

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



BABY BOOMERS, X, Y ve Z KUŞAKLARININ
TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISININ SOSYOLOJİK OLARAK İNCELENMESİ
VE KARŞILAŞTIRILMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ceyda BALCI

Sosyoloji Ana Bilim Dalı

Sosyoloji Bilim Dalı

EKİM, 2020

**T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**BABY BOOMERS, X, Y ve Z KUŞAKLARININ
TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISININ SOSYOLOJİK OLARAK İNCELENMESİ
VE KARŞILAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Ceyda BALCI
(Y1712.360007)**

**Sosyoloji Ana Bilim Dalı
Sosyoloji Bilim Dalı**

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Burcu GÜDÜCÜ

EKİM, 2020

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum ‘‘ Baby Boomers, X, Y ve Z Kuşaklarının Toplumsal Cinsiyet Algılarının Sosyolojik Olarak İncelenmesi ve Karşılaştırılması ‘‘ adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.
(20/10/2020)

Ceyda BALCI

ÖNSÖZ

Yapmış olduğum çalışmanın konu başlığı olarak literatürde daha önceden yapılmamış bir araştırma olması ve bu sebeple literatürde ilk olarak gösterilecek olmasının mutluluğu ve gururunu yaşamaktayım.

Lisans ve yüksek lisans eğitim-öğretim hayatım boyunca ve tez çalışmam sırasında kıymetli bilgi, birikim ve tecrübeleri ile bana yol gösterici olan değerli Tez Danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Burcu Güdücü hocama,

Lisanstan başlayıp yüksek lisans sürecime kadar yetişmemde emeği geçen değerli bölüm hocalarım Prof. Dr. Mahmut Arslan ve Dr. Öğr. Üyesi Gökçen Çatlı'ya, tez sürecimde bilgi birikimi ve yardımları ile bu sürecime destek veren Araştırma Görevlisi Fatmanur Şengül'e sonsuz teşekkür ve şükranlarımı sunarım.

En büyük minnet duyduğum, yaşamıma anlam katan, beni bugünlere kadar yetiştiren, eğitim hayatım boyunca en büyük destekçilerim olan, maddi ve manevi hiçbir zaman desteğini esirgemeyip beni yalnız bırakmayan sevgili Babam Harun Balcı ve Annem İlknur Balcı'ya sonsuz teşekkür ederim.

Canım Babam HARUN BALCI için...

Ekim 2020

Ceyda BALCI

**BABY BOOMERS, X, Y ve Z KUŞAKLARININ
TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISININ SOSYOLOJİK OLARAK İNCELENMESİ
VE KARŞILAŞTIRILMASI**

ÖZET

Araştırma İstanbul İli genelinde Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağının Toplumsal Cinsiyet Algısının Sosyolojik Olarak İncelenmesi ve Karşılaştırılması yönünde gerçekleştirilmiştir. Anket her kuşaktan eşit sayıda kadın ve erkek katılımcılara değerlendirme ölçütü olarak uygulanmıştır.

Araştırmanın amacı kuşakların toplumsal cinsiyete ve kadın – erkek ilişkilerine bakış açılarını anlamak ve buna etken olan değerlerin ortaya konmasını sağlamaktır.

Çalışma verileri tarama modeli ile “ Kişisel Tanıma Formu” ve “Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği” anketidir. Veriler bu değerlendirme modeli ile birlikte elde edilmiştir. Toplanan veriler üzerinden standart sapma, ortalama, minimum, maximum değerlerin yanı sıra frekans tabloları, anova testi, t testi analizleri yapılmıştır. Bu nedenle veriler, betimleyici istatistikler (descriptive statistics) kullanılarak çözümlenmiştir. Testlerin anlamlılık düzeyi olarak $p<,05$ düzeyi yeterli görülmüştür.

Bu çalışma ile birlikte gelişmekte ve değişmekte olan dünya ve yaşam koşullarına göre kuşakların, toplumsal cinsiyet algısı incelenecektir. Kuşaklar arası karşılaştırma yapılarak günümüze kadar kat etmiş olduğu yol haritası ve toplumsal cinsiyete bakış açıları, fikir ayrılıkları üzerinde durulacaktır.

Kuşaklar sırasıyla; Baby Boomers (1946 -1964), X Kuşağı (1965 -1980), Y Kuşağı (1981 -1995) ve Z Kuşağı (1996 ve Sonrası) olarak adlandırılmaktadır. Bu kuşakların ilki ile son kuşak arasındaki zaman diliminde toplumsal cinsiyet algısına bakış açısının nasıl ve hangi etmenler doğrultusunda değiştiği ele alınacaktır. Bu çalışmada kültürel ve teknolojik faktörlere de yer verilerek kuşakların toplumsal cinsiyet algısı

ve kuşaklar arasında toplumsal cinsiyete bakış acısının farklılıkları ve nedenleri ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler; Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı, Toplumsal Cinsiyet



SOCIOLOGICAL ANALYSIS AND COMPARISON OF BABY BOOMERS, X, Y AND Z GENERATIONS GENDER PERCEPTION

ABSTRACT

The research was carried out in the direction of Sociological Examination and Comparison of Gender Perception of Baby Boomers, Generation X, Generation Y and Generation Z throughout the province of Istanbul. The questionnaire was applied to equal male and female participants of all generations as an evaluation criterion.

The aim of the research is to understand the perspectives of generations on gender and male-female relationships and to reveal the values that influence this.

Working Version is "Personal Identification Form" and "Gender Perception Scale" survey with scanning model. This has been achieved together with the evaluation model. In addition to standard deviation, average, minimum and maximum values, frequency tables, ANOVA test, t-test analyzes were performed on the collected data. These data, descriptive statistics (descriptive statistics) were also analyzed. The significance level of the tests was found to be sufficient with a $p < .05$ level.

With this study, the gender perception of generations in the developing world and life will be examined. By making intergenerational comparisons, the roadmap it has covered up to date, the gender perspective and differences of opinion will be emphasized.

Generations language; It is named as Baby Boomers (1946-1964), Generation X (1965-1980), Generation Y (1981-1995) and Generation Z (1996 and After). How and which factors changed the perspective of gender perception in the period between the first of these generations and the last generation. We will try to reveal the difference and test of the gender perception of generations and the perception of gender between generations.

Keywords; Baby Boomers, X Generation, Y Generation, Z Generation, Gender.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ONUR SÖZÜ	i
ÖNSÖZ.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
I. GİRİŞ.....	1
A. Araştırmanın Amacı ve Önemi	1
B. Araştırmanın Konusu ve Önemi.....	1
C. Araştırmanın Metodolojisi, Evren ve Örneklemi.....	2
D. Verilerin Çözümlemesi ve Değerlendirilmesi.....	3
II. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI	4
A. Kavramsal ve Kurumsal Çerçeve.....	4
B. Kuşaklar	4
1. Sessiz Kuşak	6
2. Baby Boomers.....	7
3. X Kuşağı	9
4. Y Kuşağı	11
5. Z Kuşağı	13
C. Biyolojik Cinsiyet	15
1. Heteroseksüellik.....	17
2. Eşcinsellik (Homoseksüellik)	18
3. Biseksüellik	18
4. Transseksüellik.....	19

5. Interseksüellik	21
D. Toplumsal Cinsiyet	23
1. Toplumsal Cinsiyetin Bileşenleri	24
2. Aile	25
3. Akran Grubu	27
4. Eğitim	28
5. Teknoloji	29
6. Kültür	31
7. Kültür, Kuşaklar ve Toplumsal Cinsiyet	33
III. GEREÇ VE YÖNTEM	35
A. Anket Hazırlık Yöntemi	35
B. Anketin Genel Yapısı	35
C. Örneklem Grubunun Seçilmesi	36
D. Anket Uygulama Yöntemi	36
E. Çalışmanın Sınırlılıkları	36
F. Bulgular ve Yorumlanması	37
G. Hipotezler	37
1. Katılımcıların Demografik Bilgileri	38
2. Katılımcıların Dini İnancına Ait Bilgileri	39
3. Katılımcıların Cinsiyete Yönelik Bakış Açıları	40
4. Katılımcıların Erkek Üstünlüğüne Olan Bakış Açıları	42
5. Katılımcıların Kadınların İş Hayatında Olmasına Dair Bakış Açıları	44
6. Katılımcıların Cinsiyet Eşitliğine Olan Bakış Açıları	47
7. Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeğine İlişkin Bilgiler	48
8. Kuşaklar Arası Toplumsal Cinsiyet Algısı Farklılıkları	54
9. Cinsiyete Göre Toplumsal Cinsiyet Algısı	56
10. Eğitim Durumuna Göre Toplumsal Cinsiyet Algısı	57
11. Dini İnanca Göre Toplumsal Cinsiyet Algısı	60
IV. TARTIŞMA ve SONUÇ	63
V. KAYNAKÇA	71
EKLER	75
ÖZGEÇMİŞ	81

ÇİZELGELER LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1: Katılımcıların dini inanç dağılımları tablosu	39
Çizelge 2: Cinsiyetler arasında dini inanç açısından karşılaştırma dağılımı ilişki analiz tablosu.....	40
Çizelge 3: Katılımcıların cinsiyete yönelik bakış açıları dağılımı tablosu	40
Çizelge 4: Katılımcıların cinsiyet ile cinsiyete yönelik bakış açısı ilişki analiz tablosu	41
Çizelge 5: Cinsiyete bakış açısı üzerinde etkili faktörler dağılımı tablosu.....	41
Çizelge 6: Katılımcıların erkek üstünlüğüne olan bakış açıları dağılımı tablosu	42
Çizelge 7: Erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesine yönelik bakış açıları ilişki analiz tablosu.....	43
Çizelge 8: Katılımcıların “erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesi doğru mu?” görüşü dağılımları tablosu.....	43
Çizelge 9: Katılımcıların kadınların iş hayatında olmasına dair bakış açıları dağılımı tablosu	44
Çizelge 10: Katılımcıların kadınların iş hayatında olmasına dair bakış açıları ilişki analiz tablosu.....	45
Çizelge 11: Kadın ve erkek katılımcı oranlarına göre kadınların iş hayatında olmasına dair bakış açıları dağılımı tablosu.....	45
Çizelge 12: Katılımcıların “Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?” sorusuna yönelik genel dağılımı tablosu	46
Çizelge 13: Cinsiyet ile “Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?” ifadesi arasında ilişki analiz tablosu	46
Çizelge 14: Kadın ve erkek katılımcıların “Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?” sorusuna yönelik cevap dağılımı tablosu.....	47
Çizelge 15: Katılımcıların cinsiyet eşitliğine olan bakış açıları dağılımı tablosu.....	48

Çizelge 16: Cinsiyet ile “Kadın erkek eşitliğine inanıyor musunuz?” ifadesi arasında ilişki analiz tablosu.....	48
Çizelge 17: Ölçeğin minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerleri tablosu	50
Çizelge 18: Toplumsal cinsiyet algısı ölçek maddelerinin Frekans Analizi ile elde edilmiş veri değerleri tablosu	50
Çizelge 19: Baby Boomers, X, Y ve Z kuşağı arasında toplumsal cinsiyet algısı ilişkisi tablosu	54
Çizelge 20: Ölçekten alınan toplam puan Scheffe Testi sonuçlarına göre; Baby Boomers, X, Y ve Z kuşağı arasında toplumsal cinsiyet algısı farklılık dağılımı tablosu	54
Çizelge 21: Ölçekten alınan toplam puana göre toplumsal cinsiyet algısı dağılımı tablosu	55
Çizelge 22: Cinsiyete göre toplumsal cinsiyet algısı dağılımı (T Testi) tablosu	56
Çizelge 23: Kadın ve erkek katılımcıların toplumsal cinsiyet algısı oran tablosu.....	57
Çizelge 24: Eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet algısı ilişki analiz tablosu	58
Çizelge 25: Katılımcıların eğitim düzeylerine göre toplumsal cinsiyet algısı dağılımı tablosu	58
Çizelge 26: Eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet arasında ilişki analiz tablosu .	60
Çizelge 27: Dini inanca göre toplumsal cinsiyet algısı (Anova testi) tablosu	60
Çizelge 28: Dini inanca göre toplumsal cinsiyet algısı ilişki analiz tablosu.....	61

KISALTMALAR LİSTESİ

ANOVA (F)	:Tek Faktörlü (Varyans Analizi-İkiden Fazla Grubun Ortalamalarının Karşılaştırılması)
N	:Kişi Sayısı
P (SIG)	:Significance Level (Anlamlılık Düzeyi)
SPSS	:Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)
STANDART DAVIATION (SD):	Standart Sapma
T-TESTİ	:Tek Örneklem t-Test (Gruplar Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığının Testi)

I. GİRİŞ

A. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, en genel ifade ile, farklı kuşakların toplumsal cinsiyete bakış açılarını, toplumsal cinsiyet kavramı hakkındaki düşünce yapılarını analiz edebilmek ve bu konu da kuşaklar arasında var olan farklılıkları saptamaktır. İnsanların birbirlerine olan davranışları ve söylemleri arasında ki farklılıklar büyük oranda yaşları, kuşakları ile ilgilidir, bu yüzden araştırmada sadece bir kuşak ile sınırlı kalınmamış, bütün kuşaklar araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışmada, örneklem grubu, bütün kuşaklardan eşit sayıda katılımcı ile oluşturulmuştur. Bu sayede her kuşağın, toplumsal cinsiyete bakış açıları, toplumsal cinsiyete bakış açılarının farklılaşmasının sebepleri, kuşakların kendi düşünce yapıları analiz edilmiştir.

Bu araştırmanın asıl amacı birbirinden farklı kuşakların “toplumsal cinsiyet” kavramına nasıl baktıkları, eğer varsa bakış açılarındaki farklılıkların ve bu farklılıkların nedenlerinin saptamasıdır. Bu araştırmanın önemi şu maddelerle özetlenebilir:

- 1) İlgili literatür taraması yapıldığında konunun çok az sayıda araştırmacı tarafından çalışıldığı fark edilecektir, bu anlamda çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağlaması hedeflenmektedir.
- 2) Kuşaklar arasında panoramik bir değişim süreci olduğunu ortaya koymak.
- 3) Günümüz Kuşaklar ve Toplumsal Cinsiyet değerlerinden elde edilecek olan verilerin, ileride yapılacak olan çalışmalara kaynak olacağı öngörülmektedir.
- 4) Çalışmada kuşaklar arası değişim ve toplumsal cinsiyet olmak üzere, iki farklı konu incelenmiştir. Bu anlamda yapılan bu çalışmanın başka araştırmacılara da ilham vereceği ve bu konu bağlamında ilerideki çalışmalara katkıda bulunması hedeflenmektedir.

B. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Araştırmanın konusu; Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı Bireylerinin Toplumsal Cinsiyet Algısının Sosyolojik Olarak İncelenmesi ve Karşılaştırılmasıdır.

Araştırma İstanbul İli genelinde Asya ve Avrupa yakasında ikamet eden 18 yaşını doldurmuş; Baby Boomers, X, Y ve Z Kuşağı bireylerinin “Toplumsal Cinsiyet” algısını anlamak ve değişmekte olan kültürel yapı içerisinde kuşaklar arasındaki farklılıklara sebep olan etkenlerin neler olabileceğini saptamak ve kuşaklar arasında karşılaştırma yapmak amacı doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmada Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağındaki bireylerin demografik özelliklerinin (yaş, eğitim düzeyi, medeni durum gibi) yanı sıra gelir düzeylerinin, yaşam tarzlarının “Toplumsal Cinsiyete” bakış açılarını etkileyip etkilemediği, eğer etkiliyorsa nasıl etkilediği araştırılmıştır.

Bu araştırmadan elde edilecek olan bulgular neticesinde, Toplumsal Cinsiyet ekseninde, kuşakların düşünce yapıları, düşünce yapılarında ki değişimleri etkileyen faktörlerin neler olduğu saptanacaktır.

Böylece kuşaklar arasında ki bağlantılar göz önünde bulundurularak, geçmişten günümüze bireylerin değişen düşünce yapısı ve kuşaklar arasındaki düşünce farklılıklarının sebepleri analiz edilecektir. Bu çalışmanın literatüre hedeflenen katkılarından bazıları, değişmekte olan kültürel yapı, toplum, eğitim düzeyi, iş imkânlarının bireylere kattığı değerlerin neler olabileceği, bu değerlerin bireylerin hayatlarını nasıl etkilediği, yaş aralıklarının bakış açılarının değişmesinde bir etken olup olmadığını şeklindedir.

C. Araştırmanın Metodolojisi, Evren ve Örneklemi

Araştırmada, çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanmış iki farklı veri toplama aracı kullanılacaktır. Bunlar, Demografik Bilgilendirme Formu ve Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği’ dir.

Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği’nin güvenilirlik geçerliliği; Hasan Hüseyin ALTINOVA ve Veli DUYAN’ın 2013 yılında yapmış oldukları “**Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeğinin Geçerlik Güvenirlik Çalışması**” çalışmasında yapılmıştır. Anketin çalışmada kullanılması için kendilerinden izin alınmıştır.

Demografik formda yer alan sorular katılımcıların; cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, medeni halleri, gelir düzeyleri, meslekleri, oturdukları semt, doğdukları

şehir gibi sorulardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra katılımcılara ölçek soruları dışında toplumsal cinsiyete bakış açılarına etki edebileceğini düşünerek 6 adet farklı tarzda soru hazırlanmıştır. Çalışmamın evrenini İstanbul İli genelindeki katılımcılar oluşturmaktadır.

Çalışmada, her kuşaktan eşit sayıda olmak üzere 120 kadın, 120 erkek toplam 240 katılımcı ile görüşülmüştür. 240 kişi ile yapmış olduğum anketim 16.09.2019-16.10.2019 tarihleri arasında tamamlanmış ve SPSS veri girişleri yapılmaya başlanmıştır.

Bu araştırma ile:

- ✓ Günümüzde kuşakların toplumsal cinsiyet hakkındaki fikirlerinin toplanması,
- ✓ Kuşakların bakış açılarındaki öğrenilmesi,
- ✓ Kuşakların davranışları ve düşünce eğilimleri arasındaki farkları saptanması,
- ✓ Toplum içerisindeki kadın ve erkek misyonlarının şekillenmesinde etkili olan değerleri bulmak,
- ✓ Kadın ve erkeğin rolleri arasındaki farklılıklar ve bunlara sebep olan etkenlerin neler olduğunu öğrenmek araştırmanın temel amaçlarıdır.
- ✓ Alanında yapılacak olan çalışmalara güncel veri aktarılmasını sağlamak,
- ✓ Bu çalışmalara ön fikir oluşturabilecek bulgulara ulaşılması hedeflenmektedir.

D. Verilerin Çözümlemesi ve Değerlendirilmesi

Anketler vasıtasıyla elde edilen veriler SPSS analiz yöntemi ile deşifre edilecektir. Anketlerin üzerine katılımcıların söylemiş oldukları minik söylemler not alınarak sayısal verilerin yanı sıra sözlü alıntılarla da verilerin doğruluğunun desteklenmesi amaçlanmıştır.

II. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

A. Kavramsal ve Kurumsal Çerçeve

B. Kuşaklar

Kuşak, kavramsal olarak dünya genelinde belirli zaman aralıklarında meydana gelen ekonomik ve sosyal hareketler olarak adlandırılan bir kavramdır. Günümüzde biyolojik olarak 20–25 yıllık süreci kapsadığı düşünülen bu kavram biyolojik olarak değil, sosyolojik olarak değerlendirilmektedir (Keleş, Hatice Necla;, 2011, s. 129). Kuşaklar yakın dönemlerde doğmuş olan kişilerin oluşturdukları topluluklara verilen addır. Yaklaşık olarak yirmi beş ile otuz yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeğine kuşak adı verilmektedir. Her yirmi beş ile otuz yıl arasında kuşakların ismi sırasıyla; Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z kuşağı olarak değişmektedir.

Genellikle kuşaklar biyolojik doğum yıllarına göre gruplandırılır. Bununla beraber; müzik akımları, icatlar, yeni ilgi alanları ve savaşlar gibi sosyolojik olgularda kuşakların dönemlerini oluşturmada ve karakteristiğini belirlemede kullanılırlar. (Türk, Aycan;, 2013, s. 18). Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer durumlarla yükümlü olmuş kişilerin oluşturduğu topluluk kuşak veya jenerasyon olarak adlandırılmaktadır. Bu dönem içerisinde doğan bireyler hemen hemen aynı olay ve olgular ile karşılaşmaktadır. Aynı tarihe tanıklık etmekte aynı çağın gerekliliklerini yaşamaktadır. Bu gereklilikleri yaşarken geçiş sürecindeki değişimleri de birlikte yaşayarak diğer jenerasyon ile birlikte yaşamlarına devam etmektedirler. Sadece yaşadıkları jenerasyon içerisinde kalmamakta yaşamları boyunca içinde bulunmuş oldukları kültürün içerisine koyarak ilerlemektedirler.

Her kuşağın farklı özellikleri vardır. Günümüz kuşağının karakteristik özelliklerinin belirlenmesinde, değerlerinin ve yaşam biçimlerinin değişimindeki en

önemli etkenlerin başında, teknolojik yenilikler ve bilişim teknolojileri gelmektedir. Bundandır ki günümüz kuşağı internet kuşağı, teknoloji kuşağı gibi adlarla da anılmaktadır.(Wallerstein, 2019, s. 82).

Kuşak olgusu her dönemde görülen bir olgu olduğu gibi kuşaklar arası mesafeler de değişkenlik göstermektedir. Her kuşağın aynı anlayışa ve aynı imkânlara sahip olması değişen dünya içerisinde mümkün olmamaktadır.

Dünya üzerinde gelişme ve ilerleme belirli olaylara bağlı olarak zaman içerisinde gelişmektedir. Bu sebeple her bireyin aynı imkanlara sahip olması mümkün değildir.

Her kuşağın aynı imkanlara sahip olmaması bu yüzden mümkün olmasa da günümüz kuşağında da her anlamda oldukça fazla imkanlara sahip olan bir dönem yaşanmaktadır. İmkanlar her ne kadar maddi olanaklar sayesinde karşılanırsa da bu imkanların belirli dönem içerisinde olması tamamen o dönem içerisinde yaşayan bireylerin şansı veya şanssızlığıdır. Öyle ki bir yıl, iki yıl değil, altı ay içerisinde bile yepyeni bir şey moda olmuş ve eskisi tarihe karışmış olabiliyor. Tüketicinin bu kadar hızlı gerçekleştiği bir toplumda hem çağa ayak uydurmak hem de o çağı benimseyerek hayatına devam etmek bireyin sanki hep aşına olduğu bir durummuş gibi yaşanmaktadır. Toplumu ayakta tutan sosyal kurumlar da değişimin ister istemez kaçınılmaz hedefi haline gelmektedir.

