

# KADIN VE TASARIM

*Tasarım Süreçlerine Stratejik Bakış*

**Baş Editör**

Prof. Dr. İsmail BAKAN

**Editörler**

Doç. Dr. Günsu YILMA ŞAKALAR

Prof. Dr. Burcu ERŞAHAN



© Copyright 2024

*Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.*

<b>ISBN</b> 978-625-399-177-7	<b>Yayın Koordinatörü</b> Yasin DİLMEN
<b>Kitap Adı</b> Kadın ve Tasarım - Tasarım Süreçlerine Stratejik Bakış	<b>Sayfa ve Kapak Tasarımı</b> Akademisyen Dizgi Ünitesi
<b>Baş Editör</b> İsmail BAKAN ORCID iD: 0000-0001-8644-8778	<b>Yayıncı Sertifika No</b> 47518
<b>Editörler</b> Günsu YILMA ŞAKALAR ORCID iD: 0000-0002-6635-5010 Burcu ERŞAHAN ORCID iD: 0000-0003-2546-0567	<b>Baskı ve Cilt</b> Vadi Matbaacılık
	<b>Bisac Code</b> ART000000
	<b>DOI</b> 10.37609/akya.337

**Kütüphane Kimlik Kartı**  
Kadın ve Tasarım-Tasarım Süreçlerine Stratejik Bakış / ed. İsmail Bakan,  
Günsu Yılma Şakalar, Burcu Erşahan.  
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.  
338 s. : fotoğ, tablo, şekil. ; 160x235 mm.  
Kaynakça ve İndeks var.  
ISBN 9786253991777

**GENEL DAĞITIM**  
**Akademisyen Kitabevi A.Ş.**

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara  
Tel: 0312 431 16 33  
siparis@akademisyen.com

[www.akademisyen.com](http://www.akademisyen.com)

## **Baş Editörden...**

Multidisipliner bağlamda kurgulanmış, Kadın ve Tasarım isimli bu kitap; tüm bölümler disiplinlerarası bağlamda kadın dünyasında birçok alanda uygulanan stratejileri gündeme getirerek bir bütün halinde sizler için hazırlanmıştır. Kitabın her bir bölümü, Türkiye'deki ve dünyadaki kadınların ekonomik ve sosyal yaşamdaki rolleri, karşılaştıkları güçlükler ve bu güçlüklerle sundukları çözümler ile oluşturmuş oldukları stratejilere kadar geniş bir spektrumda konuları kapsamaktadır. Her bir bölüm, kadınların tasarım ve üretim süreçlerindeki etkilerini ve bu süreçlerde karşılaştıkları zorlukları disiplinlerarası bir yaklaşımla incelemektedir.

Kitap aynı zamanda kadın özelinde bakış açısıyla bilimsel anlamda yazılan ilk kitap olma özelliğini taşımaktadır. Doçentlik başvurularında yer alan Güzel Sanatlar, Eğitim Bilimleri, Mimarlık, Planlama ve Tasarım, Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Temel Alanları içerisinde yer alan Üretim Yönetimi Bilim/Sanat Alanında Operasyon Stratejisi, Görsel İletişim Tasarımı Bilim/Sanat Alanında *Çizgi Film (Canlandırma) / Animasyon*, İç Mimarlık Bilim/Sanat Alanında *İç Mimari Tasarım, İç Mimarlıkta Ekoloji, Sürdürülebilirlik ve Enerji Etkin Tasarım, İç Mimarlık Eğitimi*, Pazarlama Bilim/Sanat Alanında *Tüketici Davranışları, Pazarlama Araştırmaları, Reklam, Pazarlama İletişimi, Dijital Pazarlama*, Sinema Bilim/Sanat Alanında *Belgesel Film, Film Yapım-Yönetimi, Video Tasarımı*, Plastik Sanatlar Bilim/Sanat Alanında *Resim*, Tasarım Bilim/Sanat Alanında *Tekstil ve Moda Tasarımı*, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim/Sanat Alanında *Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi*, Yönetim ve Organizasyon Bilim/Sanat Alanında ise *Örgütsel Davranış, Girişimcilik, İnsan Kaynakları Yönetimi ve Stratejik Yönetim* anahtar kelimelerini içermektedir.

Uzun süredir üzerinde titizlikle çalışmış olduğumuz bu kitabın, bilim dünyasına multidisipliner çalışmalara katkı yapacağına dair inancım sonsuzdur. Bilime ışık tutması dileğiyle...

*Prof. Dr. İsmail BAKAN*

*Baş Editör*

*Temmuz 2024 / Kahramanmaraş*

## **Editörlerden...**

Değerli Okuyucular,

“Kadın ve Tasarım” isimli bu değerli eserin editörleri olarak, sizlerle bu kitabın genel çerçevesini ve içeriğini paylaşmaktan onur duymaktayız. Elinizdeki bu kitap; Güzel Sanatlar, Mimarlık, Planlama ve Tasarım, Eğitim Bilimleri, Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler gibi geniş bir yelpazede kadın özelindeki disiplinlerarası araştırmaları içermektedir. Bu çeşitlilik, kitabın multidisipliner bir anlayışla kurgulanmış olmasının birer yansımasıdır.

Kitapta yer alan bölümler, farklı disiplinlerden araştırmacılar tarafından kaleme alınmış olup, her biri kendi alanında derinlemesine analizler ve stratejik değerlendirmeler sunmaktadır. Kadınların tasarım dünyasındaki yerini, üretim süreçlerini ve stratejilerini farklı perspektiflerden ele alarak, okuyuculara zengin bir bilgi birikimi sunmayı amaçlamaktadır.

Birbirinden farklı alanlarda 14 bölüm ve 24 araştırmacının yer aldığı bu kitap içerisinde; *“Tasarım Yönetiminde Kadın: Blokzincir Teknolojileri, Nitelikli Fikri Tapu (NFT) ve Sanal Evren”*, *“Kadın Müzik Üreticiliğinde Beste Yapma Süreçlerinin Tasarımı ve İzledikleri Stratejiler”*e, *“Kadın Kooperatiflerinin Yönetimsel Anlamda Ekonomik ve Sosyal Yaşamda Rolü ve Önemi”*nden *“Kadın Tüketiciler Tasarım Dünyasının Neresinde? Cinsiyet Üzerinden Ürün Tasarımına Kritik Bir Bakış”*a kadar çeşitli açıdan geniş bir yelpazede konu başlıkları yer almaktadır. Her bölüm, kadınların yaratıcı süreçlerdeki rollerini, karşılaştıkları zorlukları ve geliştirdikleri stratejileri disiplinlerarası bir bakış açısıyla incelemektedir. Örneğin, *“Türk Moda Dünyası Tasarım Süreçlerinde Kadın Tasarımcıların Önemi”* başlığı altında, moda dünyasında kadın tasarımcıların katkıları ve bu süreçlerdeki stratejik yaklaşımları detaylandırılmaktadır.

*“Güncel Sanatta Farklı Pratikleri Kullanan Kadın Sanatçılar ve Tasarım Süreçlerinde İzledikleri Stratejiler”* başlıklı bölümde, günümüz sanat dünyasında kadın sanatçıların çeşitli pratikleri nasıl kullandıkları ve bu süreçlerdeki stratejik yaklaşımları ele alınmaktadır. Ayrıca, *“Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Femvertising Kavramının Stratejik Açıdan Değerlendirilmesi: Reklam Örnekleri İncelemesi”* bölümünde, kadın odaklı reklamcılık anlayışını içeren femvertising kavramının reklam stratejileri üzerindeki etkisi incelenmektedir.

*“Beyaz Perdenin Ardındaki Güç: Kadın Senaristlerin Sinema/Dizi Sektöründe Edindikleri Tecrübelere Stratejik Bakış”* başlıklı bölüm, kadın senaristlerin sinema ve dizi sektöründe karşılaştıkları deneyimleri stratejik bir perspektifle ele almaktadır. *“Bilgi İletişim Teknolojilerinde Feminizasyon U Hipotezinin Geçerliliği Panel Veri Analizi”* ise, bilgi iletişim teknolojilerinde kadınların rolünü ve bu alanlardaki hipotezlerin geçerliliğini analiz etmektedir.

*“Kadın Tasarımcılar: İç Mimaride Kadının Eli”* başlıklı bölümde iç mimaride kadın tasarımcıların ürünleri ile ilgili geniş bilgi sahibi olma fırsatını sunmaktadır. “Dijital Oyun Tasarımı Alanında Kadın Stratejileri”nde dijital dünyanın olanaklarını kullanan kadınların izledikleri stratejiler örneklerle anlatılmaktadır. *“Türkiye’de İşgücü Piyasalarında Kadınların Yeri ve Dijital Teknolojileri Bağlamında Artırılmasına Yönelik Öneriler”* başlıklı bölümde kadınların işgücü piyasalarında dijital teknolojilerin artırılmasına yönelik bakış açıları sunulmaktadır.

*“Kadınların İstihdamında Mesleki Eğitim Merkezlerinin Yeri ve Öneminin İstihdam Stratejileri Kapsamında Değerlendirilmesi”* başlıklı bölüm, mesleki eğitim merkezlerinin kadın istihdamındaki gücü ve önemi ile ilgili önemli ip uçları vermektedir. *“Kadın Girişimcilerde Liderlik Stratejileri”* başlıklı bölümde ise; liderlik stratejilerinin kadın girişimcilerce ne şekilde uygulandığından bahsedilmektedir.

Kitabın her bir bölümü, okuyuculara kadınların yaratıcı süreçlerdeki rolünü ve bu süreçlerde izledikleri stratejileri disiplinlerarası bir perspektifle sunmayı amaçlamaktadır. Kadınların tasarım dünyasındaki yerini ve önemini daha iyi anlamamıza katkı sağlayacağını umduğumuz bu değerli çalışmada emeği geçen tüm araştırmacılara teşekkür eder, siz değerli okuyucularımıza keyifli ve ilham verici bir okuma deneyimi dileriz.

Saygılarımızla,

Doç. Dr. Günsu YILMA ŞAKALAR  
Prof. Dr. Burcu ERŞAHAN  
Temmuz 2024 / Kahramanmaraş

# İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1	Tasarım Yönetiminde Kadın: Blokzincir Teknolojileri, Nitelikli Fikri Tapu (NFT) ve Sanal Evren ..... 1 <i>Bahadır UÇAN</i>
BÖLÜM 2	Kadın Müzik Üreticiliğinde Beste Yapma Süreçlerinin Tasarımı ve İzledikleri Stratejiler ..... 7 <i>Günsu YILMA ŞAKALAR</i> <i>Melek Ayçin YILDIRIM</i>
BÖLÜM 3	Türk Moda Dünyası Tasarım Süreçlerinde Kadın Tasarımcıların Önemi .....21 <i>Mine CERANOĞLU TERECE</i>
BÖLÜM 4	Güncel Sanatta Farklı Pratikleri Kullanan Kadın Sanatçılar ve Tasarım Süreçlerinde İzledikleri Stratejiler .....53 <i>Mehmet Ali BÜYÜKPARMAKSIZ</i>
BÖLÜM 5	Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Femvertising Kavramının Stratejik Açından Değerlendirilmesi: Reklam Örnekleri incelemesi.....91 <i>Esra AYAZ</i> <i>Cansu BİRİN ATILGAN</i>
BÖLÜM 6	Beyaz Perdenin Ardındaki Güç: Kadın Senaristlerin Sinema / Dizi Sektöründe Edindikleri Tecrübelere Stratejik Bakış ..... 113 <i>Semih KAŞIKÇI</i>
BÖLÜM 7	Stratejik Yönetimi Açısından Bilgi İletişim Teknolojilerinde Feminizasyon U Hipotezinin Geçerliliğinin Test Edilmesi: Panel Veri Analizi..... 127 <i>Ayşe ERYER</i> <i>Arif Selim EREN</i>

<b>BÖLÜM 8</b>	<b>Kadın Tasarımcılar: İç Mimarlıkta Kadının Eli.....</b>	<b>143</b>
	<i>Meryem GEÇİMLİ</i>	
<b>BÖLÜM 9</b>	<b>Dijital Oyun Tasarımı Alanında Kadın Stratejileri.....</b>	<b>159</b>
	<i>Mehmet Şahin SOLAK</i>	
	<i>Can MEŞE</i>	
	<i>Yusuf İslam BOLAT</i>	
<b>BÖLÜM 10</b>	<b>Türkiye’de İşgücü Piyasalarında Kadınların Yeri ve Dijital Teknolojiler Bağlamında Artırılmasına Yönelik Öneriler .....</b>	<b>177</b>
	<i>Arif Selim EREN</i>	
	<i>Ayşe ERYER</i>	
<b>BÖLÜM 11</b>	<b>Kadınların İstihdamında Mesleki Eğitimin Yeri ve Öneminin İstihdam Stratejileri Kapsamında Değerlendirilmesi .....</b>	<b>219</b>
	<i>Burcu ERŞAHAN</i>	
	<i>Yağmur MATYAR TANIR</i>	
<b>BÖLÜM 12</b>	<b>Kadın Girişimcilerde Liderlik Stratejileri .....</b>	<b>237</b>
	<i>Mustafa Tuncer OKUMUŞ</i>	
<b>BÖLÜM 13</b>	<b>Kadın Kooperatiflerinin Yönetimsel Anlamda Ekonomik ve Sosyal Yaşamda Rolü ve Önemi .....</b>	<b>261</b>
	<i>İsmail BAKAN</i>	
	<i>Makbule ERMAN</i>	
<b>BÖLÜM 14</b>	<b>Kadın Tüketiciler Tasarım Dünyasının Neresinde? Cinsiyet Üzerinden Ürün Tasarımına Kritik Bir Bakış .....</b>	<b>277</b>
	<i>Mustafa ASLAN</i>	
	<i>Çağrı Selman İÇDE</i>	
	<i>Elif KOCAGÖZ</i>	

# YAZARLAR

## Mustafa ASLAN

*Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı*

## Dr. Öğr. Üyesi Cansu BİRİN ATILGAN

*Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü*

## Dr. Esra AYAZ

*Bağımsız Araştırmacı*

## Prof. Dr. İsmail BAKAN

*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü*

## Doç. Dr. Yusuf İslam BOLAT

*Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü*

## Doç. Dr. Mehmet Ali BÜYÜKPARMAKSIZ

*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü*

## Doç. Dr. Arif Selim EREN

*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü*

## Makbule ERMAN

*Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü*

## Dr. Ayşe ERYER

*Bağımsız Araştırmacı*

## Prof. Dr. Burcu ERŞAHAN

*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü*

## Doç. Dr. Meryem GEÇİMLİ

*Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü*

## Çağrı Selman İĞDE

*Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı*

## Arş. Gör. Semih KAŞIKÇI

*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü*

## Doç. Dr. Elif KOCAGÖZ

*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü*

## Dr. Öğr. Üyesi Can MEŞE

*Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü*



**Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Tuncer OKUMUŞ**

*Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Psikoloji Bölümü, Endüstri ve Örgüt Psikolojisi Ana Bilim Dalı*

**Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Şahin SOLAK**

*Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü*

**Arş. Gör. Yağmur MATYAR TANIR**

*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü*

**Doç. Dr. Mine CERANOĞLU TERECE**

*Çukurova Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü*

**Doç. Dr. Bahadır UÇAN**

*Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim ve Tasarımı Bölümü*

**Doç. Dr. Günsu YILMA ŞAKALAR**

*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Müzik Bölümü*

**Melek Ayçin YILDIRIM**

*Yüksek Lisans, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müzik Ana Bilim Dalı*

## Tasarım Yönetiminde Kadın: Blokzincir Teknolojileri, Nitelikli Fikri Tapu (NFT) ve Sanal Evren

*Bahadır UÇAN<sup>1</sup>*

### GİRİŞ

Tasarım çok boyutlu bir kavram olarak ele alındığında fikir, planlama, organizasyon, üretim ve denetim basamaklarının bütününe kapsamaktadır. Bu bağlamda tasarım planlı bir yönetime ihtiyaç duyar. Yönetim işlevi, karikatürize şekilde biçimlendirilen “işçiye hükmeden patron” gibi bir çizginin çok uzağında yer almakta ve bunun tam tersi şekilde yöneticilik meselesi bir işin belirli bir akışını kontrol eden çalışan olmaktan çok daha zorlukları barındıran bir yapıyı doğurmaktadır. Sözgelimi nitelikli bir çalışan olmak birtakım ciddi süreçlerden geçmeyi, disiplin içinde tarif edilen alanda üretmeyi, vb. durumları gerektirmektedir. Ancak yönetici olmak ise tüm bu durumlara hakim olmayı ve sürecin bütününe planlayan bir üst bakış ve vizyona sahip olmayı gerekli kılar. Çalışanlar arası uyumlu bir işbirliği sürecini yönetmekten yoksun bir yönetici sürdürülebilir bir kalkınmaya erişmekten çok uzakta kalacaktır. Tasarım yönetimi de tüm bu süreçlerden farklı olmamaktadır. “Kadın” bu süreçlerin neresindedir? Bu sorunun cevabını ise hiç tereddüt etmeden vermek gerekir: her basamağında. Kadın, büyük üstat Neşet Ertaş’ın deyişinde olduğu gibi “kadın insandır, biz insanoğlu” noktasındadır.

Tasarım yönetimi perspektifinde gelişen teknolojiler ve yeni kavramlar, kadın estetiğinin gerekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır. Bu bölümde kadın, tasarım ve yönetim kavramları güncel teknolojiler ekseninde değerlendirilmeye çalışılmış ve örneklem olarak İstanbul Blokzincir Kadınları Derneği seçilmiştir. Derneğin içerik koordinatörlerinden Bahar Özden YILDIRIM ile söyleşi gerçekleştirilmiştir.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim ve Tasarım Bölümü, bucan@yildiz.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-4062-0469.

rak karşımıza çıkmaktadır. Hali hazırda sağlık, ekonomi, tedarik zinciri, depolama sistemleri gibi pek çok alanda kullanılmakta olan blokzincir teknolojisinin potansiyelinin yüksek olması ve henüz bu potansiyele ulaşmamış olması heyecan vericidir. Blokzincir teknolojisinin sunduğu merkeziyetsiz dünyanın kilidi açılmış, geliştiriciler tarafından inşasına devam edilmektedir. Ancak bu merkeziyetsiz dünyanın cinsiyetten de bağımsız bir ekosistem olabilmesi, küreselleşmeyi daha anlamlı kılmak için gidilmesi gereken bir yol olarak gözükmektedir. Blokzincir alanında nitelikli kadın geliştirici, konuşmacı, eğitimci vb. bulunsa da, sektördeki kadın popülasyonunun oldukça az olması dikkat çekicidir. Dolayısıyla sadece mühendislere değil, hukukçulara, sosyologlara, içerik üreticilere, tasarımcılara, sanatçılara, iş geliştirme uzmanlarına ihtiyaç vardır. NFT'lerin, blokzincir teknolojisini sunduğu bir sertifikalama sistemi olarak sanatın pek çok alanıyla entegrasyonu sağlanabildiğinden, bağımsız kadın sanatçılar dijital sanat eserlerini NFT pazarına sunarak alanda yer edinebilmektedirler. Henüz gelişmekte olan bir alan olduğundan, regülasyonların tamamlanması yönünde en doğru adımların atılabilmesi için bu alana meraklı hukukçulara da ihtiyaç bulunmaktadır. Bu noktada disiplinlerarası iş birliğine elverişli bir teknoloji, aynı şekilde farklı alanlardan kadınları da bünyesinde bulundurmalıdır.

