

Eğitim Yönetiminde Kadın: Cam Tavana Medya Etkisi: Sinop'ta Bir Uygulama

Gülay Ekren^{*}
Sinop Üniversitesi

Öz

Günümüzde kadınların üst yönetim seviyelerine terfi etmelerindeki güçlükler halen devam etmektedir. Cam tavan sendromu, somut hiçbir neden olmamasına rağmen kadınların liderlik veya üst yönetim pozisyonlarına yükselmelerindeki eksikliği ifade etmektedir. Bu çalışmada, görünür hiçbir engel olmamasına rağmen eğitim kurumlarının yönetimlerinde kadınların cam tavan sendromu yaşamalarında medyanın etkisi araştırılmaktadır. Bu amaçla Medyada Kadına Yönelik Tutum adı altında bir ölçek geliştirilmiştir. Bu ölçek kullanılarak, araştırmaya katılan 150 öğretmenin görüşleri doğrultusunda ilk ve orta dereceli okulların yönetimlerinde kadınların erkeklere oranla daha az yer almasında medyada kadınların temsil edilme biçimlerinin etkisinin olup olmadığı, bu etkinin katılımcıların cinsiyetine, yaşına, medeni durumuna, eğitim düzeyine, yönetici olup olmamasına veya çalışılan kurumun düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: eğitim yönetimi, kadın, medya, cam tavan, Türkiye.

^{*} Öğr.Gör. Gülay Ekren, Sinop Üniversitesi, Ayanlık Meslek Yüksekokulu, Sinop-Türkiye. E-posta: gekren@sinop.edu.tr.

Original research article

Article submission date: 15 June, 2014

Article acceptance date: 1 December, 2014

1302-9916©2014 emupress

Özgün araştırma makalesi

Makale gönderim tarihi: 15 Haziran, 2014

Makale kabul tarihi : 1 Aralık, 2014

Women in Educational Management: Media Effect to Glass Ceiling (An Application in Sinop)

Gülay Ekren
Sinop University

Abstract

Nowadays, women still face a lot of difficulties regarding promotion to senior management positions. Glass ceiling syndrome refers to the unseen barriers that keeps women from rising to the upper ranks of the corporate ladder, regardless of their qualifications or achievements. This study focuses on the impact of media in regards to women suffering from glass ceiling syndrome especially in education sector. For this purpose, a scale called "Attitudes towards Women in Media" has been developed. By using this scale, data has been collected from 150 teachers, with a particular focus on the limited involvement of women in the management of primary and secondary schools and whether the representation of women in the media has an impact on this. The impact has also been investigated in regards to the participants' gender, age, marital status, education, position of responsibility and work context.

Keywords: *educational management, women, media, glass ceiling, Turkey.*

Giriş

Eğitim yönetiminde ve siyasal faaliyetlerde ne kadar çok kadın olursa eğitimin ve demokrasinin o derecede kaliteli olacağı bilinmektedir (Abiodun, 2008). Abiodun, toplumda cinsiyete dayalı bakış açısını azaltmak için aşağıdaki önerileri sunmaktadır:

- Yasal düzenlemelerle kadının bölgesel, ekonomik, siyasal ve eğitimsel temsiline yönelik kontenjanları teminat altına almak,
- Seçim yasalarına ve eğitim politikalarına yönelik reformlarda kadınlara daha çok yer vermek,
- Kadının varlığını/konumunu güçlendirmeye yönelik sürdürülebilir uzun dönemli iletişim ağları geliştirmek,
- Kadınların platformlara ve ortamlara katılımına yönelik çalışmalarda şiddet, zorla alıkonma gibi olumsuz konulardan çok insanlara yönelik olumlu konulara odaklanmak.

Meslekte yükselme veya atama ile ilgili yasal bir engel olmamasına rağmen, Türkiye’de eğitim yönetiminde kadınlar erkeklerle aynı oranda üst kademelerde yer alamamaktadır (Çelikten, 2004). Kıdemli yöneticiliğin erkek işi olarak görülmesi, erkeklerin bu pozisyonlarda daha çok yer alması, var olan birkaç olumlu örneğin yeterli görülmemesi gibi sorunlar nedeniyle eğitim yönetimi alanında da kadınları engelleyen bir takım durumların olduğu görülmektedir (Özan & Akpınar, 2002). Bu engellerden biri de cam tavadır (Tan, 2002; Örucü ve ark., 2007).

Cam Tavan

Cam tavan, çalışma hayatındaki kadınların üst basamaklara terfi etmelerinde veya örgüt içinde yükselirken karşılaştıkları görünmez engeller olarak tanımlanmaktadır (Chaffins & Forbes, 1995; Örucü & ark., 2007; Tükeltürk & Perçin, 2008). Günümüzde kadınların çalışma hayatına etkileri çalışan kadın sayısı ile doğru orantılı olarak artarken üst düzey yönetici ve liderler arasında kadınların sayısı halen azdır (Bingöl, Aydoğan, Şenel & Erden, 2011; Erdoğan, 2011). Bunun yanı sıra insanların kadınların liderlik için daha yetersiz olduklarına dair klişeleşmiş düşünceleri kadınların performansını azaltabilmektedir. Bu düşüncelerin etkisi ile kadınlar, erkeklere karşı tercih edilme durumlarında ayrımcı hedef veya ayrımcı kontenjanlara karşı direnç göstermektedir. Buna karşılık kadınların daha az yeterli olduklarına dair somut bir kanıt bulunmamaktadır (Whelan, 2013: 62). Chaffins ve Forbes (1995), kadınları bazı pozisyonların dışında tutmak yerine onlara sadece prestij ve güç görüntüsü olarak sembolik pozisyonlar verildiğini belirterek toplumda kadına yönelik oluşan önyargılardan bazılarını şu şekilde belirtmektedir; erkekler

kadınlara göre daha zeki ve yetenekli olduklarını düşünerek kadınların yönetici olarak iyi performans sergilemeyeceklerini düşünmeleri, kadınların toplumsal olarak erkeklere yönelik pozisyonlara uygun olmadıklarına inandırılmaları, kadınların doğurgan olması, doğum izni veya çocuk büyütme için işten ayrılmaları nedeniyle iş sürecinde oluşabilecek geçici veya devamlı boşluklar, 'kadının yeri evidir' düşüncesi, bir işin kadın tarafından da yapılabilir olması o işin değerinin düştüğü algısına yol açması. Bunların dışında Örucü ve diğerleri (2007), kadınların yönetici pozisyonuna yükselmelerinde karşılaştıkları engelleri; erkek yöneticiler tarafından konulan engeller, kadın yöneticiler tarafından konulan engeller ve kişinin kendi kendine koyduğu engeller olarak üç boyutta incelemektedir. Yapılan araştırmada erkek yöneticilerle ilgili kadınların üst düzey işleri yapamayacaklarına yönelik önyargılı yaklaşımları, kadınlarla iletişim kurmada zorluk çekmeleri ve gücü elde tutma istekleri gibi engellerden, kadın yöneticilerle ilgili kendilerini referans gösterme yanılgıları diğer bir ifadeyle 'ben buraya nasıl geldiysem sen de aynı şekilde gel' düşüncesiyle yaklaşımları ve 'kraliçe arı sendromu' olarak da adlandırılan (Örucü & diğ., 2007; Tükeltürk ve Perçin, 2008) kadınların birbirini çekememeleri gibi engellerden, kişinin kendisi ile ilgili fazla sorumluluk üslenmesinden kaynaklanan rol çatışması yaşamaları, toplumsal değerleri sorgulamadan kabul etmeleri, özgüven eksikliği, sisteme duydukları güvensizlik, zorluklarla baş etmeyi göze alamama gibi engellerden söz edilmektedir. Tükeltürk ve Perçin (2008) kadınların karşılaştığı ailevi sorumluluklar ve anneliğe özgü duvarlar, göstermelik ödün verme, gelişim fırsatlarının azlığı, yasal düzenlemelerdeki eksiklikler, örgüt iklimi, iş yükünün fazla olması, esnek çalışma saatlerinin olmaması, eğitimde eşitsizlikler, toplumsal ve ailevi beklentiler, çocuk bakımına yönelik düzenlemelerin yetersizliği, 'kadının yeri evidir' önyargısı ve cinsiyet ayrımcılığı gibi engelleri belirtmektedir. Gündüz (2010) ise çalışma yaşamında kadınların karşılaştığı engelleri aşağıdaki şekilde sınıflandırmaktadır:

