



effieAWARDS
TURKEY

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi 2022



REKLAM
VERENLER
DERNEĞİ

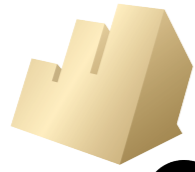


REKLAMCILAR DERNEĞİ



BAU
Bahçeşehir University

Effie Awards Türkiye
Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi Araştırması
2018 yılından beri
Reklamverenler Derneği liderliğinde
yürütülmektedir.



effieAWARDS

TURKEY

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi 2022

Araştırma Ekibi

**Araştırma
Eş-Yürütücüsü**

Doç.Dr.

Gül ŞENER

BAU Reklamcılık

**Araştırma
Eş-Yürütücüsü**

Dr. Öğretim Üyesi

Eda ÖZTÜRK

BAU Reklamcılık

**Veri Yönetimi
& Analiz**

Dr. Öğretim Üyesi

Önder YÖNET

BAU Reklamcılık

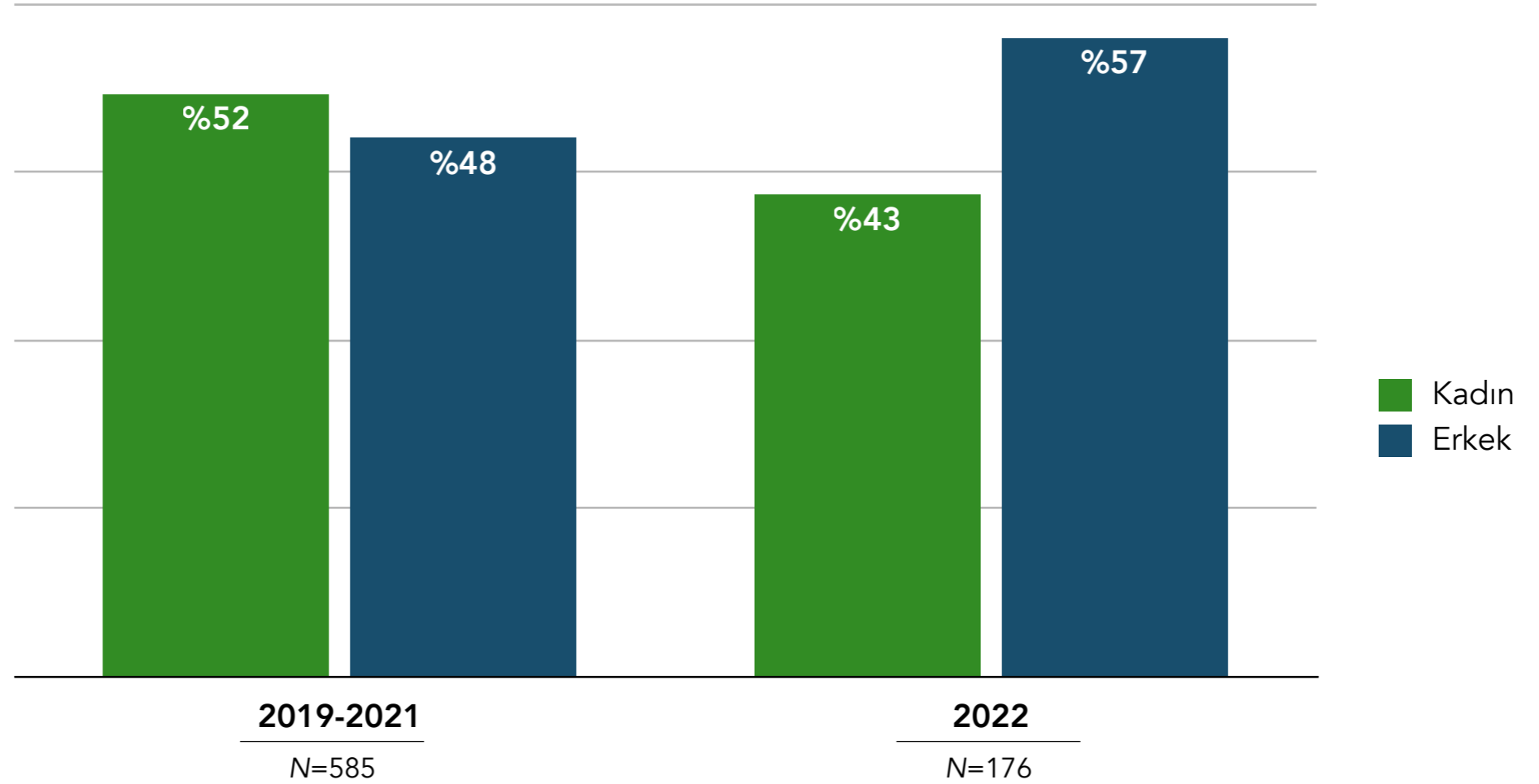
Araştırmanın Yöntemi

1. 2022 Effie Yarışması'nda ödüllü ve finalist olmak üzere toplam **243 TV reklamı** kodlanmıştır.
2. 15 TV filmi analiz dışında bırakılmış ve toplamda **228 TV reklamı üzerinden nihai analiz** gerçekleştirilmiştir.
3. Analize dahil edilen 228 TV filmi içerisinde **Effie ödüllü TV reklam sayısı 117, finalist TV reklam sayısı ise 111** olarak belirlenmiştir.
4. Analiz dışında bırakılma kriterleri şu şekilde tanımlanmıştır:
 - Ana karakter çocuksa,
 - Ana karakter animasyon/çizgi film karakteriyse,
 - Ana karakter evcil/vahşi hayvansa.

ANA KARAKTER

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında, kadın ana karakter kullanımı geçtiğimiz üç sene ortalamasının altında seyretmektedir (%52'ye %43). Bu sonucu, bir trend olarak değerlendirmek şimdilik mümkün değildir.

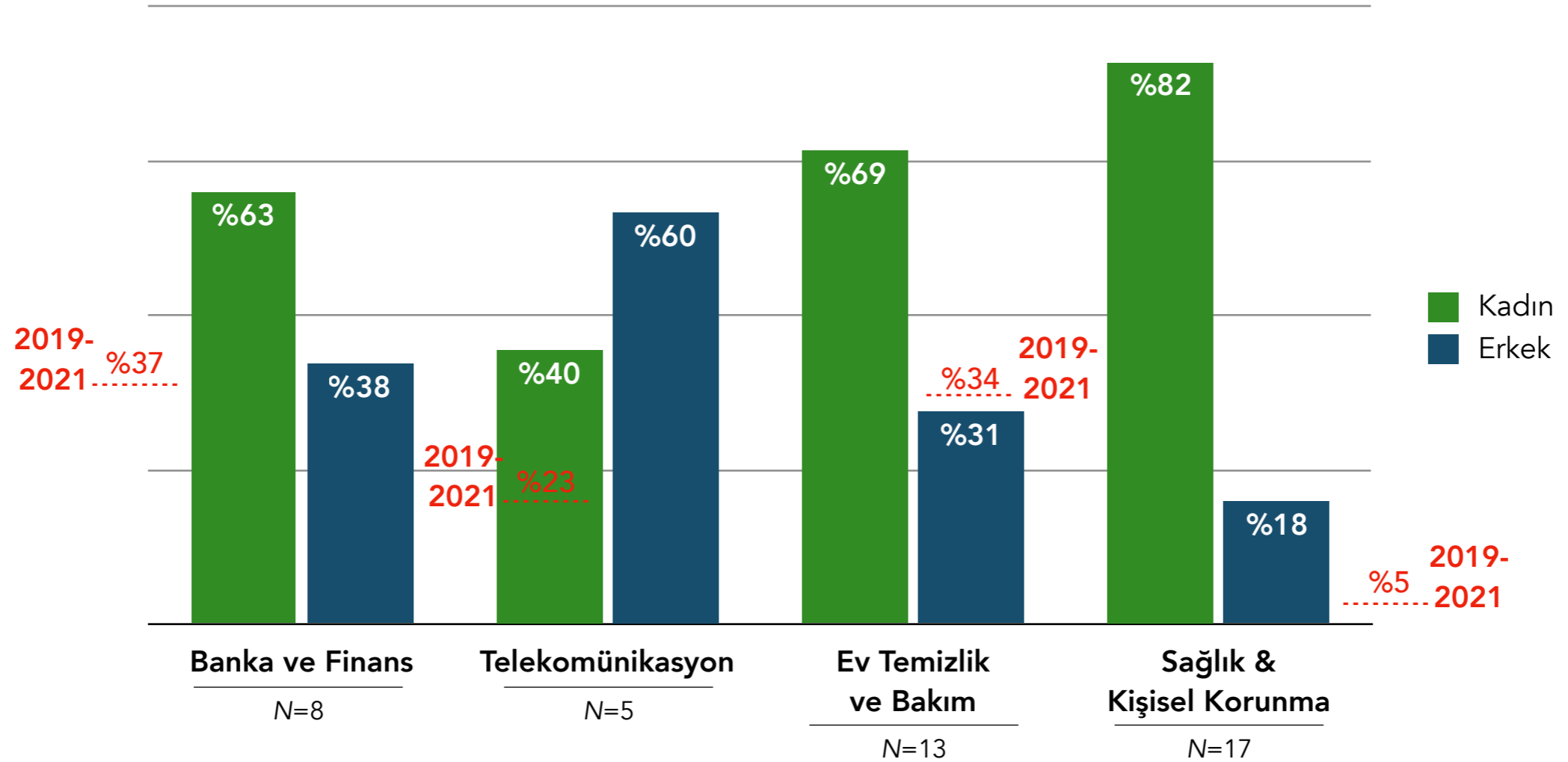
2022 Effie TV Reklamlarında Ana Karakter Karşılaştırması



ÜRÜN KATEGORİSİ

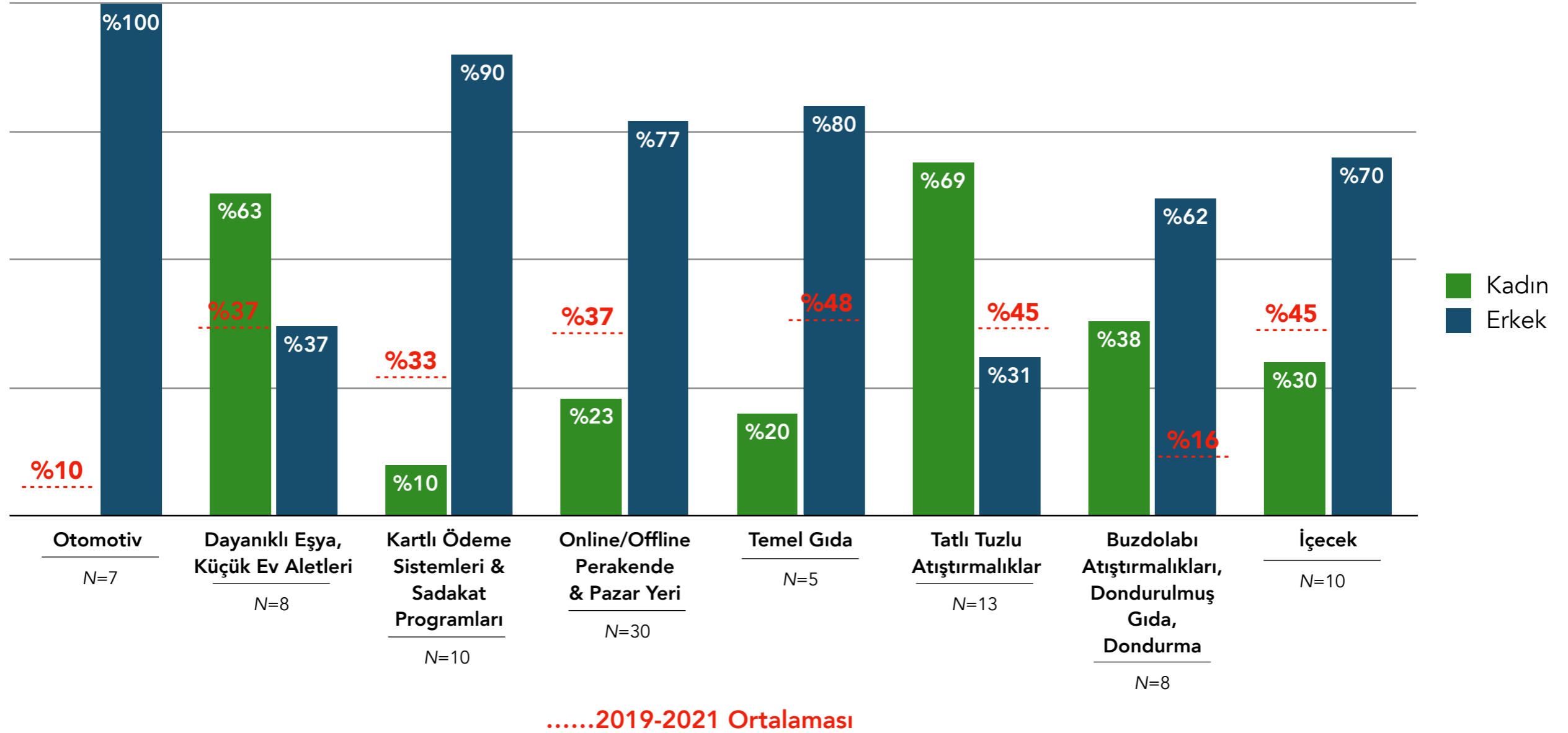
Geleneksel olarak erkeklerle özdeşleştirilen **Banka & Finans ve Telekomünikasyon TV reklamlarındaki kadın ana karakter görünürlüğü artıyor. Ev Temizlik & Bakım kategorisinde her 3 reklamdan 1'inde erkek ana karakter var. Sağlık & Kişisel Korunma kategorisinde de erkek görünürlüğü artıyor (%5'ten %18'e)**

