

Ana sayfa > Haberler > Şiddete maruz kalan her 10 kişiden 4'ü bunu kimseye söylemiyor



MalzemeDolu

Şiddete maruz kalan her 10 kişiden 4'ü bunu kimseye söylemiyor



4 Mart 2020 Marketing Türkiye

8 Mart Dünya Kadınlar Gününe yaklaşırken NG Araştırma şirketi kadınlar, erkekler ve toplumla ilgili bir kamuoyu araştırması yaptı. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar arasında her 10 kişiden 8'i ülkemizde kadın-erkek eşitliği olmadığını düşünüyor.

ANG Araştırma şirketinin gerçekleştirdiği araştırma Türkiye genelinde, 18 yaş üzeri, farklı sosyo ekonomik gruplardan 2257 kişinin katılımı ile online araştırma platformu üzerinde gerçekleştirildi. Araştırma sonuçlarına göre her 10 kişiden 8'i ülkemizde kadın-erkek eşitliği olmadığını düşünürken, her 5 kadından 1'i eşi veya sevgilisi tarafından hayatında en az bir defa fiziksel şiddete uğradığını belirtiyor. Katılımcıların yüzde 71'i ev işlerinde sorumluluğun paylaşılması gerektiğini düşünüyor ve para kazanmanın ortak bir sorumluluk olduğunu söylüyor.

Ev işleri paylaşılmalı

Katılımcıların yüzde 71'i ev işlerinde sorumluluğun paylaşılması gerektiğini düşünüyor. yüzde 27'si ise sorumluluğun kadına ait olduğunu belirtirken, erkeklerin sorumlu olduğunu belirtenlerin oranı sadece yüzde 2.

Para kazanmak ortak bir sorumluluk

Katılımcıların yüzde 65'i para kazanmanın ortak sorumluluk olması gerektiğini belirtirken, yüzde 35'i ise bu sorumluluğun erkeğe ait olduğunu ifade ediyor. Konuya derinlemesine baktığımızda 18-24 yaş arasındaki katılımcıların yüzde 75'i para kazanmanın ortak sorumluluk olması gerektiğini belirterek gelecek yıllarda bu konuya bakışın daha da değişeceğini işaretini veriyor. Hayatın müşterek olduğuna yeni nesil herkesten daha çok inanıyor.

Araştırmaya katılanların sadece yüzde 2'si cinsiyet eşitliği olduğunu düşünüyor

Araştırmaya katılan her 10 kişiden 8'i ülkemizde kadın-erkek eşitliği olmadığını düşünürken, 2'si ise eşit olduklarını düşünüyor. Sadece kadın katılımcıların cevaplarına göre, katılımcıların yüzde 71'i ev işlerinde sorumluluğun paylaşılması gerektiğini düşünüyor ve para kazanmanın ortak bir sorumluluk olduğunu söylüyor.

GÜNCEL HABERLER

Türkiye'de TikTok için içerik üreten ilk ajans H2O...



Birleşmiş Milletler marka ve medya sahiplerini görev...



Karantina günlerinden D vitamini sesleniş!



Koronavirüsten sonra ticaret hayatında neler değişecek?



HEPSİNİ GÖR >



baktığımızda eşitlik olmadığını düşünenlerin oranı neredeyse her 10 kişiden 9'u.

Her 5 kadından 1'i şiddete uğruyor

Araştırmaya katılan her 5 kadından 1'i eşi veya sevgilisi tarafından hayatında en az bir defa fiziksel şiddete uğradığını söyledi. Erkeklerdeki oran kadınların yaklaşık 3'te 1'i kadar.

Fiziksel şiddete maruz kalan katılımcılara yaşadığı durumu kısaca anlatmalarını istediğimizde en çok uygulanan fiziksel şiddetin tokat olduğunu görüyoruz. "Ve" kelimesinin oldukça sık kullanılması birden fazla şekilde şiddete maruz kaldığını da gösteriyor. Ayrıca araştırmanın bütününe bakıldığında fiziksel şiddetle beraber psikolojik şiddetin de oldukça sık uygulandığı ortaya çıkıyor.

