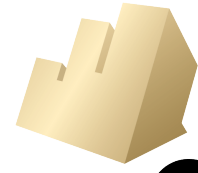


effieAWARDS
TURKEY

**Toplumsal
Cinsiyet Eşitliği
Karnesi Araştırması
2020**



Mart 2021



effieAWARDS

TURKEY

**Toplumsal
Cinsiyet Eşitliği
Karnesi Araştırması
2020**

Araştırma Ekibi

**Uygulama
Koordinasyonu**

Dr. Öğretim Üyesi

GÜL ŞENER

BAU Reklamcılık

**Uygulama
Koordinasyonu**

Dr. Öğretim Üyesi

Eda ÖZTÜRK

BAU Reklamcılık

**Veri Yönetimi
& Analiz**

Dr. Öğretim Üyesi

Önder YÖNET

BAU Reklamcılık

Reklam Kodlayıcıları

BAU Reklamcılık

3. Sınıf Öğrencisi

Huriye Acarbay

BAU Reklamcılık

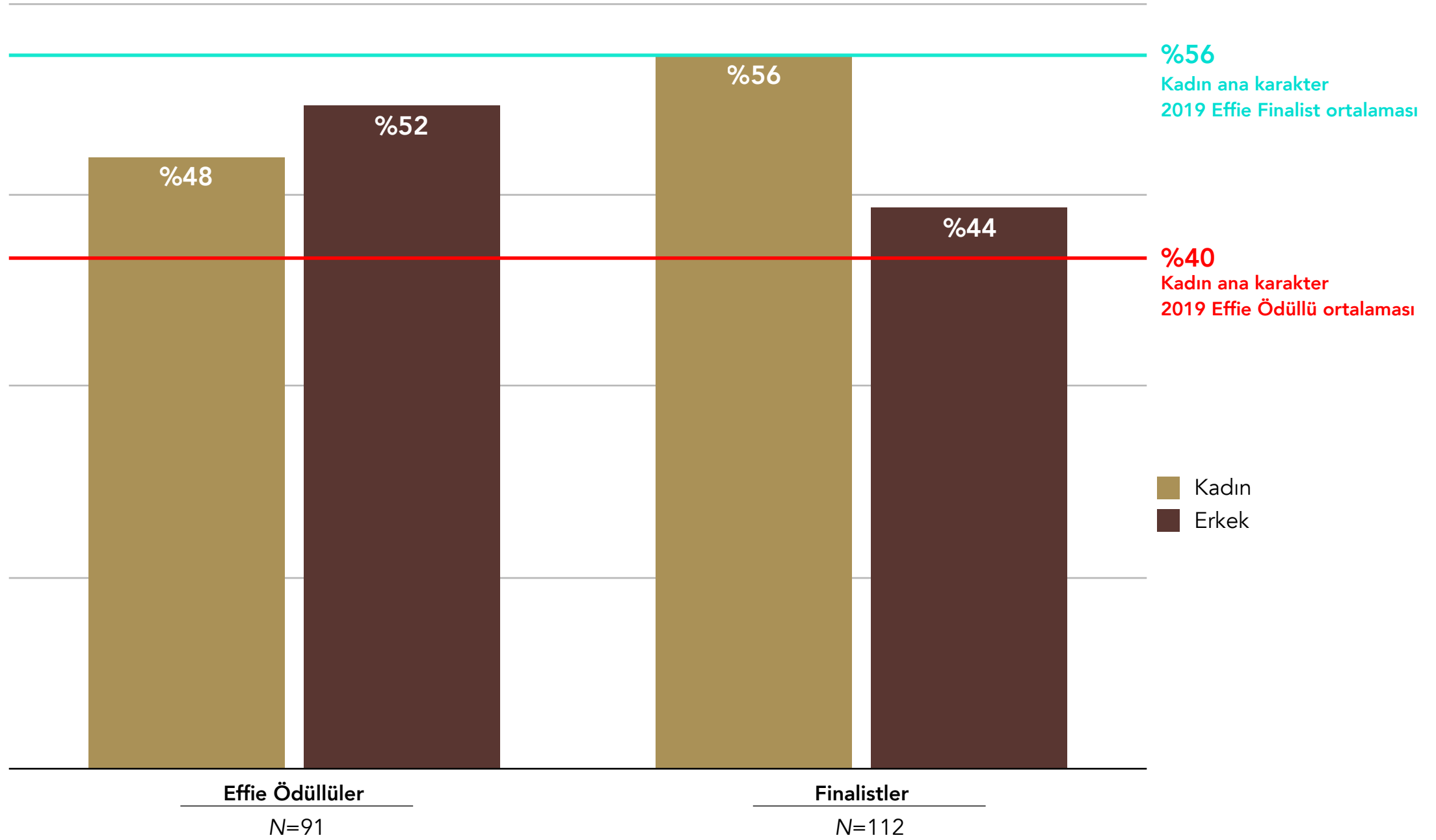
3. Sınıf Öğrencisi

Alptuğ Kantoğlu

Araştırmanın Yöntemi

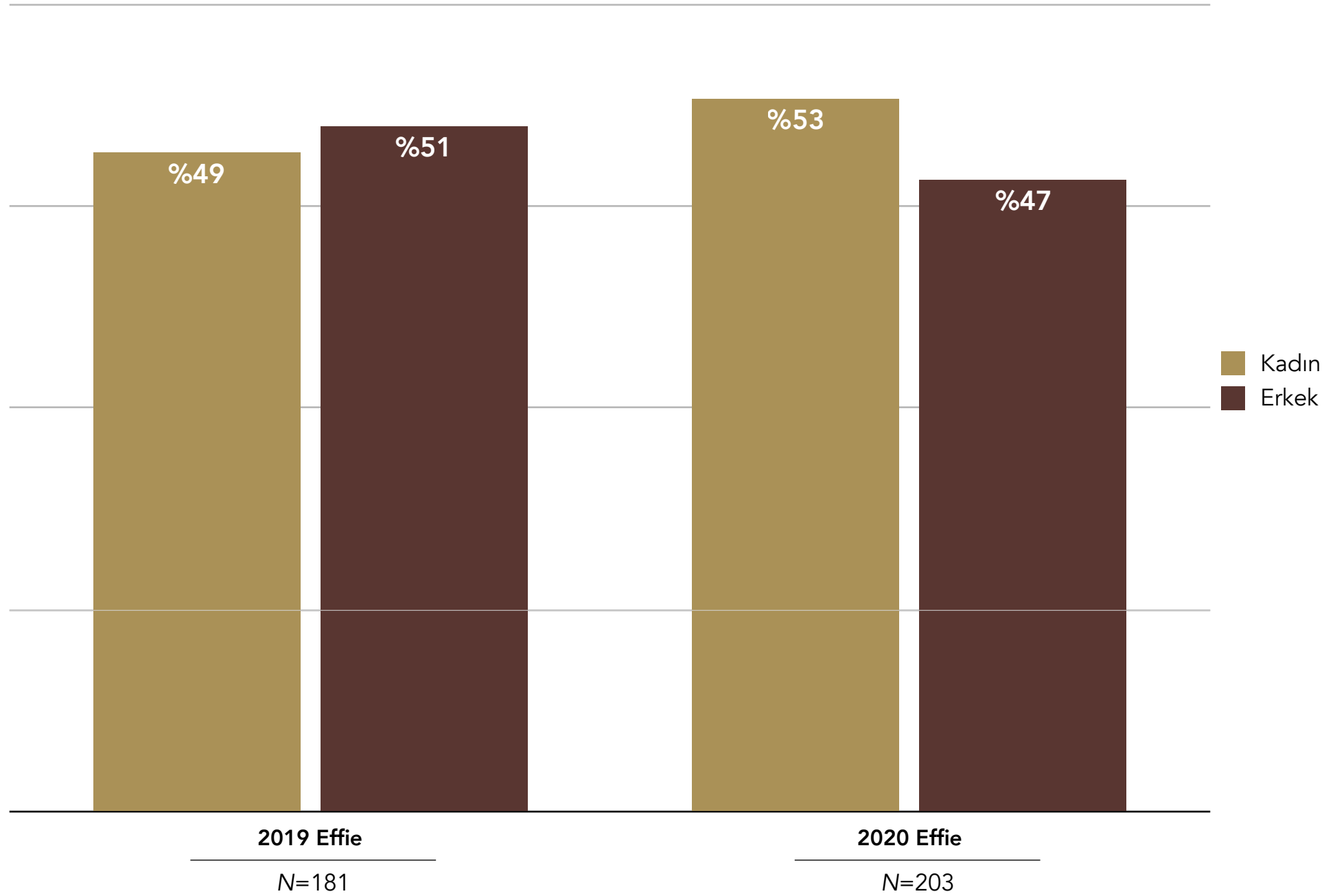
1. 2020 Effie Yarışması'nda ödüllü ve finalist olmak üzere toplam **312 TV reklamı** kodlanmıştır.
2. 30 TV filmi analiz dışında bırakılmış ve **toplamda 282 TV reklamı üzerinden nihai analiz gerçekleştirilmiştir.**
3. Analize dahil edilen 282 TV filmi içerisinde **Effie ödüllü TV reklam sayısı 124, finalist TV reklam sayısı ise 158** olarak belirlenmiştir.
4. Analiz dışında bırakılma kriterleri şu şekilde tanımlanmıştır:
 1. Ana karakter çocuksa,
 2. Ana karakter animasyon/çizgi film karakteriyse,
 3. Ana karakter evcil/vahşi hayvansa.

2020 Effie Ödülü ve Finalist Bazında TV Reklamlarında Ana Karakter

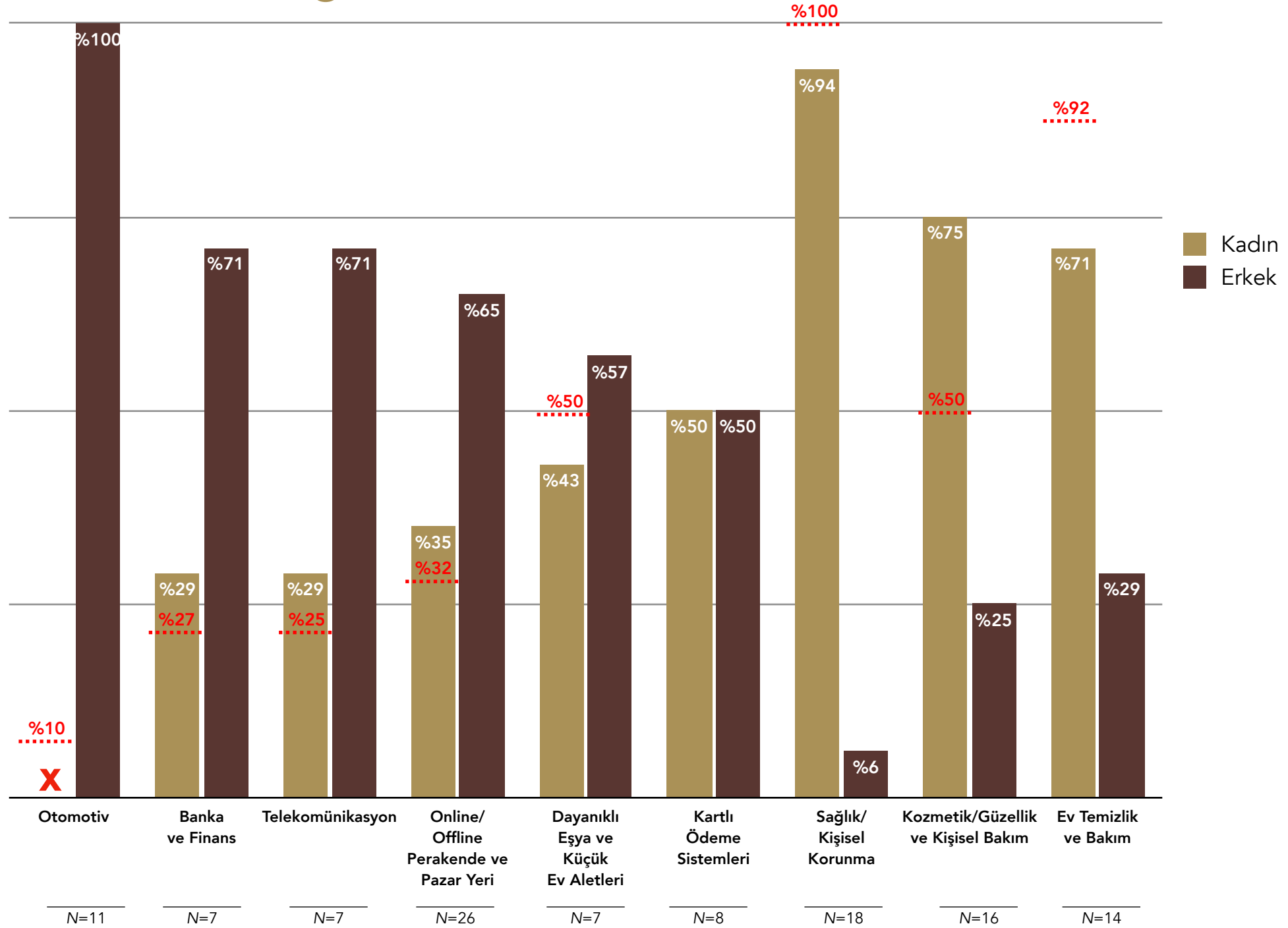


N=203 (İnsan bulunmayan 20 reklam ve ana karakterin olmadığı 59 reklam analize dahil edilmemiştir.)

