

---

# İNSAN KAYNAKLARI İŞ POZİSYONLARI İÇİN VERİLEN İŞ İLANLARININ CİNSİYET KODLU DİL ANALİZİ

---

Muharrem AKSU<sup>1</sup>

## GİRİŞ

İş ilanları insan kaynaklarında işe alma ve yerleştirme süreçlerinde önemli bir aşamayı teşkil etmektedir. Örgüt hakkında herhangi bir bilgisi olmayan adayların, örgütle ilk teması iş ilanları vasıtasıyla olmaktadır. Örgütler iş ilanları vasıtasıyla hem kendilerini adaylara tanıtmakta hem de örgüte uygun adayı kendilerine çekmeye çalışmaktadırlar. Özellikle yetenekli adayların örgüte çekilmesinde örgütün çekiciliği ve sağladığı faydalar önem arz etmektedir. Adaylar iş ilanları vasıtasıyla hem örgütü tanımakta hem de ilgili işe uygunluğunu değerlendirebilmektedir. Diğer taraftan bu yeteneklerin örgüte çekilmesinde iş ilanlarının üslubu ve kullanılan dil de önem arz etmektedir. Dolayısıyla iş ilanlarının cinsiyet kodlu bir dile sahip olması adayları etkileyebilmektedir. Yani iş ilanlarında eril ya da dişil kodlu bir dil kullanımı, bazı adayları işe başvurmaya teşvik edebilirken bazı adayları da caydırabilmektedir. Bu durum da örgütün başvuru havuzunu ya da yetenekleri elde etmesini etkileyebilmektedir. Bu çerçevede çalışma, insan kaynakları departmanlarının verdiği iş ilanlarında cinsiyet kodlu bir dilin olup olmadığını analiz etmeyi amaçlamıştır.

## 1. İŞ İLANI

İnsan kaynakları (İK) yönetiminde kadrolama fonksiyonunun bir parçası olan seçme ve yerleştirme sürecinde iş ilanları önemli bir aşamayı teşkil etmektedir. İşe alım sürecinin ilk adımı olan iş ilanları, açık bir iş pozisyonun bir örgüt ya da işveren tarafından duyurulması ya da üçüncü şahıslara iletilmesidir. Potansiyel adayları örgüte çekmeyi amaçlayan ve etkili bir işe

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, muharremaksu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5164-2458

alım aracı olan iş ilanları, örgütlerin açık iş pozisyonlarına alınacak adayları nitelik ve nicelik olarak tanımlamaktadır. Bu amaçla iş ilanlarında pozisyon, görev, iş gerekleri (yaratıcı, çözüm odaklı olma gibi kişisel özellikleri), iş tanımı, deneyim süresi, asgari ya da gerekli nitelikler, görev ve sorumluluklar gibi açıklayıcı bilgiler bulunmaktadır.

İş ilanları adayların kendi alanlarındaki pozisyonları inceleme ya da başvurma fırsatı sağlayan araçlardır. Bu ilanlar, sadece adayların bir işe başvurma aracı değil aynı zamanda örgüt ya da işverenlerin kendilerini potansiyel adaylara tanıtım belgeleridir. Adaylar, iş ilanları vasıtasıyla ilgili örgüt hakkında bilgi edinebilmektedirler. Bu bağlamda iş ilanları, bir örgütü tanımanın ilk yollarından biridir ve iş arayanların kendileriyle iş ya da örgüt arasında bir eşleşme olup olmadığını kontrol etmelerine imkân sağlamaktadır. Bununla birlikte iş ilanları, adayların iş tanımını, beklenen nitelikleri, gereklilikleri, görevleri, sorumlulukları ve sağlanan faydaları öğrenmeleri açısından da önemli bir kaynaktır (Böhm ve diğerleri, 2020).

İşe alım döngüsünü kısaltma, zamandan tasarruf etme ve maliyeti düşürme gibi avantajları nedeniyle web üzerinden verilen iş ilanları vasıtasıyla örgütler, iş arayanları başvuru havuzuna çekmeye çalışmaktadırlar. İşe alım açısından iş ilanları, işe alım sürecinin ilk ve kritik aşaması olan aday çekme aşamasında yer alır ve potansiyel adayların başvuruda bulunmalarına yönelik ilgi yaratmanın bir yoludur (Petry ve diğerleri, 2021). Bu ilanlar vasıtasıyla potansiyel başvuru sahipleri açık pozisyon için ne derece uygun oldukları konusunda bilgi edinebilmektedirler. Ayrıca adayların iş ilanından elde ettikleri bilgilerle bir örgüte ve pozisyona ne kadar iyi uyum sağlayacaklarını değerlendirmekte ve başvuruda bulunup bulunmamaya karar vermektedirler (Hentschel ve diğerleri, 2021). İş ilanlarının adayların kendilerini dışlanmış hissetmeyecek şekilde formüle edilmesi ve adaylar ile örgütün özellikleri ve değerleri arasında bir eşleşme ya da benzerliği gösterecek şekilde tasarlanması da oldukça önemlidir (Böhm ve diğerleri, 2020).

Diğer yandan araştırmalar, çoğu örgütte işe almanın kapsayıcı olmadığını ve ön yargılara tabi olduğunu göstermektedir (Frissen ve diğerleri, 2023). İş ilanlarında verilen bilgilerin özgüllüğünün ve türünün başvuranın başvuru kararını etkilediğini göstermektedir (Born ve Taris, 2010; Oldford ve Fiset, 2021). İş ilanlarındaki cinsiyete dayalı sosyal-psikolojik ipuçlarının belirli bir cinsiyetten adayları çekme eğilimindeyken, diğer cinsiyetten adayları caydırdığı da vurgulanmaktadır (Gaucher ve diğerleri, 2011). Bu tip ilanlar, işgören arayan örgütler açısından bilinçli bir önyargıyı göstermese de nihayetinde iş yerinde cinsiyet çeşitliliğini şekillendirme potansiyeline sahip

bilinçsiz, örtük ya da sistemik önyargıları içerebilmektedir (O'Brien ve diğerleri, 2022a). Dolayısıyla iş ilanlarının üslubu toplumsal ve mesleki cinsiyet eşitsizliğinin oluşmasında rol oynayabilmektedir. Bu nedenle cinsiyetçi dil, iş ilanlarında cinsiyet ayrımcılığına neden olabilmektedir (Hu ve diğerleri, 2022).

Ayrıca iş ilanları, birçok analiz için de önemli bir veri kaynağıdır. İşe alımda istenen yetenek ve beceriler, deneyim süresi ve mezuniyet açısından sektöre faydalı olabilen birçok analize veri oluşturmaktadır. Aynı zamanda iş ilanı analizleri, işe alım sürecindeki önyargılı ya da ayrımcı uygulamaları belirlemek için de iyi bir alternatiftir. İş ilanlarında ayrımcılık ya da önyargının olup olmadığını belirlemek için içerik analizi kullanılmaktadır (Ningrum ve diğerleri, 2020). Özellikle iş ilanlarının cinsiyet kodlu kelime analizi ile ilanların cinsiyetçi bir dil kullanıp kullanmadığı analiz edilmektedir. Araştırmalar, iş ilanlarının cinsiyet tercihlerini ifade edebileceğini, bunun potansiyel adayları belirli bir pozisyona başvurmaya çekebileceğini ve böylece cinsiyete dayalı işgücü bileşimini değiştirebileceğini göstermektedir (Hu ve diğerleri, 2022).