## KAYNAKLAR

- Altaiy, M., Yıldız, İ., & Uçan B. (2023). Malware detection using deep learning algorithms. *AURUM Journal of Engineering Systems and Architecture*, 7(1), 11-26.
- Anadolu Ajansı Haberi. (2024, 29 Nisan). NFT'nin Türkçe karşılığı nitelikli fikri tapu olarak belirlendi. <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/nftnin-turkce-karsiligi-nitelikli-fikri-tapu-olarak-belirlendi/2570316>
- Beck, R. (2018). Beyond bitcoin: The rise of blockchain World. *Computer*, 51(2), 54–58.
- Cagnina, M., R., & Poian, M. (2007). How to compete in the metaverse: The business models in second life. U Udine Econ. Work. Paper, Udine, Italy, Tech. Rep. 01-2007, doi:10.2139/ssrn.1088779.
- Costi, D., Diodato, F., Fanfoni, A., & Ortolan, E. (2024). Smart city or wise town? Conversations on the city of the fourth industrial revolution. In *Smart City: A Critical Assessment* Springer Nature Switzerland. 37-76.
- Duan, H., Li, J., Fan, S., Lin, Z., Wu, X., & Cai, W. (2021). Metaverse for social good: A university campus prototype, in *Proc. 29th ACM Int. Conf. Multimedia*, 153–161.
- Glaser, F. (2017). *Pervasive decentralisation of digital infrastructures: A framework for blockchain enabled system and use case analysis*, HICSS.
- Halpin, H., Piekarska, M. (2017). *Introduction to security and privacy on the blockchain*. IEEE European Symposium on Security and Privacy Workshops (EuroS&PW), 1-3.
- Istanbul Blockchain Woman. (2024, 29 Nisan). <https://istanbulblockchainwomen.org/>
- Kemp, J., & Livingstone, D. (2006). Putting a second life “metaverse” skin on learning management systems. In *Proceedings of the Second Life education workshop at the Second Life community convention* (Vol. 20). The University of Paisley.

- Kırbaç, İ. (2018). Blokzinciri teknolojisi ve yakın gelecekteki uygulama alanları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 75-82.
- Knapp, A. (2018). *How roblox is training the next generation of gaming entrepreneurs*. USA: Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/alexknapp/2018/09/17/how-roblox-is-training-the-next-generation-of-gaming-entrepreneurs/?sh=7090c98e51a9>
- Long, R., U. (2019). *Roblox and effect on education*. Publication Number 10.13140/RG.2.2.33057.97129 [Master's thesis, Drury University].
- Mancuso, I., Petruzzelli, A., M., Panniello, U., & Nespoli, C. (2023). A microfoundation perspective on business model innovation: The cases of roblox and meta in metaverse. *IEEE Transactions on Engineering Management*. 1-14. <https://doi.org/10.1109/TEM.2023.3275198>.
- Nadini, M., Alessandretti, L., Di Giacinto, F., Martino, M., Aiello, L. M., & Baronchelli, A. (2021). Mapping the NFT revolution: Market trends, trade networks, and visual features. *Scientific Reports*, 11(1), 1-11. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-00053-8>.
- Nakamoto, S. (2018, October 8). *Bitcoin: A Peer-to-peer electronic cash system*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.221.9986>.
- Park, S., M., & Kim, Y., G. (2022). A metaverse: Taxonomy, components, applications, and open challenges. *in IEEE Access*, vol. 10, pp. 4209-4251, doi: 10.1109/ACCESS.2021.3140175.
- Reyna, A., Martín, C., Chen, J., Soler, E. & Díaz, M., (2018). On blockchain and its integration with IoT challenges and opportunities. *Future Generation Computer Systems*, 88, 173–190.
- Roblox Blog, Roblox Corp., (2022). Accessed: Nov. 1, 2021. [Online]. Available: <https://blog.roblox.com/>
- Tama, B., A., Kweka, B., J., Park, Y., & Rhee, K., H. (2017). *A critical review of blockchain and its current applications*. 2017 International Conference on Electrical Engineering and Computer Science (ICECOS), 109–113.
- Tanrıverdi, M., Uysal, M., & Üstündağ, M. T. (2019). Blokzinciri teknolojisi nedir? Ne değildir ?: Alanyazın incelemesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 12(3), 203-217.
- Ucan, B. (2024). Generation of character designs based on Pre-Islamic beliefs of Turks. *International Journal of Religion*, 5(5), 746-757.
- Uçan, B. (2023). *Sanal evrende mitoloji temalı içeriklerin incelenmesi: Roblox örneği*. Görsel Sanatlarda Güncel Uygulamalar, Editör: Fikri Salman, Uğur Bakan, Ufuk Bakan, E. Nilüfer Üstündağ, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Yayın no: 37. E-ISBN: 978-605-72469-3-6.
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). *Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi*. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 188-201.
- Yıldırım ile Röportaj (2024). *Tasarımcı Bahar Özden Yıldırım ile röportaj*. Kayıt ve Söyleşi Tarihi: 05.02.2024.
- Zheng, Z., Xie, S., Dai, H., Chen, X., & Wang, H. (2017). *An overview of blockchain technology: Architecture, consensus, and future trends*, Proceedings - 2017 IEEE 6th International Congress on Big Data, BigData Congress 2017, 557–564.

## Kadın Müzik Üreticiliğinde Beste Yapma Süreçlerinin Tasarımı ve İzledikleri Stratejiler

Gümsü YILMA ŞAKALAR <sup>1</sup>

Melek Ayçin YILDIRIM <sup>2</sup>

### GİRİŞ

Kadınların müziğe katılımı, birçok disiplin içerisinde bilimsel araştırmaların konusu haline gelmiştir. Bennett ve diğerleri (2018) müzik araştırmalarında kadın bestecilerin yeterince temsil edilmediğini vurgulayarak, kadın bestecilerin müziğine gösterilen ilgide bir eşitsizlik olduğunu altını çizmiştir. Whipple ve Coleman (2021), ABD müzik gazeteciliğinde kadınların stereotipleştirilmesini (tek tipleştirilmesini) araştırmış ve kadın müzisyenlerin genellikle müzikal yeteneklerinden ziyade cinsiyet stereotiplerine dayalı olarak nasıl tasvir edildiğini ortaya koymuştur. Ayrıca Lane (2016), özellikle ses sanatları ve müzik teknolojisiyle ilgili akademik ortamlarda kadınların dijital sanat müziklerine katılımının eksikliğini tartışmıştır. Ayrıca, kadınların müzik eğitimindeki ve müzik endüstrisindeki rolü de mercek altına alınmıştır. Barnes (2020), “Six” isimli müzikalin feminist bakış açısı ile oluşturulan bir müzikal olarak tasvir edilmesini sorgulamıştır. Maalsen & McLean (2017) plak koleksiyonculuğundaki cinsiyetlendirilmiş süreçleri inceleyerek müzik dünyası ve kanonlarındaki eril egemenliğe ışık tutmuştur. Doğuş Varlı ise 2017 yılında toplumsal cinsiyet bağlamında geleneksel ve modern yaşam biçimleri içerisinde müzik içerikli performanslarda kadını rollerin yazımı ile ilgili yapmış olduğu araştırmasında; kültür içerisinde kadına biçilen roller üzerine değinmiştir.

<sup>1</sup> Doç. Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Müzik Bölümü, gsakalar@ksu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-6635-5010

<sup>2</sup> Yüksek lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müzik Ana Bilim Dalı, aycinyildirim06@gmail.com, ORCID iD: 0009-0008-0852-9829

dın besteciler ile ilgili konuların, üniversitelerin ilgili birim ve bölümlerine ders olarak konulması ve ders kitaplarında yer alması, toplum bilincinin kazandırılması adına yerinde bir uygulama olacaktır. Ayrıca kadın bestecilerin sayılarının azlığının giderilmesi noktasında, Konservatuvar, Güzel Sanatlar Fakülteleri, Eğitim Fakültelerinde kompozisyon alanında ilan edilen kontenjanların artırılması gerekmektedir. Bu alanda lisansüstü düzeyde verilen eğitim programlarının sayısı artırılmalı ve ders çeşitliliği sağlanmalıdır.

İstenilen düzeyde artışın yaşanması için gerekli olan bir diğer önemli konu ise, gerek öğrencilik yıllarında, gerek mezun olduktan sonra kadın bestecilerden eser sipariş edilmesi, bu eserlerin repertuvara alınması, icra edilmesi, eserlerin kayıt altına alınması, yayımlanması ve tekrar icra edilmesi konusunda, devletin ilgili kurumlarının gereken desteği göstermeleridir. Bu anlamda, ilgili kurumların yönetici konumunda bulunan kişilere de önemli görevler düşmektedir.

Geçmişten günümüze genel bir değerlendirme yapmak gerektiğinde, kadın besteciler zorlu koşullara rağmen yılmamış ve zaman içinde adeta güçlü bir sesle ‘biz de varız!’ dediklerini duymamız mümkündür. Her ne kadar günümüz kadın bestecilerinin, bir eseri besteleme noktasında kadın ya da erkek olarak kendilerini ayırtmadıkları belirtile de; kadın bestecilerin yaratıcı özelliklerinin, erkeklerden bir farkının olmadığı gerçeği, dünyada binlerce yıl hüküm süren ataerkil düzenden sonra hemen benimsenmesi beklenen bir durum değildir. Bazı düşünsel alışkanlıkların değişmediğini görmek, kadın bestecilerin “her şeye rağmen” eser üretmeye devam etme istekleri ve azimleri de gör ardi edilmemesi gereken bir diğer husustur. Bestecinin kadın ya da erkeği olmamalı, eserler üzerinden ilerlenmelidir.

## KAYNAKLAR

- Baker, V. D. & Biggers, C. (2018). Research-to-resource: programming ensemble literature composed by women. *Update: Applications of Research in Music Education*, 36(3), 51-54.
- Barnes, G. (2020). ‘my sleeves may be green but my lipstick’s red’: deconstructing the ‘feminism’ in six. *Studies in Musical Theatre*, 14(2), 137-148.
- Bennett, D., Macarthur, S., Hope, C., Goh, T. & Hennekam, S. (2018). Creating a career as a woman composer: implications for music in higher education. *British Journal of Music Education*, 35(3), 237-253.
- Bennett, D., Hennekam, S., Macarthur, S., Hope, C. & Goh, T. (2019). Hiding gender: how female composers manage gender identity. *Journal of Vocational Behavior*, 113, 20-32. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.07.003>
- Boeckman, J. (2019). Labels, inequity, and advocacy: the “woman composer” in the wind band world. *Music Educators Journal*, 106(2), 45-50.

- Değirmenci, T. (2021). Tarihsel musiki yazılarında Reftâr'ın izleri. *International Journal of Human Sciences*, Vol.18, Issue 2, 143-158.
- Doğuş Varlı, Ö. (2017). *Geleneksel ve modern yaşam biçimleri içinde müzik içerikli performanslarda "Kadın" rollerin yazımı*. Kadın ve Müzik, Ed. Şeyma Ersoy Çak, Ş. Şehvar Beşiroğlu, Milenyum Yayınları, 97-117.
- Ece, A., S. (2006). 1904-2004 yılları arasında Çağdaş Türk Bestecilerinin biyografik özellikleri ve eğitim süreçleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 6, Sayı 3, 28-41.
- Erişkin Karabey, M., D. (2019). *Türkiye'de toplumsal cinsiyet rollerinin Klasik Batı Müziği bestecilerinin mesleki yaşamlarına etkileri*. (Yayın no. 566055) [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Kampana Kompozisyon. (2021, 27 Mayıs). *Duygu Deniz Demirel - Sound of Silence*. [YouTube kanalı]. 30 Mayıs 2024 tarihinde [https://www.youtube.com/watch?v=\\_3bwl\\_asZ6A](https://www.youtube.com/watch?v=_3bwl_asZ6A) adresinden alındı.
- Kutlay Baydar, E. (2010). *Osmanlı'nın Avrupalı müzisyenleri*. Kapı Yayınları.
- Küçük, D. & Şahin, E. (2017). Türkiye'de batı müziği kadın bestecileri: Cumhuriyetle birlikte görünür olmak. *KSBD, Sonbahar, Y.9, C.9, Kadın Özel Sayısı*, 249-261.
- Lane, C. (2016). Sound::gender::feminism::activism: research and challenges to the orthodoxies of sound arts. *Contemporary Music Review*, 35(1), 32-39.
- Leary, K. (1999). Passing, posing, and "keeping it real". *Constellations*, 6(1), 85-96.
- Maalsen, S. & McLean, J. (2017). Record collections as musical archives: gender, record collecting, and whose music is heard. *Journal of Material Culture*, 23(1), 39-57.
- Macarthur, S. (2014). The woman composer, new music and neoliberalism. *Musicology Australia*, 36(1), 36-52.
- Makal, A. (2020). Toplumsal cinsiyet açısından müzik ve kadın: Dünyada ve Türkiye'de kadın müzisyenler ve cinsiyete dayalı ayrımcılık. *Çalışma ve Toplum*, Cilt 2, Sayı 65, 739-390.
- Nutku, Ö. (2010). Kadın ve sanat. *Yedi*, sayı 4, 137-142.
- Nochlin, L. (2022). *Neden hiç büyük kadın sanatçı yok?*. Çev. Antmen, Ahu. 50. Baskı. Hayalperest Yayınevi.
- Özcan, N. (2003). *Leyla Hanım*. TDV İslâm Ansiklopedisi. Cilt 27, 157-158.
- Özkişi, Z., G. (2013). Kadın besteci sorunu: cinsiyet rollerine ve kadınların yaratıcılıklarına ilişkin yargılar. *Turkish Studies*, Cilt 8, sayı 3, 449-470.
- Sarıkaya, E. & Özer, M., C. (2015). Kadının sanat, yaratıcılık ve Romantik Dönem bestecileri üzerinden bir okuması. *EÜ Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı Dergisi*. 2015(7): 97-109.
- Sözer, V. (1964). *Müzik ve müzisyenler ansiklopedisi*. Rakım Çalapala (Ed.). Atlas Kitabevi.
- Throsby, D. (2012). Artistic labour markets: Why are they of interest to labour economists? *Economia della Cultura*, 22(1), 7-16.
- Tunçdemir, İ. (1997). *Ünlü erkek müzisyenlerin eşliğinde yetenekli kadın müzisyenlerin yaratıcılığı*. Müzik Eğitimcileri, 22 Mart 2024 tarihinde müzikegitimcileri.net internet adresinden alınmıştır.
- Whipple, K., N. & Coleman, R. (2021). Facing the music: stereotyping of and by women in us music journalism. *Journalism*, 23(10), 2060-2078.
- Yılma, G. (2012). *16. yüzyıl İtalya'sında bir kadın besteci: Francesca Caccini*. NEÜ Aktüel. Nevşehir Üniversitesi Aylık Gazetesi, sayı 12.

## Türk Moda Dünyası Tasarım Süreçlerinde Kadın Tasarımcıların Önemi

Mine CERANOĞLU TERECE <sup>1</sup>

### GİRİŞ

Çalışmak, insanın bedensel ve zihinsel olarak bir amaç için uğraş vermesidir ve çalışma alanlarının gün geçtikçe farklılaştığı ya da çeşitlendiği görülmektedir. Günümüzde insanların hayatlarını devam ettirebilmesi için kazanç sağlaması gerekmektedir ve dünya geneline bakıldığında toplumlarda da çalışan kişi sayısında değişiklikler yaşanmaktadır.

Toplumda kazanç sağlamak, çalışmak, erkekler kadar kadınlar için de en temel haklardan biridir (Aksöz & Durkal, 2021, 141). Toplumun çoğunluğu kadınları anne, eş ve ev kadını olarak görmekte ve kadınlarının kazançlarını “aile geçindiren gelir” olarak değil de “aile bütçesine katkı sağlayan gelir” olarak kabul etmektedir. Bu nedenle kadınların geleneksel rollerini sürdürmelerine engel olmayacak işlerde çalışmaları istenen bir durum olmuştur. Kadınların çocuklara, aile büyüklerine bakması, ev işleri ile ilgilenmesi kadınların yüklenen “doğal” görevler olarak görülmektedir (Geleğen, 2001, 28).

Günümüzde özellikle kadınların eğitiminin yaygınlaşması ve bununla birlikte eğitilmiş kadınların değişen sosyal tutumları da düzeni değiştirmeye başlamıştır. Modern kadın; sağlığına, figürüne, kültürel ihtiyaçlarına ve ilgi alanlarına, akademik uğraşlarına, sosyal ilişkilerine, dini aktivitelerine, eğlence ihtiyaçlarına vb. önem vermeye başlamıştır. Toplumda çalışan kadınlar, hem ev işleri ile ilgilenmekte hem de pek çok rol üstlenerek görev ve sorumluluklarını yerine getirmektedir.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, mine.ceranoglu@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-5338-6301



tenekleri ve özellikle toplumun onlara yönelik değişen bakış açıları ile ülkemize pek çok gurur yaşatmaya devam edecektir. Günümüzde birçok üniversitede moda bölümlerinin açılması ile Türk kültürünü ve kendi sanatsal tarzlarını ifade ederek tasarımlar yapan genç, yetenekli Türk kadın moda tasarımcıları yetişmeye devam etmektedir.

## KAYNAKLAR

- Aksöz, F. & Durkal, E., M. (2021). Çalışma hayatında kadınların karşılaştıkları sorunlar: Kayseri ilinde çalışan kadın öğretmenler üzerine bir araştırma, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (59), 141-176.
- Akyol, K., P. (2017). Geçmişten günümüze yaygın eğitimde Singer dikiş kursları aracılığıyla kadın halk eğitimi, *Dört Öge*, 5(11) 153-168.
- Antçok, S. (2022). *Türkiye’de açılan moda tasarımı eğitimi kursları ve hazır giyim sektörüne yansması* (Yayın No. 723135) [Yüksek lisans tezi, Işık Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Arzu Kaprol Official [@Arzu\_Kaprol] (2015, 16 Haziran). *Gelecek bugün! Vodafone dijital dönüşüm zirvesi Arzu Kaprol defilesi @vogueturkiye sayfalarında*. [Görsel] [Post]. X. 11.04.2024 tarihinde [https://twitter.com/Arzu\\_Kaprol/status/610740871751954432/photo/1](https://twitter.com/Arzu_Kaprol/status/610740871751954432/photo/1) sayfasından alınmıştır.
- Avrupa Postası. (2012). *Modacı Suat Aysan’ı kaybettik*. Avrupa Postası. 27.03.2024 tarihinde <https://www.avrupa-postasi.com/modaci-suat-aysani-kaybettik> sayfasından alınmıştır.
- Banoğlu, D. (1985). Lütfiye Arıbal’ın sandığından, *Ak Kadın Dergisi*, 1 Haziran 1985, 10-13.
- Bülbül, S. (2012). *Ece Defile*. Simay Bülbül. 03 Şubat 2024 tarihinde <https://simaybulbul.com/ece-defile/> sayfasından alınmıştır.
- Bülbül, S. [@simaybulbultasarim]. (t.y.). *Çeyiz*. [Instagram profili]. 12 Nisan 2024 tarihinde <https://www.instagram.com/p/C3Khu-tL3tg/> sayfasından alınmıştır.
- Çakmakçı, B. (2013). *Yasemin’in annesi: Gül*. İkonannem. 15 Mart 2024 tarihinde <http://ikonannem.com/2013/11/17/yaseminin-annesi-gul/> sayfasından alınmıştır.
- Çelik, Y. (2020). *Baksi Müzesi’nde yorumlar ve çağrışımlarla maskeler*, Turizm Günlüğü. 02 Şubat 2024 tarihinde <https://www.turizmgunlugu.com/2020/09/21/baksi-muzesi-maske-cagrisimlar-sergisi/> sayfasından alınmıştır.
- Çetin, F. (2010). *Dilek Hanif’le defile öncesi özel röportaj*. Trendus. 01 Nisan 2024 tarihinde <https://www.trendus.com/fotograf-dilek-hanifle-defile-oncesi-ozel-roportaj-248050> sayfasından ulaşılmıştır.
- Çeğindir, N. Y. (2017). *100 soruda giysi mimarisi*. Gazi Kitabevi.
- Demir, M. (2016). *Zeynep Tosun 2016 Sonbahar Kış koleksiyonu kayıp Anadolu*. Marie Claire. 08 Mart 2024 tarihinde <https://www.marieclaire.com.tr/zeynep-tosun-2016-sonbahar-kis-koleksiyonu-kayip-anadolu/> sayfasından alınmıştır.
- Dernek, E. (1966). *Artistler ve gardiroları*, Ses Gazetesi, 22 Ekim 1966, Sayı: 43, 16-18.
- Diñçer, A., S. (2017). Zamansız tasarımların yaratıcısı: Arzu Kaprol, *Diş Dostu Dergisi*, Eylül 2017, 6-8. <https://www.disdostu.org/dis-dostu-dergisi/eylul-2017/>.
- Doblin, J. (1987). A short grandiose theory of design. *Society of Typographic Arts Design Journal*, 6-15.
- Durucu, Ş. (2016). Dijital çağın modası Dice Kayek. *Wedding Style Dergisi*, 9 (60), 78-83.
- Egeli. (2020). *Mercedes-Benz Presents Özlem Süer*. InStyle. 05 Mayıs 2024 tarihinde <https://www.instyle.com.tr/mercedes-benz-presents-ozlem-suer-18138> sayfasından alınmıştır.

