

İÇİNDEKİLER

Sıra	Tarih	Yayın	Başlık	Sayfa
1	01.01.2019	Popüler Yönetim	İŞ DÜNYASI EŞİTLİĞE YÜRÜYOR	2

DOSYA

İş dünyası eşitliğe yürüyor

Toplumsal kalkınmanın önündeki en büyük engel, toplumsal cinsiyet eşitsizliği. Toplumun yarısını oluşturan kadınların iş dünyasındaki yeri yüzde 30'u geçmiyor. Kadın istihdamını olumsuz etkileyen bu sorunu çözmek için yalnızca kadınların değil, erkeklerin de taşın altına elini soktuğu, toplumsal mücadele gerekiyor. YANINDAYIZ Derneği, Yönetim Kurulunda Kadın Derneği, Professional Women's Network İstanbul ve daha birçok "iş dünyasından çıkan" sivil toplum örgütü, geliştirdikleri çalışmalar ve iş birlikleri sayesinde kamuoyunda farkındalık yaratıyor, kadının iş ve sosyal yaşamda statüsünün güçlendirilmesi için mücadele veriyor.



Kadınlar, nüfusun yarısını oluştursalar da ekonomik hayata katılımları, kalkınmadan yararlanma imkanları, nüfuslarıyla doğru orantılı değil. Türkiye’de sanayileşmenin artması ile kadınlar, yaklaşık 70 yıldır aktif olarak iş hayatında yer alıyor. Ancak TÜİK’e göre, her 10 erkekten 7’si iş hayatında iken, kadınlarda bu rakam yalnızca 3. OECD (ve AB) ülkeleri arasında, kadınların iş gücüne katılımında Türkiye son sırada yer alıyor.

Küresel cinsiyet eşitliğinde yerimizde sayıyoruz

Dünya Ekonomi Forumu (World Economic Forum – WEF) 2018 Küresel Cinsiyet Eşitliği Raporu yayınlandı. Türkiye 149 ülke arasında 130. sırada yer alarak küresel ortalamanın çok altında kaldı (2017’de 131. sıradaydı). Rapora göre; ücret eşitsizliğinin giderilmesi için dünyaya gereken süre 200 yıl. 149 ülkenin 88’inde maaş ve siyasi temsildeki eşitsizliğin giderilmesi gibi bazı alanlarda ilerleme kaydedilmesi-ne rağmen, genel görünüm olumsuzluğuna sürdüüyor.

Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için kadınların iş gücüne katılımı ve kadın istihdamının artırılması gerekiyor. G20 liderleri 2014 yılında kadınlar ve erkekler arasındaki eşitsizliği 2025’e kadar yüzde 25 düzeyinde azaltma sözü verdiler. Bu başarılabilsen küresel ekonomiye 5.8 trilyon dolarlık katkı sağlayacak. McKinsey Global Institute’un araştırmasına göre ise 2025’e kadar toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması halinde dünya ekonomisine 12 trilyon dolarlık bir katkı ortaya çıkacak.

Türkiye’nin Ulusal İstihdam Stratejisinin 2017-2019 dönemi için hazırlanan eylem planında, kadınların işgücü piyasasına katılmalarının önündeki engellerin ortadan kaldırılması çalışmalarının sürdürüleceği yer alıyordu. ILO verilerine göre, eğer Türkiye’de işgücüne katılım açısından cinsiyetler arasındaki 41 puanlık fark yüzde 25 düzeyinde azaltılabilirse, kişi başına düşen milli gelir 2 bin 565 dolar artabilir. Bu durum, aynı zamanda gayri safi yurt içi hasılanın da yaklaşık 170 milyar dolar artması anlamına geliyor.

Türkiye’de, kamu tarafından bakıldığında, kadına yönelik şiddetin engellenmesi,

kadınların ekonomik hayattaki rolünün artırılması, kız çocuklarının eğitim fırsatlarından daha fazla yararlanabilmesi gibi hedeflere dönük yasal düzenlemeler yapılıyor. İş dünyası ise eşit işe eşit ücret, kadın istihdamının artırılması, kadın çalışanların kapasite geliştirme ve liderlik konularında desteklenmesi ve teşvik edilmesi gibi çalışmalara yoğunlaşıyor.

Tüm bu çabaların önündeki en büyük engel ise “toplumsal cinsiyet eşitliğine karşı toplumsal direnç”. Belli iş ve mesleklerin kadınlara uygun olarak kabul görmemesi, kadın işi-erkek işi klişeleri, görev şemasında adil davranılmaması, olası küçülme senaryolarında önce kadın çalışanların işten çıkarılması, kayıt dışı sektörlerde kadınların düşük ücretlere çalıştırılması, kadınların işte ve evde çifte mesai yapması vb. devam ediyor.

WEF 2018 Küresel Cinsiyet Eşitliği Raporu - İlk 20

1. İzlanda
2. Norveç
3. İsveç
4. Finlandiya
5. Nikaragua
6. Ruanda
7. Yeni Zelanda
8. Filipinler
9. İrlanda
10. Namibya
11. Slovenya
12. Fransa
13. Danimarka
14. Almanya
15. Birleşik Krallık
16. Kanada
17. Letonya
18. Bulgaristan
19. Güney Afrika
20. İsviçre



WEF 2018 Küresel Cinsiyet Eşitliği Raporu - Son 20

130. Türkiye
131. Fildişi Sahilleri
132. Bahreyn
133. Nijerya
134. Togo
135. Mısır
136. Moritanya
137. Fas
138. Ürdün
139. Umman
140. Lübnan
141. Suudi Arabistan
142. İran
143. Mali
144. Kongo Demokratik Cumhuriyeti
145. Çad
146. Suriye
147. Irak
148. Pakistan
149. Yemen

Eğitimde fırsat eşitliği büyük ihtiyaç

Kadın istihdamını derinden etkileyen, cinsiyet ayrımcılığı ve eşitsizliğin doğrudan görülebildiği temel konulardan biri eğitim. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından hazırlanan “Ulusal Eğitim İstatistikleri”ne göre 6 ve yukarı yaş grubunda okuma yazma bilmeyen kadınların oranı erkeklerin neredeyse altı katı. Ortaokuldan doktora kadar her eğitim seviyesinde mezun kadınların sayısı erkeklerin gerisinde kalıyor.