- Ailevi nedenler: ev işlerinin büyük bölümünün kadına bırakılması, toplumdaki ataerkil yapının baskın rolü, kadının anne olmasının öncelikli toplumsal rol olarak görülmesi,
- Toplumsal yapı: kadından iyi bir eş ve anne olma beklentisi, kadın aleyhinde cinsiyet ayrımcılığı,
- Çalışma ortamı: erkeklerin kadınlarla çalışırken kendilerini rahat hissetmemeleri,
- Ekonomik nedenler: kariyer yaparken harcanan paranın dönüşünün yetersiz olması, harcamaların bütçeyi zorlaması, bunun için kadın-erkek karşılıklı rıza gösterilmesi gerekliliği,
- Diğer nedenler: kadınların ev işlerini aksatmayacak işlerde çalışmalarının yeterli görülmesi, çalışan kadına tutum, ev ve aile yaşamını dengelemeye çalışan kadının yoğun iş yükü, özellikle anne olan kadınların çalışma saatleri konusunda

yetersiz düzenlemeler, kadınların “kariyer yapma yaşını geçtim” düşüncesine kapılmaları gibi.

Kadınların alt düzey yönetici pozisyonlarına yerleştirilirken daha az sorun yaşamakta, üst düzey yönetici pozisyonlarına yerleştirilirken engellerle karşılaşmaktadır (Bingöl & ark., 2011). Örneğin Avusturalya, Çin, Fransa, Güney Afrika, İngiltere ve Amerika gibi birçok ülkede yapılan çalışmalarda kadınların liderlik pozisyonlarında alt düzey temsilinin nedenlerine yönelik güçlü kanıtlar bulunamamıştır (Bombuwela & Chamaru, 2013). Ancak Sri Lanka’da yapılan bir araştırmaya göre 2010 yılında nüfusun yarısını temsil eden kadınlar iş gücüne erkeklerin yarısı kadar katılım sağlamaktadır. Kadınların kariyer gelişimini etkilediği varsayılan cam tavanın, veya cam tavan sendromunun, bu orana etkisi %27,4 olarak bulunmuştur. Araştırmada cam tavan sendromuna neden olan faktörler araştırılmış, cam tavanı en çok etkileyen faktörün kendine güven eksikliği, aşırı duygusallık gibi bireysel faktörlerin yanı sıra iş ve aile yaşamını dengelemekte zorlanarak sorumluluklarını yerine getirecek yeterli zaman bulamama, toplumun ailevi sorumlulukların çoğunluğunu kadına yüklemesi, erkek çalışanların kadın liderlerin karşısında kendilerini rahat hissetmemeleri ve cinsiyet rolü gibi nedenler belirtilmektedir. Yine aynı araştırmaya göre kadınların evi kuran dışı kuş olarak görülmesi, erkekler gibi çalışamayacağı algısı gibi geleneksel inanışlar da cam tavan sendromunu tetiklemektedir (Bombuwela & Chamaru, 2013).

Bazı kadınlar eğitim ve sağlık için temel hak ve özgürlükler için çabalarırken bazıları daha iyi ücretler almak için çabalamaktadır. Bazı kadınlar üniversitelerde okuma, yasal hak ve koruma elde etme, kız çocukları için iyi bir gelecek oluşturma gibi olanaklardan faydalanabilirken, bazı kadınlar için olanaklar bu kadar geniş olmamakla birlikte aile içi şiddet, cinsel taciz, bekâretin bozulması gibi tehlikelerle karşı karşıya kalmaktadırlar (BBC, 2013). Dünya Ekonomik Forumunun 2013 yılında yaptığı ve *Küresel Cinsiyet Ayrımı Raporu* (The Global Gender Gap Report) adını verdiği araştırmaya göre cinsiyet ayrımcılığının en az görüldüğü ülkeler sırasıyla İzlanda, Finlandiya, Norveç ve İsveç’tir. Türkiye bu sıralamada 120. sırada yer almaktadır. Bu araştırmada özellikle İskandinav ülkelerinde cinsiyet ayrımcılığının en az olmasının insanların ekonomiye katılımı ile paralel geliştiği, özellikle kadınların işgücüne katılım oranlarının yüksek olması, kadın ve erkekler arasındaki maaş farklarının en aza indirgenmesinin ve varlığı kabul edilmemesine rağmen kadınların liderlik pozisyonlarına yükselmelerine yönelik yeterli fırsatlar tanınmamasının büyük rolü olduğu belirtilmektedir. Aynı araştırmada ‘Ülkenizde işletmeler liderlik pozisyonuna yükselmede kadınlara erkeklerle hangi oranda eşit fırsat sağlıyor?’ soruna verilen ve 1 (Hiç-kadınların liderlik pozisyonlarına yükselmede hiç olanağı yok) ve 7 (Geniş çaplı-kadınlar liderlikte eşit olanaklara sahip) arasında derecelendirilen cevaba göre, Türkiye’nin aldığı derece 4’tür. Bu

sorunun istatistiklerinden yola çıkarak cam tavanın en az yaşandığı (aldıkları derece 6) ülkeler: Barbados, İzlanda, Malezya, Yeni Zelanda, Norveç, Filipinler, Singapur ve Uganda'dır.

Kitle İletişim Araçlarında ve Medyada Kadın

Belirli bir kaynaktan hedef kitleye mesajların tek yönlü olarak gönderilmesi olarak tanımlanan kitle iletişiminin haber ve bilgi sağlamanın yanı sıra toplumsallaştırma (bireyi yaşadığı toplumun bir parçası haline getiren), güdüleme (belirli amaçlar için çabalamalarını sağlama), tartışma ortamı hazırlama (toplumsal değerlere açıklık kazandırma), eğitim, kültürel gelişime katkı, eğlendirme ve bütünleştirme (gruplar arası ilişkiler geliştirme, birbirlerini tanıma ve anlama) gibi işlevleri vardır (Ecevit, 2007). Düzenli olarak yayımlanan basılı materyaller (dergi, gazete, bülten vs.), radyo, televizyon, sinema, video, kablolu televizyon gibi teknolojiler kitle iletişim araçları kapsamında değerlendirilebilir (Mora, 2008).

Kitle iletişim araçları bilgiyi hızlı yayması ve pek çok seyirciye aynı anda eğlenme imkânı sunması nedeniyle dünya çapında önemli rol oynamaktadır. İnternet günümüzün en hızlı gelişen ortamlarından biri olsa da televizyon da insanlar üzerinde büyük çaplı etkiler oluşturmaktadır. Bu tip medya ortamları ile insanların düşünce ve davranışları ustalıklı yönetilebilmektedir (Wolska, 2011). Dolayısı ile medya, kadınlara ve erkeklere bakışı etkileyen en güçlü araçlardan biri olarak kabul edilebilir. Medyada cinsiyetin temsil edilme biçimini tanımlayan örnekler şu şekilde özetlenebilir: 1. Erkek, kültürel standartlarda ifade edilirken kadın önemsizmiş gibi yanlış temsil edilmekte, 2. Kadın ve erkek sosyal olarak kabul görmüş görüntüleriyle ve sıradan yollarla resmedilmekte, 3. Kadın ve erkek arasındaki ilişkilerin tasviri geleneksel rolleri vurgulamakta ve kadına yönelik şiddeti normalleştirmektedir (Wood, 1994).

