

İnsan Hakları İzleme Çalışmaları için **İletişim Taktikleri**



ETKİNİZ
AB PROGRAMI

İÇİNDEKİLER

<u>Giriş</u>	<u>1</u>
<u>İnsan hakları izlemeye başlamak için iletişim</u>	<u>2</u>
<u>İzleme çalışmaları öncesi iletişim faaliyetlerini planlama</u>	<u>2</u>
<u>Veri toplama ve raporlama sürecinde iletişim</u>	<u>14</u>
<u>İletişim içeriğini oluşturma</u>	<u>17</u>
<u>Yaygınlaştırma</u>	<u>26</u>
<u>Geri bildirim ve güncelleme</u>	<u>35</u>



Bu yayın Avrupa Birliği'nin maddi desteği ile hazırlanmıştır. İçerik tamamıyla WEglobal S.r.l liderliğindeki konsorsiyumun sorumluluğu altındadır ve Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmak zorunda değildir. Bu kaynak, Etkiniz AB Programı Uzaktan Öğrenme Portalında yer alan “İnsan Hakları İzleme ve Savunuculuğu Araç Kutusu” Eğitim Modülünün bir parçasıdır, lütfen modüle ulaşmak için portala erişin: www.egitim.etkiniz.eu

GİRİŞ

Bu mini rehber, Etkiniz AB Programı iletişim uzmanları tarafından insan hakları izleme çalışmaları yürüten sivil toplum örgütlerine (STÖ) destek olmak amacıyla hazırlandı. **İnsan Hakları İzleme ve Savunuculuğu Araç Kutusu** eğitim modülüne kaynak oluşturacak bu rehberde, insan hakları izleme çalışmalarının öncesinde, bu çalışmalar sırasında ve sonrasında iletişim faaliyetlerini nasıl yürüteceğinize dair ipuçları bulabilirsiniz.

Rehberin ortaya çıkması temelde iki nedene dayanıyor. Bunlardan ilki Etkiniz'in 2019-2025 yılları arasında biriktirdiği deneyimin sivil topluma aktarılması. Program, bir yandan sivil toplumun izleme kapasitesinin geliştirilmesine bir yandan da uluslararası insan hakları izleme mekanizmaları, kamu kurumları ve STÖ'ler arasında diyalogun güçlenmesine katkı sağlamayı amaçlıyor.

Etkiniz geçen altı yılda 400'ün üzerinde çalışmaya destek oldu; her çalışmanın izleme ayağını geliştiren program aynı zamanda çalışmaların iletişim ve savunuculuk alanındaki faaliyetlerini de gözlemledi. Edinilen deneyim bu modülün oluşturulması için iyi örnekleri ve değişen toplumsal koşullar içinde dönüşen iletişim taktiklerini bir araya getiriyor. Bu da rehberin ikinci yazım nedenini ortaya çıkarıyor. Sivil toplum ve insan hakları alanında iletişimin yürütülmesi için çokça yayın bulunurken insan hakları izleme çalışmaları özelinde üretilen kaynak sayısı sınırlı. Bu modül, hem insan hakları izleme çalışmaları planlanırken iletişimin nasıl yararlar sağlayabileceğini aktarıyor hem de izleme çalışmaları süresince yaygınlaştırmanın temel adımlarını bir araya topluyor.

“İnsan Hakları İzleme Çalışmaları İçin İletişim Taktikleri” rehberi insan hakları izleme ve sivil toplum iletişimi alanlarında en temel düzey gözetilerek hazırlandı. Giriş düzeyindeki bu rehberi okuduktan sonra Etkiniz uzman desteğine başvuru yaparak savunuculuk ve yaygınlaştırma çalışmalarınızı daha da geliştirebilirsiniz.

Rehberin ilk bölümünde, insan hakları izleme çalışmalarını planlarken paydaşlar ve alanda çalışan diğer örgütlerle iletişimin yollarını bulabilirsiniz. Hemen devamında, izleme çalışmalarınızın veri toplama ve yaygınlaştırma süreçlerini, vereceğiniz mesaj ve hedef kitleyi göz önünde bulundurarak planlama yöntemleri ile karşılaşacaksınız. Üçüncü bölümde, izleme çalışmalarınızın çıktılarını hangi araç ve yöntemlerle paylaşacağınızı inceleyebilirsiniz. Bu süreçte tedarikçilerle çalışma gibi konularda neler yapabileceğinize de değinilecek. Takip eden bölümde, izleme çalışmalarının farkındalık kampanyalarına ve savunuculuk çalışmalarına dönüşümü ile ilgili temel ipuçlarını bulabilirsiniz. Rehberin son bölümündeyse izleme çalışmaları sonrası takip, geri bildirim ve hedef kitle ile iletişimi sürdürme yollarını görebilirsiniz.

İnsan hakları izlemeye başlamak için iletişim

Belirli bir hak alanında veya konuda izleme yapmak istiyorsunuz; fakat nereden başlayacağınızdan emin değilsiniz. Yapmanız gereken aslında birçok konuda olduğu gibi “bir bilene danışmak”. Bunu yaparken birkaç soruyu aklınızda bulundurmanız gerekiyor:

- Daha önce bu konuda bir izleme faaliyeti yapıldı mı?
- İzlediğiniz konu ile ilgili hazır veri / gösterge setleri bulunuyor mu?
- İzlediğiniz alanda çalışan STÖ'ler çalışmanıza katkı sunabilir mi?

Bu sorulardan herhangi birinin cevabı “Evet” ise, yapmanız gereken çalışmanızı planlarken bir yandan da faaliyetleri gerçekleştiren kişi veya kurumlarla iletişime geçmek. Bu konu izleme çalışması sırasında iş yükünüzü azaltmak, tutarlı verilere ulaşmak, farklı deneyimlerden yararlanmak ve çalışmanın çıktılarını geliştirmek için elzem. Dolayısıyla izlemeye başlamadan önce iletişim araçlarını kullanarak çalışma yönteminizi, ölçeğinizi ve girdilerinizi planlayabilirsiniz. Bu sayede izleme faaliyetiniz için;

- paydaş listesi oluşturabilir,
- literatür taramanızı kolaylaştırabilir,
- gösterge setinizi güncelleyebilir,
- ortaklıklar kurabilirsiniz.

İzleme çalışmaları öncesi iletişim faaliyetlerini planlama

İzleme çalışmasına katkı sunmasının dışında, çalışma çıktılarınızı yaygınlaştırmak üzere iletişim planınızı önden yapmanız sürecin her aşamasında hedef kitlerinize ulaşmanızı kolaylaştıracaktır. Sivil toplumdaki diğer savunuculuk veya farkındalık kampanyalarından farklı olarak izleme çalışmalarında çıktılar önceden belli değildir. Bu yüzden izleme çalışmasının sonucunda ulaşılabilecek sonuçlara göre farklı senaryolar belirlemeniz gerekir. Bu yüzden en başa dönerek; yani insan hakları izlemenin temel adımlarına göre iletişim planınızı çizebilirsiniz. Nedir bu adımlar? Etkinizin insan hakları izleme tanımı uyarınca;

1. Hangi hakların ihlal edildiğini yerel ve uluslararası sözleşmelerden kontrol edersiniz.
2. İnsan haklarının uygulamada, yasalarda belirtildiği gibi korunup korunmadığını düzenli takip ederek hangi ihlallerin olduğunu belgeleyecek verilere ulaşırsınız.
3. Takip ettiğiniz bilgi ve belgeleri teyit edip gruplarsınız.
4. Araştırmanızı ihlal edilen hakları savunmak için kullanırsınız.

Bu dört adıma göre iletişim çalışmalarında senaryolar çizmeniz gerekir. Aşağıdaki tabloda her adım için örnek oluşturabilecek senaryoları bulabilirsiniz.

İzleme adımı	Örnek senaryo	İletişim adımı
Hangi hakların ihlal edildiğini yerel ve uluslararası sözleşmelerden kontrol edersiniz.	1. Devlet hak ihlali ile ilgili uluslararası sözleşmeyi imzalamamış. 2. Uluslararası sözleşmelerde yer bulan fakat yerel mevzuatta tanımlanmamış bir hak üzerine çalışma yapacaksınız.	1. Sözleşmenin imzalanması için insan hakları izleme çalışmasının sonucunda ulaşılabilecek hedef kitle olarak hükümet yetkililerini belirleyerek meclise dönük bir kampanya planlayabilirsiniz. 2. İlgili uluslararası insan hakları mekanizmasını hedef alarak bir gölge rapor hazırlayıp bunun yaygınlaştırılmasını sağlarsınız.
İnsan haklarının uygulamada, yasalarda belirtildiği gibi korunup korunmadığını düzenli takip ederek hangi ihlallerin olduğunu belgeleyecek verilere ulaşırsınız.	1. İzlediğiniz alanla ilgili veri bulunuyor fakat şeffaf biçimde paylaşılmıyor. 2. Alanla ilgili veri yok ya da çok sınırlı.	1. Alandaki paydaşlarla ortak bir kampanya planlayarak izleme için gerekli verinin devlet tarafından paylaşılmasına dönük çalışabilirsiniz. 2. Veri toplamak için anket, derinlemesine görüşme vb. araştırma yöntemi belirleyip doğrudan alandaki hak sahiplerine ulaşmayı hedeflersiniz.
Takip ettiğiniz bilgi ve belgeleri teyit edip gruplarsınız.	1. Alanla ilgili önceden yapılmış insan hakları izleme çalışmaları bulunuyor. 2. İzleme çalışmasına başladıktan sonra verileri saptırabilecek bir süre geçti veya beklenmedik bir olay yaşandı.	1. Verilerinizin tutarlılığını ölçmek için önceden benzer alanda çalışma yapan sivil toplum örgütleri ile iletişime geçersiniz. 2. Hak ihlalinin mağdurlarına düzenli şekilde ulaşmanızı sağlayacak bir iletişim ağı kurarak veri toplama sisteminizi güncelleyebilirsiniz.
Araştırmanızı ihlal edilen hakları savunmak için kullanırsınız.	1. İlk adımda belirlediğiniz hedef kitleye ulaşmak için hak ihlalinin mağdurları ile ortak bir savunuculuk kampanyası düzenleyeceksiniz. 2. İhlal mağduru grup güvenlik riski altında veya kimliğini açık şekilde paylaşmak istemiyor.	1. Savunuculuk çalışmanızın etkisini arttırmak için ilgili olabilecek gazetecilere, medya kuruluşlarına ulaşabilir; bir sosyal medya kampanyası planlayabilirsiniz. 2. Veri güvenliği önlemlerini alarak ve mağdurların bilgisini anonim tutarak bir uluslararası insan hakları izleme mekanizması ile iletişim kurabilir, alanla ilgili stratejik davalama yaparak hak mağdurlarının yargı yoluyla güvenlik altına alınmasını sağlayabilirsiniz.

İzleme çalışmasına henüz başlamadan bu tip örnek senaryoları oluşturmak, insan hakları iletişiminin bir yol haritasını çıkarmanızı sağlar. Bu bölümün geri kalanında çıkaracağınız yol haritasında tüm senaryoları ortak kesen öğeleri bulabilirsiniz. Nedir bunlar?