- Emre, S. (1998). *O dönemde çalışmak isteyen kadınlara aç mısınız diyorlardı?*. Pazartesi Gazetesi, Temmuz 1998, (40) 24-25.
- Etiş, A. (2021). *Hatice Gökçe'den "Yenidoğan" koleksiyonu: El emeğine ve çevreye saygı*. Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası 01 Mart 2024 tarihinde <https://www.tekstilsveren.org.tr/haberler/hatice-goeke-den-yenidogan-koleksiyonu-el-emeğine-ve-cevreye-saygi> sitesinden alınmıştır.
- Fashion Week. (2021). *Zeynep Tosun*. Fashion Week İstanbul. 26 Mart 2024 tarihinde <https://fashionweek.istanbul/press-release/zeynep-tosun> sitesinden alınmıştır.
- Geleşen, G., D. (2001). Çalışma yaşamında kadın olmak, *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 2(5), 27-30.
- Gökçe, H. (2023). *Güneşin kralı erkek koleksiyonu*. Hatice Gökçe. 25 Mart 2024 tarihinde <https://haticegokce.com/pages/gorsel> sayfasından alınmıştır.
- Göksel, N. & Yetmen, G. (2014). Türkiye'de giyim modasının terzilikten tasarımcılığa uzanan süreci. *Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Uluslararası Sanat ve Tasarım Fakültesi Kongresi*, 20-25 Ekim 2014, 29 - 37.
- Gürsel, D. (2014). *İstanbul contrast*. Arkitera. 05 Şubat 2024 tarihinde <https://www.arkitera.com/haber/istanbul-contrast/> sayfasından alınmıştır.
- Hanif, D. (2023). *Halkın sanatı*. Kıvılcım Kurumsal İletişim ve Reklam Hiz. Tic. Şti.
- Hürriyet Kelebek. (2017). *Uzaklarda arama ekibi önce gala yaptı sonra eğlendi*. Hürriyet. 25 Mart 2024 tarihinde <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/onca-gala-sonra-eglen-ce-40019245> sayfasından alınmıştır.
- İz Bırakan Kadınlar Radyo Programı. (2016, 9 Mart). İz bırakan kadınlar-Mualla Özbek. NTV Radyo. 15 Mart 2024 tarihinde <https://soundcloud.com/ntvradyo/iz-birakan-kadinlar-mualla-ozbek-09-mart-2016> sayfasından alınmıştır.
- Kipöz, Ş. (2012). Giriş. *Zühal Yorgancıoğlu moda tasarımı ve desen çalışmaları*. Tükemat A.Ş.
- Magazinci. (2014). *Sibel Can'ın altın çağı*. Magazinci. 25 Mart 2024 tarihinde [https://www.magazinci.com/icerikler/magazin/sibel-canin-altin-cagi\\_46383.html](https://www.magazinci.com/icerikler/magazin/sibel-canin-altin-cagi_46383.html) sayfasından alınmıştır.
- Magazin Servisi. (1985). *19 yıl sonra yine göz kamaştırıyor*. Milliyet Gazetesi, 17 Mart 1985, 3-9.
- Makal, A. (2010). Türkiye'de Erken Cumhuriyet Döneminde kadın emeği. *Çalışma ve Toplum*, 2(25), 13-40.
- Odak, S. (2020). *Özlem Süer*. Moda Hayat. 06 Nisan 2024 tarihinde <https://www.modahayat.com/brand-story/mh/ozlem-suer> sayfasından alınmıştır.
- Onur, N. (2004) *Moda buluşucudur*. Epsilon Yayınevi.
- Özer, Ç. (1985). Lütfiye Arıbal'ın defilesinde gelinler oturup, gelinliklerini seyrettiler. *Ak Kadın Dergisi*, 10 Ağustos, 1985, (10), 86-88.
- Özmen, E. & Demirhan, S. (2023). *Eskişehir'de Zuhal Yorgancıoğlu, Moda Tasarım Müzesi Açıldı*. Milliyet Gazetesi. 17 Mart 2024 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/kultur-sanat/eskisehirde-zuhal-yorgancioglu-moda-tasarim-muzesi-acildi-6966714> sayfasından alınmıştır.
- Özöğretmen, T. (2019). *Yaratıcılığın izinde: Zeynep Tosun*. MediCat. 04 Nisan 2024 tarihinde <https://mediacat.com/yaratiligin-izinde-zeynep-tosun/> sayfasından alınmıştır.
- Pitts, A., J. (2009). *Jessica Simpson: Catwalk queen*. Just Jared. 02 Mart 2024 tarihinde <https://www.justjared.com/photo-gallery/2185872/jessica-simpson-catwalk-queen-13/> sayfasından alınmıştır.
- Purepeople. (2011). *Bethany Hamilton lors de la montée des marches du film Pirate des Caraïbes lors du 64e Festival de Cannes le 14 mai 2011*. Pure People. 02 Mart 2024 tarihinde [https://www.purepeople.com/media/bethany-hamilton-lors-de-la-montee-des\\_m615865](https://www.purepeople.com/media/bethany-hamilton-lors-de-la-montee-des_m615865) sayfasından alınmıştır.
- Rado, Ş. (1966). *Artistler ve gardıropları*, Ses Gazetesi, 22 Ekim 1966, Sayı: 43,16-18.

- Salih, Y. (2021). Post-Covid moda nasıl olacak? Dilek Hanif, *Hafta Dergisi*, 15-21 Ocak 2021, Sayı: 38, 12-15.
- Sözcü Gazetesi. (2012). *Yeşilçam'ın modacısıydı*. Sözcü. 27.03.2024 tarihinde <https://www.sozcu.com.tr/yesilcamin-modacisiydi-wp97645> sayfasından alınmıştır.
- Şenyüz, Y. (2022). *Faize Sevim kardeşlerin unutulmayacak 65. yıl defilesi*. Önce Vatan Gazetesi 22.03.2024 tarihinde <https://www.oncevatan.com.tr/faize-sevim-kardeslerinunutulmayacak-65yil-defilesi> sayfasından alınmıştır.
- Tokgöz, D. (2022). *Faize Sevim 65. yılını kutladı*. PERART Sanat Galerisi ve Online Tablo Alışveriş Platformu. 25.03.2024 tarihinde <https://pervinozenart.com/faize-sevim-moda-evi-65-yilini-kutladi.html> sayfasından alınmıştır.
- Tura, N. (1998). *O dönemde çalışmak isteyen kadınlara aç mısınız diyorlardı?*, Pazartesi Gazetesi, Temmuz 1998, (40) 24-25.
- Türk, M., Üstündağ, M. & Gömleksiz, S. (2017). *Aman nazar değmesin*. Şamdan Plus. 03.03.2024 tarihinde <https://www.samdan.com.tr/aman-nazar-degmesin-2-h?sayfa=1> sayfasından alınmıştır.
- Türker, H., S. & Sözüer, D., Z. (2019). Moda tasarımcılarının sosyal medya ile ilgili görüşleri üzerine bir inceleme. *International Journal Of Interdisciplinary And Intercultural Art*, Volume: 4, Issue: 9, 189-202.
- Uygunoğlu, V. (2022). Simay Bülbül. *Re Touch Mag Dergisi*, 2 (23), 17-21.
- Uysal, C., M. (2012). *Bir moda efsanesi: Faize Sevim modaevi*. Blogger. 20.03.2024 tarihinde <https://fashionandgusto.blogspot.com/2012/12/bir-moda-efsanesi-faize-sevim-modaevi.html> sayfasından alınmıştır.
- Üstüner, G., S. (2017). Tekstil tasarımcısı Jacqueline Groag'ın iki dünya savaşı arasındaki başarı öyküsü. *İdil*, 6 (39), 3271-3286.
- Yaka, C. (2013). *Hayata yavaş*. 19.02.2024 tarihinde <https://cananyaka.com/sosyal-projeler/hayata-yavas/> sayfasından alınmıştır.
- Yaraman, A. (2001). *Resmi tarihten kadın tarihine*. Bağlam Yayınları.
- Yorgancıoğlu, Z. (2012). *Zühal Yorgancıoğlu moda tasarımı ve desen çalışmaları*. Tükelmat A.Ş.

## Güncel Sanatta Farklı Pratikleri Kullanan Kadın Sanatçılar ve Tasarım Süreçlerinde İzledikleri Stratejiler

Mehmet Ali BÜYÜKPARMAKSIZ <sup>1</sup>

### GİRİŞ

Dadaizm ile birlikte sanatın gidişatı değişime uğramış, sanatçılar için sanatın araçları farklılaşarak sanatın sınırları genişlemiştir. 1960'lı yıllardan sonra geleneksel anlatım biçimlerinin dışında birbirinden farklı anlatımlar ve postmodern sanat üslupları sanatın içine dahil olmuştur. Bu bağlamda geleneksel yapısından kurtulan sanat, farklı malzemeler ve kavramlar ile disiplinlerarası bir bağ kurmuştur.

Özellikle bu yeni paradigmanın öncülüğünde güncel sanatçılar da kendilerine sorun edindikleri konularda farklı formlarda ve stratejiler bağlamında eserlerini üretmişlerdir. Bireyselliğin ön planda olduğu bu sanatçılar, kendi bireysel kimlikleri aracılığıyla belirledikleri biçim ve formlarla hareket ederler. Bu sanatçıların, birbirinden farklı stratejileri eserlerini üretmek için bir araç olarak kullandıkları söylenebilir (Koç & Geçen, 2023, 604). Postmodern sanatçıların sanat üretimleri sırasında kullandıkları güncel sanat stratejileri şunlardır; “kendileme (temellük), juxtaposition (dizme, yığışma, çakışma), metafor (mecaz), metonomi (mecazı mürsel), pastiş (stil öykünmesi), parodi (bir yapıttan komik yansılama) ironi (tersiyle alay etme), projeksiyon (geleceğe yönelik tahmin), abjection (iğrençlik), postprodüksiyon (yapım sonrası), reformating (yeniden biçimlendirme), dağılma (holistik yaklaşım), serendipiti (mutlu tesadüf), rastlantı, simülakr (taklit), simülasyon (dijital yeniden yapım) ve manipülasyondur.” (Koç & Aykut,

<sup>1</sup> Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü, mehmetalibp@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-2994-5828

## KAYNAKLAR

- Akkol, N. (2018). Acıyı deneyimleme: Gina Pane performansları. *İdil*, 7 (50), 1230-1233.
- Altuncu, A. P. (2020). Çağdaş sanatta kadın temsiline inmesi: Saç. *GSED*, 2020; Cilt: 26, Sayı: 44: 104-116.
- Antmen, A. (2009). *20. yüzyıl batı sanatında akımlar*. 2. Baskı, Sel Yayıncılık.
- Antmen, A. (2014a). Önsöz. *Sanat ve Cinsiyet, Sanat Tarihi ve Feminist Eleştiri*. 4. Baskı, İletişim Yayınları.
- Antmen, A. (2014b). Kimlikli bedenler. *Sanat, Kimlik, Cinsiyet*. 2. Baskı, Sel Yayınları.
- Artfulliving. (2024, 15 Nisan). *Sarah Lucas üzerine*. <https://www.artfulliving.com.tr/sanat/sarah-lucas-uzerine-i-1074>.
- Artfully Yours (2013). Kara Walker: Rise Up Ye Mighty Race!. <https://melanccaster1204.wordpress.com/2013/05/19/kara-walker-rise-up-ye-mighty-race/>.
- Artsy. (2024a, 30 Mart). *Mona Hatoum, 1993, keffieh, new york, ABD: Modern sanatlar müzesi*. <https://www.artsy.net/artwork/mona-hatoum-keffieh>.
- Artsy. (2024c, 23 Mayıs). *Eva Hesse, No title, (Başlıksız), 1969-1970*. <https://www.artsy.net/artwork/eva-hesse-no-title-5>.
- Artsy. (2024b, 2 Nisan). *Louise Bourgeois*. <https://www.artsy.net/artwork/louise-bourgeois-cell-xxvi-detail>.
- Artsy. (2024d, 15 Nisan). *Patricia Piccinini genç aile, 2002*. <https://www.artsy.net/artwork/patricia-piccinini-the-young-family-3>.
- Aydemir, S. (2018). Gina Pane'in performanslarında nesneleşen acı. *Tykhé Sanat ve Tasarım Dergisi*, 3(5), 295-307.
- Bay, Y. (2012). Açık seçik, sözünü dilediği gibi söyleyen, cesur ve cesaretli işlere imza atıyor Tracey Emin. <https://www.milliyetsanat.com/haberler/plastik-sanatlar/-yatagim---my-bed---tracey-emini/546>.
- Boyacı, S. (2018). *Sanatta kadının temsiliyeti ve göstergeler üzerinden yeni ifade olanaklarının araştırılması*. (Yayın No. 520025), (Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi). Ulusal Tez Merkezi.
- Bubisanat. (2021). *Feminist Sanatın Miladı - Carolee Schneemann*. <https://bubisanat.com/posts/feminist-sanat-in-miladi-carolee-schneemann>.
- Büyükparmaksız, M., A. (2021). Postmodern sanattan güncel sanata yapıbozuma uğrayan bedenler. *Sanat Tarihi Dergisi*, 30(1), 105-147.
- Chicago Sanat Enstitüsü. (2013). Kara Walker: rise up ye mighty race!. <https://www.mutualart.com/Exhibition/Kara-Walker-Rise-Up-Ye-Mighty-Race-/CD1D257247138147>.
- Çarmıklı, B. (2024, 30 Nisan). *Gezdim, gördüm, yazdım. Nezaket Ekici, atropos, performance, sacred / mythological, 2006*. <https://i.pinimg.com/736x/9c/dd/69/9cdd698cd1a2b0118263f9ddd8f69e16.jpg>.
- Çelebi Erol, C. (2016). Şiddet temalı kadın imgesinin çağdaş sanata yansımaları. *İdil*, 5 (19), s.193-213.
- Danacı, Ç. (2023). *Louise Bourgeois'ın hayatı, sanatı ve eserleri*. <https://www.alem.com.tr/sanatilar/louise-bourgeoisinin-hayati-sanati-ve-eserleri-1082678>.
- Doğan, S. (2023). Eva Hesse'in eserlerinde kadın doğası, malzeme estetiği ve post-minimalist tavır. *International Social Sciences Studies Journal*, (e-ISSN:2587-1587) Vol:9, Issue:118, 9788-9796.
- Domusweb.it. (2024, April 2). *Louise Bourgeois: the cells*. [https://www.domusweb.it/en/news/2015/02/25/louise\\_bourgeois\\_the\\_cells.html](https://www.domusweb.it/en/news/2015/02/25/louise_bourgeois_the_cells.html), Erişim Tarihi: 02.04.2024.
- Ellenmueller. (2022). *Shigeko Kubota, vagina painting (1965)*. <https://teaching.ellenmueller.com/walking/2022/02/13/shigeko-kubota-vagina-painting-1965/>.
- Eviner, İ. (2019). *Biz, başka yerde – balina*. <https://inciyeviner.net/tr/work/biz-baska-yerde-balina/>.
- Fahrenheitmagazine. (2024, Mart 12). *Sarah Lucas'm gerçeküstü ve oldukça kışkırtıcı heykelleri*. <https://fahrenheitmagazine.com/tr/sanat/plastik/sarah-lucas%27in-gerçeküstü-ve-oldukça-kışkırtıcı-heykelleri>,

- Gannjstudio. (2024, Mart 30). *Kara Elizabeth Walker*. <https://gannjstudio.wordpress.com/kara-elizabeth-walker/>.
- Gouma-Peterson, T. & Mathews, P. (2014). Sanat tarihinin feminist eleştirisi. (Çev. Esin Soğancılar), Ed. Ahu Antmen, *Sanat ve Cinsiyet, Sanat Tarihi ve Feminist Eleştirisi*. 4. Baskı, İletişim Yayınları.
- Güldemet, A. (2020). *Sherrie Levine bitmeyen yeniden yorumlar* (52. Sayı). <https://kontrastdergi.com/sherrie-levine-bitmeyen-yeniden-yorumlar-52-sayi/>.
- Halkbank Kültür ve Yaşam. (2023). *Avangart sanatçı Yayoi Kusama ve ünlü eserleri*. *Yayoi Kusama, silinmişlik odası*. <https://kulturveyasam.com/avangart-sanatci-yayoi-kusama-ve-unlu-eserleri/>.
- Hodge, S. (2022). *Sanatçı kadımların kısa öyküsü*. 1. Baskı, (Çev: Deniz Öztok), Hep Kitap.
- Hyper-heterotopia. (2024, Mart 18). *Vagina painting, Shigeo Kubota*. <https://hyperheterotopia.wordpress.com/2014/03/28/vagina-painting-1965-shigeo-kubota/>.
- Jones, A. (2014). Beden sanatı: özneyi sahnelemek. (Çev. Esin Soğancılar), Ed.: Ahu Antmen, *Sanat ve Cinsiyet, Sanat Tarihi ve Feminist Eleştirisi*. İletişim Yayınları.
- Kaprol, T. (2016). *Gerçekten sanata yön veren kadın sanatçı yok mu?*. <https://www.artfulliving.com.tr/sanat/gerçekten-sanata-yon-veren-kadin-sanatci-yok-mu-i-6281>.
- KARSEM. (2024, Mart 4). *Sanatta kadın sanatçılar ve eserleri*. <https://karsem.karatay.edu.tr/sanatta-kadin-kadin-sanatcilar-ve-eserleri>.
- Kılıç Gündüz, Y. (2023a). Çağdaş Türkiye sanatının feminist özneleri ve toplumsal cinsiyet olgusu üzerine hermeneutik bir yaklaşım. *Ulakbilge*, 80 (2023 Ocak), 42–59.
- Kılıç Gündüz, Y. (2023b). Performans sanatıyla bedenin yeniden inşası siborg bedenler: Stelarc örneği. *İdil*, 102 (2023 Şubat), 167–181.
- Kılıç, A. G. (2023). “Sanatta beden üzerine bir çalışma: performans sanatı “Marina Abramovic”, *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2023, 6(1), 135-161.
- Kırcı, S. (2020). *Türkiye’de kuşaklararası bakış açısından çağdaş feminizm: Sanat pratikleri, kuramları ve aktiviteleri*. (Yayın no. 648430), (Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü). Ulusal Tez Merkezi.
- Koç, A. & Geçen, F. (2023). Çağdaş sanat stratejisi olarak metafor. *Turkish Studies*, 18(2), 593-614.
- Koç, A. ve Aykut, A. (2021). Çağdaş sanatta yenilik ve yenilikçilik, *Jia Journal*, 4(6), 13-40.
- Kontrastdergi. (2018). *Cindy SHERMAN | İsimiz (52. Sayı)*. <https://kontrastdergi.com/cindy-sherman-isimsiz/>.
- Korkmaz, A. & Batur, M. (2023). Toplumsal cinsiyet algısı bağlamında, alışılmışın dışında performans sanatıyla “Orlan”. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 9(2), 11-19.
- Kulturstiftung. (2024, Mart 30). *Rosemarie Trockel*. [https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/projekte/bild\\_und\\_raum/detail/rosemarie\\_trockel.html](https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/projekte/bild_und_raum/detail/rosemarie_trockel.html).
- Lowe, G. (2017). *Jenny Saville, closed contact, renkli fotoğraf ve pleksiğlas, 1995-96*. <https://blogs.brighton.ac.uk/georginaloweblog/files/2017/05/25d17bfc1ec798f5b5cab4adb82b0ed1-ptqo1s.jpg>
- Ok, S. S. (2020). *Kendine ait bir beden; Hannah Wilke*. <https://dergi.salom.com.tr/haber-119-kendine-ait-bir-beden-hannah-wilke.html>.
- Öz, B. B. (2014). *Türkiye’de toplumsal cinsiyet bağlamında kadın sanatçılar ve kadın kimliklerinin güncel sanatta yansımaları*. (Tez No. 435964), (Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi). Ulusal Tez Merkezi.
- Özkan, B. (2023). *Kadın sanatçılar ve bedenin temsili*. (Tez No. 782258), (Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi). Ulusal Tez Merkezi.
- Öznel, S. (2022). *Nil Yalter kimdir?*. <https://hundredheroines.org/wp-content/uploads/2021/12/Headless-Woman-or-the-Belly-Dance-1974.jpg>.
- Öztürk, N. (2018). Bir yüzey oyunu olarak resim. *İdil*, 2018, (7)45, 529-537.
- Piccinini, P. (2002). *The young family*. <https://www.patriciapiccinini.net/a-essay.php?id=51>.
- Peramuzesi. (2017). *Louise Bourgeois “Bedenim benim heykelimdir”*. <https://www.peramuzesi.org.tr/blog/bedenim-benim-heykelimdir-louise-bourgeois/1207#:~:text=Louise%20Bourgeois'nun%201940'larda,gibi%20üstüne%20geçirmiş%20gibi%20görünür>.