Kitle iletişim araçlarını, toplumun geleneksel değer yargılarında ve özellikle kadına yönelik şiddetin artmasında etkili olabileceği düşüncesi ile sorgulanmaktadır. Türkiye'nin özellikle Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde başlık parası, berdel, zorla kaçırma, beşik kertmesi, töre cinayetleri, erkek çocuk doğuramayan kadına yönelik tutum gibi geleneksel anlayışların kitle iletişim araçları, televizyon dizileri, reklamlar, haberler ve gazete sayfaları vasıtasıyla sorgulanmadan yeniden üretildiği, yeni kuşakları etkilediği ve toplumsal kabul gördüğü bilinmektedir (Mora, 2005). Medyada ilgi ile izlenen dizi filmlerin, kadın sorunları ile ilgili programların eğitsel nitelikli olması gerektiği düşünülmektedir (Ereş, 2006).

Diğer yandan medyada kadının temsil edilmesi, kadın gazetecilerin sayısının artırılması veya tanıtım filmlerinde cinsellikte aşırıya kaçmadan kurtulmakla geliştirilmeyeceği bilinmektedir. Bu durum hem toplumda hem de medyada kadın

haklarının doğru bir şekilde anlatıldığı, yansıtıldığı ve uygulandığı geniş çaplı sosyal ve politik dönüşümler gerektirmektedir (Gallagher, 2001). Örneğin Türkiye’de Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (ASPB) Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü tarafından 2008 yılında yayımlanan eylem planında kadınların karar alma süreçlerine katılımlarının sağlanmasına ve medya sektöründe kadın istihdamının artırılmasına yönelik kararlar alınmıştır. Ayrıca medyada kadının görmezden gelinmesi, eksik temsil edilmesi veya belirli rollerde tanımlanması küresel bir sorun olarak tanımlanmıştır (ASPB, 2008).

Medya, var olduğu zamandan bu yana iktidarı veya gücü elinde bulunduranlar tarafından kontrol edilen, topluma çeşitli mesajlar ileten bir sistemdir (Mora, 2008). Medyada kadının temsil biçimleri üzerine son yıllarda Türkiye’de çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Örneğin Sümer (2009), 2008 yılının son üç ayı ve 2009 yılının ilk üç ayını kapsayan üç farklı derginin (İktibas, Karakalem, Milli Çözüm) yayınlarını inceleyerek, bu dergilerin toplumda oluşturmaya çalıştıkları kadın tipini ortaya koymaktadır. Kadın erkek eşitliği, ailede kadın, kamusal alanda kadın, kadın ve örtünme başlıkları altında kadının toplumdaki yeri değerlendirmiştir. Bu dergiler açısından kadına biçilen rolün baskın olarak annelik, iyi eş ve iyi ev hanımı olduğu saptanmış, kadın bu rollere ne kadar yakınsa o kadar ideal olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer bir çalışmada Oral (2009), incelediği iki gazetenin (Hürriyet, Zaman) belirli bir dönemde (8 Mart Dünya Kadınlar gününü de kapsayan, 5-15 Mart 2009 tarihleri arası) yayımlanan dokuz haber başlığını inceleyerek, medyanın, topluma, cinsiyet ayrımcılığı kavramını kendi haber diliyle yerleştirdiğini belirtmektedir. Benzer amaçla Köse (2011), kadınların sosyal haklar açısından gazetelerde nasıl temsil edildikleri, gazetelerdeki haberlerde ne şekilde yer aldıkları, haber konusu olduklarında kullanılan dil ve temsil edilme biçimi gibi konularda hak ihlaline uğrayıp uğramadıkları üzerine bir araştırma yapmıştır. Bu amaçla 2010 yılı içinde yayımlanan altı gazetenin (Cumhuriyet, Hürriyet, Posta, Radikal, Yeni Şafak, Zaman) ilk sayfaları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Köse’ye göre kadınlar medya içeriklerinde altı farklı biçimde temsil edilmektedir: 1. Doğal - eşit varlık, 2. Eş, anne, fedakâr kadın, 3. Üçüncü sayfa - magazin nesnesi, 4. Cinsel nesne - haz nesnesi, 5. Örgüt - eylem nesnesi, 6. Araçsal varlık - konu mankeni. Yapılan analiz sonucunda kadınları konu alan haberlerin daha çok cinayet (%31), kaza-ölüm (%20), şiddet (%13), intihar-tecavüz-taciz (%6) ile ilişkili olduğu kadınların başarılarını (%30) konu alan haberlerin ise daha az bir paya sahip olduğu bulunmuştur. Araştırmada ayrıca kadının medyadaki temsil biçimi ve sunuluş şekline bakıldığında, medyanın cinsiyet ayrımcılığını pekiştirici ifadeleri, yorumları (iki çocuk büyüten genç profesör, iyi eş, fedakâr anne, becerikli ev kadını, şahane aşçı, aldatan eş, canı kadın, kadın bakan vs.) ve görüntüleri ile insan haklarına, eşitliğe ve sosyal haklara aykırı davrandığı gözlemlenmiştir.

Günümüzde kadın ve erkek rolleri arasındaki farklılıklar azalırken kitle iletişim araçları geleneksel cinsiyet rollerini temsil etmeyi sürdürmektedir. İnsanların davranışlarında etki oluşturmaları nedeniyle belirli sosyal grupları olumsuz ve gerçekçi olmayan bir tarzda resmetmektedirler. Kitle iletişim araçlarında belirli sosyal grupların adil olmayan temsil biçimlerinin farkına varılsa da toplum tarafından bu etkiye duyarsız kalınmamaktadır (Besler & Oruç, 2010; Wolska, 2011). Kadınlar çalıştıkları kurumlarda/işletmelerde önyargılı davranışlarla karşılaşmakta, mesleki ayrımlara tabi tutulmakta, erkeklerin kendi aralarında oluşturdukları gayri resmi iletişim ağına girememekte, örgüt kültürünün ve uygulanan politikaların etkisi ile üst basamaklara geçememektedir. Bununla birlikte iş ve aile yaşamlarındaki sorumlulukların fazlalığı ve isteksizlik, güvensizlik gibi duyguların etkisi ile kişisel tercih yapmak zorunda bırakılmaktadır (Bingöl & diğ., 2011). Diğer yandan örgütsel ve kültürel konularda kadınların üst pozisyonlara yükselmeleri konusunda tanımlanması gereken durumların varlığı kabul edilmektedir (Meyerson & Fletcher, 2000).

Türkiye’de Eğitim Sektöründe Kadın Yöneticiler

Türkiye’de kamu kurumlarında çalışan kadınların en çok yer aldığı sektörler; sağlık ve eğitim sektörleridir (Besler & Oruç, 2010). Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) 2013-2014 Eğitim - Öğretim yılı verilerine göre Türkiye’de okulöncesi eğitimde görev yapan 63327 öğretmenin %94.6’sı, ilkökul düzeyinde görev yapan 288444 öğretmenin %58.16’sı, ortaokul düzeyinde görev yapan 280804 öğretmenin %53.16’sı ve ortaöğretimde görev yapan 278641 öğretmenin %45.58’i kadınlardan oluşmaktadır (ASPB, 2014).

