

AYDIN DOĞAN VAKFI
28. GENÇ İLETİŞİMCİLER YARIŞMASI

“YAZ KIZIM”

“KADINA ŞİDDETİ DURDURMAYA YÖNELİK İLETİŞİM KAMPANYASI”



HAZIRLAYAN: EMRE SARI

TC.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ

Proje Adı: YAZ KIZIM

PROJE ÖZETİ

Özgecan Arslan Anısına..

Şiddet; güç ve baskı uygulayarak insanların bedensel veya ruhsal açıdan zarar görmesine neden olan bireysel veya toplu hareketlerin tümü olarak tanımlanmaktadır. Toplumun çeşitli alanlarında (Sağlık, Spor, Eğitim vb) görülen şiddete en çok maruz kalanların başında ise kadınlar gelmektedir.

Kadına yönelik şiddet dendiğinde ilk akla gelen fiziksel şiddet yani dayak, yaralama ve cinayet olsa da şiddetin başka türleri de vardır. Bugün, fiziksel, duygusal/psikolojik, ekonomik, cinsel şiddet veya şiddet tehdidi yüzünden her kesimden milyonlarca kadın baskı altında yaşıyor, toplumsal hayata daha az katılıyor, zorla evlendiriliyor, sakat kalıyor veya öldürülüyor. Üstelik şiddet aile içinde gerçekleştiğinde etkisi de daha yıkıcı oluyor.

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü'nün 2009 yılında gerçekleştirdiği Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması'nda; Türkiye'de 100 kadından 42'si eşinden veya birlikte olduğu kişiden fiziksel veya cinsel şiddet görmektedir. kadincinayetleri.org sitesi tarafından hazırlanan medyaya yansıyan kadın cinayetlerinin" haritasına göre ise; Türkiye'de 2010 - 2015 arasında 1134 kadın öldürüldü. Ölen kadınların 493'ü kocası, 115'i erkek arkadaşı, 83'ü ise tanıdığı bir erkek tarafından öldürüldü.

Bu şiddet eğilimlerinin temelinde eğitim, ekonomi gibi bazı faktörler etkili olsa da en önemli eksikliği hukuksal alandaki yaptırımların yeterince caydırıcı olamamasıdır. Saygın tutum, tahrik indirimi gibi hukukta yeri olmayan ucu açık uygulamalar ile bireyler cinsel temelli şiddet suçlarını gün geçtikçe daha çok işlemektedirler.

Yaz Kızım projesi ile hukuksal eksikliklere dikkat çekerek, karar alıcıları ve yasa yapıcılara yönelik lobi faaliyeti yürütmeyi ve de baskı grubu oluşturarak kadına yönelik şiddet gösterenlere karşı cezai yaptırımların yasallaşmasını amaçlamaktayız. Özgecan Arslan Cinayeti sonrası yürütülen kampanyalar sonucunda failler en ağır cezayı almışlardır. Bizler ise yürüteceğimiz iletişim kampanyaları aracılığıyla suç işlendikten sonra değil suç işlenmeden önce caydırıcı kararlar alarak suç işlenmesinin önüne geçmeyi hedeflemekteyiz.

Proje uygulayıcısı olarak ise karar mekanizmalarına baskı grubu oluşturabilecek TC Barolar Birliği seçilmiştir. Projenin sembolü olarak mahkemelerde hakim tarafından karar aşamasında söylenen söz olan “Yaz Kızım” diyerek hitap edilen katibin kullandığı **daktilo** seçilmiştir.

Projenin başarılı bir iletişim kampanyası olarak sunulabilmesi için 4 aşamadan oluşacaktır. Bunlardan **araştırma** aşamasında şiddet kavramı, kadına şiddet ve türleri, şiddet ile ilgili hukuksal eksiklikler ele alınmıştır. **Planlama** aşamasında hedef kitlenin tespiti ve proje kapsamında hangi iletişim araçlarının kullanılacağı belirlenmiştir. **Uygulama** aşamasında ise iletiler belirlenen iletişim stratejileri kapsamında hedef kitleye ulaştırılacaktır. Değerlendirme bölümünde ise iletişim kampanyalarının değişim yaratmadaki etkisinin ne boyutta olduğu ölçümlenecektir.

PROJE LOGOSU



PROJE KÜNYESİ	
Proje Adı	YAZ KIZIM
Proje Amacı	Yaz Kızım projesi ile birlikte, kadına yönelik şiddetin en önemli nedenlerinden biri olarak görülen hukuksal eksikleri göz önüne sermek ve hukuksal açıdan kadınları koruyan, cezai yaptırımı yüksek olan yasaların çıkarılmasına ön ayak olmak.
Proje Süresi	1 YIL
Hedef Kitle	<u>Birincil Hedef Kitle:</u> • TBMM’de bulunan tüm siyasi partiler ve milletvekilleri • Anayasa Mahkemesi ve HSYK • Tüm Hukuk Fakülteleri Akademisyenleri <u>İkincil Hedef Kitle</u> • 35-55 yaş arası erkekler • 55 yaş ve üzeri erkekler olmak üzere tüm erkekler
Paydaşlar	T.C. Barolar Birliği Hukuk Fakülteleri Akademik Personelleri Twitter’ı Aktif Olarak Kullanan Tüm Üniversite Öğrencileri Yazılı ve Görsel Medya Kanaat Önderi Olarak Kabul Gören Sanatçılar Yerel Yönetimler
Uygulayıcı Kurum	T.C. Barolar Birliği
Bütçe	1.775.000 TL
Danışman	Ars. Gör. Banu Küçükşarap

İÇİNDEKİLER

1. DURUM ANALİZİ.....	5
• Kadına Yönelik Şiddetin Analizi.....	5
• Rakip Analizi (Dünyada Kadına Yönelik Şiddetin Boyutları).....	5
• Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddetin Analizi.....	6
• SWOT Analizi.....	7
• Birincil Veriler Işığında Araştırma.....	7
• Kurumun Konumlandırılması.....	11
2. PROBLEM TANIMI.....	11
3. HEDEF KİTLE.....	12
4. AMAÇ ve HEDEFLER.....	12
5. MEDYA VE TEKNİKLER.....	13
6. İLETİŞİM FAALİYETLERİ.....	13
7. ZAMANLAMA.....	27
8. BÜTÇELEME.....	28
9. ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME.....	28
10. YARARLANILAN KAYNAKLAR.....	29
11. ÖZGEÇMİŞ.....	29

