



UNSTEREOTYPE ALLIANCE TÜRKİYE 2 YAŞINDA!

Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) koordinasyonu ile Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği liderliğinde yürütülen Küresel Unstereotype Alliance platformunun Türkiye Bölümü, kuruluşunun 2. yıl dönümünü Sakıp Sabancı Müzesi'nde kutladı.

Reklamlardaki toplumsal cinsiyete dayalı olumsuz kalıp yargıları dönüştürmeyi amaçlayan Unstereotype Alliance Türkiye ikinci yaşını kutladı. Sektör tarafından yönetilen bir girişim olan platformun 13 Aralık tarihinde Sakıp Sabancı Müzesi'nde gerçekleşen ikinci yaş kutlamasına platform üyesi markalar, akademisyenler ve sektör temsilcileri katıldı.

Platformun yeni üyeleri Bayer, GSK, Mullenlowe ve Odeabank için sembolik karşılama seremonisi düzenlendi.

Platform üyesi markalar ve reklamcılar platformun bir parçası olmanın organizasyonlarına kattıkları değeri etkinlikte düzenlenen kelime bulutu oyunuyla ifade etti – Empati, cesaret, iyilik ve kapsayıcılık en çok üye tarafından ifade edilen anahtar kelimeler oldu.

Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) Unstereotype Alliance Sekreteryası Başkanı Sara Denby yolladığı video mesajıyla şu sözleri dile getirdi: “Çeşitli ve kapsayıcı temsil, sistemik değişim, iş yerinde eşitliğin teşvik edilmesi ve B2B/B2C aktivasyonları aracılığıyla toplumsal ve sektörel farkındalığın artırılması konusunda hayata geçirdiği çalışmalardan ötürü Türkiye Bölümümüzü tebrik ediyorum.”

Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) Türkiye Ülke Direktörü Asya Varbanova şunları söyledi: “Geçtiğimiz iki yıl boyunca, COVID-19’un etkilerine karşı koymanın yanı sıra çeşitliliği, eşitliği ve kapsayıcılığı geliştirmeye yönelik kayda değer çabalarımız oldu. Tüm belirsizlikler arasında, Türkiye Bölümü 2021’de katılan yeni üyelerle büyümeyi başardı. Şimdi, kalıplardan arındırılmış reklamların istisna değil, norm haline gelmesini sağlamak için eylem zamanı!”

Reklamcılar Derneği Başkanı Volkan İkiler bu iş birliğinin bir parçası olmaktan mutluluk duyduğunu şu sözlerle dile getirdi: “Unstereotype Alliance Türkiye olarak reklamda toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak ve zararlı kalıp yargılarla mücadele etmek en büyük hedefimiz. Bunu yaparken dünyadaki diğer ülkelere örnek olmak hatta liderlik etmek bizi gururlandırıyor.”

Reklamverenler Derneği Başkan Yardımcısı, Eczacıbaşı Medya & Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Dijital Pazarlama ve Kurumsal İletişim Müdürü, IAB Yönetim Kurulu Başkanı Ayşen Akalın paydaşların bir

araya gelmesinin önemini şu sözleriyle vurguladı: “Reklamlardaki toplumsal cinsiyete dayalı kalıp yargıların dönüşümünü sağlarken tüm sektör paydaşlarının bir araya gelmesi, farkındalığın artması, markaların birbirinden beslenmesi, iyi örnekleri çoğaltması için çalışmaya devam edeceğiz.”

Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) Unstereotype Alliance Türkiye Koordinatörü Naz Akyol ise

“Son iki yıldır, Unstereotype Alliance tarafından geliştirilen küresel araçların pazarlama iletişimde ilerici ve kapsayıcı içerik üretimi konusunda üyelerimize yardımcı olması için çalışıyoruz. Türkiye’den çıkan iyi çalışmaların küresel düzeyde 10 farklı ülkeden 217 markaya ilham olması için çalışmaya devam edeceğiz,” dedi.

Platform çatısı altında üretilen çeşitlilik ve kapsayıcılık bağlamında tüketici- endüstri- reklam odaklı araştırma sonuçlarını, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Sinema ve Televizyon Bölüm Başkanı Prof. Dr. Nezih Orhon moderatörlüğünde Bahçeşehir Üniversitesi Reklamcılık Bölümü Öğretim Üyesi Dr. Gül Şener ve Kantar Medya Genel Müdür Yardımcısı Erdem Tolon paylaştı.

Unstereotype Alliance üyesi markalar ve destekçi organizasyonlar “Ben Değilsen Kim?” diyerek bu durumu değiştirmek için çalışıyor.



Unstereotype Alliance Hakkında

Unstereotype Alliance, medya ve reklam içeriklerinde olumlu toplumsal cinsiyet rollerin desteklenmesiyle daha eşit ve adil bir dünya yaratılması amacı taşıyan bir fikir ve eylem koalisyonudur.

Tüm dünya genelinde Türkiye, Brezilya, Birleşik Krallık, Japonya, Güney Afrika, Birleşik Arap Emirlikleri, Kenya, Avustralya, Meksika, Nijerya ve Hindistan'da UN Women tarafından yürütülmektedir.

Türkiye'deki kurucu üyeler arasında Avon, Coca-Cola, Colgate-Palmolive, Eczacıbaşı Holding, Eti Gıda, Johnson&Johnson, Kantar Media, Koç Holding, P&G, Publicis Groupe, Unilever, Vodafone ve WPP yer almaktadır.

Daha fazlası için: <https://www.unstereotypealliance.org/en>

Twitter: @un_stereotype

IG (Global): @un_stereotypealliance

IG (Türkiye): @unstereotypeallianceturkey