Uluslararası Standart Meslek Sınıflaması (ISCO), çalışan hane halkı fertlerinin yaptıkları işle ilgili meslek gruplarının kodlanması için kullanılmaktadır. Bu meslek gruplarından biri de yöneticilerdir. Türkiye’de 2014 yılı itibariyle istihdam edilen kadınların % 2.6’sı yöneticidir (TUİK, 2014).

Tablo 1. İstihdam Edilenlerin Cinsiyet ve Meslek Gruplarına Göre Dağılımı

	Toplam	Meslek grubu (ISCO 08)	
		Yöneticiler	Diğer
Kadın	7282	189	7093
Erkek	17717	1171	16546

Kaynak: TUİK, 2014.

2014 yılı Türkiye İstatistik Enstitüsü (TUİK) verilerine göre (Tablo 1.) Türkiye’de kadın yöneticilerin sayısı erkeklere oranla azdır. Sağlam ve Bostancı (2012) bunun sebebi olarak kadına yüklenen ailedeki görev ve sorumlulukların (günlük ev işleri, çocuk bakımı vs.) fazlalığı, kadına toplumsal bakış açısı ve erkek egemen toplum yapısının

kadının yönetim görevini almasını engellemesini göstermektedir. Çözüm olarak ise yönetimde kadınlar için belirli kontenjanlar ayırmak yerine ilköğretimden başlayarak tüm eğitim kademelerinde cinsiyet eşitliği bilinciyle oluşturulacak eğitim programları ile kadına yönelik geleneksel bakışın yıkılabileceğini önermektedir.

Diğer yandan Türkiye’de eğitim yöneticisi konumunda kadınların oranı da oldukça düşüktür. Eğitim yönetiminde kadın sayısının artması toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması açısından önemli görülmektedir. Bu amaçla 2008-2012 yılları arasında toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadına yönelik şiddet konularında topluma farkındalık kazandırmak amacıyla 198 yerel medya çalışanı ve 288 iletişim fakültesi öğrencisi ile atölye çalışmaları yürütülmüştür (ASPB, 2012). Bu kapsamda ayrıca MEB tarafından yürütülen *Eğitimde Cinsiyet Eşitliğinin Desteklenmesi Projesi* ile cinsiyete dayalı önyargıların ortadan kaldırılması, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması, ilköğretim çağından itibaren çocuklarda cinsiyet eşitliğini geliştirmek ve bu konudaki toplumsal bilinç oluşturarak, bu bilincin eğitim sisteminin bütününe yerleştirilmesi amaçlanmıştır. Proje kapsamında düzenlenen medya etkinlikleri ve bölgesel kampanyalarla Türkiye genelinde 100 bin kişiye ulaşılması hedeflenmiştir (ASPB, 2014). MEB Strateji Geliştirme Başkanlığının Şubat 2014 tarihli verilerine göre MEB bünyesinde merkez ve taşra teşkilatındaki eğitim kurumlarında kadrolu ve görevlendirme yoluyla çalışan 103004 yöneticinin %15,51’i (15.970) kadındır. 81 İl Millî Eğitim Müdürünün 2’si (%2,5), 859 İlçe Millî Eğitim Müdürünün 5’i (%0,6) kadındır. Türkiye genelinde okul yöneticilerine bakıldığında; erkek okul yöneticilerinin sayısı, kadın okul yöneticilerinin sayısına göre belirgin bir biçimde fazladır. Okullarda görev yapan 37.369 okul müdürünün 5436’sı (%14,6), 50641 müdür yardımcısının 7749’u (%15,3) kadındır (ASPB, 2014). Sağlam ve Bostancı’ya (2012) göre kadınların eğitim yönetimi pozisyonlarında yer almamalarının nedenlerinin araştırılması kadınlarının eğitim lideri olarak alanda yer almaları açısından önemli görülmektedir.

Bu araştırma kapsamında eğitim yönetiminde kadınların yükselmelerini engelleyen faktörlerden biri olarak görülen medyada kadının temsil edilme biçimi ile ilgili, öğretmenlerin görüşleri alınmış, bu görüşler doğrultusunda medya etkisinin cinsiyete, yaşa, medeni duruma, eğitim düzeyine, yönetici olup olmamaya veya çalışılan kurumun düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır.

Yöntem, Evren ve Örneklem

Araştırma tarama modelinde nicel bir çalışma olup var olan durum yansıtılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın çalışma evrenini 2013-2014 Eğitim - Öğretim yılında Sinop ili Ayancık ilçesinde ilk ve orta dereceli okullarda görev yapan öğretmenler (n=250) oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemine basit rasgele örnekleme yöntemi

ile bu evrenden seçilen 150 öğretmen oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde aşağıdaki istatistikî bilgiler dikkate alınmıştır.

1. 2013 yılı Eylül Ayı itibarı ile Ayancık İlçe Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı ilk ve orta dereceli okullarda yönetici statüsünde açılan norm kadrolar ve mevcut doluluk durumu. Ayancık'taki ilk ve orta dereceli okullarda, yöneticiler için açılan norm kadroların %77'si (37) doludur (Tablo 2).
2. 2014 yılı Mart ayı itibarı ile Ayancık İlçe Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı ilk ve orta dereceli okullarda görev yapan yöneticilerin görevleri ve cinsiyetlerine göre dağılımı (Tablo 3). Ayancık'ta istihdam edilen eğitim yöneticilerinin (görevlendirmeler de dahil) %21'i (8) kadın, %79'u (30) erkektir.
3. 2014 yılı Mart ayı itibarı ile Ayancık İlçe Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı ilk ve orta dereceli okullarda görev yapan öğretmen sayıları ve bu öğretmenler arasından yönetici statüsünde çalışan öğretmenlerin cinsiyetlerine göre dağılımı. Ayancık'ta istihdam edilen kadın öğretmenlerin %8.1'i, erkek öğretmenlerin %20'si yöneticidir (Tablo 4).

Tablo 2. Yöneticiler İçin Açılan Norm Kadrolar ve Doluluk Durumu

Okulun/ Kurumun Adı	Müdür		Müdür Baş Yard.		Müdür Yard.	
	Norm	Mevcut	Norm	Mevcut	Norm	Mevcut
Ayancık Çok Programlı Lisesi	1	1	-	-	1	1
Atatürk Anadolu Lisesi	1	0	-	-	1	1
Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi	1	1	1	1	5	5
Kız Teknik ve Meslek Lisesi	1	0	1	1	3	1
Ticaret Meslek Lisesi	1	1	-	-	2	3
Anadolu Sağlık Meslek Lisesi	1	1	-	-	1	1
İmam Hatip Lisesi	1	1	1	1	3	2
Av. H. Hüsnü Kılıç İlkokulu	1	1	-	-	1	0
Av. H. Hüsnü Kılıç Ortaokulu	1	0	-	-	1	1
Cumhuriyet İlkokulu	1	1	-	-	1	0
Fatih İlkokulu	1	1	-	-	1	1
İnönü Ortaokulu	1	1	-	-	1	1
M. Akif Ersoy Ortaokulu	1	0	-	-	1	1
Yenikonak İlkokulu	0	0	-	-	0	0
Yenikonak Yatılı Bölge Okulu	1	0	1	1	2	2
Zübeyde Hanım Anaokulu	1	0	-	-	0	0
Toplam	15	9	4	4	24	20

Kaynak: Ayancık İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, 2014-Mart.