- Peramuzesi. (2022). *Dünyadan güncel seramikler: 10 sanatçı, 10 yapıt*. <https://www.peramuzesi.org.tr/blog/dunyadan-guncel-seramikler-10-sanatci-10-yapit/1576>.
- Phillips. (2018). *Sherrie Levine - 20th Century & Contempor...* Lot 29 June 2018 | Phillips. <https://www.phillips.com/detail/sherrie-levine/UK010418/29>.
- Publicdelivery, (2022). *Martha Rosler invented the semiotics of the kitchen*. <https://publicdelivery.org/martha-rosler-kitchen-semiotics/?sfw=pass1717174051>.
- Reka, D. (2021). Feminist aktivizmin temsil alanı olarak sanat: Guerrilla Girls. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 26, 131-144.
- Renkçi, T. (2014). Çağdaş bedenın sanatçısı: Jenny Saville. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 7 (13), 137-147.
- Re-thinkingthefuture. (2024, 4 Mart). *Jenny Saville- 10 Iconic Artworks*. <https://www.re-thinkingthefuture.com/architectural-community/a7656-jenny-saville-10-iconic-artworks/>.
- Roslyn Oxley9 Gallery. (2024, Nisan 20). *Patricia Piccinini the young family*. <https://www.roslynoxley9.com.au/artwork/patricia-piccinini-the-young-family-2002/31:851>.
- Ruiz, C. (2020). *Barbara Kruger*. <https://thegentlewoman.co.uk/library/the-artwork>.
- Sağlık, E. (2020). Dinamik, kırılğan ve güçlü: güncel sanatta ‘çizgi’yi geçen kadınlar. *Akdeniz Sanat*, 15(27), 9-20.
- Saltonline. (2024, May 2). *Rhythm 0 Marina Abramović*. <https://saltonline.org/tr/738/rhythm-0-marina-abramovic>.
- Sears, S. & Cohen, E. (2020). *Marina Abramovic, Rhythm 0, 1974*. <https://scalar.usc.edu/works/monstrousfeminine/rhythm-0-1974>.
- Singulart. (2024, March 30). *Exploring the emotional landscape of Tracey Emin's my bed*. <https://www.singulart.com/en/blog/2024/02/09/my-bed-by-tracey-emin/>.
- Sothebys. (2018). *The Groundbreaking Self-Portrait That Launched Jenny Saville's Career*. <https://www.sothebys.com/en/articles/the-groundbreaking-self-portrait-that-launched-jenny-savilles-career>.
- Sülün, E., N. (2010). *Observer*. <https://ebrunsulun.blogspot.com/2010/09/ipek-duben-retrospektif-bir-secki-1994.html>.
- Tate. (2024, Mart 30) *Marina Abramović, Rhythm 0, 1974*. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/abramovic-rhythm-0-t14875>.
- Thebroad. (2024, March 18). *Untitled (Your body is a battleground)*. <https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>.
- Türk, A. & Akkol, N. (2010). Tracey Emin'in günümüz sanatındaki yeri ve işlerinin değerlendirilmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (2010), 105-120.
- Tzelepis, E. (2013). Dis-placing the world: Nomadic politics in Mona Hatoum's living cartographies of passages. *The Greek Review of Social Research*, 140, 169-184.
- Vakhshouri, S. E. & Nuhoglu, M. (2021). Kavramsal sanata odaklanan üç iranlı kadın sanatçı ve diaspora: anavatan ve aidiyet hissi. *İdil*, 79 (2021 Mart), 421-435.
- Wallpaper.com. (2022). *Both prison and refuge: Louise Bourgeois' cells at the guggenheim, bilbao*. <https://www.wallpaper.com/art/nnena-kalu-sculpture-exhibition-arcadia-missa-london>,
- Wikiart. (2020). *Sherman, İsimsiz 213, MOMA.1989*. <https://www.wikiart.org/en/cindy-sherman/untitled-213-1989>.
- Wikipedia.1. (2022). *Semiotics of the kitchen*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Semiotics\\_of\\_the\\_Kitchen](https://en.wikipedia.org/wiki/Semiotics_of_the_Kitchen).
- Wikipedia.2. (2024, Mayıs 21). *Black Iris (Painting)*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Black\\_Iris\\_\(painting\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Iris_(painting)).
- Wikipedia.3. (2024, Nisan 15). *Patricia Piccinini*. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Patricia\\_Piccinini](https://tr.wikipedia.org/wiki/Patricia_Piccinini).
- Yelmen, M., F. (2019). Cindy Sherman's "untitled film stills". In *The Context Of Cinematographic Representation*. *SineFilozofi Dergisi*, 2019 Özel Sayı, 201-220.
- Yenidüzen.com. (2024, 22 Mayıs). *Allah'ın kadınları*. <https://www.yeniduzen.com/allahin-kadinlari-25328h.htm>.

## Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Femvertising Kavramının Stratejik Açıdan Değerlendirilmesi: Reklam Örnekleri İncelemesi

Esra AYAZ<sup>1</sup>

Cansu BİRİN ATILGAN<sup>2</sup>

### GİRİŞ

İnsanların doğdukları andan itibaren edindikleri birtakım roller yaşamlarını biçimlendirmeye başlamıştır. Kadınların ve erkeklerin edindikleri bu roller tarihsel süreç içerisinde ve farklı kültürler arasında değişiklikler göstermiştir. Toplumsal cinsiyet farklılığı bu anlamda hayatın her alanında etkili olmuştur. Özellikle de günümüzde sosyal medya araçlarında sıklıkla karşılaştığımız reklamlar hayatımızın şekillenmesinde oldukça önemli rol oynamaya başlamıştır.

Reklam kavramı; ürünlerin ve hizmetlerin satın alınmalarına yönelik tüketicilerin davranışlarını ve tutumlarını yaratıcı bir şekilde etkileyerek gerçekleştirilen bir iletişim faaliyeti olarak ifade edilebilmektedir. Fakat reklamlar bu yaklaşımın çok daha ötesinde anlamlar içermektedirler (Metin Açıer, 2022).

Reklamcılık kavramı farkındalık yaratabilmek ve sosyal problemleri ele alabilmek için önemli bir araç olarak ortaya çıkmıştır. Tüketici baskılarının artması, ticari kuruluşları olumlu yanıtlar vermeye ve reklamcılık aracılığıyla sosyal problemleri ele alabilmek için kendilerini sosyal bakımdan bilinçli tüketiciler ve diğer paydaşlarla uyumlu bir hale getirmeye yöneltmiştir (Champlin vd., 2019; Moorman, 2020; Patel vd., 2017; Taylor vd., 2016). Çeşitli reklam imgelerini kullanarak işletmeler de markaları ve ilgili sosyal problemler arasında olumlu ilişkiler kurabilmekte ve böylelikle daha geniş kitlelere ulaşabilme kapasitelerini

<sup>1</sup> Dr., Bağımsız Araştırmacı, esraayaz92@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0003-1641-2803

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, cansu.birinatilgan@mku.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-2030-5990



## KAYNAKLAR

- Abitbol, A. & Sternadori, M. (2016). You act like a girl: an examination of consumer perceptions of femvertising, *Quarterly Review of Business Disciplines*, 3(2), 117-138.
- Adana, F., Özvurmaz, S., & Taşpınar, A. (2020). Erkek öğrenci gözüyle toplumsal cinsiyet: Bir üniversite örneği, *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 4(2), 116-123.
- Akestam, N. (2018). Caring for her: the influence of presumed influence on female consumers' attitudes towards advertising featuring gender-stereotyped portrayals, *International Journal of Advertising*, 37(6), 871-892.
- Åkestam, N., Rosengren, S., & Dahlen, M. (2017). Advertising «like a girl»: Toward a better understanding of «femvertising» and its effects, *Psychology & Marketing*, 34(8), 795-806.
- An, D., & Kim, S. (2007). Relating Hofstede's masculinity dimension to gender role portrayals in advertising. *International Marketing Review*, 24(2), 181-207.
- Baxter, A. (2015). Faux activism in recent female-empowering advertising, *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 6(1), 48-51.
- Becker-Herby, E. (2016). *The rise of femvertising: Authentically reaching female consumers*, [Master's thesis, University of Minnesota]. <https://hdl.handle.net/11299/181494>
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal cinsiyet olgusu ve Türkiye'de kadınlık, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (Özel Sayı 1), 108-114.
- Champlin, S., Sterbenk, Y., Windels, K., & Poteet, M. (2019). How brand-cause fit shapes real world advertising messages: A qualitative exploration of 'femvertising. *International Journal of Advertising*, 38(8), 1240-1263.
- Cihangiroğlu, E. (2018). *Reklamlarda toplumsal cinsiyet açısından kadın temsilleri ve femvertising kavramı*, T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Tartışma Metinleri.
- Cornwall, A. (2016). Women's empowerment: What Works?. *Journal of International Development*, 28(3), 342-359.
- Çolak, G. (2019). *Toplumsal cinsiyet ve dil*. Bilge Kültür Sanat Yayınları.
- Dans, C. (2018). *Commodity feminism today: An analysis of the "Always #LikeAGirl" Campaign*, [Master's thesis, University of West Virginia]. <https://doi.org/10.33915/etd.5434>
- Delhay, C. (2006). The development of consumption culture and the individualization of female identity: fashion discourse in The Netherlands 1880–1920, *Journal of Consumer Culture*, 6(1), 87-115.
- Dillip, A., Mboma, Z., M., Greer, G., & Lorenz, L., M. (2018). To be honest, women do everything: Understanding roles of men and women in net care and repair in Southern Tanzania. *Malar J*. 17(1), 1-8. <https://malariajournal.biomedcentral.com/track/pdf/10.1186/s12936-018-2608-7.pdf>
- Doğan, H., Ö. & Piyal, B. (2017). Toplumsal cinsiyetle ilişkili sorunlar. *Türk J Public Health*, 15(2), 150-163.
- Dove Türkiye. (2024, 15 Nisan). *Dove gerçek güzellik çizimleri-hissettiğinden daha güzelsin* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=1oAeyeh\\_qKk](https://www.youtube.com/watch?v=1oAeyeh_qKk).
- Drake, V., E. (2017). The impact of female empowerment in advertising (femvertising). *Journal of Research in Marketing*, 7(3), 593-599.
- Drydyk, J. (2013). Empowerment, agency, and power, *Journal of Global Ethics*, 9(3), 249-262.
- Dynavit. (2024, 30 Mart). *Eczacıbaşı Dynavit - başaracaksa başaracak*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=VvRUvFCtXzs>
- Eagly, A., H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ.
- Eczacıbaşı Tüketim. (2024, 20 Mart). *Selpak ön yargıları siliyor*. <https://www.eczacibasituketim.com/haberler/2019/selpak-on-yargilari-siliyor>

- Eisend, M., Plagemann, J., & Sollwedel, J. (2014). Gender roles and humor in advertising: The occurrence of stereotyping in humorous and nonhumorous advertising and its consequences for advertising effectiveness, *Journal of Advertising*, 43(3), 256-273.
- Erdoğan, Z. (2022). Reklam içerik boyutlarının feminist reklam değerine yönelik kadınlar üzerindeki etkisi, *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 4(8), 110-144.
- Esen, E., Siyez, D. M., Soylu, Y. & Demirgürz, G. (2017). Üniversite öğrencilerinde toplumsal cinsiyet algısının toplumsal cinsiyet rolü ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmesi. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 46-63.
- Esmasuna. (2024, 3 Mart). *Atasay "Tak Sana Yakışanı"*. <https://www.esmasuna.com/936691967557>
- Feng, Y., Chen, H. & He, L. (2019). Consumer responses to femvertising: A data-mining case of Dove's "Campaign for Real Beauty" on YouTube, *Journal of Advertising*, 48(3), 292-301.
- Ganz, B. & Grimes, A. (2018). How claim specificity can improve claim credibility in Green Advertising: Measures that can boost outcomes from environmental product claims. *Journal of Advertising Research*, 58(4), 476-486.
- Geant, M., A. & Zabad, D., V. (2018). The feminist movement in marketing. *Annals of the University of Craiova, Economic Sciences Series*, 1(46), 135-145.
- Hsu, C-K. (2018). Femvertising: state of the art, *Journal of Brand Strategy*, 7(1), 28-47.
- Huhmann, B., A., & Limbu, Y., B. (2016). Influence of gender stereotypes on advertising offensiveness and attitude toward advertising in general, *International Journal of Advertising*, 35(5), 846-863.
- İnceoğlu, İ., & Onaylı Şengül, G. (2018). Bir femvertising örneği olarak Nike bizi böyle bilin reklam filmine eleştirel bakış, *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi*, 1(2), 20-36.
- Kabeer, N. (2015). Gender equality, economic growth, and women's agency: the 'endless variety' and 'monotonous similarity' of patriarchal constraints, *Feminist Economics*, 22(1), 295-321.
- Kandiyoti, D. (1988). Bargaining with patriarchy, *Gender and Society*, 2(3), 274-290.
- Kelsey, D., Yannopoulou, N., Whittle, A., Heath, T., Golossenko, A. & Soares, A., M. (2023). The (army) hero with a thousand faces: A discourse-mythological approach to theorizing archetypal blending in contemporary advertising, *Marketing Theory*, 23(1), 141-162.
- Kirli, E., S., D. & Çakır, N., T. (2021). Postfeminist bir pazarlama stratejisi olarak femvertising: Nike, Molped ve Elidor reklamları örneği, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (38), 364-385.
- Koenig, A., M. & Eagly, A., H. (2014). Evidence for the social role theory of stereotype content: Observations of groups' roles shape stereotypes, *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(3), 371-392.
- Li, J., Y., Kim, J., K. & Alharbi, K. (2020). Exploring the role of issue involvement and brand attachment in shaping consumer response toward corporate social advocacy (CSA) initiatives: The case of Nike's Colin Kaepernick campaign, *International Journal of Advertising*, 41(2), 233-257.
- Lilburn, S., Magarey, S. & Sheridan, S. (2000). Celebrity feminism as synthesis: Germaine Greer, The female eunuch and the australian print media, *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 14(3), 335-348.
- MacInnis, D., J. & Folkes, V., S. (2017). Humanizing brands: when brands seem to be like me, part of me, and in a relationship with me, *Journal of Consumer Psychology*, 27(3), 355-374.
- Maconis, J. (2012). *Sociology*. (14th ed), Prentice Hall.
- Maclaran, P. (2015). Feminism's fourth wave: a research agenda for marketing and consumer research, *Journal of Marketing Management*, 31(15-16), 1732-1738.
- Maseno, L. & Kilonzo, S. (2011). Engendering development: Demystifying patriarchy and its effects on women in rural Kenya, *International Journal of Sociology and Anthropology*, 3(2), 45-55.
- Mediamarkt Türkiye. (2024, 29 Mart). *MediaMarkt olarak son teknolojilerimizle kadınları tüm sahalarda destekliyoruz.* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fqCFk2t0Ho8>

- Metin Aer, T. (2022). Atasay ‘‘Tak Sana Yakışanı’’ reklam filmi: Femvertising mi? eşitsizliklerin yeniden üretimi mi?. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 39(1), 312-329.
- Michaelidou, N., Siamagka, N., Hatzithomas, L. & Chaput, L. (2022). Femvertising practices on social media: A comparison of luxury and non-luxury brands, *Journal of Product & Brand Management*, 31(8), 1285-1300.
- Middleton, K. & Turnbull, S. (2021). How advertising got ‘woke’: The institutional role of advertising in the emergence of gender progressive market logics and practices, *Marketing Theory*, 21(4), 561-578.
- Moorman, C. (2020). Commentary: Brand activism in a political world, *Journal of Public Policy & Marketing*, 39(4), 388-392.
- Murshid, N., S. & Critelli, F. M. (2017). Empowerment and intimate partner violence in Pakistan: Results from a nationally representative survey, *Journal of Interpersonal Violence*, 35(3-4), 854-875.
- Nazneen, S., Hossain, N. & Chopra, D. (2019). Introduction: Contentious women’s empowerment in South Asia, *Contemporary South Asia*, 27(4), 457-470.
- NikeWoman. (2024, 20 Nisan). Nike: Bizi böyle bilin [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=rYh9aCW\\_DyI](https://www.youtube.com/watch?v=rYh9aCW_DyI)
- Onaylı Şengül, G. (2018). *Kadım odaklı reklamlarda kadınlık sunumu* (Yayın No. 524668) [Yüksek lisans tezi, Kadir Has Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- zatal., E., . (2011). Ataerkillik, toplumsal cinsiyet ve kadının çalışma yaşamına katılımı, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 21-39.
- Patel, J., D., Gadhavi, D., D. & Shukla, Y., S. (2017). Consumers’ responses to cause related marketing: Moderating influence of cause involvement and skepticism on attitude and purchase intention, *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 14(1), 1-18.
- Poyraz, Y. (2017, 24 Kasım). *Femvertising ve Sistem İine ekilen Feminizm*. Gaia. <https://gaia-dergi.com/femvertising-ve-sistem-icine-cekilen-feminizm/>
- Scharff, C. (2016). *Repudiating feminism: Young women in a neoliberal world*, Routledge.
- Segin, F. & Tural, A. (2011). Sınıf ğretmenliği bölümü ğretmen adaylarının toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları, *E-Journal of New World Sciences Academy Education Sciences*, 6(4), 2446-2458.
- Sekřcińska, K., Trzcińska, A. & Maison, D., A. (2016). The influence of different social roles activation on women’s financial and consumer choices, *Frontiers in Psychology*, 7(365), 1-13.
- Silver, I., Newman, G. & Small, D., A. (2021). Inauthenticity aversion: Moral reactance toward tainted actors, actions, and objects, *Consumer Psychology Review*, 4(1), 70-82.
- Taylor, J., Johnston, J. & Whitehead, K. (2016). A corporation in feminist clothing? Young women discuss the Dove ‘Real beauty’ campaign. *Critical Sociology*, 42(1), 123-144.
- Tor-Kadiođlu, C. (2021). Pazarlamada femvertising: Selpak reklam filminin analizi, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(38), 5304-5331.
- Türkyılmaz, Ő. (2023, 12 Mart). *Feminist reklamcılık: Femvertising*. Startupteknoloji. <https://startupteknoloji.com/post/detail/feminist-reklamcilik-femvertising/>.
- Yıldız, G. (2024, 7 Mart). *Őiřecam dünya kadınlar günü filminde ‘‘erkek işi’’ önyargısını kırıyor*. Marketingturkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/kampanyalar/sisecam-8-mart/>
- Yılmaz, S. (2018). Toplumsal cinsiyet rollerinin günlük hayattaki yansımaları: orum/Alaca rneđi, *İMGELEM*, 2, 55-76.

