

HOFSTEDE'NİN ERİL DİŞİL BOYUTUNUN KADINLAR VE ERKEKLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Melek BİRSEL¹, Güler İSLAMOĞLU², Deniz BÖRÜ³

¹Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İngilizce İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

²Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İngilizce İşletme Bölümü, Doçent Dr.

³Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Doçent Dr.

PERCEPTION OF FEMININE AND MASCULINE DIMENSIONS IN RELATION TO GENDER

Abstract: The purpose of the study is to analyze if there is any difference between males and females in perceiving the feminine and masculine dimensions of culture. The feminine and masculine dimensions developed at the scale presented on the 15th National Management and Organization Congress have been taken and factor analyzed all together to find out how they have been factorized and how they have been perceived by males and females. When all the items are put together into factor analysis, six factors obtained at the first step turned into two main factors at the second step factor analysis. However, "process oriented" factor has been factorized under the two factors at the same time therefore deleted from the analysis and the "emotional" factor has been factorized under the masculine factor. Another important finding is the difference between males and females in perceiving the masculine and feminine dimensions.

Keywords: Hofstede, Masculine-Feminine, Male and Female

HOFSTEDE'NİN ERİL DİŞİL BOYUTUNUN KADINLAR VE ERKEKLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Özet: Bu çalışmanın amacı eril ve dişil özellikleri algılamada erkekler ve kadınlar arasında bir fark olup olmadığını araştırmaktır. Bu amaçla 15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresinde araştırmacılar tarafından sunulan çalışmada ortaya çıkan eril ve dişil özellikler ile ilgili bütün ifadeler bir arada faktör analizine sokularak eril ve dişil ifadelerin nasıl faktörleştiği incelenmiş ve bu özelliklerin erkek ve kadınlara göre nasıl bir farklılık gösterdiği ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. 1.basamak faktör analizi sonucu elde edilen 6 faktörün 2.basamak faktör analizi sonucunda temelde 2 ana faktör altında toplandığı ortaya çıkmıştır. Ancak verilerden "süreç odaklı" adlı faktör her iki boyut altında da yer aldığı, ayrıca güvenilirliği de düşürdüğü için kapsam dışı bırakılmış ve dişil boyut olan "duygusal" faktörü ise eril boyut altında yer almıştır. Ayrıca bir diğer önemli sonuç ise eril dişil özelliklerin algılanmasında erkekler ve kadınlar arasında anlamlı bir farkın ortaya çıkmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Hofstede, Eril Dişil Boyut, Kadınlar ve Erkekler

I. GİRİŞ

Cinsiyet hem karmaşık hem de zamana göre değişen bir olgu olarak birçok disiplin konuları içinde karşımıza çıkmaktadır. Cinsiyet dediğimiz zaman hem eril hem de dişilden bahsedilir. Çok basit bir ifadeyle eril erkek cinsten, dişil ise dişi cinsten demektir. *Türk Dil Kurumu* sözlüğüne göre cinsiyet "bireye, üreme işinde ayrı bir rol veren ve erkekle dişiyi ayırt ettiren özel bir yaratılış, eşey, cinslik, seks" olarak tanımlanmaktadır[1]. "Cinsiyet terimi bireyin genetik ve kromozomal birleşimine, içsel ve dışsal üreme organlarına ve bir cinsiyeti diğer cinsiyete oranla önemli ölçüde farklılaştıran ikincil düzeydeki cinsel karakteristiklere ya da kısaca bir bireyin biyolojik cinsiyetine gönderimde bulunmaktadır" [2]. Birçok sosyal bilim alanında örneğin antropoloji, sosyal psikoloji, etnografya, evrimsel psikoloji gibi alanlarda cinsiyet araştırma konusu olarak sık sık ele alınmaktadır.

Yönetim biliminde ise demografik değişken olarak değil de "cinsiyet"i doğrudan ele alan birçok çalışma Hofstede'nin örgüt kültürü araştırmalarında görülmüştür. Hofstede'ye göre kültür, toplumların, bu toplum içindeki grupların ve bireylerin faaliyetleri açısından etkisi olan bir grup insanı diğer bir grup insandan ayırt etmeye yarayan düşünme, hissetme ve hareket etme açısından zihnin toplu ortak programlanma şeklidir [3].

Kültürel farklılıklar üzerine yapılan birçok araştırmada kültür boyutları üzerinden incelemeler yapılmıştır [4]. Hofstede IBM'de, dünyanın farklı ülkelerinde, 50 farklı ülkeden 116.000 çalışanla gerçekleştirdiği araştırmasında aynı kurumda olmalarına rağmen insanların farklı değerlere sahip olduğunu ortaya koymuştur. Hofstede, çalışmasının sonucunda her kurumun içinde bulunduğu ülkenin kültüründen etkilendiği sonucuna varmıştır. Kültürün birbirinden bağımsız 4 boyutu olan güç aralığı, belirsizlikten kaçma, bireycilik-toplulukçuluk, erillik ve dişillikten bahsetmiştir. Bu araştırmada ise erillik-dişillik boyutu

üzerinde durulmuş ve bu boyutun erkekler ve kadınlara göre nasıl farklılık gösterdiği araştırılmıştır [3].

