TÜRKİYE SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ
YIL: 26 SAYI 1 – Nisan 2022
Makalenin Geliş Tarihi: 19.03.2021 Makalenin Kabul Tarihi: 22.05.2021

ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI İLİŞKİSİ: ANKARA İLİ KAMU ÇALIŞANLARI ÖRNEĞİ

Şehriban AYGÜN*
Ahmet SARITAŞ**

ÖZ

Toplumların cinsiyetlere yüklediği birtakım anlamlar (davranış, yaşam biçimi ve roller vb.) olarak ifade edilen cinsiyet algıları kavramının, toplumsal yaşamda kültür unsurlarının içinde önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Bireylerin çalıştıkları örgütlere, içinde yaşadıkları toplumun kültürel yapısını belirli oranda taşıdıkları düşünüldüğünde, cinsiyet algılarının da çalışanlarla birlikte örgütlerin içerisine girebileceği öngörülebilir. Buradan hareketle, örgüt kültürü ve toplumsal cinsiyet algısı kavramlarının birlikte incelenmesi hedeflenmiştir. Örgüt kültürü ve toplumsal cinsiyet algısı kavramlarını, farklı kavramlarla ilişkilendiren birçok araştırma mevcuttur. Bu çalışma, örgüt kültürünün ve boyutlarının, toplumsal cinsiyet algısı ile muhtemel ilişkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, örgüt kültürü ve her bir alt boyutu ile, toplumsal cinsiyet algısı arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Bu bağlamda örgüt kültürü Cameron ve Quinn Modeli çerçevesinde ele alınmış olup bu modelin boyutları olan klan kültürü, adhokrasi kültürü, hiyerarşi kültürü ve pazar kültürü hipotezlere konu edilmiştir. Araştırmanın evrenini Ankara ili kamu çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmaya ait anket formu katılımcılara, kartopu yöntemiyle online olarak iletilmiştir. Ulaşılan kişi sayısı 410 olup, bunlardan 386'sının değerlendirmeye uygun olduğu gözlemlenmiştir. Analizlerin bulgularına göre; örgüt kültürü değişkeninin ve alt boyutları olan klan, hiyerarşi ve pazar kültürlerinin; toplumsal cinsiyet algısı ile anlamlı bir ilişkisi olduğu sonucu elde edilmiştir. Adhokrasi kültürü boyutunun ise toplumsal cinsiyet algısı değişkeni ile herhangi bir ilişkisi olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmanın farklı gruplarla ve farklı iller bazında yapılması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt kültürü, Cameron ve Quinn modeli, toplumsal cinsiyet algısı

THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL CULTURE AND GENDER PERCEPTION: EXAMPLE OF PUBLIC EMPLOYEES IN ANKARA PROVINCE

ABSTRACT

It can be said that the concept of gender perceptions, which is expressed as some meanings (behavior, lifestyle and roles, etc.) attributed to genders by societies, has an important place in cultural elements in social life. When it considered, individuals carry the cultural structure of the society they live in a certain ratio, it can be predicted that gender perceptions can also enter into organizations together with employees. From this point of view, it is aimed to examine the concepts of organizational culture and gender perception together. There are a lot of studies which link organizational culture and gender perception with different concepts. This study aims to investigate the possible relationship of organizational culture and its dimensions with gender perception. For this purpose, correlation analyses have been made between gender perception and organizational culture considering each of its sub-dimensions. In this context, organizational culture has been handled within the framework of the Cameron and Quinn Model, and the dimensions of this model, namely clan culture, adhocracy culture, hierarchy culture and market culture, have been subjected to hypotheses. The population of the research is composed of public employees in Ankara. The questionnaire form belonging to the research was delivered to the participants online using the snowball method. The number of people reached is 410, and 386 of them have been observed to be suitable for evaluation. According to the findings of the analyses; organizational culture and its sub-dimensions, clan, hierarchy and market cultures have been concluded that there is a significant relationship with gender perception. On the other hand, it has been found that the adhocracy culture dimension has no relationship

* Öğr. Gör. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Şereflikoçhisar Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Ankara, sehribanaygun@windowslive.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2010-1293
** Doç. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Şereflikoçhisar Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Ankara, asaritas@ybu.edu.tr, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3580-5592

with the gender perception variable. It may be suggested to conduct the research with different groups on the basis of different provinces.

Keywords: Organizational culture, Cameron and Quinn model, gender perception

GİRİŞ

Kültür, belli bir topluluktaki bireyleri başkalarından ayırt edici olan, bir çeşit toplu akıl sistematiği olarak düşünülmektedir. Bu topluluk; bir ülke veya bölge, millet veya etnik grup, aile, nesil veya yaş, cinsiyet, sosyal sınıf, işletme çeşidi, iş sektörü, iş kurumu veya birimi olabilmektedir (Hofstede, 1994). Örgüt kültürü en genel tanımıyla; örgüt üyeleri tarafından düzenlenen ve paylaşılan, örgütü diğer örgütlerden ayıran bir çeşit anlam sistemi olarak ifade edilebilmektedir (Martins ve Martins, 2003).

Toplumsal cinsiyet dendiğinde en genel haliyle, erkekler ve kadınlara yönelik toplumda oluşmuş olan roller, beklentiler ve öğrenilmiş davranışlar anlaşılmalıdır (Ecevit, 2003). Toplumda mevcut olan, cinsiyetlere dair bu algılar, toplumun küçük birer birimi niteliğinde olan örgütlerde de varlık göstermektedir. Örgütlerin bileşkesinin, bir toplumun toplam kültür yapısını temsil etme yeteneğine sahip olduğu söylenebilir. Her kültür kurumsal bir sisteme sahip olmakla birlikte, kültürün esaslarını (zihniyet yapısı, felsefesi, düşünce ve yaşama şekilleri, bilimi, sanatları ve inançları, vb.) belirleyen, kendine has temel önermelere dayanmaktadır (Ulusoy, 1999). Bu noktada, örgütlerin zaman içerisinde gelişip olgunlaşmış ve belli bir tarzı benimsemiş kültür yapılarında, kültürün diğer tüm unsurlarının olduğu gibi, örgütteki bireylerin cinsiyet algılarının da etkisi olduğu düşünülmektedir. Toplumun genelinde cinsiyetlere yakıştırılan yargılar, algılar, tutumlar ve davranışların; bireylerin beraberinde getirdiği kültür unsurları ile birlikte kurum içine taşındığı; örgüt içinde de kendini gösterdiği söylenebilir. Bu bağlamda, örgüt içindeki iletişim süreçleri, takım/grup çalışmaları, insan kaynakları, kriz ve çatışma süreçleri, sosyal etkinlikler, etik/mobbing gibi konularda; bireyler kendi cinsiyetlerine veya karşısındaki kişinin cinsiyetine göre tutum sergileyebilmektedirler.

Kuramsal Çerçeve

Bu başlık altında, örgüt kültürü ve toplumsal cinsiyet algısı değişkenlerinin kuramsal olarak tanımlamaları ve açıklamalarına yer verilmiştir.

Örgüt Kültürü

Örgüt kültürü en temel tanımıyla, formel bir örgüt oluşumu içerisindeki toplumsal ilişkilerin kimlik edinimini sağlayan her türlü norm, değer ve fiil tipleri olarak ifade edilebilmektedir (Marshall, 1999). Nahavandi ve Malekzadeh (1999) örgüt kültürünü; örgütte çalışanların yaygın bir şekilde paylaştığı, her çeşit davranışı etkileyip yön veren, örgütün kimliğinin göstergesi niteliğinde olan, normlar, değerler ve inançlar bütünü şeklinde ifade etmişlerdir.

Örgüt kültürünü Davenport (1998), bir örgütün DNA'sı; Deal ve Kennedy (2000) ise, "burada işlerin yapılma şekli" diye tanımlamışlardır (Özmutaf, 2019). Schein'e (2004) göre örgüt kültürü; bir gruptaki bireylerin, gruba yeni katılan bireylerle paylaştığı varsayımlar olarak ifade edilebilir.