2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Ana Karakter Karşılaştırması



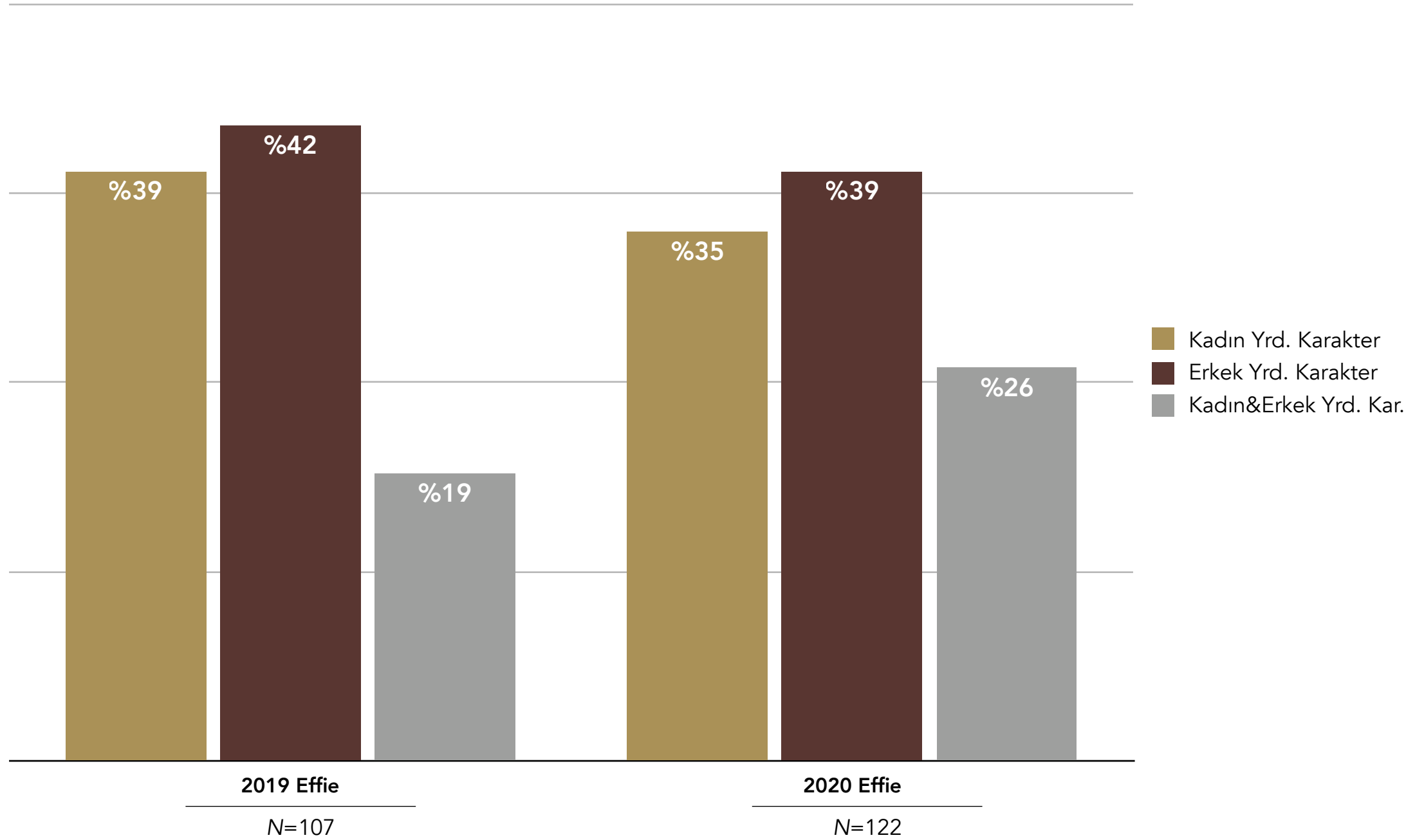
2020 Effie TV Reklamlarında Kategori Bazında Ana Karakter



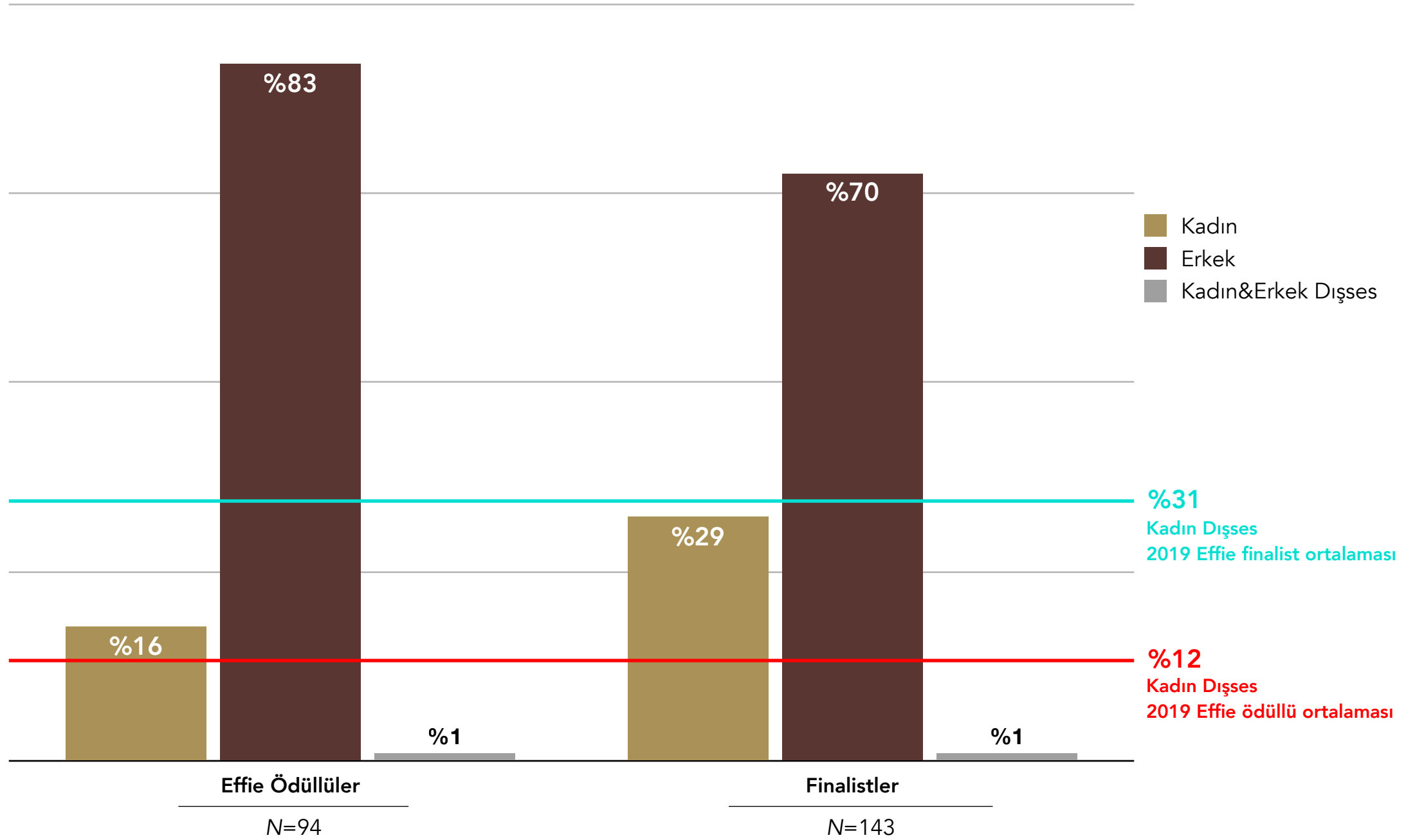
..... Kategori bazında reklamdaki kadın ana karakter 2019 Effie TV reklamları ortalaması

(Oranlar yorumlanırken örneklem sayılarının kısıtlılığı göz önünde bulundurulmalıdır.)

2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Yardımcı Karakter Karşılaştırması