Kurumlarda cinsiyet kavramı kadın ve erkek arasındaki farklılıkları tanımlarken, aynı zamanda kadın ve erkek arasındaki sosyal ilişkiyi ortaya çıkaran güç farklılıklarını da tanımlamaktadır [5]. Erillik-Dişillik Boyutu; bir toplumda erkeklere ve kadınlara atfedilen ya da yüklenen rollerin, toplumda geçerli ve baskın değerlerin ne oranda erkeğe veya kadına özgü olduğunu ifade eder. Hofstede'ye [6] göre erillik, sosyal cinsiyet rollerinin açık şekilde belirgin olduğu; dişillik ise sosyal cinsiyet rollerinin örtüştüğü ya da arasında farkın olmadığı toplumları tanımlamaktadır. Eril toplumlarda erkeklerin kararlı, sert ve maddi kazanca odaklı, kadınların ise alçakgönüllü ve yaşam kalitesine daha önem verdikleri görülmektedir. Kadınlara özgü değerlerin baskın olduğu toplumlarda çalışanlar arasında samimi ve sıcak ilişkiler vardır. Bu değerleri benimsemiş toplumlarda güçsüzlere yardım, yaşama kalitesi, hizmet önemlidir. Erkeğe ait olarak düşünülen değerler arasında ise rekabet, başarı, güçlü olma, hırs, saldırganlık, çalışanlar arasında rasyonel ve mesafeli ilişkiler ön plandadır [7]. Kadımlar ve erkekler aynı toplum içinde yaşamalarına ve ortak değerlere sahip olmalarına rağmen, içinde buldukları kültürün de etkisiyle farklı sosyal cinsiyet rolleri benimseyebilirler [8]. Hofstede'nin yaptığı araştırmadaki eril-dişil boyutunun kümelenmesine göre, 13 ülkeye oranla, orta sınıra en yakın ülke Türkiye'dir. Öte yandan Hofstede'nin Türk toplumuna ilişkin genellemesini değişik zamanlarda değişik öğrenci grupları üzerinde test eden Sargut [9] ise, Türk toplumunun "erkek toplum" imajına oldukça ters düştüğünü gösteren sonuçlar elde etmiştir. Bu araştırma sonucuna göre kadınlar, geleneksel kadınsı davranışları tamıyla sergilerken, erkeklerin de kadınsı değerleri kadınlara yakın düzeyde sergilemeyi tercih ettikleri bulunmuştur.

Farklı çalışmalarda çalışanların eril dişil değerlere verdikleri önemin demografik değişkenlere bağlı olarak farklılıklar gösterdiği ortaya konmuştur. Uyguc'un [8] çalışmasında değerlere verilen önceliğin cinsiyet açısından farklılık gösterdiği bulunmuştur. Bu çalışmada kadınların erkeklere göre hem dişil hem de eril değerlere erkeklere kıyasla daha fazla önem verdikleri bulunmuştur. Aynı araştırmada değerlerin öğrencilerin gelir düzeylerine göre farklılıklar gösterdiği de ortaya konmuştur.

Kurum içinde cinsiyet kavramının, kişilerin yaptığı işe bağlı olarak tanımlandığı, erkek ve kadın için toplumsal cinsiyet rolüne göre kamusal ve özel alana ilişkin rollerin kuruma yansıdığı görülmektedir. Diğer bir ifade ile, kurumların yapısı toplumsal normlar tarafından şekillendirilmektedir. Bununla birlikte özellikle kadınların geleneksel olarak erkeksi yapıdaki kurumlara ve mesleklere dâhil olması ile kurum yapısının ve kuruma ilişkin değerlerin değişimini de gerekli kılmaktadır [10].

Erkeklerin dişil yapıdaki kurumlara ve mesleklere dahil olması durumunda ise dişil değerleri kabul etmeleri beklenmektedir. Örneğin, eril bir örgüt kültürüne sahip olan kurumlarda çalışan kadınların kararlı, sert, hırslı, iddiacı gibi eril özellikler kazandığı, dişil bir örgüt kültürüne sahip olan kurumlarda çalışan erkeklerin ise ilgili ve şefkatli davranma, nazik olma gibi dişil özellikler kazandığı görülmektedir. Kurum içindeki cinsiyet ilişkileri, erkekler ve kadınlar arasındaki ilişkilerin doğasına bağlı olan bir yapıdan meydana gelmektedir. Cinsiyete ilişkin konular ele alınırken kurumdan kuruma farklılıklar gösterebilir, hatta aynı kurum içinde bile cinsiyet farklı boyutlarda da ele alınabilmektedir [11]. Kurum içindeki kadın ve erkek ilişkileri cinsiyet kavramı ile açıklanırken yaygın olarak "cinsiyet kaynaklı kurum" (gender-based organizations) ile ifade edildiği görülmektedir [12].

Bu araştırmada da Hofstede'nin ortaya koyduğu kültür boyutlarından "eril" ve "dişil" boyutu üzerinde durulmuş ve bu boyutla ilgili geliştirilen ölçek için faktör analizi çalışması yapılmıştır. Bu boyut ile ilgili ayırma bakıldığında, eril kültürler kadın ve erkek rollerinin sosyal olarak çok açık olarak ayrıldığı (erkeklerin iddiacı, sert ve maddi kazanca odaklı, kadınların ise daha alçakgönüllü, yumuşak yaşam kalitesi ile daha ilgili olmalarının beklendiği) dişil kültürler ise kadın ve erkek rollerinin birbiri ile çakıştığı kültürler olarak tanımlanabilir.

