various novels I analyse in my book, *The Medusa Gaze*, such power interactions demonstrate how the gaze is asserted against a weaker partner, debilitating the object of her gaze. The crushed one generally learns to assert herself against her other as they change places, or she may decline into madness and even suicide under the petrifying look of the other. This powerfully destructive gaze may be projected as a maternal evil eye force, as in

Angela Carter's "The Bloody Chamber," where the mother rescues her daughter from her Bluebeard husband as an apotropaic, maternal force, deflecting the oppressor's attack as she destroys him.

The Medusa gaze is reflected back to the self in the mirror, as Giovanni Caputo and Stefano Zago indicate: "Mirror gazing at one's own face is similar to an interpersonal encounter by the subject (or the subject's ego) with itself" (2014, 2). It enables the subject to recognise and develop her own personality, connecting with her view in the mirror. Jacques Lacan posits the infant achieving self-recognition and identity from six months old as they recognise their own sight in the mirror and respond to (m)others around them. Philippe Julien interprets Lacan's "Mirror Stage theory:" "it is the other who functions as a mirror" (1990, 30), as the mirror becomes a paradigm for relationships, while the child creates their ego through interactive gazes. Virginia Woolf in *A Room of One's Own* states that men see themselves reflected in the adulatory eyes of women, returning men's gaze back to them magnified in the mirror. She caustically presents women's admiring gazes as enabling men's magnifying self-perceptions, evaluating themselves at twice the worth of every woman they face. The gaze of apparently inferior women thus boosts the deficient male ego, making them capable of action, declares Woolf a hundred years ago. Elizabeth Grosz explains how the child creates their ego while distinguishing between themselves and their (m)other in the gaze. Such object relations between people indicate the force people exert over each other. The Medusa archetype occurs as we subject others to our self-assertive gaze, or when the gaze is turned onto us, as self and other reflect and mirror each other. We may be objectified under the gaze of others, or we may gain power over another through our own petrifying gaze, or become an apotropaic evil eye, shielding others protectively as we return the destructive gaze back onto the beholder.

The Mirroring Gaze as a Force in Art and Psychic Therapy

The gaze has been used extensively not only to interpret but also to heal human interactions. The performance artist, Marina Abramović, offered herself as *The Artist is Present* at the MoMA museum in 2010 over a period of three months, six days a week. She describes herself as a mountain or a rock in this experience, exposed to the gaze of anyone who queued to exchange looks with her; many remained staring at her for over an hour. She declares how such interactions enable people's need to be acknowledged, while demonstrating the considerable force of her state of mind in this performance. Indicating that the hardest thing is to do something close to nothing, allowing no room for distractions and nothing to hide behind, she actually implies the force of meditation, which I discuss below. Abramović's performance was undisputedly successful, as people queued for three months in order to sit silently, eyeball to eyeball with the artist; some returned to repeat this experience. The video clips show participants in this performance as captivated, releasing their emotions, at times in tears, demonstrating the extraordinary force of the mutual gaze. Rebecca Taylor reports on her thirty minutes exchanging stares with Marina Abramović: "We sat absolutely still in deafening silence, exchanging energy, and just being with each other. I've heard it said that couples married for decades can sit in silence and understand one another perfectly, but I'd never imagine that sort of intimacy could be possible between two total strangers. It is" (2013). This performance verifies what the novel *The Overstory* indicates fictionally; the electrifying, even transformative nature of the gaze.

Richard Powers' novel, *The Overstory*, presents the force of the gaze in an alternate form of therapy. One-time engineer Mimi makes her living as a therapist; her clients coming to her on receiving glowing recommendations from previous clients. One describes it as "the most bruising, profound experience" he had undergone in his adult life (Powers, 2018, 399). In this therapy, like Abramović, Mimi commits herself to a mutual stare with her client,

for as long as three hours, occurring after minimal knowledge of each other; she only has an initial chat to establish whether the client is unhappy enough to need her help. Mimi asserts that this work makes her life meaningful, while also sucking the life from her. In two sessions each day she and her clients eyeball each other for hours, as the clients' hidden emotional traumas gradually emerge into shared consciousness between them. They work through an initial scopophobia, fear of seeing and being seen, eventually "going down the rabbit hole of another woman's eyes" (402). The therapist shares non-judgmental looks with her client, enabling them to approach healing through this mutual gaze. Powers describes this as "Deserts of infinite boredom punctuated by peaks of freakish intensity [...] annihilated memories percolate up from below, so many moments, recovered and lost again in this loop of looking. Hydra-like, multiplying memories longer than the lives that made them [as] one of them has a thought, which at once becomes the other's" (403). Their psychic perturbations emerging into consciousness appears to activate a cleansing catharsis that releases them from the weight of their traumas, working through the burdens they carry from bruising encounters of their lives. As their feelings and confessions of weaknesses and intimacy emerge through this interpersonal gaze, they may shed tears, or wonder about their loneliness and grief, until finally the client achieves a cathartic healing. The therapist takes a significant fee, having previously stipulated that they will not meet again. With scarcely a word exchanged, the client departs refreshed and renewed from this gaze encounter; the therapist, while also carrying the weight of such interactions, affirms how they give her life purpose.