Örgütlerin kültür yapıları; kendilerine has olmakta, örgütten örgüte değişim göstermekte, zaman içerisinde gelişip olgunlaştığında örgüt için problem teşkil edebilecek konulara çözüm rehberi olabilmektedir. Örgüt kültürü, stabil bir sistem özelliği taşımamakta, aksine çevre şartlarına göre değişim gösterebilmektedir (Manetje, 2005). Örgüt kültürü doğası gereği, bireyler arasında dolaylı yollarla aktarılmasının yanı sıra, örgütlerdeki sosyalleşme süreçlerinin bir parçası olarak görülmektedir (Silverthorne, 2005). Örgütler için kültür, sosyal bir kontrol sistemi biçiminde değerlendirilebildiği için; örgütsel stratejilerin hayata geçirilmesi ve örgütte bireyler arası bir bağlılık sağlaması bakımından önemli görülmektedir (O'Reilly, 2008).

Örgüt kültürü unsurları, literatürde şu başlıklarla sınıflandırılmıştır: semboller ve davranışlar, değerler, normlar, sayıltı ve inançlar, törenler, kahramanlar ve mitler (Bütüner, 2011; Deal ve Key, 2001; Demir, 2017; Şişman, 2007; Trice ve Beyer, 1984). Örgüt kültürünün çalışanlara aktarılmasında büyük

rol oynayan bu unsurlar, kurum içinde bireylerin örgüte dair fikirleri anlayabilmelerinde kolaylık sağlamaktadırlar (Erdem, 2003).

Örgüt kültürü modelleri

Örgüt kuramları alanında çalışanların büyük bir kısmı, örgütlerin kültürel ortamlar olarak düşünülmesi gerektiğini savunmuşlardır (Sargut, 2010). Örgüt kültürü kavramının detaylı bir şekilde incelenerek anlaşılabilmesi için literatürde birtakım modeller ve yaklaşımlar ortaya konmuştur. Örgüt kültürünün bu şekilde farklı boyutlardan ele alınmasının; örgütsel amaç ve hedefler açısından, yöneticilerin etkililiğini artırmalarında, yol gösterici olabileceği düşünülmektedir (Özmutaf, 2019). Bu modellerin en sık karşılaşılanları şu şekilde sıralanabilmektedir: Schein Modeli, Peters ve Waterman Modeli, Harrison ve Handy Modeli, Deal ve Kennedy Modeli, Schneider Modeli, Cameron ve Quinn Modeli, W. G. Ouchi'nin Z Teorisi, Killman Modeli, Miles ve Snow Modeli, Denison Modeli, Talcott Parsons'un AGIL Modeli, Hofstede Modeli, Kets De Vries ve D. Miller Modeli, Byars Modeli (Aygün, 2020; Eren, 2002; Özmutaf, 2019; Paylı, 2017). Bu modellerde birbirinden farklı kültür değişkenleri ve boyutları kullanılıyor gibi görünse de; esasen kültüre dair belirli bazı değişkenler ve boyutların, farklı kavramsal açılardan yakın veya aynı anlamda kullanıldığı ifade edilebilmektedir (Danışman ve Özgen, 2003).

Bu çalışmanın hipotezlerinde esas alınan model olduğundan dolayı, yalnızca Cameron ve Quinn Modeli'nin açıklamasına detaylı olarak yer verilecektir.

Cameron ve Quinn Modeli

Cameron ve Quinn (2006) örgüt kültürünü iki boyutlu bir modelle açıklamışlardır. Bu boyutların ilki; örgütün esnek ve değişimlere açık mı yoksa istikrar ve kontrolü esas alan, değişimlere kapalı bir yapı mı olduğunu konu edinmektedir. İkinci boyut ise örgütün çalışanlar ile örgüt içi dinamikleri mi yoksa dış çevre unsurları ile müşteri ve paydaşları mı odak noktasına aldığını konu edinmektedir (Greenberg ve Baron, 2008). Cameron ve Quinn, Rekabetçi Değerler adını verdikleri bu modelde, iki temel eksen etrafında, dört kültür tipi tanımlamışlardır (Şekil 1). Bunlar klan kültürü, hiyerarşi kültürü, adhokrasi kültürü ve pazar kültürü şeklinde isimlendirilmişlerdir ve özellikleri kısaca şu şekilde açıklanmıştır (Cameron ve Quinn, 2006; OCAI, 2019; Suderman, 2012):

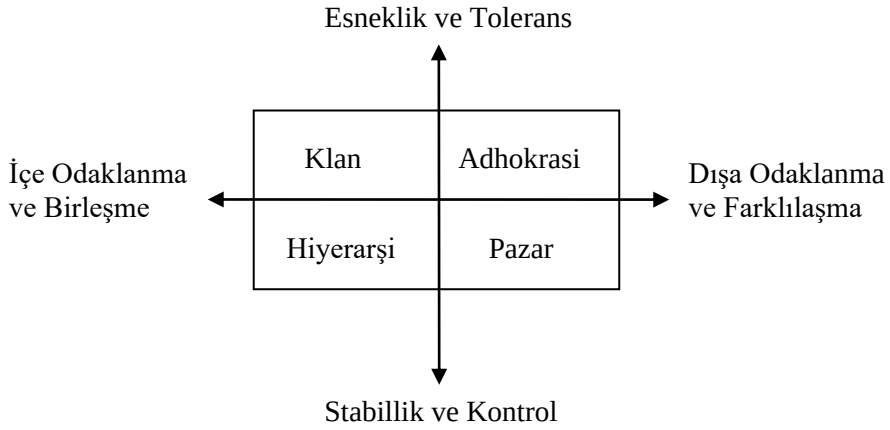
— Klan Kültürü: Bu kültür tipinde, çalışanlar örgütü geniş bir aile gibi hissetmekte, samimi bir ortamda çalışılmaktadır. Lider konumundaki kişilerin birer ebeveyn gibi görüldüğü bu kültür tipinde, örgütü bir arada tutan şeyler gelenekler ve sadakattir. Bu kültürün hakim olduğu örgütlerde; katılım, görüş birliği, uyum, kurumsal bağlılık, bireysel gelişim, moral, ekip çalışması ön plana çıkan konulardır.

— Hiyerarşi Kültürü: Hiyerarşi kültürünün en karakteristik özelliği, çalışmak için resmi ve yapılandırılmış bir yer olmasıdır. Liderlerin iyi birer koordinatör olduğu bu kültür tipinde; istikrar ve verimlilik gibi konular, örgütün uzun vadeli odaklarıdır. Örgütü bir arada tutan şeyler ise resmi kurallar ve politikalardır.

— Adhokrasi Kültürü: Adhokrasi kelimesi, şartlara göre uyum sağlayabilen, uzman, geçici ve dinamik bir yapıyı ifade etmektedir. Bu kültür tipi; girişimci, yaratıcı ve dinamik bir işyeri olma özelliği ile karakterize edilmiştir. Bireylerin risk almaktan çekinmediği bu örgüt kültüründe; liderler yenilikçi, risk odaklı ve vizyoner bir yapı sergilemektedirler. Bu kültür tipinin hakim olduğu örgütlerde kurumu bir arada tutan şey, yeni deneyimlere ve yeniliklere olan bağlılıktır. Yeni bilgi, ürün ve hizmetlerin öncüsü olmanın önemli görüldüğü bu tip örgütlerde, kurumlar uzun vadeli odaklarına hızlı büyüme ve yeni kaynaklar elde etme konularını almaktadır.

— Pazar Kültürü: Bu kültür tipinin benimsendiği örgütlerin, sonuç odaklı çalışma yerleri olduğu söylenebilir. Pazar kültüründe liderler zorlayıcı üreticiler olarak görülmekte, sert ve talepkar bir profil sergilemektedirler. Bu örgütlerde kurumu bir arada tutan şey, kazanmaya verilen önemdir. Örgütün uzun vadeli odak noktası, rekabetçi eylemler ve hedeflere ulaşmaya çalışmaktır. Bu tip örgütlerde en önemli görülen şey; rekabeti geride bırakarak pazar liderliğini elde etmektir.

Modelde tanımlanan bu kültür tiplerinin, birinin diğerine herhangi bir üstünlüğü olmamakla birlikte; kültür tipleri örgütlerde, şartlara ve alana göre değişim gösterebilmekte (Özmutaf, 2019), bazen bir örgüt birden fazla kültür tipinin özelliklerini taşıyabilmektedir (Ouchi, 1980).



Şekil 1: Cameron ve Quinn'in Örgüt Kültürü Modeli
(Kaynak: Cameron ve Quinn, 2006).