## 2. İLANLARDA CİNSİYET ÖNYARGISI

Son yıllarda işgücü piyasasında cinsiyet eşitliğine yönelik olumlu ilerlemelere rağmen, işgücü bileşiminde mesleki cinsiyet ayrımcılığı ve eşitsizliği küresel bir sorun olmaya devam etmektedir. Araştırmalar, iş arama sürecinde cinsiyet, medeni durum, fiziksel görünüm ve din gibi demografik özellikler üzerinden doğrudan ayrımcılık uygulamalarının hâlâ var olduğunu ortaya koymaktadır (Tang ve diğerleri, 2017; Ningrum ve diğerleri, 2020; Hu ve diğerleri, 2022). İş dünyasındaki cinsiyet eşitsizliğinin aşırı eril bir kültür, toplumsal cinsiyet önyargıları, rol model azlığı ve zayıf iş-yaşam dengesi gibi çeşitli nedenlere dayalı olduğu belirtilmektedir (Oldford ve Fiset, 2021). Bunlara ek olarak mesleki cinsiyet ayrımcılığının en önemli nedenlerinden biri de işe alımda ortaya çıkan cinsiyete ilişkin önyargılardır (Jiang ve diğerleri, 2023). Bu önyargılar bilinçli ya da bilinçsiz olabilmekte ve cinsiyetçi ifadeler iş ilanlarında sıklıkla görülebilmektedir. Bu sorunun temelinde cinsiyete ilişkin önyargılar yatmaktadır (Gaucher ve diğerleri, 2011; Jiang ve diğerleri, 2023; Sella ve diğerleri, 2023). Bunun arkasında ise toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin inançlar yer almaktadır.

İşe alımdaki bilinçli önyargı, bazı başvuru sahiplerinin fiziksel görünüm, cinsiyet ve etnik köken gibi özelliklerinden kaynaklanabilmektedir (Böhm ve diğerleri, 2020). Sayılan faktörlerin dışında işe alımda önyargı ve ayrımcılık,

iş ilanları vasıtasıyla açık ya da örtük veya bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde de gerçekleşebilmektedir. İş ilanlarında kullanılan dil ise işe alım sürecinde önyargının oluşmasında önemli bir belirleyici özelliğe sahiptir. Gerçekten de örgütlerin iş ilanlarında aday ile iş pozisyonu arasında algılanan hedef uyumunu göstermek için kullandıkları dil, önyargının oluşumunda önemli bir araç haline gelmektedir (Böhm ve diğerleri, 2020; Oldford ve Fiset, 2021).

Bu bağlamda işe alım sürecinde dikkat edilmesi gerekli en önemli faktörlerden biri, iş ilanlarında kullanılan ifadelerdir. Yapılan araştırmalar, iş ilanlarındaki cinsiyete dayalı zamirlerin, pozisyon unvanlarının, resimlerin ve aday gereksinimlerinin kadınların örgütlere olan ilgisini ve pozisyonlara veya kariyer fırsatlarına olan ilgilerini etkileyebileceğini göstermektedir (Hentschel ve diğerleri, 2021). İşe alım sürecindeki bu ilk adım, toplumsal kabul gören toplumsal cinsiyet rollerine dayalı ifadelerdeki önyargıları adaylara yansıtabilmektedir (Sella ve diğerleri, 2023). Bilindiği üzere erillik/dişlilik, toplumsal düzlemde kadınlara ve erkeklere uygun görülen kişilik özelliklerine ve davranış kalıplarına atıfta bulunmaktadır. Bu bağlamda genel olarak “edilgen, yumuşak huylu, güler yüzlü, iş birliği eğilimine sahip olmak, rekabetten kaçınmak, empati kurabilmek” gibi özellikler dişil nitelikler ve davranışlar olarak; “sonuç odaklı, rekabetçi, hırslı, etken, rasyonel olmak, analitik düşünebilmek, liderlik özelliklerine sahip olmak” gibi özellikler ise eril nitelikler ve davranışlar olarak kabul edilmektedir (Ersoy-Yılmaz ve Çetinel, 2019). İş ilanlarında bu tür ifadelerin kullanımı ve algılanması, toplumsal normların, beklentilerin ve kültürün bir sonucudur. Cinsiyete atfedilen kelimeler, kültürel klişeleri aktarabilmekte ve bilinçaltındaki toplumsal cinsiyet önyargılarını devam ettirebilmektedir. Araştırmalar, yaygın olarak kullanılan bazı kelimelerin geleneksel cinsiyet hiyerarşisini ve cinsiyet rollerini yansıttığını göstermektedir (Sella ve diğerleri, 2023). Erkek ve kadınların özellikleri ve davranışları hakkında genelleme ve nitelendirmeler olarak tanımlanan cinsiyet önyargısı, iş ilanlarında cinsiyete dayalı klişe kelimelerin kullanılmasıyla kendini göstermektedir. Cinsiyet önyargısı, kadın ve erkeklerin tipik olarak nasıl olduklarına (tanımlayıcı klişeler) ve erkeklerin ve kadınların nasıl olmaları gerektiğine dair inançlara (kuralcı klişeler) dayanmaktadır (Böhm ve diğerleri, 2020).

İşe alım süreci, toplumsal ve mesleki cinsiyet eşitsizliğinin ele alınmasında kritik bir faktördür. İş ilanlarında önyargıya dayalı cinsiyetçi dil, farklı sektörler ve meslekler genelinde işgücü piyasasının ve işgücünün cinsiyet bileşiminin şekillenmesinde önemli bir rol oynadığı bilinmektedir. Diğer yandan bir iş ilanının kadın ve erkek tarafından algılanma biçimindeki farklılık, başvuruların cinsiyet önyargılarından, erkek ve kadınların gündelik

dillerindeki farklılıklardan ve farklı dil tarzlarından kaynaklanabilmektedir. Bu durumun altında yatan neden ise cinsiyeti tanımlayan kelime ve niteliklerin iş ilanlarında cinsiyet tercihini göstermeye katkıda bulunmasından kaynaklanmaktadır (Bem ve Bem, 1973; Born ve Taris, 2010; Hu ve diğerleri, 2022).