Kadınların eğitim almış olması ise istihdam katılmalarının garantisi değil. TÜİK 2018 verilerine göre, erkek üniversite mezunlarında işsizlik yüzde 8,7 iken, kadın üniversite mezunlarında bu oran yüzde 16,8. Lise mezunu kadınlarda işsizlik oranı ise yüzde 20’nin üzerinde. Erkek üniversite mezunlarının işgücüne katılımı yüzde 85,8 iken kadın üniversite mezunlarında bu oran yüzde 70,1. Erkek üniversite mezunlarında istihdam oranı yüzde 78,3 iken, kadınlarda bu oran yüzde 58,3’e kadar düşüyor.

Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus (6+yaş), 2017, Türkiye

Bitirilen eğitim düzeyi	Toplam	Erkek	Kadın
Okuma yazma bilmeyen	2.336.847	359.534	1.977.313
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	7.910.526	3.307.584	4.602.942
İlkokul mezunu	20.624.450	9.251.606	11.372.844
İlköğretim mezunu	8.691.859	5.032.195	3.659.664
Ortaokul veya dengi okul mezunu	7.745.909	4.339.831	3.406.078
Lise veya dengi okul mezunu	13.965.683	7.921.816	6.043.867
Yüksekokul veya fakülte mezunu	9.246.078	5.014.120	4.231.958
Yüksek lisans mezunu	890.437	503.452	386.985
Doktora mezunu	203.811	121.250	82.561
Bilinmeyen	572.521	280.585	291.936
Toplam	72.188.121	36.131.973	36.056.148

Kaynak: TÜİK ADNKS Eğitim, Kültür ve Spor Veritabanı 2017 sonuçları
* Yabancılar kapsama alınmamıştır.

Kadın işsizliği bir yandan yükserken, öte yandan istihdam edilen kadın aynı işi yapan erkektekenden yüzde 20 daha az kazanıyor (Kaynak: OECD). Aynı zamanda bazı iş kollarının "ucuz emekçisi" oluyor. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan "Türkiye'de Kadın 2018" raporuna göre,

kadın iş gücünün ucuz emek olarak kullanıldığı iş kollarının başında tarım, tekstil, gıda ve hazır giyim geliyor. Kadınların bilgi ve becerilerini geliştirmeye yönelik yaygın eğitime ihtiyaç duyuluyor.

İŞKUR ve Uluslararası Çalışma Örgütü

(International Labour Organization - ILO) kadın eğitimi konusunda önemli çalışmalar yapıyor. Bunlar arasında mesleki eğitim kursları önemli yer tutuyor. Bu sayede nitelikli iş gücü oluşturulmasına katkı sunulurken mesleksizlik ve kadın işsizliğiyle mücadele ediliyor. 2017'de Meslek Eğitimi Kursları'na katılan 117 bin 580 kişiden 81 bin 819'unu kadınlar oluşturdu. Aynı yıl, özel politika gerektiren gruplara yönelik düzenlenen kurslarda kadınlar yüzde 80 oranında yer aldı. İşsizlere mesleki deneyim kazandırılmasını hedefleyen İşbaşı Eğitim Programları'na 2017'de katılanların yüzde 51'i de kadınlardı.

Girişimcilik Eğitim Programları kadınların iş yaşamında yer almasını destekleyen bir diğer çalışma. Bu sayede, girişimci olmak isteyenler girişimcilik eğitimi alarak İŞKUR ve KOSGEB arasında imzalanan protokol çerçevesinde KOSGEB "Yeni Girişimci Desteği Programı"na başvurmaya hak kazanıyor. 2017'de girişimcilik eğitimlerine katılan 94 bin 16 katılımcının yaklaşık yüzde 49'unu (46 bin 301) kadınlar oluşturdu. Yeni Girişimci Desteği Programı'nda kadın girişimcilere yüzde 20 daha fazla kredi/hibe desteği sağlanıyor.



Berna Öztınaz
PERİYON Yönetim Kurulu Başkanı

"Tepkisizliği bırakıp gücümüzü dev bir adıma dönüştürmeliyiz"

Ne yazık ki insan neslinin, sık sık karşılaştığı olumsuzlukları kanıksamak, normalleştirmek gibi kötü bir özelliği var. Oysa bu olumsuzlukları değiştirmek istiyorsak, işe önce bu durumun 'normal' olmadığını yeniden hatırlayarak başlamalı ve mutlaka aksiyon almalıyız. Toplumsal tepkisizliği geride bıraktığımız ve enerjimizi dev bir adıma dönüştürdüğümüz zaman dönüşüm başlayacak. PERİYON olarak kadın istihdamını tüm gücümüzle destekliyoruz ve toplumsal cinsiyet ayrımcılığıyla mücadelemizi emin adımlarla sürdürüyoruz. Bu yolda, iş dünyasından, STK'lardan ve kamu kurumlarından aldığımız destek ve sürdürdüğümüz dayanışma, kadınlara erkeğin her alanında eşit olduğu bir gelecek için umut olmaya devam ediyor."



Berna Öztınaz: "Toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinde, toplumsal tepkisizliği geride bıraktığımız ve enerjimizi dev bir adıma dönüştürdüğümüz zaman dönüşüm başlayacak, kadınlara erkeğin her alanında eşit olduğu bir gelecek bizim olacak."

#esitlik
#gelecek
#dayanisma
#isdunyasi
#PERİYON

"Ülkemizde kadınların istihdama katılım oranı ancak yüzde 29. Yükseköğrenim görmüş kadınların istihdam oranı tüm AB ülkelerinden geride. Şirketlerin sadece yüzde 5,4'ünde bir üst düzey kadın yönetici bulunuyor. Kadın girişimcilerin oranı, tüm girişimciler arasında ancak yüzde 15'i buluyor. Bu rakamlara baktığımızda şaşırıyoruz.