Bu yaşanan süreç içerisinde bireyler toplumsal, sosyal ve kültürel değerleri öğrenerek içselleştirir ve kendi kişiliği ile bütünleştirirler(Tezcan, Mahmut;, 1985, s. 60).Her kurum ve birey değişen çağın bir objesidir ve çağa elinden geldiğince ayak uydurarak yaşamını sürdürmektedir. En yakın olarak günümüze kadar gelen beş kuşak vardır, bu kuşaklar “ Sessiz Kuşak, Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağıdır”. Kuşak kavramını en genel anlamıyla; yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği olarak tanımlanabilir. Kuşak ebeveynlerle çocukların doğumları arasındaki 20-25 yıllık ortalama zaman aralığıdır. Bu kuşaklara sırasıyla bakacak olursak;

Sessiz Kuşak 1925 - 1945

Baby Boomers Kuşağı 1946 – 1964

X Kuşağı 1965 – 1980

Y Kuşağı 1981 – 1995

Z Kuşağı 1996 - ...

İlerleyen bölümlerde sırasıyla, Sessiz Kuşak, Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı konu edilecektir.

1. Sessiz Kuşak

Sessiz Kuşak aynı zamanda ‘‘Savaş Kuşağı’’ olarak da adlandırılmaktadır. 1925 ile 1945 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır. II. Dünya Savaşı (1939 – 1945) bu yıllar arasında yaşanmış bir olaydır. Sessiz kuşak bireyli bu süreç içerisinde sıkıntılı zamanlar geçirmiştir. Savaş ile karşı karşıya gelen bir kuşak olduğu için daha ez bebek dünyaya gelmiş ve nüfus artış hızı düşmüştür. Savaşların olması o dönem içerisinde ekonomik kriz yaratmış ve insanları tasarruf etmeye yöneltmiştir.

Bu yüzden tasarruf süreci yaşayan kuşak bireyleri nüfus artışına katkı sağlayamamışlardır. Bu kuşak savaş görmüş, yokluk yaşamış bir kuşaktır. Aynı zamanda Türkiye Cumhuriyeti’nin de ilk yıllarını görmüştür. Bu kuşağın bireyleri daha disiplinli, otoriter, çok çalışma, kanaat etme, iş yerine sadakati önemseyen kişilerdir. Onlar için kendileri değil iş yerlerini refah seviyeye çıkarmak daha önemlidir, çünkü oradan kazandıkları para ile hayatlarını sürdürürler. İş yerinin var olması demek evine sürekli olarak götürebileceği az da olsa bir para demektir ve bu onlar için gayet yeterlidir. Bu kuşak değerlerinde diğer kuşaklara kıyasla, sadakat, çok çalışma ve adanmışlık duyguları ön plandadır.

Sessiz kuşak olarak adlandırılmalarının bir diğer yanı otoriteye saygılı bir kuşak olmalarından kaynaklıdır. Ancak, II. Dünya Savaşı’nın patlak vermesi bir bakıma sessiz kalmayışlarının da sonucu olarak değerlendirilebilir. Ya da sürekli baskı altında kalmaları ve sessiz kaldıkları için yaşanan buhran süreci de buna etken olmuş olabilir. (Gündüz, Şafak; Pekçetaş, Tuğrul;, 2018, s. 92 - 93)

Bu kuşak şu anda 75 yaş ve üstünü kapsayan kuşaktır. Çalışma genelinde her kuşaktan 30 kadın 30 erkek katılımcıya ölçek uygulanmıştır. Bu kuşaktan 60 kişiye ulaşmam zor olacağından ve çalışmanın 75 yıllık bir periyodu kapsaması yeterli görüldüğünden bu kuşak çalışmaya dahil edilmemiştir.

2. Baby Boomers

Baby Boomers kuşağı 1946 ve 1964 yılları arasını kapsamaktadır. Baby Boomers adından da anlaşılacağı gibi patlama kuşağı olarak adlandırılmaktadır. 1946-1964 yılları arasında doğan bireyleri kapsayan kuşak, İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra oluşan nüfus patlamasında doğan ve sayısı 1 milyarı bulan yeni doğan bebekten dolayı "Baby Boomers" kuşağı olarak adlandırılmaktadır. (Kuyucu, Mihalıs, 2014, s. 57).

Baby Boomers Kuşağı, aynı çatı altında ilk olarak evlatlarına, sonrasında ise yaşlanan ebeveynlerine bakım vermeye başlamışlardır. Bundan dolayı kuşak "Sandviç Kuşağı" olarak da adlandırılmaktadır.

Kuşak hem dünya genelinde hem de ülkemizde birçok önemli olaya tanıklık etmiştir ve halen de etmektedir. Dünya genelinde, insan hakları çalışmaları, Türkiye'de ise tek parti döneminden çok partili sürece geçiş, ihtilal ve radyonun altın çağı gibi birçok tarihe yön veren olaylara tanıklık eden kuşak bu dönemde yaşamıştır(Mücevher & Erdem, 2018, s. 63).

Bu tarihe yön veren olaylar arasında insan haklarını korumak adına, can ve mal güvenliği, din ve vicdan özgürlüğü, düşünce ve ifade özgürlüğü ve siyasi haklar gibi geleneksel hak ve özgürlükler bireylere tanınmıştır. Bunun yanı sıra mülkiyet hakkı, eğitim ve öğretim hakkı, seçim hakkı da tarihe yön veren süreçlerden olmuştur. Bütün bu olaylar da kuşağın sosyal ve psikolojik yapılarını şekillendirmiştir.

Bu kuşak da yer alan bireylerin almış oldukları disiplin gereği iş canlısı ve aşırı çalışkan oldukları, itaatkâr bir karaktere sahip oldukları ve dolayısıyla çalıştıkları kurumun iyiliğini her şeyden daha fazla arzulayan bir anlayışta oldukları ön görülmektedir. Bunun yanı sıra uzun mesai saatleri geçirebilmekte ve verilen görevleri eksiksiz yerine getirmektedirler. Çünkü içine doğmuş oldukları dönem gereği daha çok üretime yatkın ve disiplinli bireylerdir. Aynı zamanda daha idealist kişilerdir(Gürbüz, Sait, 2015, s. 41).

Bu kuşağın bireylerinde o dönemin şartlarına göre daha ağır işlerde çalışma ve geçimlerini bu işlerden elde etme durumları söz konusudur. Günümüzde ise teknoloji ile birlikte her alanda olmasa bile artık iş gücü daha kolay ve pratik hale gelmiştir. Baby Boomers'lar kendi çıkarlarından daha çok kurum çıkarlarını önemseyen, öncelikli olarak kurumun çıkarları doğrultusunda hareket eden bireylerdir. Diğer kuşaklarla kıyaslandığında, daha düzenli ve sistem sahibi kişilerdir.

Bu kuşak bireylerinin rekabet özellikleri ön plandadır ve işkolik kişiler olarak tanımlanabilirler. Baby Boomers'ların iş ve yoğun rekabet saplantısı, bu kuşak mensuplarının işkolik olmalarına sebep olduğu kadar; bencil, yargılayıcı, iradeli ve özgüven sahibi kişiler olmalarına da neden olmuştur. (Mücevher & Erdem, 2018, s. 63).

Çünkü bu dönemde doğmuş bireyler dönemin zorluklarını yaşamış o zorlu dönem şartlarına göğüs gerebilmiş kişiler olmasından kaynaklı olarak şimdi hayatta olan ve yaşamını sürdüren bireyler de kazanmış oldukları alışkanlıkları doğrultusunda hayatlarına devam etmektedirler. Bu dönemde yaşamış bireyler daha katı ve kuralcı kişilerdir. Giyim tarzları, beslenme şekilleri, müzik zevkleri de haliyle diğer kuşaklara göre çok daha farklıdır.

Türkiye açısından Bebek Patlaması kuşağı değerlendirilecek olursa, o dönem hükümet 1990'lı yıllarda Baby Boomers kuşağından 1946 ve 1964 yılları arasında doğmuş bireylerin işgücünden çekilmesini ve yerini genç kuşaklara bırakmasını isteyerek, emeklilik yaşını düşürmüştür. Bu durum sonucunda birçok çalışan bu emeklilik teşvikini değerlendirmiş ve işgücünden çekilmiştir. O dönem için bireyler erken yaşta emeklilikten faydalanmış ancak şuan için emeklilik yaşı daha ileri yaşlara çekilmiştir.

Ülkemizde, erken emeklilik Baby Boomers ve X kuşağının bir kısmına denk gelmekle birlikte daha sonraki kuşaklar için geçerli olmamaktadır. Bu nedenle bu kuşak işgücünde yoğun bir şekilde bulunmamaktadır. Bu kuşağın büyüdüğü dönem incelendiğinde ise Türkiye çok partili sisteme geçiş aşamasındaydı ve genç Cumhuriyet ilk darbesini yaşamıştı. Dolayısıyla bu kuşağın psikolojik gelişimsel

durumu bu faktörlerden önemli derecede etkilenmiştir. (Yıldız, Harun, 2017, s. 132-133).

Baby Boomers kuşağındaki bireylerin, diğer kuşaklara oranla, idealist, çalışkan ve kararlarında uyumlu yapılarıyla öne çıkarlar. Daha çok sorumluluk bilinci olan, verilen işleri titizlikle ve zamanında yapan kişilerdir. Bu onların almış oldukları sorumluluk ve yetiştirilme tarzlarından kaynaklı bir durumdur. Zor işleri başaramaya ve uzun saatler çalışmanın önemine inanan bu kuşak üyeleri uzun dönemli istihdam anlayışıyla çalışmaktadırlar. Kendi kendilerini motive edebilen ve takdir edilmekten hoşlanmayan bir yapıya sahip oldukları söylenebilir. Maddi tatmin öncelikli tercihleridir.

Takım çalışmaları ve takım toplantılarına önem verirler. Türkiye’de II. Dünya savaşı sırasında ya da hemen sonrasında doğan bu kuşak, soğuk savaş kuşağı olarak da bilinmektedirler. Savaş günlerinin ardından yaşanan nüfus patlaması ile birlikte aynı eğlenceye düşkünlükleriyle bilinmektedirler. Ayrıca lüks harcamaların arttığı dönemde büyüyen bu nesil, “kuralcı” olarak tanımlanmaktadır.

TBMM’nin çoğunluğu 1946 ve 1964yılları arasındaki kuşaktan oluşmakla birlikte sayısal verilere göre şuan Türkiye nüfusunun %19’luk bir kısmını da Baby Boomers kuşağı oluşturmaktadır.

Baby Boomers Kuşağı temsilcileri, Sessiz Kuşak bireylerinde olduğu gibi güçlü bir iş ahlakına sahiplerdir ve tanınmak, saygı görmek ve ödüllendirilmek onlar için önemlidir. Patlama Kuşağı’ndan günümüze kalan ana düşünceler arasında; kadın-erkek eşitliği, ırkçılığa karşı mücadele ve çevreye karşı duyarlı olmak gibi düşünceler sıralanabilir (Mücevher & Erdem, 2018, s. 63).

3. X Kuşağı

X kuşağı üyeleri 1965 ve 1979 yılları arasında doğan bireylerdir. X kuşağı doğum kontrolünün arttığı ve yasal kürtaj gibi konularda yaşanan gelişmelerden dolayı kuşaklar arasında en az üyeye sahip kuşaktır. X kuşağı, savaş sonrası döneme denk geldiği için ekonomik gerileme gibi durumlardan olumsuz yönde etkilenmişler ve bu

yüzden de “kayıp kuşak” olarak da adlandırılmışlardır(Ekşi, N., 2017, s. 21). X ismi ilk başlarda bir İngiliz müzik grubunun ismi olarak ortaya çıkmış ama daha sonra bir kuşak adı olarak ilk defa 1989 yılında Coupland tarafından dilimizde yerini almıştır. (Mücevher & Erdem, 2018, s. 63).

X kuşağı bulundukları ortama uyum sağlayabilen, otoriteye güvensiz, kendine güvenen, girişimci, teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilen bireylerden oluşmaktadır (Sarı & Harta, 2018, s. 968). Milenyum çağı öncesinde doğan bu kuşaktaki bireyler daha çok iletişim aracı olarak televizyon ve radyoyu bilen ve teknolojik ürünlerle ergenlikten sonraki dönemlerinde tanışmış olan kuşağı temsil etmektedirler (Duygulu, Serap;, 2018, s. 632-652).

Bu kuşak döneminde kadın iş hayatına daha fazla katılmaya başlamış ve çocuk doğum oranları da azalmıştır (Bilgilier, Hidaye Aydan; Çetin, Büşra;, 2019, s. 138).Bu yüzden literatürde “bebek kırıcı” olarak da isimlendirilmektedirler. X kuşağı, boşanmalara tanıklık eden ilk kuşak olma özelliğini göstermektedirler.

Bu durum, günümüzde “bekâr anne, bekâr baba” kavramların ortaya çıkmasında etkili olmuştur. X kuşağı üyeleri, iş hayatında kazançtan çok iş tatminine önem vermektedirler. Aldıkları eğitim çerçevesinde iş tercih etmekte ve çalıştıkları şirket ve şirket içi ilişkilerine de dikkat etmektedirler (Bayramoğlu, G., 2018, s. 17).

Literatürde, X kuşağının liderlik beklentileri ele alındığında, özgün, sonuç odaklı, eşitlikçi, esnek, destekleyici ve öğrenme fırsatları yaratabilen bu kuşak bireylerinin liderlik tarzlarını destekledikleri görülmektedir (Göktaş, P; Çarıkçı, H;, 2015, s. 8).Ebeveynleri olan bebek patlaması kuşağındaki koşulsuz itaat özelliği X kuşağı üyelerinde etkisini kaybetmektedir.

Bu kuşak bireylerinde daha çok bireysel çıkarların ve ben düşüncesinin benimsendiği bir kuşak tabanı oluşmuştur.

Baby Boomers kuşağından sonra gelen ilk kuşaktır. X Kuşağı bireyleri, kendilerini içinde bulundukları toplumdan farklı ve topluma aykırı olduklarını öne sürerler. Çünkü hem çok kuralcı bir kuşaktan sonra gelmişlerdir hem de içine doğdukları dönem gereği daha isyankar bir jenerasyonun bireyleridir.

Bu kuşağın bireylerinde daha sert ve keskin politik davranışlar, değişik giyim tarzları, farklı bir imaj tercih etme, daha baskın müzik çeşitleri ve değişik yaşam tarzları vardır. Topluma kendilerini aykırı hissettirecek tercihlerde bulunan X Kuşağına mensup bu kişiler; kendilerini saygın bir statüye sahip olmak, para kazanmak ve yüksek oranda sosyalleşme ile ifade etmeye çalışırlar.

Kendi kendilerini yönetebilmek, faydacı olmak, teknoloji sayesinde daha zeki ve yüksek eğitilmiş olan, iş bulmadıkları zaman bile tekrar okuma yolunu seçen bu kuşağın bireyleri genellikle çalışkan, bağımsız ve şüpheli olarak değerlendirilmektedir (Fox, A., s. 22-27).

X kuşağı daha çok belirsizliklerle mücadele etmek zorunda kalan bir kuşak olduğu için “kayıp kuşak” olarak adlandırılmaktadır. X kuşağının yaşamış olduğu bu belirsiz durum onları çalışmaya ve daha çok kazanmaya odaklamıştır (Altıntuğ, Nevriye, 2012, s. 205-206).

X kuşağı geleneklerine ve yeni nesil teknoloji ile eski nesil teknoloji arasında bir geçiş olarak görülmektedir. Gelecek için kaygıları ve endişeleri olan kişilerdir. Kişilik olarak daha sabırsız olarak tanımlanabilecek kişilerdir. Daha çok yaptıkları iyi iş karşısında fark edilmek ve ödüllendirilmek isterler. Sıranın kendisine gelmesini beklemektense öne çıkmayı seven kişilerdir. Bu kuşaktaki bireyleri mutlu etmek kolay değildir. Her şeyden şikayetçi olabilen kaygılı, şüpheli, bağımsız, özgüvenli, çalışkan kişiler olarak nitelendirilmektedirler. Daha çok sorumluluk üstlenebilen kuşak bireyleri olarak adlandırmakta mümkündür (Torun, Y; Çetin, C., 2015, s. 137-146).

4. Y Kuşağı

Y kuşağı üyeleri, 1980 ve 1995 yılları arasında doğan bireylerden oluşmaktadır. Günümüzde 23 ile 37 yaş aralığında olan Y Kuşağı üyeleri, Körfez Savaşı ve Irak Savaşı'nın olduğu dünya çapında terör saldırılarının ve doğal afetlerin yaşandığı döneme denk gelmişlerdir. İnternet, Google, MSN, MP3 gibi dijital kameralar ve cep

telefonlarının tüm dünyada yaygın ve herkes tarafından kullanılır olduğu bir zaman aralığında yaşamışlardır(Mücevher & Erdem, 2018, s. 63).

“Y kuşağı” literatürde “Milenyum Kuşağı” olarak da adlandırılır. Y kuşağı üyelerinin, yetenekli, gerçekçi, sabırsız, teknolojiyi yakından takip eden, iyimser, eğitilmiş açık fikirli ve iş birliğine önem veren kişiler olduğu görülmektedir (Ölçüm, D; Polat, S.; 2016, s. 364).

Y kuşağının, en önemli özellikleri arasında “teknoloji”nin içine doğmuş kuşak olarak görülmesidir. Erişimin, insanların birbirleriyle olan etkileşimlerinin en rahat olduğu dönem aralıkları olduğunu söyleyebiliriz.

Teknolojinin, yaşadıkları dönemde gelişmiş olması eğitim, çalışma, sosyal hayat ve iletişim tarzlarını da etkilemiştir. Bu yüzden günümüzde teknoloji ile en içli dışlı olan kuşaktır (Karaaslan, S., 2014, s. 51).

Y kuşağının iş yaşamında, rahat koşullarda çalışmak ve genellikle işlerini kendi kurmak isteyen girişimci kişiler oldukları görülmektedir. Değişime ve gelişime açık, sorgulamadan ve anlamlandırmadan hiçbir şeyi kabul etmeyen birçok işi aynı anda yürütülebilen çok yönlü bir kuşaktır (Ekşi, N., 2017, s. 23).

Ayrıca Y kuşağı, iş birliği ve ekip çalışmasına önem veren, cesaretlendirici, arabulucu, otorite yerine daha esnek ve anlayışlı olan liderlik tarzlarını desteklemektedirler (Gemlik, N; İlter, P; Bektaş, G.; 2018, s. 157).

Y Kuşağı insanlarını, diğer kuşak bireylerinden farklı kılan en önemli özellik, teknoloji meraklısı bir kuşak olmalarıdır. Bu kuşak, teknolojik bir dünyanın içinde dünyaya gelmiş ve teknoloji ile bilgisayar hayatlarının bir parçası olmuştur.

Şüphesiz önceki kuşaklara göre en çok teknolojiye bağlı/bağılantılı kuşak Y'dir. İnternet sayesinde tüm zamanların en çok gezen kuşağı olduğu için, farklı ülkelerde yaşasalar bile Y bireylerinin birbirine uyan yaşam tecrübeleri, önceki kuşaklara göre daha çok birbirlerine benzeyen değerleri ve bakış açıları vardır (Mücevher & Erdem, 2018, s. 63).

1980–1996 yılları arası doğan insanları kapsamaktadır ve şu anki nüfusun yaklaşık %16sını oluşturmaktadır. Bu kesim okullardan mezun olmuş ve çalışan, idareci, hatta işveren durumdadırlar. Z kuşağına göre daha iyi ekonomik koşullarda yaşamış olup,

son yıllarda ülkemizde ve dünya genelindeki ekonomik krizler ve terör olaylarından daha az etkilenmişlerdir. Y kuşağı insanı dijital dünyanın gelişimi sürecini çok yakından yaşamış ve teknolojinin gelişimini yetişmeleri süresince izlemiştir.

Bu sebeple almış oldukları eğitim sebebiyle ve aynı anda internetin getirmiş olduğu veri ve bilgi birikimini çok üst düzeyde kullanan bir özelliği sahiptirler. Yetiştikleri süre içerisinde hızla gelişen Sosyal medya ağları, tabletler ve akıllı uygulamalar onları teknolojik olarak geliştirmiştir.

5. Z Kuşağı

Z kuşağı 1996 yılından sonra doğmuş olan kişileri kapsamaktadır. Kimi araştırmacılar 1990'ların ortası ve 2000'li yılların sonunda doğanları bu kuşaktan sayarken, kimi araştırmacılar da 2000'li yılların başından bugüne kadar olan zaman aralığını Z Kuşağı olarak tanımlamaktadırlar (Baran, M., 2014, s. 20). Ancak genel kanaat 2000 sonrası doğanların Z kuşağı olduğu yönündedir.

Literatürde, “sıfır kuşağı”, “net kuşağı”, aşırı bireyselleşme ve kendi başlarına yaşamalarından dolayı “yeni sessiz kuşak” olarak da adlandırılmaktadır (Bilgiler, Hidaye Aydan; Çetin, Büşra;, 2019, s. 138). Bu kuşak aynı anda birçok iş alanında etkili olabildiği için pek çok kaynakta araştırmacılar tarafından M Kuşağı olarak da adlandırılmaktadır (Torunay, H., 2011, s. 82). Z Kuşağı günümüze kadar dayanan, hatta şuan doğanların içerisinde bulunduğu kuşak dilimidir. Bu dönem içerisinde dünyaya gelen bireyler diğer kuşaktan bireylere göre daha altın dönemi yaşamaktadırlar. İmkanların ve seçimlerin daha fazla olduğu dönem içerisinde yetişen bireylerdir.