Şiddete maruz kalan her 10 kişiden 4'ü bunu kimseye söylemiyor

Her 10 kişiden yaklaşık 4'ü ise anne, baba ve kardeşi gibi 1.dereceden akrabalarıyla bu durumu paylaşıyor. Aileden sonra en çok paylaşılanlar ise yakın arkadaşlar oluyor. Her 3 kişiden 1'i yakın arkadaşlarıyla bu durumu paylaşıyor. "Fiziksel şiddete maruz kalanların, bunu engellemek için neler yapabileceğini ve nerelerden destek alabileceğini biliyor musun?" sorusuna araştırmaya katılan her 4 kişiden 3'ü bildiğini belirtti. Bu oran kadınlarda, erkeklere göre biraz daha fazla. Diğer taraftan bu bilgiye sahip olanların oranı, fiziksel şiddete maruz kalmış kişilerde, şiddet görmemiş kişilere göre biraz daha az.

Psikolojik şiddet gördüğünü belirten kadınların oranı, erkeklerin 2 katı

Psikolojik şiddet farkına varılması zor olan ve kişinin suçlu, kendine güvensiz ve çaresiz hissetmesine neden olan bir şiddet türüdür. Psikolojik şiddete özellikle uzun süre maruz kalan kişilerde stres bozukluğu, bağımlılık ve depresyon gibi etkileri çok uzun seneler devam eden durumlar ortaya çıkabilir. İnsanın ruhsal sağlığını tehlikeye atan psikolojik şiddet, araştırmada çıkan sonuçlara göre fiziksel şiddetten daha fazla uygulanıyor. Her 3 kişiden 1'i hayatında en az bir defa psikolojik şiddete maruz kaldığını belirtti. Psikolojik şiddet gördüğünü belirten kadınların oranı, erkeklerin 2 katı.

Psikolojik şiddete uğrayanların yüzde 10'u bunun farkında değil

Araştırmanın ortaya çıkardığı bir diğer nokta insanların psikolojik şiddeti günlük yaşamlarında tanımlayamamaları. Psikolojik şiddete uğrayanların yüzde 10'u bunu tanımlayamadıkları için yaşadıklarının tam olarak farkında değiller.

Psikolojik şiddet gören kişilerin arasında en yaygın görülen durum, bu konuyu kimseye paylaşmamaları. Psikolojik şiddet gören her 10 kişiden 4'ü bundan kimseye bahsetmezken yaklaşık olarak 4 kişi de yakın arkadaşlarıyla paylaşıyor. Yaklaşık olarak her 3 kişiden 1'i ise durumu ailesine anlatıyor. Devlet kurumlarına (polis, yargı gibi) konuyu iletme durumu her 25 kişiden 1'inde ve sivil toplum kuruluşlarına iletme de her 100 kişiden 1'inde görülüyor.

Her 10 kişiden 6'sı psikolojik şiddeti nasıl engelleyeceğini ve nereden yardım alacağını bilmiyor

Fiziksel şiddete oranla daha çok psikolojik şiddete maruz kalınmasına rağmen, nasıl bir çözüm bulunacağı ve neler yapılabileceği hakkında daha az bilgiye sahip olduğumuz görülüyor. Şiddet gördün mü yaklaşımı yerine şiddet uyguladın mı dediğimizde ortaya çıkan tablo daha farklı oluyor. Kadınların yüzde 20'si eşinden veya sevgilisinden hayatında en az bir defa fiziksel şiddet gördüğünü belirtirken fiziksel şiddet uyguladığını belirten erkeklerin oranı yalnızca yüzde 9. Erkeklerin yüzde 6'sı eşinden veya sevgilisinden hayatında en az bir defa fiziksel şiddet gördüğünü belirtirken, fiziksel şiddet uyguladığını belirten kadınların oranı yüzde 8. Eşine veya sevgiline psikolojik şiddeti sen uyguluyor musun diye baktığımızda karşımıza yine ilginç bir tablo çıkıyor. Kadınların yüzde 43'ü hayatında en az bir defa psikolojik şiddet gördüğünü belirtirken, psikolojik şiddet uyguladığını belirten erkeklerin oranı yalnızca yüzde 16. Erkeklerin yüzde 22'si eşinden veya sevgilisinden hayatında en az bir defa psikolojik şiddet gördüğünü belirtirken, psikolojik şiddet uyguladığını belirten kadınların oranı yüzde 16.