Tablo 3. Yöneticilerin Görevleri ve Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Görevi	Erkek	Kadın	Toplam
Milli Eğitim Müdürü	1	-	1
Milli Eğitim Şube Müdürü	2	-	2
Okul Müdürü	8	-	8
Okul Müdür Vekili	5	2	7
Müdür Baş Yardımcısı	2	-	2
Müdür Yardımcısı	12	5	17
Müdür Yardımcısı (Görevlendirme)	-	1	1
Toplam	30	8	38

Kaynak: Ayancık İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, 2014-Mart.

Tablo 4. Öğretmenlerin ve Yöneticilerin cinsiyetlerine göre dağılımı

	Öğretmen	Yönetici	Toplam
Kadın	91	8	99
Erkek	121	30	151
Toplam	212	38	250

Kaynak: Ayancık İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, 2014-Mart.

Veri Toplama Aracı

İlgili literatür (Erdoğan, 2011; Köse, 2011; Sümer, 2009; Gündüz, 2010) taranarak "Medyada Kadına Yönelik Tutum Anketi" adı verilen bir anket geliştirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak bu anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde kişisel bilgiler (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, çalıştığı kurumun düzeyi, kurumdaki konum, mesleki tecrübe vs.), ikinci bölümünde medyada kadının temsil edilme biçimine yönelik 35 madde bulunmaktadır. Katılımcılardan bu maddeleri 5'li Likert tipi derecelendirme ölçeği (Tamamen katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum) kullanarak derecelendirmeleri istenmiştir. Araştırma kapsamında dağıtılan 150 anketten 145'i geri dönmüş, 138'i geçerli kabul edilerek analiz işlemlerine başlanmıştır. Analiz işlemleri için SPSS 21 programı kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Veri analizinde ilk önce ölçeğin geçerlik ve güvenirliği test edilmiştir. Ölçeği oluşturan 35 madde (değişken) üzerinde faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi değişken grupları veya değişken kümeleri tanımlamak ve veri setini daha kontrol edilebilir bir boyuta indirgemek için kullanılan bir tekniktir (Field, 2009). Faktör analizi sonucu 12 madde ölçekten çıkartılarak geride kalan 23 madde, *Toplumsal Duyarlılık, Örgütsel Davranış, Ayrımcı Hedef, Cinsiyet Eşitliği, Cinsellik Algısı,*

Mesleki Ayrım, Çoklu Rol Üstlenme olmak üzere 7 faktörle (alt boyut) açıklanmıştır. Ölçeğin açıkladığı toplam varyans % 67,8'dir. 23 maddelik ölçeğin tamamının Cronbach Alpha katsayısı 0,889 bulunmuştur. Bu da ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu gösterir. Ölçeğin alt boyutlarından *Toplumsal Duyarlılık* alt boyutu için Cronbach Alpha katsayısı 0,806 ve yüksek derecede güvenilir, *Örgütsel Davranış* alt boyutu için Cronbach Alpha katsayısı 0,770 ve güvenilir, *Ayrımcı Hedef* alt boyutu için Cronbach Alpha katsayısı 0,735 ve güvenilir, *Cinsiyet Ayrımcılığı* alt boyutu için Cronbach Alpha katsayısı 0,722 ve güvenilir, *Cinsellik Algısı* alt boyutu için Cronbach Alpha katsayısı 0,780 ve güvenilir, *Mesleki Ayrım* alt boyutu için Cronbach Alpha katsayısı 0,696 ve güvenilir, *Çoklu Rol Üstlenme* alt boyutu için Cronbach Alpha katsayısı 0,427 ve güvenilirliği düşük bulunmuştur.

Katılımcıların görüşleri ile yaş, medeni durum, cinsiyet, eğitim düzeyleri, çalıştıkları kurumun düzeyi, kurumdaki konumları ve mesleki deneyimleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla iki veya daha fazla bağımsız grupların ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Bu amaçla ilk önce grup varyanslarının homojenliğine bakılmış, homojenliğin karşılandığı durumlarda Tukey testi, karşılanmadığı durumlarda Tamhane's T2 testi yapılarak farkın hangi gruplara arasında olduğu belirlenmiştir. Gerekliğinde betimsel istatistiklere bakılarak $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde bulgular yorumlanmıştır.

Bulgular

Katılımcıların 65'i (%47) kadın, 73'ü (%53) erkektir. 103'ü evli (%75), 35'i (%25) bekârdır. 14'ü (%10) yüksekokul, 109'u (%79) lisans, 15'i (%11) yüksek lisans mezunudur.

12'si (%8,6) 21-25 yaş arasında, 29'u (%21) 26-30 yaş arasında, 36'sı (%26) 31-35 yaş arasında, 13'ü (%9,4) 36-40 yaş arasında, 20'si (%15) 41-45 yaş arasında, 28'i (%20) 45 yaşın üstündedir. 37'si (%27) 0-5 yıl arası, 23'ü (%17) 6-10 yıl arası, 26'sı (%19) 11-15 yıl arası, 18'i (%13) 16-20 yıl arası, 15'i (%11) 21-25 yıl arası, 19'u (%14) 25 yıl ve üstü mesleki deneyime sahiptir.

31'i (%23) ilkokullarda, 40'ı (%29) ortaokullarda, 67'si (%49) liselerde görev yapmaktadır. 21'i (%15) yönetici, 117'si (%85) öğretmen statüsünde çalışmaktadır. Yönetici statüsünde çalışanların 3'ü kadın, 18'i erkektir. Öğretmen statüsünde çalışanların 62'si kadın, 55'i erkektir. Yönetici kadınların 1'i müdür, 2'si müdür yardımcısı görevini yürütmektedir.

Toplumsal Duyarlılık ile İlgili Görüşler

Katılımcıların medyada kadınların temsiline yönelik *toplumsal duyarlılık* faktörüne ilişkin görüşlere katıldıkları ($\bar{x}=4,18$) görülmüştür (Bkz. Tablo 5.). Katılımcılar

medyada kadınların cinsel yönleri ön planda tutularak reklam malzemesi yapıldıklarına ($\bar{x}=4,46$), kadınların medyanın zararlı etkilerinden korunmak için ($\bar{x}=4,36$) ve medyayı kendilerine yararlı bir biçimde kullanmaları için ($\bar{x}=4,36$) eğitilmeleri gerektiğine dair düşüncelere tamamen katılmaktadır. Ayrıca katılımcılar, medyada zayıf ve güzel kadının toplumsal bir ideal olarak sunulduğunu ($\bar{x}=3,69$) ve medyada erkeklerin yaptığı bir işi kadın yaptığında başarı olarak gösterildiğini ($\bar{x}=4,12$) kabul etmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Toplumsal Duyarlılık Faktörüne İlişkin Görüşleri

Maddeler		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	\bar{x}	ss
Medyayı kendilerine yararlı bir şekilde kullanmaları için kadınlar eğitilmelidir.	f	3	7	3	49	76		
	%	2,2	5,1	2,2	35,5	55,1	4,36	,920
Medyanın zararlı etkilerinden korunmak için kadınlar eğitilmelidir.	f	2	4	5	59	68		
	%	1,4	2,9	3,6	42,8	49,3	4,36	,809
Medyada zayıf ve güzel kadın toplumsal bir ideal olarak sunulmaktadır.	f	1	19	15	52	51		
	%	0,7	13,8	10,9	37,7	37,0	3,69	1,049
Medya, erkeklerin yaptığı bir işi kadın yaptığında başarı olarak göstermektedir.	f	1	10	6	75	46		
	%	0,7	7,2	4,3	54,3	33,3	4,12	,850
Medyada kadın, cinsel yönü ön planda tutularak, reklam malzemesi yapılmaktadır.	f	0	6	3	50	79		
	%	0,0	4,3	2,2	36,2	57,2	4,46	7,46
Medya kadınları kurban, fedakâr anne ya da canı, iyi aile kızı ya da kötü kadın gibi kalıplara sokmaktadır.	f	2	8	15	63	50		
	%	1,4	5,8	10,9	45,7	36,2	4,09	,911
Ortalama							4,18	