1. DURUM ANALİZİ

1.1. Kadına Yönelik Şiddetin Analizi

İnsanlık tarihiyle birlikte ortaya çıkmış olan şiddet olgusu, birçok bireysel ve toplumsal öge ile birlikte karmaşık bir yapı ortaya koymaktadır. Kendini çok farklı biçimlerde gösterebilen şiddet olgusu, günümüzde gerek bireysel ve gerekse toplumsal boyutta sık sık karşılaşılabileceğimiz bir olgudur.

Fransızca’da şiddet (violence) bir kişiye güç veya baskı uygulayarak; istediği bir şey yapmak ya da yaptırmak şeklinde tanımlanmaktadır.

Kadına yönelik şiddet; Birleşmiş Milletler (BM) Genel Meclisi tarafından “*cinsiyete dayalı olarak gerçekleşen, kadınlarda, fiziksel, cinsel, psikolojik, herhangi bir zarar ve üzüntü sonucunu doğuran veya bu sonucu doğurmaya yönelik özel veya kamu yaşamında gerçekleşebilen her türlü davranış, tehdit, baskı veya özgürlüğün keyfi olarak engellenmesi*” şeklinde tanımlanmıştır.

Kadına yönelik şiddet fiziksel, cinsel, duygusal (psikolojik), sözel, ekonomik olmak üzere 5 türden oluşmaktadır.

1.2. Dünyada Kadına Yönelik Şiddetin Boyutları

- Dünya üzerinde tüm kadınlar ülke, etnik köken, sınıf, din, ekonomik ve sosyal statü gözetmeksizin, toplumsal cinsiyete dayalı şiddete maruz kalma riski ile karşı karşıyadır.
- Dünya Sağlık Örgütü’nün 2013 yılında yayımladığı rapora göre yaklaşık her üç kadından biri fiziksel veya cinsel şiddete maruz kalmaktadır.
- ABD’de her yıl 2-4 milyon kadın partnerlerinden şiddet görmekte; bunlardan 2000-4000 arası kadınsa maruz kaldığı şiddete bağlı olan yaralanmalar sonucu hayatını kaybetmektedir.
- Kanada’da 2001 yılında polise intikal eden şiddet suçlarının 1/4’ü kadına yönelik şiddet içermektedir; bunun da 2/3’ünün eş veya önceki eş tarafından uygulandığı saptanmıştır.
- Kenya’da yapılan bir araştırmada kadınların % 42’si kocaları tarafından düzenli olarak dövüldüklerini söylemiştir.

1.3. Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddetin Analizi

- Küresel olarak önemini koruyan kadına yönelik şiddet, Türkiye’nin de önemli sosyal sorunlarından biridir.
- Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü’nün 2009 yılında gerçekleştirdiği Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması’nda; Türkiye’de 100 kadından 42’si eşinden veya birlikte olduğu kişiden fiziksel veya cinsel şiddet görmektedir.
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı bünyesindeki Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, 2009 yılında yayınladığı “Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması”nda, kadınların şiddete maruz kalma oranlarını fiziksel şiddet için % 39, cinsel şiddet için % 15, duygusal şiddet için % 44 ve ekonomik şiddet için ise % 23 olarak bildirilmiştir.
- kadincinayetleri.org sitesi 2010-2015 yılları arasını baz alarak hazırladığı "Medyaya yansıyan kadın cinayetlerinin" haritasına göre Haritaya göre; Türkiye’de 2010 - 2015 arasında 1134 kadın öldürüldü. Ölen kadınların 493’ü kocası, 115’i erkek arkadaşı, 83’ü ise tanıdığı bir erkek tarafından öldürüldü. Haritaya göre; 5 yıllık sürede en çok kadın cinayeti sırasıyla İstanbul, İzmir, Ankara, Adana ve Gaziantep’te işlendi.
- Washington Post gazetesinde yayınlanan 26 ülkede yapılan ‘aile içi şiddet’ araştırmasının sonuçlarına göre; Türkiye, ‘kadına yönelik şiddetin hoş görüldüğü ülkeler’ sıralamasında, Afrika ülkelerinin hemen ardından gelmektedir.
- Dünya’da 1970’lerden itibaren önem kazanan şiddet sorunu ülkemizde 1980’lerin ortalarından itibaren tartışılmaya başlanmıştır. 17 Mayıs 1987’deki “Dayağa Hayır” yürüyüşü kadınların şiddete karşı ilk toplu tepkileri olmuştur.
- 1987’de “kadının sırtını sopasız, karnını sıpasız bırakmamak gerek” atasözüne atıfla eşinden dayak yiyen hamile bir kadının açtığı boşanma davasını reddeden Çankırı’da bir yargıca kadınların açtıkları manevi tazminat davasından bugüne hareketin itici gücü kadınların aile içi şiddete isyanı olmuştur.
- Ulusal düzeyde bakıldığında, kadına yönelik şiddet ve aile içi şiddetin önlenmesi amacıyla yürürlüğe giren ilk kanun, 4320 sayılı Ailenin Korunması Hakkındaki Kanun olmuş, böylece aile içi şiddet sorunu çeşitli tedbirler ve hükümler çerçevesinde önlenmeye çalışılmıştır. “Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun” 08.03.2012 tarihinde bütün partilerin oylarıyla kabul edilerek 20.04.2012 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanunun amacı; “Şiddete uğrayan veya şiddete uğrama tehlikesi bulunan kadınların, çocukların aile bireylerinin ve tek taraflı ısrarlı takip mağduru olan kişilerin korunması ve bu kişilere yönelik şiddetin önlenmesi amacıyla alınacak tedbirlere ilişkin usul ve esasları düzenlemektedir”.