## Beyaz Perdenin Ardındaki Güç: Kadın Senaristlerin Sinema / Dizi Sektöründe Edindikleri Tecrübelere Stratejik Bakış

Semih KAŞIKÇI<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Senaryo; film, dizi, animasyon, belgesel gibi seyirciye sunulan görsel işlerin önemli yapı taşlarından birisidir. Bu bağlamda senaristlerin üretim aşamasında karşılaştıkları sorunların ortaya konulması son derece değerlidir. İlgili çalışma, senaristlerin aşmaları gereken sorunların çözümleri için önerilerde bulunmak adına önemli bir kaynak görevi görecektir. Bu ana kapsamın yanında çalışmada, özellikle kadın senaristlerin sektörde karşılaştığı sorunlar da irdelenmiş, cinsiyet faktörünün sektörde bir karşılığı olup olmadığı da araştırılmıştır.

İlgili çalışma, sektörde uzun yıllar çalışmış olan iki kadın senaristin, senaristlik hakkındaki düşüncelerini ve “sektörde kadın senarist olarak çalışmak” hakkındaki düşüncelerini görüşme yöntemiyle aktarmaktadır. Bunun yanı sıra yine film, dizi, sosyal medya gibi farklı alanlarda çalışmış / çalışmakta olan 16 kişilik senarist grubuna anket tekniği uygulanmış ve konuyla ilgili istatistikî verilerin incelenmesi yöntemlerine başvurulmuştur.

### SENARYO VE SENARİSTLİK ÜZERİNE

Senaryo kuşkusuz ki sinema / dizi sektörünün önemli parçalarından birisidir. İyi bir senaryo başarılı bir yönetmenin elinde şahesere dönüşebilecektir. Senaryo yazımı sürecinde senaryo tekniğinin başarılı biçimde uygulanması son derece önemlidir. “Senaryo yazımının kuralları” gibi kısıtlayıcı bir yaklaşım, yaratıcılıkla

<sup>1</sup> Arş. Gör., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, semihkasicki@gmail.com, ORCID iD: 0009-0000-3023-9627

bulduğu bir çalışma ortamına sahiptir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen ankete katılanların yaklaşık %87'si senaristlikten başka bir meslek tercih etmiş olmayı düşünmemektedir. Bu sonuca göre katılımcı senaristlerin büyük çoğunluğunun aslında mesleklerini severek yaptıkları ortaya çıkmaktadır. Bu veriden yola çıkılarak olumsuz yönlerin düzenlenebilmesi ve senaristlerin daha rahat bir çalışma ortamına sahip olması meselesinin, üretilen işlerin kalitesini artırabileceği sonucuna ulaşılabilecektir.

Bu verilerin yanında, yapımcıların kadın senaristler ile erkek senaristlere yaklaşım biçiminin değişkenlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Görüşme yapılan K1 ve K2 bu konuda benzer bir fikir belirtmemiştir. K1 yapımcıların kadın ve erkek senaristlere yaklaşımının genellikle benzer olduğunu, K2 ise erkek senaristlere karşı daha anlayışlı yaklaşıldığı bilgilerini vermiştir. Aynı şekilde, yapılan ankette de benzer bir sonuç ortaya çıkmıştır. Katılımcıların yarısı yapımcıların erkek ve kadın senariste farklı yaklaştığını belirtirken diğer yarısı yaklaşımın benzer olduğunu belirtmiştir. Erkek senaristlerin fikirlerinin yapımcılar tarafından daha ciddiye alındığı önermesine katılımcıların yaklaşık %69'u katılmadığını belirtmiştir. Yine kadın senaristlerden daha fazla revize istendiği önermesine de katılımcıların yaklaşık %81'i katılmamıştır. En önemli verilerden biri olan kadın senaristlerin erkek senaristlerden daha düşük ücret aldığı önermesi ise yapımcının kadın ve erkek senaristler arasında gözettiği varsayılan yaklaşım farkını test eden en yüksek değeri oluşturmaktadır. Ancak yine de bu değer, katılımcıların yalnızca yaklaşık %31'i tarafından kabul edilmiştir. Bu sonuçlara göre yapımcıların, erkek senaristler ile kadın senaristlere karşı yaklaşımının kayda değer büyüklükte bir farklılık göstermediği, belirli konularda ve küçük bir fark gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

## KAYNAKLAR

- Adler, A. (2018). *İnsanı tanıma sanatı*. (Çev. K. Şipal). Say Yayınları.
- Aristoteles. (2017). *Poetika*. (Çev. A. Çokona & Ö. Aygün). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aytekin, H., & Eroğlu, İ. (2014). *Bir anlatma vaadi: Senaryo*. Selahattin Yıldız (Ed.), Sinema Dili. Su Yayınevi.
- Eco, U. (2023). *Ortaçağ estetiğinde sanat ve güzellik*. (Çev. K. Atakay). Can Sanat Yayınları.
- Epps, J. (2018). *Senaryo yazmak yeniden yazmak demektir*. (Çev. B. Murat Eyrik). Kalkedon Yayınları.
- Flinn, D., M. (2015). *Senaryo nasıl yazılmaz*. (Çev. A. K. Gülermen). Kalkedon Yayınları.
- McKee, R. (2017). *Hikâye*. (O. Düz, Çev.). İstanbul Medya Akademisi Yayınları.
- Rabiger, M. (2019). *Kurgu sanatı*. (Çev. İ. Genç.). Hil Yayın.
- Snyder, B. (2018). *O kediyi kurtar*. (Çev. E. Avşar). Hep Kitap Yayınları.
- Vogler, C. (2021). *Yazarın yolculuğu*. (Çev. K. Şahin). Okuyan Us Yayınevi.

## Stratejik Yönetimi Açısından Bilgi İletişim Teknolojilerinde Feminizasyon U Hipotezinin Geçerliliğinin Test Edilmesi: Panel Veri Analizi

Ayşe ERYER<sup>1</sup>

Arif Selim EREN<sup>2</sup>

### GİRİŞ

Hızlı değişimin yaşandığı gelişen ve küreselleşen dünyada strateji kelimesinin önemi her geçen gün artmaktadır. Strateji, kelime anlamı ile stratejik yönetim kavramının alt yapısını oluşturmasından dolayı yönetimde oldukça önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla işletme ve yönetim alanında strateji kısaca, işletme ve çevresi arasındaki mevcut ilişkileri inceleyerek işletmelerin yönlerinin ve hedeflerinin belirlenmesi, bu hedefleri gerçekleştirecek faaliyetlerin tespit edilmesi, işletmeler için gereken kaynakların tahsis edilmesi olarak ifade edilmektedir (Güvercin, 2008). Stratejik yönetim ise, strateji ve yönetim kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşmuştur. İşletmelerin uzun dönemde varlıklarını devam ettirebilmek, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamak ve kar elde etmek için, mevcut üretim kaynaklarının verimli ve etkin biçimde kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Demircan, 2008).

Ekonominin küresel hale gelmesi, sınırların kalkması, teknolojik gelişmelerin yaşanması neticesinde işletmeler de hızlı bir şekilde değişme süreci geçirmiş ve teknolojik rekabet gücü kritik bir yapıya dönüşmeye başlamıştır. Ayrıca yoğun bir rekabet süreci ve değişimlerin sürekli yaşandığı bir ortamda işletmelerin varlıklarını devam ettirmeleri, değişen dünyaya uyumlu olarak hızlı ve etkin stratejik kararlar almasına bağlıdır (Mert, 2020).

<sup>1</sup> Dr., Bağımsız Araştırmacı, ayse\_zabun46@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0002-6556-1605

<sup>2</sup> Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, arifselimeren@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0001-7274-1113

ların yer alması, güçlü olması üretkenliğin artırılmasında, yoksulluğun azaltılmasında, iktisadi büyümenin ve kalkınmanın sürdürülebilir olmasında yardımcı bir etken olarak görülmektedir.

Sanayi devrimiyle gerçekleşen değişim ve dönüşüm kadın emeğine olan talebin artmasını sağlamıştır. Kadınların eğitim düzeyi arttıkça kadınların iş gücüne katılım oranı artmaya başlamıştır. Ayrıca teknolojik gelişmelerin yaşanması, yeni iş imkanlarının ortaya çıkması kadınların iş gücüne katılım oranının artmasını devam ettirmiştir. Bilhassa son dönemlerde bilgi iletişim teknoloji araçlarının kullanımının(cep telefonu, bilgisayar, internet gibi) artmasıyla beraber iletişim teknolojisinin kadın istihdamında önemli katkıları olduğu söylenebilmektedir.

Bu kapsamda bu çalışmada bilgi iletişim teknoloji araçlarının kullanımının kadın iş gücüne katılımı üzerindeki etkileri Feminizasyon U hipotezi çerçevesinde E-7 ve G-7 ülkeleri kıyaslanarak değerlendirilmiştir. 2000-2021 dönemi verilerinin kullanıldığı panel veri analizinde E-7 ülkelerinde Feminizasyon U hipotezinin geçersiz olduğu sonucu elde edilmiştir. Başka bir ifade ile bilgi iletişim teknoloji araçlarının kullanımı E-7 ülkelerinde kadınların iş gücüne katılım oranını artırmaktadır. G-7 ülkelerinde ise bu hipotezin geçerliliği sınırlı düzeyde kalmıştır. Modelin bu ülke gurubunda farklı değişkenlerle denenmesinin gerekli olduğu söylenebilmektedir.

Görüldüğü gibi kadınların iş gücüne katılımını sağlamak için bilgi iletişim teknoloji araçlarının kullanımının ve yaygınlaşmanın önemli olduğu görülmektedir. Son olarak gelecek çalışmalarda BİT araçları ile beraber farklı makroekonomik değişkenlerin modele eklenerek kadın iş gücüne katılımı ile olan bağlantısının araştırılması, bölgesel ve sektörel düzeyde çalışmaların incelenmesi, düşük, orta, yüksek gelirli ülkeler karşılaştırılması daha etkin politikaların oluşmasına zemin hazırlayabilir.

## KAYNAKLAR

- Asongu, S. A. ve Odhiambo, N. M. (2022). Enhancing ICT for Female Economic Participation in Sub-Saharan Africa, *Working Papers of The Association for Promoting Women in Research and Development in Africa (ASPWORDA)*, cilt, 02, <https://ideas.repec.org/p/aak/wpaper/22-002.html>
- Bresuch, T.S. & Pagan, A.R. (1980). The Lagrange Multipler Test and its Applications to Model Specification Test in Econometrics, *Review of Economic Studies*, 47, 239-253.
- Demircan, M. N. (2008). *İnşaat Sektöründe Etkin Kararlama Sürecinde Bilişim Teknolojilerinin Stratejik Önemi ve Bir Uygulama*, (Yayın No: 220225), [Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].

- Demiret, M.C. & Ocak, L. E. (2023). Dijitalleşme ve Kadın, Ed: Dr. Ayten Akcan ve Dr. Burcu Bur Yiğit, Kadın ve Yaşam, Eğitim Yayınevi, 422s.
- Driscoll, J.C. & Kraay, A.C. (1998). Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependant Panel Data, *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.
- Efobi, U. R., Tanankem, B. V. & Asongu, S. A. (2018). Female Economic Participation with Information and Communication Technology (ICT) advancement: Evidence from sub-Saharan Africa, *South African Journal of Economics*, 86(2), 231-246. <https://doi.org/10.1111/saje.12194>
- Gaddis, I., & Klasen, S. (2014). Economic Development, Structural Change and Women's Labour Force Participation: A Reexamination of the Feminization Hypothesis, [https://www.econstor.eu/bitstream/10419/90566/1/CRC-PEG\\_DP\\_71.pdf](https://www.econstor.eu/bitstream/10419/90566/1/CRC-PEG_DP_71.pdf)
- Goldin C. (1995). The U-Shaped Female Labour Force Function in Economic Development and Economic History. In: Schultz T.P.(eds.) *Investment in Women's Human Capital*, University of Chicago Press, 61-90.
- Güçlü, M. (2018). Ekonomik Kalkınma ve Kadınların İşgücüne Katılımı: Türkiye İçin U Hipotezinin Yeniden Test Edilmesi, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 32, 203-210
- Güvercin, B. (2008). Rekabetçi Stratejik Yönetim ve Rekabet Edilebilirlik Arasındaki Köprü: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, (Yayın No:218392), [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Hafeez M, Andlib Z, Naz A. & Ullah S. (2020). The Impact of ICT on Women Empowerment: Evidence from Selected South Asian Countries. *NUST J Soc Sci Humanit* 6(1), 45-61.
- Hausman, J.A. (1978). Specification Test in Econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271
- Hilbert, M. (2011). Digital Gender Divide Or Technologically Empowered Women in Developing Countries? A typical case of lies, damned lies, and statistics. *Women's Studies International Forum*, 34(6), 479-489. <http://dx.doi.org/10.1016/j.wsif.2011.07.001>
- Hosney, S. H. (2016). Factors Influencing Female Labor Force Participation in Egypt and Germany: A Comparative Study, *SOE Papers on Multidisciplinary Panel Data Research*, 286, 1-77.
- Islam, S. (2015). Impact of ICT on Women Empowerment in South Asia. *Journal of Economic & Financial Studies*, 3(3), 80-90. <http://dx.doi.org/10.18533/jefs.v3i03.166>
- Klasen, S. (2019). What Explain Uneven Female Labour Force Participation Levels and Trends in Developing Countries?, *ECONSTOR*, Sayı:246, 1-26, <https://hdl.handle.net/10419/175179>
- Mert, G. (2019). Kurumların Stratejik Yönetim Süreçlerinde Dijitalleşmenin Rolü, *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(22), 41-58.
- Nikulin, D. (2017). The Impact of Icts on Women's Economic Empowerment. *ECONSTOR*, 13(43), 1-13, <https://hdl.handle.net/10419/173339>
- Ngoa, G.B.N. & Song, J.S. (2021). Female Participation in African Labor Markets: The Role of Information and Communication Technologies, *Telecommunications Policy*, 45(9), 1-12, <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102174>
- Noor, A., Asghar, Z., Sarwar, H. ve Arfeen, M. I. (2021), Role of the ICT in Women Empowerment and Achieving SDGs: A Case Study of Women Labor Force in Developing Countries, *Etikonomi*, 20(2), 339-348.
- Pesaran, M.H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels. *Cambridge Working Papers in Economics*, No: 435
- Sinha, J. N. (1967). Dynamics of Female Participation in Economic Activity in A Developing Economy. In *United Nations Department Of Economic And Social Affairs. Proceedings Of The World Population Conference, Belgrade 1965* (Vol. IV, Pp. 336-337). New York: UN Publications



- Shuangshuang, Y., Zhu, W., Mughal, N. ve Sergio, I. V. A. & Iskandar, M.(2023). The Impact of Education and Digitalization on Female Labour Force Participation in BRICS: an Advanced Panel Data Analysis *Humanit Soc Sci Commun* 10(598), 1-9, <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02020-2>
- Thottoli, M. M. (2021). Practical Knowledge in Preparing Financial Statements and ICT-Enabled Financial Plans: An Empirical Study Among Entrepreneurial Students in Oman. *International Entrepreneurship Review*, 7(1), 21–31. <https://doi.org/10.15678/IER.2021.0701.02>
- Tüzemen, S., Tüzemen, Ö.B. & Çelik, A.K. (2021). The Relationship between Information and Communication Technologies and Female Labour Force Participation in Turkey, *Economic and Business Review*, 7(21), 121-145, DOI: 10.18559/ebr.2021.4.7
- Viollaz, M. & Winkler, H. (2022). Does the Internet Reduce Gender Gaps? The Case of Jordan, *The Journal of Development Studies*, 58(3), 436-453.
- In.D Maiti, F. Castellacci ve A. Melchior (Ed.) (2020), Digitalisation and development Issues for India and Beyond, Walberg, S., ICT, Gender and Labour Market: A cross Country Analysis.

## Kadın Tasarımcılar: İç Mimarlıkta Kadının Eli

Meryem GEÇİMLİ<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Modern dünyada yaşayan günümüz insanı, zamanının büyük bir çoğunluğunu iç mekanlarda geçirmektedir. Evlerde yaşar, ofislerde çalışır, mağazalarda alışveriş yapar, okulda öğrenir, restoranlarda yemek yer veya hastanelerde tedavi oluruz. İnsan, dışarıda olduğu zaman diliminde ise bir iç mekandan başka bir iç mekana seyahat etmektedir (Pile, 2005). Bu seyahatlerde ise çoğunlukla araba, uçak, gemi, tren gibi araçların iç mekanlarında bulunmaktadır. Dolayısıyla iç mekanlar mağara döneminden bugüne insanla birlikte var olmuş, değişmiş ve gelişmiştir. İnsanın fizyolojik, sosyolojik ve psikolojik ihtiyaçları bakımından paha biçilemez önemdedir. Bu araştırmada tasarım tarihinde yer almış ve isminden söz edilen kadın iç mimarlar hakkında bilgi verilecek ve mesleğin tarihsel sürecinde kadınların önemi incelenecektir.

### İÇ MİMARLIĞIN KISA TARİHİ

Mekanların fonksiyonel ve estetik ilkeler çerçevesinde düzenlenmesi şeklinde tanımlanabilecek iç mimarlık, I. Dünya Savaşı'ndan sonra bir disiplin olarak öne çıkmış (Tomurcuk & Gülmez, 2018) olsa da kökenlerinin antik döneme kadar uzandığı bilinmektedir. Yapım teknikleri ve malzemelerin zaman içerisinde çeşitlenmesi ve gelişimi ile birlikte sosyal yapı ve kültürel farklılıklar mekanların biçimlendirilmesinde etkilidir. İnsanlık tarihi kadar eski olan insanın yaşadığı mekanı düzenleme pratikleri hem ergonomi hem de estetik kaygılar içermesi ba-

<sup>1</sup> Doç. Dr., Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, meryem.gecimli@istiklal.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-1776-1936

4. Kararlılık ve Azim: Zorluklarla karşılaştıklarında pes etmeden mücadele etmek, kadın iç mimarların kararlılık ve azimlerini ortaya koymalarını sağlar. Hedeflerine ulaşmak için sabırlı olmak ve sürekli çaba göstermek önemlidir.
5. Destek Sistemleri: İş yerinde ve sosyal çevrelerinde sağlam destek sistemleri oluşturmak, kadın iç mimarların zorluklarla başa çıkmasına yardımcı olabilir. Aile, arkadaşlar, meslektaşlar ve mentorlar gibi destekçiler, dirençlerini artırabilirler.

Sonuç olarak, iç mimarlık sektöründe kadınlar karşılaştıkları zorluklarla başa çıkmak için kendilerine güvenmeli, iş birliği yapmalı, sürekli olarak gelişmeli, kararlılık göstermeli ve güçlü destek sistemleri oluşturmalıdırlar. Bu yaklaşım, kadın iç mimarların sektörde başarıya ulaşmalarını ve dirençlerini artırmalarını sağlayabilir.