2022 Effie TV Reklamlarında Kategori Bazında Ana Karakter



ÜRÜN KATEGORİSİ

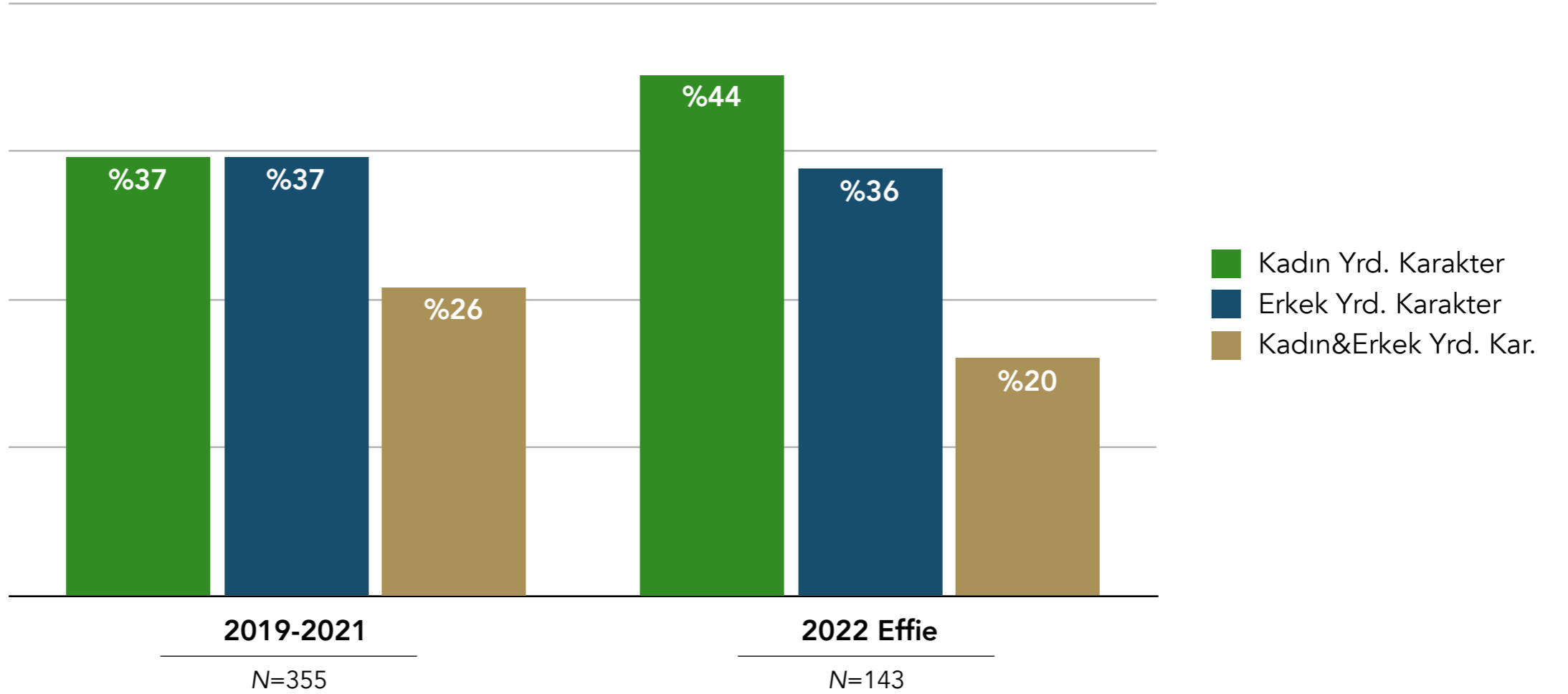
2022 Effie TV Reklamlarında Kategori Bazında Ana Karakter



YARDIMCI KARAKTER

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında kadınların yardımcı karakter olarak kullanımı, geçtiğimiz üç sene ortalamasının üzerinde gerçekleşti. **Neredeyse her 2 reklamdan 1'inde kadın yardımcı karakter var.**

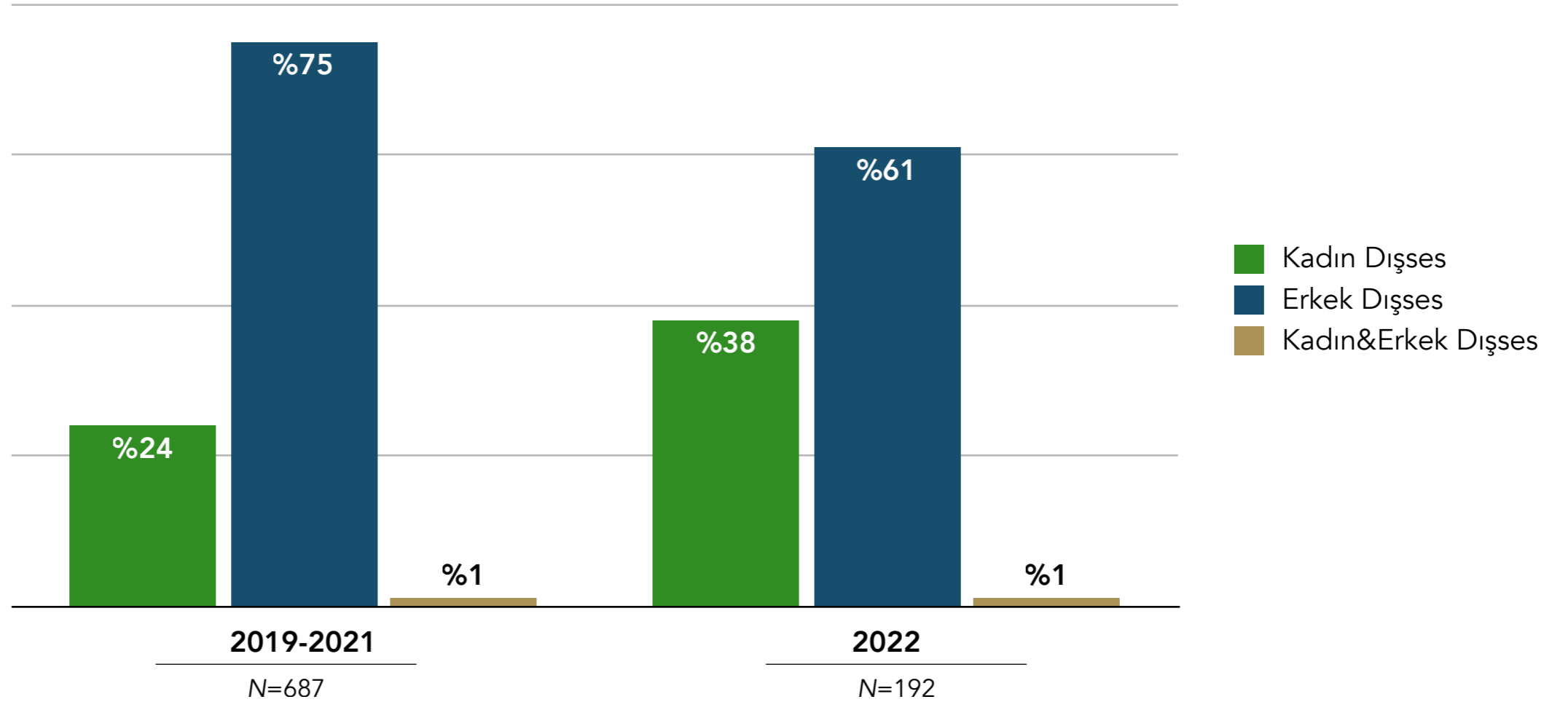
2022 Effie TV Reklamlarında Yardımcı Karakter Karşılaştırması



DİŞSES

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında, **kadın dışses kullanımı şimdiye kadarki en yüksek oranına erişerek %38** olarak gerçekleşti. Geçtiğimiz üç seneki kadın dış ses ortalaması %24 idi.

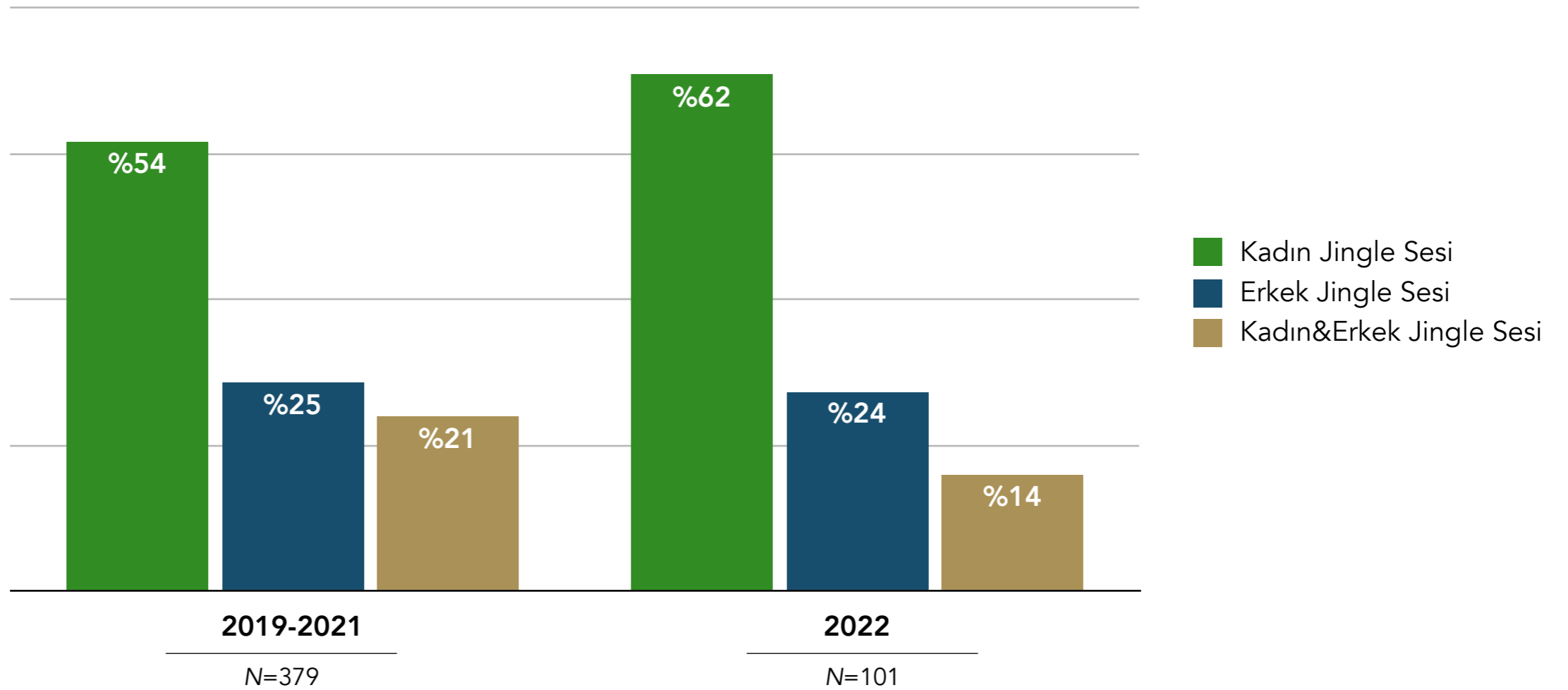
2022 Effie TV Reklamlarında Dışses Karşılaştırması



JINGLE

Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarının jinglelerindeki ağırlıklı kadın sesi kullanımını 2022'de de devam etti. 2019-2021 arasında **kadınların seslendirdiği jingle oranı %54 iken 2022'de %62'ye** yükseldi.