İslamoğlu, Birsal ve Börü'nün [13] 2007 yılında yaptıkları araştırmada "eril" ve "dişil" boyut ile ilgili bir ölçek geliştirilmiş ve yapılan bu çalışmanın 1. aşamasında, İstanbul'da farklı sektör ve kurumlarda çalışan kişilere, insan davranışlarından bazılarının kadınsı (feminen) bazılarının erkeksi (maskülen) olarak kabul edildiği (örneğin ön sezilerle hareket etmek kadınsı bir davranış olarak kabul edilmektedir) yönünde bir açıklama ile ön test dağıtılarak kendilerinden kadınsı ve erkeksi olarak kabul ettikleri davranış örneklerini veya sıfatlarını sıralamaları istenmiştir (İslamoğlu, Birsal ve Börü'nün (2007) çalışmasında kadınsı ve erkeksi ifadeleri kullanılmıştır. Bu makalede ise kadınsı ve erkeksi yerine eril-dişil ifadeler kullanılmıştır).

Toplanan anket formlarında yer alan ifadeler bir araya getirildiğinde dişil özellikler için 87, eril özellikler için 79 tane ifade elde edilmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise 1. aşamada elde edilen ifadeler araştırmacılar tarafından incelenmiş ve tekrar eden, farklı sözcüklerle aynı anlamı ifade eden, benzer ifadeler birleştirilmiş ve ilgisiz olanlar kapsam dışında bırakılmıştır. Ayrıca, Hofstede'nin [14] dişil ve eril özellik olarak tanımladığı ifadeler de literatürden alınarak ön test sonuçları arasına dahil edilmiştir. Sonuçta dişil özellikler için 65 tane ve eril özellikler için 62 tane özelliğe ulaşılmıştır.

Elde edilen toplam 118 dişil ve eril özellik daha sonra ilk aşamada yer alan yönerge kullanılarak bu kez konuyla ilgili uzman kişilere dağıtılmış ve bu ifadeleri kadınsı, erkeksi veya nötr olarak değerlendirmeleri istenmiştir.

Üçüncü aşamada, uzmanların değerlendirmelerinden sonra 35 tane dişil ve 37 tane eril olarak kararlaştırılan ifadeler bu kez farklı bir denek grubuna dağıtılarak dişil ve eril özellikleri tanımlamada ne derece uygun oldukları “Tamamen uygun (5)” dan “Hiç uygun değil (1)”e doğru uzanan bir ölçek üzerinde sorulmuştur.

Faktör Analizi Sonuçlarına göre, dişiller için %62,973 açıklayıcılığa sahip toplam 4 faktör (“ılımlı, yardımsever ve alçakgönüllü”, “hassas ve duygusal tepkiler gösteren”, “fedakâr ve yumuşak kalpli” ve “iletişimi ve ilişkileri önemseyen”) ve eriller için %63,615 açıklayıcılığa sahip toplam 6 faktör (“baskın”, “sonuç odaklı”, “maddiyatçı”, “kariyer odaklı”, “güçlünün yanında” ve “kuralcı”) elde edilmiştir [13].

Araştırmacıların önceki çalışmasında eril ve dişil anket formları ayrı ayrı değerlendirilerek kendi içlerinde faktör analizine tabii tutulmuşlardır. Literatür taramasında elde edilen bulgular, eril ve dişil kültür boyutlarının algılanmasında kişi, toplum ve kurumların özelliklerine göre farklılıklar olabileceğine işaret etmektedir. Bu bulgulardan hareketle bu çalışmada eril ve dişil ifadeler farklı bir örneklem grubuna dağıtılıp farklı bir faktör analizi uygulanmış ve özelliklerin algılanmasında cinsiyete göre fark olup olmadığına bakılmıştır. Bu noktadan hareketle bu çalışmanın araştırma sorusu olan “*eril ve dişil özelliklerin algılanmasında cinsiyete göre fark var mıdır ?*”a cevap aranacaktır.

II. YÖNTEM

II.1. Çalışmanın Amacı

15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresinde İslamoğlu, Birsal ve Börü (2007) tarafından sunulan çalışmada eril ve dişil özelliklerin ölçekleri ayrı ayrı alınarak faktör analizine tabii tutulmuş, 6 eril ve 4 dişil faktör elde edilmiştir. Bu çalışmada ise bütün ifadeler hep birlikte faktör analizine sokularak eril ve dişil ifadelerin nasıl faktörleştiği incelenmiş ve bu özelliklerin erkek ve kadınlara göre nasıl bir farklılık gösterdiğinin ortaya çıkartılması amaçlanmıştır.

II.2. Ölçüm Aracı

Çalışmada dişil ve eril boyutları ölçmek için anket kullanılmıştır. Kullanılan bu anket araştırmacılar tarafından geliştirilmiş (İslamoğlu, Birsal, Börü, 2007) ve 15.Ulusal Yönetim ve Organizasyon kongresinde sunulmuştur. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgi formu ve ikinci bölümde ise

eril ve dişil kültür boyutları yer almaktadır.

Birinci bölümde yer alan kişisel bilgi formunda yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, çocuk sahibi olup olmadıkları, çalışma hayatındaki süre (kıdem), halen çalışmakta oldukları kurumdaki çalışma süre ve çalıştıkları hiyerarşik kademe gibi özelliklerini belirlemeye yönelik olarak hazırlanmış sorular yer almaktadır.