Her 4 kişiden 3'ü daha fazla kadının iş hayatına katılması gerektiğini düşünüyor

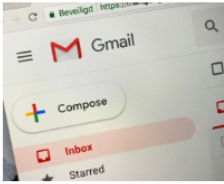
Yeterliğini düşünüyor

Günümüzde kadınların eğitim olanaklarının geçmişe oranla artması ve toplum yapısının değişmesi, iş hayatında yer alan kadınların sayısını ve oranını da arttırdı. Pek gelinen noktada iş hayatına katılan kadınların oranı yeterli görülüyor mu? Her 4 kişiden 3'ü daha fazla kadının iş hayatına katılması gerektiğini düşünüyor. Her 10 kişiden 1'i ise iş hayatına katılan kadınlarının sayısının azalmasını gerektiğini düşünüyor.

Çalışan kadınların yaşadığı en büyük zorluk ev işlerini de üstlenmeleri

Her 20 kişiden 9'una göre kadınların iş hayatında yaşadığı en büyük zorluk iş yerindeki temponun yanı sıra ev işlerinin de sorumluluğunu üstlenmesi. Her 20 kişiden yaklaşık 4'ü ise iş hayatında kadınların fiziksel tacize maruz kalmalarını 2. en önemli sorun olduğunu belirtti. 3. sırada gelen sorun ise her 20 kişiden 2'sinin belirttiği, erkeklere göre daha fazla psikolojik şiddet görmeleri oldu. Hem erkekler hem de kadınlar bu sorunların sıralamasında hemfikir oldu.

İLGİLİ HABERLER



Google alışveriş reklamları artık Gmail'de de

4 Mart 2020 haftasından itibaren Google Alışveriş Reklamları artık Gmail'de de görülmeye başlayacak. Bu yeni reklam model sayesinde...



Türkiye Uyku Alışkanlıkları Araştırması

Yataş Bedding, bu yıl 13 Mart'ta kutlanacak olan Dünya Uyku Günü vesilesiyle yaptığı "Türkiye Uyku Araştırması" ile Türkiye'nin uyku...



Tesco tüm cilt renklerine uyumlu ilk vara

Geçtiğimiz yıl boyunca güzellik sektöründeki fondöten ve kapatıcı gibi cilt ürünlerindeki tekdüzelüğün çözümlenmesinin gündemde olmasının...

DUNYA UYGARLIKLARI
10 KİTAP
200TL YERİNE **49TL**



Marketing Türkiye New Step'te bugün saat 15:00'da...





15.04.2020 Marketing Türkiye

Marketing Türkiye web sitesinden ve sosyal medya hesapları üzerinden canlı olarak yayınlanan Marketing Türkiye New Step'in bugünkü konuğu İstanbul Barosu Bilişim Hukuku Merkezi Kurucusu Gökhan Ahi olacak. Saat 15:00'da yayınlanacak programda Gökhan Ahi ile koronavirüs sürecinin adalet sistemine etkileri konuşulacak. Bu kapsamda ne tür tedbirler alındığı ve alınan tedbirlerle salgın döneminin yürütülmesinin mümkün olup olmadığı tartışmaya açılacak. Ayrıca işverenlerin salgın döneminde hukuksal olarak nelere dikkat etmesi gerektiği konuşulacak.

Koronavirüs pandemisi iş dünyasında tüm paradigmalarını değiştirirken evden çalışmak da sürecin dayattığı bir "yeni normal"e dönüştü. Ve elbette fiziki etkinliklerin bilinmez tarihlere ertelendiği bu yeni normal, dijital buluşmaların önemini de hiç olmadığı kadar artırdı. Zira böylesi puslu bir havada geleceği öngörmek her zamankinden daha hayati bir önem taşıyor. Ancak belki bunun kadar önemli olan bir başka konu da kiminin "kaos" kiminin ise "kriz" olarak nitelendirdiği bu süreci doğru tahlil edip gelecek stratejilerini bu gerçekler üzerine kurgulamak.