“Dijital yerliler”, “medya kuşağı”, “com kuşağı”, “net kuşağı” gibi isimlerle anılan Z Kuşağı, 1996 ve sonrasında doğanları kapsayan ve geleceği simgeleyen bir kuşaktır (Atabay, S., 2011, s. 6). Bu kuşaktan bireylere “Kuşak I”, “İnternet Kuşağı”, “Instant Online (her daim online)”, “NextGeneration” ya da “iGen” isimleri de verilmektedir (Akdemir, A., 2013, s. 15)

Z kuşağı ile ilgili literatürde çok geniş araştırmalar henüz yapılmamıştır. Eğitim hayatlarına devam etmekle birlikte iş hayatında yeni var olmaya başlamışlardır. Bu kuşağın özelliklerinden birisi de teknolojinin direkt içine doğmuş olmaları ve bilgiye ulaşmadaki hızlarıdır. Teknolojiyle iç içe olmaları erken yaşta eğitim almalarına neden olmuş, bu durumda da zihinsel gelişimleri hızlı gerçekleşmiştir(Taş, Küçüköğlu, & Demirdöğmez, 2017, s. 1035).

Diğer kuşakların yanı sıra Z Kuşağındaki bireyler sosyal medya platformlarını da daha etkili ve aktif kullanmaktadır. Teknoloji bu çağın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Cep telefonu, İpad, bilgisayar bu kuşaktan bireylerin en çok zaman geçirdikleri teknolojik aletlerdir.

Z kuşağının gelecekte, çok diplomalı, uzman ve buluşçu olacakları ve otorite kavramından rahatsız olacakları öngörülmektedir (Halisdemir, M., 2015, s. 29).Bunun sebebi ise kendini geliştirmiş, belirli bir kültür sahibi olmuş, diğer kuşaklara nazaran daha rahat yaşayan ve bu şekilde hareket eden bireyler olmalarındandır.

Bu kuşakta ki bireylerin bireyselleşmelerinin en temel sebeplerinden bir tanesi de üniversite hayatlarını farklı şehirde geçirmiş olmalarıdır. Eskiden insanlar çocuklarını şehir dışına maddi gelirleri el vermediği için ya da korktukları için göndermezken bu kuşakta bu algının kırıldığını söyleyebiliriz.

Artık üniversite çağındaki bireylerin de part-time olarak çalışmaları ve kendi cep harçlıklarını da kazanmaları kendilerine olan güvenlerini yerine getirmekte ve bir birey olarak tek başına da hayatını geçindirebileceğini düşündürmektedir.

Teknolojiyi iyi bilmeleri tamamen teknolojinin içerisine doğmalarından kaynaklıdır. Sonradan öğrenilmiş bir durum değildir onlar için. Bugün yeni doğan bir çocuğun bile önüne mamasını yerken oyalanması için cep telefonu ve İpad verilmektedir. İster istemez bu durum o yaştaki çocuklarda bile bir teknoloji alışkanlığını beraberinde getirmektedir. Artık küçücük çocuklar bile çok rahat bir şekilde okuma yazma bilmeseler bile görsel olarak ezberledikleri bilgilerle android telefonları çok rahat bir şekilde kullanabilmektedirler.

Ebeveynlerin çocukları oyalama konusundaki en önemli silahı olan teknolojik aletler aslında o yaştan itibaren bireylerde teknoloji bağımlılığını da beraberinde getirmektedir. Çocuğun gelişimi için her ne kadar tasvip edilmeyen bir davranış olsa da anneler çocuklarını oyalamak için bu yola başvurmaktadırlar.

Z Kuşağından sonra yeni bir kuşak meydana geldiğinde her kuşakta yaşandığı gibi daha ileriye giderek daha da gelişmişlik düzeyi artarak bu süreç devam edecektir. Değişimi bu manada durdurmak ve engellemek mümkün değildir. Z kuşağındaki bireylerin bu kadar çabuk her istedikleri şeye sahip olmaları onları bir anlamda da doyumsuzluk noktasına getirmektedir. Çünkü çağ olarak artık her türlü oyuncağın, kişisel eşyaların, teknolojik aletlerin ve daha bir çoğunun seçeneklerinin bolca olduğu bir dönemde yaşamaktayız. Sosyal medyanın kullanımı, bireylerin her yaptıkları şeyleri paylaşması, ister istemez birbirleri aralarında bir rekabet ortamını da beraberinde getirmektedir.

İlerleyen bölümde cinsiyet konu irdelenecektir. Toplumsal cinsiyet biyoloji ile alakalı ancak farklı bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet kavramını daha anlaşılır kılmak için ilk önce biyolojik cinsiyet ve cinsel yönelimler anlatılacak, daha sonra bu kavramlarla ilişkilendirilerek Toplumsal Cinsiyet kavramı tüm bileşenleri ile açıklanacaktır.

C. Biyolojik Cinsiyet

Dünya üzerinde değişmez kavramlardan en önemlisi hayvanlar (memeliler) ve insanlar için cinsiyet farklılığı olmuştur. Türler ve bireyler arası farklılıklar her yerde karşımıza çıkmaktadır. Zaman zaman karşımıza kadınlar ve erkekler bunlara özgü organlar çıkmaktadır.

Günlük olarak yapmış olduğumuz davranışlar bile zaman zaman cinselliği çağrıştırmaktadır. Cinsellik sadece biyolojinin konusu değildir, değil daha kapsamlı sosyolojik bir alana tekabül etmektedir(Güdücü, 2018, s. 15).

Biyolojik cinsiyete baktığımız zaman kadın ve erkek rolleri birbirinden farklıdır. Biyolojik cinsiyet bireyin anne karnına düştüğü andan itibaren onun cinsel kimliğini oluşturmaktadır. Cinsiyet kromozomlar tarafından belirlenmekte ve bu şekilde kadın

veya erkek kimliği oluşmaktadır. Kadın ve erkek anatomik olarak birbirinden farklı canlılardır. Bu yapıya biyolojik cinsiyet denir.

Biyolojik cinsiyetin ikinci aşaması cinsel kimlik gelişimidir. Yani her kız çocuğunun, ben kızım, erkek çocuğunun ise ben erkeğim şeklinde bir algı geliştirmesi gereklidir. Cinsiyeti ayıran en önemli unsur kavramdan ziyade onlara özđü olan organ ve vücut yapısı ile ayırt edilse de bu durum bazı bireylerde davranış ve/veya psikolojik olarak farklılık gösterebilmektedir. Bu durumda bizi cinsel kimlik ve cinsel yönelim kavramlarına götürmektedir.

Kişinin kendisini erkek ya da kadın olarak tanımlaması cinsel kimlikle ilişkilidir. Örneğin, kadının kendisini bir kadın olarak algılaması, kabullenmesi; duygu, düşünce ve davranışlarını bu algı temelinde yönlendirmesi -toplumsal olarak kadın rollerini benimsemesi gibi- belirli bir cinsel kimlik duygusunun kişide yerleşmiş olduğunu ve kişinin kadın cinsel kimliğine sahip olduğunu gösterir. Aynı durum erkekler ve erkek cinsel kimliği için de geçerlidir. (Güdücü, Burcu;, 2017, s. 17)

Cinsel kimliklerinden bağımsız olarak, insanlar farklı cinsel yönelimlere sahip olabilirler, aynı cinsel kimliğe sahip olan bireyler de, birbirinden farklı cinsel yönelimlere sahip olabilirler. Buna göre, üç farklı cinsel yönelim vardır;

1. **Heteroseksüellik:** Duygusal ve/veya cinsel ilginin karşı cinsiyetten kişilere yönelik olmasıdır.
2. **Eşcinsellik (Homoseksüellik):** Duygusal ve/veya cinsel ilginin aynı cinsiyetten kişilere yönelik olmasıdır.
3. **Biseksüellik:** Cinsel ilginin her iki cinsiyete birden yönelmesidir.

Cinsel yönelimin biyolojiye mi yoksa çevresel faktörlere mi, içinde yaşanılan aile, toplum yapısına mı bağlı olduğu ya da hepsinin bir karışımı mı olduğu önemli ve güncel bir tartışma konusudur. Hem eşcinsel hem de heteroseksüel cinsel yönelimin gelişiminin temelleri günümüzde halen tam olarak açıklanamamış olmakla birlikte, cinsel yönelimle ilgili erken biyolojik teoriler, genetik özelliklere ve hormonlara dayanmaktadır. Erken psikolojik teoriler dışında, sosyologlar, psikologlarda bu durumun kökenini araştırmışlardır.

Sosyologlar, artık cinsel yönelimin e cinsel, heteroseksüel ya da diğer türlü biyolojik etkenlerle toplumsal öğrenme süreçleri arasındaki karmaşık bir etkileşimin sonucu olduğunu savunurlar (Giddens, 2012, s. 498).Cinsel kimlikleri tanımlamak için, dünya çapında genel anlamda kullanılan LGBT kavramıdır. Kavramı tek tek açıklayacak olursak;

- L: lezbiyen,
- G: gey,
- B: biseksüel,
- T: transgender,

kelimelerinin baş harflerini sembolize etmektedir. Kavram bazen LGBTT (lezbiyen, gey, biseksüel, transseksüel veya travesti) şeklinde de kullanılır.

Yurt dışındaki bazı örgütler, bu çatı kelimeye daha sonra interseksüelleri temsilen I (LGBTI) ya da queer'i temsilen Q (LGBTQ) harflerini eklemişlerdir (Güdücü, 2018, s. 19-20)İlerleyen sayfalarda bu cinsel yönelimler tek tek konu edilecektir.

1. Heteroseksüellik

Heteroseksüel kelimesi, Yunanca' da farklı anlama gelen 'heteros' ile Latince' de cinsel anlamına gelen 'sexualist' kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşturulmuştur. 1869' da Alman Macar gazeteci Karoly Maria Kertbeny 'homoseksüel' terimini ilk defa kullandıktan bir süre sonra, bu kavramın zıddını ifade etmek üzere yine ilk defa 'heteroseksüel' terimini kullanmıştır.(Selek, 2007, s. 69)

Çoğu birey, karşı cinsiyetten kişilerin çekiciliği ile sonuçlanan erotik ya da cinsel ilgiler geliştirir. Heteroseksüel cinsel ilginin işaretleri çocukluk döneminde başlamakla birlikte, çocukların cinselliği açık bir şekilde heteroseksüel değildir. İlk çocukluk dönemindeki cinsel etkinlik genellikle, aynı ya da diğer cinsiyetten çocuklara yönelebilen, mastürbasyon ve keşif oyunları biçiminde ortaya çıkar.(Brannon, Linda, 2002, s. 14-15).

Geç çocukluk ve ergenlik döneminde ise çocuklar, aynı cinsiyetten akranların arkadaşlığını arar ve karşı cinsiyetten olan akranlarla ilişkilerden kaçınırlar. Bu toplumsal cinsiyet ayrımı, heteroseksüel etkinlik fırsatlarını sınırlandırırsa da, diğer cinsiyete yönelik ilginin yokluğuna işaret etmez. Örneğin, çocuklar karşı cinsiyetten

olan akranlarını, hoşlandıklarını söyleyerek ve ya öpmekle tehdit ederek kızdırırlar. Bu gibi oyunlar, heteroseksüelliğin farkında olduğunu ve heteroseksüel etkileşimlerdeki toplumsal cinsiyet rollerinin erken yaşta öğrenildiğini göstermektedir (Brannon, Linda, 2002, s. 14-15).

2. Eşcinsellik (Homoseksüellik)

Eşcinsellik duygusal ve/veya cinsel yönelimin, bireyin ilgisinin aynı cinsiyetten kişilere yönelik olması halidir. Eşcinsellik her ne kadar cinsel kimlik bozukluğu, hastalı sapıklık gibi olumsuz şekillerde ifade edilse de, günümüzde hastalık olarak adlandırılmamaktadır. Tamamen kişinin kendi tercihinde olan bir davranış yönelimi olarak görülmektedir.

- ✓ Gey: Erkek bireyin cinsel ilgisinin erkeklere yönelmesi,
- ✓ Lezbiyen: Kadın bireyin cinsel ilgisinin kadınlara yönelmesidir.
- ✓ Eşcinsellik, cinsel ilginin aynı cinsiyetten kişilere yönelmesidir.

Yunancadaki homo (aynı) ve ortaçağ Latincesindeki sexualis (cinsel) kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. "Eşcinsellik" sözcüğü 1869'a dek kullanılmıyordu. Sözcük ilk defa bir suçu tanımlarken oluşturulmuştu.

Kadınlar, eşcinsel mücadelede erkekler kadar avantajlı olamadılar Gündemde olan, dışlanan, üzerine tartışılan, hapis vb. cezalara çarptırılan hep erkek eşcinsellerdi. Lezbiyenlik ise, yok sayılıyor, inkâr ediliyordu. Lezbiyenler daha çok edebi topluluklarda ya da sosyal kulüplerde bir araya geliyorlardı. Ancak feminist hareketin önünün açılmasıyla birlikte lezbiyen hareket daha görünür hale geldi.

1900'lü yıllarda ise eşcinsellik daha görünür bir hal aldı. Eşcinsellik 1973 yılında Amerikan Psikiyatri Birliği'nce hastalık sınıflandırmasından çıkartıldı.

1992 tarihinde ise Dünya Sağlık Örgütü'nce (WHO) Uluslararası Hastalıklar Sınıflandırması'ndan çıkartılmıştır(Güdücü, 2018, s. 21).

3. Biseksüellik

Biseksüellik cinsel ilginin her iki cinsiyete birden yönelmesi halidir. Biseksüel bir kimse her iki cinse de aynı ölçüde ilgi duymayabilir ve bu ilginin derecesi zaman

içinde değişebilir. Aynı cinsten insanlara karşı sergilenen cinsel ya da duygusal yöne- imler her toplumda mevcuttur. Hatta bazı toplumlarda eşcinsel ilişkiler olağan kabul edilmektedir.

Oldukça az sayıda insan açıkça biseksüel olduğunu açıkça söylemektedir. Büyük bir çoğunluk, heteroseksüel hayatlarını sürdürmeye devam ederken, eşcinsel ilişkiler de yaşamaktadırlar. Bu nedenle, kendilerini biseksüel olarak tanımlayan ve her iki cinsiyetten bireylerle cinsel ilişkilerini sürdüren kişilerin sayısı, kendilerini gay ya da lezbiyen olarak tanımlayan kişilerden çok daha düşük çıkmaktadır (Brannon, Linda, 2002, s. 2-7).

Biseksüelliğin sıklığını belirlemek zordur. Davranışsal bir ölçüte göre, gay ve lezbiyenlerin büyük bir çoğunluğu biseksüel olarak düşünülebilir. Çoğu gay ve lezbiyen yaşamlarının bazı dönemlerinde heteroseksüel de neyimler yaşamıştır. (Brannon, Linda, 2002, s. 4-9)

Yine, heteroseksüel cinsel yönelime sahip olmakla birlikte, aynı cinsiyetten kişilerle cinsel deneyimler yaşamış / yaşamakta olan bireyler de vardır. Davranışsal ölçüte göre bu bireyler de biseksüel olarak değerlendirilmektedir.

LGBTI'ye bir bütün olarak bakabilmek sosyolojik açıdan önemlidir. Cinsel yönelimler sadece heteroseksüellik, homoseksüellik ve biseksüelliktir. Bütünlüğü bozmamak ve toplumsal cinsiyete olan etkilerinden dolayı burada transseksüellik ve interseksüellik kavramlarına da yer verilecektir.

4. Transseksüellik

Kavram olarak görünüş ve davranışlardan farklı olarak bireyin cinsiyet değiştirmesi halidir. Transseksüellik bir cinsel yönelim değil cinsel kimliktir. Travestilik ya da transseksüellik, yaygın olan anlayışın tersine, cinselliğin aşırı bir şekli değildir. Lezbiyen ve geyleyler ile travesti ve transseksüeller farklı düzlemlere sahiptirler.

Bu nedenle, travesti ve transseksüellerin oluşturduğu toplumsal gruplar, eşcinsel alt kültürün çevresinde şekillenseler de, eşcinsel kimliğin içinde kabul edilmezler.

Eşcinsel kimlik lezbiyen ve gey kimliğidir. Travesti ve transseksüel ise "transgender" yani dönüşmüş kimliktir. (Selek, 2007, s. 84).

Transgender, var olan cins kimliklerini; kadınlığı ve erkekliği kabul etmekte, birinden vazgeçerek diğerine geçmektedir. Kendisini kadın gibi hisseden trans bir erkek, erkekten kadına, kendini erkek gibi his eden bir trans kadın ise kadından erkeğe cinsiyet değiştirme ameliyatı yaptırabilir. Transseksüel kişinin cinsel kimliği ile biyolojik cinsiyeti çatışma halindedir. Kişi bu çatışmayı giderebilmek için tıbbi müdahaleye ihtiyaç duymaktadır.

Basit bir tanımlamayla transseksüelizm biyolojik cinsiyet ile kabullenilmiş cinsel kimlik arasında uygunsuzluk olmasıdır. (Karadağ, Nergiz, 2008, s. 15). Bu yüzden kişi kendisini ait olmadığı bir bedene sıkışmış gibi hisseder. Travesti kavram olarak; cinsiyet değiştirme ameliyatı gerçekleşmemiş ancak fiziksel olarak ve tavırları ile kadın kimliğinde olan bireyleri ifade eder. Tiyatro dilinde taklit anlamındadır, cinsiyet performansında karşı cinsiyetin ağır basması anlamına gelir.

Transseksüel; kavram olarak; görünüm ve tavırlardan farklı olarak cinsiyet değiştirme ameliyatı yaptıran kişilere işaret eder. Transseksüellik bir cinsel yönelim değildir Bir cinsel kimliktir. Transseksüel bireyler, farklı cinsel yönelimlere sahip olabilmektedirler. Buna göre, transseksüel bir kişi heteroseksüel bir cinsel yönelime sahip olabileceği gibi eşcinsel ya da biseksüel de olabilir. (Güdücü, 2018, s. 22)

Toplum bireyleri biyolojik cinsiyetleriyle kabul etmek ister. Transgender bireyler ise onlardan beklenen cinsiyet rolünü oynayamazlar. Bu yüzden de dışlanır, baskı ve şiddet görürler.

Transgender bireyler eşcinselliğe kıyasla çok daha zor bir durumdadırlar, çünkü kişi cinsel yönelimini gizleyerek yaşayabilir ama cinsel kimliğini gizleyemez. (Karadağ, Nergiz, 2008, s. 16).

Bütün bu sebeplerden dolayı transgender'lar cinsel azınlıklar arasında en fazla şiddet gören, dışlanan, ezilen, hakları ihlal edilen gruplardır. Diğer yandan, travesti ve transseksüelliğin sistemle, eleştirilerde ifade edildiği kadar, uyum içinde olmadığı

da görülebilir. Çünkü bir cinsel kimliği terk edip bir başkasına geçmek başlı başına bir sorgulama ve keşfetme sürecini başlatır.

Bu nedenle transgenderlar, doğal bir alışkanlıkla davranan kadın ve erkek gibi değil, daha seçerek, düşünerek hareket etmektedirler.

İçinde bulundukları bu durum, onları toplumsal değerleri, ‘aile, ordu, polis, devlet, hukuk vb.’ birçok kurum ve örgütü yeniden sorgulamaya ittiği için travesti ve transseksüeller genellikle "klasik bir kadın" ya da "klasik bir erkek" olamazlar.(Selek, 2007, s. 89).

5. Interseksüellik

İnterseks; genetik, genital üreme, hormonal yapı açısından erkek veya kadın olarak kişileri ve bedenleri açıklayan bir terimdir. İnterseksüel insanlar cinsel organları da dahi, vücutlarında hem kadın hem erkek özellikleri taşıyan bireylerdir. Bu kişilerin cinsel organları, kromozom sayıları, ikinci cinsiyet özellikleri, kişinin cinsiyetini belirleme konusunda yetersiz olabilir. Bu durum içerisinde olan bireylere interseksüel denir (Güdücü, 2018, s. 23).

İnterseksin cinsel kimlikle bir bağlantısı yoktur öyle ki, interseks bireyler interseks olmayanlarla aynı tanımlamalara sahip kişilerdir. İnterseks birey kendisini kadın veya erkek olarak cinsiyetler arası ifade edebilmektedir. İnterseks olmanın cinsel kimlikle bir bağının olmamasının yanı sıra cinsel yönelimle de bağlantısı yoktur. İnterseks olmak bedensel, biyolojik bir durumken, kişinin cinsel yönelimi ise psikolojik boyuttadır. İnterseks kişiler heteroseksüel, eşcinsel veya biseksüel yönelimi olan kişiler olabilirler.

İnterseksüeller kadın ve erkek olarak adlandırılan türün dışında kalmışlardır. Bu durum kültürel sorunlar da getirmektedir. İnterseks bireyler, kendilerine bir beden seçilmesine ve toplumsal cinsiyet zorunluluğundan kaynaklı seçime mecbur bırakılan kişilerdir.

Toplum içerisinde belli bir kalıba koyularak yadırganmaması veya dışlanmaması istenilen kişilerdir (Güdücü, 2018, s. 23).

Buraya kadar cinsiyet ve cinsel yönelim kısımlarını inceledik. Toplumsal cinsiyet, cinsiyet ve cinsellikle bağlantılı ancak ikisinden de farklı bir kavramdır. Sonraki bölümde toplumsal cinsiyet kavramı konu edilecektir.



D. Toplumsal Cinsiyet

Kadın ve erkeği birbirinden ayıran biyolojik özellikler, biyolojik cinsiyetlerini belirlemektedir. Cinsiyet kavramı biyolojik ve değişmez olarak görülmektedir. Bu yüzden de toplum tarafından bireylere sahip oldukları cinsiyete göre sorumluluklar yüklenmektedir. Toplum içerisinde cinsiyet kavramı genellikle biyolojik ve fiziksel özellikler olarak adlandırılmaktadır.

Toplum hem cinsiyetlere yüklenen anlamı hem de cinsel eylemler üzerinde bir etkiye sahiptir. Toplumsal cinsiyet kavramı, kadın ve erkeklerin cinsel yönelimlerinden, cinsel kimliklerinden ve biyolojik varoluşlarından etkilenir ve aynı zamanda bu alanları da etkiler. Toplumsal cinsiyetin bileşenleri arasında cinsellik, cinsel kimlik, cinsel yönelim ve seksüel davranışlar ele alınabilir (Güdücü, Burcu;, 2017, s. 514). Kadın ve erkek arasındaki farklılığın temelini biyolojik olduğu öne sürülerek, kadın ve erkeğin kimliği doğduğu andan itibaren ona empoze edilmeye başlanmaktadır. Böylece toplum baskısı ile birlikte bireye toplumsal olarak cinsel kimliği dayatılmaktadır.