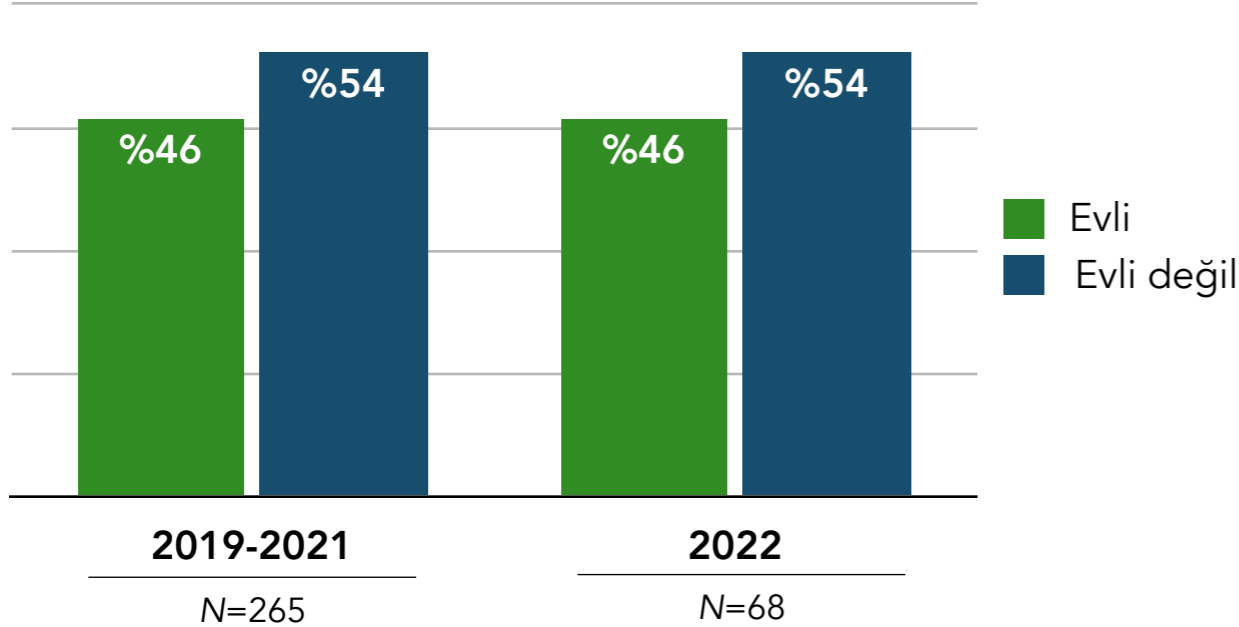
2022 Effie TV Reklamlarında Jingle Seslendirenin Cinsiyeti Karşılaştırması



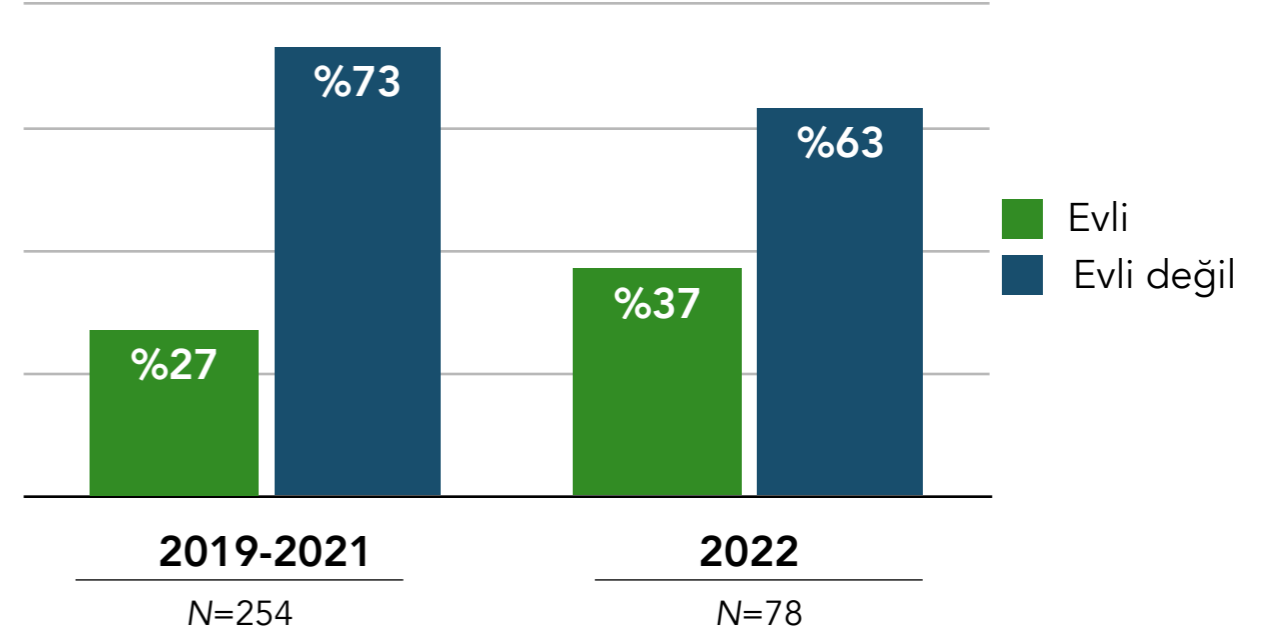
MEDENİ DURUM

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında **kadın ana karakterlerin neredeyse yarısı evli** olarak resmediliyor. Bu oran 2007'den beri farklılık göstermiyor. **Evli erkek karakter temsiliyeti** geçtiğimiz üç senenin üzerinde (**%27'den %37'ye**).

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Medeni Durumu



2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Medeni Durumu

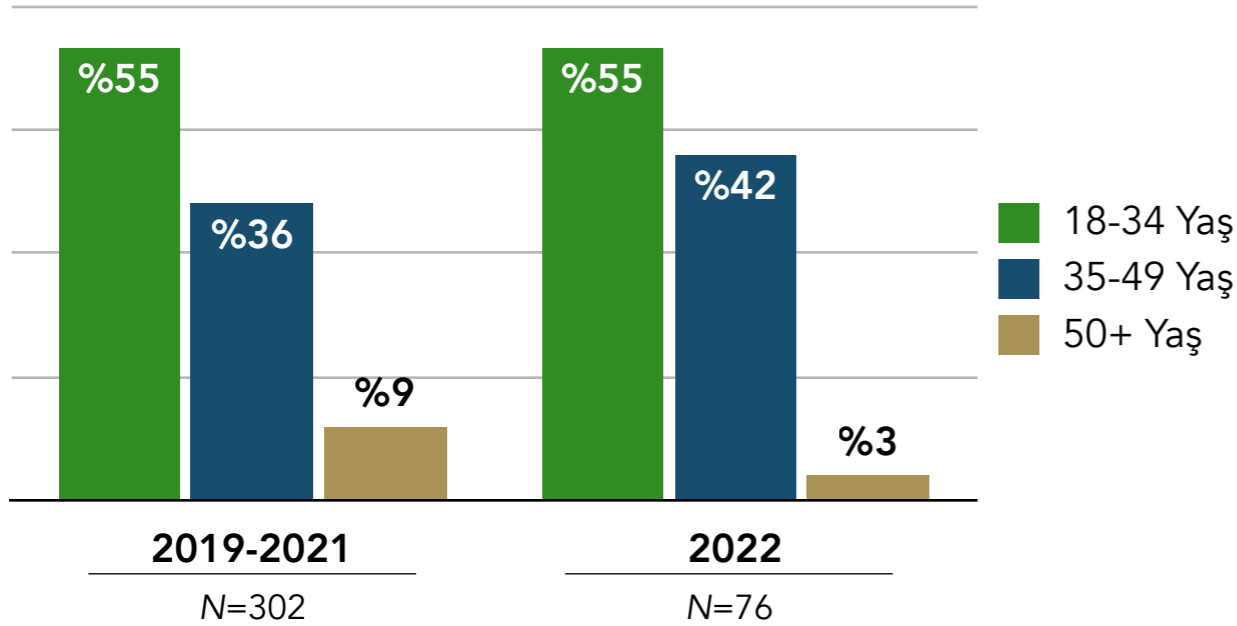


YAŞ

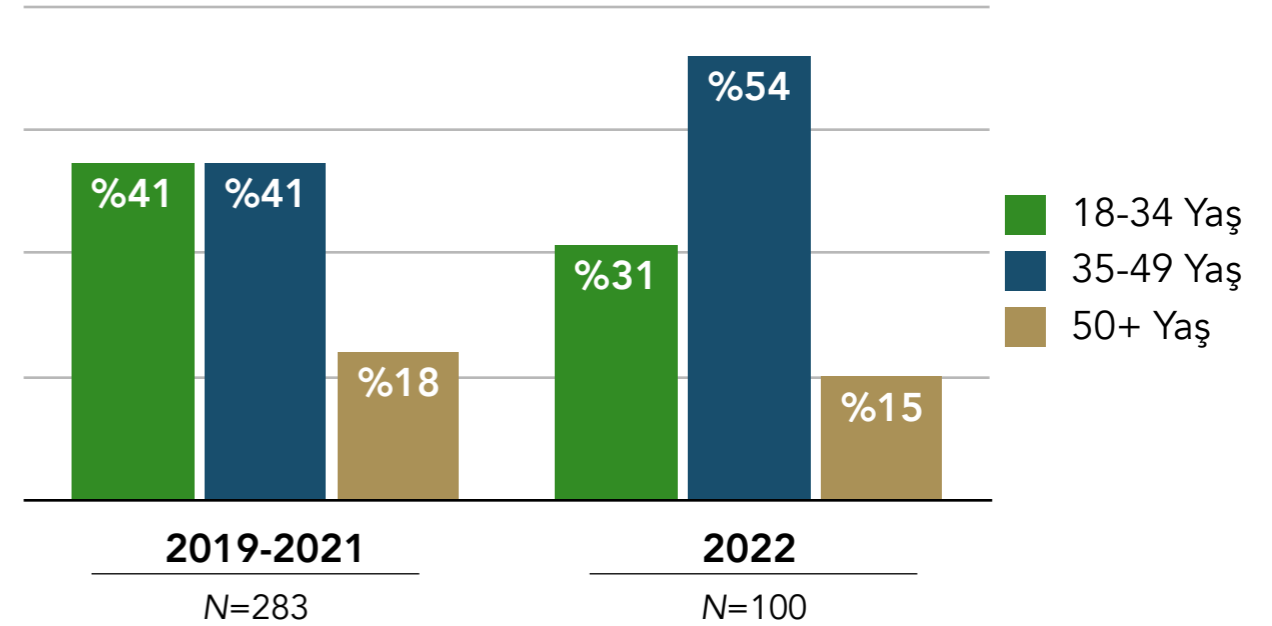
2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarındaki **50 yaş üstü kadın ana karakter oranı geçtiğimiz üç sene ortalamasının altında (%9'a %3)**. Geçmişte 50 yaş üstü erkek ana karakterlerin oranı kadınların 2 katı iken, 2022'de bu oran 5 kate yükseldi.

Diğer yandan, **35-49 yaş kadın ve erkek ana karakterler 2022 Effie TV reklamlarında daha yüksek oranlarda görünürlük kazandı.**