Powers' novel and Abramović's performance both indicate the force of interactive, mirroring gazes, which is corroborated in clinical psychology, where the mirroring gaze is used in treating cases of autism, anorexia, social anxiety and SDD. In "The gaze, the mirror and representation of a self in the treatment of a young boy with pervasive developmental delay and marked autistic features" (2015), Vije Franchi presents the results of three years of therapy with an autistic boy initially five years old, who suffered from developmental delay and autism. The client could not recognise his mirror reflection, and his social interactions were severely limited. After three years of help in activating his gaze through the mirror, he progressed to be able to see his reflection in the therapist's eyes, recognising himself and relaxing into this insight, spelling out his name, and even dancing in rapture. He continued to use the mirror to explore and internalise a developing sense of himself.

Joy Schaverien uses art therapy while working within transference to enshrine her belief that "art is psychologically transformative" (1992, 3). In her art therapy with an anorexic young man, she enabled him to understand through his own drawings his sense of entrapment within his mother's womb, as his body and development had atrophied in an idealisation of women, particularly his mother. Working through various stages of identifying this phenomenon, familiarising himself with his state as reflected in his drawings, acknowledging their implications, and assimilating the impact of these insights, the analysand came to appreciate and work his way through his condition as revealed in his pictures. This process of increasing self-perception operated as a catalyst, enabling him to process his consciousness as he mirrored his psyche, enabling him to move towards healing. Schaverien thus helps her analysands to mirror their soul in their drawing, revealing and resolving their troubled state of mind.

Research conducted by Lars Schulze et al entitled "Gaze perception in social anxiety and social anxiety disorder," suggests that abnormal gaze perception is an important factor in social anxiety disorder (SAD), where socially anxious individuals exhibit "an enhanced self-directed perception of gaze directions and [...] a pronounced fear

of direct eye contact” (2013). SAD individuals avoid and fear eye contact; mammals generally interpret a direct gaze as a threatening sign of dominance. Stares may be aggressive; a dog may bite a starrer, or a person may shoot them. Small birds like tits are nervous when looked at, and will fly from a peanut holder under a stare; such timid birds may only be regarded obliquely (personal observation). However, humans generally appreciate a direct gaze, as both Winnicott and Lacan observe in the growing child, as they show the child growing to self-awareness in the (maternal) gaze. Infants even as young as two days old prefer a direct gaze to an averted stare. But the persistent eye contact of a stranger causes people to feel uneasy. Socially anxious individuals, particularly males, experience greater discomfort under an evaluative gaze than females. Discomfort and a sense of threat or fear is increased with angry and negative faces, especially in SAD cases.

The article entitled “Mirror, mirror on the wall, who is the ugliest of them all? The psychopathology of mirror gazing in body dysmorphic disorder” by David Veale and Susan Riley, investigates the tendency of Body Dysmorphic Disorder patients to spend hours before the mirror, attempting to boost their self-esteem by adjusting their appearance favourably, in some cases so distressed by mirror gazing that they avoid mirrors altogether, as it increases their distress and self-consciousness. They are encouraged by therapists to move beyond “What You See Is What You Get” and to empower themselves in mirror gazing by asserting: “What You See Is What You Construct” (2011), enabling them to perceive and construct their body image as reflected in the mirror more positively.