Toplumsal olarak erkek ya da kadınlarla ilişkilendirilen kelimelerin kullanımı olan cinsiyet kodlu dil (cinsiyetçi dil), örgütlerde cinsiyet eşitsizliğini sürdürmenin gizli bir yolu olarak iş ilanlarında yer alabilmektedir. Erkekler geleneksel olarak liderlik, güç ve egemenlik gibi özelliklerle ilişkilendirilirken, kadınlar toplumsal, destekleyici ve kişilerarası yönelimli olarak algılanmaktadır (Gaucher ve diğerleri, 2011; O'Brien ve diğerleri, 2022a; Sella ve diğerleri, 2023). Yine hırslılık gibi bazı özellikler erkeklerle daha yakından ilişkilendirilirken, düşüncelilik gibi özellikler kadınlarla daha yakından ilişkilidir (Hu ve diğerleri, 2022). Dolayısıyla ilanlarda yer alan cinsiyet kodlu dil, ilan edilen pozisyon için belirli bir cinsiyetten başvuranların uygunluğu ya da arzu edilirliliği hakkında bilinçaltına ipuçları gönderen kelimelerin kullanılmasıyla ortaya çıkmaktadır (O'Brien ve diğerleri, 2022b). Diğer yandan belirli bir mesleğe hâkim olan cinsiyet, mesleki cinsiyet klişelerine yol açabilmektedir. Bu durumda bir iş ilanının daha baskın cinsiyete hitap edecek şekilde yazılmış olması da muhtemeldir (Gaucher ve diğerleri, 2011). Örneğin, “yakışıklı” ve “beyefendi” kelimeleri fitness eğitmenleri gibi erkeklerin egemen olduğu işlerin ilanlarında sıklıkla kullanılırken, “güzel” ve “hanımefendi” gibi kelimeler resepsiyonistlik gibi kadınların egemen olduğu işlerin ilanlarında kullanılabilir (Jiang ve diğerleri, 2023).

Araştırmalar, özellikle tipik olarak erkek kalıplaşmış kelimelerin varlığının sorunlu olduğunu ve kadınların iş başvurusunda bulunmasını engellediğini göstermektedir (Gaucher ve diğerleri, 2011; Böhm ve diğerleri, 2020). İş ilanlarında eril bir üslup, kadın adayların daha az aidiyet beklentisine ve ilgisinin azalmasına neden olabilirken, dişil bir üslup bir erkeğin işe başvurma kararını etkilemeyebilmektedir (Sella ve diğerleri, 2023). Erkek ve kadınlar, cinsiyetçi ifadeler içeren iş ilanları hakkında farklı izlenimler edinmekte ve bu durum en çok kadınları etkilemekte ve cinsiyetlerine karşılık gelmeyen işlere erkeklerden daha az başvurumaktadırlar (Born ve Taris, 2010; Gaucher ve diğerleri, 2011). Özellikle erkek egemen sektörlerdeki iş ilanlarında cinsiyetçi kelimelerin kullanılması, kadınları bu işlere başvurmadan caydırabilmekte ve erkeklerin bu işlere daha uygun olduğu inancını güçlendirebilmektedir. Dolayısıyla erkek egemen sektörlerde iş ilanlarında eril ya da dişil kodlu dil kullanımının, bu işlere başvurmayı seçen

erkek ve kadın adayların oranını etkileyebilmektedir (Gaucher ve diğerleri, 2011; O'Brien ve diğerleri, 2022a). İş ilanlarındaki cinsiyetçi ifadeler, nitelikli başvuru sahiplerini özellikle kadın adayların işe başvurma motivasyonunu düşürebilmektedir (Frissen ve diğerleri, 2023). Yapılan araştırmalar, iş ilanlarında dişil özelliklere vurgu yapılmasının kadınların işe başvurma motivasyonunu artırdığını buna karşın eril ifadelerin ise bu motivasyonu azalttığını (Born ve Taris, 2010; Hentschel ve diğerleri, 2021; Hu ve diğerleri, 2022); erkek adayların cinsiyete dayalı ifadelerden daha az etkilendiğini (Hentschel ve diğerleri, 2021; Sella ve diğerleri, 2023); cinsiyete uyumlu ilanların ise işe başvurma eğilimlerini artırdığını (Tang ve diğerleri, 2017; Jiang ve diğerleri, 2023) ortaya koymuştur.

Sonuç olarak, iş ilanlarındaki cinsiyetçi ifadeler, mesleki cinsiyet klişelerine uymayan cinsiyet grubunun (kadın ya da erkek) başvurusunu engelleyebilmekte, cinsiyete dayalı basmakalıp işlere yönlendirmekte bu da onların ilgili meslekte yeterince temsil edilmemesine neden olmaktadır. Dolayısıyla cinsiyete dayalı ifadeler, kadınları iş başvurusu yapmaktan caydırmakta ve onları erkek egemen işlerden uzak tutarak meslek ya da sektörlerde mesleki cinsiyet ayrımcılığının yoğunlaşmasına ya da cinsiyet eşitsizliğinin sürdürülmesine neden olabilmektedir (Gaucher ve diğerleri, 2011; Jiang ve diğerleri, 2023; Sella ve diğerleri, 2023). Üstelik cinsiyet kodlu dil, erkek ya da kadınların sadece belirli işlere ait oldukları yönündeki inançlarını sürdürmelerine neden olmaktadır. Bunun sonucu olarak da hem başvuru havuzlarının hem de bu alandaki kişilerin çeşitliliğini azaltabilmekte ve işe alım sürecini olumsuz etkileyebilmektedir (Gaucher ve diğerleri, 2011; Tokarz ve Mesfin, 2021; O'Brien ve diğerleri, 2022a; O'Brien ve diğerleri, 2022b; Sella ve diğerleri, 2023). İşe alım sürecinde ortaya çıkan bu problemler aynı zamanda potansiyel yetenek kaybına da yol açabilmektedir (Böhm ve diğerleri, 2020; Oldford ve Fiset, 2021). Daha da kötüsü iş ilanlarındaki cinsiyet kodlu dil, işgücü piyasasındaki cinsiyet eşitsizliği ve ayrımcılığı artırarak, toplumdaki genel cinsiyet eşitsizliğini de ağırlaştırabilmektedir (Jiang ve diğerleri, 2023).

### 3. LİTERATÜR TARAMA

Literatürde iş ilanlarında yer alan cinsiyetçi dilin kullanımına yönelik araştırmalara bakıldığında, Gaucher ve diğerleri (2011) tarafından iş ilanlarındaki cinsiyetçi dilin (eril ya da dişil klişelerle ilişkilendirilen dil) kadınları erkek egemen pozisyonlara başvurmadan caydırıp caydırmadığını inceleyen çalışma, iş ilanlarında eril kodlu kelimelerin dişil kodlu

kelimelerden daha yüksek oranda olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma, iş ilanlarında yer alan “meydan okuma”, “lider”, “övünme” ve “aktif” gibi eril kelimelerin işi, kadınlar için daha az çekici kıldığını; kadınların dişil kodlu iş ilanlarını eril kodlu ilanlara kıyasla daha çekici bulduğunu ve daha yüksek aidiyet düzeylerine sahip olduğunu göstermiştir.