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Yaşı



2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Yaşı

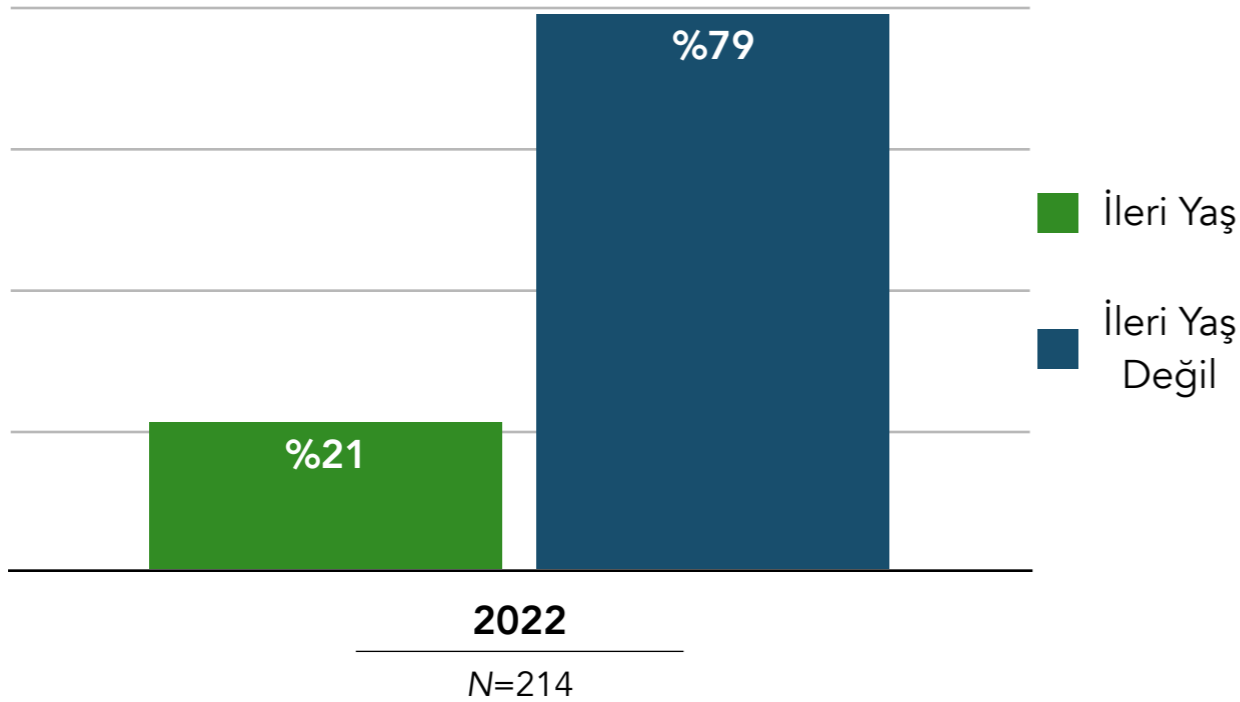


İLERİ YAŞ & ENGELLİLİK*

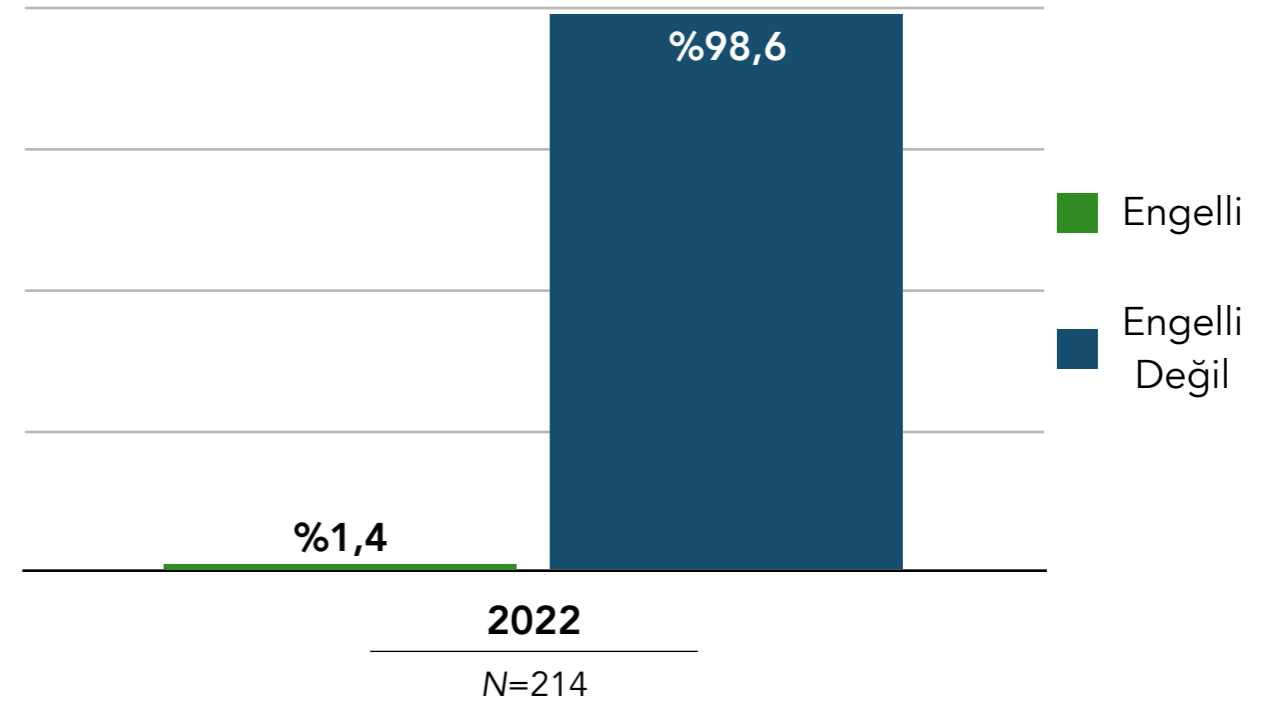
2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarındaki tüm karakterler dikkate alındığında, **ileri yaş bireylerin görünürlüğü %21**'dir. Bu oran, 2021 Cannes Lions reklamlarında %6.

Engelli bireylerin ise %1.4 oranında temsil edildiği bulgulandı. Bu oran, 2021 Cannes Lions reklamlarıyla benzerlik gösteriyor (%1.3).

2022 Effie TV Reklamlarında İleri Yaş Karakterler



2022 Effie TV Reklamlarında Engelli Karakterler

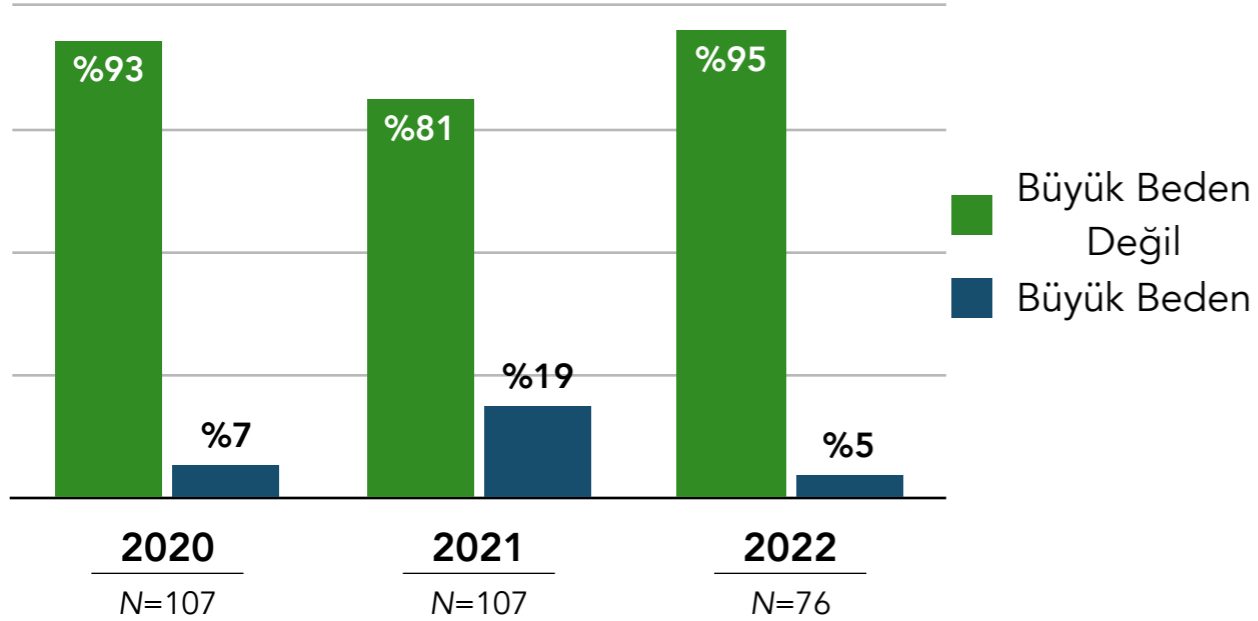


*İleri yaş (60 yaş üzeri) ve engelli bireyler 2022 yılında kodlanmaya başlamıştır.

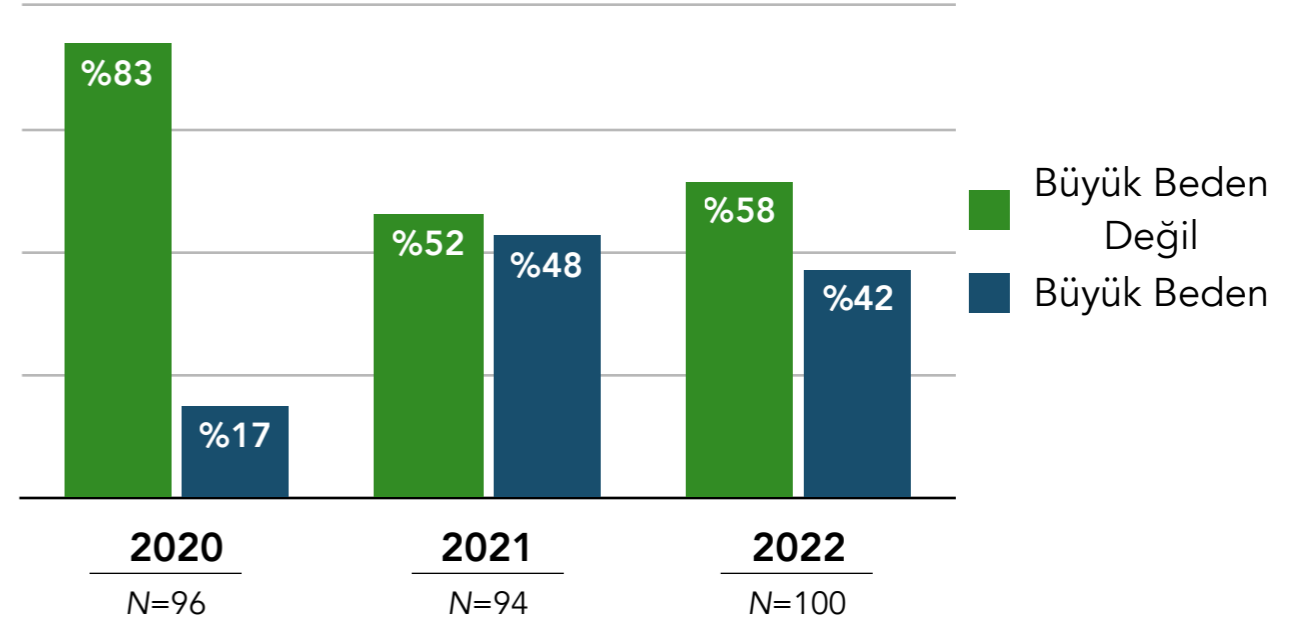
BEDEN ÖLÇÜSÜ

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında **büyük beden kadın ana karakterlerin görünürlüğü oldukça sınırlı (%5)**. Büyük beden erkek ana karakterler çok daha yüksek oranda temsil ediliyor (%42).

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Beden Ölçüsü



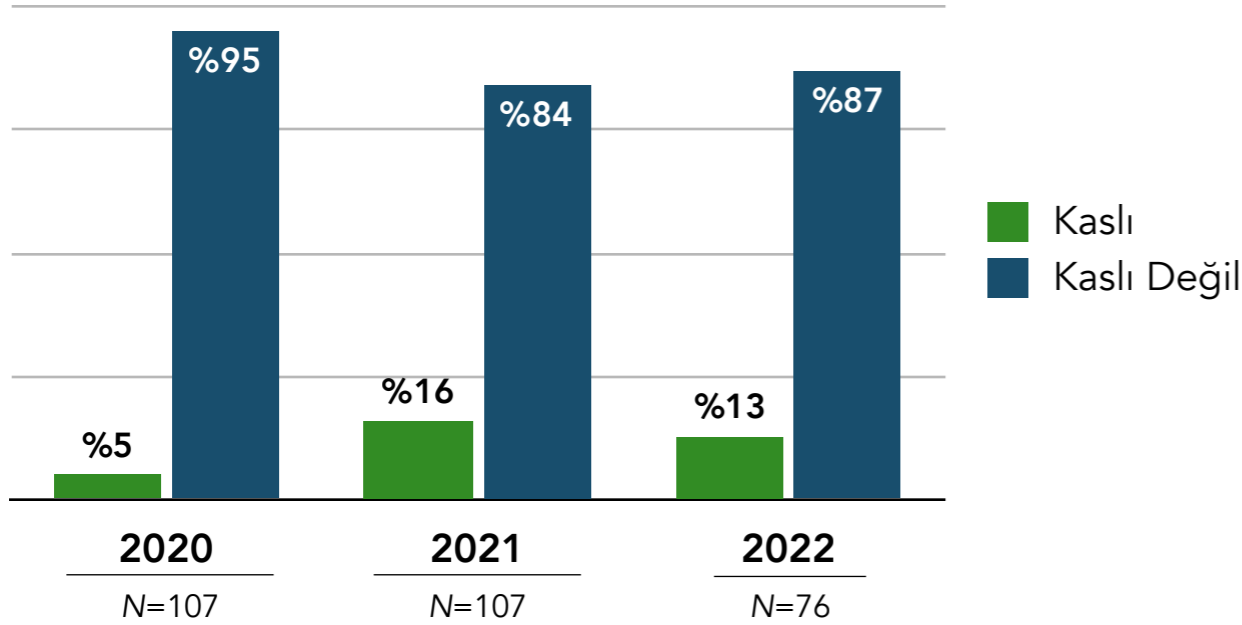
2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Beden Ölçüsü