Kadın işçinin gerçeği: "Düşük ücret"

Türkiye Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu Araştırma Enstitüsü (DİSK-AR) tarafından Mart 2018'de yayınlanan "Türkiye'de Kadın İşçi Gerçeği" raporuna göre, kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları en önemli üç sorun; düşük ücret, işsizlik ve sigortasız çalıştırılmak. Kadın işçilerin yüzde 78,7'sine göre düşük ücret, çalışma hayatının en önemli sorunu. Kadınların yüzde 74,5'i ise işsizliği çalışma hayatının en önemli ikinci sorunu olarak görüyor.

Araştırmaya katılan kadınların;
- %63,9'u çalışma hayatından memnun değil
- %25'i güvencesiz işlerde çalışıyor
- %92'si sendikası
- %23,2'si işe alım sürecinde ayrımcılık yaşıyor
- %86'sı iş yerlerinde çocuk bakım desteğinin olmadığını söylüyor

karar ve yetkinin onda olması, o sırada kadınların, bu düzenin devam edebilmesi için her türlü bakım hizmetini verme, hasta, yaşlı ve çocuklarla ilgilenme işlerini üstlenmesi tüm ideolojilerin ortak noktası. Ama bu cinsiyetçi iş bölümü kadın ve erkeğe, hayatını kendi arzu ettiği gibi düzenleme fırsatı vermediği için insanları mutsuz ve giderek hasta ediyor."

Fırsat eşitliği için "Eşit Adımlar"

Sürdürülebilir kalkınma konusunda iş dünyasına yönelik araçlar ve projeler geliştiren İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği (SKD Türkiye); Türkiye Sınai Kalınma Bankası (TSKB) ve Fransız Kalkınma Ajansı (AFD) iş birliğiyle, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri çerçevesinde Eşit Adımlar (esitadimlar.com) adlı dijital platformu hayata geçirdi.

Eşit Adımlar, iş dünyasında fırsat eşitliği konusunda zengin bir içerik sunuyor. "Fırsat eşitliğinin, ekonomik kalkınma için vazgeçilmez olduğu" fikriyle yola çıkan Eşit Adımlar, bu alanda hem kadınların hem de erkeklerin ilgisini çekecek içerikler paylaşmaya özen gösteriyor. Eşit Adımlar'da fırsat eşitliğiyle ilgili güncel gelişmeler ve şirketlerin gerçekleştirdiği iyi uygulamaların yanı sıra raporlar, mevzuat ve düzenlemeleri de barındıran bir dijital kütüphane ortamı sunuluyor. Böylece, konuyla ilgilenen bireyler ve profesyoneller için kapsamlı bir referans noktası olmak hedefleniyor.

Eşit Adımlar platformu hakkında bilgi veren SKD Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Ebru Dildar Edin, "Eşit Adımlar, kapsamlı içeriğiyle özel sektör için faydalı bir kılavuz olacak. Firmalar, rapor ve araştırmalar aracılığıyla yeni bilgiler edinebilecek, farklı fırsat eşitliği deneyimlerini inceleyerek kendileri için doğru projeleri geliştirebilecek" diyor.

"Ayrımcılık, iktidar arzusundan, ekonomiden ve ideolojilerden besleniyor"

Kadının özel yaşamda ve işte ayrımcılığa maruz kalmasının birçok nedeni bulunuyor. Sosyal Dayanışma Ağı Derneği (SODA) Yönetim Kurulu Başkanı Fatma Çiğdem Aydın, bu nedenleri şöyle sıralıyor:

"İktidarı elinde tutan kişi, kaynakları istediği gibi dağıtmakta özgürlüğe ve erke sahip oluyor. Dünyadaki devlet yöneticilerinin neredeyse hepsi erkek. İktidar için mücadele ediyor ve bu yarışın içine kadınlar girmesin diye özel çaba sarf ediyorlar. Cinsiyet kotası gibi kadınları da yarışa dahil eden bir sistemi çoğu ülkenin uygulamaması bu durumu açıkça gösteriyor. Erkekler kazanınca iktidarı yine kendi aralarında pay ediyorlar. Diğer bir önemli kaynak, ekonomi. Ekonomiye yön verentler, kazanç ve kayıplara da karar veriyorlar. Bunların da ezici çoğunluğu erkek. Bu nedenle dünya yoksullarının yüzde 70'i kadın. İdeolojiler bir diğer ayrımcılık kaynağı. Gerçek demokrasi dışında bütün ideolojiler dünyadaki iş bölümünü cinsiyetçi bir bakış açısıyla yapıyorlar. Erkeğin dışarıda çalışması, parayı kazanan kişi olması, o kazandığı için, bütün mali işlerde



DOSYA



Fatma Çiğdem Aydın
Sosyal Dayanışma Ağı Derneği
(SODA) Yönetim Kurulu Başkanı

"Kadın istihdamı artarsa küresel refah da artar"

"Kadın-erkek ayrımcılığı yalnızca kadınlara kaybettirmiyor; kurumlar ve dolaylı olarak erkekler de bu durumdan zararlı çıkıyor. Nasıl mı?

- Nitelikli kadın çalışanlar ayrımcılığın olduğu iş yerlerini tercih etmiyor.
- Ayrımcılığın olduğu iş yerlerinde eleman değişikliği daha sık yaşanıyor.
- Mobbing ve ayrımcılık nedeniyle iş yerine daha sık dava açılıyor.
- İş yerinin saygınlığı, marka değeri azalıyor.
- Eşitlikçi bir iş yerinin sağladığı verimlilik fırsatı kaçınıyor.

Oysa istihdamda kadın-erkek eşitliğinin sağlanmasıyla herkes kazanacak. Kadın-

ların iş yaşamına katılımı kolaylaşacak ve artacak. Bu hem ekonomik gelişme sağlayacak ve refahı artıracak, hem de iş yerlerinin gelişmek, büyümek için ihtiyaç duydukları 'soft skills' denen iletişim yeteneği, espri, stratejik planlama, rehberlik, diplomasi, çatışma çözümü, yenilikçilik gibi özelliklerin iş yaşamına akmasını sağlayacak. Eşitlikçi, kadınların haklarını kullandıkları, eşit birey olarak var oldukları toplumlarda kadına yönelik şiddet ve ilişkili suç oranlarının azaldığı biliniyor. Kadınların kararlara eşit katıldığı toplum düzenlerinde genel olarak refah artıyor, yoksulluk ve yoksunluk azalıyor. Tüm toplumun genel eğitim ve kültür düzeyi yükseliyor."