The Physiology of the Gaze Activated through the Pineal Gland or Third Eye

This discussion shows how mutual gazes and mirroring interactions between people, in literature and life, may control others or enable self-assertion against others. It shows how the mirror gaze is used in therapy to understand and resolve psychic imbalances. We stare with our eyes, but what occurs in the brain when people look at each other with concentration? The eyes are a significant sense organ, enabling us to interpret our external experiences. Between and behind the eyes lies the endocrine organ called the pineal gland, also known as the third eye, which possesses certain features of the eye. While humans do not use this organ for sight, some animals’ pineal gland show vestigial aspects of the eye, and some use it in vision. It is light receptive, activated in darkness and inhibited under light. The major source of the sleep hormone melatonin, it influences mood, the immune system, circadian and biological rhythms, sleep quality, as well ageing and stress, operating as a powerful antioxidant. The pineal gland makes pinoline and DMT, preventing the breakdown of serotonin, emitting secretions to surrounding emotional, visual and auditory brain centres, connecting the mind and body, and affecting our state of mind. The function of this gland, which tends to calcify and atrophy through increasing age, has been connected with enlightenment and spirituality since the Ancient Egyptians, who mummified it separately. It is activated through meditation, which effects a “rest break, an exercise session, an integration session, an energizer, and a body tuner, promoting antioxidant and antidepressant production, [making] meditation valuable for stress-management and simple self-care” (Miller, 2013, 225). Meditation also “awaken[s] psychic centres by amplifying our telepathic ability to affect or be receptive to others’ brainwaves through modulating chemistry and electromagnetic entrainment” (221-222).

The ancient Greeks connected the pineal to thought; activated through meditation, it enables spiritual insight while activating the psyche. One who practices meditation, Marina Abramović describes her gaze performance as doing “something close to nothing, [without] distractions,” which approximates closely to meditation, as one empties the

mind of thoughts and distractions in concentration. “Through meditation, the pineal may be modulated [to enable] the induction of a dynamic, yet unmoving quality of experience.[...] It recalibrates the whole organism” (Miller 219). “Isolated from external light, the third eye (pineal gland) overflows with certain neurotransmitters that awaken the higher brain and imprint the brain, reprogramming itself for an ‘instant experience of Being’” (Miller 223; Chia & Thom, 2019). Investigating the function of DMT (endogenous hallucinogens including pinoline) in the pineal gland, Steven Barker suggests its action in psychosis, creativity, imagination, dream, and states of consciousness, and its role as a neuroprotectant and neurogenerative agent (2018). Miller posits the activation through meditation of pinoline or DMT, melatonin and serotonin in the pineal gland or third eye in dreams and visions, extreme states of consciousness and brain awareness (2006).

Synthesizing the results of my discussion here, I conclude that a steady, interactive gaze, whether looking at another person, or focusing internally with the inner, third eye, affords and releases an enabling power or insight, in oneself or towards another. The ancients personified the powerful look as the petrifying, apotropaic gaze of Medusa. We look with our eyes; staring within, we activate the pineal gland and achieve insight; externally or internally, both are empowering actions. Neurology and psychic studies indicate that the pineal gland which operates in meditation, conveying one to other planes, may be a significant aspect of the gaze which enables the subject to penetrate the mind of the one before them. The psychic exploration of mirroring gazes and the pineal gland suggest that rich insights lie within this investigation. Integrating literary studies with therapies of the mirroring gaze, indicating the power of personal self-assertion and insight through the force of the gaze, I suggest this as a force far greater than purely physical vision. The gaze may actually achieve an intensity better understood by the contemplative, through meditation, offering insights from deep within the psyche. In this preliminary discussion, I posit the physiological connection of the pineal gland, or activation of the third eye through meditation, to the powerfully interactive, visual gaze.

Sources

- Abramović, Marina. (2010) The Artist Is Present. https://www.moma.org/learn/moma_learning/_marina-abramovic-marina-abramovic-the-artist-is-present-2010/
- Adams, Tessa. (1998). *Desire and the Female Therapist: Engendered Gazes in Psychotherapy and Art Therapy*, by Joy Schaverin. *Feminist Review*, 60, *Feminist Ethics and the Politics of Love*, 125-127.
- Alban, Gillian M.E. (2017). *The Medusa Gaze in Contemporary Women's Fiction: Petrifying, Maternal and Redemptive*. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- . (2013). “Medusa as Female Eye or Icon in Atwood, Murdoch, Carter and Plath.” *Mosaic* 46/4: 163-182.
- Atwood, Margaret. (1988). *Cat's Eye*. New York: Bantam Books.
- . (2010). *Eating Fire*. London: Virago Press.
- Barker, Steven A. (2018). “N, N-Dimethyltryptamine (DMT), an Endogenous Hallucinogen: Past, Present, and Future Research to Determine Its Role and Function.” *Frontiers in Neuroscience*. 12: 536.
- Blackshaw, Seth & Solomon H. Snyder. (1997). “Developmental Expression Pattern of Phototransduction Components in Mammalian Pineal Implies a Light-Sensing Function.” *The Journal of Neuroscience*. 17/21: 8074-8082.
- Boyd, Tracy. (1977, 2008). “The Eye Goddess and the Evil Eye.” *Sacred Threads.net*.
- Byatt, A.S. (1967). *The Game*. London: Vintage.