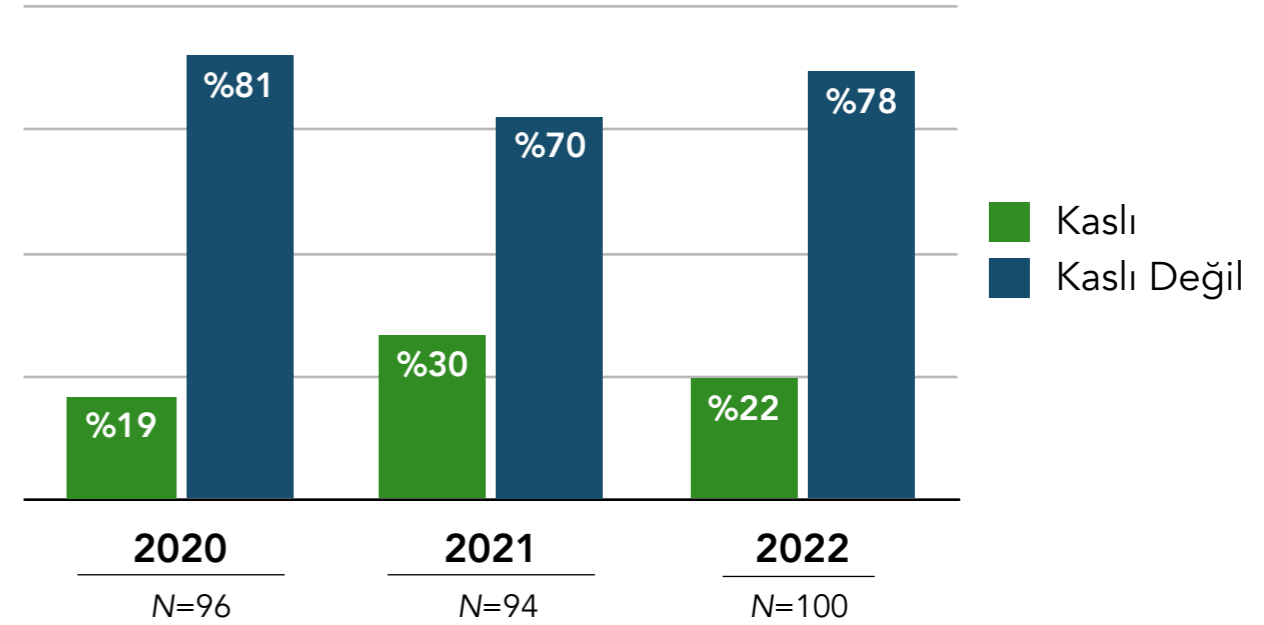
BEDEN ÖLÇÜSÜ

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında, kaslı vücuda sahip kadın ana karakterlerin görünürlükleri erkeklere göre daha düşük (%13'e %22).

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Beden Kas Oranı



2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Beden Kas Oranı

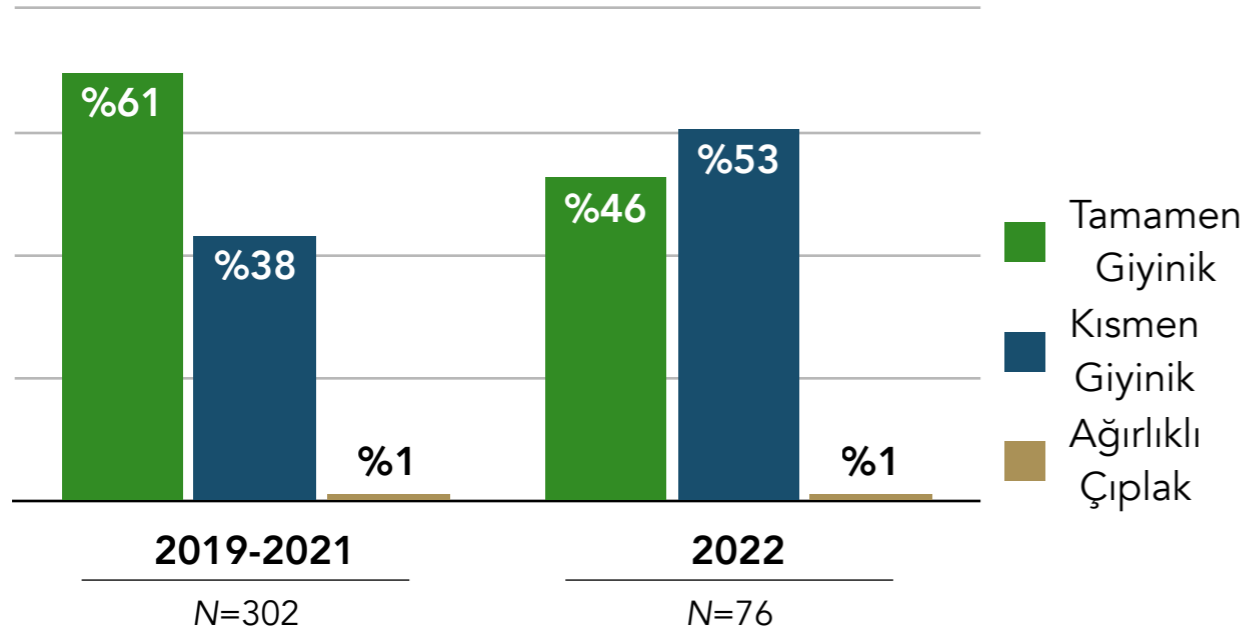


GIYİNİKLİK DERECESESİ

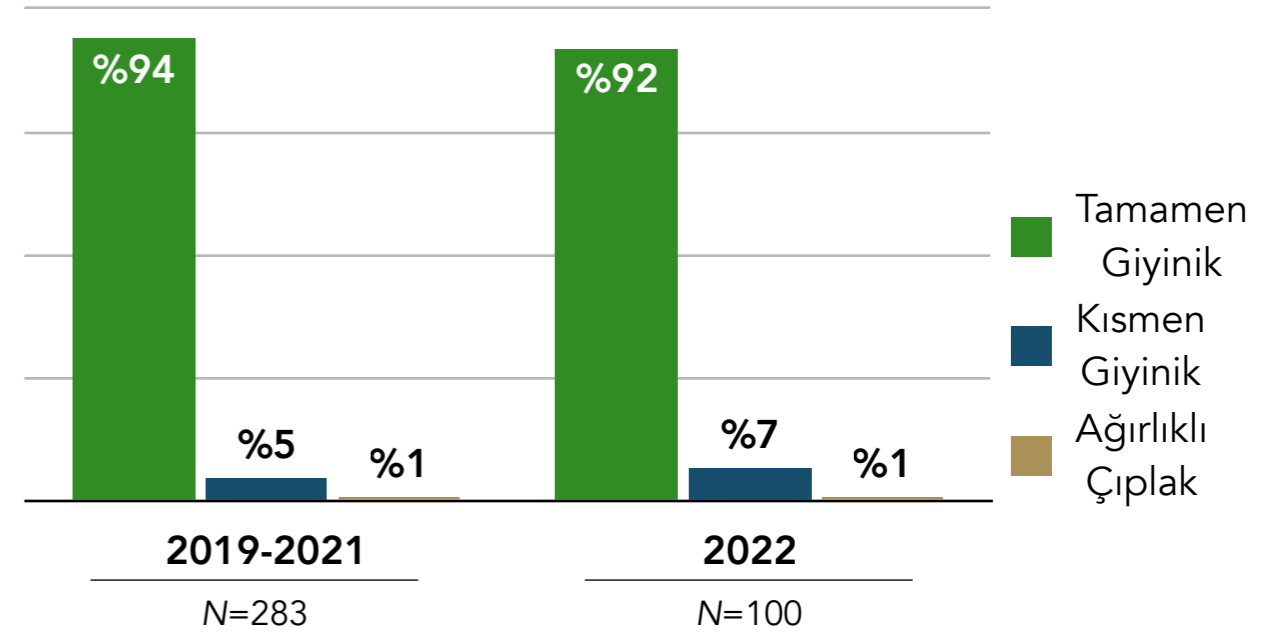
2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında **her 2 kadından 1'i vücudunun bir kısmını açıkta bırakan kıyafetlerle** görünürlük kazanıyor. Bu oran geçtiğimiz üç senenin ortalamasının üzerinde (%38'den %53'e) ve **erkek ana karakterlere kıyasla 7 kat daha fazla**.

Giyiniklik derecesi, kadınların görsel olarak nesneleştirilmesinin göstergelerinden biri kabul ediliyor.

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Asgari Giyiniklik Derecesi



2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Asgari Giyiniklik Derecesi

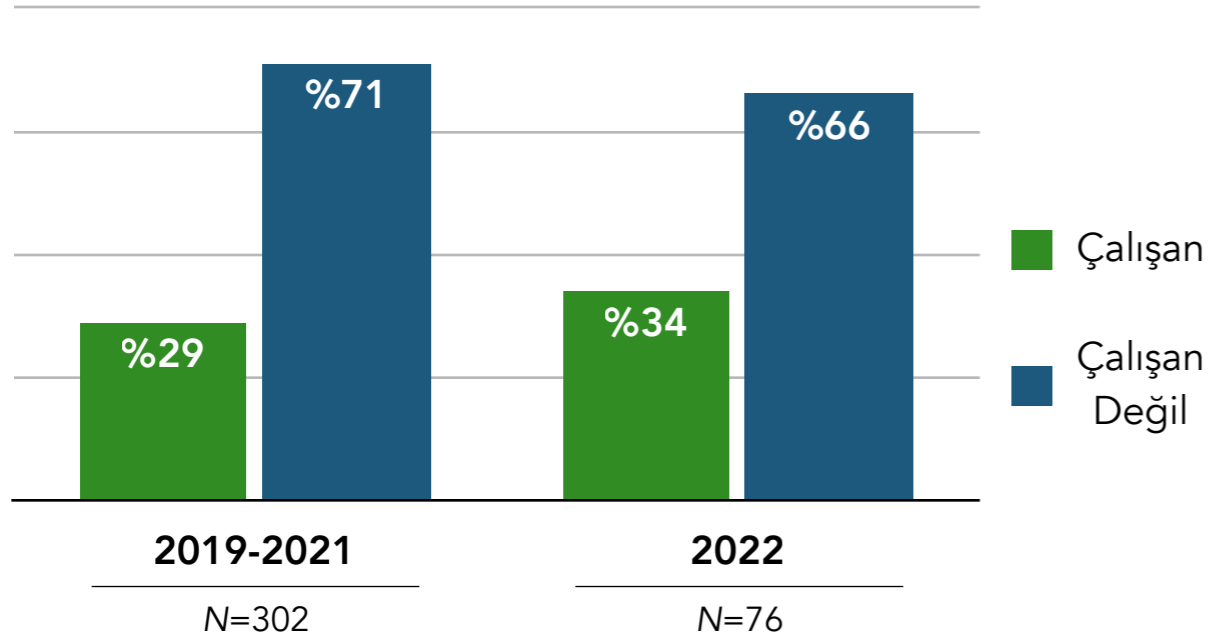


ÇALIŞAN ROLÜ

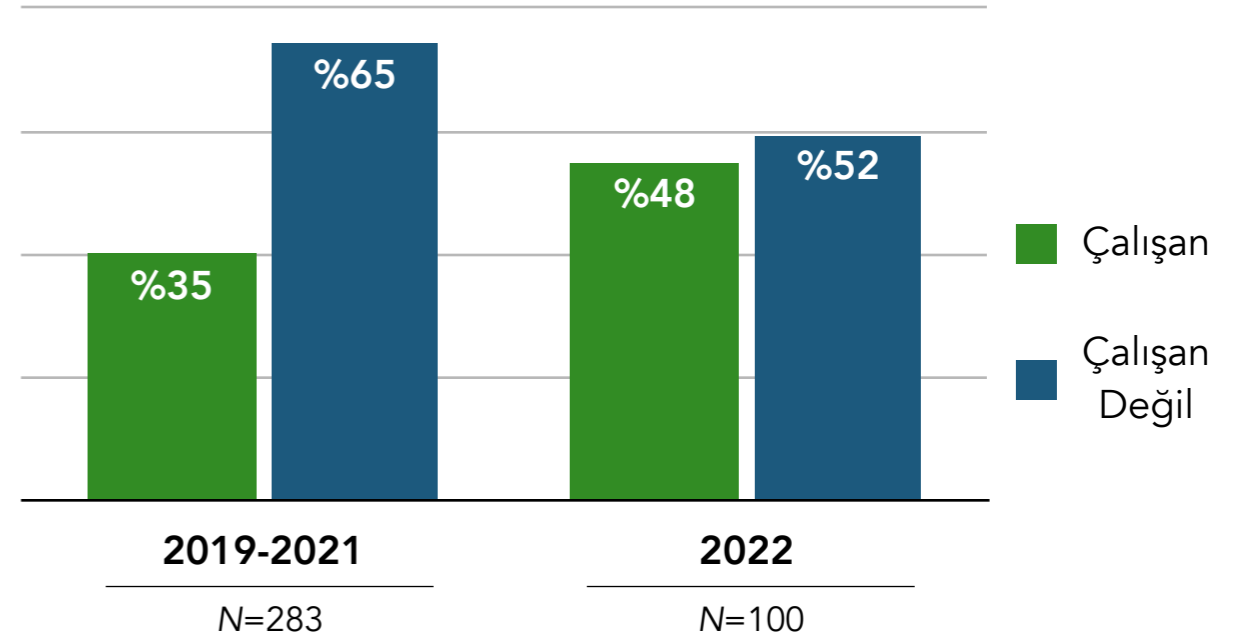
2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında çalışan rolünde gösterilen kadın ana karakterler geçtiğimiz üç sene ortalamasının üzerinde (%29'a %34).