İkinci bölümde ise dişil özellikler için 35 adet, eril özellikler için ise 37 adet ifade yer almaktadır. Deneklere bu ifadeler dağıtılarak kadınsı ve erkeksi özellikleri tanımlamada ne derece uygun olduklarını “Tamamen uygun (5)” dan “Hiç uygun değil (1)”e doğru uzanan bir ölçek üzerinde belirtmeleri istenmiştir.

II.3. Örneklem

Bu aşamada toplam 300 anket dağıtılmış, ancak bunların sadece % 93,67 si (281 geçerli anket) değerlendirmeye alınmıştır. Denekler, İstanbul içerisinde değişik şirket ve sektörlerde çalışan ve kolay ulaşılabilir örneklem yöntemi ile belirlenmiş kişilerden oluşmaktadır. Anket sonuçlarına göre ankete cevap verenlerin;

- %60’ının kadın olduğu,
- yaş dağılımının 18 ile 59 arasında değiştiği (yaş ortalaması: 31),
- %60’ının bekar olduğu,
- %64’ünün çocuk sahibi olmadığı,
- %65’inin üniversite ve %13’ünün yüksek lisans-doktora mezunu olduğu,
- çalışma hayatındaki kıdemlerinin 1 ile 38 yıl arasında değiştiği (çalışma hayatındaki kıdem ortalaması: 10 yıl),
- mevcut işyerlerindeki kıdemlerinin 1 ile 35 yıl arasında değiştiği (işyerindeki kıdem ortalaması:6 yıl)
- %50’sinin orta kademe ve % 32’sinin alt kademe görev yaptığı ortaya çıkmıştır.

II.4. Uygulama

Araştırmacılar anketleri şirketlere giderek çalışanlara dağıtmış ve daha sonra geri toplamışlardır. Anketlerin üzerinde verilecek cevapların sadece araştırma amacı için kullanılıp şirket yönetimiyle hiçbir ilgisi olmadığını belirten bir kapak sayfası bulunmaktadır. Anketler sadece gönüllü katılım gösteren deneklere uygulanmıştır.

III. BULGULAR

III.1. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizi uygulamadan önce tüm ifadelerin güvenilirliğine cronbach alpha ile bakılmış ve α :.931 olarak bulunmuştur. Elde edilen değer, ölçeğin oldukça yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Çalışmada 2 kademeli faktör analizi uygulanmıştır. İlk olarak, ölçekte yer alan tüm ifadeler (dişil ve eril ayırımına gidilmeden) bir arada faktör analizine sokulmuşlardır. Burada amaç, anket geliştirme çalışmasında dişil ve eril özellikler başlığı altında toplanan ifadelerin, deneklerin algısına bağlı olarak, nasıl bir bütünleşme (birleşme) göstereceklerini ortaya koymaktır. Kısaca "dişil ve eril özellikler bir arada analize sokulduğunda, bir faktör altında dişil ve eril ifadeler karışık olarak mı yoksa kendi kategorilerine ait diğer ifadelerle mi bir araya gelmektedirler?" sorusu yanıtlanmaya çalışılmaktadır. Yapılan analiz sonucunda dişil ve eril ifadelerin kendilerine ait kategoride yer alan diğer ifadelerle faktör grupları altında toplandıkları, dişil ve eril ifadelerin bir arada olduğu karışık bir faktör oluşmadığı ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak %63,218 açıklayıcılığa sahip 6 faktöre (Tablo 1) ulaşılmıştır.

Tablo 1. 1.Basamak Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖR 1 D: İLİŞKİ ODAKLI			
Güvenilirlik α :	Ortalama :	Varyans :	Faktör Katkısı
,947	4,3515	24,515	
K20.İşyerinde başkalarıyla uyum içinde çalışmak			,821
K 7.Yardıma ihtiyacı olanları desteklemek			,819
K23.Başkalarına karşı anlayışlı davranmak			,756
K 5.Hakkaniyet, dayanışma ve yaşam kalitesine değer vermek			,744
K 6.Çatışma çözerken müzakere ederek orta yol bulmak			,742
K 1.Çalışırken başkalarına yardımcı olmak			,738
K21.Farklı düşüncelere karşı hoşgörülü olmak			,737
K30.Özverili olmak			,722
K18.İletişimde, iyi bir dinleyici olmak			,705
K 2.İnsanlarla sıcak ilişkiler kurmak			,703
K 3.Alcak gönüllü olmak			,686
K31.Sabırlı olmak			,684
K26.Fedakar olmak			,671
K25.Düşünceli olmak			,644
K12.İnsan ilişkilerinde empati kurmaya çalışmak			,643
K 9.Çevrenin korunmasına önem vermek			,626
K 8.Bağışlayıcı olmak			,616
K29.Kibar, nazik olmak			,613
K.16İş yerinde düzenli ve titiz olmaya önem vermek			,606
K27.Güler yüzlü olmak			,601
K32.Kariyerinde yavaş ve kesin adımlarla ilerlemek			,558

Tablo.1. 1.Basamak Faktör Analizi Sonuçları (devam)