Marketing Türkiye New Step serisi her şeyin an bazlı değiştiği bir dünyada değişen tüketici davranışlarını hem yakalamak ve hem de yanıtlamak bir ihtiyaç haline geldi. Marketing Türkiye New Step artık Next Step'in bittiği, New Step'in başladığı günümüzde yepyeni konulara değinecek. Her hafta farklı konu ve alanının önde gelen konuklarıyla Marketing Türkiye web sitesi ve sosyal medya hesaplarından katılımcılarla bir araya gelecek olan Marketing Türkiye New Step dijital dönüşümden yapay zekaya, medya sektöründen e-ticarete kadar pek çok konuda vizyon yaratan oturumlara ev sahipliği yapacak.

tarihlere ertelendiği bu yeni normal, dijital buluşmaların önemini de hiç olmadığı kadar artırdı. Zira böylesi puslu bir havada geleceği öngörmek her zamankinden daha hayati bir önem taşıyor. Ancak belki bunun kadar önemli olan bir başka konu da kiminin "kaos" kiminin ise "kriz" olarak nitelendirdiği bu süreci doğru tahlil edip gelecek stratejilerini bu gerçekler üzerine kurgulamak.

Marketing Türkiye New Step serisi her şeyin an bazlı değiştiği bir dünyada değişen tüketici davranışlarını hem yakalamak ve hem de yanıtlamak bir ihtiyaç haline geldi. Marketing Türkiye New Step artık Next Step'in bittiği, New Step'in başladığı günümüzde yepyeni konulara değinecek. Her hafta farklı konu ve alanının önde gelen konuklarıyla Marketing Türkiye web sitesi ve sosyal medya hesaplarından katılımcılarla bir araya gelecek olan Marketing Türkiye New Step dijital dönüşümden yapay zekaya, medya sektöründen e-ticarete kadar pek çok konuda vizyon yaratan oturumlara ev sahipliği yapacak.

tarihlere ertelendiği bu yeni normal, dijital buluşmaların önemini de hiç olmadığı kadar artırdı. Zira böylesi puslu bir havada geleceği öngörmek her zamankinden daha hayati bir önem taşıyor. Ancak belki bunun kadar önemli olan bir başka konu da kiminin "kaos" kiminin ise "kriz" olarak nitelendirdiği bu süreci doğru tahlil edip gelecek stratejilerini bu gerçekler üzerine kurgulamak.

Marketing Türkiye New Step serisi her şeyin an bazlı değiştiği bir dünyada değişen tüketici davranışlarını hem yakalamak ve hem de yanıtlamak bir ihtiyaç haline geldi. Marketing Türkiye New Step artık Next Step'in bittiği, New Step'in başladığı günümüzde yepyeni konulara değinecek. Her hafta farklı konu ve alanının önde gelen konuklarıyla Marketing Türkiye web sitesi ve sosyal medya hesaplarından katılımcılarla bir araya gelecek olan Marketing Türkiye New Step dijital dönüşümden yapay zekaya, medya sektöründen e-ticarete kadar pek çok konuda vizyon yaratan oturumlara ev sahipliği yapacak.

tarihlere ertelendiği bu yeni normal, dijital buluşmaların önemini de hiç olmadığı kadar artırdı. Zira böylesi puslu bir havada geleceği öngörmek her zamankinden daha hayati bir önem taşıyor. Ancak belki bunun kadar önemli olan bir başka konu da kiminin "kaos" kiminin ise "kriz" olarak nitelendirdiği bu süreci doğru tahlil edip gelecek stratejilerini bu gerçekler üzerine kurgulamak.