Prof. Dr. Erdem Özdemir
Marmara Üniversitesi Hukuk
Fakültesi İş Hukuku Öğretim Üyesi

"Kadın haklarının dengeli güçlendirilmemesi, onların istihdamda tercih edilmemesine yol açabiliyor"

"Kadın istihdamı konusunda iş yasalarımızda değişiklikler ve yenilikler oldu. Doğum sonrası kısmi çalışma olanağı, doğum sonrası izin hakları bu konuda dikkat çeken düzenlemelerdi. Ancak bunların dengesi çok önemli.

Zira, 'kadınlara hak vereceğim' derken, bu gibi düzenlemeler sonrasında, kadınların istihdamda tercih edilme riski de söz konusu olabiliyor. Kadınlara yönelik bir ayrımcılık olarak nitelendirilebilecek olan cinsel tacizle ilgili kararlar da son yıllarda daha sık yayınlanmaya başladı. Bu da şikayet haklarının daha çok kullanıldığı ve bu konuda bir bilinçlenmenin söz konusu olduğu şeklinde değerlendirilebilir."



Siyasette kadının adı yine yok

Kadın istihdamına ve cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına yönelik sorunların çözülebilmesi için siyasetlere de önemli görevler düşüyor. Ancak bu sorunların çözüm mekanizmasında da kadınlar yer bulamıyor. 24 Haziran 2018 Genel Seçimlerine katılan yedi partinin adaylarının yalnızca

yüzde 21,5'ini kadınlar oluşturdu. Aynı seçimlerde kadın adayların yalnızca yüzde 5,4'ü "ilk sıralardan" listeye girebildi.

31 Mart 2019 yerel seçimlerine baktığımızda da kadın adayların sayısının eşitliğe hiç yaklaşmadığı görülüyor. HDP eş başkanlık sistemi nedeniyle aday çıkardığı tüm illerde bir kadın ve bir erkek ismi açıklarken, diğer partilerin hiçbirinde kadın aday oranı yüzde 5'i bile bulmuyor. Sadece Türkiye'de değil, dünyanın

genelinde de kadınlar siyasette yer almakta zorlanıyor. Dünya Ekonomi Forumu (WEF) 2018 Küresel Cinsiyet Raporu'nda incelenen 149 ülkenin yalnızca 17'sinin lideri kadın ve dünya çapında kadın başkanların oranı yalnızca yüzde 18. Rapora göre son 50 yıl içinde, 149 ülkede devlet ya da hükümet başkanı olan kadınların ortalama görev süresi yalnızca 2,2 yıl sürdü, parlamentolarda kadın vekillerin oranı yüzde 24'te kaldı.

1935 – 2018 arasında, Türkiye’de kadın milletvekili oranları

Seçim yılı	Parlamentodaki milletvekili sayısı	Kadın milletvekili sayısı	Toplam içindeki pay (%)
1935	395	18	4,6
1939	400	15	3,8
1943	435	16	3,7
1946	455	9	2,0
1950	487	3	0,6
1954	535	4	0,7
1957	610	7	1,1
1961	450	3	0,7
1965	450	8	1,8
1969	450	5	1,1
1973	450	6	1,3
1983	400 (1 boş)	12	3,0
1987	450	6	1,3
1991	450	8	1,8
1995	550	13	2,4
1999	550	22	4,0
2002	550	24	4,4
2007	550	50	9,1
2011	550	79	14,4
2015 (Haziran)	550	98	17,8
2015 (Kasım)	550	81	14,73
2018	600	104	17,45

Kaynak: TBMM Milletvekillerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Reklamda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Kurulu bünyesinde, Reklamverenler Derneği sponsorluğunda ve Bahçeşehir Üniversitesi Reklamcılık Bölümü iş birliğiyle gerçekleştirilen "Effie Ödüllü TV Reklamlarının 10 Yıllık Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi" araştırmasında geriye dönük 10 yıl değerlendirilerek, Effie Ödülü kazanmış 489 televizyon/dijital reklam filmi incelendi.

Reklamlardaki kadınlar evden çıkamıyor!

Araştırmaya göre reklamlarda yer alan erkek ana karakterler yüzde 65, kadınlar ise yüzde 35 düzeyinde. Dış ses kullanımında ise erkek sesinin yüzde 89 olduğu belirlendi. Türkiye’de yüzde 10’a yaklaşan kadın dış ses oranı Brezilya’da yüzde 14, Japonya’da yüzde 27, İngiltere’de ise yüzde 48. Araştırmadan elde edilen bir diğer bulgu ise reklam filmlerinin yüzde 43’ünde kadınların evde gösterildiği kaydediliyor. Geena Davis Medyada Toplumsal Cinsiyet Enstitüsü ve J. Walter Thompson iş birliğiyle yapılan bir diğer araştırmaya göre, kadınların yüzde 85’i film ve reklamların gerçek dünyayı yansıtmadığını düşünüyor.

Dünya eşitlik için neler yapıyor?

Dünya Bankası, 2016-2018 arasında 65 ülkede toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik 87 yasal düzenleme yapıldığını açıkladı. Örneğin Ocak 2018’de İtalya’da şirketlere; kadın ve erkek çalışanlara yönelik eşit işe eşit ücret ödendiğini belgeleme zorunluluğu getirildi. ABD’de Mart 2016’da, "Ergenlik Çağındaki Kız Çocukların Güçlendirilmesine Yönelik Amerikan Küresel Stratejisi" hayata geçirildi.

Medya ve iletişim faaliyetleri sayesinde toplumsal cinsiyet eşitliği için farkındalık oluşturulabilir, mevcut algı değiştirilebilir.