1.4. SWOT Analizi

Güçlü Yönler

Yapılacak yasal düzenlemelerle kadına yönelik şiddetin azaltılabilir bir sorun olması

Birçok sanatçının, kanaat önderinin bu tarz sorunlara karşı yürütülen faaliyetlere destek vermesi

Zayıf Yönler

Yasal Eksiklikler (Saygın Tutum, Tahrik İndirimi vb.).

Siyasilerin kadının değerini düşürmeye yönelik negatif söylemleri

Eğitim ve Ekonomik seviyenin düşük olması

Yeterli iletişim faaliyetinin yürütülmemiş olması

Fırsatlar

Gelişen bilgi teknolojileri ile beraber sosyal medya kullanımının yaygın olması. Dolayısıyla iletilecek mesajların hedef kitleye daha kolay ulaşacak olması.

Çözülmesi durumunda önemli bir toplumsal problemi ortadan kaldırarak olması

Tehditler

Toplumun ataerkil yapısına bağlı olarak yıllarca kabul görmüş ve kalıplaşmış yargılar, deyimler, atasözlerinin olması

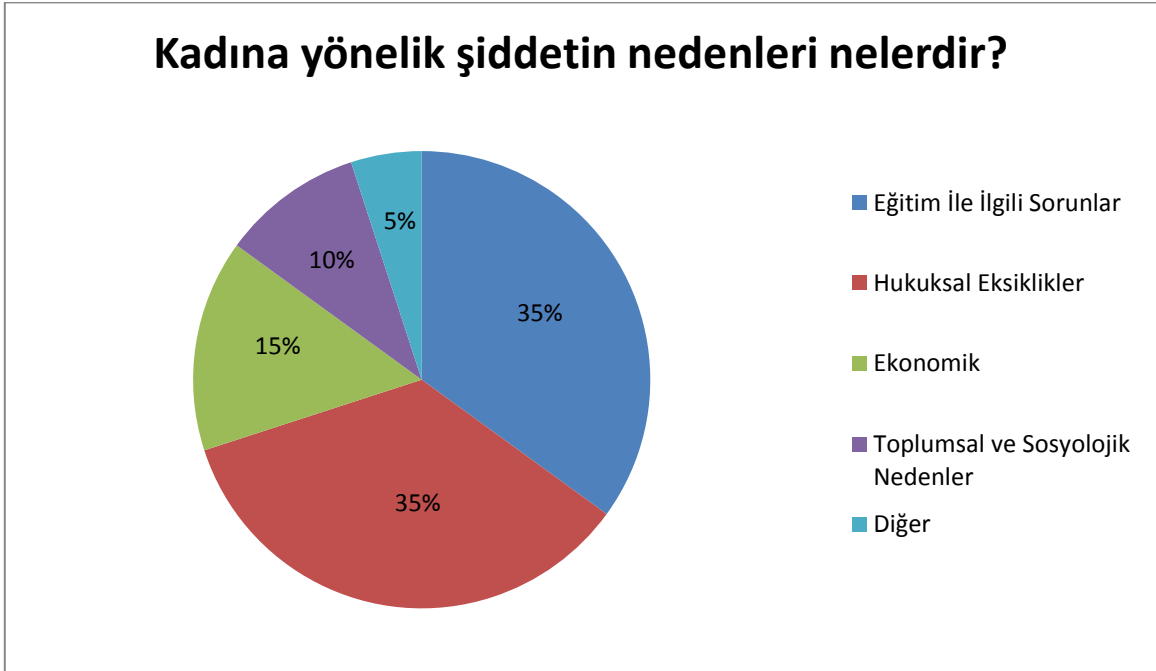
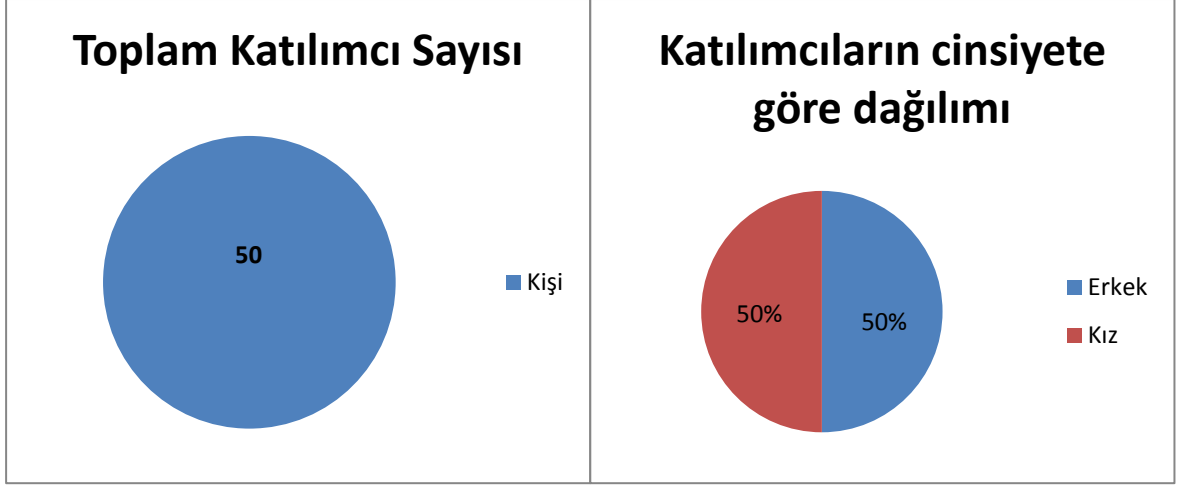
- Ülkemizde yüzyıllar boyunca, erkeğin eşini ya da kızını dövmesi, erkeğin hakkı ve hatta ‘görevi’ olarak kabul edilmiş, ”kızını dövmeyen dizini döver” yaklaşımı ile adeta desteklenmiştir.
- “Kadının sırtını sopasız, karnını sıpasız bırakmamak gerek”