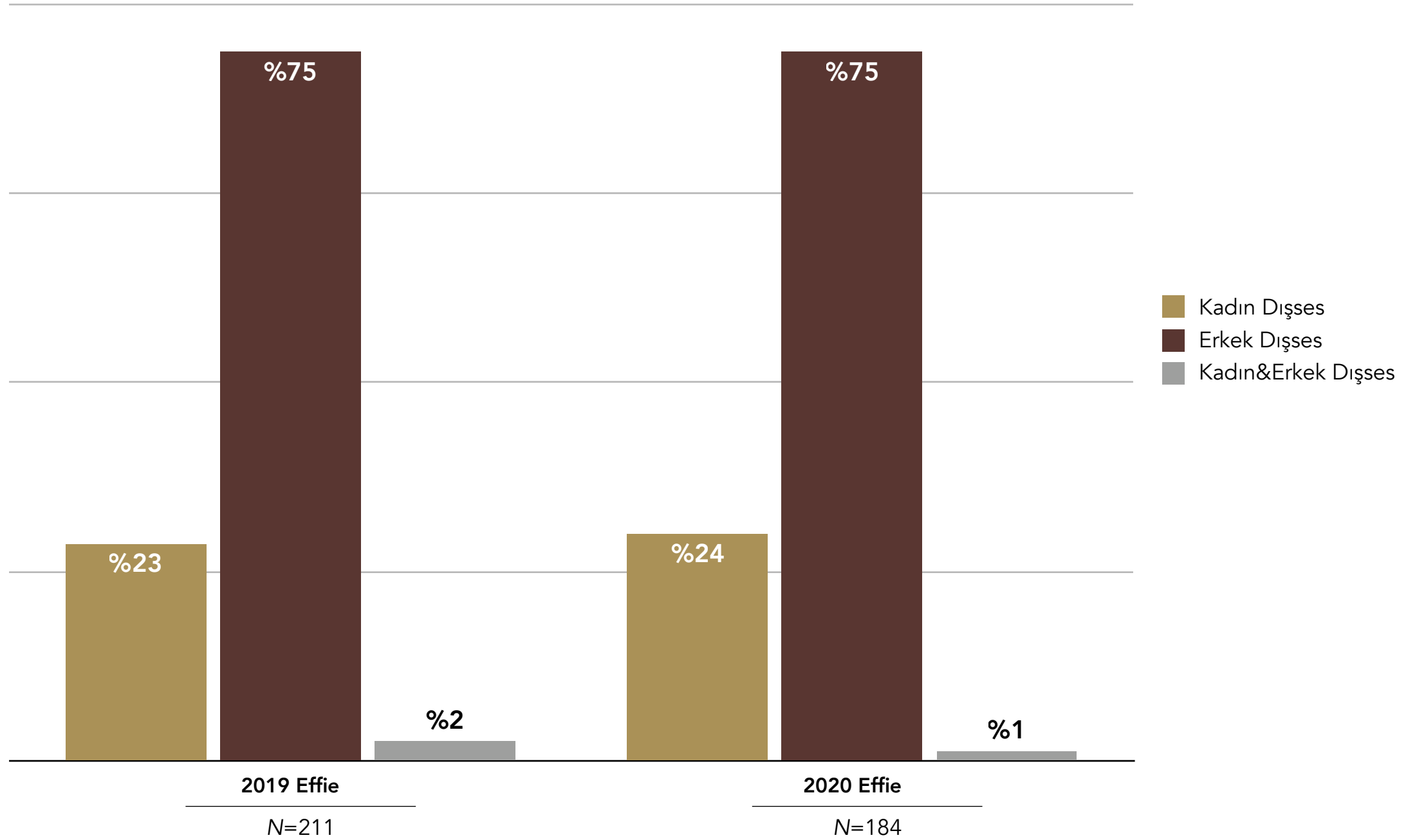


2020 Effie Ödülü ve Finalist Bazında TV Reklamlarında Dışses

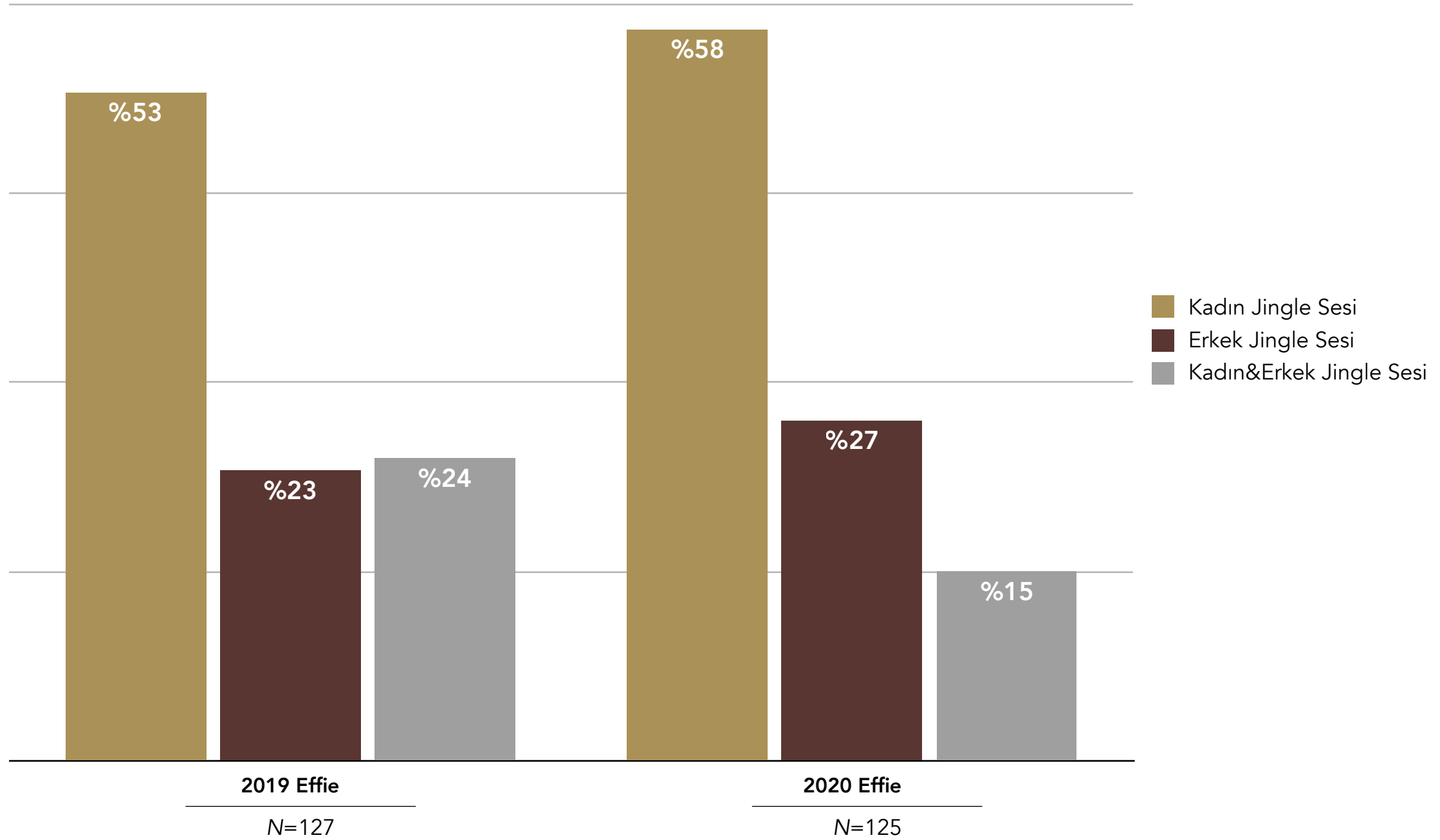


N=237 (Dışses bulunmayan 45 reklam analize dahil edilmemiştir.)

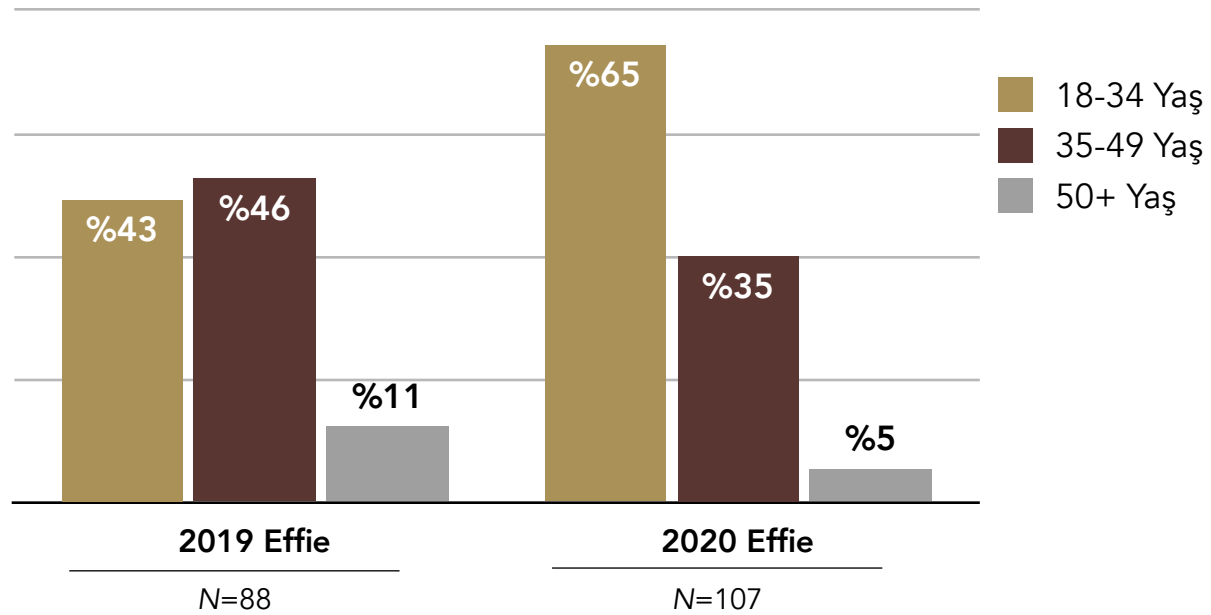
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Dışses Karşılaştırması



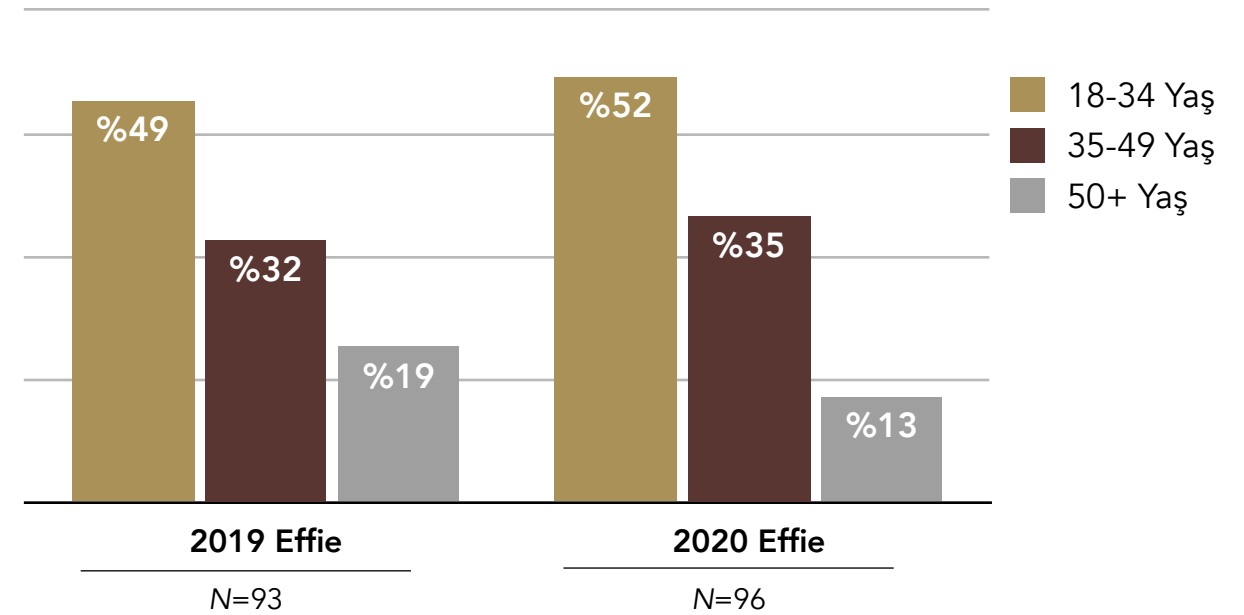
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Jingle Seslendirenin Cinsiyeti Karşılaştırması



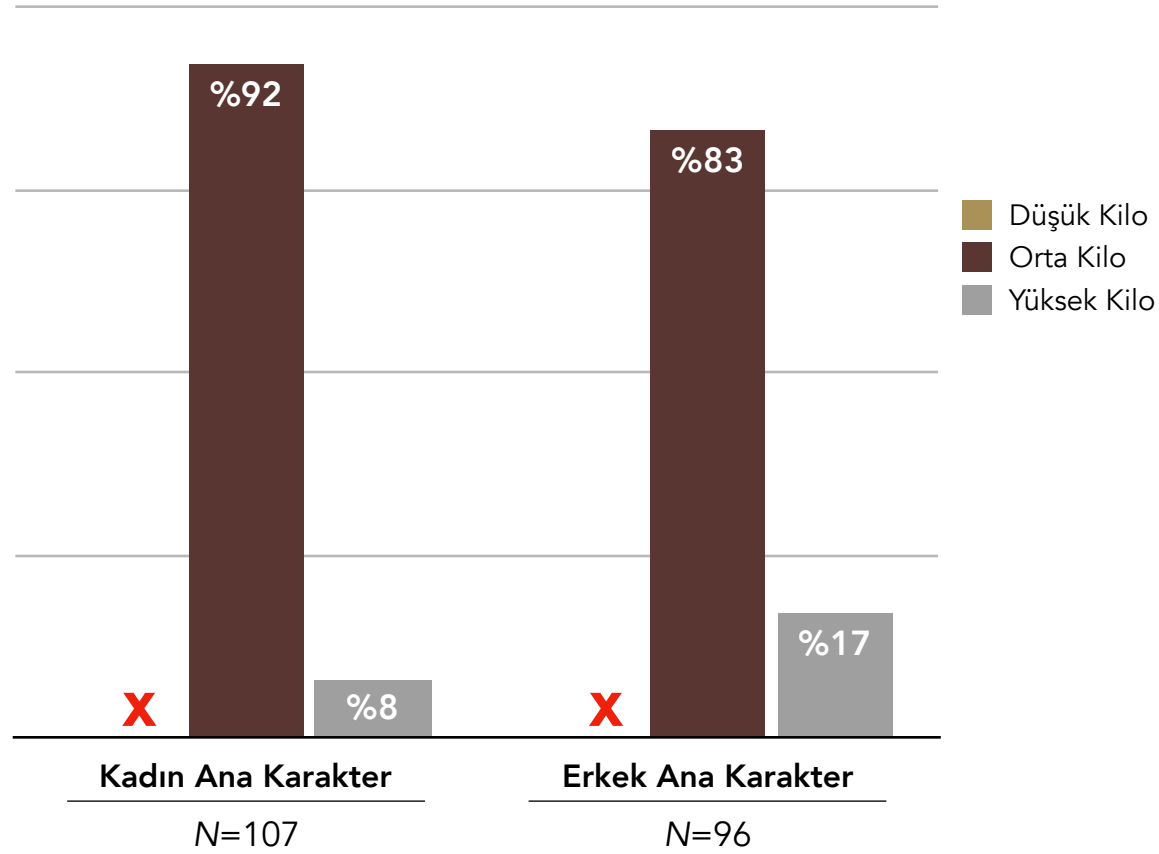
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Yaşı