- SMART hedef belirleme ve planlama [Specific (Belirli), Measurable (Ölçülebilir), Achievable (Ulaşılabilir), Relevant (İlgili) ve Time-bound (Zaman Sınırlı)]
- Hedef kitle belirleme
- Farklı kitleler için farklı yaygınlaştırma taktikleri ve materyalleri üretme
- İletişim faaliyetleri için takvim çıkarma
- Riskleri belirleme ve veri güvenliğini sağlama

SMART hedef belirleme ve planlama

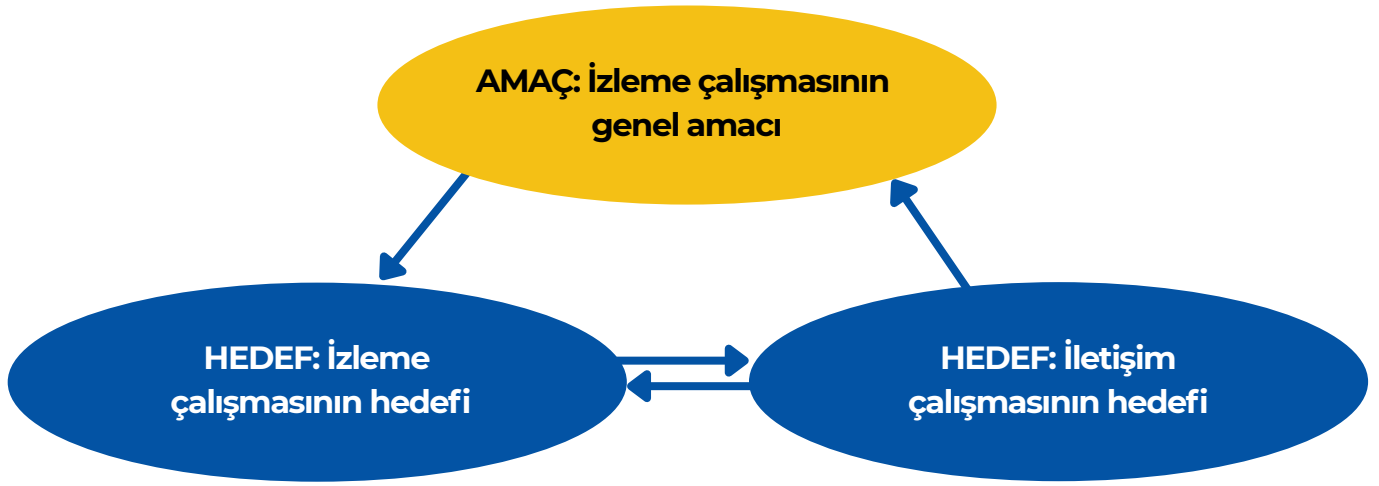
Bir önceki bölümde örneklendirilen senaryolar, insan hakları izleme çalışmalarında iletişim stratejinizi belirlemenizi sağlar. Bu strateji temelinde ikinci adım izleme süreci ve sonrasında hedef belirlenmesidir. İnsan hakları izlemeden bağımsız tüm iletişim veya savunuculuk çalışmalarının stratejisine uygun olarak somut kısa vadeli hedefler belirlemeli ve uzun vadede etki yaratacak faaliyetlerinizi sıralamalısınız. Bunu yaparken de en bilinen yöntemlerden SMART analizini kullanabilirsiniz.^[1] Bu analizi herhangi bir insan hakları izleme çalışmasına uyarlayacak olursa aşağıdaki adımları izleyebilirsiniz.^[2]

- **AMAÇ:** İzleme çalışmasının sonucunda yaratmak istediğiniz etkinin genel bir tanımı
- **HEDEF:** Bu rehber üzerinde izleme çalışmasının değil, izlemenin iletişim planının yaratacağı kısa vadeli, somut çıktı & etki^[3]
 - Specific (Belirli)- Hedefinizi açık ve net belirleyin. “Kim, ne, nerede, neden, nasıl?” sorularına yanıt verin.
 - Measurable (Ölçülebilir)- Hedefinize ulaşmak için niceliksel ve somut kriterler belirleyin
 - Achievable (Ulaşılabilir)- Gerçekçi olun; insan kaynağı, beceri ve bütçe gibi örgütünüzün özelliklerini düşünerek hedefinizi daraltın.
 - Relevant (İlgili)- İletişim araçlarınızı ana amacınıza hizmet eden şekilde belirleyin.
 - Time-bound (Zaman sınırlı)- İletişim çalışmanızın başını ve sonunu olabildiğince net bir şekilde çizin, izleme aktivitelerinizle eş zamanlı bir takvim belirleyin.

^[1] <https://www.smartsheet.com/blog/essential-guide-writing-smart-goals>

^[2] <https://www.stgm.org.tr/sites/default/files/2020-09/degisimin-anahtari-savunuculuk-savunuculuk-ve-kampanya-uzerine-bir-el-kitabi.pdf>

^[3] <https://www.stgm.org.tr/sites/default/files/2020-08/sivil-toplum-orgutleri-icin-savunuculuk-rehberi-1.pdf>



Bu rehber özelinde AMAÇ, izleme çalışmasının genel amacını tanımlarken HEDEF, iletişim çalışmalarının izlemenin hedefine ve genel amacına nasıl hizmet edeceğini anlatır.

Bu karmaşık gibi görünen analiz, Etkiniz desteğiyle düzenlenmiş bir insan hakları izleme çalışması örneğinde berrak hale gelecektir.

VIDEO <https://youtu.be/noEv6S6TtyE?si=R8H3xXvyMZOXrKGS>

Albinizm Derneği, 2021 yılında albinizimli bireylerin uğradığı hak ihlallerini izledi. İzleme çalışması sonucunda, albinizmin yol açtığı az görme karşısında okul tahtalarının ve toplu ulaşımın erişilebilir olmadığı, az görmek kavramının bilinirliğinin bulunmadığı, güneşin albinizimli bireylerin sağlığına olumsuz etkisi için önlemler alınmadığı gibi bulgulara ulaşıldı. Bu bulgular karşısında dernek hak ihlallerinden birine çözüm olarak gördüğü “Güneş kremi ücretinin albinizm tanısı konmuş kişiler için Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) tarafından karşılanması” hedefini belirleyerek bu hedefin yasalaşmasını sağladı. Bu kısa hikayenin iletişim ayağına ait SMART analizini şu şekilde yapabilirsiniz:

AMAÇ: Albinizimli bireylerin uğradığı hak ihlallerinin önüne geçmek

HEDEF: Güneş kremi ücretinin albinizm tanısı konmuş kişiler için SGK tarafından karşılanması ve bu hakkın albinizimli bireyler tarafından yaygın şekilde kullanılması

- Specific (Belirli)- Türkiye'deki hak mağdurları arasından 30 kişilik bir kitle ile derinlemesine görüşme yaparak güneş kreminin bir zorunluluk olduğuna dair verilere ulaşmak. Sağlık Bakanlığı ve SGK'ya bilgi edinme başvurusu yaparak güneş kremlerinin devlet tarafından nasıl karşılanabileceğini öğrenmek.

- Measurable (Ölçülebilir)- Hakkı Türkiye'de albinizm tanısı konmuş bireyler için ulaşılabilir hale getirmek,
- Achievable (Ulaşılabilir)- Savunuculuk için doğrudan yasama organına ulaşabilecek kilit isimleri bulmak; hakkın kullanılabilir olduğu ile ilgili farkındalık yaratmak için destek/ hibe kaynaklarına başvurarak sosyal medya kampanyası düzenlemek,
- Relevant (İlgili)- SGK'nın ilgili birimine, konuyla ilgisi olabilecek bakanlık personeli ve milletvekillerine ulaşarak izleme raporunu iletmek, derneğin hedef kitlesinde yer alan albinizmlı bireyleri bilgilendirecek video, metin içeriğini oluşturmak ve bir sosyal medya kampanyası düzenlemek. Bu hakkın kullanımı ile ilgili bilgiyi derneğin web sitesinde, diğer engelli örgütlerinin web sitelerinde, aile hekimliklerinde erişilebilir hale getirmek
- Time-bound (Zaman Sınırlı)- Raporun ortaya çıkmasından hemen sonra Devlet yetkilileri ile iletişime geçmek, hakkın kazanılması halinde bir aylık bir sosyal medya kampanyası düzenleyerek hak mağdurlarını bilgilendirmek, ücretsiz güneş kremi edinebilme bilgisini dijital erişime açık duruma getirmek

Hedef kitle belirleme

Bir iletişim çalışmasında hedef kitle basitçe “ulaşarak değişim yaratmak istenen grup” şeklinde tanımlanabilir. Buna rağmen insan hakları izleme süreci ile bir arada düşünüldüğünde bu konuda oluşabilecek bir kafa karışıklığını gidermek gerekiyor. Yöntemi tersine çevirip hedef kitlenin ne olduğundan önce ne olmadığını anlamakta fayda var. İnsan hakları izleme çalışmaları düşünüldüğünde hedef kitle belirlenen hak alanının yararlanıcılarını ya da mağdurlarını tanımlar. Fakat aynı çalışmanın iletişim ayağında, yararlanıcı veya mağdurlardan çok izleme sonucu değişimi yaratacak aktörlere odaklanmak gerekir. Örneğin;

İZLEME- Türkiye'deki LGBTİ+ların 2024 yılında çalışma hayatında uğradıkları hak ihlalleri ile ilgili BM İnsan Hakları Komitesine raporlanacak bir izleme çalışması yapıyorsunuz.

İZLEMENİN HEDEF KİTLESİ- Değişim yaratmak istenen grup, yani Türkiye'de çalışma hayatına katılan LGBTİ+lar

İLETİŞİMİN HEDEF KİTLESİ- Değişimi yaratması beklenen aktör, yani BM İnsan Hakları Komitesi

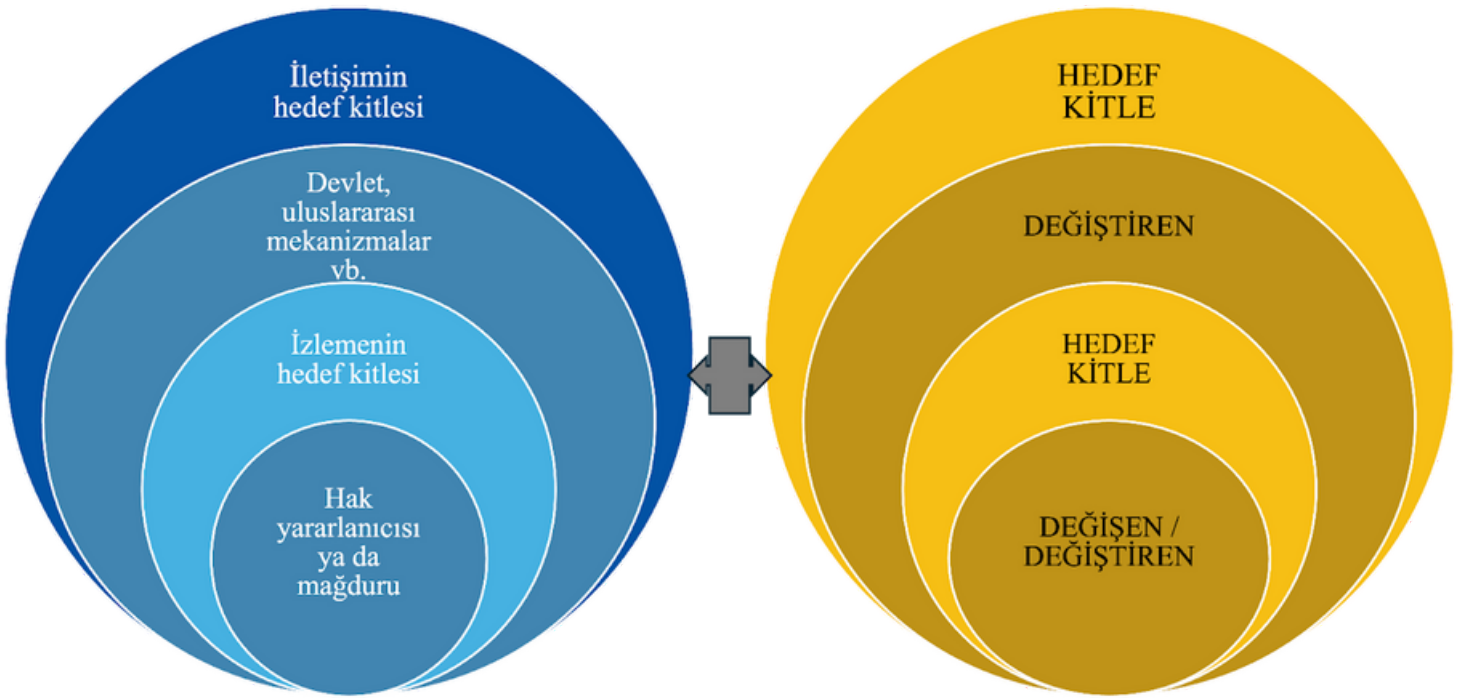
Bu örnekten hareketle iletişim çalışmalarında hedef kitlenin her zaman hak yararlanıcısı ya da mağduru olmadığını özellikle vurgulamak gerekiyor. Merceği tersten tuttuğunuzda ise hak yararlanıcısı ya da mağdurlarının aynı zamanda iletişimin hedef kitlesi olduğu durumlar da yaşanabilir. Aynı örnekten hareketle;

İZLEME- Türkiye'deki LGBTİ+ların 2024 yılında çalışma hayatında uğradıkları hak ihlalleri ile ilgili yazdığınız raporun sonucunda bir sosyal medya kampanyası düzenliyorsunuz.

İZLEMENİN HEDEF KİTLESİ- Değişim yaratmak istenen grup, yani Türkiye'de çalışma hayatına katılan LGBTİ+lar

İLETİŞİMİN HEDEF KİTLESİ- Sosyal medya kampanyası sonucunda aslında yasa ile tanımlı olan bir hakkın iş yerlerinde uygulanmasını sağlıyorsunuz. Bu durumda kampanyanız, hak yararlanıcılarını kendi iş yerlerinde eylemliliğe sevk ederek uygulamada iyileşmeye yol açıyor. Yani hedef kitle aynı zamanda hak yararlanıcısını da kapsıyor.

Bu durumda insan hakları izleme çalışmaları ile iletişim faaliyeti bir arada düşünüldüğünde aşağıdaki gibi bir kümeden bahsedilebilir.



Örnekten ve yukarıdaki kümeden hareketle; insan hakları izleme çalışmalarınızın hedef kitlesini belirlerken eş zamanlı olarak iletişim faaliyetlerinize de bir hedef kitle profili çıkarmanız gerekir. Bu profillemeye sonucunda çalışmanızın neyi değiştirmek istediğinin, bu değişimi kimi ikna ederek yapmanız gerektiğinin, değişimin sonucunda kimlerin etkileneceğinin ve değişimi yaratırken kimlerle birlikte çalışmanız gerektiğinin dökümünü çıkarmış olursunuz.