## KAYNAKLAR

- Araujo, A. (2021). *No compromise: The work of Florence knoll*. Chronicle Books.
- Banham, J. (1997). *Encyclopedia of interior design*. Routledge.
- Coleman, C. (2002). History of the profession. In C. Coleman (Eds.). *Interior Design Handbook of Professional Practice*. McGraw-Hill Education: 26-27.
- Dedek, P. (2022). *The women who professionalized interior design*. Routledge.
- Eames, C., Eames, R. (1991). The eames report Arpril 1958. *Design Issues* 7(2):63-75.
- Elmo, J., S. (2015). *Designing women, dialogues with pioneering women designers (1850-1950)*. Friesen Press.
- Flanner, J. (1938, January 7). *Handsprings across the sea*. The New Yorker.
- Flanner, J. (1941). *The amazing career of Dorothy Draper*. Herper's Bazaar 90.
- Haldeman, P. (2013). Maximum impact. *Architectural Digest*. 70(1):168
- Hale, R., K., Williams, T., L. (2016). *Starting your career as an interior designer*. (2. Ed) Simon & Schuster.
- Hiesinger, K. B., Hadid, Z., Schumacher, P. (2011). *Zaha Hadid: Form in motion*. Philadelphia Museum of Art.
- Hunter, C. (2020). *Threads of life: A history of the world through the eye of a needle*. Hodder & Stoughton.
- Kirkham, P. (1998). *Charles and Ray Eames: Designers of the Twentieth Century*. MIT Press.
- Lee, Y. (2015). The parametric design genealogy of Zaha Hadid. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*. 14(2): 403-410.
- Lewis, A. (2010). *The great lady decorators: The women who defined interior design, 1870-1955*. Rizzoli.
- Lupkin, P., Sparke, P. (2018). *Shaping the American interior: Structures, contexts and practices*. Routledge.
- MOMA. (2024, 3 Mayıs). *Ray Eames*. <https://www.moma.org/artists/1672> sayfasından alınmıştır.
- Myzelev, A. (2017). *Fashion, interior design and the contours of modern identity*. Routledge.
- Peck, A., Irish, C. (2001). *Candace Wheeler: The art and enterprise of American design, 1875-1900*. Metropolitan Museum of Art.
- Pile, J. F. (2005). *A history of interior design*. Laurence King Publishing.
- Pile, J. F., Gura, J. (2014). *A history of interior design*. (4. Edt.) Laurence King Publishing.
- Plunkett, D. (2020). *Taste: A cultural history of the home interior 1800 to the present day*. RIBA Publishing

- Sander, K. W. (1998). *The business of charity: The Woman's exchange movement, 1832-1900*. University of Illinois Press.
- Scheips, C. (2014). *Elsie de Wolfe's Paris: Frivolity Before the Storm*. Abrams.
- Schumacher, J. (2010). The Phenomenology of Color [As a Working Methodology for Design Practice]. In P. Trutty-Coohill (Eds.). *Art Inspiring Transmutations of Life*. Springer 383–391.
- Sendai, S. (2019). The conception of “equipment” by Charlotte Perriand: Cross-over between Le Corbusier and Japan. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 18(5):430–438.
- Tigerman, B. (2007). “I am not a decorator”: Florence Knoll, the Knoll planning unit and the making of the modern office. *Journal of Design History*, 20(1):61–74.
- Tomurcuk, I. P., Ünsal Gülmez, N. (2018). Kadınların iç mimarlık mesleğine yönelimi üzerine bir araştırma. *Tasarım + Kuram Journal*, 14(26):36–52.
- Twain, M., Warner, C. D. (2001). *The gilded age: A tale of today*. Penguin.
- Urquiola, P., Klein, C. (2009). *Patricia Urquiola*. Daab.
- Von Moos, S. (1977). *Le Corbusier*. Lumen.
- Weiss, I. (2022). *Candace Wheeler, A Creative Life: Book 1: Genesis (1827-1876)*. Kindle Direct Publishing.
- Weiss, I. (2023). *Candace Wheeler, A Creative Life: Book 2: Fruition (1876-1892)*. Kindle Direct Publishing.
- Wheeler, C. (Ed.) (1893). *Household art*. Harper & Brothers.
- Wheeler, C. (1901). *Content in a garden*. Houghton Mifflin and Company
- Wheeler, C. (1902). *How to make rugs*. Doubleday, Page & Company
- Wheeler, C. (1903). *Principles of home decoration*. Doubleday, Page & Company.
- Wheeler, C. (1905). *Doubledarling and the dreamspinner*. Duffield & Company.
- Wheeler, C. (1914). *The annals of Onteora: 1887–1914*. E.W. Whitfield.
- Wheeler, C. (1918). *Yesterdays in a busy life*. Harper & Brothers.
- Wheeler, C. (1921). *The development of embroidery in America*. Harper & Brothers.
- Whiton, S., Abercrombie, S. (2002). *Interior design and decoration* (5th ed.) Upper Saddle River, NJ. Pearson Education Inc.
- Wikipedia. (2009, 23 Şubat). *Elsie de Wolfe*. 05.05.2024 tarihinde [https://en.wikipedia.org/wiki/Dorothy\\_Draper#/media/File:Dorothy\\_Draper\\_1942.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Dorothy_Draper#/media/File:Dorothy_Draper_1942.jpg) sayfasından alınmıştır.
- Wikipedia. (2020, 11 Temmuz). *Elsie de Wolfe*. 11.05.2024 tarihinde [https://en.wikipedia.org/wiki/Elsie\\_de\\_Wolfe#/media/File:Elsie\\_de\\_Wolfe,\\_1914\\_March\\_3.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Elsie_de_Wolfe#/media/File:Elsie_de_Wolfe,_1914_March_3.jpg) sayfasından alınmıştır.
- Wikipedia. (2020, 6 Eylül). *Candace Wheeler*. 29.04.2024 tarihinde [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Candace\\_Wheeler.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Candace_Wheeler.jpg) sayfasından alınmıştır.
- Wolfe, E. (1935). *After all*. Arno Press.
- Zipf, C. W. (2007). *Professional pursuits: Women and the American arts and crafts movement*. Univ. of Tennessee Press.

## Dijital Oyun Tasarımı Alanında Kadın Stratejileri

Mehmet Şahin SOLAK<sup>1</sup>

Can MEŞE<sup>2</sup>

Yusuf İslam BOLAT<sup>3</sup>

### GİRİŞ

Dijital oyun sektörü, günden güne hem ekonomik hem de yeni çalışma alanları olarak büyümeye devam etmektedir. Yılmaz ve Çağiltay'ın (2004) 2000'li yılların başında dünya genelindeki dijital oyun sektörüne ilişkin ekonomik bağlamdaki mevcut durumu ifade ederken yazılım ve donanım birlikte 19 milyar \$ büyüklükte olduğunu belirtmişlerdir. Dijital oyun sektörünün ABD'deki durumu ise o dönem 6,35 milyar \$ olarak raporlanmıştır (Squire, 2002). Günümüzde ise New-Zoo' nun (2024) raporuna göre dijital oyun sektörü, 89,9 milyar \$ mobil oyunlar, 52,4 milyar \$ konsol oyunları, 39,6 milyar \$ bilgisayar oyunları, 1,9 tarayıcı oyunları olmak üzere dünya genelinde toplam 183,9 milyar \$'lık büyüklüğe ulaşmıştır. Benzer bir güncel raporda sadece ABD'de Dijital oyun sektörünün ekonomik büyüklüğünün 57,2 milyar \$ olduğu, bunun 48 milyar \$'ı yazılım, 6,6 milyar \$'ı donanım ve 2,6 milyar \$'ı ise oyun aksesuarlarından kaynaklandığı ifade edilmiştir (ESA, 2024). 2004'ten 2024'e gelen süreçte sektörün çarpıcı bir şekilde büyümesini göstermek adına bu bilgilere yer verilmiş olup sonraki bölümlerde dijital oyun sektörünün karşılaştırmalı analizleri detaylı olarak ele alınacaktır. Dijital oyun sektörüne ilişkin raporlar incelendiğinde görülecek ki önceleri daha

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü, mehmentsahin.solak@istiklal.edu.tr , ORCID iD: 0000-0003-2528-7960

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü, can.mese@istiklal.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-9759-7055

<sup>3</sup> Doç. Dr., Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü, yusufislam.bolat@istiklal.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-6120-3157

çok rahat bir şekilde danışmanlık yapabileceklerini belirttikleri de bilinmektedir. Sonuç olarak cinsiyet faktörünün bazı değişkenler açısından önemli bir konuma sahip olmasına rağmen dijital oyun sektöründe beceri temelli olması nedeniyle önemli bir faktör olmadığı öngörülmektedir. Bu konuda yeni araştırmaların yürütülmesi önerilmektedir.

## KAYNAKLAR

- Bahçekapılı, E., Yıldız, M., Çiftci, E., & Karal, H. (2022). Examination of children' playing game tendencies and digital game preferences based on gender. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 7-23.
- Bailey, E., N., Miyata, K., & Yoshida, T. (2019). Gender composition of teams and studios in video game development. *Games and Culture*, 16(1), 42–64.
- Brookhaven National Laboratory. (2008, 21 Ekim) BNL | History: The First Video Game. <https://www.bnl.gov/about/history/firstvideo.php>
- CG Spectrum Institute, (n.d.). *Game development career pathways*. 24.06.2024 tarihinde <https://www.cgspectrum.com/career-pathways/game-development> adresinden alınmıştır.
- Chen, L., S., L. (2010). The impact of perceived risk, intangibility and consumer characteristics on online game playing, *Computers in Human Behavior* (26:6), 1607–1613.
- Clement, J. (2023, Kasım 6). *Distribution of video gamers in the United States from 2006 to 2023*. <https://www.statista.com/statistics/232383/gender-split-of-us-computer-and-video-gamers/>
- Dan, C. (2007, May 18). *Tennis for two-The second ever computer*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=s2E9iSQfGdg&t=67s>
- Durdu, P., O., Tüfekçi, A. & Çağiltay, K. (2005). Üniversite öğrencilerinin bilgisayar oyunu oynama alışkanlıkları ve oyun tercihleri: ODTÜ ve Gazi Üniversitesi öğrencileri arasındaki karşılaştırmalı bir çalışma. *Eurasian Journal of Educational Research*, 19, 66-76.
- Epic Games, (2022, 15 Mart). Oyun dünyasındaki kadınları kutluyoruz. <https://store.epicgames.com/tr/news/celebrating-women-in-games>
- ESA (2023, 1 Temmuz). *2023 Essential facts about the video game industry*. [https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/ESA\\_2023\\_Essential\\_Facts\\_FINAL\\_07092023-1.pdf](https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/ESA_2023_Essential_Facts_FINAL_07092023-1.pdf)
- ESA. (2024, 1 Temmuz). *2024 Essential facts about the U.S. video game industry*. <https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/05/Essential-Facts-2024-FINAL.pdf>
- Ferguson, C., J. (2007). The good, the bad and the ugly: A meta-analytic review of positive and negative effects of violent video games. *Psychiatric Quarterly*, 78(4), 309–316.
- Fromme, J. (2003). Computer games as a part of children's culture. *Game studies*, 3(1), 49-62.
- Gaming in TURKEY | MENA | EU. (n.d.). *Türkiye Oyun Sektörü Raporu*. 12.06.2024 tarihinde <https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr/> adresinden alınmıştır.
- Granic, I., Lobel, A. & Engels, R., C., M., E. (2014). The benefits of playing video games. *American Psychologist*, 69(1), 66–78.
- Hainey, T., Connolly, T., Stansfield, M. & Boyle, E. (2011). The differences in motivations of online game players and offline game players: A combined analysis of three studies at higher education level. *Computers & Education*, 57(4), 2197-2211.
- IBISWorld. (2023, Ağustos 12). *IBISWorld Industry Market Research, Reports, and Statistics*. <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/employment/video-games-united-states>
- Iqbal, A., Kankaanranta, M. & Neittaanmäki, P. (2010). Experiences and motivations of the young for participation in virtual worlds, *Procedia – Social and Behavioral Sciences* (2:2), 3190-3197.

- Kim, C. & Lee, S. (2020). Fragmented industrial structure and fragmented resistance in Korea's digital game industry. *Global Media and China*, 5(4), 354-371.
- Newzoo. (2017, 3 Mayıs). *Male and female gamers: How their similarities and differences shape the games market*. <https://newzoo.com/insights/articles/male-and-female-gamers-how-their-similarities-and-differences-shape-the-games-market/>
- Newzoo, (2024, Mayıs 1). *Global Games Market Report January 2024 Free Version*. <https://newzoo.com/games-market-reports-forecasts>
- Ogletree, S., M. & Drake, R. (2007). College students' video game participation and perceptions: Gender differences and implications. *Sex Roles*, 56, 537-542.
- Onay, C., Z. & Kıyılıoğlu, L. (2021). Dijital oyunlarda kadın ve erkek temsilinin toplumsal cinsiyet işaretleri bağlamında değerlendirilmesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(41), 955-993.
- Özyurda Ergen, M., D. (2022). *Bir gizli kimlik olarak kadın: Türkiye'de çevrimiçi oyun oynayan kadın oyuncular*. Ö.A. Kuş ve Ö. Uğurlu Akbaş (Eds.), *Oyunların dijital hali-II* (161-190)
- Pan, R. (2023, September 14). Video games and gender equality: How has video gaming become a men's privilege? *Proceedings of the International Conference on Social Psychology and Humanity Studies*, 37-44.
- Spieler, B. & Slany, W. (2018, October 03-05). Game development-based learning experience: gender differences in game design. *Proceedings of the 12th European Conference on Games Based Learning*, 616-625. Sophia Antipolis, France.
- Statista. (2024a, 17 Mayıs). *Game developer distribution worldwide 2014-2021, by gender*. 30.05.2024 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/453634/game-developer-gender-distribution-worldwide> sayfasından alınmıştır.
- Statista. (2024b, 22 Nisan). *Top gaming companies market value 2024*. <https://www.statista.com/statistics/1197213/market-value-of-the-largest-gaming-companies-worldwide>
- Skillsearch (2023, 27 Mart). *2023 Games and Interactive Salary and Satisfaction Report*. [https://www.skillsearch.com/assets/2023\\_Games\\_and\\_Interactive\\_Salary\\_and\\_Satisfaction\\_Report.pdf](https://www.skillsearch.com/assets/2023_Games_and_Interactive_Salary_and_Satisfaction_Report.pdf)
- Skillsearch (2024, 8 Mart). *2024 Games and Interactive Salary and Satisfaction Report*. [https://www.skillsearch.com/assets/2024\\_games\\_survey\\_report.pdf](https://www.skillsearch.com/assets/2024_games_survey_report.pdf)
- Squire, K. (2003). Video games in education. *Int. J. Intell. Games & Simulation*, 2(1), 49-62.
- Todorov, N. (2014, Kasım 16). *This was the world's first cell phone with a game loaded on it*. PhoneArena [https://www.phonearena.com/news/This-was-the-worlds-first-cell-phone-with-a-game-loaded-on-it\\_id62920](https://www.phonearena.com/news/This-was-the-worlds-first-cell-phone-with-a-game-loaded-on-it_id62920)
- Veltri, N., Krasnova, H., Baumann, A., Kalayamthanam, N. (2014) Gender Differences in Online Gaming: A Literature Review. AMCIS 2014 Proceedings. 25.05.2024 tarihinde <https://aisel.aisnet.org/amcis2014/SocioTechnicalIssues/GeneralPresentations/5> sayfasından alınmıştır.
- Wang, H. & Wang, Y. (2008). Gender differences in the perception and acceptance of online games. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 787-806.
- Yılmaz, E. & Çağiltay, K. (2004). Elektronik oyunlar ve Türkiye. TBD 21. Ulusal Bilişim Kurultayı. Ankara.
- YouGov. (2023, 29 Mart). *Gaming & esports report 2023*. <https://commercial.yougov.com/rs/464-V-HH-988/images/YouGov-Gaming-and-Esports-whitepaper-2023-Reaching-Gamers-everywhere.pdf>

## Türkiye’de İşgücü Piyasalarında Kadınların Yeri ve Dijital Teknolojiler Bağlamında Artırılmasına Yönelik Öneriler

Arif Selim EREN <sup>1</sup>

Ayşe ERYER <sup>2</sup>

### GİRİŞ

Toplumsal yaşantı içinde cinsiyet ayrımcılığından en fazla zararı erkek egemen bir toplum yapısı bulunduğu için kadınlar görmektedir. Bu durumun pek çok nedeni olmakla birlikte özellikle kadınların eğitim, sağlık ve sosyal hizmetlere erişiminde engellerin çoğunun eğitime dayandığı gözlenmektedir. Kimi zaman kadının dünya görüşünün çok ileri düzeylerde olmasına rağmen muhatap olduğu erkeklerin eğitim düzeyi ve dünyaya bakışı aynı düzeylerde olmadığından kadınların süreçlerden zararlı çıkması gibi durumlar ortaya çıkabilmektedir. Böylece sadece kadınların eğitim düzeylerinin iyileştirilmesinin problemlerin çözümünde bir etkisinin olmayacağı gözlemlendiğinden erkeklerle birlikte bütün toplumun eğitime bakış açılarının değiştirilmesi ve dünyayı anlamlandırmada önde tuttukları şeylerin daha rasyonel bir hale gelmesinin sağlanması gerektiği düşünülmektedir (Kavak, 1997).

Bu bakış açısıyla kadınların iktisadi sistemlerde erkekler kadar katılım sağlamları ile çözülebilecek pek çok durumun toplumun geleceğine ışık tutabileceği görülmektedir. Dolayısıyla dijital dönüşüm ve teknolojik gelişmelerin belirleyici olacağı geleceğin istihdam piyasasında kadınların rolünün artırılabilmesi için bir takım politika önerilerine ihtiyaç olduğu gözlenmektedir (Demirtaş ve Yayla, 2017).

<sup>1</sup> Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, arifselimeren@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0001-7274-1113

<sup>2</sup> Dr., Bağımsız Araştırmacı, ayse\_zabun46@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0002-6556-1605



tırabilir. Bununla birlikte kadınların istihdama katılması, ekonomik büyüme ve kalkınma açısından pozitif bir döngü oluşturabilir. Kadınların ekonomiye katkısı, genel refahı artırabilir ve bu da yoksulluğu azaltabilir. Netice itibariyle kadınların istihdama katılımı, kadın yoksulluğunu engellemede önemli bir rol oynayacağı belirtilmektedir (Şener, 2012). Bu, kadınların ekonomik bağımsızlıklarını artırarak, aile ekonomilerini güçlendirerek, eğitime ve sosyal hizmetlere erişimlerini iyileştirerek, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini azaltarak ve genel olarak toplumsal refahı artırarak gerçekleşebilir.

Bütün bunların yanında çalışmanın kısıtlarına gelindiğinde ilk başta kadın ve çalışma hayatı ile ilgili istatistikler çok çeşitli olması gerekirken çok nadir bulunmaktadır. Böylece ampirik içeriği zenginleştirmek için TÜİK ve diğer veri paylaşan kuruluşların bu konu üzerinde daha fazla çaba göstermesi ümit edilmektedir. Ayrıca yazında kadın ve teknoloji konusunda çok fazla yayının olmaması bu çalışmanın sonuçlarının kıyaslanması açısından kısıtlara neden olmaktadır. Dolayısıyla kadınların teknoloji yönetim becerileri, dijital okuryazarlıkları ve teknolojik kabiliyetleri üzerine daha fazla ampirik bulgunun olduğu çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Son söz olarak kadınların baş tacı olması gereken bir toplumsal yapıya kavuşturulduğunda eşit temsil ile daha yaşanabilir bir ülke ekonomisi ve sosyal sisteme kavuşulabileceği görülmektedir. Bu çalışmanın kendine bir çıkar yol arayan bütün herkese faydalı olması temennisi ile literatürdeki önemli bir boşluğun giderildiği bir çalışmanın yapılmış olması ümit edilmektedir.

## KAYNAKLAR

- Akbaş, G., & Korkmaz, L. (2017). Kadın yöneticiler: Görünmez Engellerin Gölgesinde Yükselme Çabası, *İş ve İnsan Dergisi*, 4(2), 73-86.
- Aksoy, N., Felek, Ş., Yayla, N. & Çevişi, İ. (2019). Türkiye’de Kadın İstihdamı Ve Etkileyen Faktörler, *Journal of Management and Economics Research*, 17(3), 146-163.
- Arıkan, C. (2016). Kadın Girişimcilikte Başarı Ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği. *Journal of Management and Economics Research*, 14(3), 138-156.
- Aydın, S. (2016). Türkiye’de kadının istihdamı ve kadına dair sosyal güvenlik uygulamaları, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 243-258.
- Bal, M. D. (2014). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğine Genel Bakış, *Kadın Sağlığı Hemşireliği Dergisi*, 1(1), 15-28.
- Baltagi, B.H., ve Wu P, X., (1999). Unequally Spaced Panel Data Reggession with AR(1) Disturbances, *Econometric Theory*, 15, 814-823.
- BarNir, A. (2012). Starting Technologically Innovative Ventures: Reasons, Human Capital, And Gender. *Management Decision*, 50(3), 399-419.