Cinsiyet terimini her ne kadar bedenin erkek ya da dişi olarak tanımlanmasını sağlayan anatomik ve fizyolojik farklılık olarak adlandırılrsa da, toplumsal cinsiyet erkekler ve kadınlar arasındaki toplumsal ve kültürel farklarla ilgilidir. Yani erillik ve dişilik kavramlarının toplumsal inşaları ile ilgilenir. Herhangi bir biyolojik kökene sahip olmaksızın toplumsal cinsiyet bireyin toplumsallaşma süreciyle edindiği cinsiyettir (Güdücü, 2018, s. 24).

Doğduğu andan itibaren bireye dayatılan ve öğretilen cinsel kimlik aslında bireyin doğuştan ergenlik dönemine kadar olan bireyin şekillendirilmesinin gerçekleştiği dönemdir. Bu dönemde bireye öğretilenler doğrultusunda birey kendi cinsel kimliğini ve yönelimini oluşturmaktadır.

Toplumsal cinsiyeti bir bakıma kültür ve toplum belirlemektedir. Kadın ve erkeğin toplum içerisindeki yeri, statüsü ve rolleri de yine toplumsal cinsiyet tarafından bireylere verilmektedir.

Daha açıklayıcı bir şekilde ifade etmemiz gerekirse; toplumda erkeklerin daha aktif, daha ağır işler yapmaları beklenirken, kadınların daha geri planda daha

yormayan işlerde çalışmaları beklenmektedir. Aslında kadınların bu işleri yapamayacağından değil toplum tarafından dayatılan yargılardan kaynaklıdır.

Toplum içerisinde kadın ve erkek verilen vasıf ve görevler neticesinde hareket etmekte ve bunların dışına çıkmamaya özen göstermemektedirler. Çünkü bireyler kendi kimlikleri dışına çıktıkları zaman “erkek gibi” ve/ya “kadın gibi ” gibi sıfatlarıyla karşılaşabilmektedirler. Bireyler de bu tür sözlü tacizlere maruz kalmamak adına kendi kimliğinin toplum tarafından benimsenen gerekliliklerini yerine getirmektedir. Bu durum tamamen bireylere toplumsal olarak dayatılan kimliklerle alakalı bir sorunsaldır. Burada asıl sorunu kendisini fiziksel kimliği ile örtüştüremeyen bireyler yaşamaktadır.

Bu bireylerin toplum içerisinde ayıplanmamak veya dışlanmamak adına toplum içerisinde kendi biyolojik hissettikleri kimliklerini saklamak ihtiyacı duymaktadırlar. Asıl olarak bunun normal dışı bir davranış olmadığını ve toplumda bu bireylerinde yaşama hakkının olduğunu unutmamak gerekmektedir. Toplumsal cinsiyet birçok farklı bileşenden oluşmaktadır ve bu bileşenler toplumsal cinsiyetin de zeminini oluşturmaktadır.

Toplumsal cinsiyetin oluşmasına katkı veren bu bileşenler, başta aile, eğitim, akran grubu ve kitle iletişim araçlarından yayılan cinsiyetçi mesajlardır(Güdücü, Burcu;, 2017, s. 525).

Geleneksel köklü toplumlarda, derinliklerine uzanan keskin bir rol bölümü vardır. Kadın ve erkeğin rolleri birbirinden farklı tanımlanmıştır. Erkeğin kadın işleri yapması nasıl mizah konusu olmuşsa, erkekçe davranışlar gösteren kadınlar da ayıplanmıştır” (Ergün, Mustafa;, 1980, s. 102-119).

1. Toplumsal Cinsiyetin Bileşenleri

Dişiliğin ve erilliğin pek çok farklı dışı durumu vardır. Toplumsal cinsiyet; doğumdan ölüme kadar, insanın duygularını, düşüncelerini ve eylemlerini şekillendirmektedir. Bu yüzden toplumsal cinsiyet birçok bileşenin sonucunda şekillenmektedir. Bu bileşenlerden öne çıkanları ise; aile, akran grubu, eğitim ve kültürdür.

Bu faktörler bireyi doğduğu andan itibaren sistematik olarak şekillendiren bir işleyiş şeklidir. Birey içine doğmuş olduğu aileyi ve kültürü seçmemektedir. Ama eğitim bireye bağlıdır, eğitim ile birlikte kendini geliştirebilir, bitirmek istediği noktada da eğitimi sonlandırabilmektedir. Bu yüzden bireylerin özellikle ergenlik dönemlerinde kurmuş oldukları arkadaşlıkların önemi büyüktür.

Çünkü birey bu süreç içerisinde kendini kanıtlama çabasına girerse yanlış sonuçları doğurabilmektedir. O yüzden bireylerin akran grubu seçimleri de toplumsal cinsiyet açısından önemli bir rol üstlenmektedir. İlerleyen sayfalarda bu bileşenleri tek tek inceleyeceğiz.

2. Aile

Bebeğin anne rahmine düştüğünden itibaren başlayan yolculuğu cinsiyetinin ne olacağı merakı ile devam eder. Buna göre bebeğe kız ise pembe, erkek ise mavi renk yakıştırmaları yapılacak ve daha doğmadan bile cinsel kimliği oluşturulacaktır. Toplumsal cinsiyete ilişkin algının ilk adımı, bireyin içerisine doğduğu ve geliştiği birim olan ailedir.

Birey öğrenmesi gereken şeyleri içerisine doğduğu ailede öğrenir ve bu şekilde şekillenir. Bu süreç içerisinde bireyden kendisine verilenden başka bir şey beklemek mümkün olmayacaktır. Çünkü birey içerisine doğmuş olduğu ailenin yapısını alarak şekillenecektir. Geleneksel cinsiyet rolleri ilk olarak aile içersin de öğrenilir. Oyuncaklar, oyunlar, kıyafetler ileride kendilerinden beklenen toplumsal rollere göre farklılaşır.

Kız çocuk ise oyuncak bebekler, evcilik oyuncakları alınırken, erkek ise arabalar ve oyuncak silahlar alınarak aile içerisinde birey toplumsal cinsiyete göre şekillendirilmektedir. Kız çocuğa, annelik rollerini öğrenebilmesi için bebekler alınır. Kız çocuk bebeğini uyutur, doyurur, giydir, saçını tarar, hatta elbise diker.

Ev işlerini ileride benimsemeleri için, mutfak gereçlerinin minyatür, oyuncak halleriyle, evcilik oynarlar, çay koyar, yemek pişirirler. Bu sayede küçük yaşlardan itibaren kız çocuklara anaç, uysal, duygusal, ev işlerinde yetenekli olmaları öğütlenir. Kızlara çocukluklarından beri öğretilen masallarda; bazen bir kuleden saçlarını

sarkıtarak, bazen boğazına takılan bir elmadan dolayı boğularak ya da ayakkabısını kaybederek de olsa hep bir kurtarıcı beklemesi öğretilir.

Kız çocuklarının ‘’prensesim, güzel kızım’’ diye sevilmesi bireyde daha hassas ve naif bir yapı oluşturmaktadır. Böyle yetiştirilen bir birey ilerleyen süreçte karşısına kendisinden daha farklı yapıda insanlar çıktığı zaman büyük zorluklarla karşılaşmaktadır.

Erkek çocuklara ise, araba, Süpermen, Örümcek Adam gibi süper kahramanların oyuncakları, silah, kılıç alınır. Bu sayede erkek çocuklardan daha saldırgan, hırslı ve rekabetçi olmaları beklenir Toplum erkekleri liderlik pozisyonlarını arayıp bulmaları için teşvik etmektedir, güçlerini her durumda kanıtlamaya itmektedir.

Küçük yaştan itibaren, sen evinin reisisin, kadınlardan güçlüsün mesajları ile büyütülen “ aslan erkek ” , ataerkil ideolojinin de teşvikiyle kadını baskı altına almak hakkını kendisin de görecektir. Bu şekilde yetiştirilen bireyler kendilerini hep üstün olarak görmekte karşısındaki kişiyi ezmeyi kendisinde hak görmektedir.

Ataerkil toplumun anlayışına göre yetiştirilen erkek bireylerden toplumun isteklerine karşılık vermesi beklenmektedir. Daha güçlü olan, daha sert bir birey olması beklenmektedir. Bu şekilde yetiştirilen bireyler ileride daha hırslı kendi bildiği doğrularla hareket eden bireyler olacaktır.

Yapılan araştırmalar, çocukları sevme biçimlerinin de cinsiyete göre farklılık gösterdiğini saptamıştır. Araştırma sırasında, kız çocuklar sık kucaklamalar, okşamalar ile şefkat içerisin de sevilir. Bunun karşılığında erkek çocukların ise havaya atılıp tutulduğu, diz üstünse sıçratılıp daha hoyratça sevildiği fark edilmiştir (Macionis, J, 2012, s. 332)

Aile içerisinde çocuklar, cinsiyetlerine göre belirlenmiş rol modellerini öğrenirler ve bu rol modelleriyle tutarlı davranmaları için teşvik edilirler. Geleneksel ailelerde, kadınların görevi yemek pişirmek, temizlik yapmak, çamaşır, bulaşık yıkamak gibi ev içi işlerdir. Erkeklerin görevi, para kazanmak, ailenin ihtiyaçlarını gidermek, ev içinde bozulan kırılan eşyaları onarmaktır. Bundan dolayı kız çocuklar yaşlarına göre yemek masasına ya da temizliğe yardım ederken, erkek çocuklar bakkala, markete gönderilir.

3. Akran Grubu

Toplumsal cinsiyetin sosyalizasyonu çocuk oyunlarına da yansımaktadır. Erkek çocuklar genellikle, şut çekmek veya gol atmak gibi belirli he defleri olan oyunları ve karmaşık gruplara sahip takım sporlarını tercih etmektedirler.

Hemen hemen her zaman kazanan ve kaybedenlere sahip bu tür oyunlar saldırganlık ve kontrol duygusu gibi maskülen özellikleri güçlendirmektedir. Kız çocukları da oğlanlar gibi takım oyunları oynamaktadır, ancak gruplar erkek çocuklarındaki gibi karmaşık değildir.

Araştırmalar, kızların daha çok, seksek oynadıklarını, ip atladıklarını, sadece sohbet ettiklerini, şarkı söylediklerini veya dans ettiklerini belirtmektedir. Bu tür aktivitelerin kuralları azdır ve zafer nadiren amaçlanır (Macionis, J, 2015, s. 333).

Aynı zamanda toplum kadınlara çeşitli roller dayatmaktadır. Örneğin; anne olma gibi. Bundan dolayı, gençlik dönemlerinde kızlar, rekabetçi tavırlar geliştirmek yerine, muhtemel bir eş ve anne olarak gelecekteki rollerine hazırlanırlar. İletişim ve yardımlaşmaya dönük becerilerini geliştirirler, çoğunlukla yardım derneklerine üye olur, burada aktivitelere katılırlar.

Ayrıca genç kadınların güzel olmaları da bir zorunluluktur. Günümüzde baktığımız zaman her kadının hemen hemen birbirinin aynısı olduğunu çok açıkça görebiliriz. Aynı saç tasarımları, aynı tırnak şekilleri, benzer giyim tarzları vs. bunların hepsi günümüzde popülerlik kervanına katılan bireylerin o jenerasyona ayak uydurmaya çalışmasıyla alakalıdır. Aynı bir örnekmiş gibi görünmek aslında bireylerin isteyerek yani kasıtlı olarak yaptıkları bir şey değil, toplumsal cinsiyetin dayattığı tarzda günümüz popüler kültürüne ayak uydurmaya çalışmasından kaynaklıdır.

Diyet, kozmetik ve tekstil enstitüleri doğrudan kadınları hedef alır. Çünkü güzel görünmek için zaman ve para harcayacaklarını bilirler. Bu yüzden en güzel hedef kitle kadındır. Hatta bazen güzellik, kadına zarar veren bir mit haline gelir ve bu mit, kadınlara kendi değerlerini fiziksel görünüşleri açısından ölçmeyi öğretir. Genç

erkeklerle ise rekabetçi, saldırgan olmaları öğretilir, erkeğin temel başarısı fiziksel olarak güçlü ve zengin olmaktır. Bundan dolayı erkekler, yardımlaşma ve iletişim alanları yerine, kendilerine para kazandıracak alanlara yönelirler.

Bu konuda sadece kadınlar değil erkekler de aynı şekilde benzer saç ve sakal kesimleri, giyim tarzları, vücut şekilleri ile günümüz popüler kültürüne ayak uydurmaktadır.

Tabi ki bu durum jenerasyon değiştikçe daha da farklılaşmakta ve aralarındaki farkta açıkça gözler önüne serilmektedir.

Şuan içinde bulunduğumuz zaman ve kuşak gereği sosyal medya kullanımının da aşırı derecede yaygın olması ve bireylerin çok uzun zamanlarını bu sosyal medyalarda geçirmesi kelebek etkisi yaratmaktadır.

Eskiden bireyler birbirlerinden bu kadar kolay haber alamaz ve birbirlerini bu kadar rahat göremezken şimdilerde ise bireyler birbirlerine bir tuş uzaklıkta bulunmaktadır. Sadece kişisel değil, sosyal hayatın da özenilen bir nokta haline geldiğini görmekteyiz. Mekânları popüler yaparak ve buralara gittiklerinde burada çekildikleri fotoğrafları sosyal medyalarında paylaşarak birbirleri aralarında mekân tüketimi gerçekleştirmektedirler. Popüler olan her şey bireyler o yaş grupları arasında rekabet ortamı oluşturmaktadır.

4. Eğitim

Toplumsal cinsiyet, ilgi alanlarımızı, çalışma alanımızı, seçimlerimizi belirler. Hatta toplumsal cinsiyet kendimiz hakkındaki düşüncelerimizi, yeteneklerimiz hakkındaki inançlarımızı da belirler. Okul, çocuğun kamusal alana ilk çıkışı ve birçok kavramı, olguyu tanımaya, tanımlamaya başladığı yerdir. Bu vurgu göz önünde bulundurulduğunda, eğitim hayatının kadınların toplumsal cinsiyet algısının oluşumundaki önemi ortaya çıkmaktadır.

Okullar, kadınların ve erkeklerin kadınlık ve erkekliğin belirli tanımlarının doğal ve kaçınılmaz bir sınıflandırma olduğunu kabul edebilmelerini sağlayan, erkek hegemonyasının sürdürüldüğü yerlerden biri ve tarafsız gibi görünse de belirli cinsiyet tanımlarının ve farklılıklarının en kolay aktarıldığı yerlerdir (Arnot, M.;, 2012, s. 174).

Kadınların ve erkeklerin okullardaki deneyimleri farklılaşmaktadır. Okulların, iki cinsi farklı yollardan nasıl iki farklı alana yönlendirdiği noktasına dikkat edilmesi gerekmektedir.

Bu durum, okullarda, kadın ve erkek öğrencilerin, kamusal ve özel dünyalara, aile ve işe, kadınlık ve erkeklik alanlarına ilişkin sınıflandırmanın gerektirdiği farklı ilişkileri öğrendikleri anlamına gelmektedir.

Örneğin; kadınlar daha çok öğretmenlik, sekreterlik gibi masa başı işlere yönelirken; erkekler, mühendislik, tamircilik gibi alanlara daha çok yönelirler.

Erkek öğrencilere ise cinsiyet farklılaşmasının önemi ve ücretli iş bağlamında da geleceklelerini ne şekilde sürdürmeleri gerektiği öğretilmektedir. Erkek çocuklar, bu sınıflandırmayı benimsemeleri, iş ile iş olmayan, eril olan ile olmayan arasındaki ayrımı yapabilmeleri için eğitilmektedir.

Bu nedenle kadınsı, evcil ve kişisel - duygusal olduğu varsayılan alanlardan kaçınırlar. Kız öğrencilere ise genel olarak, kimliğin ev içi faaliyetlerden iş alanına kadar uzandığını görmeleri öğretilmektedir. Gelir elde edebilmek için ev içi becerilerini arttırmaları ve kendileri için değil, aile sorumlulukları gereği iş bulmaları gerektiği öğretilmektedir (Arnot, M.;, 2012, s. 176-177).

Okulların en göze çarpan bir başka yönü de; emeğin cinsiyetçi iş bölümüne uygun biçimde yapılmış olmasıdır. Okullarda iktidarı ve otoriteyi erkekler temsil etmektedir. Öğretmenlerin yarıdan fazlasını oluşturan kadınlar, eğitim yönetimi alanında neredeyse görünmez olmaktadır.

Merkez ve yerel eğitim yöneticilerinden (Bakanlık, milli eğitim müdürleri, müfettişler) başlayarak her düzeydeki okulların müdürleri ağırlıklı olarak erkeklerden oluşmaktadır. Kadın öğretmenler daha çok müdür yardımcılığı yapmaktadır (Sayılan, F.;, 2012, s. 14).

5. Teknoloji

X kuşağının sonu ile başlayıp Z kuşağını etkisi altına alan teknolojik gelişmeler çağın en önemli unsurlarındandır. Teknoloji sadece tek bir alanda değil birçok alanda gelişmekte ve ilerlemektedir. Bununla birlikte insan yeni üretim alanları keşfetmekte ve ürettikçe tüketmeye başlamaktadır. Teknolojik gelişmeler insanların amacı

doğrultusunda kullanıldığında yararlı olmasından ziyade, değerlendirilemediği zaman olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

Eskiye nazaran günümüzde teknoloji çağı olarak her bir işi çok kolay ve tek bir tuşa basarak yapabiliyorsak bu teknolojinin iyi anlamda kullanılması ve ilerlemesinden kaynaklıdır. Fazla teknoloji bağımlılığı ise bireyleri yalnızlaştırmaya ve asosyal hayata sürüklemektedir. Yalnızlaşan birey sadece asosyal değil hem psikolojik olarak hem de kimlik olarak sekteye uğramaktadır. Teknoloji amacına uygun kullanım alanında desteklenmeli amaç dışı kullanımlarda ise önlemi alınmalıdır.

Bu çalışma farklı kuşakların toplumsal cinsiyete bakışlarını incelemeyi hedeflemektedir. İlerleyen bölümde, kuşaklar, kültür ve toplumsal cinsiyet konular bir arada tartışılacaktır.

6. Kültür

Kültür ve/veya medeniyet en geniş anlamı ile etnografi olarak ele aldığımızda bireyin içine doğuş olduğu toplumun bir mensubu olarak edinmiş olduğu değerler bütünüdür. Her toplumun kendine has, kendine özgü bir kültür anlayışı vardır. Toplumdan topluma kültürün değişiklik göstermesi olağan bir durumdur. Kültür, bir milletin yaşadığı tarih boyunca üretmiş olduğu sözlü ve yazılı, maddi veya manevi değerler bütünüdür.

Kültür, bireyin toplum içerisindeki davranışlarını şekillendirir ve buna göre davranmasını sağlar. Belli bir kültür içine doğmuş ve o kültür ile yetiştirilmiş kişiler nerede nasıl davranacaklarını bilen kimselerdir. Bunun için ayrıca bir şey yapmalarına gerek yoktur. Çünkü onlar doğduğu andan itibaren belli kurallar çerçevesinde yetiştirilmiş ve artık bunları kendine alışkanlık edinmiş kişilerdir.

Kültür biyolojik bir etken değildir, sonradan edinilmektedir. Aynı zamanda kültür toplum içerisinde sorunları çözmek için bir kılavuzdur. Kültürün bireye ve topluma uyumlu olması gerekmektedir. Bu yüzden kültürde esneklik şarttır. Dünya üzerinde her toplumun aynı kültüre sahip olması bu yüzden mümkün değildir. Bir çok farklı kültür tanımı vardır.

Kültür, bir toplumun sahip olduğu ve mensuplarına yaydığı görüşler, değerler ve algılardır. Bu görüş, değer ve algılar davranışları algılamada ve yorumlamada kullanılmaktadır. Kültür bulunduğu toplum içerisinde ortak bir belirleyici etkindir. Toplum ise, ortak dil, yaşam, kültürü paylaşan ve hayatta kalmak için ortak çaba gösteren insan grubudur. Kültür dediğimiz şey esnek ve değişime açıktır. Devingen bir yapıdır.

Easton, her toplumun, amaçları ve varsayımları çok kutsal ve ihlal edilemez olan, tartışılmaz ve saygı gerektiren, kendi siyasal kültürel totem ve tabulara sahip olduklarını ifade eder. Buna göre siyasal kültürü, “belirli bir düşünme, hissetme ve davranma sarmalına sahip, inançlar, fikirler, normlar, ve değerler dizisi” olarak tanımlamak mümkündür. Herhangi bir sistemin performansı, belirli bir siyasal kültürle uyumlu olmasına bağlıdır (Emiroğlu, Akif;, 2006, s. 233).

Kültür, birbirinden farklı değerlerin bir araya gelerek oluşturmuş olduğu, düzenli bir bütün olarak işleyen iyi yapılanmış bir sistemdir. Bu parçaların her biri kendine özgü nitelikleriyle ve sistemin içerisinde ait oldukları yeriyle ayrı bir birim olarak bilinse de sınırlarının çoğunlukla belirsiz olduğu açıktır (Aman, Fatih;, 2012, s. 138).

Ülkemizde kültürü sistemli bir şekilde ilk defa tarif eden Ziya Gökalp olmuştur. Gökalp kültürü şu şekilde ifade etmiştir; “Cemiyetin bütün fertlerini birbirine bağlayan, yani aralarında bir dayanışma vücuda getiren dini, ahlaki, hukuki, bedii, içtimai, iktisadi ve fenni müesseselerin hey’eti mecmuasıdır.” (Gökalp, Ziya;, 1976, s. 25).

Sosyal ve kültürel antropolojinin konusu sadece kültürdür. Ama kültürü tek kelimeyle anlatmak ve tanımlamak mümkün değildir. Kültür, antropoloji dilinde ve eserlerinde bazı temel kavramlar karşılığında kullanılan soyut bir sözcüktür.

- ✓ Kültür, bir toplumun ya da toplumların geçmişten şimdiye gelen uygarlığıdır.
- ✓ Kültür, belli bir topluma aittir.
- ✓ Kültür, bir dizi süreçler sonucunda meydana gelmiştir.
- ✓ Kültür, insan ve toplum kuramıdır (Güvenç, Bozkurt;, 2011, s. 121-122).

Kültürler arasında belli bir tutarlılık vardır. Ancak bu durum tam bir uyum olacağı anlamına gelmemektedir. Yüzde yüz uyum hiçbir kültürde ve toplumda gerçekleşmez. Her kültürde birey grup-kurum çatışması yaşanmaktadır. Bu da farklı değerlere sahip bireylerin kendi coğrafyaları dışına çıktıklarında bir yerde yollarının kesişmesi ve bir araya gelmelerinde birbirlerinde çeşitli farklılıklar gözlemleyebilirler.