Çalışan erkek ana karakterler de yükselişte.
Her 2 erkek ana karakterden 1'i çalışan rolünde resmediliyor.

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Çalışan Rolü



2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Çalışan Rolü

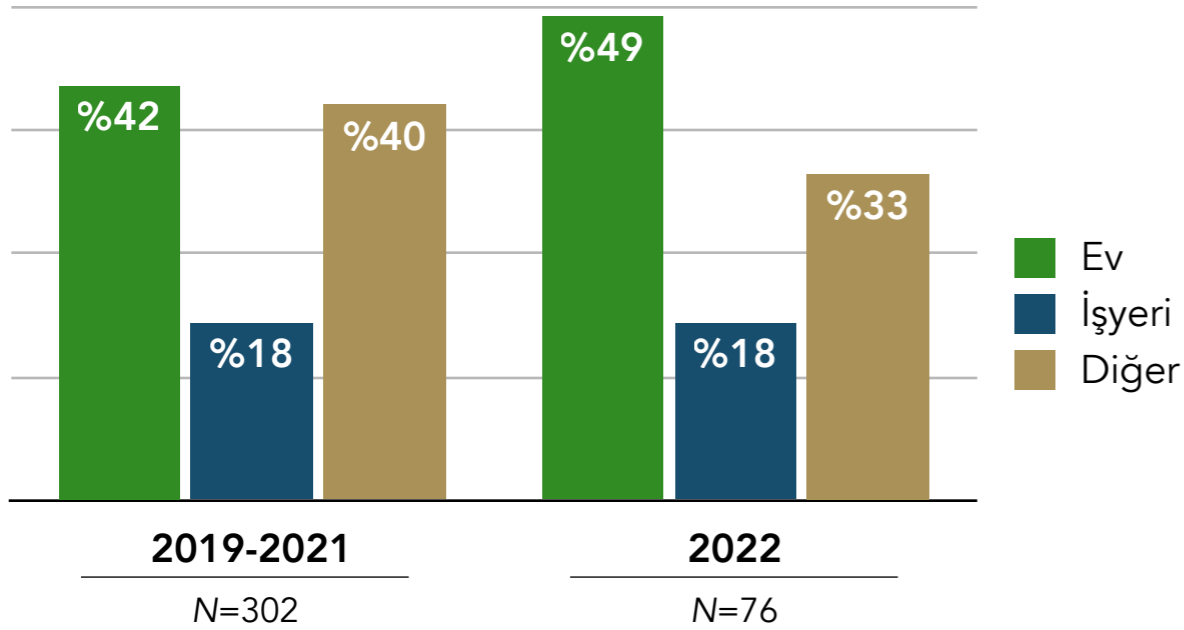


BASKIN ORTAM

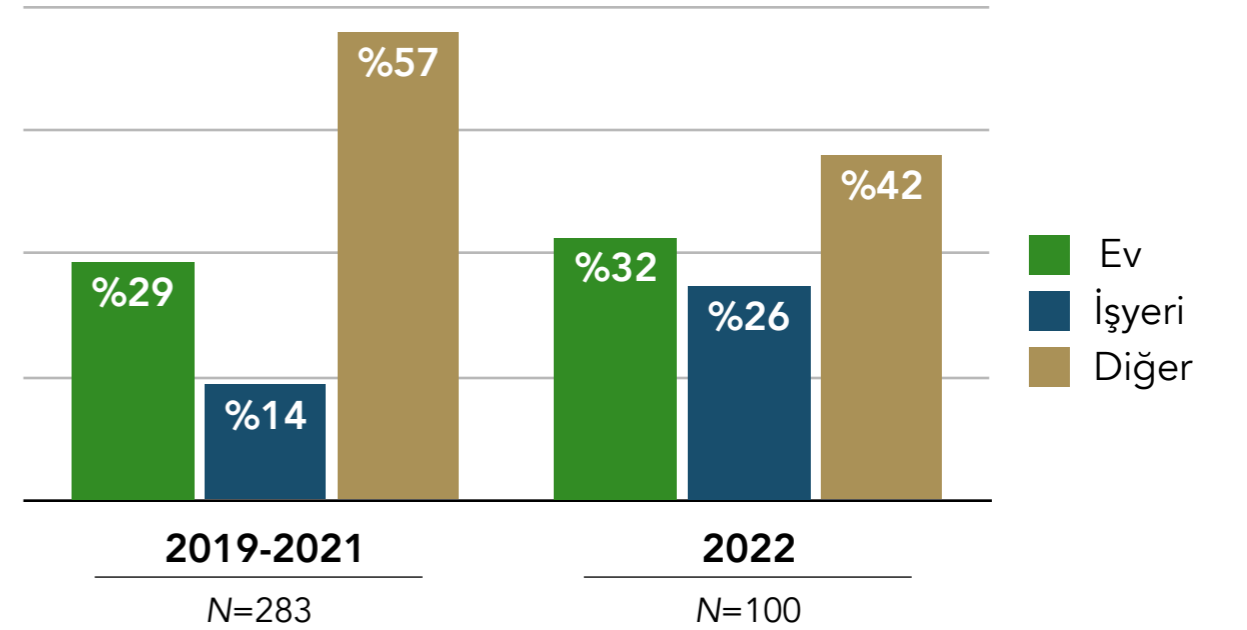
2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında, **kadın ana karakterlerin yarısı evde** gösteriliyor.

Geçtiğimiz üç seneye kıyasla, işyerinde gösterilen kadın ana karakter oranı değişmezken **işyerindeki erkek ana karakterlerde yükseliş var (%14'den %26'ya).**

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Baskın Ortamı



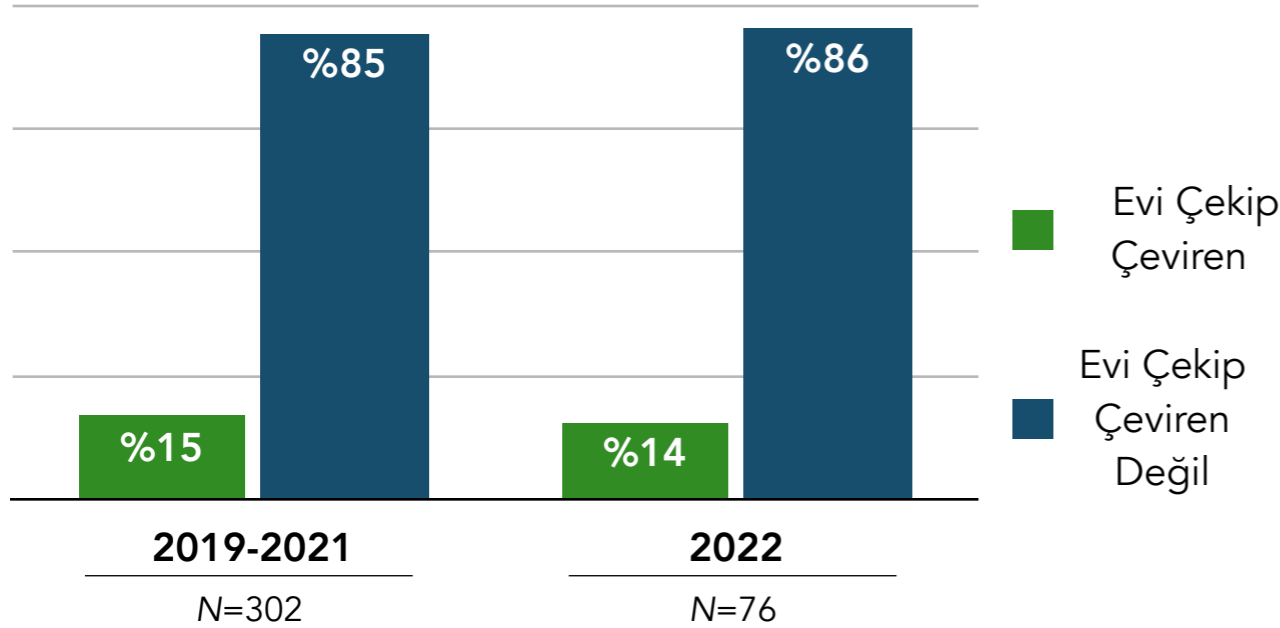
2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Baskın Ortamı



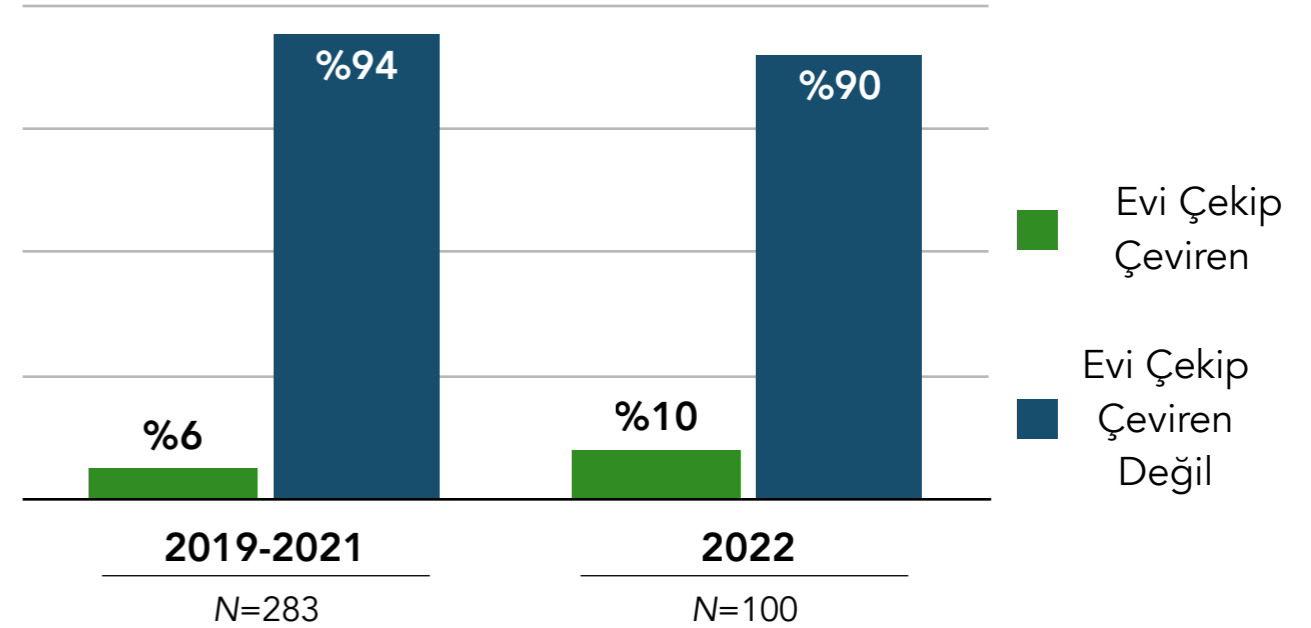
EVİ ÇEKİP ÇEVİREN ROLÜ

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında, evi çekip çeviren rolündeki (örn. temizlik yapmak, yemek pişirmek, vb.) erkek ana karakterler yükseliyor (%6'dan %10'a).

