

TÜSİAD, dizilerde toplumsal cinsiyet eşitliği için harekete geçti

ntv.com.tr, Anadolu Ajansı
5 Mart 2018 Pazartesi



TÜSİAD, 'TV Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği' projesini hayata geçiriyor. Ünlü isimler 8 Mart Dünya Kadınlar Günü öncesinde bu araştırma için bir araya geldi.

TÜSİAD, televizyon dizilerinde kadının toplumsal cinsiyet eşitliğine uygun şekilde konumlanmasını desteklemek amacıyla, Koç Holding'in ana destekçi olduğu **TV Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği adlı projesini** hayata geçiriyor. Projenin detayları, gazeteci Nevşin Mengü'nün moderatörlüğünde **TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Erol Bilecik** ve TÜSİAD Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Çalışma Grubu Başkanı Oya Ünlü Kızıl'ın katılımıyla bugün gerçekleşen toplantıda basın mensuplarıyla paylaşıldı.

Proje kapsamında **Türkiye'de ulusal televizyon kanallarında yayınlanan popüler dizilerde** toplumsal cinsiyet kalıplarının ve rollerinin yer alış biçimlerini tespit etmek amacıyla Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyeleri tarafından TV Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği-Mevcut Durum Araştırması hazırlandı. Söz konusu araştırma kapsamında, 1-31 Mayıs 2017 tarihleri arasında yayınlanan ve bu dönemdeki reyting oranlarına göre altı ulusal kanaldan toplam 12 dizi seçildi. 12 dizinin dörder haftalık bölümlerinin her birinde yer alan ana ve yan karakterler üzerinden kadın-erkek karakterlerin sayısal dağılımı, görünürlükleri, yaş aralıkları, medeni durumları, fiziksel halleri, karakter özellikleri, işe ve eve dair sorumlulukları, rolleri, söz ve eylemleri

incelendi.

Araştırmanın ortaya koyduğu bulgular şöyle:

Dizilerdeki ana ve yan karakterlerin sayısı, yüzde 47 kadın ve yüzde 53 erkek olmak üzere dengeli. Ancak en çok izlenen dizilerde toplam görünürlüğün yaklaşık üçte ikisi erkek karakterlere ait. Bu anlamda görünürlük dengesiz.

Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Araştırması

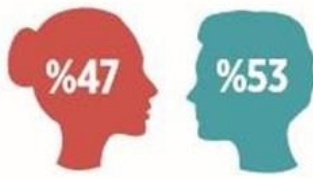


Bu araştırma Türkiye'de ulusal televizyon kanallarında yayınlanan popüler dizilerde, toplumsal cinsiyet kalıplarının ve rollerinin yer alış biçimlerini tespit etmek amacıyla yapılmıştır

Araştırma raporunu indirmek için QR kodu okutun

ARAŞTIRMA KÖNYESİ

Araştırmacılar: Doç. Dr. İrem İnceoğlu, Yrd. Doç. Dr. Elif Akçalı, Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyeleri **Araştırma Tarih Aralığı:** 1-31 Mayıs 2017
İncelenen Dizi Sayısı: 12* **Bölüm Sayısı:** 48 **Kanal Sayısı:** 6 Ulusal **Karakter Sayısı:** 161 **Karakter Dağılımı:** 75 Kadın, 86 Erkek **Karakter Konumu:** Ana Roller, Yardımcı Roller**



Dizilerdeki ana ve yan karakterlerin sayısı
Dengeli

Görünürlük
Dengesiz

En çok izlenen dizilerde toplam görünürlüğün yaklaşık 2/3'ü erkek karakterlere ait.



Kadın karakterler kalıplara sıkışıyor

Fiziksel özellikleriyle ön plandalar. Fiziksel özelliklerle ilgili yorumların 3/4'ü kadınlara yapıyor



Yorumların %70'i kadınlı



Her 3 kadın karakterden 2'si zayıf

Medeni durum kadınları tanımlıyor
Erkeklerin aksine kadınların %100'ünün medeni durumu biliniyor



Kadın karakterler kalıplara sıkışıyor ve fiziksel özellikleriyle ön plandalar.