- Caputo, Giovanni et al. (2014). "Visual Perception during Mirror-Gazing at One's Own Face in Patients with Depression." *Scientific World Journal*, 1-7.
- Chia, Mantak and Joyce Thom. (2019). "Opening the Third Eye: Powerful Ancient Practices for Activating the Pineal Gland and Expanding Consciousness." https://www.conscious_lifestylemag.com/pineal-gland-activation-third-eye/
- Defendi, Adrienne, S. (2000). "Arturo Graf's 'Medusa': Towards a Demystification of Myth." *Italica* 77/1: 26-44.
- Franchi, Vije. (2015). "The gaze, the mirror and representation of a self in the treatment of a young boy with pervasive developmental delay and marked autistic features." *Journal of Child Psychotherapy*, 41/ 1: 41-56.
- Freud, Sigmund. (1922, 2003). "Medusa's Head." Garber, Marjorie & Nancy Vickers. *The Medusa Reader*. New York: Routledge.
- Grosz, Elizabeth. (1990). *Jacques Lacan: A Feminist Introduction*. London, New York: Taylor and Francis Group.
- Julien, Philippe. (1994). *Jacques Lacan's Return to Freud: The real, the symbolic, and the imaginary*. Trans. Devra Beck. New York, London: New York University Press.
- Karoglu, Kiki and Gillian M.E. Alban. (2018) *THEMETMedia*. <https://www.metmuseum.org/metmedia/video/lectures/dangerous-beauty-medusa-classical-art>
- Lacan, Jacques. (2006). "The Mirror Stage as Formative of the I Function as Revealed in Psychoanalytic Experience." *Ecrits*. Trans. Bruce Fink. New York: W.W. Norton & Company.
- Mano, Hiroaki & Yoshitaka Fukada. (2007). "A Median Third Eye: Pineal Gland Retraces Evolution of Vertebrate Photoreceptive Organs." Review. *Photochemistry and Photobiology*, 83: 11-18.
- Meier, Allison. (2018). "The Beauty and Horror of Medusa, an Enduring Symbol of Women's Power." *Hyperallergic*.
- Meissl, Hilmar. (1997). "Photic Regulation of Pineal Function. Analogies between Retinal and Pineal Photoreception." *Biology of the Cell*, 89: 549-554.
- Miller, Iona. (2013). "Pineal Gland, DMT & Altered State of Consciousness." *Journal of Consciousness Exploration & Research*, 4/2: 214-233.
- . (2006). "Soma Pinoline: Blinded by the Light." *Pineal DMT*. http://ionaparamedia.50megs.com/whats_new_1.html
- Moussa, Maio & Thomas A. Shannon. (1992). "The Search for the New Pineal Gland: Brain Life and Personhood." Hastings Center Report.
- Mulvey, Laura. (1975, 1993). "Visual pleasure and Narrative Cinema." *Feminisms: An Anthology of Literary Theory and Criticism*. Robyn Warhol & Diane Price Herndl. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.
- Osborn, Marijane. (1998). *Romancing the Goddess: Three Middle English Romances about Women*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Powers, Richard. (2018). *The Overstory*. New York, London: W.W. Norton & Company.
- Ramachandran, V.S. & Eric L. Altshuler. (2009). "The use of visual feedback, in particular mirror visual feedback, in restoring brain function. *Brain*, 132/7: 1693-1710.
- Sartre, Jean Paul. *Being and Nothingness*. (1943). London: Methuen & Co. Ltd.
- Schaverien, Joy. (1992). "The Mirror of Art: Reflections on Transference and the Gaze of the Picture."

- Schulze, Lars, Babette Renneberg & Janek S. Lobmaier. (2013). "Gaze Perception in social anxiety and social anxiety disorder." *Frontiers in Human Neuroscience*, 7: 872: 1-9.
- Scott, Jeffrey. "Pineal Gland Activation: A Complete Guide to Opening your Third Eye."
- Taylor, Rebecca. (2013). *Marina Abramović: The Artist Is Present*.
- Veale, David & Susan Riley. (2011). "Mirror, mirror on the wall, who is the ugliest of them all? The psychopathology of mirror gazing in body dysmorphic disorder." *Behaviour Research and Therapy*, 39: 1381-1393.
- Vernant, Jean-Pierre. (1985). *Mortals and Immortals: Collected Essays*. Ed. Froma I. Zeitlin. Princerton, New Jersey: Princeton University Press.
- Woolf, Virginia. (1928). *A Room of One's Own*. London: Penguin.