FAKTÖR 2 E: HIRSLI VE SERT			
Güvenilirlik α :	Ortalama :	Varyans :	Faktör Katkısı
950	3,5623	20,949	
E22.Bencil olmak			,862
E34.Patronluk taslamak			,858
E30.Karşısındakini ezmek			,835
E37.Umursamaz olmak			,829
E27.Emrivaki iş yaptırmak			,828
E26.Duyarsız olmak			,826
E21.Acımasız olmak			,790
E33Olaylara yüzeysel yaklaşmak			,730
E36.Sözünü geçirmeye çalışmak			,716
E24.Bireysel olmak			,712
E10.Çatışma çözerken kavga etmek			,702
E23.Bilgisini paylaşmamak			,676
E 2.İstekleri karşılanmadığında kolayca sinirlenmek			,630
E17.Konuşurken argo kelime ve deyimler kullanmak			,615
E31.Kuralcı ve otoriter olmak			,596
FAKTÖR 3 D: DUYGUSAL			
Güvenilirlik α :	Ortalama :	Varyans :	Faktör Katkısı
,894	4,1139	6,864	
K22.Alıngan olmak			,786
K24.Duygusal olmak			,785
K19.Beklenmedik durumlarda paniğe kapılmak			,716
K14.İş yerinde özel hayattan sıkça söz etmek			,701
K28.Kapris yapmak			,687
FAKTÖR 4 E: SÜREÇ ODAKLI			
Güvenilirlik α :	Ortalama :	Varyans :	Faktör Katkısı
730	4,5452	4,940	
E18.İş bitirici olmak			,747
E28.Kararlı olmak			,713
E35.Soğukkanlı olmak			,672
E20.Risk almak			,631
E15.İyi pazarlık yapabilme kabiliyetine sahip olmak			,577
FAKTÖR 5 E: MADDİYATÇI			
Güvenilirlik α :	Ortalama :	Varyans :	Faktör Katkısı
,745	4,8055	2,995	
E 7.Para ve eşyaya önem vermek			,680
E 6.Maddi başarıyı önemsemek			,661
E13.Yükselme (terfi) fırsatlarının olduğu bir kurumda çalışmayı tercih etmek			,551
FAKTÖR 6 D: SAKİN VE ŞEFKATLİ			
Güvenilirlik α :	Ortalama :	Varyans :	Faktör Katkısı
,852	4,1708	2,856	
K33.Yumuşak başlı olmak			,625
K34.Yumuşak kalpli olmak			,593
Kaiser-Meyer-Olkin ölçek yeterliliği			,917
	Ki-kare	9735,307	
Bartlett Testi	Df	1275	
	Anlamlılık	,000	

*K: Dişil özellikleri tanımlamada kullanılan ifadeleri göstermektedir.

*E : Eril özellikleri tanımlamada kullanılan ifadeleri göstermektedir.

Tablo 1 incelendiğinde, en yüksek açıklayıcılığa FAKTÖR 1D: İLİŞKİ ODAKLI (varyans açıklayıcılığı % 24,515) ve FAKTÖR 2E: HIRSLI VE SERT 'in (varyans açıklayıcılığı % 20,949) sahip olduğu görülmektedir. Bu 2 faktör aynı zamanda en çok ifadeyi altında toplayan

faktörler olarak da dikkat çekmektedir. Diğer yandan ortalamalara bakıldığında, en yüksek ortalamaya FAKTÖR 5E: MADDİYATÇI (ortalama 4,8055) ve FAKTÖR 4E: SÜREÇ ODAKLI (ortalama 4,5452) faktörlerinin sahip olduğu görülmektedir. Katılımcılar bu iki faktörü (ve altında toplanan ifadeleri) eril özellik olarak görmektedirler. Yine ortalamalar incelendiğinde en düşük ortalamanın FAKTÖR 2E: HIRSLI VE SERT (ortalama 3,5623) faktörüne ait olduğu, yani katılımcıların bu faktörü eril özellik olarak biraz uygun buldukları görülmektedir.

Bu aşamada faktör analizinde elde edilen 6 faktör 2. kez, tekrar faktör analizine tabi tutulmuştur. Burada amaç "bu 6 faktör bir başka faktör grubunun alt boyutlarını mı oluşturmaktadır? yoksa eril ve dişil faktör olarak ikiye mi ayrılmaktadır" sorularına cevap bulabilmektir. Zira beklenen, ilk faktör analizinde bir arada analize sokulan dişil ve eril ifadelerden oluşan faktörlerin kendilerine ait kategori altında toplanmalarıdır. Bir başka deyişle, bu ikinci basamak faktör analizi uygulamasında dişil olarak tanımlanmış ifadelerden oluşan FAKTÖR 1, 3 ve 6'nın bir araya gelmesi ve dişil kategoriyi oluşturması, eril olarak tanımlanmış ifadelerden oluşan FAKTÖR 2, 4 ve 5'in bir araya gelmesi ve eril kategoriyi oluşturması beklenmektedir. Böylelikle, İslamoğlu, Birsal ve Börü [13] tarafından geliştirilen ölçekte yer alan ve literatür incelemesi ile uzmanların değerlendirmesi sonucu oluşturulan dişil ve eril boyutlarını tanımlamada kullanılacak ifadelerin boyutları tanımlamada ne derece uygun oldukları yapı geçerliliğini gösteren faktör analizi ile de desteklenecektir. Bir anlamda araştırmacıların daha önce geliştirdikleri ölçeğin tekrar test edilmiş olacaktır.

2.basamak faktör analizi sonucunda 6 faktörün % 63,045 toplam varyans değerine sahip temelde 2 ana faktör altında toplandığı ortaya çıkmıştır. Ancak verilerden Faktör 4'ün her iki boyut altında da yer aldığı, ayrıca güvenilirliği de düşürdüğü görülmüştür. Bu nedenle Faktör 4 kapsam dışı bırakılarak 2.basamak faktör analizi tekrarlanmıştır. Bu aşamada elde edilen sonuçlardan toplam varyans değerinin % 73,2862'ye yükseldiği ve geri kalan 5 faktörün yine 2 faktör altında toplandığı görülmüştür (Tablo.2).

