

TÜRKİYE'DE KADIN OLMAK

Cinsiyet Kavramını Kültürel Lens Aracılığıyla Anlamak



Bu çalışma, Türkiye'de kadın olmayı öncelikle cinsiyet kültürü daha sonra sosyal kültür perspektifinden süzerek ele alır. Birbirinden farklı kültürlerde kadın olmanın yansımalarına bakarak Türk kadınının ana tezahürünün peşine düşer. Bu anlamda pazarlama dünyasının Türkiye'deki cinsiyet rollerine ve kadın rollerine bakarken öncelikle nelere önem vermesi gerektiğine ışık tutar.

Metodoloji - CURATION



NE: Ipsos'un lokal ve global tüm kaynakları, araştırma, anket, trend analizleri incelendi. Demografik ve kamuya açık olan araştırmalar, istatistikler, trendler ve vaka çalışmalarından gelen girdiler ile birleştirildi.



NASIL: Ipsos Türkiye'nin kalitatif, sosyal araştırmalar ve sosyal dinleme ekiplerinin uzmanlıkları ve iş birliği ile sentezlendi.

Cinsiyet sosyolojisi konusunda uzman akademisyenler ile derinlemesi görüşmeler gerçekleştirildi.



NE İÇİN: Ve Türkiye'de kadın olmanın anlamını kültürel ve sosyal açıdan etki alanı Kurasyon yöntemi kullanılarak gözler önüne serildi.

94.4%

Okuryazar Kadın Oranı



38.5%

İşgücüne katılabilen kadın oranı

Daha fazla bilgi almak için bizimle iletişime geçebilirsiniz:

gulbin.ozal@ipsos.com / seyma.kuroglu@ipsos.com

İstatistiklerle Kadın - 2021, TÜİK



TÜRKİYE'DE KADIN OLMAK

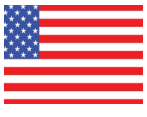
Cinsiyet Kavramını Kültürel Lens Aracılığıyla Anlamak

Being Woman



Herkes toplumsal cinsiyet eşitliğinin ve güçlendirilmesinin önemini kabul etse de, toplumsal cinsiyetin gerçekleşmesine giden yol her kültürde farklıdır.

İçerik



Türkiye, Amerika, Fransa ve Çin olmak üzere 4 ülkenin kadınlarının durumu, temsili arasındaki kültürel nüans ve farklılıkları gözler önüne seren ve karşılaştırmalı ilerleyen bir kapsam.

Kadınlar ne istiyor?

Markalar kadınlarla nasıl ilişki kuracaklar?



Dizin

- 1 Bugün Türkiye'de Kadın Olmak: Gelişmeler ve Gerilemeler
- 2 Cinsiyet Savaşı: ÖZGÜRLÜK, EŞİTLİK ve TÜRKİYE'DE HAYATTA KALMAK
- 3 Kadınlarla Bağlantı Kurmak: Cinsiyet Stratejilerinin NE (içeriği) & NASIL' I (etkinleştirilmesi)
- 4 Toplumsal cinsiyet eşitliğinin güçlendirilmesini hızlandırmak: Gelişen Toplumsal Cinsiyet Varlığı
- 5 Cinsiyet Merceğinden Güzellik

İçerik

Being Woman Turkey Report/Rapor dili ingilizcedir.

Bütçe

40.000 TL + KDV

Daha fazla bilgi almak için bizimle iletişime geçebilirsiniz:

gulbin.ozal@ipsos.com / seyma.kuroglu@ipsos.com

İstatistiklerle Kadın - 2021, TÜİK