Radyoloji görüntüleme iş ilanlarında cinsiyet önyargısının varlığını ve kapsamını değerlendiren başka bir çalışma, iş ilanlarının yarısından fazlasının (%52) dişil kodlanmış, yüzde 26,6’sının eril ve yüzde 21,3’ü nötr bir tona sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bölüm müdürü pozisyonlarına ilişkin verilen ilanların yüzde 50’sinin eril, yüzde 37,5’inin dişil ve yüzde 12,5’inin ise nötr olduğu belirlenmiştir. En sık kullanılan dişil kelimeler “destek”, “sorumlu”, “bağlılık” iken en yaygın eril kelimeler ise “rekabetçi”, “lider”, “aktif”tir. Çalışma, kadın katılımcıların dişil kodlu iş ilanlarını net bir şekilde tercih ettiğini göstermiştir (Sella ve diğerleri, 2023).

Yine acil servis çalışanlarına ilişkin verilen iş ilanlarında cinsiyet kodlu bir dilin olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan araştırma sonuçları, ilanların neredeyse yüzde 60’ında eril bir dilin yüzde 25’inde ise dişil bir dilin kullanıldığını ortaya koymuştur. İlanlarda en sık kullanılan eril kodlu kelimelerin “lider”, “rekabet” ve “meydan okuma” iken; en sık kullanılan dişil kodlu kelimelerin ise “bağlanmak”, “işbirliği yapmak” ve “şefkat” olduğu ortaya konmuştur (O’Brien ve diğerleri, 2022a). Aynı yazarın hekim iş ilanları üzerine yaptığı çalışma sonuçları, ilanların yüzde 43,6’sının eril, yüzde 35,4’ünün dişil ve yüzde 20,8’inin ise nötr olarak kodlandığını göstermiştir (O’Brien ve diğerleri, 2022b).

Akademik kütüphanelerde kütüphaneci ve yönetici pozisyonlarına ait iş ilanlarını analiz eden başka bir çalışma, iş ilanlarının çoğunda (%88) dişil temalı bir dil kullandığını ortaya koymuştur. Kütüphaneci pozisyonlarına ilişkin verilen ilanların yüzde 95’inin dişil temalı iken yönetici pozisyonlarının yüzde 13’nün eril temalı olduğu tespit edilmiştir (Tokarz ve Mesfin, 2021).

Ulusal literatürde yer alan ve inşaat mühendisliği iş ilanları üzerine yapılan başka bir araştırmaya göre, iş ilanlarının yüzde 81,25’inde eril/dişil olarak nitelendirilebilecek ifadeler rastlanılırken yüzde 18,75’inde ise bu yönde bir ifadeye rastlanılmamıştır. Ayrıca söz konusu ilanlarda yer alan eril özellikler (9) dişil özelliklere (4) nazaran sayıca daha fazladır. (Ersoy Yılmaz ve Çetinel, 2019).

Tang ve diğerlerinin (2017) araştırması, iş ilanlarında cinsiyete dayalı dilin son 10 yılda azaldığını göstermiştir. Özellikle eril kelime kullanım sıklığı

azalırken, dişil kelimelerin ise kullanımında bir artışın meydana geldiği tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, adayların ilana başvurmaktan vazgeçiren etkenin iş ilanında yer alan ifadelerden daha ziyade cinsiyet önyargılarından kaynaklandığını ortaya koymuştur.

## 4. YÖNTEM VE MATERYAL

### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İş ilanlarında bilinçli ya da bilinçsiz cinsiyetçi önyargılardan kaçınmanın yollarından biri, iş ilanlarında yer alan cinsiyet kodlu ifadelerin tespit edilmesidir. İş ilanlarında açıkça yer alan cinsiyetçi dilin ortadan kaldırılmasına ilişkin çaba gösterilmesine rağmen, halen iş ilanlarında örtük cinsiyet önyargısının bulunduğu bilinmektedir. Ancak ulusal literatürde bu yönde yapılan çalışma oldukça azdır ve cinsiyet önyargısının tespit edilmesine yönelik çalışmalara pek fazla ilgi gösterilmemektedir. Ulusal literatürde bu yönde oldukça az araştırma yapılmış olması, çalışmanın özgün tarafını oluşturmaktadır. Bu nedenle çalışma insan kaynakları departmanlarının verdikleri iş ilanlarında yer alan iş gerekleri, iş tanımları ve firmanın kendi tanıtım yazısında cinsiyet kodlu dilin olup olmadığını belirleme amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın bulgularının iş ilanlarında yer alan cinsiyet kodlu dile ilişkin farkındalığın artmasına katkıda bulunacağı öngörülmektedir.

### 4.2. Yöntem

Bu araştırma, belirli tarihler arasında iş ilanı sitesinden (kariyer.net) elde edilen iş ilanlarının içerik analizine dayanan kesitsel bir çalışmadır. En önemli araştırma tekniklerinden biri olan içerik analizi (Krippendorff, 1980) farklı alanlarda yer alan akademisyenler tarafından iş ilanlarını incelemek için kullanılmaktadır. İçerik analizi, özellikle iş ilanlarındaki cinsiyetçi dil ve önyargıları incelemek amacıyla kullanılan önemli bir araçtır (O'Brien ve diğerleri, 2022a; Sella ve diğerleri, 2023). Bu çalışmada, insan kaynakları iş ilanlarında yer alan cinsiyet kodlu dili inceleme amacıyla içerik analizi kullanılmıştır.

### 4.3. Verilerin Toplanması

Bu çalışmada kullanılan veriler, Mart 2023'ten Temmuz 2023'e kadar kariyer.net sitesinde yayınlanan insan kaynakları departmanları bünyesinde yer alan çeşitli iş pozisyonlarına ilişkin verilen iş ilanlarından elde edilmiştir. İlgili web sitesinde İngilizce yayınlanan iş ilanları çalışmanın verilerini

oluşturmaktadır. 18 iş pozisyonuna ilişkin 430 adet iş ilanı, sitede yayınlanma sırasına göre toplanmış ve aynı ilanı tekrar almamak için ilanlar Excel dosyasına girilmiştir.

#### 4.4. Verilerin Analizi

İş ilanlarındaki cinsiyetçi ifadeleri ortaya çıkarma amacıyla iş ilanlarının eril, dişil ya da nötr (tarafsız) olup olmadığını belirlemek amacıyla iş ilanları analiz edilmiştir. İş ilanlarında yer alan önyargının tespit ve değerlendirmesi, genellikle belirli bir cinsiyetle daha yaygın olarak ilişkilendirilen belirli sözcükler hedeflenerek yapılmaktadır (Hu ve diğerleri, 2022). İş ilanlarında cinsiyet kodlu dili ortaya koyma amacıyla genellikle cinsiyet sözlükleri kullanılmaktadır. Cinsiyet sözlükleri, farklı cinsiyetlerin farklı sosyal özellik ve davranışlarını tanımlayan ve eril ya da dişil klişeleri ima eden sıfat ve fiillerden oluşmaktadır (Bem, 1974; Gaucher ve diğerleri, 2011; Jiang ve diğerleri, 2023). Bu sözlükler, iş ilanlarındaki cinsiyete dayalı ifadeleri tespit etmenin en yaygın yöntemlerinden biridir. 1974'te oluşturulan Bem Cinsiyet Rolü Envanteri, cinsiyet sözlüğünün en eski temeli olarak kabul edilmektedir. Bem Cinsiyet Rolü Envanterindeki kelimeler, Gaucher ve diğerleri (2011) tarafından eril ve dişil kelime listelerini oluşturmak için derlenmiştir (Oldford ve Fiset, 2021; O'Brien ve diğerleri, 2022a; Jiang ve diğerleri, 2023).