Kadınların iş hayatında görünürlüğü sınırlı. Dizilerde kadın karakterlerin yüzde 80'ini iş

dışı mekânlarda bulunurken, ev işi içerikli sahnelerin yüzde 92'si kadın karakterler için, iş içerikli söz ve eylemlerin yüzde 82'si erkek karakterler için yazılıyor.

"GENÇ KADIN KARAKTER SAYISI, ERKEK KARAKTERLERDEN 2,5 KAT DAHA FAZLA"

"Genç kadın" karakter sayısı, erkek karakterlere oranla 2.5 kat daha fazla. Kadın oyuncuların yaş aralığı 16-39 ile sınırlı tutulurken, erkek oyuncuların bu seviye 64 yaşa kadar çıkıyor.



"Kadın gibi olmak" ifadesi, kadınlar için kullanıldığında dahi yüzde 62 oranında aşağılama anlamı taşıyor. Ağlama ve hüznü içeren sahnelerin yüzde 73'ü kadınlar için, şiddet ve tehdit içeren sahnelerin yüzde 79'u erkekler için yazılıyor. Buna göre her üç kadından ikisi zayıf karaktere sahip.

Genç kadın karakter sayısı, genç erkek karakter sayısının 2,5 katı.



Ebeveyn rollerinin
%79'u kadınların.
Erkekler, babalık
rolünde görünmüyor

"Kadın gibi"
olmak...

Kadınlar için bile %62
oranında "aşığılama"

Her 3 kadından
1'i ev kadını
Ev içi sorumlulukların
%92'si kadınların



%20

Kadınların iş hayatında
görünürlüğü sınırlı
Kadınlar %80 oranında
iş dışı mekanlarda
bulunuyor.

%80



%82

İş içerikli söz
ve eylemlerin
%82'si erkeklerin.

Şiddet ve tehdit erkekler için

Ağlama ve hüzün kadınlar için



Şiddet ve tehdit
içeren sahnelerde
erkekler
%79



Ağlama ve hüzün
içeren sahnelerde
kadınlar
%73



Erkeklerin aksine bütün kadın karakterlerin medeni durumu biliniyor. Dul ve boşanmış kadın karakterler, aynı medeni durumdaki erkek karakterlerden beş kat fazla. Erkekler, babalık rolünde görünmüyor. Ebeveyn rollerinin yüzde 79'unu kadınlar canlandırırken, bu oran erkeklerde yüzde 21'de kalıyor.

"TÜRKİYE'DE DİZİ ÇEKEN EKİPLER HER HAFTA NEREDEYSE YENİ DÜNYA REKORLARI KIRIYOR"

Açılış konuşmasının ardından gazeteci Nevşin Mengü yönetiminde "TV Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği İçin Nereden Başlamalı" paneli yapıldı.

Panelde konuşan, **Reklamverenler Derneği (RVD) Başkanı Ahmet Pura**, toplumun tüm kesimlerinde gelişmeye başlayan cinsiyet eşitliği duyarlılığından memnuniyet duyduklarını belirterek, reklamverenlerin de bu konuda üzerine düşeni yapmaya hazır olduğunu söyledi.

Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Meslek Birliği (TESİYAP) Başkanı Birol

Güven ise dizilerin konularını ve hikayelerini hayattan aldıklarını belirterek, toplumun televizyoncuları terbiye etme isteğini eleştirdi.

Türk dizi sektörünün mevcut yasal kurallar gereği süre ve kısıtlamalar nedeniyle olağanüstü koşullarda çalıştığını anlatan Güven, şöyle konuştu:

“Türkiye’de dizi çekilmiyor, dizi yetiştiriliyor. Kimsenin çalışmanın detayıyla, farklı yönleriyle ilgili düşünmeye vakti olmuyor. Türkiye’de dizi çeken ekipler her hafta neredeyse yeni dünya rekorları kırıyor. Üç saatlik diziyi 4 günde çekmek gerçekten kolay olmuyor. Diğer yandan seyirci de bir rekor kırıyor, akşam 9’dan gece 1’e kadar dizi izliyor seyirci de... Bir de bize deniliyor ki ‘neden Amerika’daki gibi dizi çekemiyoruz. Onlar asıl bizim gibi çeksin de gelsinler konuşalım.’”