Toplumsal Cinsiyet Algısı

Rol kavramı; toplumdaki belirli bir durumla ilgili sergilenmesi beklenen tutumlar, yapılması beklenen davranışlar veya bunlardan oluşan kalıplar olarak ifade edilebilmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri kavramı; bireylerin cinsiyetlerine göre, hayatlarının farklı bölümlerinde yapmaları gerekli görülen davranış, tutum, iş ve sorumluluklar olarak tanımlanabilmektedir. Literatürde cinsiyet rollerinin gelişimine dair üç yaklaşım bulunmaktadır. Biyolojik yaklaşım; erkek ve kadınların davranışlarındaki farklılık ve çeşitliliği, her iki cinsiyetin de yaradılışından gelen biyolojik farklılıklarına dayandırmaktadır (Şafak Uzun, 2019). Sosyal öğrenme kuramı bireylerin bu rolleri toplumdan öğrendiğini savunmaktadır. Bilişsel yaklaşım ise cinsiyetlere dair rolleri, bireylerin geldiği belirli bilişsel gelişim seviyeleriyle ilişkilendirmektedir (Bayrakcı, 2017).

Toplumsal cinsiyet algısı; Ökten (2009) ve Uysal'a (2018) göre, toplumsallaşma süreçlerinde yapılandırılan, bireyin doğduğu andan itibaren inşa edilmeye başlayan bir süreç olarak tanımlanabilmektedir (Savaşkan, 2019). Toplumsal cinsiyet kavramının, cinsiyetlere yüklediği farklılıklara örnek olarak; kadınlık için şefkat, merhamet, kuvvetli sezgi, paylaşımcı olma; erkeklik için ise liderlik, cesaret, otorite, güç, kararlılık gibi özellikler sıralanabilmektedir (Korkmaz ve Özbesler, 2020). Bireyin toplumsallaşmasının, cinsiyetine göre şekillendiği ve bunun çocukluk çağlarında başladığı söylenebilir. Eğitim, giyim, arkadaş edinme, meslek seçimi, tüketim alışkanlıkları, kitle iletişim araçlarının kullanımı gibi, bütün toplumsal olaylarda sergileyeceği tavır ve göstereceği davranışlar cinsiyete göre belirlenmektedir (Dörtköşeoğlu, 2002).
Toplumlarda hemen hemen her davranış ve tutum, bir cinsiyetle eşleştirilmekte, o cinsiyete yakıştırılmaktadır. Bireyler kendi toplumsal dünyalarını çeşitli şekillerde sınıflandırabilmek için de toplumsal cinsiyet olgusunu kullanabilmektedir. Toplumsal cinsiyet algılarında yer edinmiş birtakım kalıplaşmış yargılar, kişilerin toplum içerisinde kurdukları ilişkilerdeki tavırlarını da şekillendirebilmektedir. Kişilerarası kurulan ilişkilerde; cinsiyet ile toplumsal cinsiyet ilişkisi, karşılıklı etkileşim halindedir. Algılanan cinsiyete dair bilgiler aracılığı ile toplumsal cinsiyete ilişkin çıkarımlar yapılabilmesinin yanı sıra; toplumsal cinsiyetle ilgili kalıp yargılar kullanılarak da cinsiyete dair çıkarımlar yapılabilmektedir (Esen, 2021).

Toplumsal cinsiyet eşitliği; toplumun aile, iş, din, siyaset, sağlık, hukuk gibi her türlü kurumunda; fırsatları, kaynakları ve gücü kullanmalarında, her iki cinsiyetin de sahip olduğu eşit hakları ifade etmektedir (Ecevit, 2003). Literatürde yapılan birçok araştırma; meslek, iş, eğitim, mülk edinimi konularında negatif ayrımcılık yaşayanların, daha ziyade kadınlar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu

yetersizliklerin; kadınların yakınlarına ve topluma bağımlı hale gelmelerine en çok sebep olan konular olduğu söylenebilir (Pokharel, 2008).

Kurumlarda toplumsal cinsiyet algısı

Styhre'e göre (2011), toplumda hakim olan sosyal kalıplar ve normlar, cinsiyetlendirilmiş işgücünün güçlendirilmesinde büyük bir rol oynamaktadır. Clarke ve Wall (2006), endüstride hangi tür işlerin kadınlar için uygun görüldüğü konusunda, cinsiyet algılarının rolünün her zaman etkili olduğunu ifade etmişlerdir (Naoum, Harris, Rizzuto ve Egbu, 2020).

Örgütlerde var olan toplumsal cinsiyet algılarının, örgütün kültür tipleriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Toplumda cinsiyetlere dair hakim olan algılar ve kalıp yargılar; iş hayatında hem kadınların hem de erkeklerin ulaşabilmeleri mümkün olan başarı seviyelerini engelleyebilmektedir. Bu noktada yöneticilerin farkındalık oluşturarak değişim süreçlerini harekete geçirmeleri gerekli görülmektedir. Toplumlarda en genel kalıp yargılar; karakter, fizik, meslekler ve roller olarak sınıflandırılabilmektedir. Bu bağlamda kadınlara; kibar/duygusal (karakter yönü), zayıf/bakımlı (fiziki yönü), öğretmen/sekreter/hemşire (meslek yönü), anne/eş/evde/aileden sorumlu (rol yönü) algıları yüklenmekte; erkeklere ise; girişken/cesur/kaba (karakter yönü), güçlü/bakımsız/kaba (fiziki yönü), mühendis/pilot/esnaf/teknik eleman (mesleki yönü), çalışan/karar veren/sorumlu/koruyan (rol yönü) algıları yüklenmektedir. İş sahasına ve sektöre göre değişmekle birlikte, genel olarak kadın çalışanların erkek çalışanlara nazaran, daha sınırlı kariyer imkanları ile karşılaştıkları söylenebilir. Bu duruma çözüm önerileri olarak; pozitif ayrımcılık gibi yaklaşımlardan ziyade, her iki gruba da eşit çalışma ve kariyer imkanları sağlanması ve bu eşitlikçi tutumun örgüt kültürü yapısına dahil edilmesi önerilebilir (Özmutaf, 2019).

YÖNTEM

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden korelasyon analizi kullanılmıştır. Değişkenler örgüt kültürü tipi ve toplumsal cinsiyet algısıdır. Örgüt kültürü tipi ölçeği dört boyutlu, toplumsal cinsiyet algısı ise tek boyutludur. Örgüt kültüründe, Cameron ve Quinn modeli esas alındığından, dört farklı tipinin her birinin, toplumsal cinsiyet algısı değişkeni ile aralarında bir korelasyon olup olmadığı incelenmiştir.

Yapılan ikinci bir analiz ise; çalışanlarda toplumsal cinsiyet algısının, cinsiyet ve medeni hal çerçevesinde, gruplar arasında farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan bağımsız iki örnek t-testidir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanı temel amacı; kamu kurumlarında çalışanlar kapsamında, örgüt kültürü tipi ile, toplumsal cinsiyet algısı arasındaki muhtemel ilişkiyi incelemektir. Örgüt kültürü tipi değişkeni, Cameron ve Quinn'in modelindeki klan kültürü, adhokrasi kültürü, hiyerarşi kültürü ve pazar kültürü boyutlarında sorgulanmıştır. Bu temel araştırma konusunun yanı sıra, çalışanların cinsiyet ve medeni hal durumları ile, toplumsal cinsiyet algıları arasında ilişki olup olmadığı da incelenmiştir.

Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini, Ankara ilindeki kamu çalışanları oluşturmaktadır. Örneklem, kartopu metodu ile seçilmiş olup toplamda Ankara ilinde görev yapmakta olan 410 kamu görevlisine ulaşılmıştır. Bunların 24'ünün değerlendirmeye uygun olmadığı görülmüş ve kalan 386 veri analizlere dahil edilmiştir. Bu örneklem evrenin tamamını temsil eder nitelikte olup, yeterli büyüklükte bir örneklemi ifade etmektedir. Örneklem büyüklüğünü belirlemek için Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004) çalışmasına başvurulmuştur. Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın çalışmasına göre, bu çalışmanın evreni için yeterli örneklem büyüklüğünün 384 veriden oluşması gerekmektedir. Uygulama boyunca ulaşılan kişi sayısı, bu örneklem büyüklüğünü sağlamaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan anket 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgileri (yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim durumu, meslek) istenmiştir. İkinci bölümde örgüt kültürü ve toplumsal cinsiyet algısı değişkenlerinin birbirini etkileyip etkilemediğine dair katılımcının fikri sorulmuştur. Üçüncü bölümde toplumsal cinsiyet algısını ölçen ifadeler yer almaktadır. Toplumsal cinsiyet algısı, Altınova ve Duyan'ın 2013'te geliştirdikleri ölçek kullanılarak ölçülmüştür. 25 ifadeden oluşan bu ölçekten alınabilecek puan 25 ile 125 arasında olabilecektir. Yüksek puanlar daha olumlu (eşitlikçi) bir toplumsal cinsiyet algısı olduğunu; düşük puanlar ise daha gelenekselci bir toplumsal cinsiyet algısı olduğunu göstermektedir. Ölçek tek boyutludur.

Örgüt kültürü tipini ölçmek için, Deshpande ve arkadaşlarının 1993 yılında (Cameron ve Quinn Modeli'ni baz alarak) geliştirdikleri ölçekten faydalanılmıştır. 16 ifade içeren bu ölçek, 4 boyuttan oluşmaktadır. Bu 4 boyut kapsamındaki her bir ifade, örgüt kültürünün hangi tipte (klan, adhokrasi, hiyerarşi, pazar) olduğu ile ilgilidir. Her iki ölçek de, 5'li Likert tipine göre (1: tamamen katılmıyorum; 2: katılmıyorum; 3: kararsızım; 4: katılıyorum; 5: tamamen katılıyorum olacak şekilde) derecelendirilmiştir.

Uygulama

Çalışmada kullanılan anketler, katılımcılara gönüllülük esasına göre online olarak iletilmiştir. Anketin giriş kısmında, katılımcının çalışmaya gönüllü olarak katkı sağladığına dair onam alınmıştır. Katılımcılar, Ankara ilinde ikamet etmekte olan, farklı meslek gruplarına mensup (eğitim, emniyet, ekonomi/finans, sağlık, mimarlık, mühendislik, fen bilimleri, hukuk, yerel yönetimler, iletişim, sosyal/beşeri bilimler, spor, sanat alanlarında), kamu çalışanlarıdır. Veriler 2 haftalık bir süre içerisinde toplanmış ve SPSS programı kullanılarak analizler yapılmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmanın temel hipotezi, Cameron ve Quinn Modeli'ndeki örgüt kültürü tipleri ile toplumsal cinsiyet algısı arasındaki muhtemel ilişkiye odaklanmıştır. Bu çerçevede, araştırmaya konu olan hipotezler şu şekilde ifade edilmektedir:

H_1: Klan kültürü ile toplumsal cinsiyet algısı arasında ilişki vardır.
H_2: Adhokrasi kültürü ile toplumsal cinsiyet algısı arasında ilişki vardır.
H_3: Hiyerarşi kültürü ile toplumsal cinsiyet algısı arasında ilişki vardır.
H_4: Pazar kültürü ile toplumsal cinsiyet algısı arasında ilişki vardır.
H_5: Örgüt kültürü ile toplumsal cinsiyet algısı arasında ilişki vardır.

Verilerin Analizi

Ölçeklerin Geçerlik ve Güvenirlik Analizi

Bu başlık altında, örgüt kültürü tipi ölçeğinin ve toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin geçerlik, güvenirlik analizleri ile temel istatistik analiz (ortalama, varyans standart sapma) sonuçları verilmiştir.

Örgüt kültürü tipi ölçeği

Örgüt kültürü tipi ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik analizi sonucu Cronbach's Alpha değeri Tablo 1'deki gibi ,943 olarak elde edilmiştir. Bu değer istenilen bir düzeydedir.

Tablo 1. Örgüt kültürü ölçeğinin güvenirlik istatistiği

Cronbach's Alpha	Standartlaştırılmış ifadelere dayalı Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
,943	**,942**	**16**

Ölçeğin ortalama, varyans ve standart sapma değerleri ise Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Örgüt kültürü ölçeği istatistikleri

Ortalama	Varyans	Std. Sapma	İfade Sayısı
49,889	**256,203**	**16,0063**	**16**

Örgüt kültürü ölçeği için yapılan faktör analizinde dört faktör tespit edilmiştir. Test sonucunda (Tablo 3) KMO katsayısı ,945; Bartlett testi ki-kare değeri 4341,822 (df=120) ve istatistiksel açıdan anlamlı (sig=,000) bulunmuştur.

Tablo 3. Örgüt kültürü ölçeğinin KMO ve Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Geçerlik Ölçüsü		**,945**
Bartlett Testi	Ki-Kare	**4341,822**
	Df	**120**
	Sig.	**,000**

Toplumsal cinsiyet algısı ölçeği

Toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinde; 2., 4., 6., 9., 10., 12., 15., 16., 17., 18., 19., 20., 21., 24. ve 25. ifadeler olumsuz olduğu için tersten hesaplanmıştır.
Toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik analizi sonucu Cronbach's Alpha değeri Tablo 4'te görüldüğü üzere ,916 olarak elde edilmiştir. Bu değer istenilen bir düzeydedir.

Tablo 4. Toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin güvenirlik istatistiği

Cronbach's Alpha	Standartlaştırılmış ifadelere dayalı Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
,916	**,912**	**25**

Ölçeğin ortalama, varyans, standart sapma değerleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Toplumsal cinsiyet algısı ölçeği istatistikleri

Ortalama	Varyans	Std. Sapma	İfade Sayısı
96,3153	**356,885**	**18,89141**	**25**

Toplumsal cinsiyet algısı ölçeği için yapılan faktör analizinde tek faktör tespit edilmiştir. Test sonucunda (Tablo 6) KMO katsayısı ,914; Bartlett testi ki-kare değeri 4554,183 (df=300) ve istatistiksel açıdan anlamlı (sig=,000) bulunmuştur.

Tablo 6. Toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin KMO ve Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Geçerlik Ölçüsü		**,914**
Bartlett Testi	Ki-Kare	**4554,183**
	df	**300**
	Sig.	**,000**

Normallik Testleri
Yapılan normallik testinde, verilerin her iki ölçek için de normal dağılıma sahip olduğu görülmüştür (Skewness ve Kurtosis değerleri -1,5 ile 1,5 arasındadır).

Tablo 7. Değişkenlerin Skewness ve Kurtosis değerleri

	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Toplumsal Cinsiyet	3,7474	,79394	-,266	,124	-,998	,248
Örgut Kültürü Top	3,1180	1,00040	-,261	,124	-,470	,248
Klan	2,8886	1,17546	-,014	,124	-,868	,248
Adhokrasi	2,8854	1,21475	-,021	,124	-,988	,248
Hiyerarsi	3,5557	1,00493	-,488	,124	-,501	,248
Pazar	3,1425	1,03483	-,347	,124	-,434	,248

BULGULAR ve YORUMLAR

Sosyo-Demografik Bulgular

Çalışmaya katılanların %46,9'u kadın (181 kişi), %53,1'i ise erkektir (205 kişi). Katılımcıların medeni hal oranları ise; %71,8'i evli (277 kişi) ve %28,2'si bekar (109 kişi) şeklinde tespit edilmiştir. Eğitim durumları incelendiğinde, %1'inin (4 kişi) ilk-ortaokul, %7,8'inin (30 kişi) lise, %59,3'ünün (229 kişi) üniversite, %31,9'unun (123 kişi) lisans üstü düzeyde eğitim almış oldukları görülmüştür. Katılımcılara kurumda çalıştıkları pozisyon sorulmuş ve %11,4'ünün (44 kişi) yönetici, %26,4'ünün idari personel (102 kişi) ve % 62'sinin (240 kişi) ise çalışan konumunda olduğu şeklinde cevaplar alınmıştır.

Korelasyon Analizleri

Bu başlık altında, örgüt kültürü tipleri ile toplumsal cinsiyet algısı arasındaki korelasyonlar incelenmiştir. Ayrıca örgüt kültürü değişkeninin toplam değeri ile, toplumsal cinsiyet algısının korelasyon analizi de yapılmıştır.