Hedef Kitle Ayırıştırma

Değişimin sonunda kimlerin etkileneceğini, yani izleme çalışmanızın hedef kitlesini belirlediniz. Bir önceki bölümde ise iletişimin hedef kitlesini nasıl belirlemeniz gerektiğini gördünüz. Şimdi bu hedef kitlenin yekpare bir bütün olmadığını; insan hakları izleme konumuzla ilgili farklı ilgi, bilgi, güç düzeylerinde veya ideolojik, siyasi pozisyonlarda olduğu gerçeğini bir yere not etmeniz gerekiyor. Bu kategorilere göre de hedef kitlenizi ayırıştırarak onlara uygun araçları belirleyebilirsiniz.

İzleme çalışmalarında hedef kitle haritalaması yaparken en temel bölünme hak sahipleri / mağdurları, paydaşlarınız (çoğunlukla sizin de içinde bulunduğunuz müttefik grup) ve hak alanı ile ilgili politika değiştirme yetkisi olan aktörler (çoğunlukla karşıtlarınız ya da tarafsız gruplar) arasında gerçekleşir. Bu varsayımı göz önünde bulundurarak hedef kitlenizin ayırıştırmasını Ekiniz “İnsan hakları izleme araç kutusu” eğitimindeki “Hedef kitle matrisi” aracını kullanarak güç haritalaması yapabilirsiniz. Bu sayede araçlarınızı belli bir hiyerarşiye oturtarak güç, ilgili düzeyi ve etki potansiyeline göre kullanabilirsiniz.

Hedef kitle matrisi aracını indirip kullanmak için [tıklayın!](#)

Farklı Kitleler İçin Farklı Yaygınlaştırma Taktikleri ve Araçları Seçme

Bir önceki bölümde görebileceğiniz gibi insan hakları izleme çalışmaları aynı anda farklı hedef kitlelere dönük sonuçlar üretebilir. İnsan hakları izleme çalışmalarının bir değişimi hedeflediği göz önünde bulundurulursa değişim yaratacak her aktöre görünür olmak için farklı taktikler ve materyaller üretmeniz gerekir.

Planlamanızın bu aşamasında hedef kitlenizi oluşturan aktörleri alt alta yazarak her birine ulaşabileceğiniz pratik araçları belirlemelisiniz. İnsan hakları ekosistemi düşünüldüğünde hedef kitlenizi belirlerken istisna durumlar dışında kırılım aşağı yukarı bellidir. Aşağıdaki tabloda yer alan hedef kitle gruplarının karşılığında yazan araçlar temel gereklilikler olarak düşünülebilir. Çalışmanızın niteliğine göre bu araçları daha yaratıcı hale getirerek çeşitlendirebilirsiniz.

HEDEF KİTLE	ARAÇ / TAKTİK
Uluslararası insan hakları izleme mekanizmaları	E-posta yoluyla resmi yazışmaÖzel raportörlerin sosyal medya hesaplarına ulaşmaMekanizmaların sivil toplum oturumlarına fiziksel katılım ve lobicilik
Milletvekilleri	İnsan hakları izleme raporu paylaşımıVekil danışmanlarına bilgi notu / yönetici özeti iletilmeVekillerin sosyal medya hesaplarına ulaşma
Cumhurbaşkanlığı / Bakanlık yetkilileri	Resmi ziyaretlerBilgi edinme başvurusu ile dikkat çekmeFarklı formatta etkinlikler düzenleyerek bilgi paylaşma
Alandaki sivil toplum örgütleri / aktivistler	Sosyal medya kampanyalarıToplu mail gönderimiPaydaş toplantıları
Avukatlar	Stratejik davalama için kişisel ilişkiler yoluyla veri paylaşımıBaroların ilgili komisyonlarına erişim
Basın mensupları / Geleneksel medya	Basın açıklaması / lansmanBasın bülteni gönderimiBasın mensuplarını sosyal medya hesaplarına ulaşma
Dijital medya	Video, görsel, infografik üretimi ile verileri yaygınlaştırmaFarklı mecralar için paylaşım paketleri oluşturma
Influencer'lar	Mesajı ve verileri ücret ödeyerek yaygınlaştırmalılgili hesapları etiketleme
Hak yararlanıcıları ya da mağdurları	Sosyal medya kampanyalarıHak sahiplerinden alıntılar paylaşmaGeri bildirim anketleri gönderimi

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere aynı içeriği farklı araçlara göre uyarlayarak hedef kitle ile iletişim kurabilir, etkileşim yaratarak mesajınızı ve çıktılarınızı hedef kitlenin de paylaşmasını sağlayabilirsiniz. Böylece insan hakları izleme çalışmalarında iletişimi kullanarak çarpan etkisi oluşturabilir ve hedeflediğiniz değişimi yaratabilirsiniz.

Hedef kitle- araç / taktik eşleştirme aracı için [tıklayın!](#)

UNUTMAYIN!

Farklı kitleler için belirlediğiniz araçlar veya stratejiler her zaman istediğiniz sonucu vermeyebilir. Hedef kitlenizi de düzenli izleyerek araçlarınızı güncellemeyi ve farklı şartlara uyum sağlamayı unutmayın.

Farklı kitlelere özelleştirilmiş araçlarla ulaşma konusunda çeşitli örnekleri ve bakan çalışmalarını bu rehberin devamındaki “Yaygınlaştırma” başlığı altında bulabilirsiniz.

İletişim Faaliyetleri İçin Takvim Çıkarma

İnsan hakları izleme çalışmanızı planlarken, iletişim faaliyetleri için de eş zamanlı bir takvim çıkarmak uzun vadede her zaman işinizi kolaylaştıracaktır. Böyle bir takvimi hazırlarken çalışmalarınızı temel olarak üçe bölebilirsiniz.

1. İzleme çalışması öncesi iletişim faaliyetleri
2. İzleme çalışması sırasında yapılacak planlama ve iletişim çalışmaları
3. Çalışma çıktılarının yaygınlaştırılması ve geri bildirim süreci

Bu takvimi çıkarırken [Google Takvim](#), [Trello](#) gibi ücretsiz dijital araçları kullanarak işleriniz için son tarihler belirleyebilir, her iş kalemi için çalışma ekibinizdeki insanlara atamalar yapabilirsiniz. Çalışmanın kapsamının veya ekibin büyüklüğüne bakarak benzer çalışmaları [Slack](#) gibi ücretli araçlar kullanarak da daha profesyonel hale getirebilirsiniz.

İletişim çalışmaları için takvim çıkarmanın yanında izleme alanınızla ilgili kurumların, hedef kitlenin veya olayların da bir takvimi olduğunu unutmayın. Herhangi bir izleme çalışmasında göz önünde bulundurmanız gereken en önemli takvim olaylarını ve ipuçlarını aşağıda görebilirsiniz:

Takvim	İpucu
Hak alanı ile ilgili özel günler	Birleşmiş Milletler uluslararası günler listesine göz atın.
Uluslararası insan hakları izleme mekanizmalarının raporlama çağrıları	Güncel çağrılarla ilgili Etkiniz web sitesini takip edin.
Politika gündemi	Meclisin ilgili komisyonlarının toplantı takvimini takip edin.
Siyasi atmosfer, ani değişimler	Meydana gelebilecek iyi/kötü acil durumlara göre takviminizi güncelleyin. Kutuplaştırıcı siyasi atmosfer veya daralan sivil alan gibi genel görünüme göre düşük profilli gitmek, risk azaltmak ya da takviminizde stratejik değişiklikler yapmak her zaman aklınızda olsun.

Riskleri Belirleme ve Veri Güvenliğini Sağlama

İnsan hakları izleme çalışmaları; özellikle de otoriter iktidarların olduğu ülkeler düşünüldüğünde, tek başına yüksek riskli faaliyetler olarak adlandırılabilir. Bu çalışmaların her aşamasında çeşitli fiziksel, psikolojik, siyasi, ekonomik riskler ortaya çıkabilir ancak bu bölüm yalnızca izlemenin iletişim faaliyetleri planlanırkenki risklere odaklanacak.

Herhangi bir izleme çalışmasına başlarken özellikle oluşabilecek riskleri iki yönden değerlendirmeniz gerekir:

Mevcut siyasi atmosfer için risk planı: İzleme çalışmanız için olası riskleri sıralamak aynı zamanda iletişim açısından da risk değerlendirmesi yapmanızı sağlar. Değerlendirmeyi yaparken hem izleme yaptığınız alandaki hak sahiplerini hem de kendinizi düşünmelisiniz. İletişim faaliyetlerinizi yürütürken yaygınlaştırma ile risk yönetimi dengesini ayarlamanız gerekir.

Çıktılarınızı paylaşırken mümkün olduğunca izlemeye konu olan hak sahiplerini riske atmayacak şekilde ilerlemelisiniz.^[4] Bunun için veri kaynaklarını veya hak mağdurlarının bilgilerini anonim tutmak akla ilk gelen önlemdir. Çeşitli nedenlerle hak mağdurlarının kimlik bilgilerini paylaşacaksanız da bunun “rıza” çerçevesinde olmasını sağlamalısınız. Bunun için yazılı izin metinleri hazırlayarak el altında bulundurabilirsiniz. İletişim faaliyetlerinde kendi güvenliğiniz içinse kamusal alanda düşük profilli giderek kapalı toplantılarda hedef kitleye doğrudan erişim sağlayacak yöntemleri tercih edebilirsiniz. Zaman zaman büyük savunuculuk kampanyaları yerine birebir iletişimle lobicilik çalışmaları izleme faaliyetinizin daha az riskli olmasını sağlayabilir.

İzleme süresince oluşabilecek ani gelişmeler için risk planı: Önceden belli risklerin dışında izleme çalışmanız süresince beklenmedik gelişmeler de olabilir. İletişim çalışmalarınızı planlarken bu tip durumlar için olası senaryoları içeren bir kontrol listesi hazırlamak işinizi kolaylaştıracaktır. Aşağıda temel senaryoları içeren bir kontrol listesini bulabilir, bunu kendi çalışmalarınız için genişletebilirsiniz.

DURUM	ÖNLEM
Çalıştığınız hak alanı ile ilgili siyasi otorite nefret söylemi içerecek paylaşımlarda bulundu.	İzleme çalışmanıza kamuya açık olmayan yöntemlerle devam ederken iletişim faaliyetlerinizi geçici süreliğine durdurabilirsiniz.
Herhangi bir afet durumu ya da faaliyet gösterdiğiniz bölgede toplumsal travmaya yol açan bir olay yaşandı.	İletişim faaliyetlerinizi geçici süreyle durdurabilirsiniz, yaşanan olayın hak alanınızda yarattığı etkilerle ilgili izleme çalışmanızdan bağımsız, yeni ve olaya odaklı bir iletişim planı kurabilirsiniz.
İzleme yaptığınız alandaki hak sahiplerinden birisi ya da bir grubun başına risk yaratacak bir olay geldi (gözültüne alınma, veri sızıntısı, bir yakının kaybı vs.)	İzleme çalışmalarınıza ara vererek iletişim faaliyetlerini hak sahipleri ile dayanışma gösterecek şekilde yeniden planlarsınız ya da gerekiyorsa riski önleyici ayrı bir savunuculuk kampanyası başlatırsınız.

^[4] <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/Chapter02-MHRM.pdf>

Siyasi otorite doğrudan sizi hedef gösterdi.

İletişim faaliyetlerini arttırarak kamuya açık şekilde meşruiyetinizi anlatan açıklamalarda bulunabilirsiniz ya da tam tersine iletişim faaliyetinizi tamamen durdurabilirsiniz.

Siyasi risklerin dışında insan hakları izleme iletişiminde akla gelen ikinci konu da veri güvenliğidir. İzleme çalışmalarının tamamı ile ilgili veri güvenliği ipuçları için dijital güvenlik konulu Etkiniz [webinarına](#) göz atabilirsiniz. İzlemenin iletişimi ile ilgiliyse aşağıdaki temel noktaları akıllı tutmak ve uygulamak sizi risklerden koruyacaktır.