Tablo.2 incelendiğinde, FAKTÖR 4E: SÜREÇ ODAKLI çıkarılarak yapılan 2.basamak faktör analizi sonucunda, FAKTÖR 2B altında sadece dişil boyutların ("İLİŞKİ ODAKLI", "SAKİN ve ŞEFKATLİ") birleştiği görülmektedir. Bu faktör "DİŞİL" olarak isimlendirilmiştir. Ancak, Faktör 1A altında, birinci basamak faktör analizi sonucu elde edilen ve eril özellikleri ortaya koymaya yönelik hazırlanmış ifadelerden oluşan FAKTÖR 2E: HIRSLI VE SERT ve FAKTÖR 5E: MADDİYATÇI' ya ilaveten dişil özellikleri ortaya koymaya yönelik hazırlanmış ifadelerin bulunduğu FAKTÖR 3D: DUYGUSAL 'ın da toplandığı

ortaya çıkmıştır. "ERİL" olarak adlandırılan bu faktör, eril özellikleri tanımlamaya yönelik hazırlanan ifadelerin tekrar gözden geçirilmesi gerekliliğine işaret etmektedir. Bu durum, literatürde tanımlanmış dişil ve eril özelliklerin kültürel nitelikler ve toplumsal dönüşüm gibi unsurlar içerisinde farklılaşabileceğine, dişil ya da eril olarak düşünülen/tanımlanan özelliklerin genellenemeyeceğine dikkat çekmektedir.

Tablo.2. 2. Basamak Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖR 1A : ERİL			
Güvenilirlik α :	Ortalama :	Varyans :	Faktör Katkısı
,747	4,1605	41,119	
F2E : HIRSLI VE SERT			,850
F3K : DUYGUSAL			,809
F5E : MADDİYATÇI			,799
FAKTÖR 2B : DİŞİL			
Güvenilirlik α :	Ortalama :	Varyans :	Faktör Katkısı
,718	4,2611	32,167	
F1K : İLİŞKİ ODAKLI			,901
F6K : SAKİN VE ŞEFKATLİ			,879
Kaiser-Meyer-Olkin ölçek yeterliliği			,677
	Ki-kare		382,759
Bartlett Testi	Df		10
	Anlamlılık		,000

III.2. Cinsiyet Değişkeni Açısından Değerlendirmeler

Bu bölümde, çalışmanın esas amacını gerçekleştirmek için faktörlerin cinsiyet değişkeni açısından nasıl bir görünüm ortaya koyduğuna ilişkin analizler yapılmıştır. Tablo 3'den de görüleceği gibi cinsiyete göre eril ve dişil boyutların nasıl farklılık gösterdiğini ortaya koymak üzere yapılan t testi sonucunda, dişil faktörünün altında toplanan "ilişki odaklı olma", "sakin ve şefkatli" özelliklerinin kadınlar arasında erkeklere kıyasla daha çok dişil bir özellik olarak görülürken eril faktörünün altında yer alan "hırslı ve sert" olma özelliği yine kadınlar arasında erkeklere kıyasla daha çok eril bir özellik olarak görülmektedir.

Tablo.3. Cinsiyete göre t-testi Sonuçları

Faktörler	Cinsiyet	Ort.	Stand. sap.	t	df	Anl.
FAKTÖR 1 K: İLİŞKİ ODAKLI	Kadın	4,5811	,74140	5,600	279	,000
	Erkek	4,0150	,94962			
FAKTÖR 2 E: HIRSLI VE SERT	Kadın	3,7206	1,32366	2,700	269,443	,007
	Erkek	3,3304	1,08811			
FAKTÖR 6 K: SAKİN VE ŞEFKATLİ	Kadın	4,3593	1,18078	3,127	233,509	,002
	Erkek	3,8947	1,25062			
FAKTÖR 2B : DİŞİL	Kadın	4,4702	,85486	4,543	219,780	,000
	Erkek	3,9549	,98369			

Dişil faktörünün cinsiyete dayalı t-testi sonuçlarına göre ise dişil faktörü kadınlar tarafından erkeklere kıyasla daha kadınsı olarak değerlendirilmektedir. Bu sonuçlar 2. basamak faktör analizinde ortaya çıkan faktörlere de uygulandığında 2B altında toplanan "ilişki odaklı" ve "sakin ve şefkatli" faktörünün kadınlar tarafından erkeklere kıyasla daha dişil olarak değerlendirildiği bir kez daha dikkat çekmiştir.

IV. SONUÇ VE TARTIŞMA

Eril ve dişil ifadelerin bir arada faktör analizine sokulduğunda nasıl faktörleştiğini ve bu faktörlerin erkek ve kadınlara göre nasıl bir farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmak için yapılan bu çalışmada eril ve dişil faktörlerin algılanmasında iki cinsiyet arasında farklılıklara rastlanmıştır.