Bu farklılıklar bireylerin birbirlerine karşı anlayışsız bir şekilde davranmaları anlamına gelmemektedir. Bireyler farklı kültür ve değerlere sahip olsalar bile aynı sosyal alanı, kamu alanlarını paylaştıkları için birbirlerine karşı saygı çerçevesi içerisinde olmalıdırlar. Karşısındaki kişinin görüş ve fikirlerine katılmasa, onaylamasa bile hoşgörü ile yaklaşmalıdır. Bu içerisinde bulunduğumuz toplumun en hoşgörülü yanı olmalıdır.

Kültür kişinin içine doğduğu belli bir kalıba ait olan yaşam biçimidir. Birey bu kültür kalıbına göre şekillenir, öğrenir ve toplumun içine karışır. Daha sonrasında toplum içerisinde karşılıklı olarak kültür etkileşimi yaşarlar.

Ama bireyin kendi kimliğini oluşturtmasındaki en büyük etken içine doğmuş olduğu ailenin kültürel yaşam şeklidir. Bu sebeple kültürel özellikler bireyin doğduktan sonra kazanmış olduğu, kendi kimliğini oluşturduğu yapıdır.

7. Kültür, Kuşaklar ve Toplumsal Cinsiyet

Kültür kavramı kuşaktan kuşağa farklılıklar göstermektedir. Her toplumu aynı kültürel değerler ile bir değerlendirmek mümkün değildir. Bunun yanı sıra her kuşak belirli bir kültür almıştır ancak zaman içerisinde kültür de birçok değişime uğramıştır. Baby Boomers kuşağı ile Z kuşağının aynı kültürü almasını bekleyemeyiz. Bunun en önemli sebebi değişen ve gelişen bir dünya içerisinde olmamızdır.

Baby Boomers kuşağındaki bireyler daha otoriter daha sorumluluk bilinci yüksek bireyler iken bu tarihsel süreç içerisinde değişimlere uğramıştır. Z kuşağında ise bu otoriterlik ve sorumluluk bilincine sahip bireylere rastlamak bu kadar mümkün değildir. Daha çok aileleri tarafından sorumlulukları yerine getirildiği ve her şey Z kuşağı bireylerinin önüne hazır olarak geldiği için bu bireylerde böyle bir yeti diğer kuşaklara oranla daha az gelişmiştir.

Ataerkil yapıda bir toplum oluşumuz ve bize ilk olarak kültürün bunu vermesi de kadın, erkek arasında farklılıkların olduğunu düşündürmüştür. Erkeğin daha baskın, maddi manevi ailesini geçindirmesi gereken kişi olması, bütün sorumlulukları erkeğin üstlenmesi kültürün bize verdiği bir alışkanlıktır. Ataerkil kültürde, kadın ev içinin sorumluluklarını üstlenir, mesela, ev işi yapar, çocuk doğurur, kocasının isteklerini yerine getirir ve bu çocukları büyütmekle sorumlu olur bunun dışında kadının evi geçindirmek gibi bir görevi yoktur.

Ülkemizde kadınların eğitim hayatı ile tanışması ataerkil yapı ve baskıcı gelenekler yüzünden erkeklere oranla daha geç ve zorlu oldu. Özellikle eğitim oranının düşük olduğu, ataerkil yapının daha kuvvetli olduğu bölgelerde, aileler kız çocuklarını

okutmak yerine evlendirmeyi tercih etti. Bu yüzden Baby Boomers kuşağındaki bireylerin daha küçük yaşta evlendirildiğini söyleyebiliriz.

Ama kuşak değiştikçe, kız çocuklarının eğitim alma oranları, kadınların iş gücüne katılma oranları da artış göstermiştir. Burada kadının toplum hayatına katılabilmesi için emek verilmiştir. Belki hemen bir sonuç alınamasa bile zincirleme şeklinde ilerleyerek, insanlar bir şeylere öncü olarak diğer kız çocuklarının da önünü açmış olmuşturlardır.

Şimdi günümüze baktığımızda her ailenin özellikle kızını okutmak istemesi “kocasının eline bakmasın, kolunda bir altın bileziği olsun” demesinin sebebi zamanından beri süre gelen sıkıntılardan kaynaklıdır. Kız çocuklarının okutulması, meslek sahibi edilmesi, topluma kazandırılması ataerkil yapı tarafından hoş görülmemektedir.

Ataerkil kültürün etkisi ile hala kadının ağır işler yapmaması gerektiğini, kadına ait meslek grupları olduğunu dile getiren kesimlerde vardır. Bu görüşe göre, kadın çok kişi ile yüz göz olmayacağı, rahat edebileceği, kimsenin onu rahatsız etmeyeceği mesleklerde çalışmalıdır.

Aynı şekilde, bir kadının karşı cinsinin yoğunlukta olduğu mesleklerde çalışması veya karşı cinsi ile sık sık iletişim halinde bulunacağı işletmeler de çalışmasına halen çok sıcak bakılmamaktadır.

Çünkü cinsiyetçi perspektiften baktığımızda, kadına ithaf edilen özellikler, kadının, naif, kibar, kırılgan ve hürmetkar olduğu yönündedir. Şimdi günümüze baktığımızda ise, cinsiyetçilik perspektifinden, halen sadece erkeklerin futboldan anladığı, araba kullanmanın erkek işi olduğu, para kazanmanın erkeğin sorumluluğunda olduğunu görüşü hâkim olsa bile, kadınlar taksicilik, otobüs şoförlüğü, boya badana işlerini dahi yapabilmektedirler. Kültür sabit, değişmez bir olgu değildir, değişken bir olgudur. Zaman içerisinde, kuşaklar değiştikçe kültürel yapıda değişmektedir. Yani Baby Boomers ve Z kuşaklarının kültürel yapıları birbirinden daha farklıdır. İlerleyen bölümde ölçek sonuçları analiz edilecek ve bulgular literatür üzerinden yorumlanacak, tartışılacaktır.

III. GEREÇ VE YÖNTEM

Her kuşak yaşadığı dönemin sosyo-kültürel, siyasi, ekonomik ve dini yapılarından etkilenir ve bunların adeta yansıtıcısıdır. Dolayısıyla aynı kuşaktaki bireylerin benzer ortak kültürel özelliklere ve değerlere sahiptirler. Toplumsal cinsiyet te kültürel ve toplumsal olarak inşa edilen bir kavramdır. Kadın ve erkeğin toplum içerisindeki yeri, statüsü ve rolleri toplumsal cinsiyet tarafından belirlenir. Bu çalışmada bu iki kavramın birbirini nasıl etkiledikleri araştırılmıştır. Bulgulara geçmeden önce, anket ve anketin uygulama süreci anlatılacaktır.

A. Anket Hazırlık Yöntemi

Çalışmamda kullanılacak olan anket “Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği” anketidir. Güvenilirlik geçerliliği Hasan Hüseyin ALTINOVA ve Veli DUYAN’ın 2013 yılında yapmış oldukları “**Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeğinin Geçerlik Güvenirlik Çalışması**” çalışmasında yapılmıştır. Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliği “Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisinde” yayınlanmıştır. Anket TOAD “<https://toad.halileksi.net/olcek/toplumsal-cinsiyet-algisi-olcegi>” sitesinden alınmıştır.

Anketin sahibi olan kişilerden anketin kullanılmasına dair izinler tarafımdan alınmıştır. Anket, ilgili literatür taraması yapılarak oluşturulan demografik sorularla beslenmiştir. Ölçek 240 kişiye uygulanmadan önce 30 kişi ile pilot çalışma yapılmıştır. Bu sayede demografik soruların uygunluğu ve güvenilirliği kontrol edilmiş, anketin son şekli verilmiştir.

B. Anketin Genel Yapısı

Anket demografik ve 5’li likert ölçekten oluşmaktadır. İlk 1 ve 15. sorular arası demografik, 16 ve 40. sorular arası daha önceden geçerlilik ve güvenilirliği yapılmış olan Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeğinden oluşmaktadır. Anket Ortalama olarak 3 ile 4 dakika arasında katılımcıya uygulanabilen, anlaşılması ve cevap verilmesi kolay açık ve anlaşılır bir yapıdadır.

C. Örneklem Grubunun Seçilmesi

Anket İstanbul İli genelinde yaşayan 18 yaşını doldurmuş 120 kadın ve 120 erkek, toplam da 240 katılımcı ile yapılmıştır. Anketin uygulandığı örneklem grubunun özellikle kuşak aralıklarına tekabül etmesine özellikle dikkat edilmiştir. Çalışmada Baby Boomers(1946-1964), X Kuşağı(1965-1980), Y Kuşağı (1981-1995) ve Z Kuşağı (1996-Sonrası) olmak üzere dört kuşağa yer verilmiştir.

Her kuşaktan alınacak örneklem grubunun eşit sayıda olmasına özellikle dikkat edilmiştir. Sağlıklı verilere ulaşmak amacıyla kadın ve erkek katılımcı sayısı her kuşakta eşit tutulmuştur. Bu bağlamda her kuşaktan 30 Kadın ve 30 Erkek olmak üzere 60 kişiye, tüm kuşaklar bazında toplamda 240 kişiye anket uygulanmıştır. Anket katılımcıları rastgele seçilmiş kişilerdir. Sadece baz alınan şeyin kuşak aralığındaki yaşa mensup olmasıdır.

Örneklem grubu kartopu yöntemi ile seçilmiştir. Bunun yanı sıra yine tanıdık vasıtası ile dernek, iş yerleri ve çeşitli eğitim kurumlarında da anketimi bireyler üzerinde uygulamış bulunmaktayım. Çalışma İstanbul İli genelinde Asya ve Avrupa yakasından bireylerle gerçekleştirmiştir, bu sebeple çalışma Türkiye genelini temsil etme iddiasını taşımamaktadır.

D. Anket Uygulama Yöntemi

Anket her katılımcı ile tek başına yüz yüze ve telefonla arayarak yapılmıştır. Anket yapılmadan önce katılımcıya anketin yapılış amacı ile ilgili bilgi verilmiştir. Bunun yanı sıra anketin giriş kısmında anketin kim tarafından yapıldığı ve hangi amaç doğrultusunda hazırlandığına ve kişisel isimlerin kullanılmayacağına dair bir bilgilendirme metni yer almaktadır. Anketler katılımcının rahat cevap verebileceği, sorular yöneltildiği zaman rahatlıkla duyabileceği alanlarda uygulanmıştır. Anketler yapılırken hiçbir şekilde ses kayıt cihazı kullanılmamış ancak katılımcının dikkat çeken cümleleri katılımcının anketi üzerine not alınmıştır.

E. Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışma boyunca ulaşılan grubun temelini; İstanbul İli sınırlarında yaşayan, 18 yaşını doldurmuş katılımcılar oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra uygulanan anketler sadece o kuşağın bireylerine yapılarak sağlıklı veriler elde edilmesi sağlanmıştır.

Sadece Z Kuşağı için konuşmak gerekirse anket 18 yaş altı bireylere uygulanmamıştır. Anket İstanbul İli genelinde yapılmış olup Türkiye genelini kapsama iddiasına sahip değildir.

F. Bulgular ve Yorumlanması

Çalışmada bulgular iki aşamada incelenecektir. İlk aşamada demografik analiz yapılacaktır. İkinci aşamada hipotezler çeşitli istatistik yöntemler ile analiz edilecektir.

Bu bölümde, ilk olarak, bulgular demografik özellikler kıstas alınarak değerlendirilecektir. Katılımcıların, yaş, doğduğu şehir, yaşadığı bölge, eğitim durumu, medeni hali, çalışma durumu, aylık geliri, dini inancı, toplumsal cinsiyete bakış açıları ve kadın-erkek eşitliği ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar değerlendirilecektir. Demografi analizinden sonra değişkenlere göre farklılık analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda SPSS programından yararlanılmış, t testi ve anova analizi yöntemlerine başvurulmuştur. Daha sonrasında elde edilen sonuçlar doğrultusunda çalışmanın hipotezleri test edilmeye çalışılmıştır.

G. Hipotezler

- 1- Yaşa göre toplumsal cinsiyet algısı farklılık gösterir, yaş büyüdükçe toplumsal cinsiyet algısı olumsuz yönde değişir.
- 2- Kadın ve erkek eşitliği toplumsal cinsiyet algısına göre farklılık gösterir.
- 3- Dini inancın toplumsal cinsiyet algısına etkisi vardır.
- 4- Eğitim seviyesi kuşakların toplumsal cinsiyete bakış açısını olumlu yönde etkiler.
- 5- Toplumsal cinsiyete bakış açısında kültür ve teknolojinin eğitim kadar büyük bir etkisi yoktur.
- 6- Erkeklerin üstün yetiştirilmesi toplum tarafından çoğunlukla doğru bulunmamaktadır.
- 7- X Kuşağı ve Y Kuşağındaki kadınlar Baby Boomers ve Z Kuşağındaki kadınlara göre daha çok iş hayatında yer almaktadır.

8- Toplumda inançlı olup ibadetlerini eksiksiz olarak yerine getiremeyen kişi sayısı fazladır.

9- Dini inanç ve ibadetlere olan bağlılık azaldıkça toplumsal cinsiyet algısı olumlu yönde artmaktadır.

10- Kuşaklar arası toplumsal cinsiyet algısında olumlu yönde farklılık vardır.

11- Kadınların toplumsal cinsiyet algısı erkeklere oranla daha olumlu yöndedir.

12- X ve Y kuşağında ki kadınlar, Baby Boomers ve Z kuşağındaki kadınlara oranla daha çok iş hayatının içerisinde yer almaktadır.

13- Kültür, toplumsal cinsiyete bakış açısında eğitim kadar önemli bir rol oynamamaktadır.

1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Çalışmaya katılan katılımcıların %50'si erkeklerden %50'si kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların cinsiyet algılarına yönelik bir ölçek uygulanacağı için cinsiyet dağılımının eşit olmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %25'i Baby Boomers Kuşağı, %25'i X kuşağı, %25'i Y kuşağı ve %25'i Z kuşağından oluşmaktadır. Her kuşaktan toplam 60 kişiye anket uygulanmıştır ve bu sayının 30 kadın, 30 erkek olacak şekilde eşit dağılımının olmasına dikkat edilmiştir. Kuşaklar arası farklılık analizi yapılacağı için kuşak dağılımı da eşittir.

Katılımcıların %49,6'sı evli, %42,9'u bekâr, %5'i boşanmış ve %2,5'inin eşi vefat etmiştir. Çalışma İstanbul ili genelinde yapılmıştır ve katılımcılar İstanbul genelinde hem Avrupa hem de Anadolu yakasında ikamet eden bireylerden oluşmaktadır.

Anketlerimi Asya ve Avrupa yakasında ikamet eden bireyler fark etmeksizin 18 yaş üstü bireylerde uyguladım. Yakın çevremde uygulamaya başladığım anketlerime, arkadaşlarımla aileleri ve onların da arkadaş çevrelerine anketi uygulayarak devam ettim. Daha sonrasında tanıdık kişiler vasıtası ile derneklere gittim. Aynı zamanda

yine tanıdık kişiler vasıtasıyla esnaflar ile de anketlerimi yaparak farklı yaş grupları çeşitliliğine ulaşıp 240 anket sayısına ulaşmış oldum. Burada kartopu yöntemi ile anketimi daha hızlı bir şekilde sonuçlandırdığımı söyleyebilirim.

Katılımcıların %51,5'i metropol, %3,8'i büyük Şehirler ve %44,8'i Anadolu şehirlerinde doğmuştur. Bu durum Anadolu şehirlerinde doğan kimselerin İstanbul'a göç ettiklerini göstermektedir.

Katılımcıların %57,1'i üniversite mezunu, %17,9'u lise mezunu, %9,2'si ortaokul mezunu, %8,8'i ilkokul mezunu ve %7,1'i lisansüstü ve doktora mezunudur. Çalışmaya katılanlar arasında okuma yazma bilmeyen kimse bulunmamaktadır.

Katılımcıların %35,8'i işçi, %19,2'si öğretmen, %15,4'ü ev hanımı, %14,2'si öğrenci, %8,8'i emekli, %2,9'ü memur, %2,5'i sağlık çalışanı ve %1,3'ü mühendis meslek grubuna mensuptur. İşçi kategorisi içerisine; kantin görevlisi, satış temsilcisi, garson, turizmci, aşçı vb. meslekler dâhildir.

Katılımcıların %60'ı çalışırken %40'ı bir işte çalışmamaktadır. Aylık gelir dağılımına baktığımızda ise, katılımcıların %32,9'u 3.000-4.000 aralığında, %17,5'i 5.000-7.000 aralığında, %17,5'i 3.000-4.000 aralığında, %14,2'si 4.000-5.000 aralığında, %9,2'si 7.000-10.000 aralığında, %8,3'ü 10.000 ve üzeri ve %0,4'ü asgari ücret aralığında gelire sahip bireylerden oluşmaktadır.

2. Katılımcıların Dini İnancına Ait Bilgileri

Katılımcılara “Dini inanç konusunda sizi hangisi tanımlar” şeklinde soru yöneltilmiştir. Elde edilen veriler şu şekildedir;

Çizelge 1: Katılımcıların dini inanç dağılımları tablosu

Dini İnanç	Geçerli	
	Sayı	Yüzde
İnançlıyım bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiriyorum.	34	14,2
İnançlıyım ancak bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiremiyorum.	159	66,3
Sadece Allah inancım var dinlere inanmıyorum.	32	13,3
İnançsızım.	15	6,3
Toplam	240	100,0

Katılımcıların %66,3'ü “İnançlıyım ancak bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiremiyorum” şeklinde kendilerini tanımlarken, %14,2'si “İnançlıyım bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiriyorum”, %13,3'ü “Sadece Allah inancım var dinlere inanmıyorum” ve %6,3'ü “İnançsızım” şeklinde kendini tanımlamaktadır.

Çalışmaya katılan kadın ve erkekler arasında dini inanç açısından anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ki² analizi şu şekildedir;

Çizelge 2: Cinsiyetler arasında dini inanç açısından karşılaştırma dağılımı ilişkisi analiz tablosu

Chi-SquareTests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
PearsonChi-Square	7,771 ^a	3	,051
LikelihoodRatio	7,947	3	,047
Linear-by-LinearAssociation	,000	1	1,000
N of ValidCases	240		

Sig. Değeri 0,005'den büyüktür, cinsiyetler arasında dini inanç açısından anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

3. Katılımcıların Cinsiyete Yönelik Bakış Açıları

Katılımcıların cinsiyete bakış açısını oluşturmada etkili olduğu düşünülen kültür, eğitim ve teknoloji maddelerine yönelik veriler aşağıdaki gibidir;

Çizelge 3: Katılımcıların cinsiyete yönelik bakış açıları dağılımı tablosu

Cinsiyete bakış açınızı neye borçlusunuz?		
	Sayı	Geçerli Yüzde
Kültür	108	45,0
Eğitim	131	54,6
Teknoloji	1	,4
Toplam	240	100,0

Cinsiyete bakış açısının oluşmasında eğitimin etkili olduğunu düşünen katılımcıların oranı %54,6'ı, kültürün etkili olduğunu düşünenlerin oranı %45,0 ve teknolojinin etkili olduğunu düşünenlerin oranı %0,4'tür. Cinsiyete bakış açısının oluşmasında eğitim etkili bir faktör olarak karşımıza çıkarken, teknolojinin cinsiyete bakış açısının oluşmasında etkili bir faktör olmadığı görülmektedir.

Çalışmaya katılan kadın ve erkekler arasında cinsiyete yönelik bakış açısında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ki² analizi şu şekildedir;

Çizelge 4: Katılımcıların cinsiyet ile cinsiyete yönelik bakış açısı ilişki analiz tablosu

Chi-SquareTests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
PearsonChi-Square	6,206 ^a	2	,045
LikelihoodRatio	6,613	2	,037
Linear-by-LinearAssociation	5,865	1	,015
N of ValidCases	240		

Sig. Değeri 0,05'den küçüktür. Cinsiyet ile cinsiyete yönelik bakış açısında anlamlı düzeyde ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki;

Çizelge 5: Cinsiyete bakış açısı üzerinde etkili faktörler dağılımı tablosu

		Cinsiyete bakış açısı üzerinde etkili faktörler			
		Kültür	Eğitim	Teknoloji	Toplam
Kadın	Sayı	45	74	1	120
	% Satır	37,5%	61,7%	,8%	100,0%
	% Sütun	41,7%	56,5%	100,0%	50,0%
	% Toplam	18,8%	30,8%	,4%	50,0%
Erkek	Sayı	63	57	0	120
	% Satır	52,5%	47,5%	,0%	100,0%
	% Sütun	58,3%	43,5%	,0%	50,0%
	% Toplam	26,3%	23,8%	,0%	50,0%
Toplam	Sayı	108	131	1	240

% Satır	45,0%	54,6%	,4%	100,0%
% Sütun	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% Toplam	45,0%	54,6%	,4%	100,0%

Kadın katılımcıların %61,7'si cinsiyete bakış açısı üzerinde eğitim faktörünün etkili olduğunu belirtmektedir. Erkek katılımcıların %52,5'i ise cinsiyete bakış açısı üzerinde kültürün etkili olduğunu belirtmektedir. Cinsiyete bakış açısı üzerinde kadınlar üzerinde eğitim etkili iken, erkekler üzerinde kültür etkili bir faktördür.

4. Katılımcıların Erkek Üstünlüğüne Olan Bakış Açıları

Katılımcıların “Erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesi doğru mu” ifadesine ilişkin verileri şu şekildedir;

Çizelge 6: Katılımcıların erkek üstünlüğüne olan bakış açıları dağılımı tablosu

Erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesi doğru mu?		
	Sayı	Geçerli Yüzde
Evet	15	6,3
Hayır	204	85,0
Kısmen	21	8,8
Toplam	240	100,0

“Erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesi doğru mu” ifadesine katılımcıların %85,0'ı hayır, %8,8'i kısmen, %6,3' evet şeklinde yanıt vermiştir. Erkeklerin üstün yetiştirilmesi ifadesi katılımcılar tarafından doğru bulunmamaktadır.