Medyada kadının olumsuz yönde sunumu

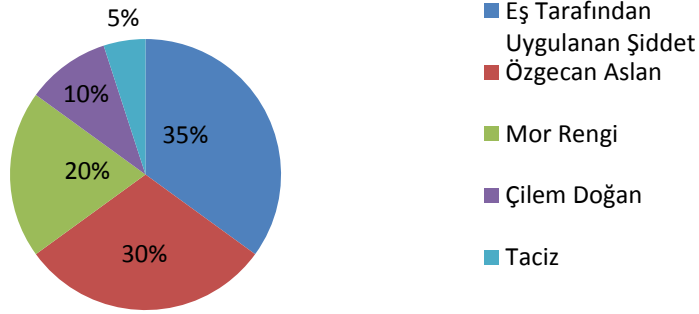
Diziler başta olmak üzere Tv programlarında şiddet sahnelerinin toplumda şiddeti körüklemesi ve yaşamın doğal bir parçasıymış gibi algılanmasına neden olması.

1.5. Birincil Veriler Işığında Araştırma

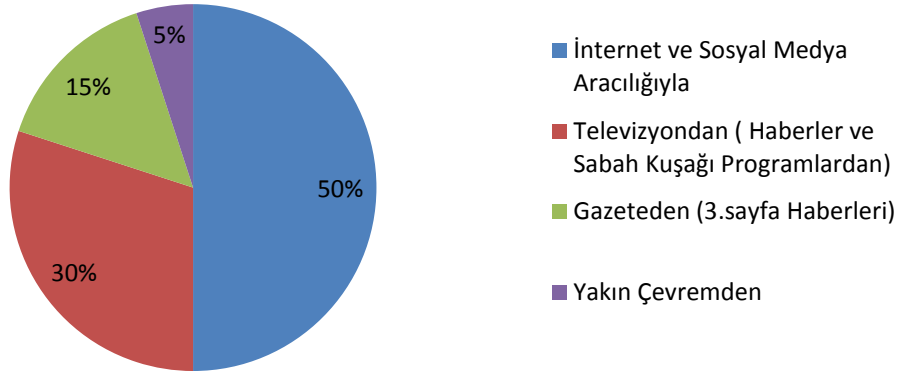
Projeye ışık tutacak, sorunu tespit etmeye yönelik ve etkili iletişim geliştirmek amacıyla Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünden 1 Mayıs-1 Haziran 2016 tarihlerinde 100 öğrenci ile yüz yüze ve çevrimiçi anket çalışması yapılmıştır. Bulgular ise şu şekildedir;



Kadına Yönelik Şiddet Denilince Aklınıza Gelen İlk 5 Şey Nedir?



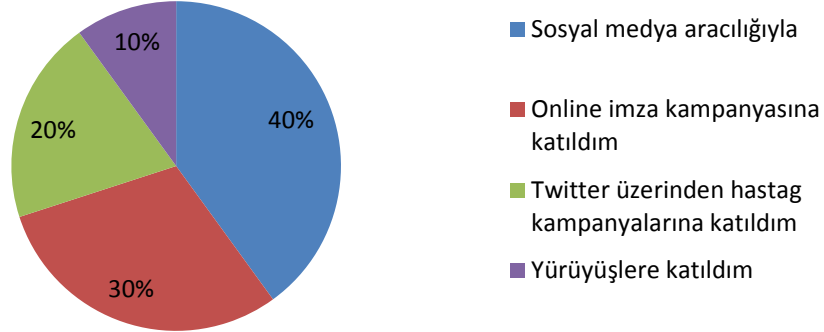
Kadına Yönelik Şiddet İle İlgili Bilgilere Nereden Ulaşırsınız?



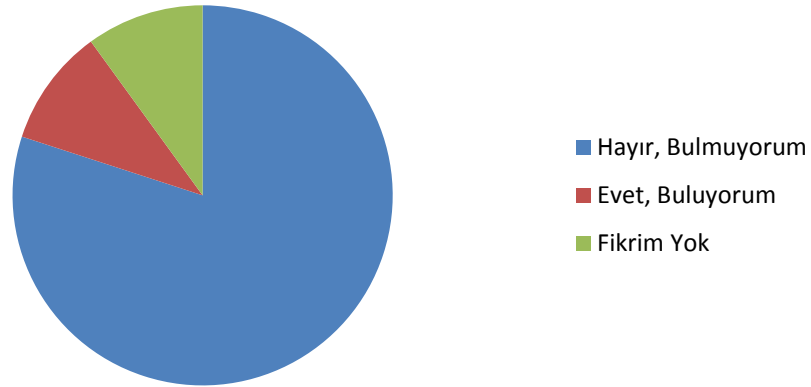
Daha Önce Kadına Yönelik Şiddete Karşı Tepki Verdiniz mi?



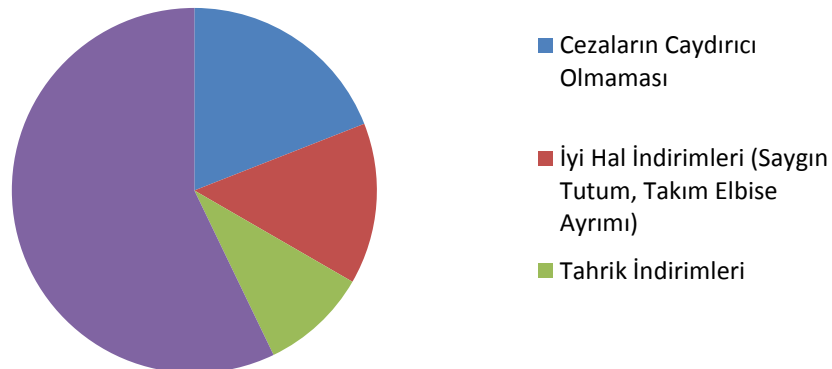
Kadına Yönelik Şiddete Karşı Hangi Tür Tepkileri Verdiniz?



Kadına Yönelik Şiddete Yönelik Hukuki Düzenlemeleri Yeterli Buluyor Musunuz?