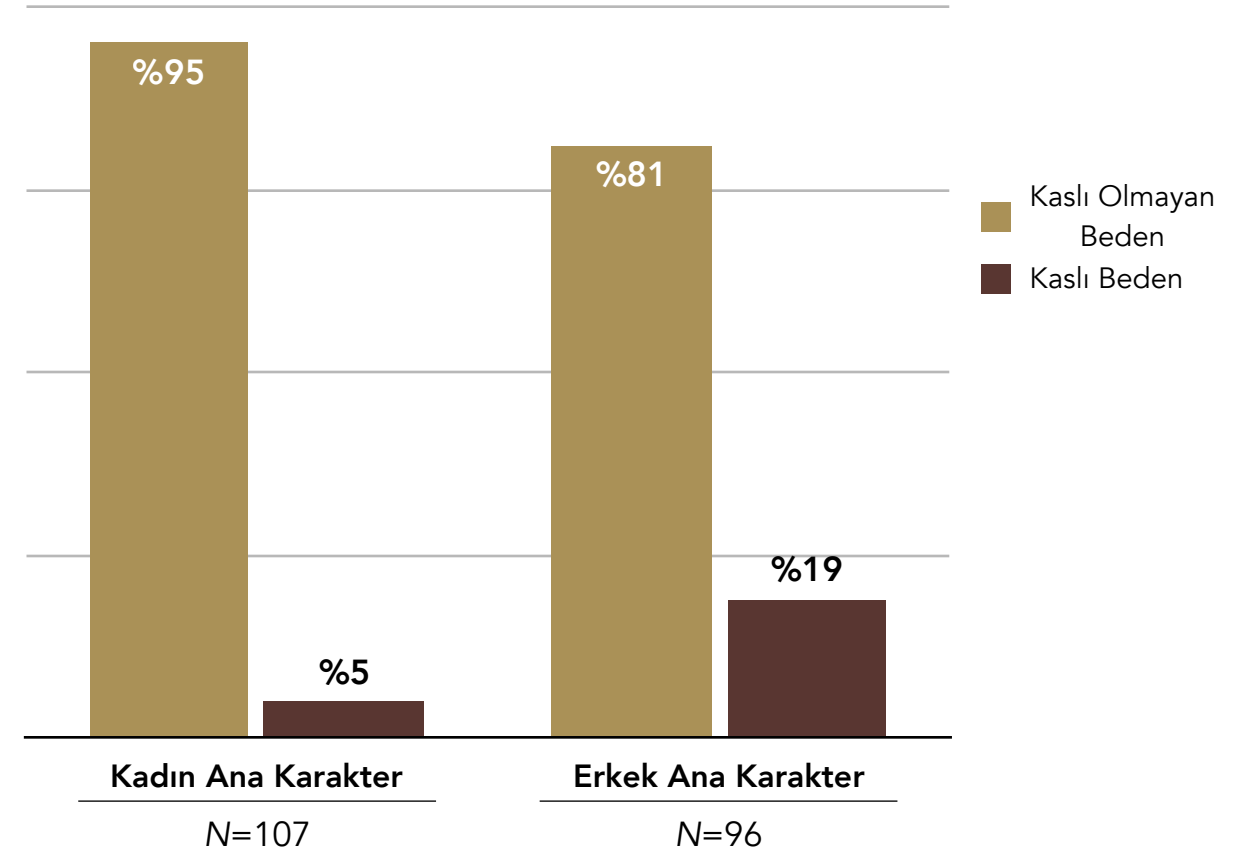
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Yaşı



2020 Effie TV Reklamlarında Ana Karakterin Beden Ölçüsü *



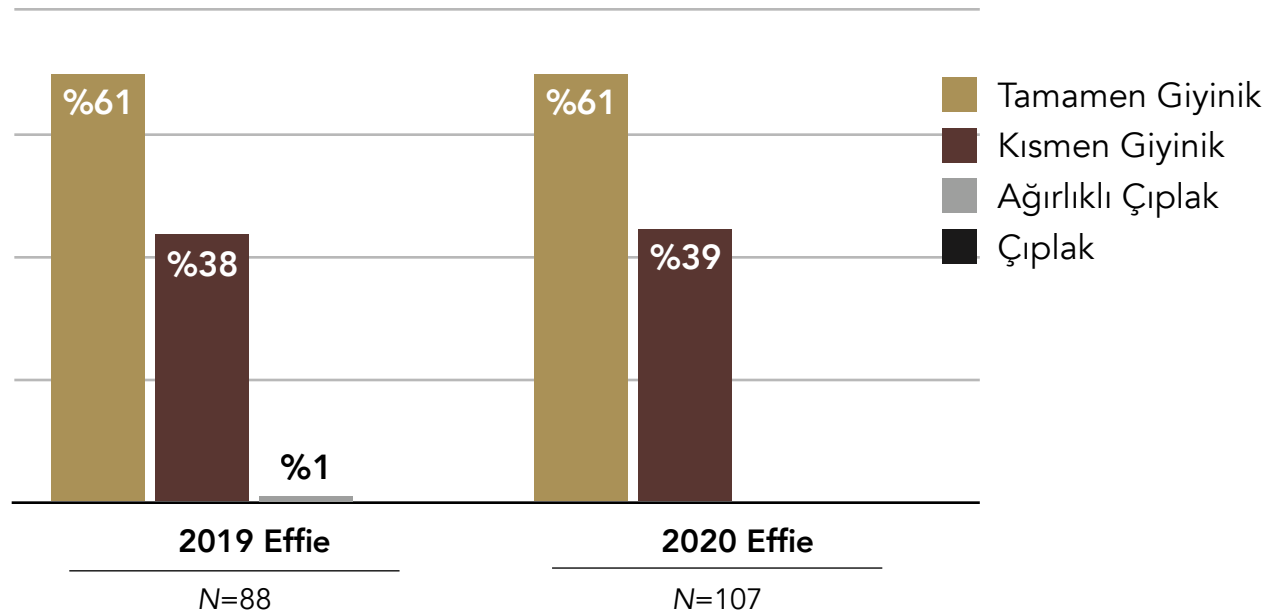
2020 Effie TV Reklamlarında Ana Karakterin Beden Kas Oranı *



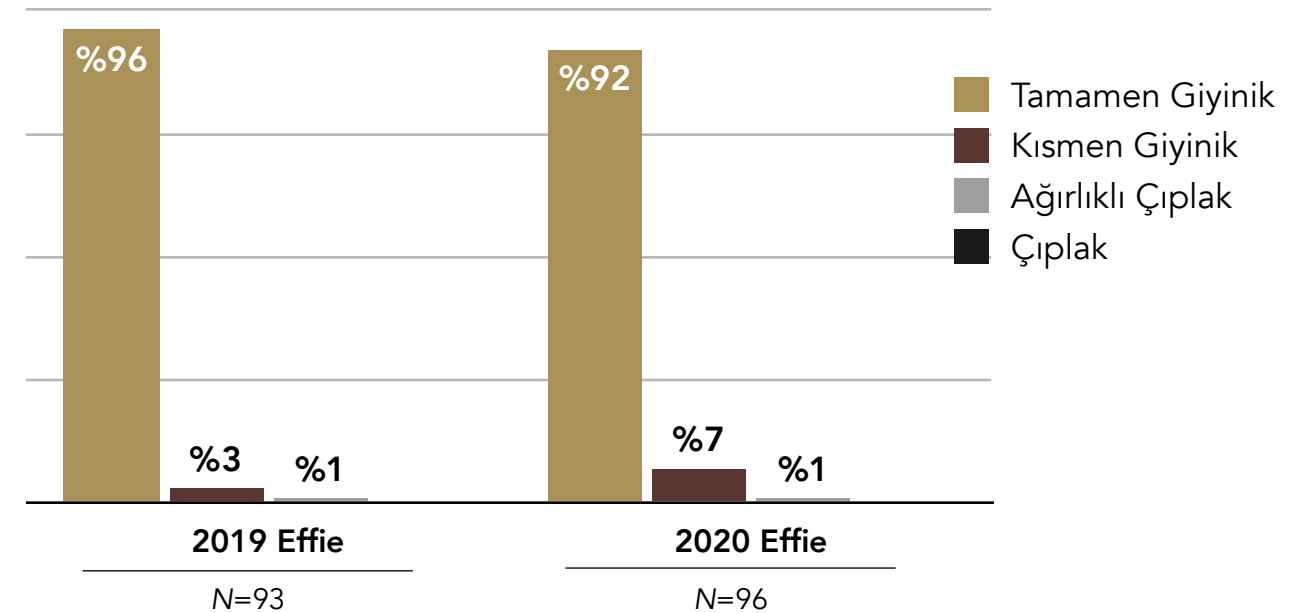
N=203 (İnsanın olmadığı 20, ana karakterin olmadığı 59 reklam analize dahil edilmemiştir.)

*2020 Effie TV reklamlarında beden ölçüsü ve beden kas oranı kategorilerinde kodlama şekli değiştirildiği için 2019 karşılaştırmalı analiz gerçekleştirilmemiştir.

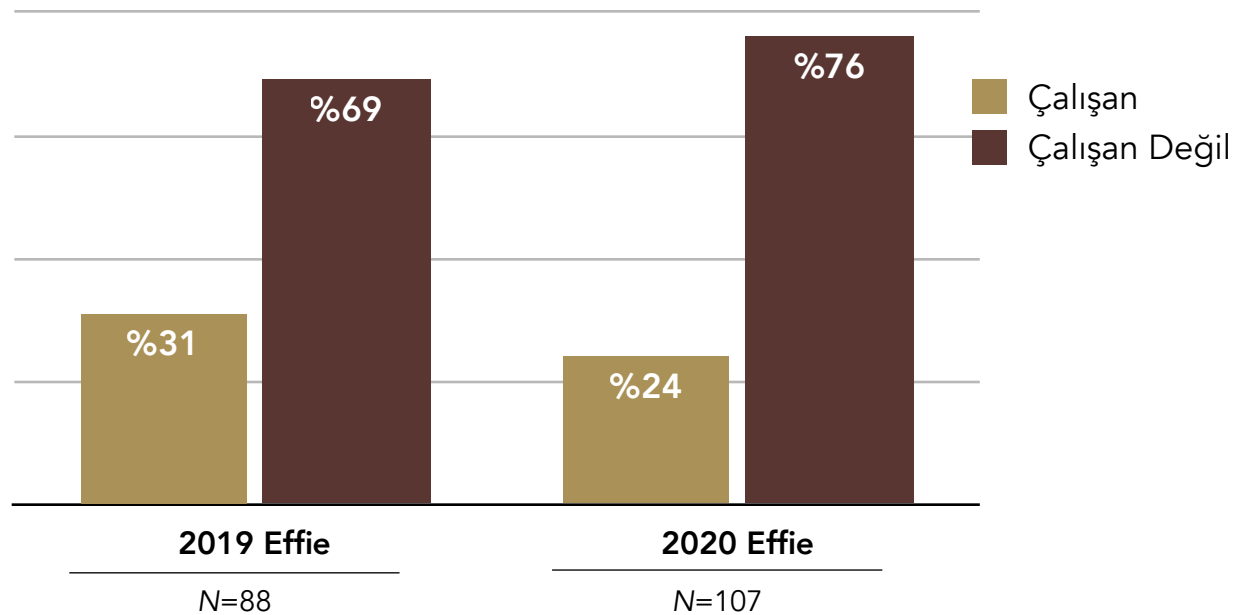
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Asgari Giyiniklik Derecesi