Marketing Türkiye New Step serisi her şeyin an bazlı değiştiği bir dünyada değişen tüketici davranışlarını hem yakalamak ve hem de yanıtlamak bir ihtiyaç haline geldi. Marketing Türkiye New Step artık Next Step'in bittiği, New Step'in başladığı günümüzde

yepyeni konulara değinecek. Her hafta farklı konu ve alanının önde gelen konuklarıyla Marketing Türkiye web sitesi ve sosyal medya hesaplarından katılımcılarla bir araya gelecek olan Marketing Türkiye New Step dijital dönüşümden yapay zekaya, medya sektöründen e-ticarete kadar pek çok konuda vizyon yaratan oturumlara ev sahipliği yapacak.

tarihlere ertelendiği bu yeni normal, dijital buluşmaların önemini de hiç olmadığı kadar artırdı. Zira böylesi puslu bir havada geleceği öngörmek her zamankinden daha hayati bir önem taşıyor. Ancak belki bunun kadar önemli olan bir başka konu da kiminin "kaos" kiminin ise "kriz" olarak nitelendirdiği bu süreci doğru tahlil edip gelecek stratejilerini bu gerçekler üzerine kurgulamak.

Marketing Türkiye New Step serisi her şeyin an bazlı değiştiği bir dünyada değişen tüketici davranışlarını hem yakalamak ve hem de yanıtlamak bir ihtiyaç haline geldi. Marketing Türkiye New Step artık Next Step'in bittiği, New Step'in başladığı günümüzde yepyeni konulara değinecek. Her hafta farklı konu ve alanının önde gelen konuklarıyla Marketing Türkiye web sitesi ve sosyal medya hesaplarından katılımcılarla bir araya gelecek olan Marketing Türkiye New Step dijital dönüşümden yapay zekaya, medya sektöründen e-ticarete kadar pek çok konuda vizyon yaratan oturumlara ev sahipliği yapacak.

tarihlere ertelendiği bu yeni normal, dijital buluşmaların önemini de hiç olmadığı kadar artırdı. Zira böylesi puslu bir havada geleceği öngörmek her zamankinden daha hayati bir önem taşıyor. Ancak belki bunun kadar önemli olan bir başka konu da kiminin "kaos" kiminin ise "kriz" olarak nitelendirdiği bu süreci doğru tahlil edip gelecek stratejilerini bu gerçekler üzerine kurgulamak.

Marketing Türkiye New Step serisi her şeyin an bazlı değiştiği bir dünyada değişen tüketici davranışlarını hem yakalamak ve hem de yanıtlamak bir ihtiyaç haline geldi. Marketing Türkiye New Step artık Next Step'in bittiği, New Step'in başladığı günümüzde yepyeni konulara değinecek. Her hafta farklı konu ve alanının önde gelen konuklarıyla Marketing Türkiye web sitesi ve sosyal medya hesaplarından katılımcılarla bir araya gelecek olan Marketing Türkiye New Step dijital dönüşümden yapay zekaya, medya sektöründen e-ticarete kadar pek çok konuda vizyon yaratan oturumlara ev sahipliği yapacak.

tarihlere ertelendiği bu yeni normal, dijital buluşmaların önemini de hiç olmadığı kadar artırdı. Zira böylesi puslu bir havada geleceği öngörmek her zamankinden daha hayati bir önem taşıyor. Ancak belki bunun kadar önemli olan bir başka konu da kiminin "kaos" kiminin ise "kriz" olarak nitelendirdiği bu süreci doğru tahlil edip gelecek stratejilerini bu gerçekler üzerine kurgulamak.

Marketing Türkiye New Step serisi her şeyin an bazlı değiştiği bir dünyada değişen tüketici davranışlarını hem yakalamak ve hem de yanıtlamak bir ihtiyaç haline geldi. Marketing Türkiye New Step artık Next Step'in bittiği, New Step'in başladığı günümüzde yepyeni konulara değinecek. Her hafta farklı konu ve alanının önde gelen konuklarıyla Marketing Türkiye web sitesi ve sosyal medya hesaplarından katılımcılarla bir araya gelecek olan Marketing Türkiye New Step dijital dönüşümden yapay zekaya, medya sektöründen e-ticarete kadar pek çok konuda vizyon yaratan oturumlara ev sahipliği yapacak.