

Yeşim Koçyiğit: “Reklamlardaki dönüşümün bayrağını biz taşıyacağız”

Reklamverenler Derneği Genel Sekreteri Yeşim Koçyiğit, “Türkiye’deki her bir haneye reklamlarıyla ulaşan bir dernek olarak, ülkemizdeki toplumsal cinsiyet eşitliği sorunlarının aşılması konusunda önemli bir sorumluluk taşıdığımızı düşünüyoruz” diyor.



Dünya gündeminde son yıllarda öne çıkan meselelerin başında toplumsal cinsiyet eşitsizliği geliyor. Bu konuda Türkiye de diğer ülkelerden farklı değil. Biz, Türkiye’deki her bir haneye reklamlarıyla ulaşan, sektörün önde gelen reklamverenlerini temsil eden bir dernek olarak, ülkemizdeki toplumsal cinsiyet eşitliği sorunlarının aşılması konusunda önemli bir sorumluluk taşıdığımızı düşünüyoruz. Etki alanı çok geniş olan reklam sektörü ve paydaşlarının ortak iradesi ve reklamların erişim gücüyle, toplumumuzda kadın-erkek eşitsizliğini normalleştiren kemikleşmiş, basmakalıp düşüncelerin değişmesine ve ülkemizde cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına katkı sağlayabileceğimize inanıyoruz. Yani reklamlardaki dönüşümün bayrağını biz taşıyacağız ve diğer alanlardaki çabalara da destek olacağız. Bu inançla Kasım 2017’de oluşturduğumuz Yürütme Kurulu, tam da şu sıralar Bahçeşehir Üniversitesi ile birlikte yürüttüğümüz araştırma ile reklamlardaki cinsiyet eşitliği konusunda Türkiye’nin karnesini çıkartmak için çalışıyor. Türkiye’de daha önce akademik açıdan benzer bir çalışma yapılmadığından bu araştırmanın önemi çok büyük.



Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması için herkese düşen bir rol var

Ülkemizde toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması için herkese düşen bir rol var. Bu yüzden de kendi rolümüzü başarırken ancak tüm paydaşlarla kolektif biçimde harekete geçerse gerçek bir fark yaratabileceğimizi biliyoruz.

Vizyonumuzu “Toplumda karşılık bulacak, kapsayıcı ve çok paydaşlı bir yaklaşımla reklamlarda cinsiyet eşitsizliğiyle mücadele etmek” olarak belirledik. Önceliklerimiz ise ölçümlenebilecek hedefler koyarak, reklamverenler ve yaratıcı ajanslar için iletişimde cinsiyet kalıplarının kullanımı konusunda ilkeler oluşturmak ve reklam sektöründe cinsiyet dengeli çalışma politikalarının uygulanmasını sağlamak. Gerekli özdenetim sisteminin oluşturulması da yürütme kurulumuzun öncelikleri arasında bulunuyor. Aynı zamanda, konu hakkında dünyadaki uygulamaları koordine eden WFA’nın (Dünya Reklamverenler Federasyonu) birikim havuzundan da

yararlanıyoruz. Biz, reklam içeriklerinde her zaman cinsiyet-dengesi gözetilen bir yaklaşım sergilenmesini istiyoruz. Kadın-erkek ayrımı yapmadan tüm karakterlerin nasıl yansıtıldığı, düzeyli bir şekilde gösterilip gösterilmediği, uygunsuz bir şekilde gösterilip gösterilmediği ve olumlu rol modeller olarak gösterilip gösterilmediği bizim için bu konudaki başarı göstergeleri olacak.

Toplumsal cinsiyet eşitliği konusu kökleri kültürel normlara da dayanan oldukça karmaşık bir konu, bunu değiştirmek uzun bir zaman ve çok sayıda paydaşın kararlılık ve emeğini gerektiriyor.

Hem kadını hem de erkeği kapsamalı

Bizim açımızdan bu konu salt bir kadın meselesi değil; konunun hem kadını hem erkeği kapsayacak biçimde ele alınması gerektiğini düşünüyoruz. Günümüzde bu konuda yapılan çalışmalara baktığımızda denge unsurunun gözetilmesinde birtakım sıkıntılar olduğunu görüyoruz. Burada farkında olmadığımız birtakım ön kabullerimiz de söz konusu; bunların da farkına varmalı ve değiştirmek için çaba göstermeliyiz. En basit örneğiyle yapılan iletişim çalışmalarında ağırlıklı olarak kadının “güçlendirilmesi” kavramı kullanılıyor; halbuki hepimizin ortak amacı kadının da bu edilgen konumdan çıkarak “güçlenmesi” ve kadın-erkek toplumsal cinsiyet rollerinin dengesinin sağlanması olmalı. Bu zorlu değişim sürecinde hepimize önemli bir rol düşüyor.