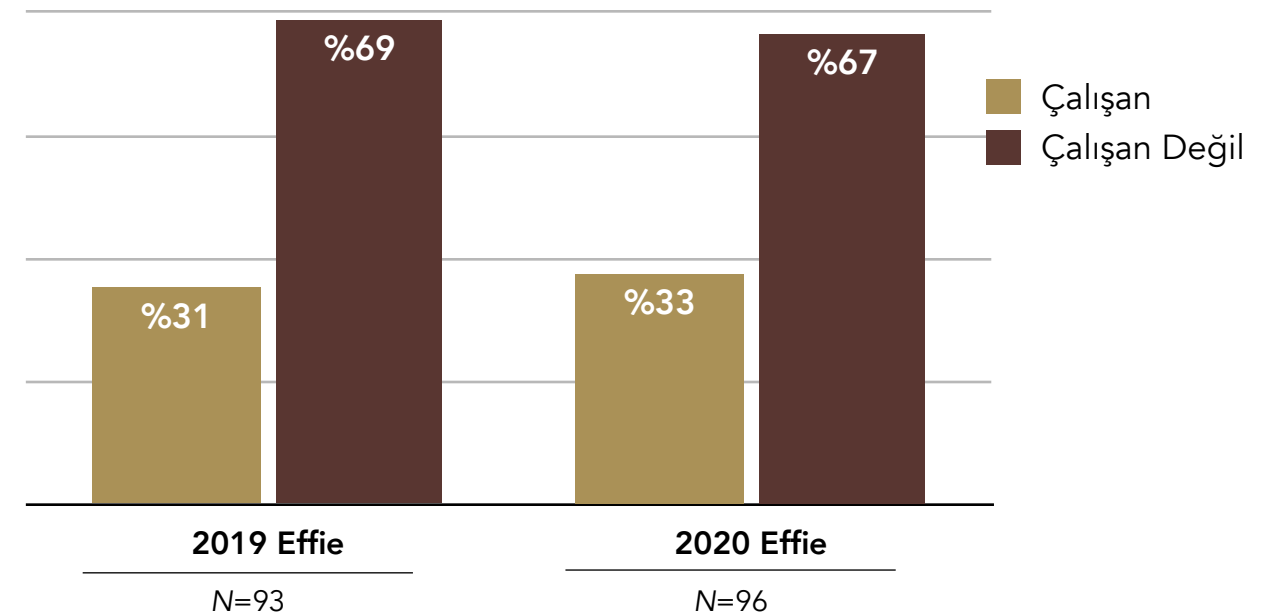
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Asgari Giyiniklik Derecesi



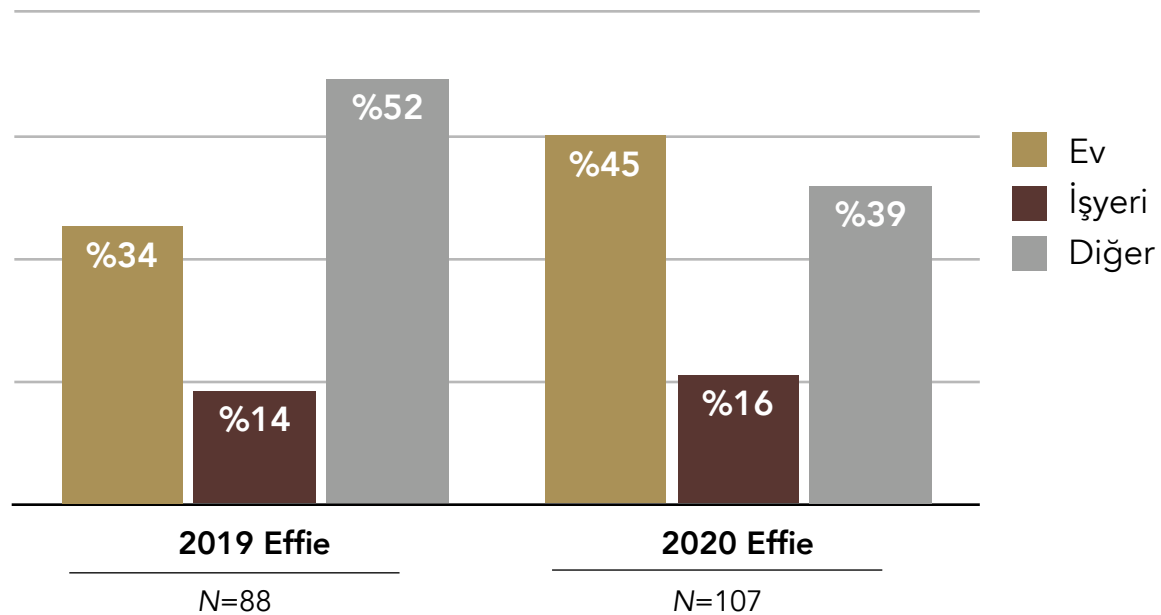
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Çalışan Rolü



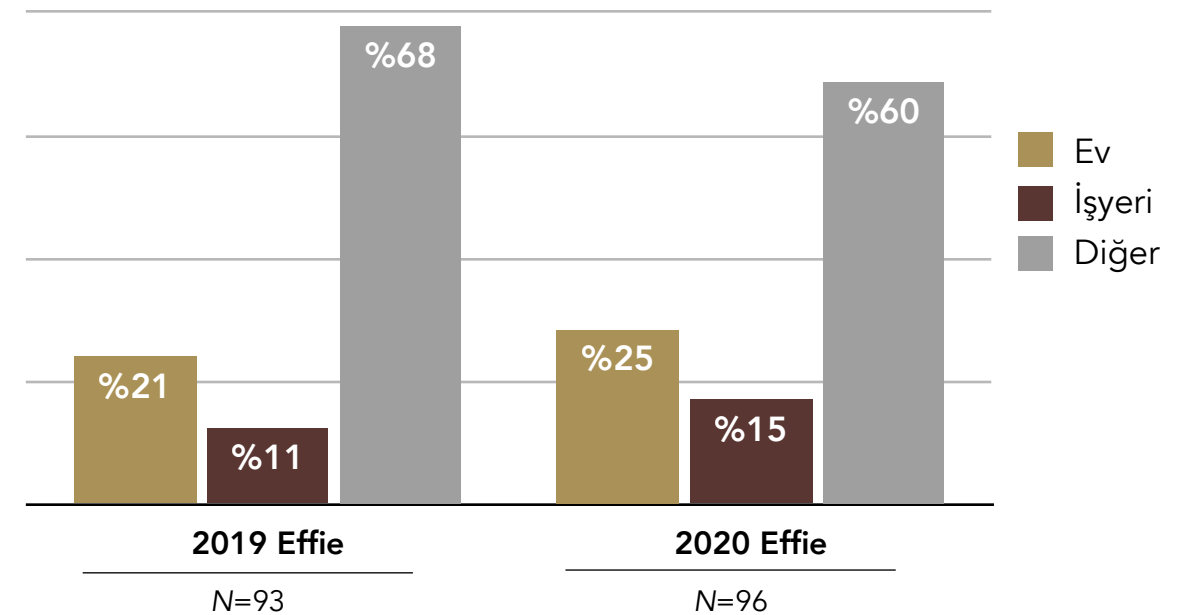
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Çalışan Rolü



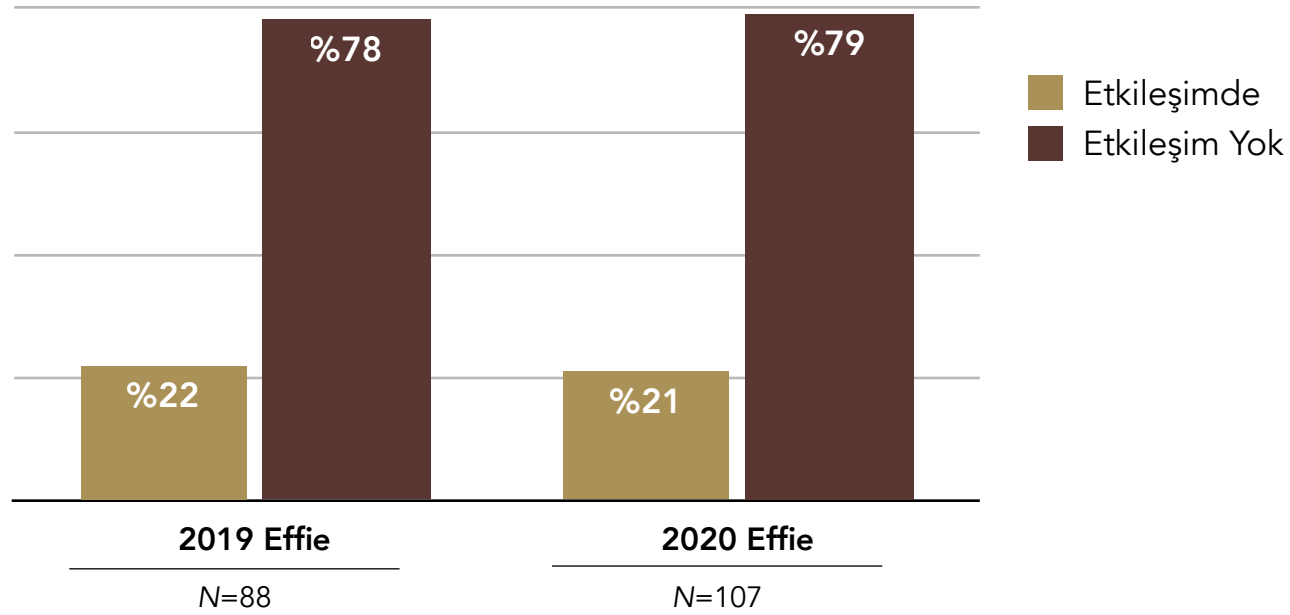
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Baskın Ortamı



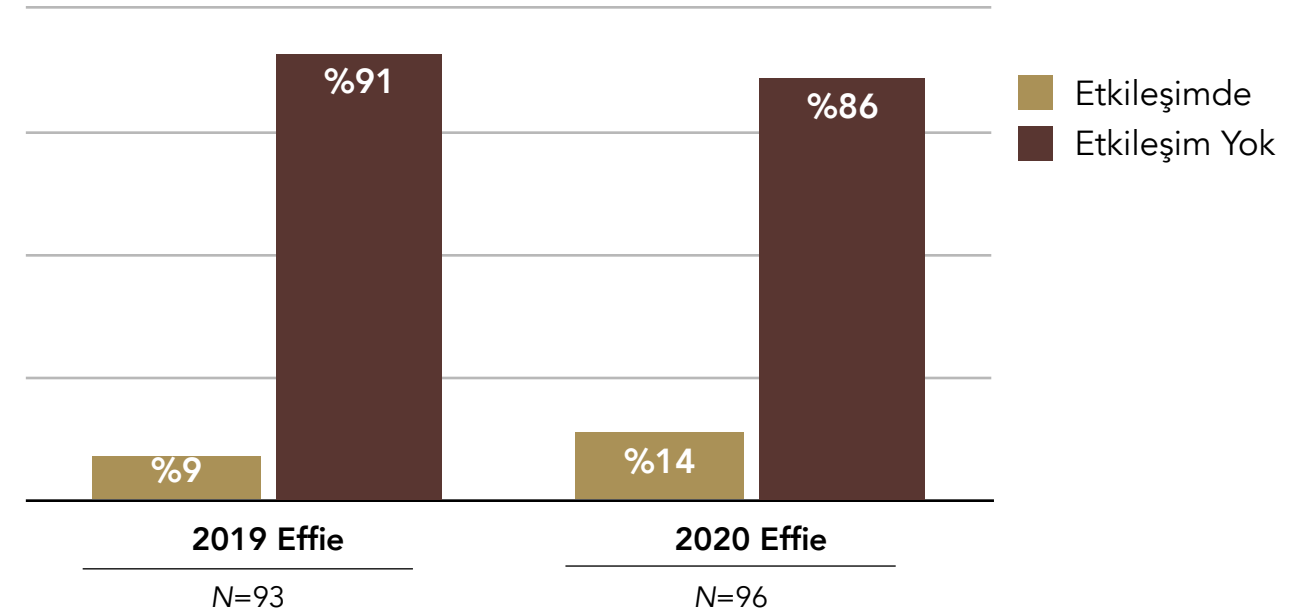
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Baskın Ortamı