Medyanın yarattığı algı yine medya değiştirecek

Söz konusu çalışmalar arasında, iletişim ve medya faaliyetlerinin toplumsal ve küresel farkındalık oluşturulması konusunda önemi büyük. Bu bağlamda, Fransa’da Reklam Standartları Kurumu (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité - ARPP) "insan onurunu" gözetmeyen kadınlık ve erkeklik tanımlarını veya temsillerini önlemek için kurallarını güncelledi. Yine Fransa’da bulunan Yüksek Medya Konseyi’nin (Conseil Supérieur de l’Audiovisuel - CSA) Kasım 2016 raporu, reklamlarda hâlâ çok fazla kalıp yargı kullanıldığını, reklamlarda yer alan sözde uzmanların yüzde 82’sini erkeklerin oluşturduğunu, kadınların ise hâlâ cinsel meta olarak görüldüğünü ortaya koydu. Raporun ardından CSA ile birlikte ülkede faaliyet gösteren reklam endüstrisi ortak bir metne imza atarak, kalıp yargılar içeren cinsiyetçi reklamlarla mücadele etmeyi taahhüt etti.

Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda medyaya önemli görevler düşüyor. Ayrımcı dilin yok edilmesi için haber yazımından dış ses kullanımına kadar her aşamanın hassasiyetle ele alınması gerekiyor. Kadın rollerine uygulanan ayrımcılığın gerçek yaşamda meşrulaştırılmaması için şiddet içeren unsurlar yerine örnek teşkil edecek olumlu temsillerin ekranlarda ve sosyal medyada daha sık yer alması desteklenebilir. Mevcut koşullar altında reklamların, televizyon kanallarındaki sabah programlarının, dizilerin ve



Parlamentoda bugün 600 milletvekili bulunuyor: 1935’ten günümüze, TBMM’de yalnızca 573 kadın milletvekili görev aldı.

#siyaset
#siyasettekadin
#esitlik
#PERYÖN

DOSYA

sinema filmlerinin ayrımcı dilinin değişmeye başlaması için çok somut adımlar atılıyor. Woman TV de bunlardan biri.

2018 sonunda yayın hayatına başlayan Woman TV'nin misyonu, "kadına güç ve moral vermek, umut ve ilham aşılama." Woman TV Genel Yayın Yönetmeni Ahu Özyurt, Woman TV'nin var oluş sebebini şöyle açıklıyor: "Kadını 'cinayet verisi' ya da 'satın alma objesi' dışına çıkarmamız gerektiğinden yola çıkarak 'Kadınlar için kadınlarla' motto'sunu benimsedik. Bu ülkenin çok sayıda haber kanalı var ama tartışmalarda kadın sayısı az. İyi kadın portreleri, siyasi kavgalar arasında yer bulamıyor. Woman TV olarak, kadının yükselmesini, Türkiye'nin geleceğinin ve güvenliğinin parçası olarak görüyoruz."



Ahmet Pura
Reklamverenler Derneği Yönetim Kurulu Başkanı ve Reklamda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Kurulu Başkanı

"Cinsiyet eşitsizliğini dönüştürmek için algı değişimi esastır"

"Günümüzde reklam, algıları değiştirmek ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini dönüştürmek adına en güçlü kaynak. Reklamverenler Derneği olarak, öncelikli faaliyet ve etki alanımız reklamlarda 'cinsiyet dengeli temsili' sağlanması. Reklam ajansları, reklamverenler ve diğer tüm paydaşların cinsiyet eşitsizliğini dönüştürmek adına, reklamların hazırlık aşamasındayken konuya özen göstermeleri gerekiyor.

Ana hedefimiz kadın-erkek eşitliğinde yüzde 50-50 paylaşım sağlamak. Bu amaç doğrultusunda tüm sektöre birlik olma çağrısı yapıyor ve 2019'da bu konuda önemli ilerlemeler kaydedeceğimize inanıyoruz."

He for She

Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin küresel anlamda ciddi bir sorun olduğundan yola çıkan Birleşmiş Milletler 2017'de "He for She" (Kadın için Erkek) kampanyasını hayata geçirdi. Erkeklerin desteğini almadan ve dayanışma sağlanmadan cinsiyet ayrımcılığıyla mücadele edilemeyeceğini

savunan bu kampanyaya Türkiye'den de başta Koç Holding olmak üzere birçok kurum ve isim destek verdi. Kampanyaya destek veren kuruluşlardan biri de Fenerbahçe Spor Kulübü oldu. Kulüp, ayrımcı ve cinsiyetçi dilin hakim olduğu alanlardan biri olan futbol başta olmak üzere, yer aldığı tüm spor dallarında, HeForShe manifestosunu duyurarak ayrımcılıkla mücadeleye destek verdiğini bildirdi.



Ahu Özyurt
Woman TV Genel Yayın Yönetmeni

"Bülteni kadın spiker sununca, haberler kadın dostu olmuyor"

"Ayrımcılığın önlenmesi için iş dünyasına önemli görevler düşüyor. Erkekler ve kadınlar arasında bir uyum sağlamak, kadın rol modellerin sayısını mutlaka arttırmak, kız çocuklarını iş yaşamına, bilime ve spora çok erkenden alıştırmak, iş dünyasında ve toplumda yaşanan ayrımcılığı önlemek için yapılabilecekler arasında sıralanabilir. Medya mensupları olarak bizler, haber yazımında kısmen daha eşitlikçi olabiliyoruz. Fakat yine de bütüne söyle bakmak gerekiyor: Haberi bir kadının sunması o haberi 'kadın dostu' yapmıyor.

İletişim sektörü başta olmak üzere, iş dünyası kendini hızla toparlamaz ve iyi için çabalamazsa çok yakında kadının hiçbir alanda adı kalmayacak. 'Anlatma, göster' kuralını uygulayalım: Başarılı güçlü, iyi kalpli, şefkatli ve bu ülke için çok gerekli kadınların hikayelerine ekranlarda ve sosyal medyada, her şekilde ve her fırsatta bol

bol yer verelim. Genç kadınlara ulaşmak istiyorsak özellikle sosyal medyada bu konuya daha fazla eğilmeliyiz."