Kadına Yönelik Şiddete Yönelik Hukuksal Eksiklikler Sizce Nelerdir?



1.6. Kurumun Konumlandırılması (TC. Barolar Birliği)

Türkiye Barolar Birliği, bütün baroların katılımıyla oluşan, kamu kurumu niteliğinde, tüzel kişiliği haiz bir üst meslek kuruluşudur. Birlik, avukatlık mesleğinin hak ettiği yere ulaşması için baroların ve baro mensuplarının, uzun yıllar özveriyle sürdürdükleri çalışmalar sonucunda, Türk hukuk sistemi içinde bugünkü yerini almıştır.

Türkiye Barolar Birliği, yasaların bir meslek kuruluşu olarak kendisine yüklediği görevlerinin yanında, toplumun hukuki sorunlarıyla ilgili görüş ve önerileriyle de Türk hukuk sisteminin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bünyesinde oluşturduğu alt komisyonlarda; yasal düzenlemelerle ilgili çalışma yapmakta, özellikle demokrasi ve insan hakları adına uygulamada ortaya çıkan aksamalara karşı sorumluluk bilinciyle etkin bir biçimde mücadele vermektedir.

Baroların güçlendirilmesi ve savunma mesleğinin gelişmesi için özveriyle çalışan Türkiye Barolar Birliği, uluslararası platformda Türkiye'nin hukuki gelişmeleri yakından izleyebilmesi ve yapılan etkinliklerde yer alması amacıyla da faaliyet göstermektedir. Türkiye Barolar Birliği, giderek daha ayrıntılı ve etkili hale getirmeğe özen gösterdiği çalışmalarını, ulusal ve uluslararası paneller, seminerler ve kurultaylar aracılığıyla Türk ve yabancı hukuk dünyasına duyurmaktadır.

TARİHÇE

Türkiye Barolar Birliği'nin kurulması ilk kez Ocak 1934'te İzmir'de düzenlenen Türkiye Avukatlar Kongresi'nde gündeme getirilmiş ve 5 gün süren toplantıya katılan baro temsilcileri, "Türkiye Avukatlar Birliği"nin kurulmasını kararlaştırmışlardır. Ancak, alınan bu karara rağmen, 27 Haziran 1938'de kabul edilerek 1 Aralık 1938'de yürürlüğe giren ve günün koşullarına göre pek çok ileri yeni hüküm içeren 3499 sayılı Avukatlık Kanunu'nda Barolar Birliğine yer verilmemiştir.

Daha sonraki yıllarda toplanan baro temsilcilerinin, (1957'de Ankara'da ve 1958'de İzmir'de), Türkiye Barolar Birliği'nin kurulmasının gerekliliği konusunda tam bir görüş birliğine vararak bu amaçla başlattıkları ön çalışmalar sonunda, 16 Mayıs 1963'te hazırlığı tamamlanarak 7 Temmuz 1969 tarihinde yürürlüğe giren 1136 sayılı Avukatlık Kanunu ile "Türkiye Barolar Birliği"nin kurulması yasal olarak da kabul edilmiştir.

2. PROBLEM TANIMI

Kadına yönelik şiddetin gün geçtikçe daha korkutucu boyutlara ulaşmaktadır. Bu durumda en önemli eksiklik ise kadınları koruyacak yeterli yasal düzenlemelerin olmaması ve suç işleyen bireylerin yeterli cezai yaptırımları almamasıdır. Aynı zamanda bu bireylerin hukukta yeri olmayan "tahrik indirimi, iyi hal, saygın tutum vb." unsurlar ile cezalarında indirimle gidilmesi, hatta ceza almamaları önemli bir sorun oluşturmaktadır. Bu konuda yasal düzenlemeler yapacak siyasi mercileri toplumsal baskı oluşturarak yeterince etkileyememek de iletişimsel bir eksikliktir.

3. HEDEF KİTLE

Kadına yönelik şiddet gösteren bireylere karşı gerekli yasal düzenlemeleri yapacak olan kurumlar olan; Birincil Hedef Kitle

Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)

Mecliste Temsil Edilen Tüm Siyasi Partiler

Anayasa Komisyonları

Anayasa Mahkemesi ile Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu (HSYK)

Kadına yönelik en çok şiddet gösteren yaş grubu olan; İkincil Hedef Kitle

35-55 yaş grubu erkekler

55 yaş üzeri erkekler olmak üzere tüm erkekler

4. AMAÇ ve HEDEFLER

Amaç:

İşin özünde eğitim ile uzun vadede çözülmesi gereken kadına yönelik şiddeti, kısa ve orta vadede en aza indirgeyebilmek için suç işleyenler bireylere yönelik cezai yaptırımları arttıran ve kadınları koruyan yasaların çıkartılmasını sağlamak ve bireylerin farkındalık düzeyini geliştirmek projenin temel amacıdır.

Hedefler:

Kampanya başlangıcını takip eden bir yıllık süreç içinde,

- www. yazkizim.com.tr web sitesini kurmak ve oluşturulan içeriklerle hedef kitle ile interaktif bir ortam yaratmak.
- Yaz KIZIM isimli sosyal medya (Facebook, Twitter, Instagram) resmi hesapları kurarak çevrimiçi ortamlarda yer almak. Bu hesapları aktif bir şekilde kullanarak genç ve yetişkin gruplarla etkileşim sağlamak
- Yaz Kızım projesinin tüm hedef kitle gruplarına ulaşmasını sağlamak.
- Kampanya süresince yazılı, görsel ve işitsel medyada yer alma oranını maksimum düzeyde artırmak.
- Ünlülerin de kampanyaya katılımını sağlayarak projenin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak
- Tüm bunların sonunda kamuoyu baskısı oluşturarak yasa yapıcı mercileri etkilemek ve kadına yönelik şiddete yol açan hukuksal eksiklikleri ortadan kaldırmalarını ve kadınları koruyucu yasalar yapmalarını sağlamaktır.