Klan kültür tipi ile toplumsal cinsiyet algısı değişkeninin 0,05 anlamlılık düzeyinde, pozitif yönde ilişkili olduğu sonucu elde edilmiştir. Korelasyon katsayısının ise ,119 olduğu görülmektedir (Tablo 8).

Bu sonuca göre, H_1 hipotezi kabul edilir.

Tablo 8. Klan kültür tipi ile toplumsal cinsiyet algısının korelasyon analizi

		Toplumsal cinsiyet	Klan kültürü
Toplumsal cinsiyet	Pearson Correlation	1	,119*
	Sig. (2-tailed)		,020
	N	386	386
Klan kültürü	Pearson Correlation	,119*	1
	Sig. (2-tailed)	,020	
	N	386	386

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Adhokrasi kültür tipi ile toplumsal cinsiyet algısı değişkeni arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Korelasyon katsayısının ,093 olduğu görülmektedir (Tablo 9).

Bu sonuca göre, H_2 hipotezi reddedilir.

Tablo 9. Adhokrasi kültür tipi ile toplumsal cinsiyet algısının korelasyon analizi

		Toplumsal cinsiyet	Adhokrasi kültürü
Toplumsal cinsiyet	Pearson Correlation	1	,093
	Sig. (2-tailed)		,069
	N	386	386
Adhokrasi kültürü	Pearson Correlation	,093	1
	Sig. (2-tailed)	,069	
	N	386	386

Hiyerarşi kültür tipi ile toplumsal cinsiyet algısı değişkeni arasında, 0,01 anlamlılık düzeyinde, pozitif yönlü, yüksek bir korelasyon olduğu sonucu elde edilmiştir. Korelasyon katsayısının ,153 olduğu görülmektedir (Tablo 10).

Bu sonuca göre, H_3 hipotezi kabul edilir.

Tablo 10. Hiyerarşi kültür tipi ile toplumsal cinsiyet algısının korelasyon analizi

		Toplumsal cinsiyet	Hiyerarşi kültürü
Toplumsal cinsiyet	Pearson Correlation	1	,153**
	Sig. (2-tailed)		,003
	N	386	386
Hiyerarşi kültürü	Pearson Correlation	,153**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	
	N	386	386

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pazar kültür tipinin toplumsal cinsiyet algısı değişkeni ile arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde, pozitif yönlü, yüksek bir korelasyon olduğu bulgusu elde edilmiştir. Korelasyon katsayısının ,186 olduğu görülmektedir (Tablo 11).

Bu sonuca göre, H_4 hipotezi kabul edilir.

Tablo 11. Pazar kültür tipi ile toplumsal cinsiyet algısının korelasyon analizi

		Toplumsal cinsiyet	Pazar kültürü
Toplumsal cinsiyet	Pearson Correlation	1	,186**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	386	386
Pazar kültürü	Pearson Correlation	,186**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	386	386

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Örgüt kültürü değişkeni ile toplumsal cinsiyet algısı değişkeni arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde, pozitif yönlü yüksek bir korelasyon olduğu bulgusu elde edilmiştir. Korelasyon katsayısının ,150 olduğu görülmektedir (Tablo 12).

Bu sonuca göre, H_5 hipotezi kabul edilir.

Tablo 12. Örgüt kültürü ile toplumsal cinsiyet algısının korelasyon analizi

		Toplumsal cinsiyet	Örgüt kültürü
Toplumsal cinsiyet	Pearson Correlation	1	,150**
	Sig. (2-tailed)		,003
	N	386	386
Örgut kültürü	Pearson Correlation	,150**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	
	N	386	386

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Araştırma anketi içerisinde katılımcılara, çalıştıkları kurumlarda hakim olan örgüt kültürünün, bireylerin toplumsal cinsiyet algısına etkisinin nasıl bir seviyede olduğu sorulmuştur. Alınan cevapların %48'i orta, %23,8'i yüksek, %7'si ise çok yüksek olduğu şeklindedir. Buradan görülmektedir ki, katılımcıların %79,5'i, kurumlarında örgüt kültürünün toplumsal cinsiyet algısına etkisinin, orta ve üstü düzeyde olduğu görüşündedir (Tablo 13).

Tablo 13. Örgüt kültürünün toplumsal cinsiyet algısına etki düzeyi

		Frekans	Yüzde
Valid	Çok düşük	30	7,8
	Düşük	49	12,7
	Orta	188	48,7
	Yüksek	92	23,8
	Çokyüksek	27	7,0
	Toplam	386	100,0

Katılımcılara kurumlarında toplumsal cinsiyet algısının örgüt kültürüne etki düzeyi sorulmuş ve %46,9'u orta, %24,9'u yüksek, %8'i ise çok yüksek şeklinde cevaplamıştır. Buradan görülmektedir ki; katılımcıların %79,8'i, kurumlarında toplumsal cinsiyet algısının örgüt kültürüne etki düzeyinin orta ve üstü düzeyde olduğu görüşündedir (Tablo 14).

Tablo 14. Toplumsal cinsiyet algısının örgüt kültürüne etki düzeyi

		Frekans	Yüzde
Valid	Çok düşük	29	7,5
	Düşük	49	12,7
	Orta	181	46,9
	Yüksek	96	24,9
	Çokyüksek	31	8,0
	Toplam	386	100,0

Katılımcılara kurumlarındaki örgüt kültürü ile toplumsal cinsiyet algısının ilişki düzeyi sorulmuş ve % 48,7'sinin orta, 24,4'ünün yüksek, %6,7'sinin ise çok yüksek düzey cevabı verdiği gözlemlenmiştir. Burada görüldüğü üzere katılımcıların %79,8'i, kurumlarında örgüt kültürü ile toplumsal cinsiyet algısının ilişki düzeyinin orta ve üstü düzeyde olduğu görüşündedir (Tablo 15).

Tablo 15. Toplumsal cinsiyet algısının, örgüt kültürü ile ilişki düzeyi

		Frekans	Yüzde
Valid	Çok düşük	26	6,7
	Düşük	52	13,5
	Orta	188	48,7
	Yüksek	94	24,4
	Çokyüksek	26	6,7
	Toplam	386	100,0

Araştırılan değişkenlerden biri olan toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinde; kadın-erkek görev paylaşımları, cinsiyetlere dair algılar, evlilik sonrası bireylerin değişen yaklaşımları ile ilgili ifadeler bulunduğu için, bu ölçeğin cinsiyet bazında ve medeni hal bazında değerlendirilmesi de uygun görülmüştür.

Bu kapsamda cinsiyet bağlamında veriler bağımsız iki örnek t-testine tabi tutulmuşlar ve t-testi sonuçlarında Sig. (2-tailed) değerleri ,000 olarak elde edilmiştir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için iki grup arasında anlamlı bir fark olduğu sonucu elde edilmiş olur. Her iki gruba ait ortalamaları gösteren Tablo 16'ya göre de bu sonuç açık bir şekilde görülmektedir. Burada sonuçları şu şekilde yorumlamak mümkündür: katılımcılarda kadınların, erkeklere göre daha eşitlikçi; erkeklerin ise daha gelenekselci bir toplumsal cinsiyet algısına sahip olduğu söylenebilir.

Tablo16. Cinsiyetlere göre toplumsal cinsiyet algısı

	Cinsiyet	N	Ortalama
Toplumsal cinsiyet algısı	Kadın	181	4,1350
	Erkek	205	3,4052

Benzer şekilde, toplumsal cinsiyet algısı değişkeni, medeni hal durumuna göre de incelenmiş ve bağımsız iki örnek t-testi uygulanmıştır. Test sonucuna göre Sig. (2-tailed) değerleri ,000 olarak elde edilmiştir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için iki grup arasında anlamlı bir fark olduğu anlaşılmaktadır. Grupların toplumsal cinsiyet algısı ortalamaları Tablo 17'de gösterilmiş olup aralarında belirgin bir fark olduğu, tablodan da açık bir şekilde görülmektedir. Bulgulara göre evli bireylerin daha gelenekselci, bekar bireylerin ise evlilere göre daha eşitlikçi bir toplumsal cinsiyet algısına sahip oldukları söylenebilir.