- **Şifreler:** Saldırlara karşı çözülmesi zor şifreler oluşturun. Bu anlamda en bilindik yöntemlerden biri küçük harf veya rakam dışında noktalama işaretleri ya da büyük harf kullanılan şifrelerdir. Bunun yanında kısa “password’ler” yerine bir cümle ya da birkaç sözcük içeren “passphrase’ler” sizi güvende tutar.
 - Kötü örnek: izleme123
 - İyi örnek: İz*leme08!yapıyoruz.
 - İki kişinin bildiği sır değildir. Örneğin sosyal medya hesaplarınızın şifresini ekip arkadaşlarınızla paylaşıyorsanız, iki faktörlü doğrulama ([2fa](#)) ile şifrelerin sonrasına bir güvenlik adımı daha ekleyin.
- **Sunucular (servers):** Risk altında olduğunuzu düşünüyorsanız uçtan uca korumalı bulut sunucular tercih edin ya da fiziksel sunucularınızın bulunduğu ülke dışında güvenli olduğundan emin olun.
- **Güvenlik sertifikaları:** Çalışmalarınızı yaygınlaştırırken bir web sitesi kullanıyorsanız [SSL](#) sertifikası alarak https protokolünü sağladığınızdan emin olun. Risk altında olduğunuzu düşünüyorsanız mobil telefon ve bilgisayarlarınızda VPN uygulamaları kullanarak gözetimden uzakta çalışın. Örnek: [Nord VPN](#).
- **İzleme verisi:** Bu başlık izleme çalışmaları kapsamında ana güvenlik unsurlarından birini oluşturur fakat aynı zamanda yaygınlaştırmada kullanacağınız girdileri de tanımlar. Dolayısıyla iletişimi iki yönlü düşünecek olursanız, izleme sırasında veri toplarken veri sağlayan kişilerin güvenliğini sağladığınızdan emin olun. Bunun için aydınlatma ve rıza metinleri kullanın, kendi mecranızda veya 3. partilerle çalışıyorsanız o mecralarda çerez tercihlerini kullanıcı iznine bırakmayı unutmayın.
 - Çerez tercihi örneği: [Amazon](#)
 - Aydınlatma ve rıza metni örneği: [Etkiniz](#)
- **Veri depolama:** Tercih ettiğiniz sunucu (server) ne olursa olsun depolamayı yaparken yedek aldığınızdan emin olun. Bunun için birden fazla bulut sunucu kullanabilir ya da harici hard diskler yardımıyla verilerinizi yedekleyebilirsiniz.

Ayrımcılığa uğrama riski yüksek gruplarla ilgili veri paylaşımı: Kendi sosyal medya mecralarınızda ya da kamuya açık alanlarda bu gruplara ilişkin veri paylaşıyorsanız kişilerin kimliklerini gizleyebilir, görselde yüz görünmeyen fotoğraflar tercih edebilir, çeşitli görüntü / ses manipülasyon araçları kullanabilirsiniz.

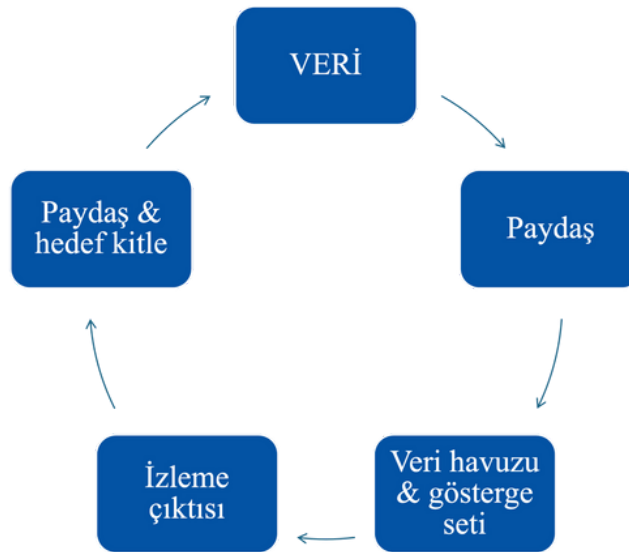
Risk değerlendirme ve iletişim stratejisi belirleme ile ilgili ayrıntılı bilgi için 'Kısıtlayıcı Ortamlarda Savunuculuk' el kitabına göz atmayı unutmayın.

Veri toplama ve raporlama sürecinde iletişim

İnsan hakları izleme çalışmanızı ve iletişim faaliyetlerinizi planladınız. Artık işe koyuluyorsunuz. Çalışmanın ilk aşaması genellikle veri toplama ile başlayacak, hemen ardından verilerin analizini yaparak raporlama aşamasına geçeceksiniz. İletişimin yalnızca “insan hakları izleme süreci tamamlandıktan sonraki yaygınlaştırma faaliyetleri” olarak tanımlanması çokça düşülen bir yanlış. İletişim aslında insan hakları izleme sürecinin en başından rol oynayan faaliyetler bütünü olarak alınmalı. Peki nasıl?

Veri Toplanması İçin Paydaşlarla İletişim Kurma

Rehberin en başında iletişim faaliyetlerine başlarken bir paydaş listesi oluşturmanız gerektiğini görmüştünüz. Artık elinizde bu liste var ama nasıl kullanacaksınız?



Belirli bir insan hakları konusu veya durumunu araştırmaya başladınız. Her araştırmada olduğu gibi literatür taraması yaptıktan sonra alanda çalışan paydaşların konuyla ilgili daha önceden yaptıkları araştırmaları ya da faaliyetleri gördünüz. Yukarıdaki döngüden anlaşılacağı gibi ilk adıma, yani ham veriye ulaştığınızı düşünün. Şimdi paydaşlarla iletişime geçmeniz gerekiyor. Bu iletişim açısından size ne kazandıracak?

- Alanda çalışan yeni insanlarla tanışarak ağıınızı genişletebilirsiniz.
- Paydaşlarla izleme çalışmanızı katılımcı şekilde planlayabilirsiniz. Uzun vadeyi düşünüp savunuculuk çalışmalarınızı koalisyonlar şeklinde yürütebilirsiniz.
- Sıfırdan oluşturmanız gerektiğini düşündüğünüz bir gösterge seti veya veri havuzuna en baştan ulaşabilirsiniz.

En baştan paydaşlarla iletişim halinde kalarak insan hakları izleme çalışmasının çıktılarına ve yaygınlaştırılmasına şimdiden katkı yapmış oldunuz. Çalışmanız süresince paydaşlara düzenli bildirimler yapıp çıktılarınızla ilgili geri bildirimler aldınız. İzlemeyi tamamladıktan sonra çıktıların yaygınlaştırılması için paydaşlarla iletişim konusunu ilerleyen bölümlerde görebilirsiniz.

Unutmayın; izleme çalışmalarının her çıktısı kendinden sonraki çalışmalara veri sağlayacaktır. Yani, yukarıdaki döngüyü en başa getirerek paydaşlarla iletişimin hak alanlarına nasıl bir katma değer sunduğunu görmüş olacaksınız.

Tanıtım ve Görselleştirme İçin Verileri Dikkate Alma

Artık çalışmanıza başladınız ve araştırmanızı sürdürüyor, veri toplamaya devam ediyorsunuz. Tüm bu süreci yönetirken bir yandan da “iletişim odaklı” düşünmeyi ihmal etmeyin. Elbette çıktılarınız henüz net değil, elbette izleme çalışmanızın sonuçlarından emin değilsiniz ancak araştırmanın her adımında yaygınlaştırmaya destek olacak materyaller elde edebilirsiniz. Bu yüzden her veriyi göz önünde bulundurarak iletişim çalışmaları için bir yandan alet çantası hazırladığınızı düşünün. Bu çantada neler olacak?

- **Alıntılar:** Çalışma sırasında dinlediğiniz her hikâyenin çarpıcı noktalarını not edin. İnsan hikayeleri paylaşmak ileride savunuculuk çalışmalarınızın etkisini güçlendirecektir.^[5]
- **İstatistikler:** Çalışmanızda niceliksel veriye ulaşabiliyorsanız aralarından şaşırtıcı veya tek başına anlatımınızı kolaylaştıracak olanları bir yerde toplayın. Birkaç sayfada anlatabileceğiniz bir konuyu bazen tek istatistikle çok daha etkili şekilde görselleştirebilirsiniz.

[5] <https://www.metgroup.com.mx/civilstory/en/>
<https://www.hope-based.com/>

- **Mesajlar:** Çıktılarınız oluşmaya başladıkça “Neyi değiştirmek istiyoruz?” sorusuna da yanıtlarınız netleşecek.^[6] İleride savunuculuk çalışmalarınızda işe yarayabilecek slogan cümleleri belirleyin. Her mesaj, çalışmanızın etkisini arttıracak görsel öğelere dönüşebilir.
- **Anahtar kelimeler:** İzleme çalışmanız sırasında elde ettiğiniz veriler size ne çağrıştırıyor? Çıktılarınızı rapor, bilgi notu, video, görsel gibi çeşitli formlarda paylaşacaksınız; peki bir yandan bu formların tasarımına karar vermeye ne dersiniz? Araştırmanızın size çağrıştırdıklarını anahtar kelimeler şeklinde not edin. Çıktılarınızı tasarlayacak tedarikçiler veya varsa iletişim ekibiniz bu anahtar kelimelerden belirli tasarım şablonlarına ulaşabilir, görsel materyallerde kullanılmak üzere ikon veya fotoğraflar seçebilir; çalışmanın sonunu en baştan planlamanızı sağlayabilir.

Yaygınlaştırma bölümünde yukarıdaki başlıklarla ilgili ayrıntılı bilgiyi ve araçları bulabilirsiniz. Yine de bir yandan araştırmanızı sürdürüp bir yandan da yaygınlaştırma planınızı yapmak için en baştan iletişim odaklı düşünmeyi unutmayın.

^[6] https://etkiniz.eu/wp-content/uploads/2022/10/1_K%C4%B1s%C4%B1tlay%C4%B1c%C4%B1-Ortamlarda-Savunuculuk_-Sivil-Toplum-Kurulus%CC%A7lar%C4%B1-ic%CC%A7in-Bir-El-Kitab%C4%B1-TR-1.pdf

İletişim İçeriğini Oluşturma

Planlamanızı yaptınız ve insan hakları izleme sürecinizi başlattınız. Tahmin edilenin aksine iletişim çalışmalarına izleme sürecinin sonunda değil en başında başlamanız gerekiyor. Sadece sonuçları değil süreci de paylaşmak, izleme sürecini yürütürken iletişim faaliyetlerinden faydalanmak ve izleme sonrası için yaygınlaştırma planını yapmak çalışmalarınızın etkisini arttıracaktır. Peki nasıl?

Mesajı yönteminizi paylaşarak güçlendirme

Sizce hangi örnek kulağa daha güvenilir geliyor?

A- Basın özgürlüğü izleme faaliyetimiz sonucu basın çalışanlarının kendini özgür hissetmediğini ve düzenli olarak otosansür uyguladığını gördük. Aynı zamanda 89 basın çalışanı hakkında dava yürütüldüğünü belgeledik.

B- X, Y, Z mecralarındaki 120 basın çalışanı ile yürüttüğümüz anket sonucunda katılımcıların %85'inin otosansürü profesyonel yaşamının gündelik bir pratiği olarak tanımladığını gördük. Aynı zamanda 2024 yılı Ocak ayından başlayarak açık kaynak haberler üzerinden yürüttüğümüz dava izleme çalışmamız sonucunda halihazırda 89 basın çalışanı hakkında devam eden dava olduğunu belirledik.

Bazen mesajınızı kısa yoldan vermek isterken mesajın etkisini arttıracak noktaları ihmal edebilirsiniz. B örneğinde görüldüğü gibi, metodunuzu çeşitli istatistikler ve yöntem anlatısıyla paylaşarak izleme çalışmalarınızın etkisini arttırabilirsiniz.

İnsan hakları izleme çalışmanıza katılımı artırma

Eğer izleme çalışmanızı daha önceden belirlediğiniz kapalı bir grup üzerinden değil de kamuya açık şekilde yürütüyorsanız iletişimi kullanarak faaliyetinize katkı sunacak kişileri bulabilirsiniz. Veri toplama çalışmanızı bir anketle veya bir arama toplantısıyla yürüttüğünüzü düşünün.

- Dikkat çekici görsellerle,
- önceden planladığımız bir süre dahilinde,
- düzenli paylaşım ve birkaç tekrar yaparak anket çalışmanızı veya toplantı davetinizi yaygınlaştırabilirsiniz. Sosyal medya kanallarınızı ve hedef kitleye uygun olarak önceden oluşturduğunuz mail listelerini kullanarak ankete / toplantıya katılımı arttırabilirsiniz.

Paydaşlarla geri bildirim süreci

Veri toplama yönteminize katkı sunmak ve kullandığınız veri toplama araçlarını yaygınlaştırmak için paydaşlarınız vazgeçilmez nitelikte. Çalışmalarınızı yaygınlaştırırken bir yandan da daha küçük gruplar halinde paydaş iletişimini yürütmeniz gerekiyor. Bu durum veri toplama araçlarınızı zenginleştirebilir, gelen geri bildirimlerle yönteminizde güncellemeler yapmanıza yardımcı olabilir. Paydaş iletişimini örgüt içi iletişimin bir parçası olarak tasarlayarak veri toplama ve izleme sürecinizi katılımcı ve şeffaf hale getirebilirsiniz.

Mesajları ve araçları keskinleştirme

Artık çalışmaya başladınız, belki de yolu yarılıdınız. Dolayısıyla, en başta kurduğunuz iletişim stratejinize dönüp izleme sürecinin çıktılarına bakarak mesajlarınıza ve araçlarınıza karar vermeniz gerekiyor. Bir sonraki bölümde izleme çıktılarını yaygınlaştırmak için kullanabileceğiniz araçları bulacaksınız. Bu aşamaya geçmeden önce izleme çalışmanızdan çıkardığınız ana mesajları kaba biçimde çeşitli araçlara dağıtmanız gerekir. Aşağıdaki tabloyu kullanarak iletişim içeriğinizin ilk taslağını çıkarabilirsiniz.