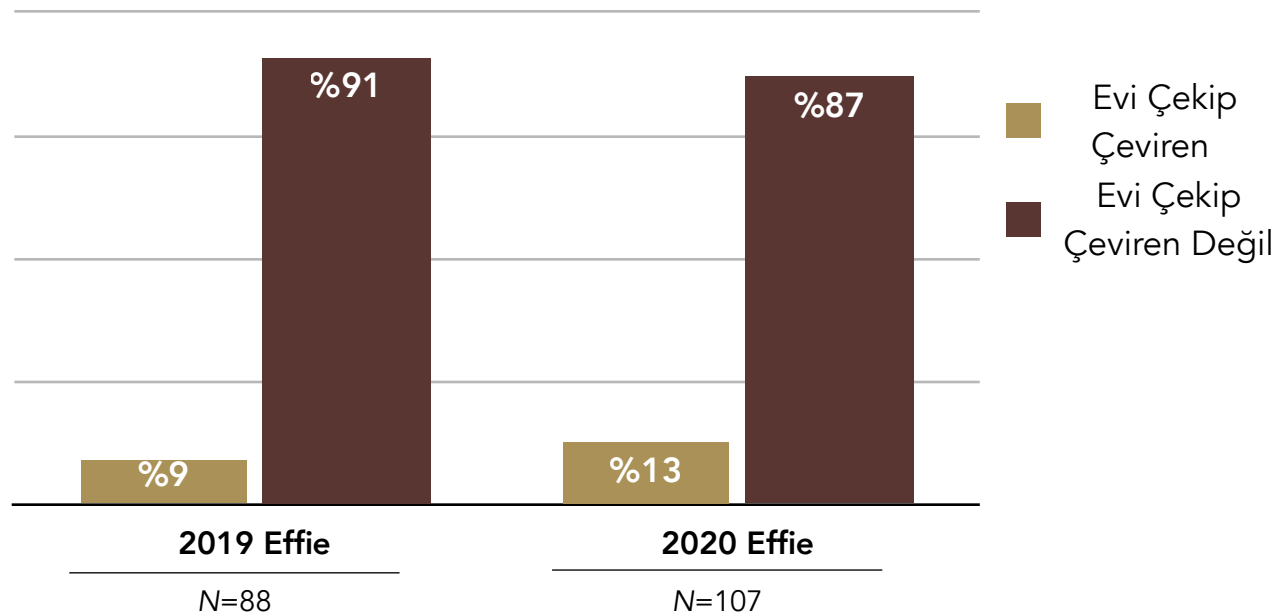
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Çocuklarla Etkileşimi



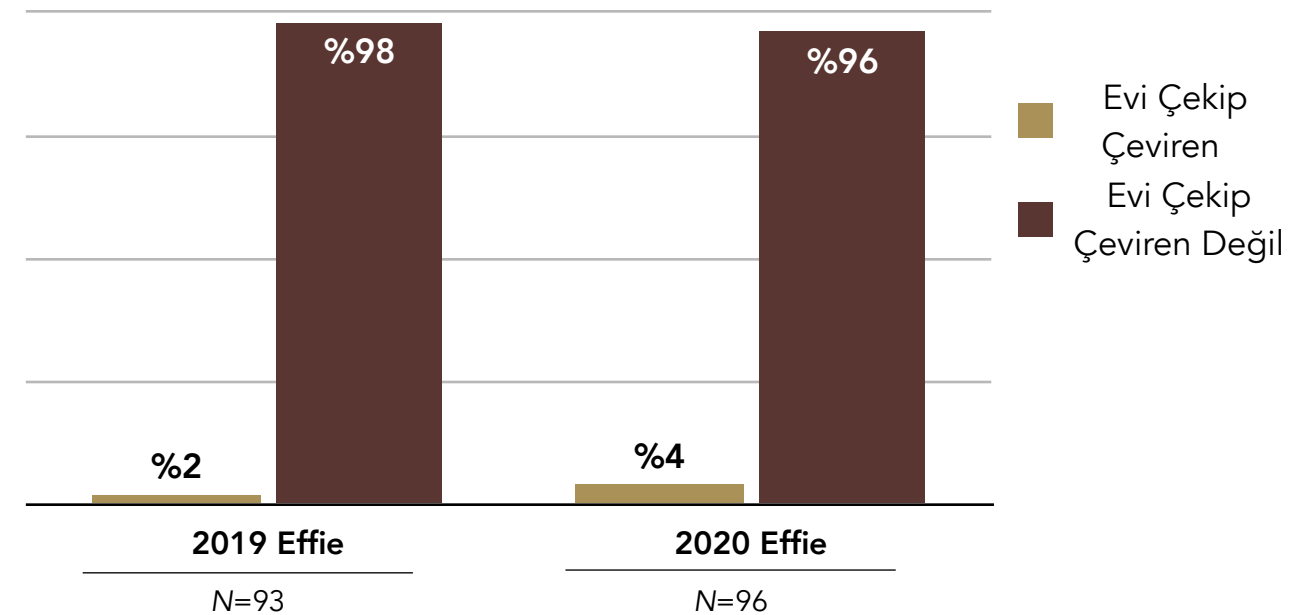
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Çocuklarla Etkileşimi



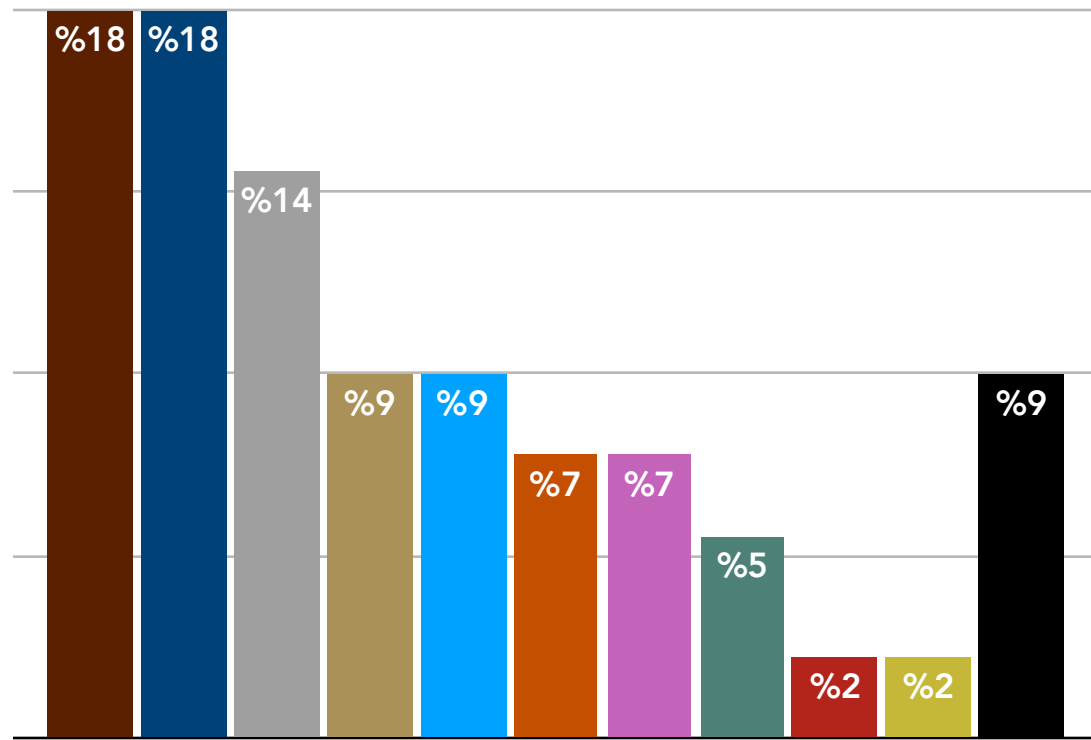
2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Evi Çekip Çeviren Rolü



2019 ve 2020 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Evi Çekip Çeviren Rolü



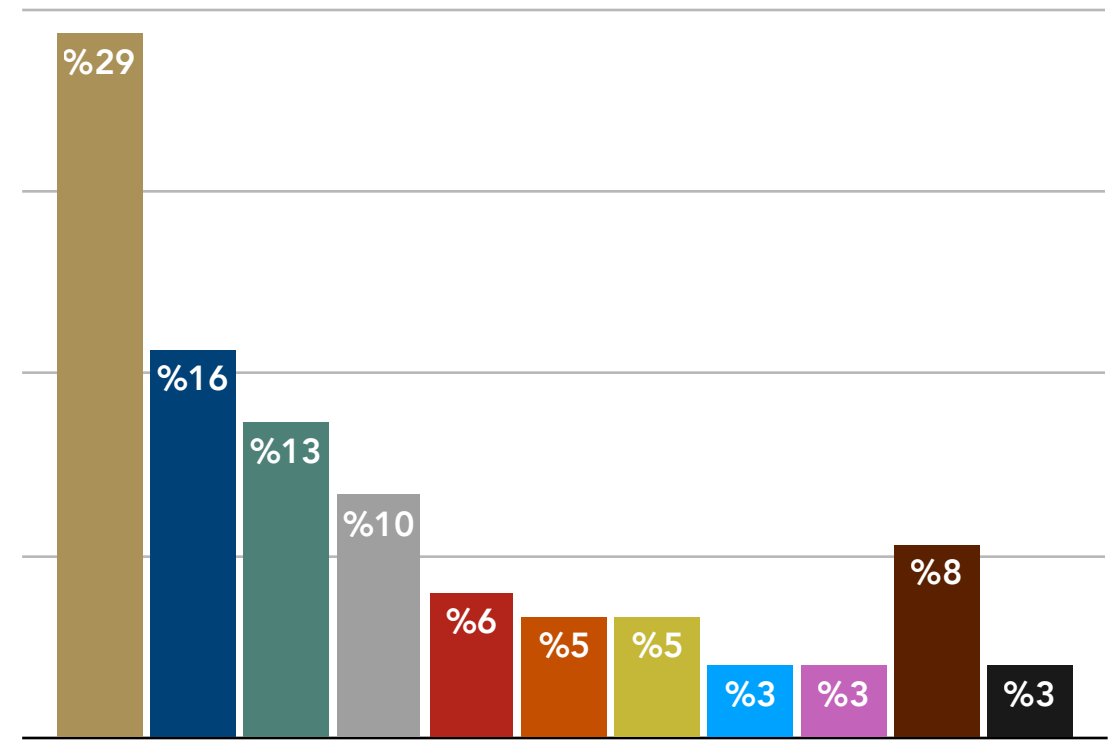
2020 Effie Ödüllü TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



- Komik Kadın
- Otorite Figürü
- Ev Kadını
- Sıradan İnsan
- Çekicilikle Meşgul
- Geleneksel Dışı
- Mutsuz/Tatminsiz Kadın
- Kariyer Kadını
- Seks Objesi
- Erkeklerle Eşit
- Hiçbiri

N=44

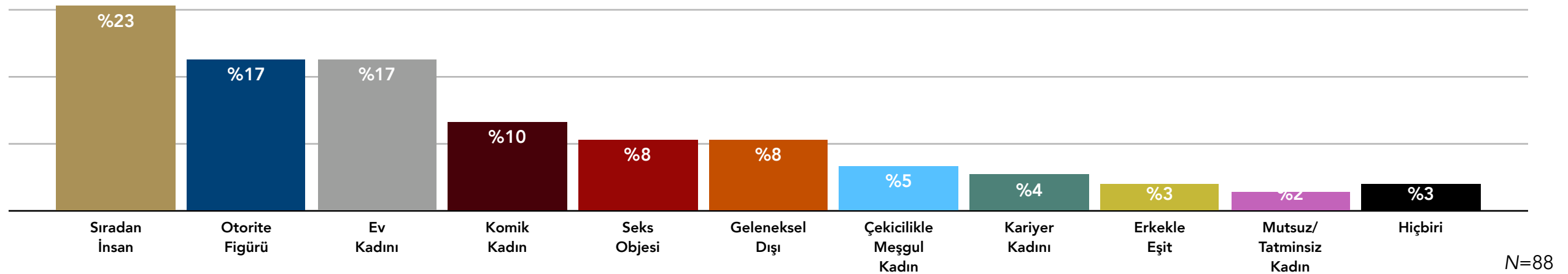
2020 Effie Finalist TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