Tablo17. Medeni hal durumuna göre toplumsal cinsiyet algısı

	Medeni Hal	N	Ortalama
Toplumsal cinsiyet algısı	Evli	277	3,6532
	Bekar	109	3,9869

Toplumsal cinsiyet algısı değişkeni, bireylerin kurumdaki pozisyonlarına göre de incelenmiş ve yönetici/idari personel ile çalışan konumundaki kişiler arasındaki algı farklılığı araştırılmıştır. Bu bağlamda her iki gruba bağımsız iki örnek t testi uygulanmıştır. Test sonucunda Sig. (2-tailed) değerlerinin ,000 olduğu gözlemlenmiştir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bulguları, yönetici/idari personel konumundaki bireylerin daha gelenekselci, çalışan konumundaki bireylerin ise daha eşitlikçi bir toplumsal cinsiyet algısına sahip olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür (Tablo 18).

Tablo 18. Kurumdaki pozisyona göre toplumsal cinsiyet algısı

	Pozisyon	N	Ortalama
Toplumsal cinsiyet algısı	Yönetici/idari pers.	146	3,5575
	Çalışan	240	3,8630

SONUÇ

Bu çalışmada, Ankara ilinde ikamet eden ve görev yapan, kamu sektöründe çalışan bireylerdeki, toplumsal cinsiyet algısı ve örgüt kültürü arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Bunun yanı sıra katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni hal gibi demografik bilgileri ile, çalıştıkları sektör, kurumda çalıştıkları pozisyon bilgileri de incelenmiştir.

Çalışmanın ilk aşaması olarak ölçeklerin geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılmış; hedef kitleye uygunlukları teyit edilmiştir. Örgüt kültürü ve toplumsal cinsiyet algısı ölçeklerine faktör analizi uygulanmış; örgüt kültürü ölçeğinin dört alt boyutu, toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin ise tek boyutu olduğu tespit edilmiştir.

İkinci aşamada, örgüt kültürü değişkeninin alt boyutları olan klan kültürü, adhokrasi kültürü, hiyerarşi kültürü ve pazar kültürüne ait ifadeler belirlenmiş, kendi içlerinde toplamları alınmış, her bir grubun toplumsal cinsiyet algısı değişkeni ile arasındaki ilişki, korelasyon analizi ile incelenmiştir. Bu analizlerin sonuçlarına göre; klan kültürünün, toplumsal cinsiyet algısı ile arasında anlamlı bir ilişki olduğu; hiyerarşi kültürünün ve pazar kültürünün toplumsal cinsiyet algısı ile arasında kuvvetli ve anlamlı bir ilişki olduğu bulguları elde edilmiştir (ortaya çıkarılan bu ilişkilerin hepsi de pozitif yönlüdür). Ancak adhokrasi kültürünün toplumsal cinsiyet algısı ile arasında herhangi bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca örgüt kültürü değişkeni ile toplumsal cinsiyet algısı değişkeni arasındaki korelasyon da incelenmiştir. Bu analizin sonucunda, örgüt kültürü ile toplumsal cinsiyet algısı arasında pozitif yönlü, kuvvetli ve anlamlı bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Korelasyon analizlerinin bu sonuçlarına şöyle bir yorum getirilebilir: adhokrasi kültürünü diğer kültür tiplerinden farklılaştıran en önemli özellikleri; değişim, yeni deneyimlere verilen önem, şartlara uyum sağlaması, geçici ve dinamik bir yapının hakim olmasıdır. Böyle bir ortamda, belirli zihniyet kalıplarının, belirli norm ve algıların kurumda uzun süreli olmayabileceği ve değişim süreçlerine dahil olabileceği söylenebilir.

Çalışmanın temel hipotezlerinin yanı sıra, toplumsal cinsiyet algısı; bireylerde cinsiyet, medeni hal ve kurumda çalıştıkları pozisyonlar çerçevesinde de ele alınmıştır. Bu bağlamda her bir ikili gruba (kadın-erkek, evli-bekar, yönetici-çalışan) bağımsız iki örnek t testi uygulanmıştır. Testler sonucunda elde edilen bulgulara göre; kadınların erkeklerden, bekar bireylerin evli bireylerden ve çalışan konumundakilerin yöneticilerden daha olumlu (eşitlikçi) bir toplumsal cinsiyet algısına sahip olduğu yorumu getirilmiştir. Aynı şekilde bu analizlerin diğer bir sonucu da; erkeklerin kadınlardan, evli bireylerin bekar olanlardan, yöneticilerin de çalışan konumundakilerden daha gelenekselci bir toplumsal cinsiyet algısına sahip olduğu bulgusudur. Bu bulgularla örtüşen ve benzerlik gösteren araştırmalara, Literatür Taraması ve Tartışma bölümünde yer verilmiştir.

Çalışma kapsamında katılımcılara, kurumlarında toplumsal cinsiyet algısının örgüt kültürüne etki düzeyi, örgüt kültürünün toplumsal cinsiyet algısına etki düzeyi ve her iki değişkenin arasındaki ilişki düzeyi ayrı birer ifade ile sorulmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğu, üç soru için de, orta ve üstü düzeyde bir etki mevcut olduğunu belirterek cevaplamışlardır.

Literatür Taraması ve Tartışma

Steffens vd. 2019'da yaptıkları çalışmanın bir bölümünde, örgütlerde geleneksel cinsiyet kalıp yargılarını ölçmüş ve her iki cinsiyetin de eşit oranlı bir şekilde var olduğu örgütlerde, erkek çoğunluklu olan örgütlere göre, daha olumlu algılara sahip olunduğu bulgusunu elde etmişlerdir. Steffens vd.'nin bulguları, bu çalışmada cinsiyete gore toplumsal cinsiyet algısı farklılıkları sonuçları ile benzer özellik göstermektedir. Nitekim bu çalışmada da kadınların erkeklere gore daha olumlu (eşitlikçi) toplumsal cinsiyet algısına sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Naoum vd. (2020) çalışmalarında, inşaat sektöründe toplumsal cinsiyet algılarını incelemişler; örgütlerin inşaat mesleğinde eril kültürün değiştirilmesi ve çalışma pratiğinin, modası geçmiş geleneksel yapıdan modernize edilmesi için, yenilikçi stratejik planlar ortaya konması fikrini destekleyen bulgular elde etmişlerdir.

Gökdemir (2020), Türkiye'de kadınların iş yaşamında yer edinmesinin normalleştiği ve desteklendiği; kadınlarda mevcut olan, iş dışı sorumlulukların kendilerinde daha fazla olduğu fikrine rağmen, bu sorumlulukların erkeklerle paylaşılması gerektiği algısının toplumda kabul gördüğü; kamu kurumlarında gözlemlenen örgüt kültürünün kadınların kariyer olanaklarını azaltmadığı bulgularını elde etmiştir. Gökdemir'in çalışmasındaki bu bulgu, bu çalışmada elde edilen, kamu çalışanlarının olumlu (eşitlikçi) bir toplumsal cinsiyet algısına sahip olduğu bulgusu ile örtüşmektedir.

Tunç (2016), toplumsal cinsiyet algısının, toplumda kadın rollerinin tarihsel süreçte geçirdiği değişimin, örgütün, yöneticilerin, örgüt içi ilişkilerin, çalışma arkadaşlarının, bireysel algıların, kadının iş yaşamında önemli yer tuttuğunu; tüm bunların negatif yönlü olduğunda birer engele dönüştüğünü, örgütte adalet algısı negatif yönlü olduğunda, kadınların kariyerlerinde ilerlemelerinde engel teşkil ettiğini ortaya koymuştur. Yener (2018), toplumsal cinsiyet algısının, işin anlamlılığını olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Bu bulgunun; Hofstede'in kültür modelinde belirttiği kolektivist toplum yapısı faktörüne dayandırılabileceğini ifade etmiştir.