MESAJ ⁷¹	HEDEF KİTLE	ARAÇLAR
... hak ihlalleri X kitleye zarar veriyor.	*Alandaki sivil toplum örgütleri *Uluslararası insan hakları izleme mekanizmaları *...	*İzleme raporu (dijital versiyon) *Yönetici özeti *Bilgi notu *İnfografikler *Basın bülteni *...
... haklarla ilgili yeterli farkındalık bulunmuyor.	*Hak sahipleri *Alandaki sivil toplum örgütleri *Geleneksel medya mecraları *...	*Videolar *Sosyal medya görselleri *Bilgi notu *...

^[71] Toplu mail gönderimi için ücretli / ücretsiz seçenekleri bulunan [Mailchimp](#), [Inbox](#), [Substack](#) gibi uygulamaları kullanabilirsiniz.

... hak ulusal/ yerel mevzuatta tanımlanmış değil.	*Yürütme organı *Yerel yönetimler *Akademi *...	*İzleme raporu (basılı ve dijital versiyon) *Yönetici özeti *...
... hak talep ediyoruz.	*Yürütme organı *Yasama organı *Milletvekilleri *Uluslararası insan hakları izleme mekanizmaları *Alternatif medya mecraları *...	*İzleme raporu (basılı ve dijital versiyon) *Yönetici özeti *Bilgi notu *Lansman etkinliği *Videolar *Basın bülteni *Sosyal medya görselleri *...
... hakkını elde etmek için dayanışmaya çağırıyoruz.	*Hak sahipleri *Alandaki sivil toplum örgütleri *...	*Broşürler *Promosyon materyalleri *Forum etkinliği *Videolar *Basın bülteni *Sosyal medya görselleri *...

Bu tablo üzerinde hem mesaj tiplerini çoğaltarak hem de hedef kitleye göre ek araçlar belirleyerek taslağınızı geliştirebilirsiniz. Birçok izleme çalışması için tablodaki mesajlar bir arada kullanılabilir. En başta belirlediğimiz amaç ve hedeflere yönelik olarak bu mesajlar arasından eleme yapmanız odaklı kalmak açısından önemli olacaktır. Mesajlarınızın etkisini arttırmak için ne diyeceğinize karar verirken genel geçer dört önemli soruyu göz önünde bulundurun. Bu konuda Civil Liberties Union for Europe tarafından hazırlanan insan hakları mesajı oluşturma rehberi size yardımcı olacaktır:^[8]

^[8] <https://commonslibrary.org/how-to-message-on-human-rights-a-communications-guide-and-course/>

1. Talep ettiğiniz haklar hedef kitlenizin hayatına nasıl dokunur, nasıl olumlu değişiklikler yaratır?
2. Hakkı kimden talep ediyorsunuz, kime karşı ve kiminle birlikte hareket ediyorsunuz?
3. Hakkınızı kim ve nasıl ihlal ediyor?
4. Nasıl bir değişim istiyorsunuz ve bu değişimi yaratacak çözüm önerileriniz neler?

Bu sorulara vereceğiniz yanıtlar aslında izleme çalışmanız sırasında etkili bir mesaj üretmenizi de sağlayacaktır. Etkili insan hakları mesajları, sadece bilgi vermekle kalmaz, aynı zamanda duygusal bir bağ kurarak hedef kitleyi harekete geçirir. Duygusal bağ kurmak için mesajlarda kişisel hikâyeler ve insani yüzler ön plana çıkarılabilir. Bu sayede, raporunuzdaki veriler, somut ve etkileyici hikâyelerle desteklenerek daha güçlü bir etki yaratır. Ayrıca, mesajların pozitif ve çözüm odaklı olması, hedef kitlenin ilgisini artırır ve iletişimin etkinliğini yükseltir. Mesaj ileticisi olarak, güvenilir ve hedef kitleyle ilişki kurabilecek kişilerin seçilmesi iletişimi kolaylaştırır. Hemen her çalışmada olduğu gibi görsel kullanımı da mesajın etkisini artıran önemli bir unsurdur; özgün ve yerinde görsellerle desteklenen iletişim, daha kalıcı ve anlamlı olur.

Metropolitan Group tarafından hazırlanan “Sivil toplumun hikâyesini anlatmak” web sitesinde yukarıdaki mesaj üretim sürecinin basitleştirilmiş bir formülünü bulabilirsiniz.^[9]

Ortak değer + Sorun + Çözüm + Eyleme Çağrı

Buna göre mesaj üretimi; karmaşık ve politik terimlerden uzak, basit ve ortak kabul gören fikirlerin aktarılması üzerine kuruludur. Etkili mesajlar, sivil toplumun ne olduğu, nasıl işlediği ve neden önemli olduğu üzerine basit bir hikâye anlatmalı, insanları motive eden temel değerler ve geleceğe dair vizyonu vurgulamalıdır. Bu yaklaşım, daha az siyasi dil kullanarak, insanların anlayabileceği ortak değerler üzerinden bağ kurmayı kolaylaştırır.

Şimdi hikâyenizin temel formülünü akılda tutarak ve insan hakları izleme çalışmanızın farklı öğelerini bir araya getirerek mesajınızı oluşturabilirsiniz.

Adım adım mesaj oluşturma aracını indirip kullanmak için tıklayın!

^[9] <https://www.metgroup.com.mx/civilstory/en/message/>

Görsel kimlik oluşturma

Görsel kimlik denince aklınıza yalnızca sivil toplum örgütünüzün kimliği gelmemeli. Düzenlediğiniz her kampanyanın ya da izleme iletişiminin de ayrı bir görsel kimliği olabilir.^[10] İzleme çalışmanızın görsel kimliğini oluştururken şunları unutmayın:

- STÖ'nüzün görsel kimliğinden öğeler kullanmaya dikkat edin.
- Logonuzu veya isminizi ürettiğiniz materyallerde görünür hâle getirin.
- Görsel kimliğinizin sizin dışınızda kullanımını garanti altına almak için bir görsel kimlik kiti oluşturun.
- Tüm iletişim araçlarının kimliğinizi yansıtmaya ve bir araya geldiğinde bir bütünü oluşturmaya dikkat edin.

İzleme çalışmasının görsel kimlik kitini oluştururken aşağıdaki tabloyu kullanabilirsiniz. Çıktılarınızı yaygınlaştırırken görsel kullanımının doğru olduğundan emin olmak için bu kiti paydaşlarımızla ve hedef kitlenizle de paylaşmayı unutmayın.

GÖRSEL ARAÇ KUTUSU	
Logolar	Yatay versiyon / dikey versiyonŞeffaf arka plan / beyaz arka planYüksek çözünürlük / sıkıştırılmış boyut
Ana renkler	Dijital materyaller için HEX renk kodları#XXXXXX#YYYYYY Basılı materyaller için RGB / CMYK renk kodları
Destekleyici renkler	Dijital materyaller için HEX renk kodları#XXXXXX#YYYYYY Basılı materyaller için RGB / CMYK renk kodları
Yazı tipleri (fontlar)	Ana başlık:Gövde metinleri:Rapor fontları:Sosyal medya görsel fontları:Basılı materyal fontları:
Görsel öğeler	Stok fotoğraf arşiviKullanılacak ikonlarDiğer grafik öğelerTablo şablonlarıAnket şablonları

^[10] https://www.stgm.org.tr/sites/default/files/2020-09/iletisim-stratejisi-ve-araclari-rehberi_0.pdf

Niceliksel & niteliksel verileri görselleştirme

İzleme çalışmalarında ara iletişim içeriği çoğunlukla izleme raporunuz olur. Fakat çalışmanızla doğrudan ilgili küçük bir kesim dışında bu raporun kimse tarafından ayrıntılı şekilde okunmayacağına ne yazık ki emin olabilirsiniz. Bu yüzden izleme çalışmanızın bulgularını ve mesajlarını raporunuz dışında iletişim araçları kullanarak da yaygınlaştırmak durumundasınız. Yaygınlaştıracığınız içerik çoğunlukla raporunuzun çarpıcı verileri olacak. Bu verileri bir savunuculuk ya da farkındalık aracına dönüştürmek çoğunlukla raporunuzun tamamından daha büyük etki dahi yaratabilir.

“Tanıtım ve görselleştirme için verileri dikkate alma” başlığında gördüğünüz gibi, izleme çalışmanız sırasında topladığınız veriden alıntılar, istatistikleri ve mesajları araç kutunuza aldığınızı varsayın. Şimdi bu malzemeyi çarpıcı görsel materyallere dönüştürme vakti. Peki hangi araçlarla? Bu süreç için elbette tedarikçilerle de çalışabilirsiniz. Bu tip işbirliklerinde unutmamanız gereken ipuçlarını bir sonraki adımda bulacaksınız. Şimdilik veri görselleştirmeyi öz kaynaklarınızla, kendi başınıza ya da ekibinizle yaptığınızı düşünün. Bir sonraki aşamadaki video dijital veri görselleştirme araçlarından bazılarını izleme çalışmalarınızda nasıl kullanabileceğinizi gösteriyor.

VIDEO (Dijital veri görselleştirme araçları)

Görselleştirme araç kutusu

Aşağıda izleme çalışmalarınızı görselleştirmede kullanabileceğiniz çeşitli dijital platformları ve görsel ipuçlarını bulabilirsiniz.

Görsel ve video tasarım Canva Piktochart Lumen5 Typito	Popüler yapay zeka mecraları Open AI Chat GPT Gemini Claude Deepseek Perplexity	Yapay Zeka araç kutusu (Görsel, video üretimi, sosyal medya yönetimi, yaratıcı içerik oluşturma vb.) Rundown AI
---	---	---

Görselleştirme ipuçları

[See What You Mean](#)

[A Visual Communications Guide for Human Rights](#)

[Visualizing advocacy](#)

Görsel ve video tasarım Canva Piktochart Lumen5 Typito	Popüler yapay zeka mecraları Open AI Chat GPT Gemini Claude Deepseek Perplexity	Yapay Zeka araç kutusu (Görsel, video üretimi, sosyal medya yönetimi, yaratıcı içerik oluşturma vb.) Rundown AI
---	---	---

Üçüncü taraflarla / tedarikçilerle çalışma

İletişim araçlarını kendi imkânlarınızla değil üçüncü bir tarafla yani tedarikçilerle tasarlamak da bütçeniz dahilinde bir başka seçenek olabilir. Bu durumda yaratıcı içerik oluşturma aşamasını başkalarına delege etmek durumundasınız. Hangi tedarikçiyi seçeceğiniz elbette sizin tercihiniz fakat ne olursa olsun iletişim çalışmalarında tedarikçilerle çalışırken aklınızda bulundurmanız gereken temel noktaları aşağıda bulabilirsiniz:

- Yaptıracağınız işi iyi tanımlayın. Tasarım için bir iş özeti (brief) hazırlayın. Bu özetle boyut renk, adet vb. bilgileri tam verin.
- Kampanya veya kurumsal kimliğinizi iyi anlatın. Daha önceden hazırladığınız görsel kimlik kitini tedarikçilerle paylaşın.
- Çalışacağınız tedarikçiye karar vermeden önce farklı fiyat teklifleri toplayın ve karşılaştırın.
- Basılı materyaller için numune isteyin.
- İş teslim sürecini iyi planlayın. Son teslim tarihleri konusunda önceden anlaşmış olun.
- Basılı materyallerin teslimat şeklini size en az lojistik masraf ve işgücü çıkaracak şekilde planlayın.
- Dijital materyallerde aynı çıktının farklı boyutlarını ve varyasyonlarını alın.

İletişim çalışmalarının artık çoğunlukla dijital mecralarda yürütüldüğünü düşünürsek, özellikle son maddede yer alan çıktıları çeşitlendirme işlemini kesinlikle unutmayın. Aşağıdaki iki örnek bu alanda temel ipuçlarını içeriyor.

Videoların görünürliğini arttırma

ÖRNEK: Etkiniz Avrupa Sosyal Haklar Komitesi (ECSR) Kampanyası

YouTube: Raporlama yapan 3 STÖ temsilcisi ile röportajın uzun versiyonu

Instagram: STÖ temsilcilerinin röportajlarından bir dakikalık alıntı videoları:

<https://www.instagram.com/reel/C8wQh8kJlqS/>

https://www.instagram.com/reel/C8tmmHnpNQ_/

<https://www.instagram.com/reel/C8rOyuapulc/>

✓ Aynı video farklı mecralara uygun şekle getirildi; farklı uzunluk ve boyutlarda paylaşımı yapıldı.