Çalışmada eril ve dişil ifadeler bir arada faktör analizine sokulduğunda eril özelliklerin "Eril" faktörü altında dişil özelliklerin de "Dişil" faktörü altında toplandığı görülmektedir. Bu sonuçlar 15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi'nde sunulan çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir [13]. Ancak, bu çalışmanın bir evvelki çalışmayla olan ilişkisini değerlendirmekte fayda olduğu görülmektedir; şöyle ki önceki çalışmanın eril ve dişil ifadeler ayrı ayrı faktör analizine sokulmuş ve bunun sonucunda dişil boyutun altında toplam 4 faktör bulunmuştu. Bunlar sırasıyla "ılımlı, yardımsever ve alçakgönüllü", "hassas ve duygusal tepkiler gösteren", "fedakâr ve yumuşak kalpli" ve "iletişimi ve ilişkileri önemseyen", eril boyutun altında ise "baskın", "sonuç odaklı", "maddiyatçı", "kariyer odaklı", "güçlünün yanında" ve "kuralcı" olarak 6 faktör bulunmuştur. Bu araştırmanın ilk faktör analizi sonucuna göre ise dişil boyutun altında "ilişki odaklı, "duygusal", "sakin ve şefkatli", eril boyutun altında ise "hırslı ve sert", "süreç odaklı", "maddiyatçı" boyutlar yer almıştır. Daha önceki yapılan çalışmada [13] çıkan "ılımlı yardımsever ve hakkaniyetli", "fedakâr ve yumuşak kalpli", "iletişimi ve ilişkileri önemseyen" dişil faktörleri tek bir dişil faktör altında toplanmış ve bu faktör "ilişki odaklı" olarak adlandırılmıştır. "Fedakâr ve yumuşak kalpli" dişil faktörünün altındaki yumuşak kalpli ve yumuşak başlı dişil özellikleri ayrılarak tek bir dişil faktör oluşturmuş ve bu faktör "sakin ve şefkatli" olarak isimlendirilmiştir. "Baskın" ve "kuralcı" eril faktörleri tek bir eril faktör altında toplanmış ve bu faktör "hırslı ve sert" eril faktör olarak adlandırılmıştır. "Hassas ve duygusal tepkiler gösteren" dişil faktörü aynen kalmış ama bu faktöre kısaca "duygusal" denilmiştir. "Kariyer odaklı" ve "güçlünün yanında" faktörlerinin ifadeleri bu faktör analizinde çıkmamıştır. "Maddiyatçı" eril faktörü aynen kalmıştır. "Sonuç odaklı" faktörünün altındaki bazı ifadeler çıkmamış ve bu faktör altında iş yapma özellikleri daha çok çıktığı için bu faktör "süreç odaklı" olarak adlandırılmıştır Bu analiz sonuçlarına göre ise HIRSLI VE SERT, DUYGUSAL ve MADDİYATÇI boyutları

Eril olarak; İLİŞKİ ODAKLI, SAKİN VE ŞEFKATLİ ise Dişil Boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kısaca, 2. aşama faktör analizi sonucunda dişil bir özellik olarak kabul edilen "Duygusal" boyutunun "Eril" faktörü altına girdiği görülmektedir. Ayrıca, eril bir özellik olan "süreç odaklı" faktörü her iki faktörün de altında yer aldığından analiz dışı bırakılmıştır. Yani, eril ve dişil özellikler tamamen farklı faktörler olarak ortaya çıkmamaktadır. Bu sonuç da, Türk toplumunda dişil değerlerin erkeksi değerlere göre hâkim olduğu saptamasına destek olmaktadır. Hofstede, eril kültürün özelliklerini; atılganlık, para elde etme hırsları ve materyalist değerleri olarak ele almıştır. Eril değerlere önem veren toplumlarda bireyler güç ve başarıyı ön planda tutmaktadırlar. Bu toplumlarda kadın ve erkek rolleri arasında kesin bir ayrım vardır. Dişil değerlerin tercih edildiği toplumlarda ise, kişilerarası uyum ve anlaşma çok önemli bir yere sahiptir [3] [6] [14]. Bu kültürler insan ilişkileri ve insana verilen önemin, yaşamın genel niteliğinin ön plana alındığı kültürler olarak belirlenmiştir [15]. Mutluluk ve kişilerarası huzur, başarı ve güç elde etmekten daha ön planda tutulmaktadır. Japonya, Avusturya, Venezuela, İsviçre ve İtalya eril değerlerin benimsediği ülkelerin başında bulunmuştur. Danimarka, Hollanda, Norveç ve İsveç ise dişil değerlerin benimsendiği ülkelerin başında bulunmuştur. Türkiye otuzuncu sırayla (1= yüksek eril değerler; 40 = yüksek dişil değerler) dişil değerlerin ağır bastığı bir kültür olarak tanımlanmıştır. Buradan Türk kültüründe dişil değerlerin (şefkat, merhamet, nezaket, çocukları çok sevmek, sadakat vb.) egemen olduğu söylenebilmektedir [16].

Turan, Durceylan ve Şisman'ın [7] çalışmasına göre üniversite yöneticilerinin benimsedikleri idari ve kültürel değerlerin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin elde edilen bulgu ve yorumlar "İş yaşamında rekabet, işbirliğinden daha yararlıdır" ifadesine, kadın ve erkek yöneticiler açısından anlamlı bir fark olduğuna işaret etmektedir. Bu sonuca göre kadınlar, iş yaşamında rekabetin işbirliğinden daha yararlı olduğu fikrine erkek yöneticilere kıyasla daha az katılmaktadırlar. Bu sonuç, Hofstede'nin [3] araştırmasında, rekabetin erkeklere ait bir değer olduğu teziyle paralellik göstermektedir. Benzer bir şekilde bu çalışma kapsamında ise rekabete yakın bir anlam taşıyan "hırslı ve sert" faktörü içinde taşıdığı ifadelerle bakıldığında (bireysel olmak, bilgiyi paylaşmamak, acımasız olmak, karşındakini ezmek, acımasız olmak gibi) yine eril bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Cinsiyete göre yapılan analizlerin sonucunda ise eril dişil özelliklerin algılanmasında erkekler ve kadınlar arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır ve sonuçlar kadınların erkeklere kıyasla eril özellikleri erkeklere ve dişil özellikleri kadınlara daha uygun gördüklerini göstermektedir. Bu sonuç da daha önce yapılan çalışmalarda ortaya çıkan Türk toplumunun dişil bir toplum olarak algılandığı vurgusuyla bağdaşmamaktadır.