Örgütsel Davranış ile İlgili Görüşler

Katılımcılar, medyada kadınların temsiline yönelik *örgütsel davranış* faktörüne ilişkin görüşlere yönelik kararsız ($\bar{x}=3,37$) kalmışlardır (Bkz. Tablo 6.). Katılımcılar medyada kadın sorunlarının yok sayıldığı ($\bar{x}=3,15$), kadın haklarının önemini anlatan reklam, afiş ve programları sadece kadınların izlediğine ($\bar{x}=3,25$) dair

düşüncelerde kararsız olduklarını belirtirken, medyada ataerkil toplumun gereksinimlerine hizmet edildiği ($\bar{x}=3,52$) ve kadına yönelik şiddetin gazetelerin ikinci sayfasında yer almasının söz konusu şiddetin önemsenmediğini gösterdiğine dair görüşlere ($\bar{x}=3,56$) katıldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6. Katılımcıların Örgütsel Davranış Faktörüne İlişkin Görüşleri

Maddeler		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	\bar{x}	ss
Kadına yönelik şiddetin gazetelerin ikinci sayfasında yer alması söz konusu şiddetin önemsenmediğini göstermektedir.	f	3	33	14	60	28		
	%	2,2	23,9	10,1	43,5	20,3	3,56	1,127
Medya ataerkil toplumun gereksinimlerine hizmet etmektedir.	f	5	23	32	51	27		
	%	3,6	16,7	23,2	37,0	19,6	3,52	1,096
Medyada kadın sorunları yok sayılmaktadır.	f	11	47	16	38	26		
	%	8,0	34,1	11,6	27,5	18,8	3,15	1,295
Medyada kadın haklarının önemini anlatan reklam, afiş ve programları sadece kadınlar izlemektedir.	f	6	38	26	51	17		
	%	4,3	27,5	18,8	37,0	12,3	3,25	1,121
Ortalama							3,37	

Ayrımcı Hedef ile İlgili Görüşler

Katılımcılar medyada kadınların temsiline yönelik "ayrımcı hedef" faktörüne ilişkin görüşlere ($\bar{x}=3,5$) katılmaktadır (Bkz. Tablo 7.). Katılımcılar medyada kadına yönelik şiddetin özendirildiğine dair kararsız olduklarını ($\bar{x}=3,17$) ancak medyada eğitilmiş olmayan kadın için şiddetin günlük yaşamın olağan bir uzantısı olarak gösterildiğine ($\bar{x}=3,62$) ve televizyonda kadına yönelik programlarda genellikle kadına yönelik şiddetin konu edildiğine katıldıklarını ($\bar{x}=3,78$) belirtmişlerdir.

Cinsellik Algısı ile İlgili Görüşler

Katılımcılar medyada kadınların temsiline yönelik *cinsellik algısı* faktörüne ilişkin görüşlere ($\bar{x}=4,47$) tamamen katılmaktadır (Bkz. Tablo 9.). Katılımcılar medyada kadınları cinsel obje olarak kalıplaştıran çizgi filmler, video oyunları, televizyon programlarının rahatsız edici olduğuna ($\bar{x}=4,5$), bazı gazetelerin arka sayfalarında kadınları arka sayfa güzeli olarak gösterilmesinden vazgeçilmesi gerektiğine tamamen katıldıklarını ($\bar{x}=4,43$) belirtmişlerdir.

Tablo 9. Katılımcıların Cinsellik Algısı Faktörüne İlişkin Görüşleri

Maddeler		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	\bar{x}	ss
Medyada kadınları cinsel obje olarak kalıplaştıran çizgi filmler, video oyunları, televizyon programları rahatsızlık vericidir.	f	1	4	5	43	85	4,5	,767
	%	0,7	2,9	3,6	31,2	61,6		
Bazı gazeteler, arka sayfalarında, kadınları "arka sayfa güzeli" olarak göstermekten vazgeçmelidir.	f	3	4	5	44	82	4,43	,871
	%	2,2	2,9	3,6	31,9	59,4		
Ortalama							4,47	

Mesleki Ayırım ile İlgili Görüşler

Katılımcılar medyada kadınların temsiline yönelik "mesleki ayırım" faktörüne ilişkin görüşlere ($\bar{x}=4,15$) katılmaktadır (Bkz. Tablo 10.). Katılımcılar medyada kadınların bir takım mesleklerde cinsiyetlerine vurgu yapılarak (kadın bakan, kadın vekil, kadın işçi vs.) temsil edildiğine ($\bar{x}=4,12$) ve televizyonlarda kadınların genellikle ev, evlilik, aile, çocuk gibi konularla ilişkilendirildiklerine katıldıklarını ($\bar{x}=3,96$), filmlerde sekreterlik, hemşirelik gibi bazı mesleklerin kadın meslekleriymiş gibi tanıtıldığına ise tamamen katıldıklarını ($\bar{x}=4,36$) belirtmişlerdir.

Kişisel Özelliklerle Medyada Kadının Temsiline Yönelik Faktörlerin Karşılaştırılması

Yaşa, cinsiyete, medeni duruma, eğitim düzeyine, yönetici veya öğretmen olma durumuna, mesleki deneyime, kurumun düzeyine göre grup değişkenlerinin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Katılımcıların oluşturduğu kadın ve erkek gruplarının ortalamaları arasında *Örgütsel davranış* ($p=0,00$), *Ayrımcı hedef* ($p=0,003$), *Cinsellik Algısı* ($p=0,022$), *Çoklu rol üstlenme* ($p=0,019$) faktörleri açısından anlamlı bir farklılık ($p<0,05$ anlamlılık düzeyinde) bulunmuştur (Bkz. Tablo 12.). Bu faktörlere ait görüşlerin derecelendirilmesinde kadınların ortalaması erkeklerden fazladır, kadınların bu faktörlerdeki görüşlere erkeklere göre daha duyarlı oldukları söylenebilir.

Tablo 12. Cinsiyete Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p
Örgütsel davranış	Gruplar arası	13,806	1	13,806	15,241	,000*
	Grup içi	123,194	136	,906		
Ayrımcı hedef	Gruplar arası	8,783	1	8,783	9,316	,003*
	Grup içi	128,217	136	,943		
Cinsellik algısı	Gruplar arası	5,220	1	5,220	5,388	,022*
	Grup içi	131,780	136	,969		
Çoklu rol üstlenme	Gruplar arası	5,438	1	5,438	5,621	,019*
	Grup içi	131,562	136	,967		

* $p<0,05$

Katılımcıların oluşturduğu 21-25, 26-30, 31-35, 36-40, 41-45, 45 ve üstü yaş gruplarının ortalamaları arasında *Örgütsel davranış* ve *Mesleki ayırım* faktörleri açısından anlamlı bir farklılık ($p<0,05$ anlamlılık düzeyinde) bulunmuştur (Bkz. Tablo 13). *Örgütsel davranış* faktöründe 21-25 yaş ile 31-35 yaş, 31-35 yaş ile 45 yaş ve üstü gruplarının ortalamaları, *Mesleki Ayırım* faktöründe ise 31-35 yaş ile 41-45 yaş gruplarının ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. *Örgütsel davranış* faktörüne ait görüşlerin derecelendirilmesinde en yüksek ortalama 21-25 yaş grubuna aittir, bu grubun kadınların medyada temsiline yönelik örgütsel davranışlara daha duyarlı oldukları söylenebilir. *Mesleki ayırım* faktörüne ait görüşlerin derecelendirilmesinde en yüksek ortalama 41-45 yaş grubuna aittir, bu grubun kadınların medyada temsiline yönelik mesleki ayırımına karşı daha duyarlı oldukları söylenebilir.