5. MEDYA VE TEKNİKLER

Medya ve teknikler hedef kitleye ulaşılması noktasında büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda hedef kitlemize ve stratejimize en uygun medya ve teknikler seçilmiştir.

Geleneksel Medya

Televizyon, sinema

Dijital Medya

Web sitesi, sosyal medya (Facebook, Twitter,)

Açık Hava Uygulamaları

Billboardlar, yapıştırmalar, otobüs durağı reklamları

6. İLETİŞİM FAALİYETLERİ

6.1. Açık hava Reklamı ve Billboard Uygulamaları (1)

Amaç: Gerek işe, gerek okula giden bireyler günün belli bir saatini trafikte geçirmektedir. Dolayısıyla bir çok açık hava reklamına maruz kalmakta ve de etkilenmektedirler. Açık hava uygulaması ile projeye merak uyandırmak amaçlanmaktadır.

Uygulama: Trafiğin yoğun olduğu destinasyonlarda ve şehir merkezlerinde yer alan tüm billboardlara 2 hafta süre ile proje hakkında bilgi vermeden merak uyandırmak amacıyla sadece YAZ KIZIM yazısı yazılacaktır. Bir nevi gerilla yöntemi kullanılacak bu uygulamanın basit, açık ve anlaşılır olması temel unsur olacaktır.



6.2.Web Sitesi ve Sosyal Medya Hesaplarının Kurulması

Amaç: Web siteleri ve sosyal medya; hedef kitleleri ile sürekli etkileşimde bulunduğu, aktif geri bildirim sağladığı, istenilen bilgilerin kolaylıkla hedef kitlesine ulaştırabildiği önemli güce sahip ortamlardır. Özellikle markaların genç ve genç yetişkin gruplarla bağlantı kurmada kullandığı önemli iletişim araçlarındandır.

Uygulama: Kadına yönelik şiddette hukuksal eksiklikleri öne çıkaracak yeterli iletişim çalışmasının olmaması önemli eksiklerin başında gelmektedir. Araştırmalar bakıldığında neredeyse bilgisayarı, mobil cihazı ve interneti olmayan kimse kalmamıştır. We Are Social 2015 Türkiye raporuna göre bireyler günde 5 saate yakın bir süreyi sosyal ağlarda geçirmektedir. Dolayısıyla Facebook, Twitter gibi hesaplar açarak bireyler bilgilendirilecek ve mesajlar geniş hedef kitlelere yayılacaktır. Böylelikle bilinçlenen bireyler kadınları koruyan yasaların çıkması yönünde tutuma sahip olacak ve siyasilere yönelik davranış sergileyeceklerdir.





SAYGIN TUTUM ŞEHRİNE GELİYOR



6.3.#yazkızım Twitter Hashtag Kampanyası

Amaç: Türkçede etiket olarak geçen Twitter özelliklerinden olan hashtag (#) geniş kitlelere ulaşmada önemli bir araçtır. Dolayısıyla aktif bir sosyal medya kullanımıyla birlikte ünlülerin de sürece katılarak geniş kitlelere ulaşmak hedeflenmektedir.

Uygulama: #yazkızım gibi kısa, basit ve herkes tarafından anlaşılır bir etiket oluşturularak, hukuksal eksikliklerden kaynaklanan şiddet, taciz ve tecavüz olayları anlatılacak ve kadını korumaya yönelik yasaların çıkması için bireylerin örgütlenmesi sağlanacaktır. Kullanıcı sayısı fazla olan ünlüler de bu kampanyaya dahil edilerek geniş bir katılım sağlanacaktır.

Worldwide Trends · [Change](#)

[#RomneyRyan2012](#)  Promoted

[#UnMundoEnElQue](#)

[#YazKızım](#)

[#MissVzla2012](#)

[Bebe Winans](#)

[Chris Lighty](#)

[Mariangel](#)

[Vandy](#)

[Clint Eastwood](#)

[Romney](#)

ilar



[#yazkızım](#)



gamze @gazmex · 2 dk.

[#yazkızım](#) Mahkemelerde takım elbise giyenler ceza indirimi almasın.



1



7



Hande Bayseckin @By_Hande · 3 dk.

Yeni Özgecan'lar olmaması için tahrik indirimi adı verilen hukuk dışı uygulamalara son verilmeli.

[#yazkızım](#)



5



EYLÜL @TCeylul · 4 dk.

[#yazkızım](#) Saygın tutum=İnsanlık dışı bir uygulama.



2



1



[Fotografı görüntüle](#)



hakan @hakkan72 · 5 dk.

[#yazkızım](#) Olaylar olduktan sonra üzölmek yerine olaylar olmadan önce adım atmak, önlem almak gerekir.



1



7



6.4.Change.org İmza Kampanyası

Amaç: Dünyanın değişim platformu olarak kendilerini tanımlayan çevrimiçi imza kampanyaları yürüten change.org aracılığı ile 1.000.000 imza hedefleyerek kampanya başlatmak, suç işlendikten sonra değil suç işlenmeden önce önlem alınması gerektiğini vurgulamak ve yeterli sayıya ulaştıktan sonra bunu TBMM'ye sunmak bu kampanyanın amacıdır.

Uygulama: Tahrik İndirimi ve Saygın Tutuma Son başlıklı imza kampanyası başlatılacak ve de bunu sosyal ağlarda paylaşarak 1 milyon imza hedefine ulaşmaya çalışılacaktır. 1 milyon hedefine ulaşılması durumunda yasa teklifi olarak TBMM'ye sunulacaktır.

[Bir kampanya başlat](#) [Göz at](#) [Ara](#) [Giriş yap](#)

Bir imza ile kadına yönelik şiddete neden olan HUKUKSAL EKSİKLİKLERE göz yumma.

 Berkant Yılmaz Kocaeli/Türkiye



Bu kampanyayı imzala

1000000 hedefine ulaşmak için 28 imza daha gerekiyor

Türkiye

▼

Istanbul

▼

6.5. Yaz Kızım Kamu Spotu

Amaç: Hala en çok Tv izlenen ülkelerden birisi olduğumuz düşünülürse etkili bir kamu spotunun çekimi ve de herkesin Televizyon izlediği bir saatte yayınlanması ile projenin duyulup, projeye katılımın önü açılması, gündem belirlemesi amaçlanmaktadır.