Yapılan bu çalışma, araştırmacıların kültür konusunda başlattıkları bir dizi çalışmanın başlangıcı niteliğindedir. Araştırmacılar literatürde yer alan ve toplumlar için genelleştirilen kültürel boyutları emik bir yaklaşım içerisinde ele alarak inceleme konusu yapmayı hedeflemektedirler. Bu amaçla daha önceden inceleme konusu yapılan eril ve dişil boyutlar [13] bu çalışmada ele alınarak konuya dikkat çekilmek istenmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda, yine araştırmacılarca daha önce inceleme konusu yapılan güç aralığı [17] gibi kültürel boyutlarla, toplulukçuluk-bireycilik, belirsizlikten kaçınma ve kısa dönem-uzun dönem (zaman) odaklılık gibi diğer kültürel boyutlar toplumsal değerler ve nitelikler açısından ele alınarak inceleme konusu yapılacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük. (2004). (<http://www.tdk.gov.tr/TKKSOZLUK/SOZBUL.ASP?kelime=cinsiyet>). [07.02.2008].
- [2] Elgün, A. (2003). Toplumsal Cinsiyetin Olusturulmasında Antik Yunan Mitolojisi'ndeki Erkek Arketiplerin Kullanımı: Erkek Magazin Dergilerine Yönelik Bir inceleme. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [3] Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. California: Sage.
- [4] Aycan, Z. & Kanungo, R. (2000). Toplumsal Kültürün Kurumsal Kültür ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Etkileri. (Ed.: Aycan, Z.). *Türkiye'de Yönetim, Liderlik ve İnsan Kaynakları Uygulamaları*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları, 25-53.
- [5] Ollilainen, A.M. (1999). *Gendered Processes In Self-Managing Teams: A Multiple Case Study*. (<http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-042199-143559/unrestricted/FRONT.pdf>). [12.11.2004].
- [6] Hofstede, G. (1991). *Cultures and Organizations*. England: McGraw-Hill Book.
- [7] Turan, S., Durceylan, B. & Şişman, M. *Üniversite Yöneticilerinin Benimsedikleri İdari ve Kültürel Değerler*. (<http://www.manas/pdf/sbdpdf13/makaleler/18.pdf>). [20.12.2005].
- [8] Uyguç, N. (2003). Cinsiyet, Bireysel Değerler ve Meslek Seçimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18(1), 93-103.
- [9] Sargut, S. (2001). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*. Ankara: İmge Kitabevi.
- [10] Miller, G.E. (2004). Frontier Masculinity in the Oil Industry: The Experience of Women Engineers. *Gender, Work and Organization*, 11(1), 47-73.
- [11] Hearn, J. (1981). On Ambiguity, Contradiction and Pradox in Gendered Organizations. *Gender, Work and Organization*, 5(1), 1-5.
- [12] Shire, K.A. (2000). Gendered organization and workplace culture in Japanese customer services. *Social Science Japan Journal*, 3(1), 37-58.
- [13] İslamoğlu, G., Birsal, M. & Börü, D. (2007). Hofstede'nin Kadınsı-Erkeksi Boyutlarının Türk Kültürü İçersinde Ölçülenmesine Yönelik Bir Anket Geliştirme Çalışması. *15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Sakarya Üniversitesi, 687-693.
- [14] Hofstede, G. (1997). *Cultures and Organizations Software of the Mind*. 2nd Ed., New York: McGrawhill
- [15] Yıldız, G. & Erdoğan, N. (1998). Toplulukçu Kültürde Makyavelist Davranış ve Bir Uygulama. *Politika ve Yönetimde Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Sakarya Üniversitesi, 1-17.
- [16] Dengiz, G. M. (2008). Proje Yönetim Derneği Söyleşiler. *Yönetim Yaklaşımlarına Kültürel Açidan Bakış*. Ankara: (www.pyd.org.tr/001.pdf). [13.03.2008].
- [17] İslamoğlu, G. & Börü, D. (2005). Kadın ve Erkekler Açısından Güç Aralığı. *ÖNERİ-M.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(24), 71-87.

MELEK BİRSEL (mbirsal@marmara.edu.tr) has a PhD. degree in Organizational Behavior. She is working in Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Organizational Behavior, Marmara University. Her research areas are ethics at work life, trust, culture and psychological contracts.

GÜLER İSLAMOĞLU (gislamoglu@marmara.edu.tr) is an Assistant Professor Doctor in Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Organizational Behavior, Marmara University. Her research areas are ethics, trust, culture, team working.

DENİZ BÖRÜ (denizboru@marmara.edu.tr) is an Associate Professor Doctor in Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Management and Organization, Marmara University. Her research areas are trust, small business management and entrepreneurship.