Cinsiyet ile erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesine yönelik bakış açısında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ki² analizi şu şekildedir;

Çizelge 7: Erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesine yönelik bakış açıları ilişkisi analiz tablosu

Chi-SquareTests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
PearsonChi-Square	13,885 ^a	2	,001
LikelihoodRatio	14,963	2	,001
Linear-by-LinearAssociation	,111	1	,739
N of ValidCases	240		

Sig. Değeri 0,05'den küçüktür. Kadınlar ve erkekler arasında erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesine yönelik bakış açısında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır. Bu farklılık;

Çizelge 8: Katılımcıların “erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesi doğru mu?” görüşü dağılımları tablosu

		Erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesi doğru mu?			
		Evet	Hayır	Kısmen	Toplam
Kadın	Sayı	2	112	6	120
	% Satır	1,7%	93,3%	5,0%	100,0%
	% Sütun	13,3%	54,9%	28,6%	50,0%
	% Toplam	,8%	46,7%	2,5%	50,0%
Erkek	Sayı	13	92	15	120
	% Satır	10,8%	76,7%	12,5%	100,0%
	% Sütun	86,7%	45,1%	71,4%	50,0%
	% Toplam	5,4%	38,3%	6,3%	50,0%
Toplam	Sayı	15	204	21	240
	% Satır	6,3%	85,0%	8,8%	100,0%
	% Sütun	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

		Erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesi doğru mu?			
		Evet	Hayır	Kısmen	Toplam
Kadın	Sayı	2	112	6	120
	% Satır	1,7%	93,3%	5,0%	100,0%
	% Sütun	13,3%	54,9%	28,6%	50,0%
	% Toplam	,8%	46,7%	2,5%	50,0%
Erkek	Sayı	13	92	15	120
	% Satır	10,8%	76,7%	12,5%	100,0%
	% Sütun	86,7%	45,1%	71,4%	50,0%
	% Toplam	5,4%	38,3%	6,3%	50,0%
Toplam	Sayı	15	204	21	240
	% Satır	6,3%	85,0%	8,8%	100,0%
	% Sütun	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	6,3%	85,0%	8,8%	100,0%

Kadın katılımcıların %93,3'ü erkeklerin üstün yetiştirilmesine hayır derken erkek katılımcıların %76,7'si erkeklerin üstün yetiştirilmesine hayır demektedir.

5. Katılımcıların Kadınların İş Hayatında Olmasına Dair Bakış Açıları

Katılımcıların “Kadınlar iş hayatının her alanında olmalı mıdır” ifadesine ilişkin verileri şu şekildedir;

Çizelge 9: Katılımcıların kadınların iş hayatında olmasına dair bakış açıları dağılımı tablosu

Kadınlar iş hayatının her alanında olmalı mıdır?		
	Sayı	Geçerli Yüzde
Evet	165	68,8
Hayır	30	12,5
Kısmen	45	18,8
Toplam	240	100,0

Kadınlar iş hayatının her alanında olmalı mıdır ifadesine katılımcıların %68,8'i evet, %18,8'i kısmen ve %12,5'i hayır şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcılar kadınların iş hayatında her alanda olmasını kabul etmektedir.

Cinsiyet ile “kadınlar iş hayatının her alanında olmalı mıdır” ifadesine yönelik bakış açısında anlamlı bir ilişki (Sig. 0,000) bulunmaktadır. Ki² analizi şu şekildedir;

Çizelge 10: Katılımcıların kadınların iş hayatında olmasına dair bakış açıları ilişki analiz tablosu

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,774 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	33,919	2	,000
Linear-by-Linear Association	20,820	1	,000
N of Valid Cases	240		

Çizelge 11: Kadın ve erkek katılımcı oranlarına göre kadınların iş hayatında olmasına dair bakış açıları dağılımı tablosu

		Kadınlar iş hayatının her alanında olmalı mıdır?			
		Evet	Hayır	Kısmen	Toplam
Kadın	Sayı	102	4	14	120
	% Satır	85,0%	3,3%	11,7%	100,0%
	% Sütun	61,8%	13,3%	31,1%	50,0%
	% Toplam	42,5%	1,7%	5,8%	50,0%
Erkek	Sayı	63	26	31	120
	% Satır	52,5%	21,7%	25,8%	100,0%
	% Sütun	38,2%	86,7%	68,9%	50,0%
	% Toplam	26,3%	10,8%	12,9%	50,0%
Toplam	Sayı	165	30	45	240
	% Satır	68,8%	12,5%	18,8%	100,0%

% Sütun	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% Toplam	68,8%	12,5%	18,8%	100,0%

Kadın katılımcıların %85,0'ı erkek katılımcıların ise %52,5'i “kadınlar iş hayatında olmalı mıdır” ifadesine evet yanıtını vermektedir. Kadınların iş hayatının her alanında olması, kadınlar tarafından daha çok onay görmektedir.

Katılımcıların “Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?” ifadesine ilişkin verileri şu şekildedir;

Çizelge 12: Katılımcıların “Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?” sorusuna yönelik genel dağılımı tablosu

Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?		
	Sayı	Yüzde
Evet	8	3,3
Hayır	224	93,3
Kısmen	8	3,3
Toplam	240	100,0

Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi ifadesine katılımcıların %93,3'ü hayır, %3,3 evet ve %3,3'ü kısmen şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcıların kadınların çalışmasından rahatsızlık duymadıkları görülmektedir.

Cinsiyet ile “Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi” ifadesi arasında anlamlı düzeyde ilişki (Sig. Değeri 0,001) bulunmaktadır. Ki² analizi şu şekildedir;

Çizelge 13: Cinsiyet ile “Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?” ifadesi arasında ilişki analiz tablosu

Chi-SquareTests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
PearsonChi-Square	13,375 ^a	2	,001
LikelihoodRatio	17,028	2	,000

Linear-by-Linear Association	,249	1	,618
N of Valid Cases	240		

Çizelge 14: Kadın ve erkek katılımcıların ‘‘Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?’’ sorusuna yönelik cevap dağılımı tablosu

		Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?			
		Evet	Hayır	Kısmen	Toplam
Kadın	Sayı	1	119	0	120
	% Satır	,8%	99,2%	,0%	100,0%
	% Sütun	12,5%	53,1%	,0%	50,0%
	% Toplam	,4%	49,6%	,0%	50,0%
Erkek	Sayı	7	105	8	120
	% Satır	5,8%	87,5%	6,7%	100,0%
	% Sütun	87,5%	46,9%	100,0%	50,0%
	% Toplam	2,9%	43,8%	3,3%	50,0%
Toplam	Sayı	8	224	8	240
	% Satır	3,3%	93,3%	3,3%	100,0%
	% Sütun	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	3,3%	93,3%	3,3%	100,0%

‘‘Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi’’ ifadesine kadın katılımcıların %99,2’si hayır şeklinde yanıt verirken, erkek katılımcıların %87,5’i hayır şeklinde yanıt vermektedir.

6. Katılımcıların Cinsiyet Eşitliğine Olan Bakış Açıları

Katılımcıların ‘‘Kadın erkek eşitliğine inanıyor musunuz?’’ ifadesine ilişkin verileri şu şekildedir;

Çizelge 15: Katılımcıların cinsiyet eşitliğine olan bakış açıları dağılımı tablosu

“Kadın erkek eşitliğine inanıyor musunuz?”

	Sayı	Geçerli Yüzde
Evet	153	63,8
Hayır	49	20,4
Kısmen	38	15,8
Toplam	240	100,0

Kadın erkek eşitliğine inanıyor musunuz ifadesine katılımcıların %63,8’i ever, %20,4’ü hayır ve %15,8’i kısmen şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcıların kadın erkek eşitliğine inandıkları görülmektedir.

Cinsiyet ile “Kadın erkek eşitliğine inanıyor musunuz?” ifadesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ki² analizi şu şekildedir;

Çizelge 16: Cinsiyet ile “Kadın erkek eşitliğine inanıyor musunuz?” ifadesi arasında ilişki analiz tablosu

Chi-SquareTests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
PearsonChi-Square	5,025 ^a	2	,081
LikelihoodRatio	5,069	2	,079
Linear-by-LinearAssociation	2,118	1	,146
N of ValidCases	240		

7. Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeğine İlişkin Bilgiler

Toplumsal Cinsiyet Algısı ölçeği, Öğr. Gör. Hasan Hüseyin Altınova ve Prof. Dr. Veli Duyan tarafından 2013 yılında geliştirilmiştir. Ölçek “Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması” adıyla Toplum ve Sosyal Hizmet dergisinde yayımlanmıştır. Ölçek geliştiricilerden gerekli izinler mail yoluyla alınmış olup doğrultusunda bu ölçek tezimizin amacına uygun olduğu düşüncesinden hareketle kullanılmıştır.

Bireylerin toplumsal cinsiyet algılarını ölçmek üzere geliştirilen ölçekte, toplam 25 madde bulunmaktadır. Maddelerin 10'u olumlu, 15'i olumsuz olarak yazılmıştır. Beşli Likert şeklinde oluşturulan ölçekte Maddelerde belirtilen düşünceye, bireylerden “tamamen katılıyorum(5), katılıyorum (4), kararsızım (3), katılmıyorum (2), tamamen katılmıyorum (1)” olmak üzere beş derecede görüş bildirmeleri istenmektedir. Çalışmaya katılan 240 katılımcının bu ölçek maddelerine ilişkin verileri aşağıda belirtilmektedir. Ölçekte 2., 4., 6., 9., 10., 12., 15., 16.,17.,18., 19., 20., 21., 24. ve 25. maddeler olumsuz olup tersten hesaplanmaktadır. Buna göre, ölçekten alınabilecek puanlar 25-125 aralığında olup, yüksek puanlar toplumsal cinsiyet algısının olumlu olduğunu düşük puanlar olumsuz olduğunu ifade etmektedir.

Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği yetişkin insanların toplumsal cinsiyet rol ve algılarını değerlendirmek için düzenlenen kendi kendini bildirim tarzında bir değerlendirme aracıdır. Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği'ne ilişkin olarak hesaplanan güvenirlik analizi sonuçları Cronbach Alpha katsayısı ile hesaplanmıştır. Bu katsayı ölçek için 0.872 olarak hesaplanmıştır. Bu durum ölçeğin güvenirliğinin ve geçerliliğinin kanıtıdır. Sonuç olarak Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği'ni oluşturan maddelerin istedik özelliklerde olması, ölçeğin güvenirliğinin ve geçerliğinin yüksek olması, bu ölçeğin insanların toplumsal cinsiyet algısını belirlemede kullanılabileceğini göstermektedir.

Çalışmamızda kullandığımız ölçeğin minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerleri ise aşağıdaki gibidir;

Çizelge 17: Ölçeğin minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerleri tablosu

Ölçeğe Ait Bilgiler	
Ortalama	94,5792
Std. Sapma	18,31255
Minimum	41,00
Maksimum	121,00

Biz çalışmamızda temel olarak bu ölçeği kuşaklar arası toplumsal cinsiyet algısında bir farklılık olup olmadığını ölçme amacıyla kullanmaktayız. Baby Boomers, X, Y, ve Z kuşağı arasındaki toplumsal cinsiyet algısı farklılıkları, cinsiyete göre toplumsal cinsiyet algısı farklılıkları, eğitim durumuna göre toplumsal cinsiyet algısı farklılıkları ve dini duruma göre toplumsal cinsiyet algısı farklılıklarına bakılmaktadır. Bu doğrultuda Anova ve T testi tekniğinden yararlanılmaktadır.

Toplumsal cinsiyet algısı ölçek maddelerinin Frekans Analizi ile elde edilmiş verileri ile aşağıdaki gibidir;

Çizelge 18: Toplumsal cinsiyet algısı ölçek maddelerinin Frekans Analizi ile elde edilmiş veri değerleri tablosu

		Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1.	Evlilik, kadının çalışmasına engel olmaz.	%7,9	%6,3	%2,5	%33,3	%50,0
2.	Kadın sadece ailesinin ekonomik sıkıntısı varsa çalışmalıdır.	%48,3	%34,6	%2,5	%12,5	%2,1
3.	Çalışan kadın da çocuklarına yeterince zaman ayırabilir.	%9,2	%15,0	%18,3	%33,3	%24,2
4.	Kadınlar anne olduktan sonra çalışmamalıdır.	%37,1	%32,9	%7,1	%14,2	%8,8
5.	Kadın siyasetçiler de başarılı olabilir.	%7,1	%7,1	%5,4	%25,0	%55,4
6.	Kadınlar evlendikten sonra	%55,4	%28,8	%4,6	%5,0	%6,3

	çalışmamalıdır.					
7.	Çalışma hayatı kadının ev işlerini aksatmasına neden olmaz.	%6,3	%23,3	%21,3	%27,5	%21,7
8.	Çalışan bir kadın hayattan daha çok zevk alır.	%6,3	%3,8	%18,8	%24,6	%47,7
9.	Kadınlar erkekler tarafından her zaman korunmalıdır.	%30,0	%21,7	%8,8	%18,3	%21,3
10.	Kocasını izin vermiyorsa kadın çalışmamalıdır.	%50,0	%16,3	%10,0	%14,6	%9,2
11.	Kadınlar yönetici olabilir.	%3,8	%3,8	%3,3	%23,8	%65,4
12.	Çalışan bir kadın kazandığı geliri eşine vermelidir.	%55,8	%25,4	%11,3	%5,4	%2,1
13.	Çalışan bir kadın çocuklarına daha iyi anne olur.	%7,9	%18,3	%26,3	%29,6	%17,9
14.	Erkekler de çamaşır bulaşık gibi ev işlerini yapmalıdır.	%13,3	%9,6	%5,8	%25,0	%46,3
15.	Kocasız kadın sahipsiz eve benzer.	%61,3	%17,1	%4,6	%7,1	%10,0
16.	Bir ailenin gelirini erkekler sağlamalıdır.	%37,5	%23,8	%5,0	%17,5	%16,3
17.	Kadınlar kendi başına ticarethane gibi yerler (kafe, market, emlakçı gibi) açmamalıdır.	%67,1	%19,2	%3,8	%4,6	%5,4
18.	Kadınların birinci görevi ev işlerini üstlenmektir.	%49,6	%16,3	%9,6	%14,2	%10,4
19.	Bir kadın kocasından fazla para kazanmamalıdır.	%55,8	%20,8	%5,8	%9,6	%7,9
20.	Erkek her zaman evin reisi olmalıdır.	%41,7	%18,3	%10,0	%13,8	%16,3
21.	Toplumun liderliği genellikle erkeklerin elinde olmalıdır.	%48,8	%25,4	%10,0	%9,2	%6,7
22.	Kız çocuklarına da erkek çocuklar kadar özgürlük verilmelidir.	%6,3	%7,9	%5,0	%14,2	%66,7
23.	Bir kadın kendi haklarına sahip olabilmesi için gerekirse kocasına karşı	%11,7	%8,8	%9,6	%25,0	%45,0

	çıkabilmelidir.					
24.	Kadın kocasından yaş olarak daha küçük olmalıdır.	%27,1	%22,9	%16,7	%19,2	%14,2
25.	Ailedeki önemli kararları erkekler vermelidir.	%46,7	%25,0	%11,7	%6,3	%10,4

Katılımcıların %50,0'ı "Evlilik kadının çalışmasına engel olmaz" ifadesine tamamen katılmaktadır. Katılımcılar kadının çalışmasına evliliğin engel olmadığını belirtmektedir.

Katılımcıların %4,3'ü "Kadın sadece ailesinin ekonomik sıkıntısı varsa çalışmalıdır" ifadesine tamamen katılmamaktadır. Katılımcılar kadının sadece ekonomik sıkıntı durumlarında çalışmasına tamamen katılmamaktadır.

Katılımcıların %33,3'ü "Çalışan kadın da çocuklarına yeterince zaman ayırabilir" ifadesine katılmaktadır.

Katılımcıların %37,1'i "Kadınlar anne olduktan sonra çalışmamalıdır" tamamen katılmamaktadır. Bu durum göstermektedir ki, katılımcılar anne olmanın çalışmaya engel teşkil etmeyeceğini ifade etmektedir.

Katılımcıların %55,4'ü "Kadın siyasetçiler de başarılı olabilir" ifadesine tamamen katılmaktadır. Bu durum katılımcıların, siyasetin sadece erkeklere özgü olmadığını kadınların da başarılı olabileceğini göstermektedir.

Katılımcıların %55,4'ü "Kadınlar evlendikten sonra çalışmamalıdır" ifadesine tamamen katılmamaktadır. Yukarıda da belirttiğimiz üzere kadının çalışmasına evlilik engel teşkil etmemektedir.

Katılımcıların %27,5'i "Çalışma hayatı kadının ev işlerini aksatmasına neden olmaz" ifadesine katılmaktadır. Bu durum çalışan kadınların ev işlerine yeterince vakit ayırabildiği görüşünün katılımcılar tarafından kabul edildiğini göstermektedir.

Katılımcıların %46,7'si "Çalışan bir kadın hayattan daha fazla zevk alır" ifadesine tamamen katılmaktadır.

Katılımcıların %30,0'ı "Kadınlar erkekler tarafından her zaman korunmalıdır" ifadesine tamamen katılmamaktadır.

Katılımcıların %50,0'ı “Koca izin vermiyor ise kadın çalışmamalıdır” ifadesine tamamen katılmamaktadır. Bu durum, katılımcıların, kadınların çalışmasında erkeklerin etkili bir faktör olmasına katılmadıklarını gösterir.

Katılımcıların %65,4'ü “Kadınlar yönetici olabilir” ifadesine tamamen katılmaktadır.

Katılımcıların %55,8'i “Çalışan bir kadın kazandığı geliri eşine vermelidir” ifadesine tamamen katılmamaktadır.

Katılımcıların %29,6'sı “Çalışan bir kadın çocuklarına daha iyi anne olur” ifadesine katılmaktadır.

Katılımcıların %46,3'ü “Erkeklerde çamaşır bulaşık gibi ev işlerini yapmalıdır” ifadesine tamamen katılmaktadır.

Katılımcıların %61,3'ü “Kocasız kadın sahipsiz bir eve benzer” ifadesine tamamen katılmamaktadır. Bu durum katılımcıların, kadının erkek üzerinde kurduğu hegemonyaya katılmamaktadır.

Katılımcıların %37,5'i “Bir ailenin gelirini erkekler sağlamalıdır” ifadesine tamamen katılmamaktadır.

Katılımcıların %67,1'i “Kadınlar kendi başına ticarethane gibi yerler açmamalıdır” ifadesine tamamen katılmamaktadır.

Katılımcıların %49,6'ı “Kadınların birinci görevi ev işlerini üstlenmektir” ifadesine tamamen katılmamaktadır. Bu durum katılımcıların ev işlerini kadınlara özgü bir görev olarak algılamadıklarını göstermektedir.

Katılımcıların %55,8'i “Bir kadın kocasından fazla para kazanmamalıdır” ifadesine tamamen katılmamaktadır.

Katılımcıların %41,7'si “Erkek her zaman evin reisi olmalıdır” ifadesine tamamen katılmamaktadır. Bu durum katılımcıların erkekleri evin reisi olarak görmediklerini gösterir.

Katılımcıların %48,8'i “Toplumun liderliği genellikle erkeklerin elinde olmalıdır” ifadesine tamamen katılmamaktadır.

Katılımcıların %66,7'si “Kız çocuklarına da erkek çocuklar kadar özgürlük verilmelidir” ifadesine tamamen katılmaktadır.

Katılımcıların %45,0'ı “Kadın, haklarına sahip olması için kocasına karşı çıkabilmeli” ifadesine tamamen katılmaktadır.

Katılımcıların %27,1'i “Kadın kocasından yaş olarak küçük olmalıdır” ifadesine tamamen katılmamaktadır.

Katılımcıların %46,7'si “Ailedeki en önemli kararları erkekler vermelidir” ifadesine tamamen katılmamaktadır.

8. Kuşaklar Arası Toplumsal Cinsiyet Algısı Farklılıkları

Kuşaklar arası toplumsal cinsiyet algısı arasında farklılık bulunup bulunmadığını ölçmek için Anova testinden yararlanılmıştır. Baby Boomers, X, Y ve Z kuşağı arasında toplumsal cinsiyet algısı anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

Çizelge 19: Baby Boomers, X, Y ve Z kuşağı arasında toplumsal cinsiyet algısı ilişkisi tablosu

ANOVA						
Ölçekten Alınan Toplam Puan						
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Between Groups	6660,146	3	2220,049	7,129	,000	
Within Groups	73488,350	236	311,391			
Toplam	80148,496	239				

Sig. değeri yukarıda da gösterildiği üzere 0.05'den küçüktür.(sig. 0,000). Bu durum göstermektedir, Baby Boomers, X, Y ve Z kuşağı arasında toplumsal cinsiyet algısı anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bu farklılığın yönüne baktığımızda;

Çizelge 20: Ölçekten alınan toplam puan Scheffe Testi sonuçlarına göre; Baby Boomers, X, Y ve Z kuşağı arasında toplumsal cinsiyet algısı farklılık dağılımı tablosu

Multiple Comparisons						
Ölçekten Alınan Toplam Puan Scheffe Testi Sonuçları						
(I) kuşaklar	(J) kuşaklar	Mean Difference (I-J)			95% Confidence Interval	
			Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Baby Boomers	X Kuşağı	-7,61667	3,22176	,137	-16,6884	1,4551
	Y Kuşağı	-11,93333*	3,22176	,004	-21,0051	-2,8616
	Z Kuşağı	-13,63333*	3,22176	,001	-22,7051	-4,5616
X Kuşağı	Baby Boomers	7,61667	3,22176	,137	-1,4551	16,6884

	Y Kuşığı	-4,31667	3,22176	,617	-13,3884	4,7551
	Z Kuşığı	-6,01667	3,22176	,325	-15,0884	3,0551
Y Kuşığı	Baby Boomers	11,93333*	3,22176	,004	2,8616	21,0051
	X Kuşığı	4,31667	3,22176	,617	-4,7551	13,3884
	Z Kuşığı	-1,70000	3,22176	,964	-10,7717	7,3717
Z Kuşığı	Baby Boomers	13,63333*	3,22176	,001	4,5616	22,7051
	X Kuşığı	6,01667	3,22176	,325	-3,0551	15,0884
	Y Kuşığı	1,70000	3,22176	,964	-7,3717	10,7717

Baby Boomers kuşığı ile Y Kuşığı (sig.0,004) ve Z Kuşığı (sig.001) arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır. Farklılığın ne yönde olduğuna baktığımızda ise;

Çizelge 21: Ölçekten alınan toplam puana göre toplumsal cinsiyet algısı dağılımı tablosu

Descriptives								
Ölçekten Alınan Toplam Puan								
Kuşaklar					95% Confidence Interval for Mean			
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
Baby Boomers	60	86,2833	16,77275	2,16535	81,9505	90,6162	44,00	117,00
X Kuşığı	60	93,9000	19,66387	2,53859	88,8203	98,9797	46,00	119,00
Y Kuşığı	60	98,2167	17,90473	2,31149	93,5914	102,8419	41,00	121,00
Z Kuşığı	60	99,9167	16,03100	2,06959	95,7754	104,0579	57,00	121,00
Toplam	240	94,5792	18,31255	1,18207	92,2506	96,9078	41,00	121,00

Baby Boomers kuşağının ölçek ortalaması 86,2833, X Kuşağının ölçek ortalaması 93,900, Y Kuşağının ölçek ortalaması 98,2167 ve Z Kuşağının ölçek ortalaması

99,9167'dir. Bu durumu göstermektedir, kuşaklar değiştikçe toplumsal cinsiyet algısı olumlu yönde değişmektedir.