Uygulama: Kitle iletişim araçları, başta televizyon olmak üzere gündem belirleyen en önemli araçlardır. Herkesin en çok tv izlediği saatler olan prime time olarak nitelendirilen bir dönemde tüm kanallarda aynı anda yayınlanacak etkili bir kamu spotu ile yasal eksiklikler ön plana konulacak ve kadına şiddetin boyutu gözler önüne serilecektir.

Spot senaryosu şu şekilde olacaktır:

Saat 21.00-22.00 arasında tüm kanallarda, dizilerin reklam arasında ekran simsiyah olacak ve sadece daktilo sesi gelecektir ve baskılı bir ses tonuyla YAZ KIZIM seslendirilerek, ekrana beyaz puntolarla “Her 10 kadından 4’ü şiddet görmekte ve suçlulardan çoğu mahkemelerde sergilediği saygın tutum gerekçesiyle serbest kalmaktadır.” Bu ayıp HEPİMİZİN diyerek spot sona erecektir.



6.6.Yaz Kızım Sinema Filmi (Özgecan Temalı)

Amaç: Filmleri genel kabul görmüş ve gişesi yüksek olan yapımcılar aracılığı ile Özgecan Aslan temalı bir YAZ KIZIM film aracılığı ile başta siyasiler olmak üzere geniş kitleleri etkilemek, kadınları korumaya yönelik yasa yapma konusunda kamuoyu yaratmak.

Uygulama: Çağan Irmak, Mahsun Kırmızıgül, Nuri Bilge Ceylan veya Burak Aksak- Onur Ünlü ikilisinin yapımcılığını ve yönetmeliğini yapacağı Özgecan Aslanı konu alan bir film yaparak bir ailenin ne şartlar altında çocuk büyüttiğini, ailesinden uzakta üniversite okuyan bir çocuğun aile için ne ifade ettiğini, kız olarak yaşamının toplumdaki zorluğu gözler önüne

serilecektir. Bu filmde Özgecan Aslan cinayetinden sonra #sendeanlat etiketiyle çocukluğundan itibaren başından geçen kötü taciz olaylarını sosyal medyada paylaşarak kampanyalara destek olan oyuncu Beren Saat başrol oynayacaktır.



6.7. Saygın(!) Tutum Tiyatro Gösterisi

Amaç: Tiyatro aracılığıyla turneler düzenleyerek farklı şehirlerde “Saygın (!) Tutum” temalı oyunlar oynanarak eleştirel bir dille hukuksal noksanlıklar göz önüne serilecek ve hedef kitlelere mesajlar iletilecektir.

Uygulama: Şiddetin en çok görüldüğü illerdeki kültür merkezlerinde başta Özge Özpirinçci ve Mert Fırat olmak üzere önemli tiyatro oyuncularının katılımıyla “Saygın (!) Tutum” oyunu sergilenecektir.



6.8. Dini İçerikli Televizyon Programlarında Kadın

Amaç: Türk toplumunun %90’ından fazlası Müslüman olduğu düşünülürse dini öğeler önemli bir yaşam ritüeli haline gelmiştir. Özellikle Ramazan ayında yoğun bir şekilde izlenen dini içerikli televizyon programlarında Yaz Kızım temasıyla kadını yücelten sözler, içerikler paylaşılarak geniş kitlelere ulaşmak bu iletişim faaliyeti ile ulaşılmak istenen temel amaçtır.

Uygulama: Nihat Hatipoğlu’nun sunmuş olduğu dini içerikli programda kadına yüceltmeye yönelik önemli söylemler geliştirilerek programın bir bölümü tamamen kadın üzerine yapılacaktır. Kadının dinde yeri ve önemi vurgulanacaktır.



6.9. Dizilerde ve Haber Programlarında Yaz Kızım

Amaç: Ülkemizde en çok reyting alan programların başında gelen diziler ve haber programları aracılığı ile yürütülecek kampanyalar ile geniş kitlelere ulaşmak ve kamuoyu oluşturmak.

Uygulama: Fatih Portakalla Fox Ana Haber, Aşk Yeniden dizisi gibi programlarda #yazkızım etiketi oluşturulacak ve kadına yönelik şiddet ile hukuksal eksiklikler göz önüne serilecek.



6.10. Otobüs Durakları Reklamları

Amaç: Belli bir amaç doğrultusunda toplu taşıma araçları kullanan bireyler otobüs duraklarında, özellikle büyük şehirlerde günün belli bölümlerinde vakit geçirmektedirler. Duraklar Yaz Kızım konseptiyle giydirilerek bireylerin bunlara maruz kalması, kadına yönelik şiddetin boyutlarının göz önüne serilmesi amaçlanmaktadır.

Uygulama: Önemli merkezlerde özellikle İstanbul'da Metrobüs ve Metro durakları başta olmak üzere #YazKızım konseptiyle birçok içeriğin paylaşıldığı giydirmeler yapılacaktır.



6.11. Siyasiler ve Hukukçular Canlı Yayında

Amaç: Birincil hedef kitle olan yasa yapıcı olan hukukçular ve siyasi aktörleri televizyon programlarına çıkartarak kadına yönelik şiddetin hukuksal eksikliklerini tartışabilme fırsatını yaratmaktır.

Uygulama: Başta İktidar Partisi Genel Başkanı, Başbakan Binali Yıldırım ve eşi ile Ana Muhalefet Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun ve de hukuk fakültesi akademisyenlerinin katılacağı televizyon programları gerçekleştirilecektir.



6.12. Yaz Dostum Şarkı Sözünün Yaz Kızım Cover'ı

Amaç: İyi seçilmiş bir jingle bir müzik projenin akılda kalıcılığı ve geniş kitlelere ulaşmasında önemlidir. Bu kapsamda Türk Müziğinin kabul görmüş en önemli seslerinden Barış Manço'nun şarkısı olan Sarı Çizmeli Mehmet Ağa şarkısında geçen “Yaz Dostum” sözü proje kapsamında kullanılacaktır.