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Evi Çekip Çeviren Rolü



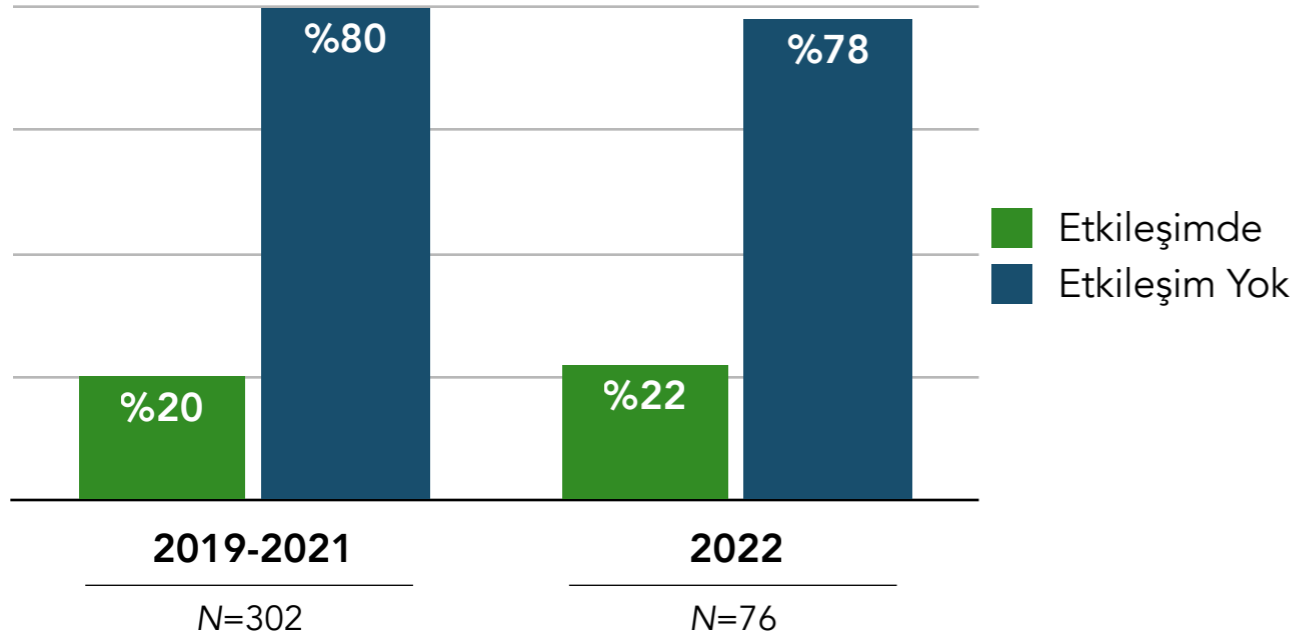
2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Evi Çekip Çeviren Rolü



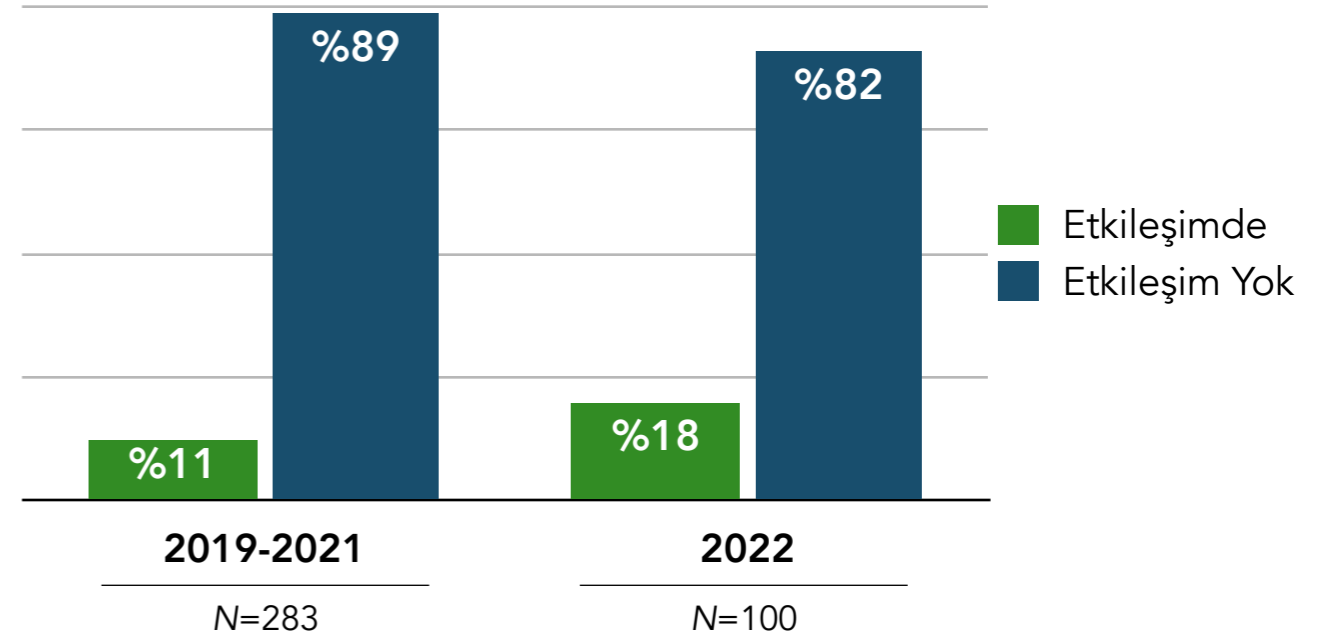
ÇOCUKLARLA ETKİLEŞİM

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında, çocuklarla etkileşim halinde gösterilen erkek ana karakter oranı artıyor (%11'den %18'e).

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Çocuklarla Etkileşimi



2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Çocuklarla Etkileşimi

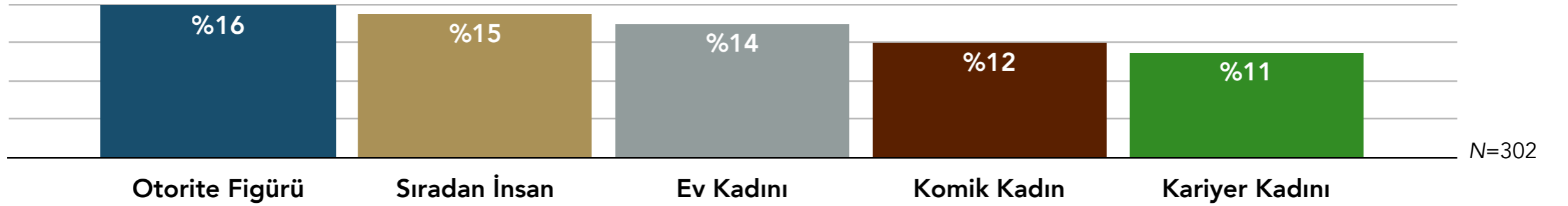


KADININ BASKIN CİNSİYET ROLÜ*

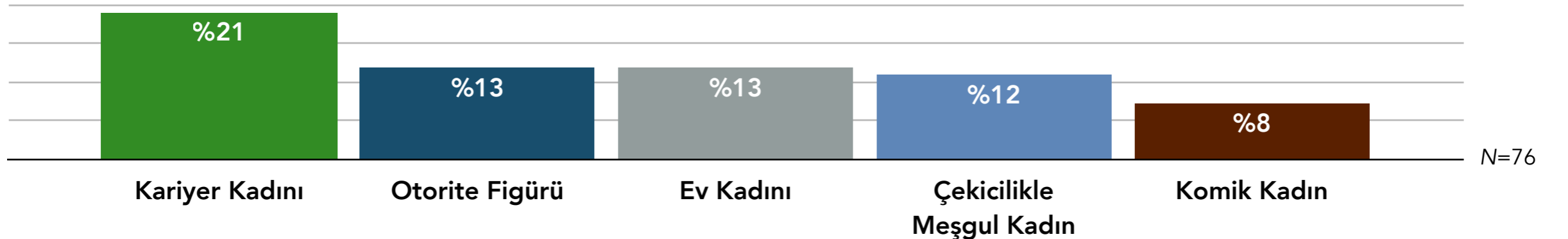
2022 Effie TV reklamlarında, kadın ana karakterler **en fazla kariyer kadını (%21)** olarak temsil ediliyor. Bu oran, geçtiğimiz üç sene ortalamasının 2 katı daha fazla.

Geçtiğimiz üç seneden farklı olarak, **çekicilikle meşgul kadınların ilk 5 temsil arasında** olduğu görülüyor.

2019-2021 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



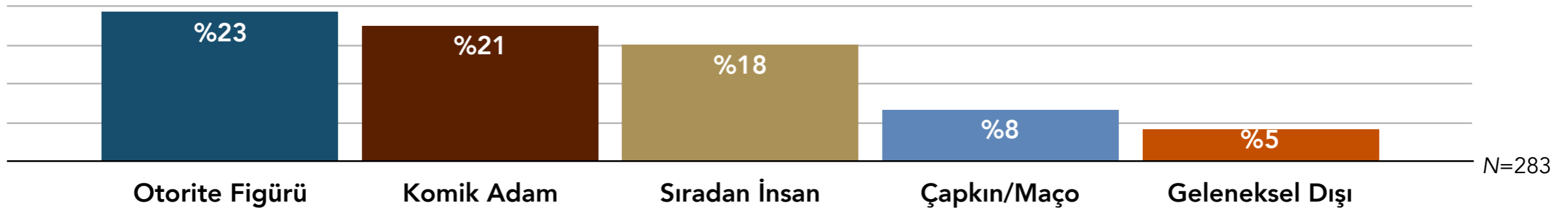
*En fazla temsiliyete sahip ilk 5 baskın cinsiyet rolü raporlanmıştır.

ERKEĞİN BASKIN CİNSİYET ROLÜ*

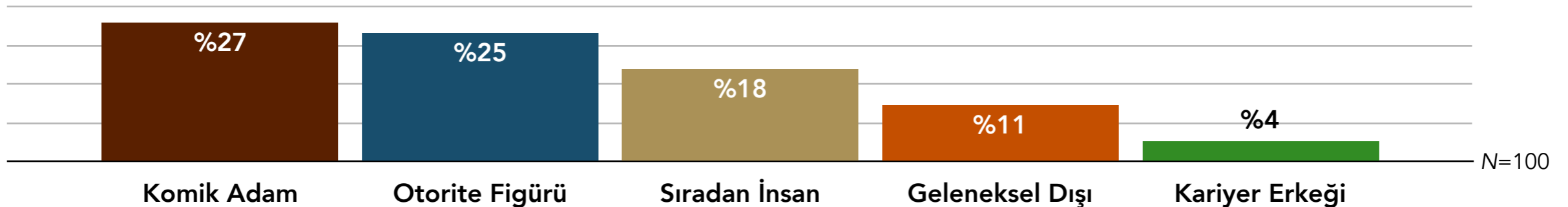
2022 Effie TV reklamlarında, **geleneksel dışı rollerde gösterilen erkek ana karakterler** geçtiğimiz üç seneye kıyasla **2 kat daha fazla** (%5'ten %11'e).

Geçmişten farklı olarak, bu sene **ilk 5 cinsiyet rolü temsilinde kariyer erkekleri** de var.

2019-2021 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



*En fazla temsiliyete sahip ilk 5 baskın cinsiyet rolü raporlanmıştır.

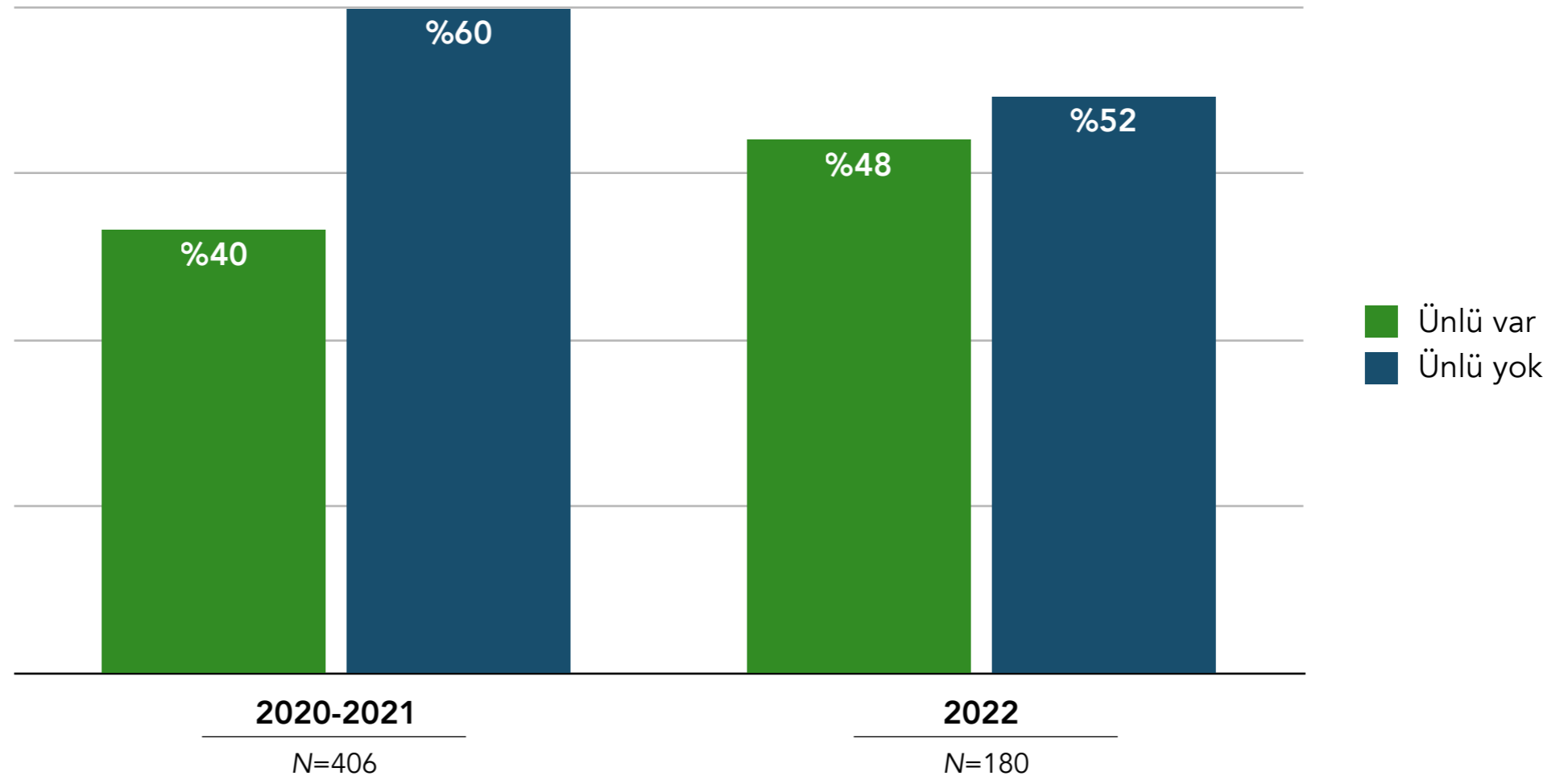
Effie 2022 TV Reklamlarında Ünlü Kullanımı

ÜNLÜ KULLANIMI

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında ünlü kullanım oranının, geçtiğimiz üç seneye kıyasla daha düşük olduğu görülüyor.