Türk dizilerinin pek çok ülkeye satıldığını anlatan Güven, “Türk dizileri bugün itibarıyla 140 ülkeye satılıyor, 142 ülkede de izleniyor” bilgisini verdi.

Güven, Çin ile bir anlaşmanın imzalanmasının da gündemde olduğunu kaydetti.

"BİZLER DAHA İYİSİNİ YAPMAYA ÇALIŞMaktan VAZGEÇEMEYİZ"

Oyuncular Sendikası Genel Başkanı Demet Akbağ, ünlü oyuncuların da sektördeki gelenekleri kanıksadığını ifade ederek, “Maalesef biz de buna alışmışız. Ancak bunu aşmak için minik minik adımlar atarak başarılı olabiliriz. Mesela bir savcı gerekiyor, bir avukat oyuncu gerekiyor, genellikle akla hemen erkek oyuncu geliyor. Oysa ki ne güzel olur bir kadın savcı olsa, avukat olsa. Maalesef ama o anda kimsenin aklına gelmiyor bu” değerlendirmesini yaptı.

Senaryo Yazarları Derneği (SENDER) Başkanı Meriç Demiray da tüm dizi sektörü paydaşlarının daha iyiye ulaşmaya çalışması gerektiğini anlatarak, “Evet olumsuz pek çok şey var ve bunlar olmaya devam ediyor ama bizler daha iyisini yapmaya çalışmaktan vazgeçemeyiz” dedi.

"KADINLA ERKEĞİN DÜNYASINI BU KADAR AYRIŞTIRMAYA GEREK YOK"

TÜSİAD Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Çalışma Grubu Başkanı Oya Ünlü Kızıl, cinsiyet eşitliğinin TV dizilerinde gözetilmesi için yol haritası çıkardıklarını ifade ederek, dikkat edilmesi gereken hususları şöyle anlattı:

“Karakter, duygu ve meslek çeşitliliğini artırmak önemli. Kadınla erkeğin dünyasını bu kadar ayrıştırmaya gerek yok. Hayata, işe ve eve dair sorumlulukları dengeli paylaşmak çok kıymetli. Bunu daha iyi gösterebilirsek dizilerimizde çocuklarımıza iyi bir mesaj olacak.

Şiddeti sıradanlaştırmamak mühim. Bunun yanı sıra eşitlik zihinde ve dilde başlar. Dilin kullanılmasına dikkat. Son olarak da iş hayatında kadın, güçlü kadınlar ve kararları verebilen kadın figürleri muhakkak yer almalı.”

Yönetmen Zeynep Günay Tan, kadın-erkek cinsiyet eşitliği konusunda eğitimin sürekli devam etmesi gerektiğini belirterek, kendisinin bu alanda aldığı eğitimden memnun olduğunu, eğitim sonrasında daha eşitlikçi sahneler çekmeye başladığını söyledi.

Proje kapsamında TV dizilerinde toplumsal cinsiyet kalıp ve yargılarını ortadan kaldırmak hedefiyle benimsenen beş ilke ise şöyle aktarıldı:

-Kadınların ve erkeklerin fiziksel görünüm, karakter, duygu ve meslek çeşitliliğini artırmak,

-Hayata, işe ve eve dair sorumlulukları dengeli dağıtmak,

-Şiddeti olağanlaştırmamak,

-Toplumsal cinsiyet eşitliğine uygun bir dil kullanmak,

-Rol model karakterlerin görünürlüğünü sağlamak ve artırmak.

Koç Holding'in ana destekçisi olduğu projede, destekçi kuruluşlar olarak Anadolu Grubu, ARGE Danışmanlık, BASF Türkiye, Borusan Holding, BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş., FİBA Holding, Güvensan, İstanbul Kültür Üniversitesi, Mogul Tekstil, Schneider Electric Türkiye, Siemens Türkiye, Tat Gıda, Vodafone Türkiye ve WYG Türkiye yer aldı.