Uygulama: Barış Manço'nun Sarı Çizmeli Mehmet Ağa şarkısında geçen “Yaz Dostum” sözü projenin adı olan “YAZ KIZIM” ile söz ve uyak uyumundan dolayı yakın görülmüş ve şarkının sözleri değiştirilerek yeniden yorumlanması planlanmıştır. Uygulama ise Boğaziçi Caz Korusu ve Barış Manço'nun oğlu aranjör Doğukan Manço ortaklığı ile yapılacaktır.



7. ZAMANLAMA

* Faaliyetler Kasım 2016 - Kasım 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilecektir. Kasım ayının seçilme nedeni Kadına yönelik şiddet ile mücadele haftasında projeye başlanacak olmasıdır.

	Aylar (Kasım 2016-Kasım 2017)											
İletişim Faaliyetleri	K	A	O	Ş	M	N	M	H	T	A	E	E
Billboardlara Yaz Kızım. Kampanyası	+											
Web Sitesinin Kurulması ve Sosyal Medya Hesaplarının Açılması	+											
#yazkızım Hashtag Kampanyası		+										
Change.org İmza Kampanyası			+									
Tv'lerde Yaz Kızım Kamu Spotu			+									
Yaz Kızım Sinema Filmi (Özgecan Temalı)							+					
Saygın(!) Tutum Tiyatro Gösterisi				+								
Dini İçerikli Tv Programlarında Kadın								+				
Dizilerde ve Haber Programlarında Yaz Kızım			+									
Otobüs Durakları ve Bina Giydirme					+							
Siyasiler ve Hukukçular Canlı Yayında					+							
Yaz Dostum Şarkı Sözünün Yaz Kızım Cover'ı						+						

8. BÜTÇELEME

İletişim Faaliyetleri	Kim Tarafından Karşılancak?	Bütçe
Billboardlara Yaz Kızım.. Kampanyası	Yerel Yönetimler	25.000 TL
Web Sitesinin Kurulması	Türkiye Barolar Birliği	10.000 TL
Sosyal Medya Hesaplarının Açılması	-	0 TL
#yazkızım Hashtag Kampanyası	-	0 TL
Change.org İmza Kampanyası	-	0 TL
Tv’lerde Yaz Kızım Kamu Spotu	Filli Boya	300.000 TL
Yaz Kızım Sinema Filmi (Özgecan Temalı)	Koç Grubu	1.500.000 TL
Saygın(!) Tutum Tiyatro Gösterisi	İKSV	20.000 TL
Dini İçerikli Tv Programlarında Kadın	-	0 TL
Dizilerde Yaz Kızım	RTÜK	0 TL
Otobüs Durakları ve Bina Giydirme	Filli Boya	15.000 TL
Siyasiler ve Hukukçular Canlı Yayında		0 TL
Yaz Dostum Şarkısının Yaz Kızım Cover’ı	Boğaziçi Caz Korosu	5.000 TL
Toplam		1.775.000 TL

9. ÖLÇME DEĞERLENDİRME

Projenin ölçümlenmesinde pre-test, during test ve post testlerden yararlanılacaktır.

Pre-Testler: Kampanya öncesinde, hedef kitlenin kadına yönelik şiddet ve hukuksal eksiklikler algısı üzerine araştırmalar yapılacaktır.

During Testler: Kampanya süresince belirli aralıklarla yapılacak araştırmalarda, hedef kitlenin kadına yönelik şiddetin hukuksal eksikliklerine yönelik farkındalıklarında oluşan değişiklikler tespit edilmeye çalışılacaktır.

Post Testler: Etkinliklerde amaçlananlara ulaşıp ulaşılmadığı ölçümlenecek. Hedef belirleme sürecinde konulan hedeflerin ne kadarına ulaşıldığının anlaşılması için araştırmalar yapılacaktır. Medya takibi ile istenilen oranlarda bahsedilip bahsedilmediği, yeterli sayıda imza toplanıp toplanmadığı, istenilen tweet ve online imza sayısına ulaşıp ulaşılmadığına, kadınları korumaya yönelik yasalar çıkarılmasında etkili olup olmadığı tespit edilecek.

10. YARARLANILAN KAYNAKLAR

Dilara BALCI GÜLPINAR, Duygu KANDEMİRCİ, “Evimin Kadını, Çocuklarımın Anası: Emekçi Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetin Türkiye Sinemasındaki Sunumu”, **Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi** 1 (1) 2013.

Dilek YETİM ve Erkan Melih ŞAHİN, “Aile Hekimliğinde Kadına Yönelik Şiddete Yaklaşım” , **Aile Hekimliği Dergisi** - Cilt 2 Sayı 2.

Faruk KOCACIK, “Şiddet Olgusu Üzerine”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt 2, Sayı 1, Doç.Dr. Feramuz AYDOĞAN’ın Anısına

Melike Dişsiz ve Nevin Hotun Şahin, “Evrensel Bir Kadın Sağlığı Sorunu: Kadına Yönelik Şiddet”,

<http://www.haberturk.com/polemik/haber/840650-kadina-siddette-hosgoruluyuz>

<http://www.kadinininsanhaklari.org/kadinin-insan-haklari/yasalardaki-haklarimiz/siddet-goren-kadin-ne-yapabilir/kadina-karsi-siddet-ve-siddet-turleri/>

11. ÖZGEÇMİŞ

EMRE SARI

24 Aralık 1993 yılında Tavşanlı’da doğdu. 2008 yılında Tavşanlı Atatürk İlköğretim Okulunu, 2012 yılında Tavşanlı Anadolu Lisesini bitirdi. 2013 yılında Kocaeli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü’nü kazandı. Şu anda 3. Sınıf öğrencisi olarak öğrenimine devam etmekte olan Sarı aynı zamanda Halkla İlişkiler ve Tanıtım Atölyesinde çalışmalarını sürdürmektedir.