Ancak yine de her 2 reklamdan 1'inde ünlü kullanımına yer veriliyor.

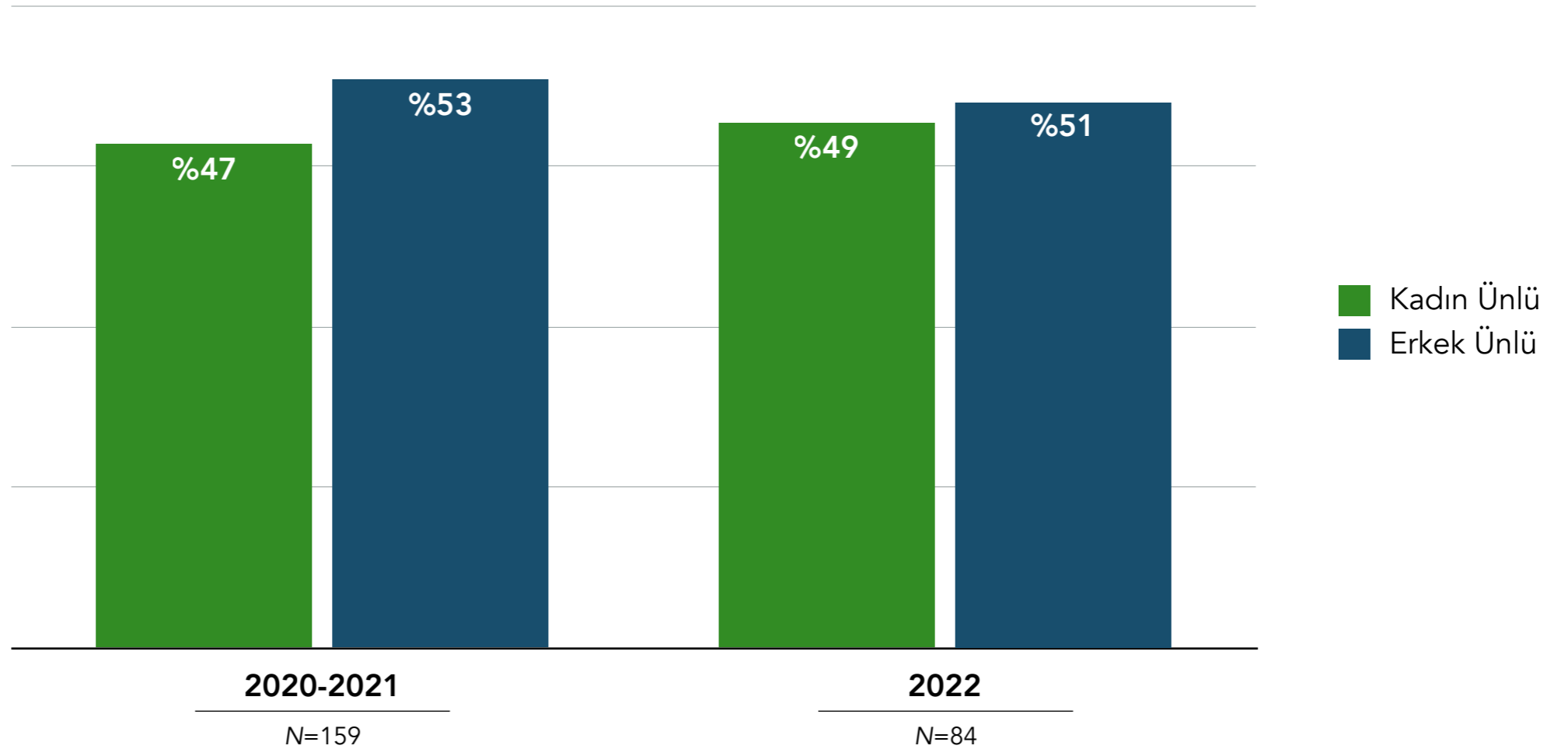
2022 Effie TV Reklamlarında Ünlü Kullanımı



ÜNLÜ KULLANIMI

2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında, kadın ve erkek ünlülerin eşit oranda kullanıldığı görülüyor.

Ünlü Kullanılan 2022 Effie TV Reklamlarında Ana Karakter Cinsiyet Dağılımı

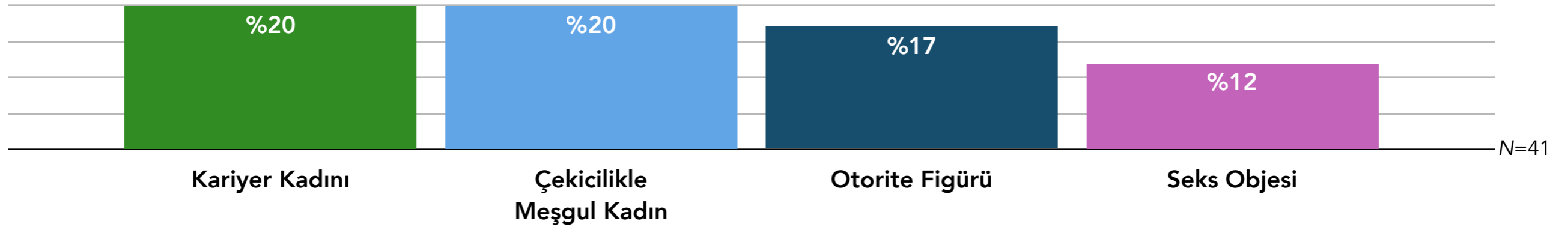


ÜNLÜNÜN BASKIN CİNSİYET ROLÜ*

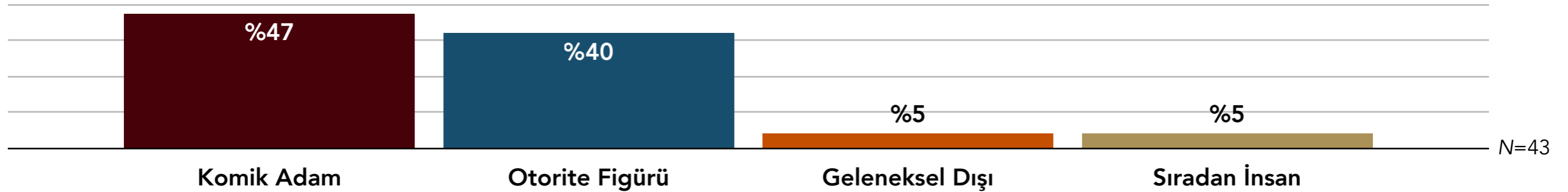
2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında, **kadın ünlüler en fazla kariyer kadını (20%) ve çekicilikle meşgul kadın (20%)** rollerinde gösteriliyor.

Erkek ünlüler ise komik adam (%47) ve otorite figürü (%40) olarak resmediliyor.

2022 Effie TV Reklamlarında Kadın Ünlünün Baskın Cinsiyet Rolü



2022 Effie TV Reklamlarında Erkek Ünlünün Baskın Cinsiyet Rolü



*En fazla temsiliyete sahip ilk 4 baskın cinsiyet rolü raporlanmıştır.

SONUÇ

1. 2007-2018 arasında Effie TV reklamlarındaki ortalama %35 olan kadın ana karakter oranı, 2022'de %43 olarak gerçekleşti.
 - **Banka&Finans (%37'den %63'e) ve Telekomünikasyon (%23'ten %40'a)** kategorilerinde kadın ana karakterlerin görünürlüklerinde kayda değer artışlar gözlemleniyor.
 - **Ev Temizlik & Bakım kategorisinde her 3 reklamdan 1'inde erkek ana karakter var.** Bu durum, 2019'da başlayan trendin devam ettiğini gösteriyor. **Sağlık & Kişisel Bakım kategorisinde de geçtiğimiz 3 yıla kıyasla yaklaşık 4 kat daha fazla erkek ana karakter** kullanıldığı görülüyor (%5'e %18).
2. **Kadın ana karakter oranı geçtiğimiz 3 yılın altında kalsa da (%52'ye %43)** bunun bir trend olup olmadığını anlamak için gelecek yıllardaki ivmeyi izlemek gerekiyor. Buna karşılık, **neredeyse her 2 reklamdan 1'inde kadın yardımcı karakter var.**

SONUÇ

3. 2022 Effie TV reklamlarında, **kadın dışses kullanımını şimdiye kadarki en yüksek oranına erişerek %38** olarak gerçekleştirdi. Kadın dışses ortalaması 2007-2018 arasında %10, 2019-2021 arasında %24 idi.
4. Reklam jinglelerinde kadın sesi ağırlığı artarak devam ediyor. 2022 Effie TV reklamlarında **kadınların seslendirdiği jingle oranı %62**.
5. **50 yaş üstü erkek ana karakterler kadınlardan 5 kat daha fazla görünürlüğe sahip.** Bu durum, kadınların temsiliyetindeki yaş ayrımcılığına dair bir göstere olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, 2022 Effie TV reklamlarında **35-49 yaş aralığındaki kadın ve erkek ana karakterler yükselen bir temsiliyete** sahip.
6. **2022'de ilk defa ileri yaş (60 yaş üzeri) ve engelli bireylerin görünürlükleri** de kodlandı ve raporlandı. Her 5 reklamdan 1'inde ileri yaş karakter var. **Engelli karakterlerin temsiliyeti ise oldukça sınırlı (%1.4)** ve global bulgularla paralellikler içeriyor.

SONUÇ

- 7.2022 Effie ödüllü ve finalist TV reklamlarında **büyük beden kadın ana karakter oranı %5**. Söz konusu kısıtlı görünürlük, 2021 Cannes Lions reklam filmlerindeki büyük beden karakter oranıyla (%5.6) paralellik gösteriyor. Buna karşılık, **büyük beden erkek ana karakter oranı %42**.
8. **Çalışan rolünde gösterilen kadın ana karakterler %29'dan %34'e, erkek ana karakterler %35'ten %48'e yükselmiştir**. Geçmişe kıyasla, erkek ana karakterlerin işyerinde gösterilme oranı yaklaşık iki kat daha yüksek (%14'e %26).
9. 2022'de **hem evi çekip çeviren (%6'dan %10'a) hem de çocuklarla etkileşimdeki (%11'den %18'e) erkek ana karakter oranları** yükselmiştir.
10. 2022 Effie TV reklamlarında, kadın ana karakterler **en fazla kariyer kadını (%21), erkek ana karakterler ise komik adam (%27)** olarak resmediliyor. Geçtiğimiz üç seneden farklı olarak, **çekicilikle meşgul kadınların ilk 5 temsil arasında** olduğu görülüyor.
11. **Kadın ünlüler en fazla kariyer kadını (%20) ya da çekicilikle meşgul kadın (%20)** rollerinde resmediliyor. **Erkek ünlüler ise en çok komik adam (%47) ya da otorite figürü (%40)** tiplerleriyle görünürlük kazanıyor.

#EfficToplumsalCinsiyetEşitliđiKarnesi2022
#EFFIETCE2022