Bu çalışmada iş ilanlarında yer alan cinsiyet kodlu dili analiz etme amacıyla Gaucher ve diğerlerinin (2011) iş ilanlarına yönelik cinsiyete dayalı dil çalışmasına dayanan ve iş ilanlarını çevrimiçi ve otomatik olarak analiz edilmesini sağlayan halka açık web tabanlı bir uygulama olan çevrimiçi bir "Cinsiyet Kod Çözücü" "Gender Decoder" kullanılmıştır. Cinsiyet Kod Çözücü, iş ilanlarının metninde eril veya dişil kodlu kelimelerin olup olmadığını kontrol etmektedir. Bu Kod Çözücü, cinsiyeti ifade eden kelimeleri tanımakta ve iş ilanı metninde yer alan ifadeleri "eril" ve "dişil" olarak sınıflandırmaktadır. Cinsiyet Kod Çözücüde kelimeler isim, fiil ve sıfat varyansları örneğin, "analy", "analysis", "analyze" ve "analytical" kapsayacak şekilde "kök"e indirgenmiştir. Cinsiyet Şifre Çözücüde "aktif", "maceracı", "hırs", "rekabet" ve "lider" gibi kelimeler eril olarak tanımlanırken, "sevecen", "iş birliği", "merhamet", "duygusal" ve "kişilerarası" gibi kelimeler dişil olarak kodlanmıştır (Kelime listesi için bkz. <https://gender-decoder.katmatfield.com>).

## 4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma belirli bir tarih aralığında ilan edilen iş ilanlarına dayanması nedeniyle kesitsel bir çalışmadır. Dolayısıyla İK ilanlarının tümünü temsil ettiğini söylemek zordur. Ayrıca analiz edilen iş ilanlarını kimin hazırladığını bilmek oldukça zor olmakla birlikte İK departmanlarında görev yapan personel tarafından hazırlanmış olması muhtemeldir. Ancak yine de ilgili kişinin İngilizce bilgisi ve kullanılan İngilizce kelimeler iş ilanının üslubunda önemli bir rol oynayacağı şüphesizdir. Zira kullanılan kelimeler ilanı hazırlayan kişinin bakış açısını ve toplumsal cinsiyet algısını yansıtmaya olasıdır. Bir diğer kısıt ise veri toplama döneminde İngilizce yayınlanan iş ilanları, İK departmanında yer alan tüm pozisyonları kapsamamaktadır. Dolayısıyla çalışma kapsamında analiz edilen iş ilanları, belirli tarihler arasında ilan edilen 18 iş pozisyonuna ilişkindir. Bu nedenle bazı iş pozisyonlarına ilişkin analiz yapılamamıştır. Bu bağlamda İK pozisyonlarının bütünsel bir görünümünü yansıtmadığı söylenebilir.

## 5. BULGULAR

### 5.1. İş İlanlarında Yer Alan Eril ve Dişil Kelime Sayılarına Yönelik Bulgular

Bulguları elde etmek amacıyla öncelikle firma tanıtım yazısı, iş tanımı ve iş gereklerini içeren ilanlar, iş pozisyonlarına göre topluca analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, işe alım uzmanı, eğitim ve geliştirme uzmanı, ücret ve yan haklar uzmanı, İK direktörü ve İK analitik sorumlusu pozisyonlarına ilişkin verilen ilanlarda eril kelime sayısının dişil kelime sayısından daha fazla olduğu görülmektedir. 18 adet iş pozisyonundan 5 tanesinde eril kodlu kelime sayısının baskın olması, analiz kapsamında yer alan ilanların yaklaşık yüzde 28'nin eril kodlu bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Buna karşın 18 adet iş pozisyonundan 13 tanesinde dişil kodlu kelime sayısının fazla olması, analiz kapsamında yer alan ilanların yaklaşık yüzde 72'sinin dişil kodlu bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca 430 iş ilanında yer alan toplam cinsiyet kodlu kelimelerin (3564 adet) yaklaşık yüzde 58'i dişil kodlu kelimelerden (2077 adet) oluşmaktadır. Sonuç olarak, tabloda yer alan iş pozisyonlarına ilişkin verilen ilanlar topluca değerlendirildiğinde dişil kodlu kelimelerin eril kodlu kelimelerden daha fazla olduğu görülmektedir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Pozisyonlara Göre İş İlanlarında Yer Alan Eril ve Dişil Kelime Analiz Sonuçları

İş Pozisyonları	İlan Sayısı	Eril Kelime Sayısı	Dişil Kelime Sayısı
İK Uzmanı	155	439	763
İş Ortağı	76	313	387
İK Müdürü	51	206	234
İşe Alım Uzmanı	22	100	93
İK Stajyeri	17	55	66
İK Sorumlusu	15	51	87
İK Uzman Yardımcısı	13	36	57
Eğitim ve Geliştirme Uzmanı	12	65	49
İK Asistanı	10	14	53
İK Koordinatörü	10	41	64
Ücret ve Yan Haklar Uzmanı	10	59	39
Yetenek Edinim Uzmanı	9	21	36
Bordro Uzmanı	7	11	21
İK Müdür Yardımcısı	6	18	41
İK Direktörü	5	37	23
İK ve İdari İşler Uzmanı	5	15	28
İK Analitik Sorumlusu	4	21	8
İK Personeli	3	6	28
Toplam	430	1487	2077

## 5.2. İş İlanlarında Yer Alan Eril ve Dişil Kelime Ağırlıklarına Yönelik Bulgular

İkinci analizde her bir iş pozisyonuna ilişkin ilanlar tek tek analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda eril kodlu kelime sayısı fazla olan ilan sayısı 141 iken, dişil kodlu kelime sayısı fazla olan ilan sayısı 232'dir. Tarafsız ilan sayısı (eril ve dişil kodlu kelime sayısı eşit olan) ise 57'dir. Bu sonuçlara göre, tüm pozisyonlar için verilen ilanların yaklaşık yüzde 33'ünde eril kodlu kelime sayısının dişil kodlu kelime sayısından fazla olduğu, yaklaşık yüzde 54'ünde dişil kodlu kelime sayısının eril kodlu kelime sayısından fazla olduğu ve yaklaşık yüzde 13'ünün ise tarafsız olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre iş ilanlarının yarısından biraz fazlasında (%54) dişil kodlu kelime sayısının fazla olduğu ve bu ilanların dişil kod ağırlıklı olarak hazırlandığı tespit edilmiştir. Ayrıca tüm ilanlardan 25 tanesi herhangi bir eril kodlu kelime, 11 tanesi ise dişil kodlu kelime içermemektedir. Kısacası ilanların yaklaşık yüzde 6'sı eril kodlu kelimeler içermemektedir. Bir diğer göze çarpan bulgu ise bazı iş pozisyonlarında oldukça yüksek oranda eril ya da dişil kodlu

kelime içeren ilanların olmasıdır. Örneğin, eğitim ve geliştirme uzmanı, İK direktörü ve İK analitik sorumlusu ilanlarının çoğunluğu dişil kodlu kelimeler içerirken, İK uzman yardımcısı, İK asistanı, yetenek edinim uzmanı, bordro uzmanı, İK müdür yardımcısı, İK ve idari işler uzmanı ve İK personeli ilanlarının çoğunluğu dişil kodlu kelimeler içermektedir. Ayrıca, bordro uzmanı, İK müdür yardımcısı ve İK personeli ilanlarında eril kodlu kelime içeren ilan bulunmamaktadır (Tablo 2).