Görselleri farklı mecralara uygun şekle getirme

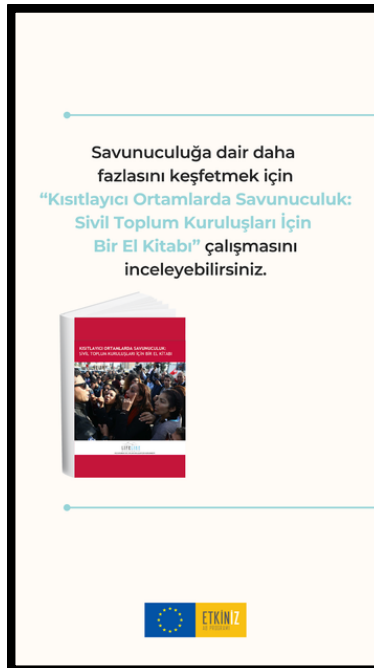
ÖRNEK: Etkiniz “Kısıtlayıcı Ortamlarda Savunuculuk: Sivil Toplum Kuruluşları İçin Bir El Kitabı” çevirisi

El kitabı tasarımı

Web sitesi haberi için carousel görsel seti.

El kitabı tasarım ve görsel setinin sosyal medya mecraları için hazırlanmış varyasyonları

Instagram grid & hikaye boyutları



✓ Aynı görsel farklı mecralara uygun şekle getirildi; mobil/ PC/ farklı sosyal medya mecraları için doğru boyutlar elde edildi.

Erişilebilirlik ve ayrımcılık karşıtlığı

Aynı insan hakları izleme çalışmalarında olduğu gibi iletişim çalışmalarında da evrensel insan hakkı değerlerini gözeterek hareket etmelisiniz. İletişim içeriğinizi oluştururken farklı engel grupları için erişilebilirliği ve ayrımcılık karşıtlığı (toplumsal cinsiyet, ırk, inanç temelli vb.) ilkesini göz önünde bulundurmaya unutmayın.

Özellikle görsel üretimini, ayrımcılığa yol açmadan ve hedef kitlenizin hassasiyetlerini akılda bulundurarak nasıl yaparsınız? Birkaç tavsiye:

- Hak mağdurlarını risk altına atmayın: **İnsan yüzü** veya çeşitli kimliklere ait (maskülen / feminen simgesi, tekerlekli sandalyede insan ikonu, haç işareti vb.) **simgeler** içeren görselleri kullanırken kendi kurallarınızı belirlemeli ve hedef kitlenizin hassasiyetlerini gözetmelisiniz. Örneğin, şiddet mağduru kadınlarla çalışırken farkındalık yaratmak için dahi olsa kadınların görsellerini kullanmanız, kişi için risk yaratabilir. Ya da herhangi bir etkinliğinizden sosyal medyada paylaştığınız fotoğrafta, kamuoyunda görünmek istemeyen bir katılımcınız yer alabilir.
- Soyut görsel, ikon kullanımlarında mümkün olduğunca **cinsiyetsiz simgeler** tercih edin. (Bir kadını tarif ederken etekli kadın ikonu kullanmamak gibi)
- Görme engelliler için görsellerinize **alt text** (resim açıklaması, betimleme) ekleyin.
- Sesli videolarımızda veya etkinliklerinizde **işaret dili çevirisi & altyazı** kullanın.
- Özellikle çocuk hakları ile ilgili materyallerde **sadeleştirilmiş metin** (çocuk dostu versiyon) kullanın.
- Özellikle web sitelerinde veya dijital materyallerinizde **erişilebilirlik menüsü** kullanın.

Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için “Erişilebilirlik Ana Akımlaştırılması Kılavuzu” ve “Toplumsal Cinsiyet Duyarlı İletişim Rehberi” belgelerine göz atmayı unutmayın.

Yaygınlaştırma

Paydaşlar ve hedef kitle ile etkileşim kurma

İnsan hakları izleme çalışmanızı tamamladınız ve yaygınlaştırma aşamasındasınız. Daha önceden belirlediğiniz paydaş ve hedef kitlelerle, hazırladığınız mesaj ve araçlarla artık sesinizi duyurmaya başlayabilirsiniz. Aslında bu başlığın tek amacı önceki bölümlerde yaptığınız hazırlığı uygulamak. Dolayısıyla bu bölümde yaygınlaştırma çalışmaları sırasında ne yapacağınızdan çok bunu yaparken nelere dikkat edeceğinizi bulacaksınız. Dikkat edilecekler listesini, Avrupa Birliği Temel Haklar Ajansı (FRA) tarafından hazırlanan ve Etkiniz AB Programı'nın Türkçe'ye çevirdiği "Etkili bir insan hakları iletişimi için 10 anahtar" belgesinde bulabilirsiniz. Nedir bu 10 anahtar?

1. İnsana ilişkin bir öykü anlatın
2. Genel kamuoyunun daha geniş ilgisini çekecek konuları belirleyin
3. İnsanların temel değerlerini teşvik edin
4. Öykü uzunsa kısaltın
5. Görsel kullanın
6. Pozitif olun
7. Mesajınıza otantik (sahici) bir ses katın
8. Medyayla iletişimi güçlendirin
9. Farklı kesimlere hitap etmek için iletişim stratejilerini çeşitlendirin
10. İletişim çalışmanız için yeterince kaynak sağlayın

Rehberde her başlığın ayrıntılarını bulabilirsiniz; şu an için yapmanız gereken etkileşim kurarken bu 10 anahtarı akılda bulundurmaktır. Peki paydaşlar ve hedef kitle ile etkileşim yaratmaktan kasıt nedir? Aslında iletişimin tek taraflı değil, amacınıza uygun ve etkinizi artıracak şekilde çok katmanlı kurgulanması. Bu kurguda size katkı sağlayabilecek, iletişimi etkileşime dönüştürecek birkaç ipucunu aşağıda bulabilirsiniz.

- **Eyleme çağıran dil kullanımı:** Hedef kitlenizi doğru belirleyip tüm araçlarınızı doğru kullandığınızı düşünün. Yine de iletmek istediğiniz mesajı aktarmanız ve amacınıza ulaşmanız her zaman mümkün olmayabilir.

- Bu yüzden hiçbir adımda yalnız kalmamak ve kendinize müttefikler oluşturmak öncelikli göreviniz. Bu görevi hizmet etmek için edilgen ve kime seslendiği belli olmayan mesajlar yerine muhatabı belli ve eyleme çağıran bir dil kullanmanız gerekir. Etkiniz destekli birkaç örnek size ilham verecektir:

Kadın Dayanışma Vakfı yoksulluk nafakası kampanyası- Vakıf kampanyasını kurgularken #NafakaHakkımaDokunma etiketiyle izleme çalışmasının sonuçlarını paylaştı. Bunun yerine “kadınların yoksulluk nafakası hakkı ihlal ediliyor” gibi bir dil kullansa mesajın etkisi azalacaktı.

Uluslararası İlişkiler Çalışmaları Derneği (TUIÇ Derneği) “Afet Sonrasında Yükseköğretimde Eğitim Hakkına Erişimin İzlenmesi Raporu”- Dernek 6 Şubat depremleri sonrası eğitim hakkı izleme çalışmasını yaygınlaştırırken çıktılarını #Birlikteliyleşiyoruz (recover2together) etiketiyle bir kampanyaya çevirdi. Bu sayede bir felaketin sonuçlarını anlatırken izleme yoluyla dayanışma mesajı verdi.

Kürt Çalışmaları Merkezi “Amedspor’un Maruz Kaldığı Hak İhlallerinin Sporda Irk Ayrımcılığı Bağlamında İzlenmesi Raporu”- STÖ raporun lansmanı ve sosyal medya kampanyası sırasında İnat, Umut, Futbol üst başlığını kullanarak yalnızca ayrımcılık verilerini paylaşmadı, aynı zamanda bir futbol takımının ayrımcılık karşıtı mücadelesine dikkat çekti.

- **Yorumlara yanıt verme:** Paylaştığınız her içeriğe özellikle sosyal medyadan çeşitli tepkiler ve yorumlar alacaksınız. Kurumsal dil kullanımınız ne olursa olsun yorumlara yanıt yazmak ve içeriğinizin tartışılmasını sağlamak hiçbir tepki vermemekten her zaman iyidir. Hedef kitle ve paydaşlarınızla etkileşim sırasında bir yanıt standardı oluşturmayı ihmal etmeyin.
- **Dayanışma ve katılımcılığı güçlendirme:** Mesajınızı yaygınlaştırırken hem hedef kitleniz hem de paydaşlarınız iletişim anlamında aynı zamanda ekip arkadaşlarınız haline gelir. İzleme çalışmanızla bir hak talebinde bulunuyorsanız mesajınızı iletmek için paydaşlarınızdan ve hedef kitlenizden destek isteyin. Çıktılarınızı yaygınlaştırırken bir şeyler talep etmenin yanında bu talebi gerçekleştirmek için dayanışmaya çağırmaya da önem gösterin.

- Kendi çalışmanızın yanında, alanda kaynak oluşturabilecek diğer çalışmaları da yaygınlaştırın. İzlediğiniz alandaki hak sahiplerinin ya da mağdurlarının hikayelerini anlatmaya odaklanın. Yaygınlaştırma ile ilgili geri bildirimleri ve geliştirme önerilerini dikkate alın.
- **Güvenilirliği öne çıkarma:** İzleme çalışmalarınız gibi bu çalışmaların iletişimi de her zaman güvene dayalı olmalı. Teyitli bilgilerle, kanıt temelli ve ispat edilebilir kaynaklara dayanan bir iletişim tonu sağlamaya dikkat edin. Aynı zamanda izleme çalışmanızın hak öznelerinin kişisel verilerini korumaya özen gösterin. Evrensel insan hakkı değerlerini iletişim çalışmalarınızda da benimsediğimizi vurgulayın. İzleme çalışmanızın bir savunuculuk veya farkındalık amacına hizmet ettiğini öne çıkarın. Bu sayede kısa vadeli somut kazanımlar elde edemeseniz bile hedef kitlenizi uzun vadeli bir etki yaratma potansiyeliniz olduğuna ikna edin.^[1]
- **Filtre balonlarının dışına çıkma:** Mesajlarınızı iletirken mümkün olduğunca pozitif bir dil benimsemeye özen gösterin. İnsan hakları izleme çalışmanızın sadece belli bir kesim için değil aslında herkes için hak arama amacı olduğunu vurgulayın. Doğrudan hedef kitleniz olmasa da çalışmanıza muhalif olabilecek kesimleri de ikna etmeye çalışın. Bunu hem mesajlarınızı kurgularken akılda bulundurun hem de mümkün olduğunca “öteki mahalle” sayılabilecek kişi veya kurumlara da erişmeye çalışın.^[2] Size karşıt olarak gördüğünüz kişiler veya hak ihlaline sebep olduğunu belgelediğiniz kurumlar, çoğunlukla yaratmak istediğiniz politika değişiminin de aracıları konumunda olacaktır.

Çıktıları yaygınlaştırmak için farklı araçları kullanma

Bu başlığı en başta, yani planlama aşamasında tamamlamıştınız. Araçlarınızı belirlediniz, hedef kitlenizi seçtiniz ve artık yaygınlaştırma adımına geldiniz. Şimdi düğmeye basma zaman. Kaba tabirle “tüm tuşlara basarak” araç kitinizde her şey ve hedef kitlenizin herkes olduğunu düşünün. Bu elbette hiçbir zaman böyle olmayacak ama arasından seçim yapmak için için aşağıdaki kontrol listesine göz atın ve hemen altındaki vaka örneğinden kendi izleme çalışmanız için çıkarımlar yapmaya çalışın.

^[1] <https://spitfirestrategies.com/app/uploads/2025/01/2024-Replenish-Trust-Guide-PDF.pdf>

^[2] <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review>

✓**İnsan hakları izleme raporu:** Raporunuzun mutlaka dijital versiyonunu hazırlayın. Hedef kitleye göre gerekli gördüğünüz takdirde basılı bir versiyon çıkarmayı da unutmayın. Ana iletişim materyaliniz çoğunlukla rapor olacaktır; diğer tüm araçlar için rapordan malzeme çıkarmaya bakın. Küçük bir grup olsa da birincil hedef kitlenize raporunuzu basılı halde ulaştırmaya çalışın. Diğer tüm araçları kullanırken raporunuzun dijital versiyonuna yönlendirme yapın. Muhtemelen üreteceğiniz dijital içeriklerin sonunda cümleleriniz şöyle tamamlanacaktır: “Raporun tam metni için tıklayın.”

✓**Basın bülteni:** Hedeflediğiniz medya mecralarının info vb. uzantılı bilgi adreslerinden ve çalışmanızla ilgili olabilecek gazetecilerin e-posta hesaplarından bir liste oluşturun. Basın bülteninde raporunuzun temel bulgularını, mesajlarını ve amaçladığı değişimi kısa ve net biçimde aktarmayı unutmayın. Bültende iletişim adreslerinizi ve sosyal medya hesaplarınızı mutlaka barındırın. Önceden hazırladığınız görsel materyalleri ve görsel kimlik öğelerini içeren basın kitini bültenle birlikte paylaşın. Basın bülteni hazırlamanın birkaç püf noktası için [buraya tıklayın](#).