Ölçeğimizin ortalaması 94,57'dir. Baby Boomers Kuşağı ile X Kuşağının toplumsal cinsiyet algısı ortalamasının altında kalmaktadır. Yani Baby Boomers ve X kuşağının toplumsal cinsiyet algısı olumsuzdur. Y Kuşağı ile Z Kuşağının toplumsal cinsiyet algısı ise olumludur. Toplumsal cinsiyet algısı en olumlu kuşak ise Z kuşağıdır.

9. Cinsiyete Göre Toplumsal Cinsiyet Algısı

Toplumsal cinsiyet algısının cinsiyete göre değişip değişmediğine bakma için T testinden yararlanılmıştır.

Çizelge 22: Cinsiyete göre toplumsal cinsiyet algısı dağılımı (T Testi) tablosu

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances									
t-test for Equality of Means									
								95% Confidence Interval of the Difference	
					Sig. (2-tailed)	Std. Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Ölçek	Equal variances assumed	12,973	,000	8,336	,000	17,37500	2,08427	13,26902	21,48098

Alınan	Equal variances	8,3226	,000	17,37500	2,08427	13,26	21,48
n	not assumed	36	403			795	205
Toplam							
Puan							

Levene Testi sonuçlarına göre sig. Değeri 0,00'dan küçüktür ve varyanslar farklıdır, eşit değildir. Sig. Değeri ise 0,00'dır. Bu durum kadın ve erkekler arasında toplumsal cinsiyet algısında farklılık olduğunu göstermektedir. Bu farklılığın yönüne baktığımızda;

Çizelge 23: Kadın ve erkek katılımcıların toplumsal cinsiyet algısı oran tablosu

Group Statistics					
	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Ölçekten	Kadın	120	103,2667	14,20068	1,29634
Alınan	Erkek	120	85,8917	17,87858	1,63208
Toplam					
Puan					

Kadınların toplumsal cinsiyet algısı ortalaması 103,26 iken erkeklerin toplumsal cinsiyet algısı puanı 85,89'dur. Kadınların toplumsal cinsiyet algısı olumlu yönde iken erkeklerin toplumsal cinsiyet algısı olumsuz yöndedir.

10. Eğitim Durumuna Göre Toplumsal Cinsiyet Algısı

Eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet algısının farklılaşıp farklılaşmadığını ölçmek adına Anova testinden yararlanılmıştır. Eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet algısı anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

Çizelge 24: Eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet algısı ilişki analiz tablosu

ANOVA					
Ölçekten Alınan Toplam Puan					
	Sum of Squares	df	MeanSquare	F	Sig.
BetweenGroups	15959,151	4	3989,788	14,607	,000
WithinGroups	64189,345	235	273,146		
Total	80148,496	239			

Sig. değeri yukarıda da gösterildiği üzere 0.05'den küçüktür.(sig. 0,000). Bu durum göstermektedir, eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet algısı anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bu farklılığın yönüne baktığımızda;

Çizelge 25: Katılımcıların eğitim düzeylerine göre toplumsal cinsiyet algısı dağılımı tablosu

MultipleComparisons						
Ölçekten Alınan Toplam Puan Scheffe						
Eğitim Düzeyi	(J) Eğitim Düzeyi	MeanDifference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% ConfidenceInterval	
İlkokul	Ortaokul	-1,44372	5,04209	,999	-17,0988	14,2113
	Lise	-4,50609	4,39991	,902	-18,1672	9,1551
	Üniversite	-18,89329*	3,87308	,000	-30,9187	-6,8679
	Lisansüstü ve doktora	-22,82073*	5,39207	,002	-39,5624	-6,0791
Ortaokul	İlkokul	1,44372	5,04209	,999	-14,2113	17,0988
	Lise	-3,06237	4,33220	,973	-16,5133	10,3886
	Üniversite	-17,44957*	3,79598	,000	-29,2356	-5,6635
	Lisansüstü ve doktora	-21,37701*	5,33696	,004	-37,9476	-4,8064
Lise	İlkokul	4,50609	4,39991	,902	-9,1551	18,1672

	Ortaokul	3,06237	4,33220 ,973 -10,3886	16,5133
	Üniversite	-14,38720*	2,88895 ,000 -23,3570	-5,4174
	Lisansüstü ve doktora	-18,31464*	4,73494 ,006 -33,0160	-3,6133
Üniversite	İlkokul	18,89329*	3,87308 ,000 6,8679	30,9187
	Ortaokul	17,44957*	3,79598 ,000 5,6635	29,2356
	Lise	14,38720*	2,88895 ,000 5,4174	23,3570
	Lisansüstü ve doktora	-3,92744	4,24985 ,931 -17,1227	9,2678
Lisansüstü ve doktora	İlkokul	22,82073*	5,39207 ,002 6,0791	39,5624
	Ortaokul	21,37701*	5,33696 ,004 4,8064	37,9476
	Lise	18,31464*	4,73494 ,006 3,6133	33,0160
	Üniversite	3,92744	4,24985 ,931 -9,2678	17,1227
*. Themeandifference is significant at the 0.05 level.				

İlkokul düzeyinde eğitilmiş kişiler ile üniversite (sig. 0,000) ve lisansüstü ve doktora (sig. 0,002) düzeyinde eğitilmiş kişiler arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır.

Ortaokul düzeyinde eğitilmiş kişiler ile üniversite (sig. 0,000) ve lisansüstü ve doktora (sig. 0,004) düzeyinde eğitilmiş kişiler arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır.

Lise düzeyinde eğitilmiş kişiler ile üniversite (sig. 0,000) ve lisansüstü ve doktora (sig. 0,006) düzeyinde eğitilmiş kişiler arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır.

Üniversite düzeyinde eğitilmiş kişiler ile ilköğretim (sig. 0,000), ortaokul (sig.0,000) ve lise (sig. 0,000) düzeyinde eğitilmiş kişiler arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır.

Lisansüstü ve doktora düzeyinde eğitilmiş kişiler ile ilköğretim (sig. 0,002), ortaokul (sig.0,004) ve lise (sig. 0,006) düzeyinde eğitilmiş kişiler arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır. Bu farklılıkların yönüne baktığımızda;

Çizelge 26: Eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet arasında ilişki analiz tablosu

Descriptives								
Ölçekten Alınan Toplam Puan								
Eğitim düzeyi	N	Mean (ortalama)	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
İlkokul	21	81,2381	15,46255	3,37421	74,1996	88,2766	44,00	107,00
Ortaokul	22	82,6818	19,91503	4,24590	73,8520	91,5116	44,00	112,00
Lise	43	85,7442	15,54884	2,37118	80,9590	90,5294	50,00	119,00
Üniversite	137	100,1314	16,86007	1,44045	97,2828	102,9800	41,00	121,00
Lisansüstü ve Doktora	17	104,0588	11,89785	2,88565	97,9415	110,1761	75,00	118,00
Toplam	240	94,5792	18,31255	1,18207	92,2506	96,9078	41,00	121,00

İlkokul (81,23), ortaokul (82,68) ve lise (85,74) düzeyinde eğitimli kimselerin toplumsal cinsiyet algısı olumsuz yöndedir. Üniversite (100,13) ve lisansüstü ve Doktora (104,05) düzeyinde eğitimli kimselerin toplumsal cinsiyet algısı ise olumlu yöndedir. Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere eğitim düzeyi arttıkça toplumsal cinsiyet algısı da olumlu yönde değişim göstermektedir.

11. Dini İnanca Göre Toplumsal Cinsiyet Algısı

Dini inanca göre toplumsal cinsiyet algısının farklılaşıp farklılaşmadığını ölçmek adına Anova testinden yararlanılmıştır. Dini inanca göre toplumsal cinsiyet algısı anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

Çizelge 27: Dini inanca göre toplumsal cinsiyet algısı (Anova testi) tablosu

ANOVA					
Ölçekten Alınan Toplam Puan					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

BetweenGroups	6895,831	3	2298,610	7,405	,000
WithinGroups	73252,665	236	310,393		
Toplam	80148,496	239			

Sig. değeri yukarıda da gösterildiği üzere 0.05’den küçüktür.(sig. 0,000). Bu durum göstermektedir, dini inanca göre toplumsal cinsiyet algısı anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bu farklılığın yönüne baktığımızda;

Çizelge 28: Dini inanca göre toplumsal cinsiyet algısı ilişki analiz tablosu

Descriptives								
Ölçekten Alınan Toplam Puan								
			Std.		95% ConfidenceIntervalfor Mean			
	N	Mean	Deviation	Std. Error	LowerBound	UpperBound	Minimum	Maximum
İnançlıyım bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiriyorum.	34	85,5588	17,76478	3,04663	79,3604	91,7572	44,00	114,00
İnançlıyım ancak bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiremiyorum	159	93,7736	17,63445	1,39850	91,0114	96,5358	44,00	121,00

Sadece Allah inancım var dinlere inanmıyorum	32	103,6250	16,78661	2,96748	97,5728	109,6772	57,00	121,00
İnançsızım	15	104,2667	18,83942	4,86432	93,8337	114,6996	41,00	119,00
Toplam	240	94,5792	18,31255	1,18207	92,2506	96,9078	41,00	121,00

“İnançlıyım, bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiriyorum (85,55)” ifadesine katılan katılımcıların toplumsal cinsiyet algısı olumsuz yöndedir. “İnançlıyım ancak bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiremiyorum (93,77)”, “Sadece Allah inancım var dinlere inanmıyorum (103,62)” ve “İnançsızım (104,26)” ifadelerine katılan katılımcıların toplumsal cinsiyet algısı olumlu yöndedir.

Din ve ibadetlere olan bağlılık azaldıkça, toplumsal cinsiyet algısı da olumlu yönde değişmektedir.

IV. TARTIŞMA ve SONUÇ

Araştırma İstanbul İli gelinde 18 yaş üstü bireylerde toplumsal cinsiyet ile kuşak ilişkisi bağlamında gerçekleştirilmiştir. Araştırma dört kuşaktan eşit sayıda kadın ve erkek katılımcı ile yapılmıştır. Çalışmaya katılan katılımcıların %50'si erkek, %50'si kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Cinsiyet algısına dayalı bir ölçek kullanıldığı için cinsiyet dağılımının eşit olmasına özellikle dikkat edilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların %49,6'sı evli, %42,9'u bekar, %5'i boşanmış ve %2,5'inin eşi vefat etmiştir.

Katılımcıların %51,5'i metropol, %3,8'i büyük şehirlerde ve %44,8'i Anadolu şehirlerinde doğmuştur. Ayrıca bu sonuç bizlere Anadolu şehirlerinde doğan bireylerin İstanbul'a göç ettiklerini de göstermektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların %57,1'i üniversite mezunu, %17,9'u lise mezunu, %9,2'si ortaokul, %8,8'i ilkokul ve %7,1'i lisansüstü ve doktora mezunudur.

Bu da bizlere üniversite mezunu oranın yüksek olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda çalışmaya katılanlar arasında okuma yazma bilmeyen kimse yoktur.

Araştırmaya katılan katılımcılar farklı sektör dağılımlarına sahiptir. Yapılan anket sadece tek bir meslek alanı çalışanlarına uygulanmamıştır. Farklı alanlardan kişilere uygulanarak çeşitlilik sağlanmıştır.

Katılımcılara sorulan dini inanç sorusundan elde edilen verilere bakıldığında, çoğunluğun inançlı ancak ibadetlerini eksiksiz olarak yerine getiremeyen kimseler olduğunu söyleyebiliriz. Buna nazaran araştırmaya katılanlar arasında kendisini inançsız olarak tanımlayan kişi sayısı çok azdır. Çalışmaya katılan erkek ve kadınlar arasında dini inanç açısından anlamlı bir ilişki çıkmamıştır.

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyete yönelik bakış açılarına baktığımız zaman, cinsiyete bakış açısını etkilediği düşündüğüm üç ana unsur olan eğitim, kültür ve teknoloji alanından eğitim cinsiyete bakış açısını en önemli ölçüde etkileyen faktör olarak çıkmıştır. Çok fark olmamakla birlikte kültür eğitim olanağını takip etmektedir.

Bu durumda eğitim seviyesinin artması ile birlikte günümüz kuşağına doğru gelindiğinde ortaya çıkabilecek tahmin edilebilir bir öngörü iken, yapılan araştırma neticesinde doğruluğu kanıtlanmıştır.

Çalışmaya katılan kadın ve erkekler arasında cinsiyete yönelik bakış açısında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Aynı zamanda cinsiyete bakış açısı üzerine kadınlarda eğitim etkili iken, erkeklerde kültür etkili bir faktör olarak çıkmaktadır. Bu durum da erkeklerin daha ataerkil, daha geleneklerine ve kültürüne bağlı olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan katılımcılar çoğunluğu ile erkek üstünlüğünü doğru bulmamakta ve erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesinin yanlış olduğu görüşündedir. Bunun yanı sıra azınlık kısım bu durumu doğru bulurken, diğer bir azınlık kararsız kalmaktadır. Yine de azınlık kesim çoğunluktan daha az sayıdadır. Bu bağlamda yapılan araştırmada cinsiyet ile erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesine yönelik bakış açısında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Kadınların iş hayatının her alanında olması görüşünü kabul eden kişi sayısı diğer katılımcılara oranla daha fazladır. Burada kadının iş hayatının her alanında olabileceği görüşünü savunan katılımcıların yanı sıra, bu durum böyle olmaması gerektiğini savunan kişilerin kadının her işi yapamayacağını, fiziksel olarak yeterlilik gösteremeyeceğini düşüncelerinden kaynaklıdır.

Yine anket verilerine bakıldığı zaman kadın katılımcıların çoğunluğu iş hayatının her alanında olması gerektiği görüşünde iken erkek katılımcılar kadınlara nazaran daha az bir oranla bu durumu desteklemektedirler. Kadınların iş hayatının her alanında olması durumu kadınlar tarafından daha çok kabul görmektedir.

Aynı zamanda bir kadının çalışıyor olması bütün bir çoğunluk tarafından rahatsız edici bir etken olarak görülmemektedir. Katılımcılar kadınların çalışmasından

rahatsızlık duymamaktadır. Cinsiyet ile kadının çalışması arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Katılımcıların kadın erkek eşitliğine bakış açıları sorulduğunda ortalama olarak kadın erkek eşitliğine inananların sayısı daha fazla çıkmaktadır. Bu verilere bakıldığında katılımcıların kadın erkek eşitliğine katıldıklarını söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların %50'si evliliğin kadının çalışmasına engel olmadığı görüşünü benimsemektedir. Bunun yanı sıra katılımcıların sadece %4,3'ü kadının sadece ailenin ekonomik sıkıntısı durumunda çalışmaları gerektiği görüşünü kabul etmektedir.

Bunun yanı sıra katılımcıların geri kalan kısmı kadının sadece ailesinin ekonomik sıkıntısı olması durumunda çalışmasını kabul etmemektedir.

Katılımcıların %33,3'ü çalışan kadının da yeterince çocuklarına zaman ayırabileceği düşüncesini benimsemektedir. Bunun yanı sıra kadınların anne olduktan sonra çalışmaması gerektiğine tamamen katılmayan katılımcı oranı %37,1'dir. Buradan anlaşılabileceği üzere kadınların anne olması çalışmalarına engel bir durum teşkil etmektedir.

Kadın siyasetçilerin de başarılı olabileceği %55,4 oranla onaylanmış olup, sadece erkeklerin değil kadınların da siyaset alanında başarılı olabileceğine inandıklarını göstermektedir.

Katılımcıların %55,4'ü kadınların evlendikten sonra çalışmamalıdır düşüncesine tamamen katılmamaktadırlar. Kadının medeni halinin çalışma durumuna engel olmayacağını bu oran ile desteklemiş olmaktadır.

Aynı zamanda %27,5 oran ile çalışma hayatının kadının ev işlerini aksatmadığını, hem iş hem ev düzenini sağlayabildiğini göstermektedir. Hem de katılımcılar %46,7'lik bir oran ile çalışan bir kadının hayattan daha fazla zevk alacağını düşünmektedir. Çalışan kadın sosyal ortamlarda bulunduğu ve kendine güven duyduğu için ayakları daha yere sağlam basan ve kendine güvenen bireyler haline gelmektedir.

Bu durum kadının sadece ev hayatı dışında kendini işe yarar ve güçlü hissetmesini sağlamaktadır. Bu yüzden çalışan kadın hayattan daha fazla zevk almaktadır.

Katılımcılar kadınların erkekler tarafından %30,0'lık bir oran ile korunmaması gerektiği görüşüne sahiptirler. Kadının başka bir kimse tarafından korunmaya ihtiyacının olmadığını ve kendi başına bir birey olarak başkasının korumasına ihtiyacı olmadığını söylemektedirler.

Araştırmaya katılanların %50,0'si yani yarısı kocası izin vermediği takdirde kadının çalışmaması gerektiğine tamamen katılmamaktadır. Kadının bir birey olarak çalışması ve sosyal hayat içerisinde olması gayet doğal bir davranıştır.

Katılımcılara göre kadınların yönetici olması %65,4 oranında onay almıştır. Tıpkı kadının siyasetçi olabileceği gibi yönetici olabilmesi de toplum tarafından kabul edilebilir ve normal karşılanan yadırganmayacak bir durumdur. Kadın gerek siyaset gerekse iş hayatının her alanında yer alarak toplum içerisinde varlığını kabul ettirebilir ve imkân verilirse çok iyi pozisyonlarda çalışarak kendini en iyi şekilde gösterebilecek potansiyele sahiptir.

Katılımcıların %55,8'i kadının kazandığı parayı eşine vermesine katılmamaktadır.

Ancak bir aile çatısı altında geçim sağlanıyorsa giderler konusunda da yardımcı olabileceğini ve bu noktada müşterek bir hayat sürdükleri için ev giderlerine yardımcı olabileceğini söylemektedirler. Ama erkek çalışmıyorsa kadının çalışarak, emek vererek kazandığı parayı alarak harcamasının doğru olmayacağını söylemişlerdir.

Çalışan bir kadının çocuklarına daha iyi bir anne olacağı düşüncesi %29,6 oranındadır. Ancak daha iyi bir anne olmak bir kadının ve/veya çalışan bir kadının kıstas olarak temel alındığı bir şey değildir. Daha iyi anne olmak için çalışmak gerekmemektedir. Çalışmayan anne de çocuklarına çok iyi bir anne modeli olabilmektedir.

Erkeklerin çamaşır bulaşık gibi ev işlerine yardımcı olması %46,3 oranındadır. Erkeklerin de ev işlerine yardımcı olabileceği düşüncesi kadınlar tarafından benimsenirken erkekler bu duruma bu kadar sıcak bakmamaktadır. Ancak kadınlar ortak bir alan olarak evi kullanıyorlarsa ev işlerinin de paylaşılarak yapılabilceği

görüşünü savunmaktadırlar. Erkekler ise çalıştıkları ve kendi aileleri içerisinde anne figürünün ev işlerini üstlendiğini gördükleri için eşlerinden de bu beklenti içerisinde girmektedirler.

Katılımcıların %61,3'ü kocasız kadın sahipsiz eve benzer düşüncesine tamamen katılmamaktadır. Erkeğin kadın üzerinde bir hegemonya kurmasını doğru bulmadıklarını göstermektedir.

Aynı zamanda katılımcıların %37,5'i bir ailenin gelirini sadece erkeğin sağlaması gerektiğini kabul etmemektedir. Bu durma bakıldığında günümüz şartlarında geçimin zor olması ve sadece bir kişinin çalışıp ev geçindirmesinin zor olacağı için iki tarafında çalışarak ev giderlerine katkı sağlamasının doğru olduğunu düşündüğünü söyleyebiliriz.

%67,1 oranında kadınların kendi başına ticarethane gibi yerler açmaması gerektiğine katılımcılar tamamen katılmamaktadır. Bu sonuç ile birlikte kadının sadece ev işleri görevlerinin yüklenmediğini görmekteyiz. Katılımcıların kadının her alanda olabileceği ve yaptığı herhangi bir işte başarılı olabileceklerine inandıklarını göstermektedir.

Katılımcıların %55,8'i kadının kocasından fazla para kazanmaması düşüncesine tamamen katılmamaktadırlar.

Kadının işi gereği eşinden çok kazanabiliyorsa bunun sorun olmayacağını aksine bu durumun kadının kendi ihtiyaçlarını da rahatça karşılayabilmesi açısından iyi olabileceğini düşünmektedirler. Azınlıkta olsa kadının fazla para kazanıyor olmasını erkek üzerinde üstünlük kurma, baskı oluşturma olarak düşünen bir kesim de yer almaktadır.

Bunu düşünen kesim tamamen kadının erkek sözünü dinlemeyeceği ve belli bir otorite kuramayacağını düşünmelerinden doğan bir fikirdir.

Katılımcılar aynı zamanda %41,7 oranında erkek her zaman evin reisi olmalıdır ifadesine tamamen katılmamaktadırlar. Ev içerisinde bir üstünlük kurma durumuna gerek olmadığı ve alınacak herhangi bir kararın ortak alınabileceği görüşündedirler.

Katılımcıların %48,8'i toplumun liderliği genellikle erkeklerin elinde olmalıdır ifadesine tamamen katılmamaktadırlar. Zaten bir kadının da bu vasıflara sahip olabileceğini ve bu işi çok iyi bir şekilde yapabileceğini de bilmektedirler.