Tablo 13. Yaş Grubuna Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler		Kareler	df	Ortalama	F	p
		Toplamı		Kare		
Örgütsel davranış	Gruplar arası	19,310	5	3,862	4,332	,001*
	Grup içi	117,690	132	,892		
Mesleki ayırım	Gruplar arası	11,570	5	2,314	2,435	,038*
	Grup içi	125,430	132	,950		

*p<0,05

Katılımcıların oluşturduğu yüksekokul, lisans ve yüksek lisans mezunu grupların ortalamaları arasında *Çoklu rol üstlenme* faktörü açısından anlamlı bir farklılık ($p<0,05$ anlamlılık düzeyinde) bulunmuştur (Bkz. Tablo 14.). Bu faktörde yüksekokul mezunu ve lisans mezunu gruplar arasında anlamlı bir farklılık ($p<0,05$ anlamlılık düzeyinde) bulunmaktadır.

Tablo 14. Eğitim Düzeyine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler		Kareler	df	Ortalama	F	p
		Toplamı		Kare		
Çoklu rol üstlenme	Gruplar arası	6,379	2	3,189	3,296	,040*
	Grup içi	130,621	135	,968		

*p<0,05 anlamlılık düzeyinde

Katılımcıların oluşturduğu yönetici ve öğretmen gruplarının ortalamaları arasında *Örgütsel davranış* faktörü açısından anlamlı bir farklılık ($p<0,05$ anlamlılık düzeyinde) bulunmuştur (Tablo 15).

Tablo 15. Yönetici veya Öğretmen Olma Durumuna Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler		Kareler	df	Ortalama	F	p
		Toplamı		Kare		
Örgütsel davranış	Gruplar arası	11,119	1	11,119	12,012	,001*
	Grup içi	125,881	136	,926		

*p<0,05 anlamlılık düzeyinde

Katılımcıların oluşturduğu 0-5, 6-10, 11-15, 16-20, 21-25, 25 ve üstü yıl mesleki deneyime sahip grupların ortalamaları arasında *Örgütsel davranış* faktörü açısından anlamlı bir farklılık ($p<0,05$ anlamlılık düzeyinde) bulunmuştur (Bkz. Tablo 16.). 0-5 yıl ile 11-15 yıl, 11-15 yıl ile 21-25 yıl, 11-15 yıl ile 25 yıl ve üstü mesleki deneyime sahip katılımcıların grup ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. *Örgütsel davranış* faktörüne ait görüşlerin derecelendirilmesinde en yüksek ortalama 11-15 yıl mesleki deneyime sahip katılımcılara aittir, bu grubun kadınların medyada temsiline yönelik örgütsel davranışlara diğer gruplara göre daha duyarlı oldukları söylenebilir.

Tablo 16. Mesleki Deneyime Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p
Örgütsel davranış	Gruplar arası	17,406	5	3,481	3,842	,003*
	Grup içi	119,594	132	,906		

*p<0,05 anlamlılık düzeyinde

Katılımcıların medeni durumu, çalıştıkları kurumun düzeyi gibi özellikleri ile medyada kadınların temsiline yönelik görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Tartışma ve Sonuç

Türkiye’de yasal olarak hiçbir engel olmamasına rağmen sosyal, kültürel veya ekonomik sebeplerden dolayı kadınların işgücüne katılımı erkeklere oranla daha düşüktür (Çelikten, 2004). Hatta Türkiye’de bu oranın gelişmiş bölgelerden az gelişmiş bölgelere ve ilkokullardan liselere gidildikçe daha da azaldığı gözlemlenmektedir (Gerni, 2001:41). Diğer yandan çalışan insanlarda genel olarak kariyer yapma ve meslekte yükselme eğilimi vardır. Ancak kadınlar için kariyer sürecinin önünde bir takım engeller oluşmaktadır. Bu engellerden biri de literatürde “cam tavan” olarak adlandırılan ve kadınların çalışma yaşamında bir üst basamağa yükselmelerinde görünmez engeller olarak tanımlanan engellerdir. İstatistiklere göre çalışma yaşamında kariyerinde en üst noktalara yaklaşan kadınların çoğu ya o makamı terk etmekte, ya aynı enerji ile yoluna devam edememekte ya da hayal kırıklıklarına uğramaktadır. Günümüzde bu sorunun çözümü için geçmişte kadınlara yönelik devrimsel nitelikte çalışmalar yapılmış olsa da kadınların önündeki engeller halen devam etmektedir (Meyerson ve Fletcher, 1999). Cam tavana neden olan engellerden biri olarak görülen medya ve medyada kadının temsilinde varsayılan hatalar bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

Diğer birçok alanda olduğu gibi (Sertkaya ve ark., 2013; Clevenger & Singh, 2013; Tükeltürk & Perçin, 2008) eğitim yönetiminde de (Moreau ve ark., 2007) kadınların cam tavan sendromu yaşamalarında medya etkili bir faktördür. Kadınlar kendilerine yönelik pozitif ayrımcılığı yani kendi yararlarına olan davranışları kabul etmemektedir (Tükeltürk & Perçin, 2008), bunun yerine kadınlara erkeklerle eşit durumsal tanımlamalar yapılması, eşit fırsatlar sunulması, bu fırsatların yasalar ve politikalarla desteklenmesi gerekmektedir (Turan & Ebiçlioğlu, 2002).

Türk eğitim sisteminde okul yöneticileri öğretmenler arasından atanmaktadır. Okul yöneticisi olmak için yasalara göre cinsiyete yönelik herhangi bir ayrımcılık görülmemektedir (Altınışık, 1995; ASPB, 2014). Altınışık’a göre okul müdürlüğü için erkekler yeğlenmekte, kadınlar ise müdür yardımcılığı gibi ikinci derece

yöneticiliklere uygun görölmektedirler. Aradan 19 sene geçmesine rağmen bu görüş Sinop ili Ayancık ilçesi için aynı şekilde gözlemlenmiştir (Tablo 4).

Bu araştırmada Sinop ili Ayancık ilçesinde eğitim yönetiminde üst pozisyonlarda veya karar alma mekanizmalarında az görölen (Bkz. Tablo 4.) kadın öğretmenlerin yaşadığı düşünölen cam tavan sendromunda medyada kadınların temsili'nin etkisinin olup olmadığına ilişkin öğretmen görüşleri incelenmiştir. Araştırmada ayrıca öğretmenlerin bu algısının cinsiyetlerine, yaşa, mesleki deneyimi, çalıştıkları kurumun düzeyine, eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin medyada kadınların temsiline yönelik toplumsal duyarlılık gösterdiği görölmüştür. Katılımcılar medyanın kadınların cinsel yönlerini ön planda tutarak onları reklam malzemesi yapması ve gazetelerin arka sayfalarında arka sayfa güzeli olarak göstermesinden vazgeçilmesi, kadınların medyanın zararlı etkilerinden korunmak için veya medyayı kendilerine yararlı bir biçimde kullanmaları için eğitilmeleri, medyada kadınların varlığını ve gücünü arttırmaya yönelik çalışmalar yapılması gerektiğini düşünmektedirler. Ayrıca medyada ataerkil toplumun gereksinimlerine hizmet edildiği ve kadına yönelik şiddetin gazetelerin ikinci sayfasında yer almasının söz konusu şiddetin önemsenmediğini gösterdiğini belirtmişlerdir. Medyada eğitimli olmayan kadın için şiddetin günlük yaşamın olağan bir uzantısı olarak gösterildiğini ve televizyonda kadına yönelik programlarda genellikle kadına yönelik şiddetin konu edildiğini belirtmişlerdir. Buna ek olarak kadınların genellikle ev, evlilik, aile, çocuk gibi konularla ilişkilendirildikleri, bazı mesleklerin sadece kadın meslekleriymiş gibi tanıtıldığı düşünölmektedirler.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Gelecek Araştırma Konuları