✓**Bilgi notu ve yönetici özeti:** Ne yazık ki hedeflediğiniz birçok kişi izleme raporunuzu ayrıntısıyla okumayacak. Bu yüzden raporun temel noktalarını içeren bilgi notları hazırlamayı unutmayın. Aynı zamanda raporunuzun başında temel bulgularınızı, amacınızı ve yönteminizi anlatacak bir yönetici özeti hazırlamak iletişim anlamında da işinizi kolaylaştıracaktır. Etkiniz [Hak Örgütleri için İzleme Rehberi](#)’nde raporunuzun görünürlüğünü artırmak ve okunurluğunu sağlamak için temel ipuçlarını bulabilirsiniz. Eğer iletişim çalışmanızın hedef kitlesi uluslararası insan hakları izleme mekanizmaları ise bilgi notu hazırlamanın önemi daha da artacaktır. Bununla ilgili ayrıntılı bilgiyi bu bölümün sonunda bulabilirsiniz

✓**Resmi & gayriresmî ziyaretler:** İzleme çalışmanızı ve taleplerinizi çoğunlukla politika değişikliğini yaratabilecek kamu görevlilerine iletmeniz gerekir. Dolayısıyla bu listedeki hiçbir iletişim aracını kullanmadan yalnızca tek bir kişiye ziyaretiniz dahi izleme çalışmanızın amacına ulaşmasını sağlayabilir. Yine de bu insan hakkı ihlallerin olduğu ve demokratik olmayan ortamlarda doğrudan tercih edilebilecek yöntemlerden birisi olmayabilir. Bu yüzden politika yapıcıya doğrudan ulaşamazsanız da, onu etkileyebilecek ve kazanım elde edebileceğiniz danışman, siyasi parti temsilcisi, yerel yönetimin ilgili biriminden bir çalışan vb. kişilere ulaşmaya çalışın. Bunları da yapamıyorsanız [buradaki](#) A taktiği örneğinde görebileceğiniz gibi alternatif giriş yöntemleri bulmaya çalışın.

✓**Sosyal medya:** Sosyal medya kampanyası sırasında ilgili hesapları etiketlemeyi, çalışmanızın hedef kitlesini takip etmeyi, yorumlara yanıt vermeyi ve etkileşim yaratmayı ihmal etmeyin. [Buffer](#), [Metricool](#) gibi araçlar kullanarak sosyal medya hesaplarınızı tek bir yerden yönetebilir, paylaşım istatistiklerinizi takip edebilirsiniz. [Buraya tıklayarak](#) sivil toplum örgütleri için dijital medya eğitimini tamamlayabilirsiniz.

✓**Etkinlikler:** Raporunuzun lansmanı için ilgili olabilecek medya aktörleri, akademisyenler, STÖ veya kamu temsilcilerini ağırlayacağınız bir etkinlik düzenleyin. Etkinlik yönetimi için [bu rehber](#)e göz atın.

✓**Toplu e-posta:** [Mailchimp](#), [Inbox](#), [Substack](#) gibi araçlar kullanarak önceden hazırladığınız üye listenize izleme raporunuzu ve çalışmalarınızı iletin. Hedef kitlenizi bu araçlar üzerinden segmentlere ayırarak yazışma dilini amacınıza göre çeşitlendirdiğiniz farklı e-postalar kullanın.

✓**Basılı materyaller:** İletişimin etkisini arttırmak için belli mesajlarınızı, çarpıcı istatistiklerinizi içeren sticker, çanta, broşür veya flyer gibi promosyon ya da görünürlük materyalleri hazırlayın. Bu sayede alanla ilgili olabilecek paydaşlarınıza veya hak savunucularına hitap edin. [Buraya tıklayarak](#) basılı materyallerinizle ilgili ortalama fiyat ve format bilgilerini tarayabilirsiniz.

Geri bildirim anketleri: İletişim çalışmalarımız veya kampanyanızla ilgili [Google Forms](#), [Typeform](#) gibi araçlar kullanarak geri dönüşler alın. Paydaşlarınızla iletişimi bu şekilde devamlı hale getirin.

VAKA ANALİZİ

Etkiniz desteği ile yukarıdaki araçların birçoğunu kullanarak insan hakları izleme çalışmasını yaygınlaştıran bir örneğe göz atarak farklı kitlelere ne tip araçlarla seslenebileceğinizi düşünün.

Pozitif-iz Derneği birkaç yıldır ‘HIV pozitiflerin maruz bırakıldıkları hak ihlallerini raporluyor. Dernek bunu yaparken nelere dikkat ediyor? Farklı kitlelere nasıl araçlarla sesleniyor?

İzleme raporu

Hedef kitle- tüm aktörler (Sağlık Bakanlığı, STÖ'ler, doktorlar, basın vb.)

Mesaj- "HIV ile yaşayanlar hakkını arıyor!"- Yaşanan hak ihlalleri, tanımlanması gereken haklar, sağlanması gereken hizmetler...

Basın bülteni & Toplu e-posta

Hedef kitle- Gazeteciler, ana akım ve alternatif medya kuruluşları

Mesaj- "HIV ile yaşayanlar hakkını arıyor!"- Yaşanan hak ihlalleri, tanımlanması gereken haklar, sağlanması gereken hizmetler...

Bilgi notu

BM Kadınlara ve Kız Çocuklarına Yönelik Şiddet konusunda Özel Raportörüne bilgi notu iletimi

Hedef kitle- Uluslararası insan hakları mekanizmaları

Mesaj- "HIV ile yaşayanlar hakkını arıyor!"- Yaşanan hak ihlalleri, tanımlanması gereken haklar, sağlanması gereken hizmetler...

Sosyal medya

Rapor infografik paylaşımları, "HIV ile yaşayanlar hakkını arıyor!" kampanyası, Dünya AIDS Günü & Sıfır Ayrımcılık Günü gibi uluslararası kampanyalara katılım

Hedef kitle- Sosyal medya takipçileri ve potansiyel ilgili hesaplar

Mesaj- Her kampanya için ayrı mesajlar; "HIV ile yaşayanlar hakkını arıyor!" & "HIV ile yaşayanlar ve paydaşlar dayanışma içinde!" vb.

Etkinlik

Ulusal HIV/AIDS Kongresi'nde rapor lansmanı

Hedef kitle-STÖ'ler, doktorlar, vb.

Mesaj- "HIV ile yaşayanlar ve paydaşlar dayanışma içinde!"- Yaşanan hak ihlalleri, tanımlanması gereken haklar, sağlanması gereken hizmetler...

Basılı materyaller

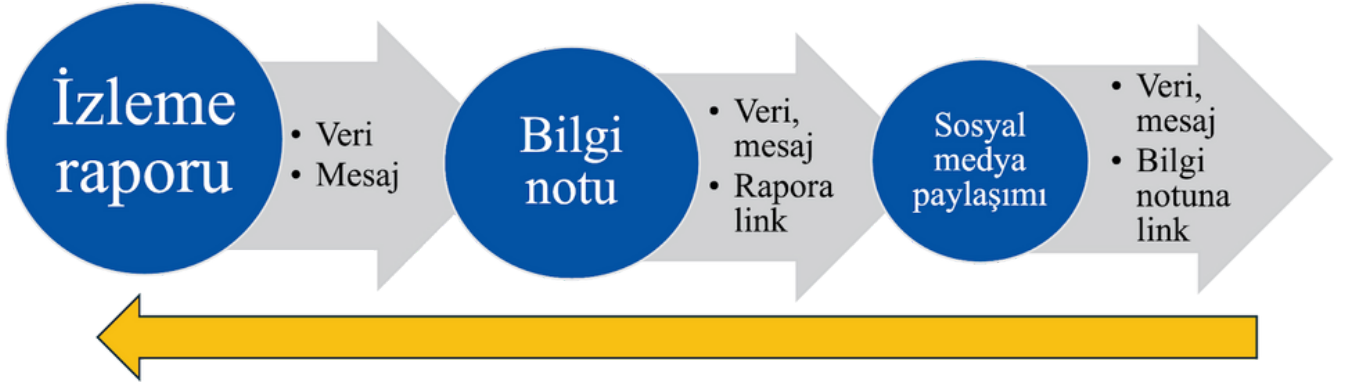
Rapor infografik posterleri

Hedef kitle- Ulusal HIV/AIDS Kongresi katılımcıları

Mesaj- "HIV ile yaşayanlar hakkını arıyor!"- Yaşanan hak ihlalleri, tanımlanması gereken haklar, sağlanması gereken hizmetler...

Bütüncül yaklaşım

İzleme çalışmalarında kullandığınız iletişim araçları farklı olsa da bu araçların ortak amacınıza, yani mesajınızı iletmeye hizmet ettiğinden emin olmalısınız. Dolayısıyla paylaştığınız içeriğin biçimleri farklı olsa da, araçların birbirleriyle konuşarak bütüncül bir yaklaşıma sahip olması gerekir. Sözelimi insan hakları izleme raporunuzu ele alın. Bu raporu ana iletişim materyaliniz olarak düşünürseniz, diğer her iletişim aracının bir biçimde bu raporla konuşması gerekir. Bunu basit bir döngüde, “büyükten küçüğe ve küçükten büyüğe” formülü şeklinde tanımlayabilirsiniz. Nedir bu formül?



1. Ana iletişim materyaliniz olan izleme raporundan yola çıktınız. İzleme raporu tüm verilerinizi tek bir dökümanda topluyor. Bunların bir kısmını aldınız ve vermek istediğiniz mesajla birleştirdiniz.
2. Rapordan seçtiğiniz bölümler bir bilgi notuna dönüştü. Bilgi notunun sonunda, okuyucuların daha fazla ayrıntıya ulaşmak için raporunuza gitmesini sağladınız.
3. Bilgi notundaki tüm verileri ve mesajınızı sosyal medya görsellerine çevirdiniz. Sosyal medyada yaptığınız paylaşımlarda okuyucunun daha fazla ayrıntıya ulaşmak için bilgi notuna gitmesini sağladınız.

Büyükten küçüğe giden bu süreç, paylaştığınız her link ile en küçük parçadan ana materyale ulaşılmasını sağlar. Böylece araçlar arasında bütüncül bir yaklaşım geliştirmiş olur, mesajınızı en ilgiliden en az ilgili hedef kitleye kadar ulaştırabilirsiniz. Yaygınlaştırma çalışmalarınızın her aşamasında iletişim araçlarınızın bütüncül bir yaklaşımla tasarlandığından emin olun.

Uluslararası insan hakları izleme mekanizmalarına erişme

Sivil toplumdaki diğer iletişim faaliyetlerinden farklı olarak izleme çalışmaları için uluslararası insan hakları izleme mekanizmalarına erişim hayati bir önem taşır. Ülkenizdeki mevcut durumu değiştirmek bazen kamu otoriteleri ve yerel sivil toplum ile iletişimde kalarak mümkün olmayabilir. Uluslararası mekanizmalar hak ihlallerinin önlenmesinde veya çeşitli hakların tanımlanmasında taraf devletler üzerinde baskı oluşturabilir. Bu bölümde, uluslararası mekanizmalarla iletişim için birkaç ipucunu bulabilirsiniz.

Bu bölüme başlamadan uluslararası mekanizmaların neler olduğunu, bu mekanizmalara nasıl raporlama yapabileceğinizi aşağıdaki Etkiniz kaynaklarına tıklayarak gözden geçirebilirsiniz.

[Hak Örgütleri için İzleme Rehberi](#)

[Kaynak Merkezi uluslararası insan hakları izleme mekanizmaları web sayfası](#)

[“Uluslararası İnsan Hakları Mekanizmaları” Eğitimi](#)

[“Birleşmiş Milletler Özel Prosedürleri ve Raportörlerinden Nasıl Yararlanırsınız?” Eğitimi](#)

[Uluslararası webinar kayıtları](#)

[‘ISHR- BM Sözleşme Mekanizmaları Rehberi’ Etkiniz tarafından güncellenmiş ve Türkçeleştirilmiş versiyon](#)

Uluslararası insan hakları mekanizmaları ile iletişim ipuçları:

- **Düzenli takip:** İnsan hakları izleme çalışmaları yürütüyorsanız uluslararası mekanizmalardan çağrılar [Etkiniz](#) web sitesi üzerinden düzenli takip edin. Hak alanınızla ilgili BM, Avrupa Konseyi gibi kurumlardan mekanizmaların ve iletişim kişilerinin bir listesini çıkarın. İzlediğiniz hak alanı ile ilgili özel raportör / sözleşme organı veya kurumu sosyal medyadan takibe alın. Özellikle BM Özel Raportörleri düzenli aralıklarla değiştiği için takip listenizin güncelliğinden emin olun.
- **Dil bariyeri:** Uluslararası mekanizmalar çoğunlukla belirledikleri resmi dillerde ve %100 oranında İngilizce raporları veya bilgi notlarını kabul eder. Bu yüzden raporunuzu İngilizce yazmayı veya Etkiniz, Sivil Düşün gibi AB programlarından çeviri desteği almayı düşünmelisiniz.