Mazıcı ve Gölgeli (2017), birçok kültürde olduğu gibi, iş kültüründe de toplumsal cinsiyet algısının iş akışı, görev ve sorumlulukların dağılımı, terfi, ödeme politikaları ve kariyer gibi hususlarda belirleyici bir değişken olabildiğini vurgulamışlardır. Aynı çalışmada Erciyes Üniversitesi örneklem olarak alınmış; toplumsal cinsiyet algısının iş tatmini üzerinde söz sahibi olduğu; bu bulguyu algıları açısından kadın ve erkek çalışanlar arasında farklılıklar olduğu; araştırmanın yapıldığı örneklemde, çalışanların çoğunun toplumsal cinsiyet konusunda basmakalıp inançları desteklemeyip gelenekselci yaklaşıma karşı düşük eğilimde olduğu; kurumlarında yönetim, görev-yetki dağılımı, terfi ve sosyal imkanlar konusunda olumlu ve eşitlikçi bir duruş sergiledikleri bulguları elde edilmiştir. Mazıcı ve Gölgeli'nin çalışmasında elde edilen, toplumsal cinsiyet algısının iş kültüründe etkili bir değişken olduğu ve çalışanların eşitlikçi anlayışa sahip oldukları sonuçları; bu çalışmada elde edilen bulgularla da paralellik göstermekte ve birbirlerini desteklemektedirler.

Mercan, (2016a); demokratik yönelimlerde cinsiyet temelli farklılıkların, belirgin bir şekilde cinsiyet ayrımı gözlenen kültürlerde daha çok göze çarptığını vurgulamış; kadınların iş yaşamına katılımında, demokratik liderlik değişkeninin toplumsal cinsiyet eşitliğini artırdığı; hoşgörü algısı, demokrasi algısı ve demokratik liderlik değişkenleri ile, toplumsal cinsiyet eşitliği arasında, pozitif yönlü bir ilişki olduğu (bu bulgunun, bu çalışmada elde edilen, klan kültürü ile toplumsal cinsiyet algısı arasında kuvvetli bir ilişki olduğu bulgusuyla örtüştüğü söylenebilir. Zira klan kültüründe genellikle katılımcı, demokratik bir anlayış hakim olmaktadır); çalışmanın yapıldığı örneklemde (Dumlupınar Üniversitesi akademisyenleri), erkek akademisyenlerin kadın akademisyenlere göre toplumsal cinsiyet eşitsizliği ortalamalarının daha yüksek olduğu bulgularını elde etmiştir. Mercan'ın araştırmasındaki bu bulgu, bu çalışmada elde edilen; kadınların erkeklere gore daha eşitlikçi bir toplumsal cinsiyet algısı olduğu bulgusu ile örtüşmektedir.

Mercan (2016b) diğer çalışmasında; iş yaşamında farklılıkların yönetiminin ve gelişime açık olmanın, toplumsal cinsiyet eşitliği ile olan ilişkisini incelemiş; toplumsal cinsiyet eşitsizliği değişkeni ile

gelişime açıklık arasında negatif bir ilişki olduğu; toplumların ve bireylerin gelişime kapalı oldukları oranda ataerkilliğin arttığı, bunun da toplumsal cinsiyet algısını etkilediği bulgularını elde etmiştir. Mercan'ın araştırma sonuçları, bu çalışmanınkilerle kıyaslandığında, birbirini desteklemedikleri söylenebilir. Farklılıkların yönetimi ve gelişime açıklık kavramlarının, diğer kültür tiplerine nazaran, daha çok adhokrasi kültüründe göze çarptığı ifade edilebilir. Adhokrasi kültürünün ise, toplumsal cinsiyet algısı ile herhangi bir ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada, çalışmanın bu sonucunun, Mercan'ın araştırma sonuçları ile paralellik göstermediği yorumunu yapmak mümkündür. Demir (2020), toplumsal cinsiyet algısı ile kariyer kararsızlığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu; kadınların kariyer seçiminde toplumdan bağımsız hareket etmedikleri bulgularını ortaya koymuştur. Tekin (2017), turizm sektöründe çalışanlar üzerinde toplumsal cinsiyet algısını incelemiş; çalışanların orta düzeyde olumlu bir toplumsal cinsiyet algısına sahip olduğu; kadınların erkeklerden, bekar bireylerin evlilerden, eğitim düzeyi yüksek olanların düşük olanlardan daha olumlu toplumsal cinsiyet algısına sahip oldukları bulgularını elde etmiştir. Buradaki cinsiyet ve medeni hal çerçevesinde elde edilen sonuçlar, bu çalışmada elde edilen sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

Öneriler

Konuyla ilgili yapılacak yeni çalışmalar için öneriler şu şekilde sıralanabilir:

— Araştırma daha geniş kitlelerde uygulanabilir,

— Farklı gruplar ve farklı şehirler ekseninde ele alınarak, gruplar arası karşılaştırmalar yapılabilir,

— Ülkeler bazında çalışılarak çeşitli milliyetlerin, örgütlere yansımış kültür farklılıkları ve bireylerdeki toplumsal cinsiyet algılarının çalışmayı zenginleştirmesi sağlanabilir,

— Kamu sektörü sınırlaması yapılmadan, özel sektör çalışanları da araştırmaya dahil edilebilir.

KAYNAKLAR

Altınova, H. H. ve Duyan, V. (2013). Toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin geçerlik güvenirlik çalışması. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 24(2), 9-22.

Aygün, Ş. (2020). *Örgüt kültürü ve örgütsel iletişim arasındaki ilişkide sosyal medyanın aracılık rolü: anakent belediyelerinde bir uygulama*, (Doktora Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Bayrakcı, M. (2017). Sosyal öğrenme kuramı ve eğitimde uygulanması. *SAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14, 198-210.

Bütüner, O. (2011). *İşletmelerde örgüt kültürü ve örgütsel değerlerin iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarına etkisi üzerine bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Cameron, K. ve Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture*. The Jossey-Bass Business & Management Series (Revised Edt.). USA: John Wiley & Sons, Inc.

Danışman, A. ve Özgen, H. (2003). Örgüt kültürü çalışmalarında yöntem tartışması: niteliksel – niceliksel yöntem ikileminde niceliksel ölçümler ve bir ölçek önerisi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 91-124.

Deal, T. E. ve Key, M. K. (2001). *Kurum içi halkla ilişkiler: kutlamalar, ritüeller, törenler, ödüller*. (Ö. Emir, Çev.), Ankara: MediaCat Yayınları.

Demir, A. (2020). Toplumsal cinsiyet algısı ve kariyer kararsızlığı: sinop örneği. *AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(22), 1-17.

Demir, M. (2017). *Örgüt kültürü ile örgütsel yapı arasındaki ilişkinin iki farklı ulusa ait işletmeler üzerinde karşılaştırmalı analizi*. (Yüksek Lisans Tezi). Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum.

Deshpande, R. ve Farley, J. U. (2004). Organizational culture, market orientation, innovativeness, and firm performance: an international research odyssey, International *Journal of Research in Marketing*, 21, 3– 22.

