**BASIN BÜLTENİ**

**Salgın döneminde 3 evli bireyden 1’i**

**evdeki işleri eşiyle paylaşıyor**

**Araştırmanın akıllı şehri CURIOCITY’nin Türkiye genelinde kantitatif mobil anket olarak gerçekleştirdiği “COVID-19 ile Evdeki Sınavımız” araştırması, 3 evli bireyden sadece 1’inin salgın döneminde evdeki işleri eşiyle paylaştığını gösterdi.**

Geleneksel araştırma yöntemlerini yeni nesil teknolojilerle harmanlayan “araştırmanın akıllı şehri” CURIOCITY Araştırma ve Danışmanlık Şirketi, iş ortağı Diyalog Araştırma ile birlikte, Türkiye'nin COVID-19’la sınavını anlamak için üçüncü araştırmasını tamamladı. Türkiye temsili, 81 ilde 18 yaş ve üzeri 1.876 evli bireyle mobil anket üzerinden gerçekleştirilen araştırmaya göre, salgın döneminde 3 evli bireyden 1’i evdeki işleri eşiyle paylaşıyor.

**Erkeklerin yüzde 39’u ev işi yapıyor**

“Salgın döneminde evdeki işlerde eşiniz ile iş bölümü yaptınız mı?” sorusu yöneltilen katılımcıların yüzde 34’ü iş bölümü yaptığını söylüyor. Araştırmaya göre 3 evli bireyden 1’i salgın döneminde evdeki işleri eşiyle paylaşıyor. Kadınların yüzde 30’u eşiyle iş bölümü yaptıklarını söylerken, erkeklerde bu oran %39’a çıkıyor. Erkeklerin yüzde 9’u evde yaptıklarını iş bölümü olarak sanıyor.

Sosyo ekonomik sınıf eşler arasında iş bölümü belirleyici olarak görülüyor. AB SES’te işleri paylaştıklarını söyleyenler yaklaşık 2 kişiden 1’i olurken, C SES’te evdeki iş paylaşımı yüzde 36. DE SES’te ise bu oran yüzde 28’e geriliyor.

**İş bölümü yapan erkekler sofra kurup toplamada yardımcı oluyor**

Araştırmaya göre, iş bölümü yaptıklarını söyleyenler içinde yüzde 62’lik bir oranla erkeklerin en çok sofra kurma ve toplamada eşlerine yardımcı olduğu görülüyor. Yüzde 40’lık oranda ise temizlik işlerinde yardımcı oluyorlar. Üç erkekten biri mutfakta yemek pişirirken, çamaşır ve ütü ise erkekler arasında daha az popüler işler arasında kalıyor.

**Sosyal hayatın yerini sosyal medya dolduruyor**

“Salgın nedeniyle gündelik hayatınızda neler değişti? Neleri eskiye göre daha fazla yapmaya başladınız?” sorusuna ise katılımcıların yüzde 48’i aileyle daha çok zaman geçirmek derken, yüzde 48’lik bir kesim sosyal medyada daha çok vakit geçirmeye başladığını söylüyor. Yüzde 38’lik bir kesim hijyene, yüzde 32 uykuya, yüzde 14’lük bir oran ise ibadete çok daha fazla zaman ayırıyor.

**Aynı çatı altında da kadınlar ve erkeklerin dünyaları farklı**

Kadınlar ve erkeklerin eskiye göre daha fazla yaptıklarında ayrışan konular göze çarpıyor. Kadınlar öncelikli temizlik ve sosyal izolasyonun ardından kitap, müzik ve ibadetle duygularını sakinleştiriyor. Erkekler ise öncelikle zamanlarını aileleriyle paylaşıyor, oyun ve bahçe ya da tadilat işleriyle enerjilerini atıyorlar.

Kadınlarda yüzde 51 temizlik, yüzde 25 kitap okuma, yüzde 21 müzik dinleme ve yüzde 17 maneviyata yönelme ile erkeklerden ayrışıyor. Erkeklerde ise yüzde 51 aileyle daha çok vakit geçirme, yüzde 14 bilgisayar/konsol oyunları ve yüzde 10 bahçe / tadilat işleri olarak kadınlardan ayrışma görülüyor.

**CURIO**CITY **hakkında**

Araştırma sektöründe 20 yılı aşkın deneyimi bulunan bir ekip tarafından kurulan **CURIO**CITY, geleneksel araştırma yöntemlerini dijitalleşmenin ve yeni ihtiyaçların gerektirdiği yeni araştırma teknolojileriyle harmanlıyor. Eski ve yeni arasında bir köprü kurma misyonuyla kapılarını açan “araştırmanın akıllı şehri” **CURIO**CITY'nin farklı semtlerinde, markaların farklı ihtiyaçlarına yönelik yaşam alanları oluşturulmuş bulunuyor. Mobil teknolojileri de kapsayan segmente çözümler, araştırma verenlerin aklındaki tüm soruları yanıtlarken **CURIO**CITY'nin kardeş şehir felsefesiyle gerçekleştirdiği global iş birlikleri dünyanın önde gelen araştırma kurumlarının sahip olduğu know-how'dan faydalanma imkânı sunuyor. [www.curiocity.com.tr](http://www.curiocity.com.tr/)