- Başar, F., & Demirci, N. (2015). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Ve Şiddet, *Kadın Sağlığı Hemşireliği Dergisi*, 2(1), 41-52.
- Bayramoğlu, A. T. & Dökmen, G. (2017). Türkiye’de Kadın İstihdamı Ve Mikro Kredi Uygulamaları İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(16), 41-64.
- Beken, N. (2020). Covid-19 Pandemi Sürecinde Kadın İstihdamı: Türkiye Örneği, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (EK SAYI (2020)), 47-74.
- Berber, M. & Eser, B. Y. (2008). Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz, *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 10(2), 1-16.
- Bozat, Z. A. (2017). Kadın Girişimciler ve İnovasyon; Topluluktan Faydalanma (Crowdsourcing) Yönteminin Getirebileceği Çözümler: Şişli Bölgesindeki Kadın Girişimciler, *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 26-37.
- Cafri, R., & Selci, F. (2020). Teknolojik Gelişmeler ve Kadın İstihdamı ilişkisi: AB Ülkeleri ve Türkiye Açıısından Bir Değerlendirme, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(5), 3264-3278.
- Cansız, M., & Özbaylanlı, B. (2017). Teknoparkların Ar-Ge Ve Yenilik Fikirlerine Katkıları. *Verimlilik Dergisi*, (3), 125-166.
- Çakır, E. H. (2011). Kadın İstihdamında Yerel Yönetimlerin Rolü, Görevleri ve Sorun Alanları. *Kadın Emegi Konferansı Kadın İstihdamı ve Sorun Alanları*. Ankara, 3(2011), 75-86.
- Dedeoğlu, S. (2009). Eşitlik mi ayrımcılık mı? Türkiye’de sosyal devlet, cinsiyet eşitliği politikaları ve kadın istihdamı. *Çalışma ve Toplum*, 2(21), 41-54.
- Demirtaş, G., & Yayla, N. (2017). Küresel Entegrasyonun Kadın İstihdamı Üzerine Etkisi: Ampirik Bir İnceleme, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 12(48), 339-349.
- Dikilitas, B., Fazlıoğlu, B. & Dalgic, B. (2022). The Impact of Exporting on Women’s Employment, *International Journal of Manpower*, 43(4), 926-949.
- Doğan, B. B. & Kaya, M. (2014). TRC2 Bölgesinde Kadın İstihdamı Sorunları Ve Çözüm Önerileri, *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4(2), 91-106.
- Driscoll, J.C. and Kraay, A.C. (1998). Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependant Panel Data, *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.
- Erbay, E. & Tuncay, T. (2007). Sosyal Hizmet Bakışıyla Kadın İstihdamı, *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 17(2), 25-40.
- Erdoğan, S. & Yaşar, S. (2018). Türkiye’de Kadın İstihdamının Gelişimi: Konya-Karaman Örneği, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 20(34), 18-28.
- Friedman, M. (1937). The Use of Ranks to Avoid the Assumption of Normality Implicit in the Analysis of Variance, *Journal of the Amerikan Statistical Association*, 32, 675-701
- Gaies, B., Feola, R., Vesci, M., & Maalaoui, A. (2023). Investigating the Relationship between Women’s Entrepreneurship and Country-Level Innovation: Evidence from a Panel of OECD Countries, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 29(7), 1613-1643.
- Giang, L. T., Kikkawa, A., Park, D. & Nguyen, T. D. (2023). Employment among Older Men and Women in Vietnam: How Their Health Played a Role?, *Working with Older People*, <https://doi.org/10.1108/WWOP-06-2023-0025>
- Glucksmann, M. & Nolan, J. (2007). New Technologies and the Transformations of Women’s Labour at Home and Work, *Equal Opportunities International*, 26(2), 96-112.
- Gumbus, A. & Grodzinsky, F. (2004). Gender Bias in Internet Employment: A Study of Career Advancement Opportunities for Women in the Field of ICT, *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 2(3), 133-142.
- Gül, S. S. & Altındal, Y. (2016). Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün Mü?. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1361-1377.
- Hamid, A. M. & Alauddin, M. (1998). Coming out of Their Homesteads? Employment for Rural

- Women in Shrimp Aquaculture in Coastal Bangladesh, *International Journal of Social Economics*, 25(2/3/4), 314-337.
- Hausman, J.A. (1978). Specification Test in Econometrics, *Econometrica*, 46(6), 1251-1271.
- Hunt, V. & Rasmussen, E. (2010). Patterns and Motivations of Successful Women Pursuing Their Careers in New Zealand Call Centres, *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 2(2), 167-184.
- Jurado, T., Tretiakov, A. & Bensemann, J. (2023). Symbolic Power, Discourse, and Underrepresentation Women in IT, *Information Technology & People*, 37(5), 1897-1917, <https://doi.org/10.1108/ITP-01-2021-0060>
- Karabiyık, I. (2012). Türkiye’de Çalışma Hayatında Kadın İstihdamı, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 231-260.
- Kasa, H. & Alptekin, D. D. V. (2015). Türkiye’de Kadın İşgücünün Büyüme Etkisi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 18(1), 1-24.
- Kavak, Y. (1997). Eğitim, İstihdam ve İşsizlik İlişkileri, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(13), 21-26.
- Koçbulut, Ö. & Barış, S. (2016). Avrupa Birliği Ülkelerinde İhracat Ve Doğrudan Yabancı Yatırımların Kadın İstihdamı Üzerindeki Etkisi: Panel veri analizi, *Aydın İktisat Fakültesi Dergisi*, 1(2), 22-39.
- Kouzmin, A., Korac-Kakabadse, N. & Korac-Kakabadse, A. (1999). Globalization and Information Technology: Vanishing Social Contracts, The “Pink Collar” Workforce and Public Policy Challenges, *Women in Management Review*, 14(6), 230-252.
- Küçükcalay, A. M. (1998). Türkiye’de Planlı Dönemde Kadın Nüfusu Ve Kadın İşgücü İstihdamındaki Gelişmeler, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(3).
- Laosethakul, K., & Leingpibul, T. (2010). Why FEMALES do not Choose Computing? A Lesson Learned from China. *Multicultural Education & Technology Journal*, 4(3), 173-187.
- Maya, İ. (2013). Türk Eğitim Sistemindeki Cinsiyet Eşitsizliklerinin AB Ülkeleri İle Karşılaştırılması, *Eğitim ve Bilim*, 38(168).
- Mizrahi, R. & Aracı, H. (2010). Kadın Yöneticiler ve Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 149-156.
- Önder, N. (2013). Türkiye’de Kadın İşgücünün Görünümü, *Çalışma Dünyası Dergisi*, 1(1), 35-61.
- Özdemir, Z., Yalman, İ. N. & Bayrakdar, S. (2012-11-13 Ekim). Kadın istihdamı ve Ekonomik Kalkınma: Geçiş Ekonomileri Örneği, [Konferans Sunumu], In *International Conference On Eurasian Economies, Almaty-Kazakistan*, <https://www.avekon.org/proceedings/avekon03.pdf>
- Özmen, F. (2016). Türkiye’de Kadın İstihdamı ve Mikro Kredi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(6), 109-130.
- Peker, A. E., & Kubar, Y. (2012). Türkiye’de Kırsal Kesimde Kadın İstihdamına Genel Bir Bakış, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 173-188.
- Pesaran, M.H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels. *Cambri-dge Working Papers in Economics*, sayı:435, 1-39.
- Sevüktekin, M. (2014). Türkiye’de Kadın İstihdamının Geleceği, *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 10(2), 52-83.
- Soyseçkin, İ. (2015). Türkiye’de Kadın İstihdamı Ve Sosyal Refah Uygulamaları, *Mülkiye Dergisi*, 39(3), 245-270.
- Süral, N. (2013). Türkiye’de Kadın İstihdamı: Fırsatlar, Engeller ve Hukuki Çerçeve, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 15, 279-310.
- Şahin, E. (2009). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(17), 286-309.
- Şener, Ü. (2012). Kadın yoksulluğu. *Mülkiye Dergisi*, 36(4), 51-67.

- Tatođlu, Y.F. (2020). Panel Veri Ekonometrisi, Beta Basım Yayım, 464s.
- Türlüođlu, E. (2018). Kadın İstihdam ve Büyüme İlişkisi: Var Modeli Analizi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(9), 59-68.
- Voumik, L. C., Nafi, S. M., Majumder, S. C. & Islam, M. A. (2023). The Impact of Tourism on the Women Employment in South American and Caribbean Countries, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(9), 3095-3112.
- Wynarczyk, P. (2007). Addressing the “Gender Gap” In the Managerial Labour Market: The Case of Scientific Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in the North East of England, *Management Research News*, 30(12), 942-954.
- Yetiř, ř. A. & alışkan, N. (2020). Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: Mevcut Duruma İlişkin Bir Değerlendirme, *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 105-119.
- Yıldız, Ö. (2013). İşverenlerin Bakış Açısından Türkiye’de Kadın İstihdamı: Bir Alan Araştırması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 2(3), 95-110.

## Kadınların İstihdamında Mesleki Eğitimin Yeri ve Öneminin İstihdam Stratejileri Kapsamında Değerlendirilmesi

Burcu ERŞAHAN<sup>1</sup>

Yağmur MATYAR TANIR<sup>2</sup>

### GİRİŞ

Kadınların iş gücüne katılımının erkeklere oranla daha düşük olması neredeyse tüm dünyada tespit edilen bir sorundur. Bu nedenle birçok ülke kadınların iş gücüne katılımını sağlamak için yeni politikalar benimsemektedir (Bairagya, 2021, 149). Kadın iş gücünün ücret karşılığında iş yaşamına dahil olması ve buna yönelik politikaların geliştirilmesi, ülkenin kalkınması için son derece önemli bir konudur (Karabıyık, 2012, 232). Kadınların iş hayatına katılımı temel bir haktır, ancak kadınlar iş dünyasında genellikle ayrımcılıkla ve cinsiyet eşitsizliğiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Kadınların eğitim seviyesinin düşük olması ve onların ekonomik olarak özgür bireyler olamamaları, bu sorunun temel nedenidir. Bu sorun, kadının statüsünün yükseltilmesi ve sosyal, politik ve hukuki konularda yüksek farkındalık seviyesine ulaşmasıyla çözülebilir. Kadınların üretken yönünün ve farklı rollerinin tanınması ve vurgulanmasıyla kadınların ikincilleştirilmesi sonlandırılmalıdır (Ahamad vd., 2016, 76).

Bu noktada mesleki eğitim beceri, iş ve iş gücü arasında köprü görevi görerek kadınların iş gücüne katılımını desteklemektedir. Beceri ve bilgi, ülkelerin ekonomik büyümesi ve sosyal gelişimi için temel anahtardır. Daha iyi bilgi ve beceri düzeyine sahip olan ülkeler, küreselleşmenin neden olduğu zorluklarla baş edebilir ve fırsatları etkili ve hızlı bir şekilde değerlendirebilir (Ahamad vd., 2016,

<sup>1</sup> Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, bersahan@ksu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-2546-0567

<sup>2</sup> Arş. Gör., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, ymatyar@ksu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-5714-1961

## KAYNAKLAR

- Ahamad, T., Sinha, A., & Shastri, R. K. (2016). Women empowerment through skills development & vocational education. *SMS Journal of Entrepreneurship & Innovation*, 2(2), 76-81.
- Alniaçık, A., Gökşen, F., & Yüksek, D. (2019). School to work or school to home? An analysis of women's vocational education in Turkey as a path to employment. *Gender and Education*, 31(8), 1040-1056.
- Bairagya, I., Bhattacharya, T., & Tiwari, P. (2021). Does vocational training promote female labour force participation? An analysis for India. *Margin: The Journal of Applied Economic Research*, 15(1), 149-173.
- Demir, Ö. B. Uğur, Z., Yıldız, Emre. (2021) Eğitimli çocuk bakıcılarının teşviki yoluyla. kayıtlı kadın istihdamının desteklenmesi projesi. (Edu-Care). Politika Öneri Belgesi. Ankara.
- Ebrahimi, R., Choobchian, S., Farhadian, H., Goli, I., Farmandeh, E., & Azadi, H. (2022). Investigating the effect of vocational education and training on rural women's empowerment. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1). 1-11
- İŞKUR. (2022). *2022 yılı faaliyet raporu: İl istihdam ve mesleki eğitim kurulları*. Türkiye İş Kurumu. Erişim Adresi: <https://media.iskur.gov.tr/2022-il-istihdam-mesleki-egitim-kurullari-faaliyet-raporu.pdf>
- İŞKUR. (2023). *Türkiye İş Kurumu 2022 yılı faaliyet raporu*. Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı. Erişim Adresi: <https://media.iskur.gov.tr/2022-faaliyet-raporu.pdf>
- Karabiyik, I. (2012). Türkiye'de çalışma hayatında kadın istihdamı. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 231-260.
- Karaca, D. A., & Taşseven, Ö. (2022). Türkiye'nin kadın istihdamı ve işgücü istatistiklerinin incelenmesi. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 8(1), 176-186.
- Kazu, İ. Y. (2002). Türk milli eğitim sisteminde mesleki ve teknik eğitim. *Öğretmenlik mesleği*. Üniversite Kitabevi.
- MEB. (2012). Mesleki ve teknik eğitim strateji belgesi ve eylem planı (Taslak) 2013-2017, Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara.
- MEB. (2022). Güncel eğitim politikaları ve 20. Millî Eğitim Şûrası tavsiye kararları. Ankara.
- Mesleki Eğitim Merkezleri (2024, 1 Nisan). T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, *mesleğim hayatım web sayfası*. <https://meslegimhayatim.meb.gov.tr/egitim/mesleki-egitim>
- Özhavzalı, M. (2021). *Günümüzde kadının mesleki eğitimdeki durumu*. İksad Yayınevi.
- Özsoy, C. E. (2015). Mesleki eğitim-istihdam ilişkisi: Türkiye'de mesleki eğitimin kalite ve kantitesi üzerine düşünceler. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 5(5), 173-181.
- Şen, M. (2016). Aktif işgücü piyasası politikaları kapsamında Türkiye'de mesleki eğitim kurslarının analizi. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 2(1), 67-89.
- Taner, B., & Gökalp Z. (2015). İŞKUR mesleki eğitim kurslarını bitiren kadınların istihdam durumları Employment Potential of the women who completed the vocational training courses by İŞKUR. *Türkiye'de ve Dünyada Kadın Araştırmaları*, 55.
- TÜİK. (2023). İstatistiklerle Kadın, 1 Nisan 2023 <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=İstatistiklerle-Kadin-2023-53675>
- Yavuz, R. A. (2023). Türkiye'de 1990-2021 döneminde kadının işgücüne katılımı ile kentleşme ilişkisi: nedensellik analizi. *International Journal of Social Inquiry*, 16(2), 541-560.

## Kadın Girişimcilerde Liderlik Stratejileri

Mustafa Tincer OKUMUŞ<sup>1</sup>

## GİRİŞ

Bir girişimci her zaman eylem odaklıdır. Fikrin üretilmesinden hayata geçirilmesine kadar gerekli adımları görselleştirme yeteneğine sahiptir. Hem düşünür hem de yapar; planlayıcı ve uygulayıcıdır. Riski kabul eder ve yönetir (Gordon vd., 2009, 3). Kadın girişimcilerde girişimcilik dünyasında giderek büyümekte ve ekonomiye önemli katkılar sunmaktadır. Hem kadın girişimcilerin hem de kadın liderlerin sayısında artış görülmektedir.

Liderlik başkalarını istendik yönde etkileme ile ilgilidir. Lider olabilmesi için lideri izleyen kişilerin de olması gereklidir. Günümüzde liderler, kurumsal performansın (ekonomik, sosyal ve çevresel) sürdürülebilirliğine dayalı risk değerlendirmeleri ve yatırım kararları veren yatırımcılarla (bağışçılar ve vergi mükellefleri dahil); yalnızca ürün ve hizmet kalitesine değil, aynı zamanda kurumsal çevresel ve sosyal performansa dayalı satın alma kararları veren müşterilerle ve çalışma hayatlarını nerede geçireceklerini her üçüne de dayalı olarak seçen potansiyel çalışanlarla karşı karşıyadır (Latham, 2013,12). Etkili liderler, gelecek için birlikte bir yön seçerken, bir toplulukla diyalog içinde, değişimi yaratıcı ve uyumlu bir şekilde öngörmeye ve anlamaya çalışırlar (Morrill, 2010, 156). Lider yeni bir şey oluşturmak istemeli ve geleceğin neye benzemesi gerektiğine dair bir fikre sahip olmalıdır. Girişimci bir strateji bu vizyona ulaşılmasına yardımcı olabilmektedir. Ancak girişimciliğin kilit yönü, daha fazla kârlılık ve değer sunan yeni ve farklı

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Psikoloji Bölümü/Endüstri ve Örgüt Psikolojisi Ana Bilim Dalı, mtokumus@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0002-6495-3252

## KAYNAKLAR

- Bass, B. M. (2007). Executive and strategic leadership. *International Journal of Business*, 12(1), 33-52.
- Beatty, K. and Quinn, L. (2011). Strategic command: Taking the long view for organizational success. *The Leadership in Action Series: On Strategic Leadership*, edited by Stephen Rush, Center for Creative Leadership.
- Berke, D., Kossler, M., E. & Wakefield, M. (2012). Building talent: Developing effective leaders is as crucial as ever, ed: Stephen Rush and Roland B. Smith. *The Leadership in Action Series: On Selecting, Developing, and Managing Talent: The Leadership in Action Series*, Center for Creative Leadership.
- Brush, C., G., and Cooper, S., Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 1-6.
- Bui, H., T., Kuan, A., & Chu, T., T. (2018). Female entrepreneurship in patriarchal society: motivation and challenges. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 30(4), 325-343.
- Clark, M., Allen, C., Keegan, T., Meinhart, R., Wong, L., & Reed, G. (2010). *Strategic leadership primer* (p. 13). S. J. Gerras (Ed.). Department of Command, Leadership and Management, US Army War College.
- d'Andria, A. and Gabarret, I. (2017). *Building 21st century entrepreneurship*. John Wiley & Sons, Incorporated.
- Davies, B. (2004). Introduction to the special edition on strategy and strategic leadership in schools. *School Leadership & Management*, 24(1), 7-9.
- Davies, B., J. and Davies, B. (2004). Strategic leadership. *School Leadership & Management*, 24:1, 29-38.
- Davies, B. and Davies, B., J. (2005). Strategic leadership reconsidered. *Leadership and Policy in Schools*, 4(3), 241-260.
- Day-Hookoomsing, P. and Esoo, V. (2003). Promoting female entrepreneurship in Mauritius: strategies in training and development", SEED Working Paper No. 58, Geneva.
- DeLisi, P., S. (2020). *Strategic leadership and systems thinking*. Taylor & Francis Group.
- Elenkov, D., S., Judge, W., & Wright, P. (2005). Strategic leadership and executive innovation influence: An international multi-cluster comparative study. *Strategic Management Journal*, 26(7), 665-682.
- Fernandes, T. (2008). *Strategic leadership and decision making. 2*. Global Media.
- Gordon, E., Natarajan K. & Arora, A. (2009). *Entrepreneurship development*. Himalaya Publishing House.
- Gutterman, A., S. (2018). *Entrepreneurship*. Business Expert Press.
- Hazarika, A. (2012). Building the pipeline: Leadership succession is a key challenge, ed: Stephen Rush and Roland B. Smith. *The Leadership in Action Series: On Selecting, Developing, and Managing Talent: The Leadership in Action Series*, Center for Creative Leadership,
- Hitt, M., A., Haynes, K., T., & Serpa, R. (2010). Strategic leadership for the 21st century. *Business Horizons*, 53, 437-444.
- Hughes, R., Ginnett, R., C., & Curphy, G., J. (1996). *Leadership*. Chicago, Irwin.
- Ireland, R., D., & Hitt, M., A. (2005). Achieving and maintaining strategic competitiveness in the 21st century: The role of strategic leadership. *Academy of Management Perspectives*, 19(4), 63-77.
- Keohane N. O. (2014). *Women and leadership in higher education*, edited by Susan R. Madsen, and Karen a Longman, Information Age Publishing, Incorporated.