Ahu Özyurt: "İletişim sektörü başta olmak üzere, iş dünyası kendini hızla toparlamaz ve iyi için çabalamazsa çok yakında kadının hiçbir alanda adı kalmayacak."

#PERYÖN
#Kadinstihdami
#Esitlik
#Ayrımcılıktamucadele
#iletisim



YANINDAYIZ Derneği 2018'de, iş dünyasından 40 erkeğin girişimiyle kuruldu. Derneğin başkanlığını ise Nur Ger yürütüyor.

Türkiye'de ilk kez kadın hakları savunusu yapan ancak hedef kitlesi erkekler olan bir sivil toplum kuruluşu hayata geçirildi. YANINDAYIZ Derneği toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması için erkeklerle kadınların yan yana çalışması gerektiğini savunuyor. Kadınlar ve toplumsal cinsiyet eşitliği için farkındalık oluşturmayı misyon edinen YANINDAYIZ Derneği'nin hedef kitlesini erkekler oluşturuyor. YANINDAYIZ, toplumsal cinsiyet eşitliği savunusu yapmak üzere yola çıkan ve çoğunluğu erkeklerden oluşan, dünyadaki sayılı, Türkiye'deki ilk sivil toplum kuruluşu. Derneğin temel amacı, özellikle erkeklerde zihniyet ve davranış değişimini yaratmak. YANINDAYIZ Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Nur Ger, "İstisnasız bütün kadın ve erkeklerin, 'yan yana', eşit hak ve fırsatlara sahip olduğu bir ülkede

yaşamayı arzu ediyor ve dernek üyeleri olarak hepimiz bu hedef için çalışıyoruz. YANINDAYIZ Derneği olarak ve erkekleri hedef alarak, erkeklerle birlikte; başta kadına yönelik şiddetin sonlanması olmak üzere, eğitim, sağlık, çalışma hayatı, ev emeğinde ortaklık gibi hayatın tüm alanlarında tam eşitliğin sağlanması için farkındalığı artırmayı amaçlıyoruz" diyor.

"Ayrımcılığı yapan erkekler, değişmesi gereken de onlar"

YANINDAYIZ Derneği kurucularından Murat Yeşildere, kendini "toplumsal cinsiyet eşitliği aktivisti" olarak tanımlıyor. "Feminist" olarak anılmaktan da gurur

duyduğunu ifade eden Yeşildere, aynı zamanda Professional Women Network (PWN) İstanbul Danışma Kurulu Üyesi ve Yönetim Kurulunda Kadın Derneği Yönetim Kurulu Üyesi. Yeşildere, "İş dünyasında ayrımcılığın engellenmesi için büyük yük erkekler taşıyor; zira iş hayatında karar verici rollerin çoğunluğunda hala erkekler var. Özetle ayrımcılığı yapan erkekler olduğuna göre, değişmesi gereken de erkekler" görüşünü savunuyor.

Yeşildere, bu konuda eğitimin çok önemli olduğunu da altını çiziyor: "Eğitim kuşkusuz çok önemli ancak eğitim yalnızca sınıflarla sınırlı değil; önemli bir kısmı da aile ortamında gerçekleşiyor. Beyin gelişiminin yüzde 80'inin 0-6 yaş arasında tamamlandığını gözlemleyen birçok araştırma bulunuyor. Özellikle bilinçsiz önyargılarımızı çok küçük yaşlarda beynimize işliyoruz. Bunlar, evde aile ortamında çocukken farkında olmadan gözlemlediklerimiz, izlediklerimiz ile işleniyor zihnimize. Babanın anneye davranışı, iletişimi, okunan okunmayan gazeteler, kitaplar, izlenen kanallar, reklamlar, beynimizin şekillenmesine sebep oluyor. Tüm bunlar, yaşanan eşitsizlik ve ayrımcılığın kaynağını oluşturuyor."



DOSYA



Nur Ger
YANINDAYIZ Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

"Toplumsal dönüşümün kilidi kadın meselesidir çünkü eşitlik her zaman kazandırır"

"Türkiye'de aile sorumlulukları adaletsiz paylaşıyor. Çocuk, yaşlı ve engelli bakım hizmetleri kadının görevi olarak görülüyor. Bunlara ek olarak işe alım, ücretlendirme ve işe yerleştirmede yaşanan

ayrımcılık, esnek olmayan çalışma koşulları, kadınların istihdama katılımlarını zorlaştırıyor. Ücret eşitsizlikleri ve **kayıt dışı istihdamın** yaygınlığı, kadınların iş hayatına katılmalarında caydırıcı olabiliyor. Oysa toplumsal dönüşümün kilidi kadın meselesidir çünkü eşitlik her zaman kazandırır. Türkiye'nin gelişmişlik düzeyini artırabilmenin yolu kadınların toplumda daha görünür olmasından geçiyor. Kamunun, özel sektörün ve sivil toplumun elele vermeleriyle ve bütüncül politikalar benimsemeleriyle, gelişimin sağlanabileceğine inanıyorum.

Yönetmeyi değil, yönetimi destekliyorum. Devletin vatandaşın refahını artırma görevi gibi şirketlerin de çalışanların refahını artırma görevi var. Şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı, kadın dostu politikalar geliştirmesi ve bunları uygulaması mümkün. İşe giristen terfiye, izinlerden şirket içi eğitimlere kadar sistemi yazılı kurullarla şeffaf hale getirmek, tüm çalışanlar ve özellikle kadın çalışanlar için çok

önemli. Şirketlerin, kadınlar için ev ve iş yaşamı arasında tercih yapmalarını gerektirecek sistemlerini değiştirmeleri gerekiyor. Uzaktan erişim ve saat esnekliği gibi uygulamalar geliştirmek mümkün. İş dünyasının tam eşitlik meselesini iyi anlayıp, iş yapma biçimlerine ve şirket kültürlerine yerleştirmesi gerekiyor."



Nur Ger: "Toplumsal dönüşümün kilidi kadın meselesidir çünkü eşitlik her zaman kazandırır."