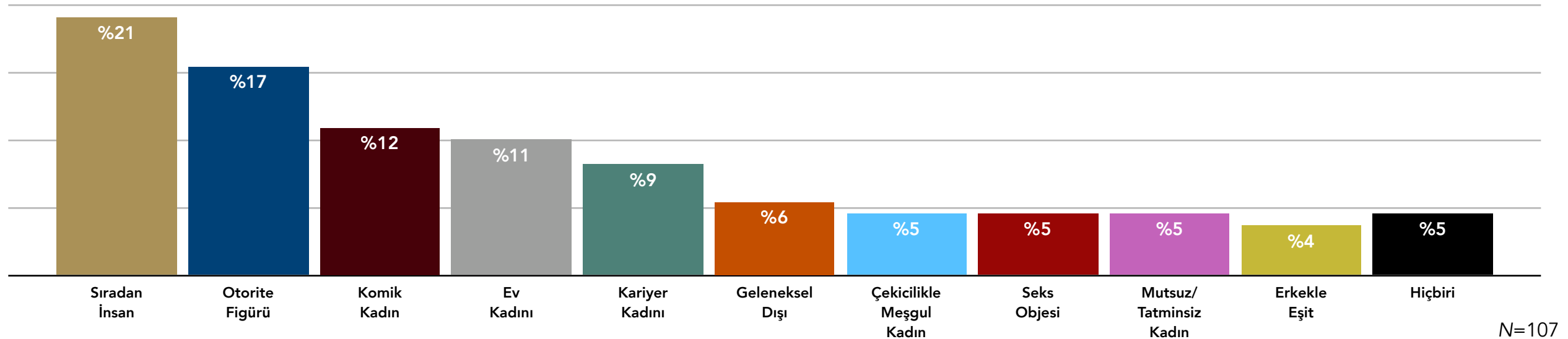
- Sıradan İnsan
- Otorite figürü
- Kariyer Kadını
- Ev Kadını
- Seks Objesi
- Geleneksel Dışı
- Erkeklerle Eşit
- Çekicilikle Meşgul
- Mutsuz/Tatminsiz Kadın
- Komik Kadın
- Hiçbiri

N=63

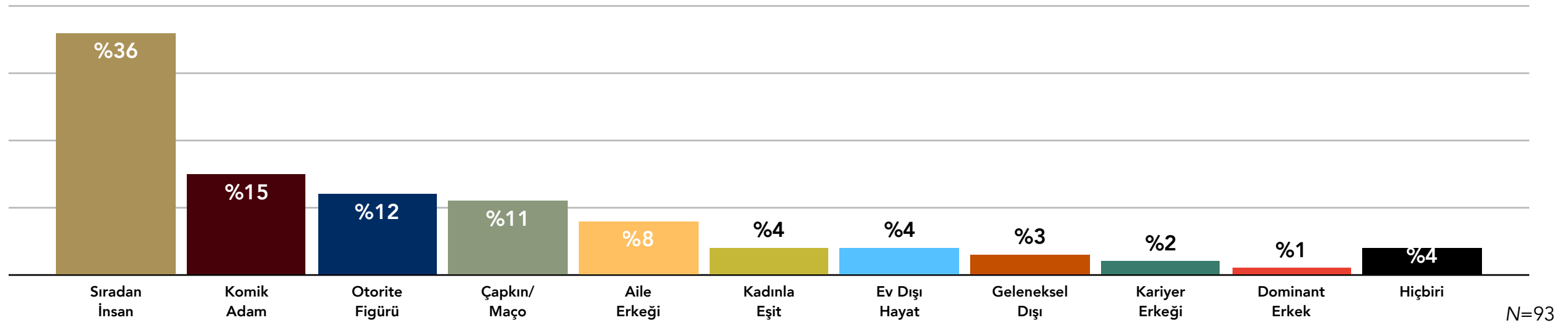
2019 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



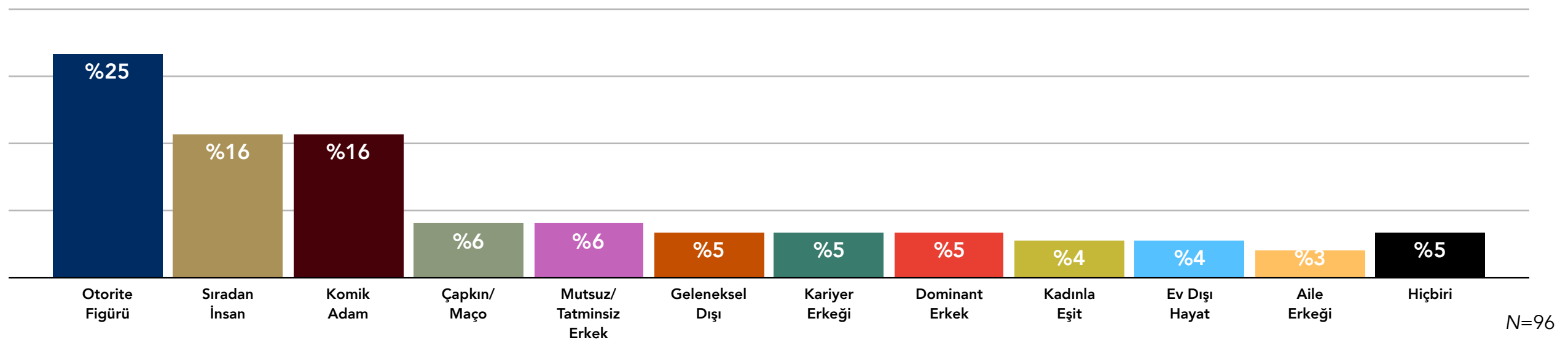
2020 Effie TV Reklamlarında Kadın Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



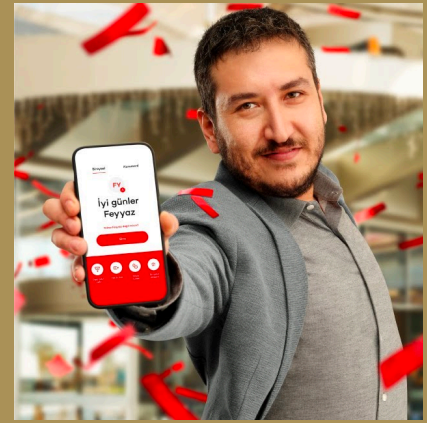
2019 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



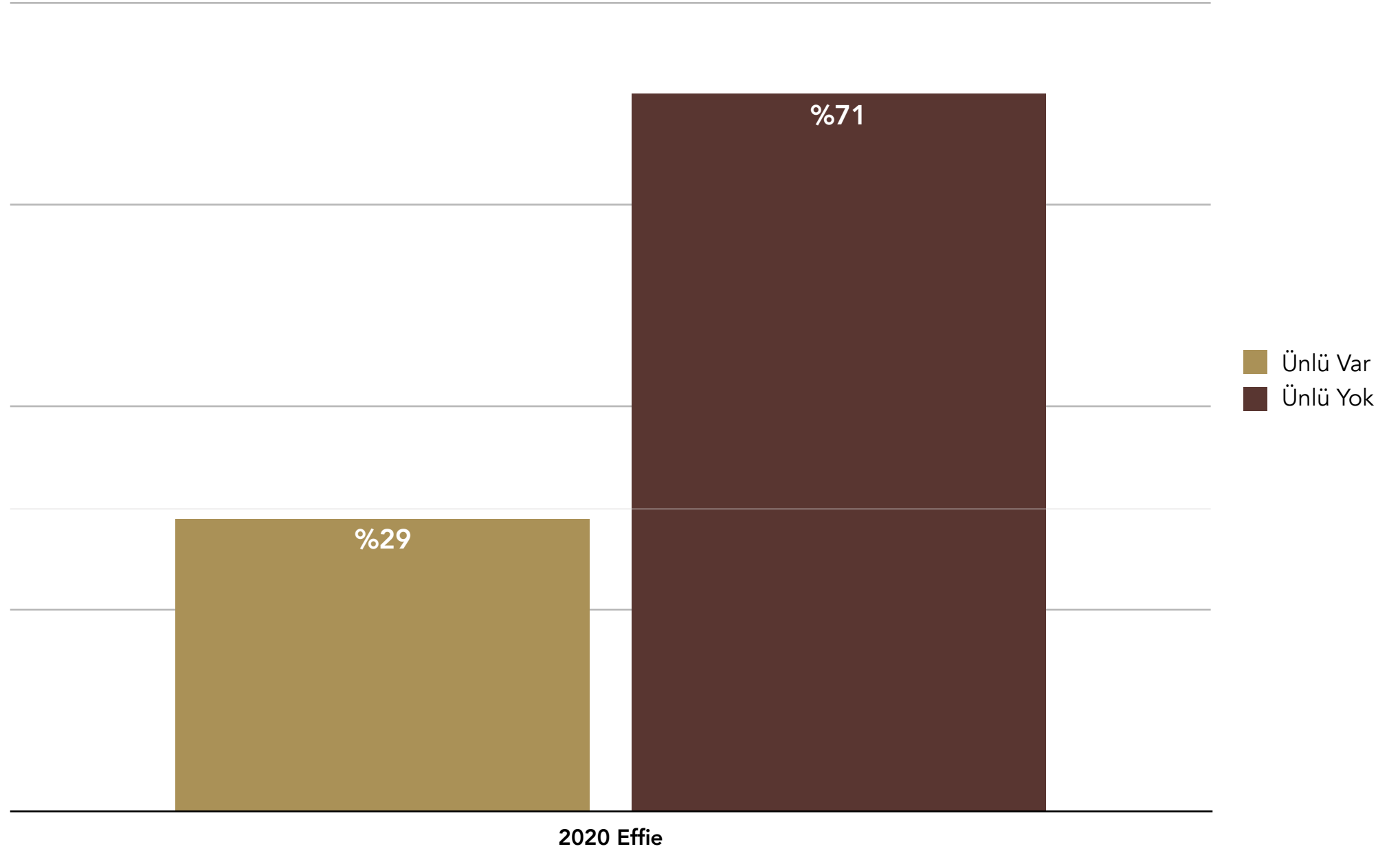
2020 Effie TV Reklamlarında Erkek Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