**Tablo 2.** İş Pozisyonlarına Göre İş İlanlarının Eril ve Dişil Ağırlıklarına Yönelik Analiz Sonucu

İş Pozisyonları	Eril Ağırlıklı	Tarafsız (Nötr)	Dişil Ağırlıklı	Toplam
İK Uzmanı	40	27	88	155
İş Ortağı	30	7	39	76
İK Müdürü	21	4	26	51
İşe Alım Uzmanı	11	5	6	22
İK Stajyeri	5	3	9	17
İK Sorumlusu	2	3	10	15
İK Uzman Yardımcısı	1	2	10	13
Eğitim ve Geliştirme Uzmanı	11	-	1	12
İK Asistanı	2	-	8	10
İK Koordinatörü	2	2	8	10
Ücret ve Yan Haklar Uzmanı	7	-	3	10
Yetenek Edinim Uzmanı	1	1	7	9
Bordro Uzmanı	-	2	5	7
İK Müdür Yardımcısı	-	-	6	6
İK Direktörü	4	-	1	5
İK ve İdari İşler Uzmanı	1	-	4	5
İK Analitik Sorumlusu	3	1	-	4
İK Personeli	-	-	3	3
Toplam	141	57	232	430

### 5.3. İş Gereklilerinin Analizine Yönelik Bulgular

Bilindiği üzere iş ilanlarında açık iş pozisyona ilişkin görev ve sorumlulukların yer aldığı iş tanımı ve iş için gerekli nitelik ve özellikleri belirten iş gerekleri bulunmaktadır. Bu bağlamda ilgili iş ilanları iş tanımı ve gerekleri açısından da analiz edilmiştir. İş gerekleri aynı zamanda adaylardan beklenen yetenek ve becerilerin yer aldığı kısımdır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, iş ortağı, işe alım uzmanı, eğitim ve geliştirme uzmanı, ücret ve yan haklar uzmanı ve İK analitik sorumlusu ilanlarında iş gereklerine yönelik eril

kodlu kelimeler daha fazla kullanıldığı göze çarpmaktadır (Tablo 3). Eril ve dişil kodlu kelimelerin oranlarının nerdeyse aynı düzeyde olması, firmaların iş gerekleri açısından dişil kodlu kelimeler kadar eril kodlu kelimeleri tercih ettiklerini göstermektedir. Bu sonuç örgütlerin adaylardan dişil özellikler kadar eril özellikleri de istediğini göstermektedir.

**Tablo 3.** İş Gereklarine Yönelik Analiz Sonucu

İş Pozisyonları	İlan Sayısı	Eril Kelime Sayısı	Dişil Kelime Sayısı
İK Uzmanı	155	141	167
İş Ortağı	76	102	90
İK Müdürü	51	82	83
İşe Alım Uzmanı	22	40	28
İK Stajyeri	17	28	37
İK Sorumlusu	15	21	26
İK Uzman Yardımcısı	13	15	21
Eğitim ve Geliştirme Uzmanı	12	22	15
İK Asistanı	10	5	11
İK Koordinatörü	10	11	16
Ücret ve Yan Haklar Uzmanı	10	21	14
Yetenek Edinim Uzmanı	9	5	12
Bordro Uzmanı	7	7	10
İK Müdür Yardımcısı	6	3	13
İK Direktörü	5	7	5
İK ve İdari İşler Uzmanı	5	3	9
İK Analitik Sorumlusu	4	10	1
İK Personeli	3	2	11
Toplam	430	526	569

#### 5.4. İş Tanımlarının Analizine Yönelik Bulgular

İş ilanlarında yer alan iş tanımı, işin sorumluluk ve görevlerini açıklamaktadır. Bu bağlamda iş tanımları açık bir iş pozisyonuna yönelik işin ne olduğu ve ne yapılacağına yönelik açıklayıcı belgelerdir. Dolayısıyla firmalar, iş ilanlarında iş tanımlarına yer vererek adaylara işin ne olduğunu ve adayların işe alınması halinde görev ve sorumluluklarının neler olacağını göstermektedirler. İş tanımlarının analiz sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında, iş gereklerine kıyasla dişil kodlu kelimelerin daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim ve geliştirme uzmanı, ücret ve yan haklar uzmanı, İK direktörü ve İK analitik sorumlusu ilanları haricinde diğer tüm ilanlarda dişil kodlu kelime sayısının fazla olduğu görülmektedir. Kullanılan cinsiyet kodlu

kelimelerin oranına bakıldığında dişil kodlu kelime sayısı, eril kodlu kelime sayısının nerdeyse iki katıdır (Tablo 4). Bu sonuç, firmaların özellikle iş tanımlarında dişil kodlu kelimelere ağırlık verdiklerini göstermektedir.

**Tablo 4.** İş Tanımlarına Yönelik Analiz Sonucu

İş Pozisyonları	İlan Sayısı	Eril Kelime Sayısı	Dişil Kelime Sayısı
İK Uzmanı	155	201	526
İş Ortağı	76	141	230
İK Müdürü	51	85	118
İşe Alım Uzmanı	22	36	37
İK Stajyeri	17	9	21
İK Sorumlusu	15	14	45
İK Uzman Yardımcısı	13	12	26
Eğitim ve Geliştirme Uzmanı	12	33	24
İK Asistanı	10	3	29
İK Koordinatörü	10	15	32
Ücret ve Yan Haklar Uzmanı	10	27	15
Yetenek Edinim Uzmanı	9	14	21
Bordro Uzmanı	7	3	9
İK Müdür Yardımcısı	6	8	17
İK Direktörü	5	28	16
İK ve İdari İşler Uzmanı	5	10	15
İK Analitik Sorumlusu	4	11	7
İK Personeli	3	3	10
Toplam	430	653	1188

## 5.5. Tanıtım Yazılarının Analizine Yönelik Bulgular

İş ilanlarının bazılarında kendi firmaların kurumsal tanıtımına ya da İK politikalarına ilişkin çeşitli bilgiler bulunabilmektedir. Analiz edilen 430 iş ilanından 263'ünde firma tanıtım yazısı olduğu tespit edilmiştir. Firmaya ilişkin tanıtım yazılarında da eril/dişil kodlu kelimelere rastlanılmaktadır. Dolayısıyla 263 firmaya ilişkin tanıtım yazısının analizi sonucunda nerdeyse tüm firmaların tanıtım yazılarında eril ve dişil kodlu kelimelerin kullanıldığı görülmektedir. Firma tanıtımında yer alan eril ve dişil kodlu kelimelerin nerdeyse yarı yarıya olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer bulgu da 18 iş pozisyonunun 6 tanesinde eril kodlu kelime sayısı dişil kodlu kelime sayısından fazladır. 2 pozisyon eşit iken geriye kalan 8 iş pozisyonunda dişil kodlu kelime sayısı daha fazladır (Tablo 5). Bu sonuç, firmaların tanıtım

yazılarında dişil kodlu kelimelere daha fazla ağırlık verdiklerini göstermektedir.