#PERYÖN
#Kadinistihdami
#Esitlik
#Ayrımciliklamucadele
#YANINDAYIZ
#egitim



Murat Yeşildere
PERYÖN Yönetim Kurulu Üyesi
YANINDAYIZ Derneği Yönetim Kurulu Üyesi
Egon Zehnder Yönetici Ortağı

"Toplumsal cinsiyet eşitliği sağlandığında dünya daha yaşanır bir yer olacak"

"İşe alımlarda erkekler genelde erkekleri seçiyor, kadınlar ise 'pozitif ayrımcılık' yapmıyor, adaletili davranıyor. Bu anlamda kadınlar daha profesyonel, hatta sıklıkla kadınlar daha kuralcı diyebiliriz. Erkeklerin gösterdiği 'hemcinsini

öne çıkarma' refleksi kadınlarda yok. İş dünyasının, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunu, tamamen performans boyutu ile ele alması lazım. Tek kanatlı kuşun uçmayacağı gibi, erkeklerin domine ettiği organizasyonların sürdürülebilir başarı elde etmesi de mümkün değil. Buna ek olarak çeşitlilik, üretken tartışma ortamını tetiklerken, karar kalitesini artırıyor. Karar kalitesinin artması da performansı yukarı çekiyor. Aslında bu kadar da basit!

Toplumsal cinsiyet eşitliği sağlandığında dünya daha yaşanır bir yer olacak; ekonomik refah yükselecek, gerginlikler, savaşlar azalacak, huzur artacak. Bunun için öncelikle üst yapıda, iş dünyasında kısa vadeli, kota gibi düzenlemeler yapılmalı, hedefler koyulmalı. Bunlar normalleşmeyi sağlayacak, doğru rol modellerini yaratacak. Diğer taraftan, tabanda eğitim yapımızı ve aile ortamında benimsediğimiz dili değiştirmemiz şart. Tabii kadınların iş hayatında daha fazla rol almasını sağlayacak destek platformlarının, özellikle kreşler, esnek çalışma mevzuatı gibi unsurların oluşturulması ve yaygınlaştırılması da gerekiyor. Bu bağlamda hem

kadınların, hem de toplumsal cinsiyet eşitliği için mücadele eden erkeklerin aktivist olarak da satın alma, oy verme gibi güçlerini kullanarak, karar vericileri etkilemesi büyük önem taşıyor."



Murat Yeşildere: "İş dünyası, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunu performans boyutu ile ele almalı. Tek kanatlı kuşun uçmayacağı gibi, erkeklerin domine ettiği organizasyonlar da sürdürülebilir başarı elde edemez."

#aile
#kadin
#esitlik
#erkek
#destek
#esnekcalsima
#PERYÖN

60 erkek CEO, iş yaşamında eşitlik için elçi oldu

İş dünyasındaki erkeklerin rol model olarak hemcinslerindeki farkındalığı arttırması toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesi için büyük değer taşıyor. İş hayatında cinsiyet dengesini sağlamak amacıyla faaliyetlerini yürüten Professional Women's Network (PWN) İstanbul'un başlattığı Eşitlik Elçisi CEO'lar hareketi bu amaç için çalışıyor. Projeye, yerli ve yabancı kurumlar, STK'lar ve kamudan yaklaşık 60 CEO ve C - Level yöneticiden destek geldi. Eşitlik elçileri, kurumlarında ve çevrelerinde değişim yaratmak için çalışmalarına başladı. PWN "Cinsiyet Eşitliğini Destekleyen Erkekler Manifestosu" yayınladı. PWN İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı Aylın Satun Olsun, manifestonun hedefinin tüm CEO'lar olduğunu vurguladı ve şöyle devam etti: "Manifestomuz CEO'lar ve C-Level yöneticilere yönelik bir öz değerlendirme, kendileri ve kurumları için gelişim yol haritası hazırlamak adına bir destek niteliğinde. Manifestomuzda, 'Cinsiyet ayrımcılığı

yapmadan doğru insanları işe atıyor muyum?', 'Cinsiyet eşitsizliği yapmayan bir dil kullanıyor muyum?' gibi sorularımız da yer alıyor" dedi.

Selen Kocabaş: "Yönetim Kurulunda Kadın Derneği olarak görüyoruz ki şu an Türkiye'de üst düzey yönetici kadrolarında kadın temsiline temel problemi kadın yönetim kurulu üyesi talebinin azlığı."

"İşe ara veren kadınlar geri kazanılmalı"

İstihdamda, toplumsal baskı veya ailevi sebepler nedeniyle işinden ayrılmak ya da ara vermek zorunda kalan kadınların durumu da önemli bir soruna işaret ediyor.

Evlilik veya çocuk sahibi olmak gibi gerekçelerle işinden uzaklaşan kadınların iş yaşamına yeniden kazandırılması ve yönetimin üst kademelerinde daha çok kadın yöneticinin yer alabilmesi için çalışan oluşumlar mevcut. Bunlardan ikisi YenidenBiz Derneği ve Yönetim Kurulunda Kadın Derneği (YKKD).

YenidenBiz Derneği ve Yönetim Kurulunda Kadın Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Selen Kocabaş, kadın istihdamı konusunda şunları kaydetti: "Türkiye'ye baktığımızda toplam nüfus içinde kadınların istihdama katılımı ile ilgili çok yol var ve bu bir fırsat diyoruz. Kadınların iş hayatında kırılim yaşadıkları iki dönem var: Bunlardan ilki evlilik. İkincisi ise çocuk sahibi olmak. Evlilikte daha çok toplumsal ve çevre baskısı ile kadınlar iş hayatına ara veriyor. Ancak büyük çoğunluğu da doğum sebebiyle işini bırakmak veya kariyerine ara vermek zorunda kalıyor. Yapılan araştırmalar gösteriyor ki işe dönemeyen kadınların yüzde 60'ı mutsuz. Düşünün, mutsuz bir anne evde ve geleceğin iş insanını yetiştiriyor. Öncelikle bu kadınları iş yaşamına geri kazandırmak için YenidenBiz Derneği çatısında çalışmalarımızı sürdürüyoruz."