Bu araştırma 2013-2014 Eğitim-Öğretim yılında Sinop ili Ayancık İlçesinde görev yapan 150 öğretmenin görüşleri doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar bu öğretmenlerin görüşleri ile sınırlıdır. Diğer illerde ve hatta Türkiye genelinde eğitim yönetiminde kadınların erkeklere oranla daha az yer almasında medya veya medyada kadının temsiline etkisinin araştırılması önerilir. Ayrıca kadınların cam tavan sendromu yaşamalarına neden olan diğer etkenler incelenerek bu etkenlerin azaltılmasına yönelik çözüm önerileri geliştirilebilir.

Bu araştırmada veri toplama amacıyla ilk ve orta dereceli sınırlı sayıda okulda görev yapan sınırlı sayıda öğretmenin görüşleri incelenmiştir, araştırma genişletilerek bu tür okullarda görev yapan yönetici ve öğretmenlerin yanı sıra öğrenim gören öğrencilerin görüşleri de yapılabilecek araştırmalar kapsamında değerlendirilebilir.

Kaynakça

- ASPB (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı) (2008). *Politika Dökümanı: Kadın ve Medya*. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü. İnternet adresi: www.kadininstatusu.gov.tr. Erişim: 10.04.2014.
- ASPB (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı) (2012). *Türkiye’de Kadının Durumu*. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü. İnternet adresi: <http://www.kadininstatusu.gov.tr>. Erişim: 02.04.2014.
- ASPB (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı) (2014). *Türkiye’de Kadın*. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü. İnternet adresi: <http://www.kadininstatusu.gov.tr>. Erişim: 26.11.2014.
- Abiodun F.O. (2008). Distance Learning and Women Marginalization: The Gender Oriented Perspective (G.O.P.). *The Fifth Pan-Commonwealth Forum on Open and Distance Learning*. University of London UK 13-17 July 2008.
- Altınışik S. (1995). Kadın Öğretmenlerin Okul Müdürü Olmasının Engelleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 1(3): 333-334.
- BBC (British Broadcasting Corporation) (2013). Yüz Kadın. İnternet adresi: <http://www.bbc.com/news/world-23888283>. Erişim: 10.04.2014.
- Besler S. & Oruç İ. (2010). Türkiye’de ve Yazılı Basında Kadın Yöneticiler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1):17-38.
- Bingöl D.; Aydoğan E.; Şenel G. & Erden P. (2011). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Hiyerarşik Yükselmelerindeki Engeller: T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Ankara Merkez Teşkilatı Örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 12(1):115-132.
- Bombuwela P.M. & Chamaru A.A. (2013). Effects of Glass Ceiling on Women Career Development in Private Sector Organizations-case of Sri Lanka. *Journal of Competitiveness*, 5(2):3-19.
- Clevenger L. & Singh N. (2013). Exploring Barriers That Lead to the Glass Ceiling Effect for Women in the US Hospitality Industry, *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 12 (4): 376-399.
- Çelikten M. (2004). Okul Müdürü Koltuğundaki Kadınlar: Kayseri İli Örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2): 91-118.
- Durrah T.M. (2009). A Study of Gender Based School Leadership and Its Perceived Influence on the School Climate. Doktora Tezi, *Union University*.

- Erdoğan M. (2011). *Medyada Cinsiyete Dayalı Ayrımcılıkla Mücadelede Medya İzleme Grupları*, Uzmanlık Tezi, Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Ereş F. (2006). Türkiye’de Kadının Statüsü ve Yansımaları. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19: 40-52.
- Field A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. London: Sage publications.
- Gallagher M. (2001). *Gender setting: New Agendas for Media Monitoring and Advocacy*. UK: Zed Books.
- Gemi M. (2001). *Yönetimde Kadınlar*. İstanbul: Beta Basım.
- Gündüz Y. (2010). Öğretmen Algılarına Göre Kadın Öğretmenlerin Kariyer Engellerinin İncelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi*, 10 (1): 133-149
- Köse A. (2011). Türk Basınında Kadın: 2010 Türkiye’inde Sosyal Haklar Açısından Kadınların Temsili. İçinde *Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu III: Bildiriler Kitabı*. İstanbul: Petrol-İş Yayını No.116: 401-418.
- Meyerson D.E. & Fletcher J.K. (2000). A Modest Manifesto for Shattering the Glass Ceiling. *Harvard Business Review*, 78 (1):126-136.
- Mora N. (2005). Kitle İletişim Araçlarında Yeniden Üretilen Cinsiyetçilik ve Toplumda Yansıması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2(1): 1-7.
- Mora N. (2008). Media, Society and the Symbolic Elites as the Source of News, *International Journal of Human Sciences*, 5(1): 1-25.
- Moreau M.P.; Osgood J. & Halsall A. (2007). Making Sense of the Glass Ceiling in Schools: An Exploration of Women Teachers’ Discourses. *Gender and Education*, 19(2): 237-253.
- Örücü E.; Kılıç R. & Kılıç T. (2007). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2): 117-135.
- Özan M.B. & Akpınar B. (2002). Okul Yönetiminde Kadın Yöneticilerin Başarısı. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2): 219-234.
- Sağlam A.Ç. & Bostancı, A.B. (2012). Milli Eğitim Bakanlığı Merkez ve Taşra Örgütleri Yönetim Pozisyonlarında Kadınların Temsil Edilme Düzeyine Yönelik Yönetici Görüşleri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 5(2): 140-155.

- Sertkaya O.; Onay M. & Ekmekçi R. (2013). Spor Örgütlerinde Kadın Yöneticilere Yönelik Tutumların Belirlenmesi. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(4): 1-13.
- Sümer N. (2009). İslamcı Dergilerin İdeal Kadın Tipolojisine Yönelik Bir İçerik Analizi. İçinde Yağbasan M. (Ed.), *Medya ve Etik Sempozyumu: Bildiriler*. Elazığ: Karınca Yayınları: 395-412.
- Tan M. (2002). Eğitim Yönetiminde Kadınlara Yer/Gerek Var mı? İçinde Elma C. & Çinkır Ş. (Haz.), *21. Yüzyıl Eğitim Yöneticilerinin Yetiştirilmesi Sempozyumu*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları No. 21: 37-46.
- Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2014-2018 (2014). İnternet adresi: <http://www.kadininstatusu.gov.tr>. Erişim: 08.04.2014.
- Turan S. & Ebiçlioğlu N. (2002). Okul Müdürlerinin Liderlik Özelliklerinin Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8(3): 444-458.
- Tükeltürk Ş.A. & Perçin N.Ş. (2008). Turizm Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu: Cam Tavanı Kırmaya Yönelik Stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2): 113-128.
- Wolska M. (2011). Gender Stereotypes in Mass Media. Case Study: Analysis of the Gender Stereotyping Phenomenon in TV Commercials. İnternet adresi: Krytyka.org. Erişim: 09.04.2014.
- Wood J.T. (1994). Gendered Media: The Influence of Media on Views of Gender. İçinde Wood J.T. (Ed.), *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture*. Belmont, California:Wadsworth Publishing: 231-244.