**Tablo 5.** Firma Tanıtım Yazılarına Yönelik Analiz Sonucu

<b>İş Pozisyonları</b>	<b>Firma Sayısı</b>	<b>Eril Kelime Sayısı</b>	<b>Dişil Kelime Sayısı</b>
İK Uzmanı	96	85	80
İş Ortağı	39	70	67
İK Müdürü	33	38	33
İşe Alım Uzmanı	19	24	28
İK Stajyeri	12	10	8
İK Sorumlusu	11	16	16
İK Uzman Yardımcısı	9	9	4
Eğitim ve Geliştirme Uzmanı	7	10	10
İK Asistanı	7	6	13
İK Koordinatörü	7	15	22
cret ve Yan Haklar Uzmanı	9	11	10
Yetenek Edinim Uzmanı	2	2	3
Bordro Uzmanı	2	1	2
İK Müdür Yardımcısı	3	7	11
İK Direktörü	2	2	2
İK ve İdari İşler Uzmanı	3	1	4
İK Analitik Sorumlusu	-	-	-
İK Personeli	2	1	7
Toplam	263	308	320

## SONUÇ

İş ilanları, örgütlerin kendilerini tanıtma ve potansiyel adayları işe alma aracıdır. İş ilanları aynı zamanda birçok analiz için de iyi bir veri kaynağıdır. İş ilanları vasıtasıyla işverenlerin adaylardan yetenek ve beceri beklentisi, deneyim süresi ve mezuniyet gibi konularda çalışma yaşamına ilişkin ve adayları ilgilendiren konularda çıkarımlar yapılabilir. Bunun yanı sıra iş ilanları vasıtasıyla ilanların yazım diline ilişkin cinsiyetçi dilin varlığı da analiz edilebilir. Bu alışma, insan kaynakları departmanlarının verdikleri iş ilanlarında cinsiyet kodlu dilin olup olmadığı araştırma amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda kariyer.net sitesi üzerinden 18 İK iş pozisyonuna ilişkin İngilizce verilen 430 adet iş ilanı araştırmanın veri kaynağını oluşturmuştur. Elde edilen veriler, iş ilanlarında cinsiyet kodlu dilin olup olmadığını ortaya koyma amacıyla tasarlanmış olan Cinsiyet Kod zc yardımıyla analiz edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda, iş ilanları topluca değerlendirildiğinde 18 adet İK iş pozisyonundan 5 tanesinde eril kodlu kelime sayısının baskın olması, analiz kapsamında yer alan ilanların yaklaşık yüzde 28'nin eril kodlu, yaklaşık yüzde 72'sinin ise dişil kodlu bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca 430 iş ilanında yer alan toplam cinsiyet kodlu kelimelerin yaklaşık yüzde 58'i dişil kodlu kelimelerden oluşmaktadır (Tablo 1). Ayrıca iş ilanlarının cinsiyet kodlu dil ağırlığı açısından tüm pozisyonlar için verilen ilanlar tek tek incelendiğinde yaklaşık yüzde 33'ünde eril kodlu kelime sayısının dişil kodlu kelime sayısından fazla olduğu, yaklaşık yüzde 54'ünde dişil kodlu kelime sayısının eril kodlu kelime sayısından fazla olduğu görülmektedir (Tablo 2). Bu sonuçlar, İK pozisyonları için verilen iş ilanlarında dişil kodlu kelimelerinin ağırlığının fazla olduğunu ancak eril kodlu kelime sayısı ve oranının da azımsanmayacak derecede olduğunu göstermektedir.

İş ilanlarının iş gerekleri, iş tanımı ve firma tanıtım yazılarına göre analiz sonuçlarına bakıldığında ise iş gerekleri açısından eril ve dişil kodlu kelimelerin nerdeyse aynı oranda olduğu görülmektedir (Tablo 3). Bu bulgu, iş ilanlarında yer alan iş gereklerin de halen eril nitelik ve özelliklere önem verildiğini göstermektedir. İş tanımları açısından ise kullanılan cinsiyet kodlu kelimelerin oranına bakıldığında dişil kodlu kelime sayısı eril kodlu kelime sayısının nerdeyse iki katı olduğu göze çarpmaktadır (Tablo 4). Dolayısıyla iş gereklerinde adaylarda bulunması gereken yumuşak ve sert becerilere yönelik daha eril kodlu bir dilin varlığı göze çarparken, iş tanımlarında işin görev ve sorumlukları açısından daha dişil kodlu bir dil kullanıldığı söylenebilir. Firma tanıtım yazılarında ise yine dişil kodlu dilin ağırlığı görülmektedir (Tablo 5). Firma tanıtım yazısı açısından cinsiyet kodlu dil ideal adayın tanımlanması ve firmanın kendi kültür ve değerlerini sunması açısından önemli bir işleve sahiptir. Bu açıdan bakıldığında firma tanıtım yazılarında dişil kodlu kelime ağırlığının olması, kadın adayları cezbetme konusunda daha avantajlı olabileceği öngörülebilir. Sonuç olarak, İK iş pozisyonlarına ilişkin verilen iş ilanlarında dişil kodlu kelime kullanımının eril kodlu kelime kullanımından daha yaygın olduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın bulguları, İK iş pozisyonlarında gerek eril gerekse dişil kodlu bir dilin kullanıldığı yani cinsiyetçi bir dilin varlığı göze çarpmaktadır. Ancak İK iş ilanlarında dişil üslubun kullanımının daha yaygın olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, İK iş pozisyonlarına ilişkin kadınların aleyhine bir durum yaratmama potansiyeline sahip olması açısından önemlidir. Zira eril kodlu bir dilin kadınları iş başvurusu yapmaktan caydırdığı ortaya konmuştur (Sella ve diğerleri, 2023). İK iş pozisyonlarına ilişkin verilen ilanlarda

eğilimin dışıl kodlu bir dil yönünde olması, İK sektöründe cinsiyet eşitliği ve çeşitliliği açısından olumlu bir adımdır. Zira cinsiyet çeşitliliğine dayalı bir iş gücünün daha verimli olduğu, yaratıcılık ve yenilikçiliği artırdığı vurgulanmaktadır (Oldford ve Fiset, 2021). Ayrıca işe alımda cinsiyet eşitliğine yönelik adımlar, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından da olumlu bir adımdır.