Selen Kocabaş

Mentoro Platformu Ortağı, MultinetUP Grubu, Akış GYO ve Simit Sarayı Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi, Yönetim Danışmanı, Fütüristler Derneği, YenidenBiz Derneği ve Yönetim Kurulunda Kadın Derneği (YKKD) Yönetim Kurulu Üyesi

"Yeni dijital dünyada karar mekanizmalarında çeşitlilik bulunması, geçmişe kıyasla çok daha elzem"

"Dünyada 7,4 milyar insan var. Her 100 kadına karşılık 102 erkek yaşıyor. Neredeyse yarı yarıya... Toplam iş hayatına katılmıya ise her 61 erkeğe karşılık, 39 kadına rastlıyoruz. Kariyer piramidinde yükselen her basamakta kadınların oranı hep daha az. Dünyanın en büyük 200 şirketinin yönetim kurulunda 85 erkeğe karşılık, sadece 15 kadın görüyoruz. Bu birkaç veri dahi konunun yalnızca bir kadın mücadelesi olmadığını gösteriyor.

Bugün içinde bulunduğumuz yeni dijital dünyada toplumun, şirketlerin uzun dönemli ve sağlıklı büyümeleri ve yaşamları için karar mekanizmalarında çeşitlilik bulunması, geçmişe kıyasla çok daha elzem. Ülkemizin kalkınmasında da çeşitlilik şart. İstihdamdaki kadın oranını arttırmak çok kritik. Erkek istihdamı genel hatları ile yüzde 70'in üzerindeyken kadınlarda bu oran yüzde 30'larda. Kadın istihdamını ve karar süreçlerindeki etkinliğini artıramadığımız sürece büyüme zor.

Okur-yazarlık ve ana hatlarıyla eğitimde mevcut durumumuz, hâlâ büyük bir ayıba işaret ediyor. Oysa kadınları hayata geldikten sonra her adımda; eğitimde, istihdamda, girişimcilikte, yönetimde desteklemek, sağlıklı nesiller yetiştirmek için kritik. İşte bu sebeple kadın konusu yalnızca kadını ilgilendirmiyor; söz konusu toplumsal kalkınma."



"Yönetim kurullarına kadın kotası getirilmeli"

Yönetim kurullarında kadın üyelerin sayısının artırılması için kota uygulanması gerektiğini vurgulayan Kocabaş, ortada bir talep sorunu olduğunu dile getiriyor: "Yönetim Kurulunda Kadın Derneği olarak görüyoruz ki şu anki Türkiye'de yönetim kurullarında kadın temsilinin temel problemi kadın arzı değil, yönetim kurullarına kadın yönetim kurulu üyesi talebinin azlığı."

Son yıllarda en hızlı yol kat eden ülke İngiltere. 2011'de yüzde 12 olan yönetim kurullarında kadın oranı 2016'da yüzde 29'a yükseldi. Türkiye'de toplam 2 bin 813 yönetim kurulu koltuğunun sadece yüzde 14,6'sı kadınlara ait. Bu koltukların yarısı da aile bireyi olan kadınlar. Ortada talep sorunu olduğu için belli bir süre, kadın sayısını artırmak amacıyla pozitif ayrımcılığı kota ile desteklemek kritik. Kota uygulayan Avrupa ülkelerinde gelişimi görüyoruz. Avrupa ülkeleri arasında Belçika, Fransa, Almanya, İtalya ve Norveç'te yönetim kurulunda en az yüzde 30 kadın kotası bulunuyor."

Kadın istihdamının artması için neler yapılabilir?

- Toplumsal cinsiyet eşitliği için mücadele eden kurum ve kuruluşların sayısı artmalı
- Çalışan annelere yönelik ücretsiz kreş, doğum raporu izni, süt izni gibi yan haklar güçlendirilmeli
- Evlilik ya da doğum sebebiyle işinden ayrılan ya da çalışma hayatına ara veren kadınlara yönelik destek ve teşvikler artırılmalı
- Ebeveynlik sorumlularının anne-baba arasında paylaşılabilirliği için çalışan babalara da yan haklar verilmeli
- Anne ve baba çalışanlar için esnek çalışma uygulamaları hayata geçirilmeli
- Yönetim kurullarında kadın sayısının artması için kota uygulanmalı
- Kayıt dışı sektörde çalışan kadınlar güvenceli istihdama kavuşturulmalı
- Eşit işe eşit ücret bilinci yaygınlaştırılmalı
- İşte ve sosyal yaşamda yalnızca kadınlarda değil, öncelikle ve hızla, erkekler arasında farkındalık oluşturulmalı
- Kadın girişimcilere sunulan destek ve teşvikler artırılmalı
- Kadınlara yönelik mesleki eğitim kursları yaygınlaştırılarak güçlendirilmeli
- Siyasi Partiler ve Seçim Yasaları değiştirilerek, kadınların yüzde 50 temsil edilmesine yönelik düzenlemeler getirilmeli



Ayrımcı dil değişiyor:
"İş adamı" gidiyor,
"iş insanı" geliyor

İş dünyası, ayrımcı bir ifade olan "iş adamı" söylemini geride bırakmak için dernek isimlerinde değişikliğe gidiyor. 1971'de kurulan Türk Sanayici ve İşadamları Derneği, Ocak 2018'de TÜSİAD markasını koruyarak, dernek ismini "Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği" olarak değiştirdi. TÜSİAD'ın ardından Kolejli İş Adamları Derneği (KİD), Bursa Sanayicileri ve İşadamları Derneği (BUSİAD), Bursa Genç Sanayici İşadamları ve Yöneticileri Derneği (GESİAD), Erzincan Genç İşadamları Derneği (EGİAD), Kemalpaşa Sanayici ve İş Adamları Derneği (KESİAD), Doğu Akdeniz Sanayici ve İşadamları Dernekleri Federasyonu (DASİFED) gibi birçok sivil toplum kuruluşu, isimlerinde yer alan "iş adamı" ibaresini kaldırarak "iş insanı" ifadesini kullanmaya başladı. 1986'da kurulan GYİAD da ismini, Eylül 2018'de, "Genç Yöneticileri ve İş İnsanları Derneği" olarak değiştirdi.