Dörtköşeoğlu, G. (2002). *12-15 Yaş arası kız ve erkek çocukların, kadınlık ve erkeklik rollerini algılayış biçimleri*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ecevit, Y. (2003). Toplumsal cinsiyetle yoksulluk ilişkisi nasıl kurulabilir? bu ilişki nasıl çalışılabilir?. *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4), 83-88.
Erdem, A. R. (2003). Üniversite kültüründe önemli bir unsur: değerler. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(4), 55-72.
Eren, E. (2002). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası* (6. bs). İstanbul: Beta Yayınevi.
Esen, Y. *Toplumsallaşma sürecinde cinsiyet rolleri*, Ocak 2021 tarihinde https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/70677/mod_resource/content/0/Cinsiyet-Toplumsal%20cinsiyet.pdf adresinden erişildi.
Gökdemir, B. (2020). *Toplumsal cinsiyet rolleri ile iş ve iş dışı yaşam dengesi arasındaki ilişki: bir kamu kurumu örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Ankara.
Greenberg, J. ve Baron, R. A. (2008). *Behaviour in organizations* (9. Edt.). USA: Perason Educational International.
Hofstede, G. (1994). The business of international business is culture. *International Business Review*, 3(1), l-14.
Korkmaz, K. ve Özbesler, C. (2020). Sosyal hizmet mesleği ve eğitimi çerçevesinde farklılıklara saygı ve toplumsal cinsiyet. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(69), 1250-1258.
Manetje, O. M. (2005). *The impact of organisational culture on organisational commitment*. (Master of Arts). University of South Africa, Pretoria.
Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
Martins, N., Martins, E. (2003). Organisational culture. In S. P. Robbins; A. Odendaal ve G. Roodt (Edt.), *Organisational Behaviour: Global and Southern African Perspectives* içinde (ss. 379-400). South Africa: Cape Town Pearson Education.
Mercan, N. (2016a). Liderlik tarzları ve toplumsal cinsiyete etkisi. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 131-142.
Mercan, Nuray. (2016b). İş hayatında farklılık yönetiminin ve gelişime açıklığın toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilişkisi üzerine bir araştırma. *PressAcademia Procedia*, 2(1), 443-448.
Nahavandi, A. ve Malekzadeh, A. R. (1999). *Organizational behavior*. USA: Prentice-Hall Inc.
Naoum, S. G., Harris, J., Rizzuto, J., Egbu, C. (2020). Gender in the construction industry: literature review and comparative survey of men's and women's perceptions in UK construction consultancies. *Journal of Management*, 36(2), 1-12. doi: 10.1061/(ASCE)ME.1943-5479.0000731.
OCAI. (2019). Organizational culture assessment instrument, (Report), Netherlands. Ocak 2021 tarihinde https://www.ocai-online.com/sites/default/files/node/files/2019-12/ocai_leaflet.pdf adresinden erişildi.
O'Reilly, C. (2008). Corporations, culture, and commitment: motivation and social control in organizations. *California Management Review*, 50(2), 85-101.
Ouchi, W. G. (1980). Markets, bureaucracies and clans. *Administrative Science Quarterly*, 25(1), 129-141.
Özmutaf, N. M. (2019). *Çağdaş yönetici nitelikleri ve yönetsel konular*. Ankara: Detay Yayıncılık.
Paylı, M. (2017). *Örgüt kültürü ve stratejik plamlama süreci; karaman belediyesinde bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
Pokharel, S. (2008). Gender discrimination: women perspective. *Nepalese Journal of Development and Rural Studies*, 5(2): 80-87.
Sargut, A. S. (2010). *Kültürler arası farklılaşma ve yönetim* (3.bs.) Ankara: İmge Kitabevi.
Savaşkan, E. (2019). Kadın yöneticiler açısından cinsiyet eşitsizliği üzerine kavramsal bir çalışma. *AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 1-23.
Schein, E. H. (2004). *Organizational culture and leadership* (3rd Edt.), San Francisco: Jossey-Bass.
Silverthorne, C. P. (2005). *Organizational psychology in cross-cultural perspective*, Manhattan: New York University Press.
Steffen, M. C., Viladot, M. A. ve Scheifele, C. (2019). Male majority, female majority, or gender diversity in organizations: how do proportions affect gender stereotyping and women leaders' well-being?. *Frontiers in Psycholog, Organizational Psychology*, 1-13. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01037 .

Styhre, A. (2011). The overworked site manager: gendered ideologies in the construction industry. *Construction Management Economics*, 29 (9), 943–955. https://doi.org/10.1080/01446193.2011.588955.
Suderman, J. (2012). Using the organizational cultural assessment (OCAI) as a tool for new team development. *Journal of Practical Consulting*, 4(1), 52-58.
Şafak Uzun, A. M. (2019). *Kesişimsellik bağlamında akademik alanda toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin analizi*. (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
Şişman, M. (2007). *Örgütler ve kültürler* (4. bs.). Ankara: Pegem Yayıncılık.
Mazıcı, E. T. ve Gölgeli, K. (2017). Job satisfaction in terms of social gender equality in employees and its effect on the corporate reputation: the sample of eru academicians. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 508-518.
Tekin, Ö. A. (2017). Turizm sektöründe toplumsal cinsiyet algısı: beş yıldızlı otel çalışanları üzerine bir araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(12), 669-684.
Trice, H. M. ve Beyer, J. M. (1984). Studying organizational cultures through rites and ceremonials, *Academy of Management Review*, 9(4), 653-669.
Tunç, S. (2016). Kadın çalışanların cam tavan engelleri ile algılanan örgütsel adalet arasındaki ilişki: eskişehir bankacılık sektöründe bir uygulama. (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
Ulusoy, D. (1999). Plastik sanatlarda toplumsal cinsiyet. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 16(2), 47-73.
Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
Yener, S. (2018). Kadın çalışanların toplumsal cinsiyet algısı ve işin anlamlılığı algısı arasındaki ilişkinin ortaya konulması. A. Solak ve F. Güneş (Edt.), *Toplumsal Cinsiyet, İnsan Hak İhlalleri ve Sosyal Travmalar* içinde (ss. 174-190). Samsun.

Extended Abstract

There are many studies in the literature that deal with the concepts of organizational culture and gender perception separately. It has been observed that the number of studies that handle both concepts together is very few. It is thought that the importance and originality of this study come from taking the concepts of organizational culture and gender perception together and associating them within the framework of the sub-dimensions of the organizational culture variable. Focusing on this purpose, the research has been held in Ankara owing to its qualifications of being the capital, second largest city of Turkey and central location. Both with these characteristics and its public institutions in many different sectors, Ankara has become famous with the opinion that it hosts public employees who come from different provinces and were raised in their own geographies. In this context, it is thought that public employees in Ankara are a very suitable population for a study to be conducted on organizational life. Those who work on organizational culture have developed different approaches within the historical process of the concept, and each of them has made definitions in various dimensions by looking at the subject from different angles. In fact, the dimensions considered by each approach and model are not very different from each other, but only the features and names they cover differ. In this study, Cameron and Quinn Model (Competing Values Approach), which is one of the most frequently encountered and studied among these approaches in the field, has been taken as a basis and the organizational culture variable has been explained through this model. Organizations can be considered as living organisms due to their interactions with the external environment, the processes progressing in their organizational structure and the human factor that operates these processes. When the human factor that has a share in this feature considered, it is possible to say that the atmosphere and culture prevailing in organizations are influenced by the individual cultures of the people within it. It is thought that the personal world views, value judgments, attitudes and approaches of the people working in organizations can be carried into organizational life with them. In this context, the subject of this study emerged from the idea that the value judgments of individuals based on their gender perceptions can be carried into the organization together with the individual culture. In the society in which individuals live, such attributes regarding the gender as duties, responsibilities, thinking and lifestyle etc. can be expressed as the simplest and general definition of the concept of gender perception (Esen, 2021; Şafak Uzun, 2019). The main research subject of the study focuses on

examining whether different types of organizational cultures are related to gender perception. In the Cameron and Quinn Model, which is taken as a basis in this research, organizational culture types are handled in four different dimensions; they are named as clan, adhocracy, hierarchy and market culture (Cameron & Quinn, 2006). It is also possible to observe more than one type of culture at the same time in an organization. Within the scope of the research, a total of 410 people have been reached through online surveys delivered to public employees in Ankara province by snowball method, 386 of them have been found to be suitable for analysis and included in the process. The analyses have been made by using SPSS and demographic characteristics of the people have been also included to the examination. Findings obtained from correlation analysis of variables: gender perception variable has; 1. medium level and positive relationship with the clan culture type; 2. high level and positive relationship with the hierarchy culture type and market culture type; 3. high level and positive relationship with the organizational culture; 3. no relationship with the adhocracy culture type. An interpretation can be made to these results of correlation analysis as follows: the most important features that differentiate adhocracy culture from other culture types are change, giving importance to new experiences, adaptation to conditions, and a temporary and dynamic structure. In such an environment, it can be said that certain mentality patterns, certain norms and perceptions may not be long in the organization and may be involved in change processes. In addition, the gender perceptions of the participants were examined with t-tests according to their position in organizations, gender and marital status. The findings achieved are as follows: 1. Managers/ executive administrative personnel have more traditional gender perception than workers in lower positions. 2. Men have more traditional gender perception than women. 3. Married people have more traditional gender perception than singles. And also, 4. Workers in lower positions have more positive (egalitarian) gender perception than managers/executive administrative personel. 5. Women have more positive (egalitarian) gender perception than men. 6. Single people have more positive (egalitarian) gender perception than married ones. Studies showing similarities with these findings are mentioned in the section where the literature is examined. In the last part of the study, the majority of the participants in the statements asking the level of relationship between organizational culture and gender perception variables and the level of mutual influence on each other answered as: 1. There is a medium and higher level relationship between the variables, 2. Organizational culture affects gender perception medium and higher level. 3. Gender perception affects organizational culture medium and higher level. It can be said that, these findings show that the relationship between organizational culture and gender perception and examining it on the basis of dimensions is an appropriate research subject.