İş ilanlarında kullanılan cinsiyetçi ifadelerin yer almasının bilinçli bir önyargıdan ziyade İK departmanlarının rutin uygulamaları, sınırlı kaynak ve zaman gibi faktörlerden kaynaklandığı vurgulanmaktadır. İşe alım uzman ve komisyonlarının işe alma sürecini hızlandırma konusunda baskı hissetmeleri durumunda, iş ilanının dilinin ve çekeceği aday niteliklerinin dikkatli bir şekilde incelenmesi ihmal edilebilmektedir. Ayrıca işe alım uzmanları önceki iş ilanlarını değiştirmeden veya çok az değiştirerek ya da sadece temel bilgileri güncelleyerek yeniden kullanabilmektedirler (Tokarz ve Mesfin, 2021). Bahsedilen bu sebeplerle iş ilanlarının detaylı bir şekilde kontrol edilmesi, olabildiğince tarafsız olabilecek şekilde hazırlanması daha doğru bir yaklaşım olacaktır. İş ilanlarının tüm cinsiyetler için çekici yönleri olan tarafsız bir şekilde hazırlanması isabetli olacaktır (Sella ve diğerleri, 2023). Artık günümüzde iş ilanlarındaki cinsiyet önyargısını analiz etmek için yapay zekâ destekli yazılımlar sayesinde daha tarafsız iş ilanları hazırlamak mümkündür.

Ayrıca iş ilanlarına gömülü cinsiyet kodlu bir dilin başvuru havuzunu ne oranda etkilediği; iş ilanlarında dışıl kodlu bir dilin ağırlığının İK sektöründe kadın ağırlığından mı kaynaklı olduğu; iş ilanlarında yer alan dışıl kodlu dil eğiliminin kadınları açık iş pozisyonuna başvurmaya ne ölçüde teşvik ettiği ya da erkeklere kıyasla daha fazla mı çektiği pek fazla bilinmemektedir. Bu sorulara cevap olabilecek çalışmaların yapılması, bu alandaki bilgi birikimine büyük katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Bem, S.L. ve Bem. D.J. (1973). Does sex-biased job advertising “aid and abet” sex discrimination? *Journal of Applied Social Psychology*, 3(1), 6-18. doi:10.1111/j.1559-1816.1973.tb01290.x
- Böhm, S., Linnyk, O., Kohl, J., Weber, T., Teetz, I., Bandurka, K. ve Kersting, M. (2020, June). Analysing gender bias in IT job postings: a pre-study based on samples from the German job market. *SIGMIS-CPR '20: Proceedings of the 2020 on Computers and People Research Conference*,72-80. doi:10.1145/3378539.3393862

- Born, M. Ph. ve Taris, T.W. (2010). The impact of the wording of employment advertisements on students' inclination to apply for a job. *The Journal of Social Psychology*, 150(5), 485-502. doi:10.1080/00224540903365422
- Ersoy-Yılmaz, S. ve Çetinel, E. (2019). İş ilanlarında cinsiyet ayrımcılığı: Türkiye'de inşaat mühendisliği ilanları üzerine bir araştırma. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18), 975-989. doi:10.29029/busbed.560014
- Frissen, R., Adebayo, K.J. ve Nanda, R.A. (2023). Machine learning approach to recognize bias and discrimination in job advertisements. *AI & Society*, 38, 1025-1038. doi:10.1007/s00146-022-01574-0
- Gaucher, D., Friesen, J. ve Kay, A.C. (2019). Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. *Journal Of Personality and Social Psychology*, 101(1), 109-128. Erişim adresi: <https://ideas.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2018/07/Gaucher-Friesen-Kay-2011.pdf>
- Gender Decoder. Erişim adresi: <https://gender-decoder.katmatfield.com>
- Henschel, T., Braun, S., Peus, C. ve Frey, D. (2021). Sounds like a fit! Wording in recruitment advertisements and recruiter gender affect women's pursuit of career development programs via anticipated belongingness. *Human Resource Management*, 60(4), 581-602. doi: 10.1002/hrm.22043
- Hu, S., Al-Ani, J.A., Hughes, K.D., Denier, N., Konnikov, A., Ding, L., Xie, J., Hu, Y., Tarafdar, M., Jiang, B., Kong, L. ve Dai, H. (2022). Balancing gender bias in job advertisements with text-level bias mitigation. *Frontiers in Big Data*, 5, 1-10. Erişim adresi: doi:10.3389/fdata.2022.805713
- Jiang, T., Li, Y., Fu, S. ve Chen, Y. (2023). Creating a Chinese gender lexicon for detecting gendered wording in job advertisements. *Information Processing & Management*, 60(5), 1-16. doi:10.1016/j.ipm.2023.103424
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: an introduction to its methodology*. CA: Sage.
- Ningrum, P.K., Pansombut, T. ve Ueranantasun, A. (2020). Text mining of online job advertisements to identify direct discrimination during job hunting process: A case study in Indonesia. *PLoS ONE*, 15(6), 1-29. doi: 10.1371/journal.pone.0233746

- O'Brien, K., Petra, V., Lal, D., Kwai, K., McDonald, M., Wallace, J., Jeanmonod, C. ve Jeanmonod, R. (2022a). Gender coding in job advertisements for academic, non-academic, and leadership positions in emergency medicine. *The American Journal of Emergency Medicine*, 55, 6-10. doi:10.1016/j.ajem.2022.02.023
- O'Brien, K., Petra, V., Lal, D., Kwai, K., McDonald, M., Wallace, J., Jeanmonod, C. ve Jeanmonod, R. (2022b). Gender coding in job advertisements for academic, non-academic, and leadership positions in emergency medicine. *The American Journal of Emergency Medicine*, 60, 214-216. doi:10.1016/j.ajem.2022.07.005
- Oldford, E. ve Fiset, J. (2021). Decoding bias: Gendered language in finance internship job postings. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 31, 1-11. doi:10.1016/j.jbef.2021.100544
- Petry, T., Treisch, C. ve Peters, M. (2021). Designing job ads to stimulate the decision to apply: a discrete choice experiment with business students. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(15), 3019-3055. doi:10.1080/09585192.2021.1891112
- Sella, E. C., Joshi, A., Balasubramanian, S., Senthilkumar, D., Ma, T., Agarwal, P. (2023). Is there gender bias in radiology job postings?. *Current Problems in Diagnostic Radiology*, 52(3), 187-191. doi: 10.1067/j.cpradiol.2022.11.002
- Tang, S., Zhang, X., Cryan, J., Metzger, M.J., Zheng, H. ve Zhao, B.Y. (2017). Gender bias in the job market: a longitudinal analysis. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 1, CSCW, 1-19. doi:10.1145/3134734
- Tokarz, R.E. ve Mesfin, T. (2021). Stereotyping ourselves: gendered language use in management and instruction library job advertisements. *Journal of Library Administration*, 61(3), 301-311. doi: 10.1080/001930826.2021.1883368