- **Kişisel / kurumsal kimlik:** Bilgi notlarınız veya raporlarınızın başına sizin veya temsilcisi olduğunuz STÖ'nün kısa tanıtımını ekleyin. Özellikle alandaki deneyiminizi öne çıkarın.
- **Yönetici özeti:** Aynı izleme raporlarımızda olduğu gibi mekanizmalara dönük raporlarınızın başında da mutlaka raporun özetini bulundurun.
- **Sivil toplum oturumlarına katılım:** Mekanizmaların periyodik raporlama çağrılarında çoğunlukla üye devlet görüşmeleri öncesi sivil toplum oturumları yapılır. Bu oturumlara fiziksel veya çevrimiçi şekilde katılım gösterebilirsiniz. Bu sayede hedef kitlenize doğrudan ulaşarak raporlamanızın etkisini artırabilirsiniz. Oturumlara katılım öncesi kiminle muhatap olacağınıza, oturumlarda uluslararası sivil toplum örgütlerinden kimlerin size destek sunabileceğine kafa yorun. Özellikle BM komitelerine katılım öncesi oturumda hangi üye devletlerden yetkililerin olacağına göz atın ve bu ülkelerin bulunduğu lokasyondaki temsilciliklerine (Büyükelçilik vb.) yönelik lobicilik faaliyetleri geliştirin. [Buraya tıklayarak](#) Etkiniz İnsan Hakları İzlemeye Dayalı Lobicilik Rehberi'ne göz atabilirsiniz.
- **Koalisyon oluşturma:** Çağrı yayınlayan mekanizmaların çoğunlukla sayfa, sunum süresi vb. kısıtlamaları bulunur. Bu yüzden mekanizmalara dönük raporlama yaparken farklı sivil toplum örgütleri ile koalisyon kurmak alanımızdaki hak ihlallerinin birçoğuna birden değinmenizi ve mekanizmalar nezdinde daha güçlü görünmenizi sağlar.
- **Raporlama öncesi soru sorma:** Mekanizmalar tarafından yayınlanan çağrılarda çoğunlukla sorularınız için bir iletişim adresi bulunur. Raporlama öncesinde bu adreslerle iletişime geçmek hem yazacağınız rapordaki muğlak noktaları netleştirmenizi hem de mekanizmalar tarafından önden tanınmanızı sağlar.

Savunuculuk çalışmaları yürütme

Rehberin bu başlığı [Etkiniz Eğitim Portalı](#) "İnsan hakları izleme araç kutusu" eğitiminde yer alan "İnsan Hakları STÖ'leri için Savunuculuk" bölümünde ayrıntılı şekilde anlatıldığı için lütfen eğitimin ilgili bölümünü inceleyiniz.

Geri bildirim ve güncelleme

İnsan hakları izleme sürecinin sonuna geldiniz, yaygınlaştırma ve savunuculuk faaliyetlerinizi yürüttünüz. İletişim çalışmaları yönünden iki önemli soruyu sorarak süreci yeniden gözden geçirmeye başlayabilirsiniz.

1. İnsan hakları yükümlülüklerinin yerine getirilip getirilmediğini belgeleyerek bunu hedef kitlenize anlatabildiniz mi?
2. Çalışmanız sonucunda yaratmak istediğiniz değişimi yarattınız mı?

Her iki sorunun da cevabı “Evet” ise çalışmayı tamamladığınızı varsayabilirsiniz ve izlediğiniz hak alanında bir değişim gözlenmedikçe başarıya ulaştınız demektir. Elbette süreç her zaman bu kadar kolay ilerlemez. İzleme çalışmalarınızın savunuculuk aşamasında yeterli etkiyi sağlayamazsanız geriye dönüp yeni taktikler belirlemek, bazen mesajı değiştirmek bazen de araçları güncellemek gerekebilir.

Unutmayın! Çalışmanın sonucu ne olsun çıktılarınız aynı zamanda hak alanı ile ilgili tarihe not düşme özelliği taşır. Kamuya açık şekilde paylaştığınız her içeriğin sizden sonraki izleme çalışmalarına katkı sunacağını unutmayın. Bu yüzden paylaşımlarınızın doğruluğundan, güvenilirliğinden ve güncelliğinden emin olun.

Paylaşımlarla ilgili verileri ve geri bildirimleri takip etme

Hangi iletişim aracını kullanırsanız kullanın içeriklerinizle ilgili ölçme ve değerlendirme yapmanız gerekir. Etkinlikler, resmi ziyaretler, yüz yüze görüşmeler gibi örneklerde sözlü geri bildirim elbette en bilinen yöntemdir. Bunun dışında kalan hemen tüm iletişim araçlarında ise artık dijital mecralar yoluyla geri bildirimleri takip edebilirsiniz. Farklı iletişim araçlarına yönelik geri bildirimleri takip etmek için temel ipuçları şöyle sıralanabilir:

- **Web sitesi:** Web sitenizin Google Analytics veya başka bir istatistik altyapısı ile bağlantılı olduğundan emin olun. İstatistik aracıyla sitenize gelen kullanıcıların sizi **hangi mecralardan** bulduğunu (sosyal medya, arama motoru vb.), sitenizde hangi **sayfaları** ziyaret ettiğini, site içinde nasıl bir yol izlediğini (**navigasyon**) ve sitede ne kadar **süre** geçirdiğini takip edin. Buna göre öne çıkarmak istediğiniz içeriklerin kolay bulunur olmasını ve kullanıcı dostu şekilde takip edilmesini sağlayın.

- **Sosyal medya:** Meta firmasına ait Facebook ve Instagram istatistiklerini ücretsiz olarak Meta Business Suite üzerinden takip edebilirsiniz. X ne yazık ki artık istatistik modülünü yalnızca ücretli üyeliği bulunan hesaplara sağlıyor. YouTube ise stüdyo hizmeti ile bu istatistikleri yine ücretsiz olarak sunuyor. Buffer, Metricool gibi araçlar ücretli seçenekleriyle sosyal medya hesaplarınızı tek bir yerden takip etmenizi sağlıyor.
- **Medya ve arama motoru:** Google Alerts hizmetini kullanarak belirli anahtar kelimeleri arama motorundan takip edebilirsiniz. Bu sayede hem yaygınlaştırdığınız basın bültenlerinin nerelerde yankı bulduğunu hem de çalışmanızla ilgili hangi mecraların sizden bahsettiğini görebilirsiniz. Eğer bütçeniz var ve ulusal ya da uluslararası kampanyalar yürütüyorsanız yazılı ve görsel basını takip etmek için medya takip ajanslarından hizmet alabilirsiniz.
- **Kişiyeye dönük geri bildirim:** Çeşitli dijital araçları kullanarak izleme ve iletişim çalışmalarının sonuçlarını takip etmek için hedef kitlenize doğrudan soru sorabilirsiniz. Önceki bölümde gördüğünüz Google Forms, Typeform gibi araçlarla geri bildirimler toplayabilirsiniz.

Verileri güncelleme

İnsan hakları izleme çalışmanızın aynı zamanda çalıştığınız hak alanı ile ilgili bir hafıza aracı olduğunu bu bölümün en başında gördünüz. Hafızanın güvenilir olması izleme çalışmalarınızın hesap verebilirliğini artırır. Bu yüzden çalışmanızı tamamlandıktan sonra da iletişim araçlarını kullanarak izlemeyi düzenli hale getirebilir ya da çalışmanın güncelliğini sağlayabilirsiniz. Aşağıda veri güncellemenin 2 alt başlığında ipuçlarını bulabilirsiniz:

Veri toplama sürekliliği: Halihazırda bir izleme çalışması yürüttüyseniz, paydaşlarınızın ve ulaştığınız hak mağdurlarının bir listesine sahipsiniz. Her şeye en baştan başlamadan periyodik olarak bu listelere ulaşarak izleme çalışmanızı düzenli şekilde güncelleyebilirsiniz. Böylece hem iletişimin sürekliliğini sağlayarak bir topluluk yaratma şansına sahip olursunuz hem de izlediğiniz alandaki değişimleri gözlemleyebilirsiniz. Google Workspace / Drive gibi araçlar verilerinizi tek bir yerde arşivlemenize yardımcı olacaktır. Bu sayede verileri periyotlara, hedef kitleye vb. kriterlere göre ayrıştırarak saklayabilirsiniz.

Güncellik kontrolü: İzleme çalışmanızın yaygınlaştırma aşamasını tamamladıktan sonra ürettiğiniz içeriklerin zaman aşımına uğramadığından emin olun. Bunun için önlemi en baştan alabilirsiniz. Paylaşımlarınızı “... tarihi itibarıyla”, “x-y tarihleri arasında”, “... Lokasyonunda yapılan incelemeler sonucunda” gibi net zaman ve ölçek bildiren cümlelerle yapmak çıktılarınıza siz paylaştıktan çok daha sonra ulaşacak kişiler için referans sağlar. Bunun yanında dijital içeriklerinizi tek bir yerde topladığınız düşünülürse yarattığınız hafızanın güncelliği bazen sizin dışınızda faktörler yüzünden zedelenebilir. Örneğin, referans verdiğiniz bir web sitesi kapanmış ya da adresini değiştirmiş olabilir. Kırık link tarama araçları ile çıktılarınızın referanslarını güncel tutabilirsiniz. Aynı zamanda izleme çalışmanız sırasında hazırladığınız iletişim listelerinin güncelliğini düzenli teyit etmek de sonraki yaygınlaştırma faaliyetlerinize temel hazırlar. Tüm bunların yanında veri toplama kaynaklarınızın güncelliği yalnızca iletişim değil izleme çalışmanızın bütünü için hayati önemdedir. Eğer periyodik aralıklarla izleme yapıyorsanız veri kaynaklarınızın doğruluğundan ve güncelliğinden emin olmalısınız.

Mesajları, anlatımı ve araçları güncelleme

Tarihe doğru not düştünüz, hesap verebilirliğinizi sağladınız; yani izleme çalışmanızın güvenilirliğinden ve güncelliğinden eminsiniz. Ne olursa olsun kendinizi bu bölümün başında sorduğunuz iki soruyla karşı karşıya bulacaksınız. Kaba tabirle “izleme çalışması ne işe yaradı?” sorusuna yanıt arıyorsunuz. Birkaç kötü senaryo başlığı altında düşünerek iletişim yöntemleri ile çalışmanıza işlevsellik kazandırabilirsiniz.

Hedeflediğiniz kişilere ulaşamadınız.	Ölçek küçülterek farklı hedef kitleye yönelebilirsiniz. (Örnek: Cumhurbaşkanlığı yerine Adalet Bakanlığı, bakanlık yerine müsteşar, müsteşar yerine savcı, savcı yerine baro, baro yerine stratejik davalama için bir avukata ulaşmak) Ölçeği genişleterek baskı mekanizması oluşturabilirsiniz. (Örnek: Ülkenizdeki bir yargı kararına itiraz için Avrupa İnsan Hakları Mahkemesine başvurmak) Mesajlarınızı güncelleyerek hedef kitlenizi değiştirebilirsiniz. (Örnek: Bir afet sonrası dağıtılan yardımlarda risk altındaki grupların ayrımcılığa uğradığını belirlediniz. Yerel yönetime “Yardımları hakkaniyetle dağıtın” demek yerine STÖ’leri hedefleyerek meclise dönük bir kampanya ile “Yardımların hakkaniyetli dağıtımı için geçici kararname çıkarılsın!” mesajını verebilirsiniz.
---	--

Konjonktür değişti ve izleme çalışmanız yetersiz kaldı.	Paydaşlarla yeniden iletişime geçerek veri toplamada dayanışma yoluna gidebilir, göstergelerinizi güncelleyebilirsiniz. Veri toplayacağınız kitleyi genişleterek daha geniş bir örneklem kümesi yaratabilirsiniz. Belirlediğiniz hak mağdurlarına ulaşamıyorsanız veri toplama yönteminizi güncelleyebilirsiniz. Veri toplamak için belirlediğiniz örneklem kümesinin bir benzerine gidebilir; farklı bir lokasyonda benzer hak ihlalleri ile karşılaşan bir örnekleme geçiş yapabilirsiniz.
Risk altındasınız veya doğrudan engelleme ile karşılaştınız.	İletişim çalışmalarını dondurabilirsiniz. İletişimi düşük profilli ve zamana yayarak yürütebilirsiniz. İletişim çalışmalarını gizliliği ön plana çıkararak farklı lokasyonlara taşıyabilirsiniz. (Örnek: Server taşıma, VPN kullanma, uluslararası sivil toplum örgütleri ile dayanışma) Kamuya açık araçlar yerine kapalı veya birebir iletişim yöntemlerine geçebilirsiniz. Engellemeleri ifşa ederek dayanışmaya çağırabilirsiniz.

İzleme çalışmalarınızın başarıya ulaşması için yukarıdaki gibi senaryoları önceden düşünerek ya da bu senaryolardan herhangi biriyle karşılaştığınızda iletişim yöntemlerinizi güncelleyerek kendinize alan yaratabilirsiniz.