- Langevang, T., Gough, K., V., Yankson, P, W., Owusu, G., & Osei, R. (2015). Bounded entrepreneurial vitality: The mixed embeddedness of female entrepreneurship. *Economic Geography*, 91(4), 449-473.
- Latham, J., R. (2013). A framework for leading the transformation to performance excellence part I: CEO perspectives on forces, facilitators, and strategic leadership systems. *Quality Management Journal*, 20(2), 12-33.
- Lehto, M., & Linnéll, J. (2021). Strategic leadership in cyber security, case Finland. *Information Security Journal: A Global Perspective*, 30(3), 139-148.
- Longman K., A. and Madsen, S., R. (2014). *Women and leadership in higher education*, edited by Susan R. Madsen, and Karen a Longman, Information Age Publishing, Incorporated.
- Meyer, G., D. and Heppard, K., A. (2000). *Entrepreneurship as strategy: Competing on the entrepreneurial edge*. SAGE Publications, Incorporated.
- Moore, D., P. (1990). An examination of present research on the female entrepreneur—Suggested research strategies for the 1990's. *Journal of Business Ethics*, 9, 275-281
- Morrill, R., L. (2010). *Strategic leadership: Integrating strategy and leadership in colleges and universities*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Naguib, R. (2024). Motivations and barriers to female entrepreneurship: Insights from Morocco. *Journal of African Business*, 25(1), 9-36.
- Palmer, S., Holt, D., & Challis, D. (2011). Strategic leadership of Teaching and Learning Centres: from reality to ideal. *Higher Education Research & Development*, 30(6), 807-821.
- Potter, J. and Hopper A. (2005). *Developing strategic leadership skills*. Kogan Page, Limited.
- Shelton, L., M. (2006). Female entrepreneurs, work–family conflict, and venture performance: New insights into the work–family interface. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 285-297.
- Silva, A. (2016). What is leadership?. *Journal of Business Studies Quarterly*, 8(1), 1-5.
- Tipurić, D. (2022). *The enactment of strategic leadership: A critical perspective*. Springer International Publishing AG.
- Vera, D. and Crossan, M. (2004). Strategic leadership and organizational learning. *Academy of Management Review*, 29(2), 222-240.

## Kadın Kooperatiflerinin Yönetimsel Anlamda Ekonomik ve Sosyal Yaşamda Rolü ve Önemi

İsmail BAKAN<sup>1</sup>

Makbule ERMAN<sup>2</sup>

### GİRİŞ

Son yıllarda kooperatiflerin ülke ekonomisinde daha aktif ve etkili bir rol üstlendiği gözlemlenmektedir. Türkiye'deki kadın kooperatifleri, yapı ve faaliyetleriyle yoksulluğun azaltılmasına ve kadınların iş gücüne katılımının artırılmasına yönelik Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine etkin bir biçimde katkı sağlamıştır. Yoksulluk içinde yaşayan veya farklı nedenlerle iş gücüne katılamayan kadınlar, kooperatif üyeliği sayesinde kendi ekonomik olanakları oluşturabilir. Kadınların kadın kooperatiflerine üye olması, girişimcilik ve ücretli istihdam gibi yollarla ekonomik güçlenmelerine olanak tanır. Kadın kooperatifleri, her kadının iş hayatına katılma isteğine açık ve gönüllü üyelik imkânı sunar (Kızıldağ, 2019, 74).

Senelerce eğitim ve toplumsal cinsiyet rolleri sebebiyle iş hayatından uzak kalan kadınlar, kadın kooperatifleri sayesinde yeteneklerini ve becerilerini pazara sunarak maddi bağımsızlıklarını elde etme fırsatı buldukları için bu kooperatiflere daha fazla ilgi göstermeye başlamışlardır. Kadın kooperatifleri, kadınlara önemli bir gelir ve iş fırsatı oluşturarak yerel kalkınmaya ve ekonomiye da katkıda bulunmaktadır. Özellikle ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanan ve dezavantajlı grup olarak nitelendirilen kadınların, ekonomik hayata katılımını artırmak ve sosyal hayata aktif olarak katılımını sağlamak amacıyla kooperatifçilik, uygun modellerden biri olarak değerlendirilmektedir. Kadın kooperatiflerinin hedefleri arasında kadınların istihdamını artırmak, yoksulluğu

<sup>1</sup> Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ibakan63@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0001-8644-8778

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, makbule-oguzz@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0002-4612 7387

## KAYNAKLAR

- Adar, A., Ş., Dedeoğlu, S., & Kurtuluş, G. (2023). Türkiye’de kadın kooperatifleri: mevcut durum analizi, kadın güçlenmesi ve istihdam yaratma potansiyeli. *Çalışma ve Toplum*, 2(77), 1174-1208.
- Aktaş, C. (2007). *Türkiye’de kooperatifçilik eğitiminin gelişimi*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Alagöz, M. ve Paksoy, H. (2023). Ahilik ve modern kooperatifçiliğin kooperatif ilkeleri açısından değerlendirilmesi, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(67), 3295-3301.
- Avşar, G. (2017). *Kırsal kalkınmada kadın kooperatiflerinin önemi: Eskişehir ilçe ve mahallelerinde kadın kooperatifi potansiyeli*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Barut, Y. (2017). Women’s cooperatives contributions to local region economy: Seferihisar agricultural cooperative development model-Turkey. *Management Studies*, 5(2), 120-127.
- Bastida, M., Pinto, L., H., Oliveira Blanco, A., & Cancelo, M. (2020). Female entrepreneurship: Can cooperatives contribute to overcoming the gender gap? A Spanish first step to equality. *Sustainability*, 12(6), 1-17.
- Bharti, N. (2021). Role of cooperatives in economic empowerment of women: A review of Indian experiences. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(4), 617-631.
- Bilgin, N. ve Tanıyıcı, Ş. (2008). Türkiye’de kooperatif ve devlet ilişkilerinin tarihi gelişimi. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15, 136-159.
- Birchall, J. and Ketilson, L. H. (2009). Resilience of the cooperative business model in times of crisis. *International Labour Organisation*.
- Can, M., F. ve Sakarya E. (2012). Dünya ve Türkiye’de tarım ve hayvancılık kooperatiflerinin tarihsel gelişimi, iktisadi önemi ve mevcut durumu. *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi* 83 (1), 27-36.
- Cinar, K., Akyuz, S., Ugur-Cinar, M., & Onculer-Yayalar, E. (2021). Faces and phases of women’s empowerment: The case of women’s cooperatives in Turkey. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 28(3), 778-805.
- Çetin, H. (2009). Kalkınma sürecinde kooperatifçiliğin sosyal, ekonomik ve demokratik etkileri üzerine genel bir değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(2), 35-50.
- Değirmenci, S. (2023). Örgütlenme modeli olarak kadın kooperatifleri: patriyarkal kapitalizmde başarı kriterlerinin eleştirisi. *Fe Dergi*, 15(1), 210-231.
- Duguid, F., Durutaş, G., & Wodzicki, M. (2015). Türkiye’de kadın kooperatiflerinin mevcut durumu. *The World Bank*.
- Emiroğlu, M. (2019) Kooperatifçilik ve kadın kooperatifleri, Erişim Adresi: <https://ticaret.gov.tr/data/5d41e48b13b87639ac9e02df/7458fc6b5805cfbbaf4a3f0d76ad0bf5.pdf>.
- Güloğlu, T. ve Korkmaz, A. (2011). Kooperatifçilik ilkeleri, küreselleşme ve kooperatifçilikte yeni eğilimler. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 55(1), 811-831.
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2012). *Kooperatifçilik ve kadın kooperatifleri*. Erişim Adresi: <https://ticaret.gov.tr/data/5d4c0eed13b876180c773fbb/Kooperatif%C3%A7ilik%20ve%20Kad%C4%B1n%20Kooperatifleri%20Kitap%C3%A7%C4%B1k%2018.12.2012.pdf>
- Irmaklıoğlu, T. ve İrk, E. (2022). Türkiye’de kooperatifçiliğin tarihsel gelişimi, *Yönetim ve Örgüt Tarihi Dergisi*, 1, 102-115.
- Kara, M., A. ve Genç, K., Y. (2021). Kooperatiflerde kurumsal yönetişimin uygulanabilirliğinin kurumsal yönetim teorileri bağlamında tartışılması: Teorik bir çerçeve. *R&S-Research Studies Anatolia Journal*, 4(4), 244-254.
- Karakuş, G. (2022). Kadın kooperatiflerinin kadınların güçlendirilmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasındaki rolü. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 247-259.

- Kılıç, S. ve Aydoğan, E. (2022). Türkiye'de kooperatifçilik ve toplumsal kalkınmadaki rolü. *Atatürk Dergisi*, 11(2), 45-50.
- Kızıldağ, D. (2019). Women's cooperatives as a tool of employment policy in Turkey. In *Contemporary Issues in Behavioral Finance*, (101), 65-76.
- Masabo, C., M., V. (2015). *Women's empowerment through cooperatives-a study from women's perspectives*. . [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Copenhagen Business School.
- Nippierd, A., B. (2012). *Gender issues in cooperatives*. ILO.
- Özdemir, G. (2013). Women's cooperatives in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 81, 300-305.
- Polat, E. (2010). Kooperatif birliklerinin küreyerelleşme sürecindeki önemi. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*, 45(2), 15-33.
- Taş, H., Y. ve Kazar, E., N. (2019). İstanbul'daki kadın kooperatiflerinin kadın yoksulluğuna etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 13(19), 1836-1863.
- Ticaret Bakanlığı. (2019). *Türkiye'de kooperatifçilik*. Erişim Adresi: <http://ticaret.gov.tr/kooperatifcilik/kooperatifler-hakkinda-bilgiler/tarihçe>
- Ticaret Bakanlığı (2024) *Kooperatifçilik*. Erişim Adresi: <https://ticaret.gov.tr/kooperatifcilik/kooperatifler-hakkinda-bilgiler/kooperatifcilik-ilkeleri>
- Yıldırım, P., D. (2020). Kırsal kalkınmada kadın kooperatiflerinin rolü: Ahatlı kadın kooperatifi örneği. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 159-170.

## Kadın Tüketiciler Tasarım Dünyasının Neresinde? Cinsiyet Üzerinden Ürün Tasarımına Kritik Bir Bakış

Mustafa ASLAN<sup>1</sup>  
Çağrı Selman İĞDE<sup>2</sup>  
Elif KOCAGÖZ<sup>3</sup>

### GİRİŞ

İşletmeler tüketici istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilen ve pazarda yüksek rekabet gücüne sahip yeni ürünler üretebilmek için ürün tasarımında bulunurlar. Bu ürünler kişilik, tutumlar, öğrenme süreçleri gibi psikolojik; aile, kültür, sınıf gibi sosyo-kültürel; yaş, cinsiyet, eğitim gibi demografik birçok faktör açısından birbirinden farklılık gösteren tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere pazara sunulur. Bu faktörlerden cinsiyet, tıpkı diğerleri gibi tüketicilerin karar alma süreçlerini ve satın alma öncesi, esnası ve sonrasında sergiledikleri davranışları güçlü bir şekilde etkiler. Yapılan araştırmalar kadın tüketicilerin istek, ihtiyaç, beklenti, tercih, karar, eylem ve tatmin gibi birçok davranışsal alanda erkek tüketicilerden farklılaştığını göstermektedir. Dolayısıyla cinsiyet ürün tasarım ve geliştirme süreçleri açısından ele alınması gereken önemli bir konudur.

Kadınların tıpkı erkekler gibi tüketici olarak *karar veren, satın alan, tüketen, kullanan* şeklinde çeşitli rolleri bulunur. Kadınlar son derece önemli bir tüketici grubu olup, varlığıyla ve yaşantısıyla pazardaki birçok ürün ve hizmetin şekillenmesini ise temelden etkiler. Örneğin, kadın kendisine yüklenen geleneksel rollerin dışına çıkar ve çalışma hayatına katılır, yaşantısı değişir/dönüşür, yeni ihtiyaçlar

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, mustafaslan79@outlook.com, ORCID iD: 0000-0002-8867-897X

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, igdecagriselman@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-7748-570X

<sup>3</sup> Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, elifsayin@yahoo.com, ORCID iD: 0000-0001-9575-1664

sarımcıların varlığı bu çalışmanın kapsamı dışında olmasına rağmen, literatürde kadın tasarımcıların kadın kullanıcıların ihtiyaç ve isteklerini daha iyi anlayabileceği ve bu nedenle ürün tasarımı alanında daha fazla kadın tasarımcının yer alması gerektiği görüşü uzun süredir savunulmaktadır. Çeşitli çalışmalarda kadın tüketicilere yönelik ürün ve hizmetler için *tasarım adaleti* sağlamak adına tasarım eşitsizliklerini gideren politika ve uygulamalara ihtiyaç duyulduğu ve daha fazla kadın tasarımcının tasarım süreçlerine katılımının sağlanarak tasarım ekiplerinde çeşitliliği artırma gerekliliği ifade edilmektedir (Reuther, 2023; Ukura, 2023; Beltram, 2019; Florentine, 2017; Delve, t.y.). Çeşitli araştırmalar endüstriyel tasarımcıların yalnızca %19'unun ve tasarım liderliği rollerinin ise %11'inin kadınlar tarafından üstlenildiğini göstermektedir. Bu rakamlar elbette ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilir. Ancak Birleşik Krallık'ta ürün ve endüstriyel tasarım sektörünün yalnızca %5'inin kadınlardan oluşması, temsil düşüklüğüne çarpıcı bir örnek olarak karşımızdadır (Reuther, 2023; Wong, 2021). Dolayısıyla tasarım dünyasında kadınların varlığının artması gerekliliği şüphe götürmez bir gerçektir. Ancak bunu ifade ederken, konunun *pazar araştırması* gibi son derece önemli boyutunu ihmal etmemek gerekir. Nasıl ki erkek tasarımcı erkeklere yönelik ürünlerin tasarımının ve başarısının temel belirleyicisi değilse, kadın tasarımcı da kadınlara yönelik ürünlerin başarısının temel belirleyicisi değildir. Genelde pazarlama özelde de tasarım ekiplerinin görevi pazardaki sese ve sinyale kulak vermektir. Tek bir tasarımcının ya da tasarım ekibinin söylemi değil, pazarın söylemi tasarımın belirleyicisidir. Ürünün pazardaki başarımı yalnızca tüketici talebini doğru analiz etmekle mümkündür. Hedef kitlelerini iyi tanıyan işletmeler tasarım ve ürün geliştirme süreçlerini başarılı bir şekilde yönetebilir ve tüketicilerin fizyolojik, psikolojik, sosyal vb. ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürünlerle pazarda arzu edilen sonuçlara ulaşırlar.

## KAYNAKLAR

- Alp, G., T. & Aksoy, B. (2021). Bilim, teknoloji ve kadın: Çalışmanın geleceğine dair bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 248-264.
- Aymaz, S. & Can, P. (2020). Toplumsal cinsiyet rollerinin marka bağlılığı üzerindeki rolü. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(25), 3443-3466.
- Bayrakdaroğlu, F. & Özbek, Ç. (2018). Kadınların tüketim alışkanlıklarının kuşaklararası boyutu. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 19(42-Kadın Çalışmaları Özel Sayısı), 1-12.
- Beltram, F. (2019, July 11). *A product designer's guide to creating better products for women*. Cad Crowd. 03. 05.2024 tarihinde <https://www.cadcrowd.com/blog/how-to-design-better-products-for-women/> sayfasından alınmıştır.
- Cockburn, C. & Ormrod, S. (1993). *Gender and technology in the making*. SAGE Publications Ltd.

- Çoban, C. & Karagöz, S. (2020, 25 Kasım). *Başka bir tasarım mümkün mü?* Bianet. 06.05.2024 tarihinde <https://bianet.org/haber/baska-bir-tasarim-mumkun-mu-211762> sayfasından alınmıştır.
- Delve.com. (t.y.). *7 Ways to design better products for women*. Delve. 09.05.2024 tarihinde <https://www.delve.com/insights/7-ways-to-design-better-products-for-women> sayfasından alınmıştır.
- Florentine, S. (2017, October 06). *Women deserve a say in tech product design and development*. Cio. 06.05.2024 tarihinde <https://www.cio.com/article/230798/women-deserve-a-say-in-tech-product-design-and-development.html> sayfasından alınmıştır.
- Karakoç, O. (2022, 1 Mart). *Mart cinsiyet eşitliğinde tasarımın önemi*. Media Cat. 06.05.2024 tarihinde <https://mediacat.com/cinsiyet-esitliginde-tasarimin-onemi/> sayfasından alınmıştır.
- Kaygan, H., Kaygan, P. & Demir, Ö. (2019). A pen that 'looks like a CEO in a business suit': Gendering the fountain pen. *Journal of Gender Studies*, 28(1), 86–96.
- Kaygan, P., Kaygan, H. & Özgür Keysan, A. (2023). Gendered interactions mediated by design: Sexual harassment on public transport. *Design and Culture*, 15(3), 345–366.
- Kaygan, P., Selin, G. & Tuna, N., N. (2015). Ürünlerin cinsiyeti ve tasarım. *Arredamento Mimarlık*, 295, 110-118.
- Keskin, N. (2021, 14 Nisan). *FEMTECH nedir? Kadının İyi Yaşamı ve Teknoloji*. Onedio. 09.05.2024 tarihinde <https://onedio.com/haber/nil-keskin-yazio-femtech-nedir-kadının-iyi-yasami-ve-teknoloji-976468> sayfasından alınmıştır.
- Marshall, G. (2009). *Sosyoloji Sözlüğü*. Çev. Osman Akınhay-Derya Kömürçü. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mutlu, M. (2021, 11 Eylül). *FemTech nedir? Kadımların hayata nasıl etki ediyor?* Startup Teknoloji. 05.05.2024 tarihinde <https://startupteknoloji.com/post/detail/femtech-nedir-kadınların-hayatına-nasil-etki-ediyor/> sayfasından alınmıştır.
- Oakley, A. (2016). *Sex, gender and society*. Routledge.
- Odabaşı, Y. & Barış, G. (2018). *Tüketici davranışları*. MediaCat.
- Özkartal, M. Z. (2009, 28 Haziran). *Maçolar için "Aşk"ın gri kapaklı çıktı*. Milliyet Cadde. 09.05.2024 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/pazar/macolar-icin-ask-in-gri-kapaklisi-cikti-1111421> sayfasından alınmıştır.
- Perez, C. C. (2019). *Invisible women-exposing data bias in a world designed for men*. Abrams Press.
- Reuther, K. K. (2023, October 15). *Shrink it and pink it: Gender bias in product design*. Harvard Social Impact Review. 03.05.2024 tarihinde <https://www.sir.advancedleadership.harvard.edu/articles/shrink-it-and-pink-it-gender-bias-product-design> sayfasından alınmıştır.
- Saygan, B. B. & Uludağlı, N. P. (2021). Yaşam boyu toplumsal cinsiyet rollerinin gelişimi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 13(2), 354-382.
- Schroeder, K. (2010). Gender dimensions of product design. In *Gender, Science, and Technology Expert Group meeting of the United Nations Division for the Advancement of Women (UN-DAW)*, Vol. 28, 93-200.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M., K. (2010). *Consumer behaviour: A European perspective*, 4th Edition, Prentice Hall/Financial Times.
- Töret, A., B. (2020). Eğitimli ve meslek sahibi kentli annelerin toplumsal cinsiyet algılarının güncel durumuna dair bir değerlendirme: Eskişehir örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(23), 216-243.
- Ukura, K. (2023, March 17). *Beyond the gender gap: How inclusive workforces empower women in product design to drive diversity and innovation*. Medium. 05.05.2024 tarihinde <https://bootcamp.uxdesign.cc/beyond-the-gender-gap-how-inclusive-workforces-empower-women-in-product-design-to-drive-diversity-7680296d06fc> sayfasından alınmıştır.
- Wong, H. (2021). *Product design's gender crisis: "If businesses don't adapt they'll become obsolete"*. Design Week. 03.05.2024 tarihinde <https://www.designweek.co.uk/issues/29-march-4-april-2021/product-design-gender/> sayfasından alınmıştır.
- Yılmaz, S. (2018). Toplumsal cinsiyet rollerinin günlük hayattaki yansımaları: Çorum/Alaca örneği. *İmgelem*, 2(2), 59-79.