Katılımcıların %66,7'si kız çocuklarına da erkek çocukları kadar özgürlük verilmesi ifadesine tamamen katılmamaktadırlar. Erkek ile kız çocuğu ayrımı yapılmaması gerektiğini ve her ikisinin de kız ve/veya erkekten ziyade bir birey olarak değerlendirilmesi ve bu şekilde davranılması gerektiğini düşünmektedirler.

Katılımcıların %45,0'ı kadınların haklarına sahip olabilmesi için kocasına karşı çıkabileceğini normal karşılamaktadır. Katılımcıların %27,1'i ise kadının kocasından yaş olarak daha küçük olması ifadesine tamamen katılmamaktadırlar. Burada artık kadının daha küçük olması, erkeğin yaş olarak daha büyük olması bireyler arasında bir tercih unsuru olarak görülmemektedir. Bireyler yaştan ziyade karşılarında anlayabilecekleri ve bir hayatı ortaklaşa huzur içerisinde geçirebilecekleri bireyler aramaktadır. Yaş burada ilişki ve evlilikleri etkileyen bir faktör değildir.

Katılımcıların %46,7'si ailedeki önemli kararları erkekler vermelidir ifadesine katılmamaktadır. Aile içerisinde verilecek kararların eşler tarafından ortaklaşa verilmesi ve iki tarafında isteklerinin karşılanması daha önemli olan bir durumdur.

Kuşaklar arası toplumsal cinsiyet algısı arasında farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Anova testinden yararlanılmıştır. Baby Boomers, X, Y ve Z kuşağı arasında toplumsal cinsiyet algısı olumlu düzeyde değişkenlik göstermektedir. Kuşaklar değiştikçe toplumsal cinsiyet algısı çeşitli etkenlere bağlı olarak olumlu yönde değişkenlik göstermektedir. Araştırmada kullanılan ölçeğin ortalaması 94,57'dir. Baby Boomers ve X kuşağının toplumsal cinsiyet algısı bu ortalamanın altında kalırken Y kuşağı ve Z kuşağı ortalamayı yakalamıştır. Bu bağlamda baktığımızda toplumsal cinsiyet algısının en olumlu olduğu kuşak ise Z kuşağıdır.

Kuşaklar arasındaki geçişlerin ve tarihsel farklılıkların jenerasyonlar üzerinde olumlu etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu değişimde en önemli rolü eğitim faktörü oynamaktadır.

Cinsiyete göre toplumsal cinsiyet algısına baktığımızda ise anket veri sonuçlarına göre kadınların cinsiyet algısı ortalaması 103,26 iken, erkeklerin cinsiyet algısı 85,89'dur. Bu bağlamda kadınların toplumsal cinsiyet algısının olumlu yönde

olduğunu, erkeklerin ise toplumsal cinsiyet algısının olumsuz yönde olduğunu söyleyebiliriz.

Eğitim durumuna göre toplumsal cinsiyet algısını ele aldığımızda, eğitim düzeyine göre toplumsal cinsiyet algısının olumlu düzeyde farklılaştığını söyleyebiliriz. Burada eğitim düzeyindeki artış ve bireylerin aldıkları eğitim ile kendilerini geliştirdiklerini ve düşünce, fikir yapısını değiştirdiklerini söyleyebiliriz. Lise, üniversite, lisansüstü ve doktora mezunu olan bireylerde toplumsal cinsiyet algısı olumlu yöndedir. Eğitimin derecesinin de arttıkça toplumsal cinsiyet algısının da olumlu yönde farklılaştığını söylemek mümkündür.

Toplumsal cinsiyet ve eğitim durumu her ne kadar birbirini etkilemeyen ayrı alanlar gibi gözükse de toplum içerisinde ilerleyen jenerasyon ile birlikte eğitim düzeyinde ciddi artış görülmektedir. Eğitim sadece tek bir cinsiyete değil, tüm bireylere bir hak olarak tanınmıştır. Kadının ve erkeğin eğitim düzeyinin artması toplum içerisinde belirli bir statü ve saygınlık kazanmasına etken olmuştur. Bunun yanı sıra eğitim ile bireyler kendini geliştirmekte ve alışılmış düşünce yapısının dışına eğitim sayesinde çıkılmaya başlanmıştır. Önceki jenerasyon da kız çocukları okutulmazken şimdi özellikle kız çocukların okutulması için çeşitli kampanyalar başlatılmış, kız çocuklarına toplumda belirgin bir rol verilmiştir. Kadının okuması, bir meslek edinmesi, ayakları yere daha sağlam basar hale gelmesi, söz hakkının olması kadının kendine güvenini yerine getirmiştir. Aynı şekilde eğitim almış erkek bireyin karşı cinsiyetteki bireye bakış açısı da değişmiştir. Bu durumda bireylerin karşı cinsiyetteki bireyle aynı sınıfı, aynı iş ortamını, aynı sosyal hayatı paylaşması da etken olmuştur. Her ne kadar geniş kitleler olmasa da toplum içerisindeki kadın ile erkek arkadaş olamaz tabusu yıkılmaya başlanmıştır. Yeni jenerasyonlarda kadın ile erkeğin arkadaş olması iletişimlerini de güçlendirmiştir.

Önceden karşı cins ile konuşmanın ayıp ve toplum tarafından kötü gözle bakılarak baskı yapıldığını düşünürsek şimdi ki iletişim bağları kadın ile erkeğin biraz daha birbirlerini anlama ve uzlaşma anlamında yol kat ettiğini göstermektedir. İletişimsizlikten kaynaklanan çatışmalar son bulduğunda bireylerin kendilerine olan güvenleri de yerine gelmiştir. Eğitim düzeyi burada bireyin topluma ve karşı cinsiyetteki bireye davranışını büyük ölçüde etkilemektedir.

Kadının çalışmamasını, evinde çocuk bakmasını, gerekirse kocasının izni olmadan dışarı çıkmamasını savunan zihniyet, yeni jenerasyon ve ekonomik kalkınma düzeyi ile birlikte yerini kadının iş hayatına atılmasına, kadının kocasının buyruğundan çıkmasına, ayakları yere sağlam basan ve kendine güveni olan bireyler haline getirmesine etken olmuştur. Eğitim; düşünce ve davranış biçimlerini değiştiren şekillendiren bir süreçtir. Bu durum insanı daha iyiye daha güzele daha mantıklı olana ulaştırmaktadır. Eğitim bireyin kişisel gelişimi ve kendini mutlu hissetmesi için de önemlidir. Eğitim bireyin donanımlı bir şekilde hayata kazandırılmasını sağlamaktadır. Eğitim kişinin gelişmesini ve tecrübe sahibi olmasını sağlar. Bilgiye ve öğrenmeye kişiyi açık hale getirir. Ancak kültürel değerler bu değerlerin içine doğmuş bireylerde belli bir eğitim sürecinden geçse bile davranışlarında değişiklik olmaya bilir. Burada aile yapısının ve kültürel yapısının önemi büyüktür. Bu kültürel yapının içine doğmuş, bu şekilde büyütülmüş ve yetiştirilmiş bireylerde kültürel yapının alışkanlıkları vardır.

Dini inanca göre toplumsal cinsiyet algısını ele aldığımızda yine anlamlı düzeyde bir farklılaşma olduğunu görmekteyiz. İnançlı ve ibadetlerini eksiksiz yerine getiren katılımcıların toplumsal cinsiyet algısı olumsuz yöndedir. İnançlı ancak ibadetlerini eksiksiz yerine getiremeyen, Sadece Allah inancı olup dinlere inanmayan ve inançsız olarak kendini tanımlayan katılımcıların toplumsal cinsiyet algısı olumlu yöndedir. Buradan da çıkarılabilecek olan sonuç din ve ibadetlere olan bağlılığın azaldıkça toplumsal cinsiyet algısının olumlu yönde değiştiğidir.

Kuşaklar arası bir karşılaştırma yaptığımızda yaş küçüldükçe toplumsal cinsiyette olumlu düzeyde bir farklılaşma olduğunu söyleyebiliriz. Bu farklılaşmalara etken eden faktörler yukarıda anlatılan ve anket verilerinden elde edilen sonuçlarla desteklenmektedir.

Baby Boomers kuşağından Z kuşağına kadar olan süreç içerisinde değişimler bir anda yaşanmamış, zaman içerisinde yavaş yavaş değişerek gerçekleşmiştir.

Baby Boomers kuşağı ile Z kuşağı arasında büyük fark çıkması arada X ve Y kuşağının süspansiyon görevi üstlenmesinden kaynaklıdır. Hiçbir değişim bir anda yaşanmaz zamana yayılır. Toplumun da toplumsal cinsiyet algısı, toplumsal cinsiyete bakış açısı zaman içerisinde çeşitli faktörlere bağlı olarak olumlu yönde farklılık göstermiştir.

V. KAYNAKÇA

Kitaplar

- American Psychological Association. (2012). **Guidelines for Psychological Practice With Lesbian, Gay, and Bisexual Clients**. 67(1), s. 10-42. doi:10.1037/a0024659
- Arnot, M;. (2012). *F. Sayılan (Dü.) İçinde, Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim, Olanaklar ve Sınırlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Atabay, S. (2011). **Birbirini Anlamak Birlikte Çalışmak Ortak Hedefimiz Geleceğimiz Kuşaklar**. İstanbul. <http://www.tedkarabuk.k12.tr/Kusaklar.pdf> adresinden alındı
- Bayramoğlu, G. (2018). **X ve Y Kuşağının Liderlik Açısından Karşılaştırılması**. *Ege Akademik Bakış*, 15-30.
- Brannon, Linda. (2002). **Gender: Psychological Perspectives**. Boston: Allyn and Bacon.
- Duygulu, Serap;. (2018, Temmuz). **Yeni Medya Teknolojilerinin K-Kuşağının Ebeveynleriyle Olan İletişime Etkisi**. *TRT Akademi*, 03(06), 632-652.
- Ekşi, N. (2017). **Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde X-Y-Z Kuşaklarının Satın Alma Tercihlerindeki Farklılıkların ve İlişkilerin İncelenmesi: "Cep Telefonu Üzerine Uygulama"**. *Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Trabzon.
- Emiroğlu, Akif;. (2006). **Toplumbilimsel Siyasa: Siyasal Sosyolojiye Giriş**. Ankara: Ekin Yayınları.
- Ergün, Mustafa;. (1980, Ocak). **Oyun ve Oyuncak Üzerine - I. Milli Eğitim**, s. 102-109.
- Fox, A. (2011, Mayıs). **Mixing It Up**. *HRMagazine*, 22-27.
- Giddens, A. (2012). **Sosyoloji**. (C. Güzel, Dü.) İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gökalp, Ziya;. (1976). **Türkçülüğün Esasları**. (M. Kaplan, Dü.) İstanbul: MEB Yayınları.

- Güdücü, B. (2018). **Biyolojik Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet**. P. Şenol, & D. Kaya içinde, *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi* (s. 14-31). İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Güdücü, Burcu;. (2017). **Toplumsal Cinsiyet**. F. Merter, & M. Talas içinde, *Sosyoloji* (s. 514). İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Güvenç, Bozkurt;. (2011). **Kültür Kavramı ve Kuramı**. B. Güvenç içinde, *İnsan ve Kültür* (s. 121-122). İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Halisdemir, M. (2015). **Okul Yöneticilerinin Z Kuşağına Yönelik Tutumları**. *Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul.
- Karaaslan, S. (2014). **Kuşaklararası Farklılıkları Örgütler Üzerinden Anlamak; Bir Alan Araştırması**. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Ankara.
- Karadağ, Nergiz. (2008). **Cinsel Azgınlıkların Bireysel Hakları**. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Macionis, J. (2012). **Sosyoloji** (V. Akan, Çeviri). Ankara: Nobel Yayınları.
- Macionis, J. (2015). **Toplumsal Cinsiyet ve Tabakalaşma** J. J. Macionis & V. Akan, *Sosyoloji* (E. Kaya Çeviri). İstanbul: Nobel Yayınları.
- Kongar, E. (1989). **Kültür Üzerine**. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Ölçüm, D; Polat, S;. (2016). **Öğretmen İmajının Kuşaklar Bazında Değerlendirilmesi**. *Journal of Teacher Education and Educarts*, 5(3), 361-397.
- Sayılan, F;. (2012). **Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim, Olanaklar ve Sınırlar**. F. Sayılan (Dü.) İçinde. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Selek, P. (2007). **Maskeler Süvariler Gacılar**. İstanbul: İstiklal Kitapevi.
- Tezcan, Mahmut;. (1985). **Eğitim Sosyolojisi**. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Torunay, H. (2011). **Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma**. *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul.
- Türk, Aycan;. (2013). **Değişimi Değiştiren Geleceği Dönüştüren Y Kuşağı**. İstanbul: Kafekültür Yayıncılık.
- Wallerstein, I. (2019). **Bildiğimiz Dünyanın Sonu** (6. Basım b.). (T. Birkan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Dergiler

- Akdemir, A. (2013). **Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması.** *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11-42.
- Altuntuğ, Nevriye;. (2012). **Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili.** *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 205-206.
- Aman, Fatih;. (2012). **Bronislaw Malinowski'nin Kültür Teorisi.** *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21(1), 135-151.
- Bilgilier, Hidaye Aydan; Çetin, Büşra;. (2019). **Siyasi Liderlerden Beklenen Liderlik Özellikleri: X ve Y Kuşağı Bağlamında Nitel Bir Araştırma.** *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 135-151.
- Gemlik, N; İlter, P; Bektaş, G;. (2018). **Y Kuşağı Orta Düzey Hastahane Yöneticilerinin Üst Yöneticilerden Beklentileri Üzerine Nitel Bir Araştırma.** *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*(5), 154-160.
- Göktaş, P; Çarıkçı, H;. (2015). **Kuşakların Siyasal İletişim Kültür Liderlik Açısından Değerlendirilmesi.** *MAKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7-33.
- Gündüz, Şafak; Pekçetaş, Tuğrul;. (2018). **Kuşaklar ve Örgütsel Sessizlik/Seslilik.** *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 92- 93.
- Gürbüz, Sait. (2015). **Kuşak Farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi? İş ve İnsan Dergisi(2), 39-57.**
- Keleş, Hatice Necla;. (2011). **Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.** *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 120-137.
- Kuyucu, Mihalıs. (2014). **Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme.** *ESOSDER / Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*(13), 55-83.
- Mücevher, M. H., & Erdem, R. (2018). **X Kuşağı Akademisyenler İle Y Kuşağı Öğrencilerin Birbirlerine Karşı Algıları.** *Vizyoner Dergisi*, 63-64.
- Mücevher, Ö. G. (tarih yok).
- Öğr. Gör. Muhammet Hamdi Mücevher, Prof. Dr. Ramazan Erdem. (2018). **X Kuşağı Akademisyenler İle Y Kuşağı Öğrencilerin Birbirlerine Karşı Algıları.** *Vizyoner Dergisi*, 9(22), 60-74.

Sarı, E., & Harta, G. (2018). **Kuşakların Tüketim ve Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma.** *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*(11(61)), 968-980.

Taş, Y., Küçüköğlu, M., & Demirdöğmez, M. (2017). **Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri.** *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*(7(13)), 1033-1047.

Torun, Y; Çetin, C;. (2015). **Örgütsel Sinizmin Kuşaklar Bazında Değerlendirilmesi: Kuşaklara Göre Örgütsel Sinizmin Hedefinde Ne Var? İş ve İnsan Dergisi,** 2(2), 137-146.

Yıldız, Harun. (2017). **X ve Y Kuşağı Çalışanlarının Pozitif Psikolojik Sermaye Düzeylerinin Karşılaştırılması.** *Sosyal Bilimler Dergisi*(10), 128-152.

Tezler

Baran, M. (2014). **T Kuşağının Zorunlu Askerlik Hizmetinden Beklentilerinin Analizi.** *Harp Akademileri Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Savunma Kaynakları Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.* İstanbul.

Kuru, İ. . (tarih yok). **Y Kuşağı ve İş Yaşam Dengesi,** Yüksek Lisans Tez.

EKLER

- EK 1** . Kişisel Bilgi Formu
- EK 2** . Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği
- EK 3** . Etik Kurul Onay Formu



EK 1. Kişisel Bilgi Formu

Anket – Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Formu

Saygıdeğer Katılımcı;

Bu anket “ Baby Boomers, X, Y ve Z Kuşaklarının Toplumsal Cinsiyet Algısının Sosyolojik Olarak İncelenmesi ve Karşılaştırılması” başlıklı yüksek lisans tez çalışması için İAU Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji yüksek lisans programı kapsamında düzenlenmektedir. Anket formunda yer alan sorulara içtenlikle cevap vermeniz sonuçların tutarlılığı ve bilimselliği açısından çok önemlidir.

Lütfen anket formuna isminizi yazmayınız.

Katılımınız için teşekkür ederim...

1.Cinsiyetiniz?

- a. Kadın b. Erkek

2.Yaşınız (Doğum Yılı):

3. Medeni durumunuz?

- a. Evli b. Bekar c. Boşanmış d. Esi ölmüş
e. Birlikte yaşıyor d. Diğer:.....

4. Oturduğunuz semt:

5. Hangi şehirde doğdunuz?

.....

6. Eğitim durumunuz nedir?

- a. Okula gitmedim b. İlkokul c. Ortaokul
d. Lise e. Üniversite f. Lisansüstü ve
Doktora

7.Mesleğiniz nedir?

8.Çalışıyor musunuz?

- a. Evet b. Hayır

9. Aylık geliriniz nedir (evli ise ailenin ortak geliri, yalnız ise kendi geliri)?

- a. Asgari Ücret b. 2000-3000 c. 3000-4000
d. 4000-5000 e. 5000-7000 f. 7000-10.000
g.10.000 ve üstü

10. Dini inanç konusunda aşağıdakilerden hangisi sizi daha iyi tanımlar?

- a. İnançlıyım bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiriyorum.
b. İnançlıyım ancak bütün ibadetlerimi eksiksiz yerine getiremiyorum.
c. Sadece Allah inancım var, dinlere inanmıyorum.
d. İnançsızım.

11.Cinsiyete bakış açınızı neye borçlusunuz?

- a. Kültür b. Eğitim c. Teknoloji d. Diğer

12.Toplum içerisinde erkeklerin kadınlardan üstün yetiştirilmesini doğru buluyor musunuz?

- a. Evet b. Hayır c. Kısmen d. Diğer

13.Sizce kadınlar iş hayatının her alanında olmalı mıdır?

- a. Evet b. Hayır c. Kısmen d. Diğer

14.Bir kadının çalışıyor olması sizi rahatsız eder mi?

- a. Evet b. Hayır c. Kısmen d. Diğer

15.Kadın erkek eşitliğine inanıyor musunuz?

- a. Evet b. Hayır c. Kısmen d. Diğer

EK 2. Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği

Aşağıda yer alan ifadelere ne derece katıldığınızı “**Tamamen katılmıyorum**”, “**Katılmıyorum**”, “**Kararsızım**”, “**Katılıyorum**”, “**Tamamen Katılıyorum**” seçeneklerinden birini (x) işareti ile belirtiniz. **Lütfen anket geçerliliği için hiçbir soruyu boş bırakmayınız.**



		Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
16.	Evlilik, kadının çalışmasına engel olmaz.					
17.	Kadın sadece ailesinin ekonomik sıkıntısı varsa çalışmalıdır.					
18.	Çalışan kadın da çocuklarına yeterince zaman ayırabilir.					
19.	Kadınlar anne olduktan sonra çalışmamalıdır.					
20.	Kadın siyasetçiler de başarılı olabilir.					
21.	Kadınlar evlendikten sonra çalışmamalıdır.					
22.	Çalışma hayatı kadının ev işlerini aksatmasına neden olmaz.					
23.	Çalışan bir kadın hayattan daha çok zevk alır.					
24.	Kadınlar erkekler tarafından her zaman korunmalıdır.					
25.	Kocasını izin vermiyorsa kadın çalışmamalıdır.					
26.	Kadınlar yönetici olabilir.					
27.	Çalışan bir kadın kazandığı geliri eşine vermelidir.					
28.	Çalışan bir kadın çocuklarına daha iyi anne olur.					
29.	Erkekler de çamaşır bulaşık gibi ev işlerini yapmalıdır.					
30.	Kocasız kadın sahipsiz eve benzer.					
31.	Bir ailenin gelirini erkekler sağlamalıdır.					
32.	Kadınlar kendi başına ticarethane gibi yerler					

	(kafe, market, emlakçı gibi) açmamalıdır.					
33.	Kadınların birinci görevi ev işlerini üstlenmektir.					
34.	Bir kadın kocasından fazla para kazanmamalıdır.					
35.	Erkek her zaman evin reisi olmalıdır.					
36.	Toplumun liderliği genellikle erkeklerin elinde olmalıdır.					
37.	Kız çocuklarına da erkek çocuklar kadar özgürlük verilmelidir.					
38.	Bir kadın kendi haklarına sahip olabilmesi için gerekirse kocasına karşı çıkabilmelidir.					
39.	Kadın kocasından yaş olarak daha küçük olmalıdır.					
40.	Ailedeki önemli kararları erkekler vermelidir.					

EK 3. Etik Kurul Onay Formu



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 88083623-020
Konu : Etik Onayı Hk.

Sayın Ceyda BALCI

Tez çalışmanızda kullanmak üzere yapmayı talep ettiğiniz anketiniz İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 30.05.2019 tarihli ve 2019/08 sayılı kararıyla uygun bulunmuştur.

Bilgilerinize rica ederim.

e-İmzalıdır

Dr.Öğr.Üyesi Alper FİDAN
Müdür Yardımcısı

16/11/2020 Yazı İşleri Uzmanı

Tuğba SÖNNETCİ

Evrakla Doğrulanmak İçin : <https://evrakdogrula.aydin.edu.tr/en/Vizyon/Dogrula/BolgeDogrulama.aspx?V=66E43FA59>

Adres: Beşyol Mah. İsmail Cad. No:38 Sarıtepe / 34293 Kağıthane/İSTANBUL
Telefon:444 1 428
Elektronik Adı: <http://www.aydin.edu.tr/>

Bilgi için: Tuğba SÖNNETCİ
Uzman: Yazı İşleri Uzmanı



ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyadı: Ceyda Balcı

ÖĞRENİM DURUMU:

Lisans: 2017, İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji

Yüksek Lisans: 2020, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Sosyoloji

TEZDEN TÜRETİLEN YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER

Güdücü, B. , Balcı, C. 2020, *Kuşaklar ve Eğitim Üzerine Sosyolojik Bir Analiz*.