Effie 2020 Ödüllü ve Finalist TV Reklamlarında Ünlü Kullanımı

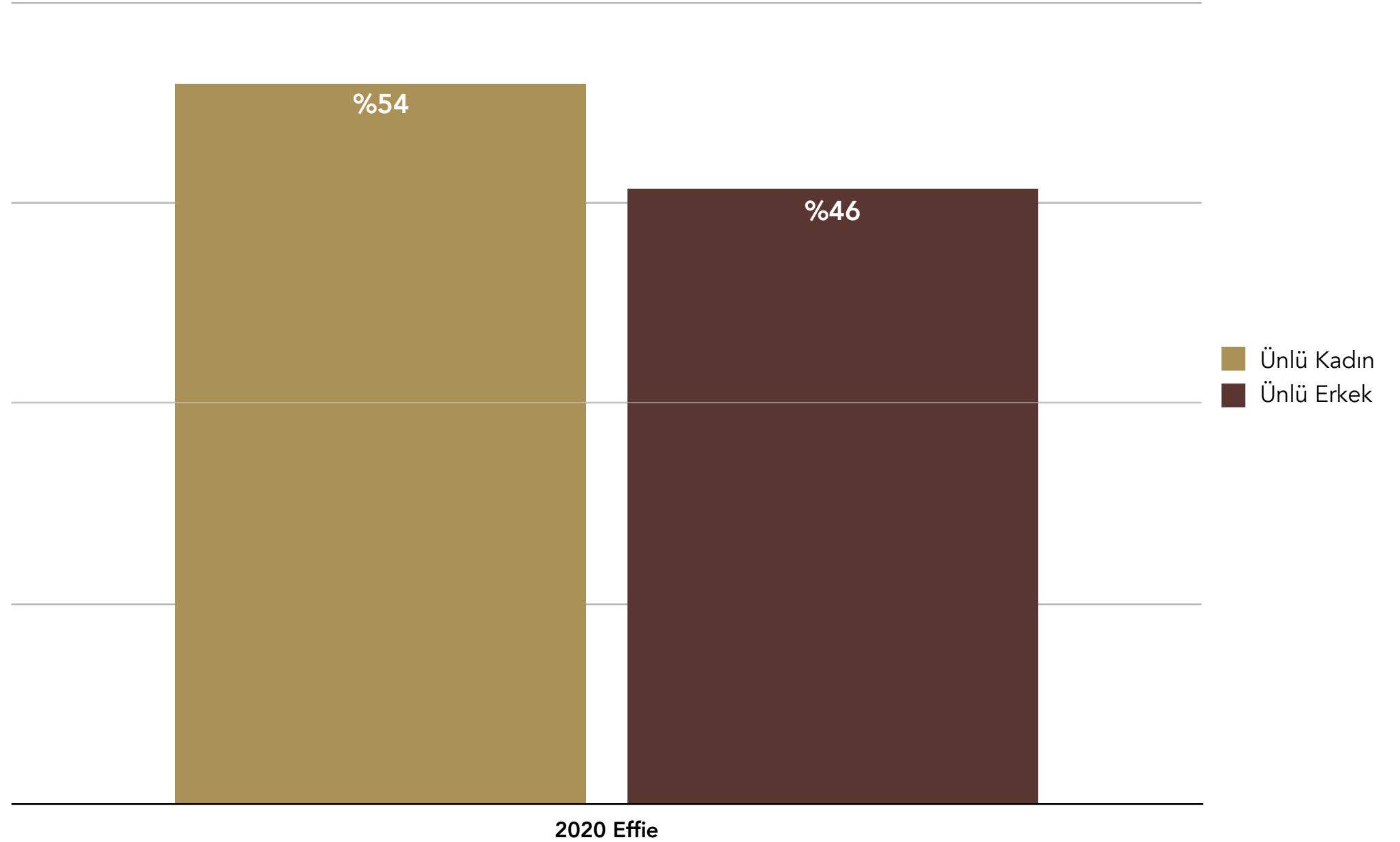


2020 Effie TV Reklamlarında Ünlü Kullanımı



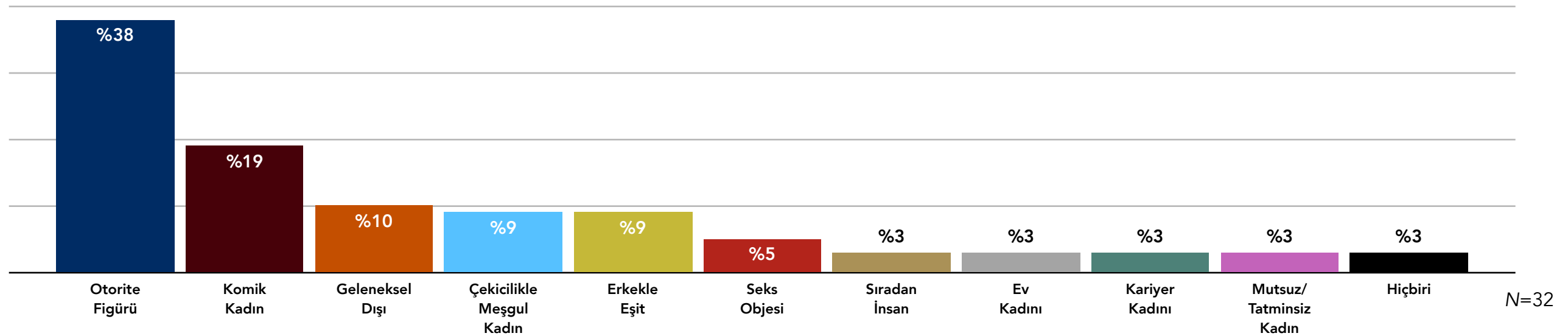
N=203 (insanın olmadığı 20, ana karakterin olmadığı 59 reklam analize dahil edilmemiştir.)

Ünlü Kullanılan 2020 Effie TV Reklamlarında Ana Karakter Dağılımı

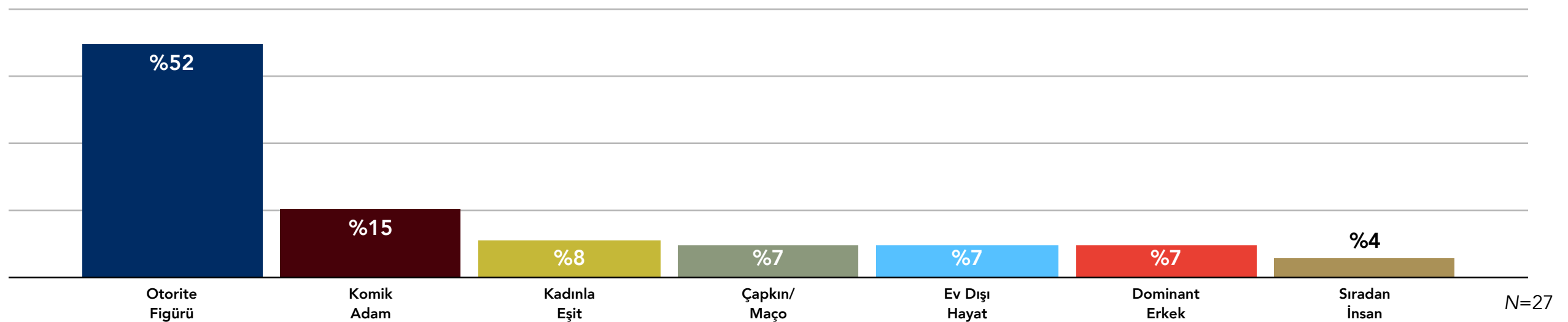


N=59 (Ünlünün olmadığı 144 reklam analize dahil edilmemiştir.)

2020 Effie TV Reklamlarında Ünlü Kadın Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü

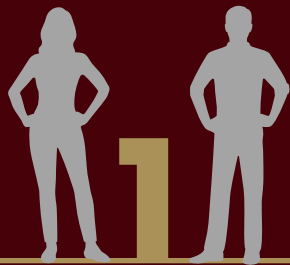


2020 Effie TV Reklamlarında Ünlü Erkek Ana Karakterin Baskın Cinsiyet Rolü



SONUÇ

2019 Effie sonuçlarıyla karşılaştırıldığında 2020’de bazı kilit parametrelerde olumlu yönde bir değişim gözlemleniyor. Ancak, değişime dirençli reklam unsurları da var.



Kadının reklamlardaki görünürlüğü artıyor.

Kadınla özdeşleştirilen kategorilerde de erkekleri daha fazla görmeye başladık.

2020 Effie ödüllü TV reklamlarında kadın ana karakter kullanımı %48. Geçtiğimiz sene bu oran %40 idi.

Banka ve finans, telekomünikasyon gibi kategorilerde **kadın ana karakter oranları geçen seneye kıyasla daha yüksek.**

Ev Temizlik ve Bakım, Sağlık ve Kişisel Korunma gibi geleneksel olarak kadınlarla özdeşleştirilen kategorilerde de **erkek ana karakterlerin kullanımı yükseliyor.**



Ufak bir yükseliş olsa da reklamlarda kadının sesi hala sınırlı düzeyde duyuluyor.

2020 Effie ödüllü TV reklamlarında **kadın dışses kullanımında ufak bir artış gözlemleniyor (%12 iken şu anda %16).**

2019 ve 2020 Effie TV reklamlarının geneline bakıldığında **4 reklamdan 3’ünde erkek dışses kullanımı değişmeden devam ediyor.**



2019 Effie TV reklamlarında ağırlıklı olarak kadın jingle sesi kullanılmıştı (%53). **Bu durum 2020’de de geçerliliğini koruyor (%58).**

SONUÇ



2020 Effie TV reklamlarında çalışan rolündeki kadın ana karakter oranı (%24) **geçtiğimiz sene ortalamasının altında (%31)**.

2020 Effie TV reklamlarının genelinde;

- Evdeki kadın ana karakter oranı (%45) **geçtiğimiz sene ortalamasının üzerinde (%34)**.
- Kadınlar genellikle ya evde ya da açık hava ortamlardayken **erkekler daha çeşitlilik barındıran ortamlarda resmediliyor**.
- İşyerinde gösterilen kadın oranlarında **geçtiğimiz seneye göre çok büyük değişimler yok**.



2019 Effie sonuçlarıyla karşılaştırıldığında (%9) **çocuklarla etkileşimde olan erkek temsillerinin oranı daha yüksek (%14)**.

2020 Effie TV reklamlarında **kadınlar erkeklerin üç katı oranında evle ilgilenirken gösteriliyor**. Yine de, evi çekip çeviren erkeklerde 2019 Tv reklamlarına kıyasla 2 kat artış var (%4).



2020 Effie ödüllü TV reklamlarında en yüksek oranda otorite figürü (%18) ve komik kadınlar (%18) var. **Kısacası, kadınlar reklamlarda geleneksel rollerinden giderek sıyrılıyor**.

2019 Effie genel sonuçlarıyla karşılaştırıldığında **kariyer kadını rolünde (%9) iki kattan fazla bir yükseliş gözlemleniyor**.

2020 Effie TV reklamlarında kullanılan **ünlü kadın ana karakterler %38 oranında otorite figürü rolünde ve ünlü erkeklere göre çok daha çeşitli rollerde temsil ediliyor**.

2020 Effie ödüllü TV reklamlarında **geleneksel dışı rollerde gösterilen erkeklerde (örn. ev işleriyle ilgilenen) geçen seneye göre (%3) ufak da olsa bir yükseliş var (%5)**.



2019 Effie genel sonuçlarıyla karşılaştırıldığında, erkeklerin geleneksel rollere sıkışmışlık durumu devam ediyor. **2020 Effie TV reklamlarında en fazla otorite figürü (%25), komik (%16), sıradan insan rolünde (%16) ve çapkın/maço (%6) erkeklere rastlanıyor**.

SONUÇ



2020 Effie TV reklamlarında kadınlara yönelik yaş ayrımcılığının yükseldiği görülüyor.

2020 Effie TV reklamlarında kadınlar ağırlıklı biçimde genç yaş aralığında gösteriliyor (%65). Bu durum geçen seneye göre yükselişteki bir trendi de yansıtıyor.

2019 Effie TV reklamlarıyla karşılaştırıldığında **50 yaş üzeri kadın ana karakter temsilleri (%5) yarıdan fazla azalmış.** 50+ yaş erkek ana karakter oranı kadınların iki katından daha fazla (%13).

2020 Effie TV reklamlarında kadın ve erkek temsillerinde arzulanan beden biçimleri yansıtılıyor.

Kaslı bedenlere sahip kadınlar (%5) erkeklere (%19) göre çok daha az görünürlüğe sahip.

2020 Effie TV reklamlarında kadınların erkeklere göre daha sınırlı beden tipleriyle temsil edildiği görülüyor.

Ortalama üzeri kiloda erkeklerin reklamlardaki görünürlüğü kadınlara göre 2 kat daha yüksek (%17).

2020 Effie TV reklamlarında kadınlar erkeklere göre daha fazla nesneleştiriliyor.

Kısmen giyinik resmedilen (örn. dekolte kıyafet) kadın ana karakter oranı %39 iken bu oran erkeklerde %7.



TEŞEKKÜRLER

Dr. Gül Şener / gul.sener@comm.bau.edu.tr
Dr. Eda Öztürk / eda.ozturk@comm.bau.edu.tr
Dr. Önder Yönet / onder.yonet@comm.bau.edu.tr

