

Makaleler (Tema)

DİJİTAL SAVUNUCULUK ÖRNEĞİ OLARAK “ÖZGECAN YASASI” CHANGE.ORG İMZA KAMPANYASI

Melike Aktaş*

Ebru Akçay**

Öz

Bu çalışmada, çevrimiçi imza platformu olan Change.org’da 11 Şubat 2015’te Özgecan Aslan cinayeti sonrasında bireysel ve amatör bir girişim olarak başlatılan Özgecan Yasası imza kampanyası, dijital teknolojilerin savunuculuk çalışmalarına katkılarını gösteren başarılı bir dijital savunuculuk örneği olarak incelenmiştir. Kampanya, kaynağı olmayan ve profesyonel desteği bulunmadan başlatılan bir savunuculuk girişiminin, dijital teknolojinin sağlıklarından yararlanarak, farklı kamuların katılımıyla kitleselleşebileceğini ve hareketlilik yaratabileceğini göstermektedir. Vaka incelemesi yöntemi kullanılarak, çevrimiçi arşiv taraması, sosyal medya taraması ve kampanya başlatıcısı Gözde Salur’a iletilen sorulara alınan yazılı cevaplar ile elde edilen veriler, Hon’un (2015) dijital sosyal savunuculuk çalışmaları için geliştirdiği model referans alınarak, modelde belirlenen kategoriler ekseninde değerlendirilmiştir.

Anahtar Terimler

dijital savunuculuk, katılım, dijital medya, çevrimiçi imza kampanyası, Change.org

* Doç. Dr., Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

ORCID ID: 0000-0003-1503-4302, aktasmlke@gmail.com

** Arş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi

ORCID ID: 0000-0002-4792-9680, ebruakcay1@gmail.com

Makalenin Geliş Tarihi: 10/09/2019 Makalenin Kabul Tarihi: 20/11/2019

CHANGE.ORG PETITION CAMPAIGN “ÖZGEÇAN YASASI” AS A DIGITAL ADVOCACY CASE

Abstract

In this study, the petition campaign “Özgecan Yasası” which was launched as an individual and amateur initiative on Change.org following the murder of Özgecan Aslan on February 11, 2015 was examined as a successful digital advocacy case that exemplifies the contribution of digital technologies to advocacy efforts. The campaign illustrates how an advocacy initiative launched without any resources and professional support can become massive and popular with the participation of various publics and can create social mobility through the use of digital technology. Using the case study approach, the data acquired through an online archive survey and the campaign initiator Gözde Salur’s written responses to our questions are analyzed in accordance with Hon’s model (2015) developed for digital social advocacy efforts.

Key Terms

digital advocacy, participation, digital media, online petition campaign, Change.org

Giriş

Türkiye’de kadın cinayetleri önemli bir sorun ve gündem konusudur. *Kadincinayetleri.org*’un kadın cinayeti haberleri veritabanı çalışmasının bulgularına göre, Türkiye’de 2010-2017 yılları arasında 1964 kadın öldürülmüştür.¹ Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu’nun verileri ise 2018 yılında 440, 2019 yılı Ağustos ayı sonuna kadar ise 258 kadın cinayeti daha işlendiğini göstermektedir.²

Kadın cinayetleri davalarında ceza indirimlerinin uygulanması, sıklıkla gündem olmakta ve tepki toplamaktadır. Kadın cinayetlerinin önlenmesinde, ceza indirimleri konusu Türkiye’deki kadın hareketi tarafından çeşitli şekillerde tartışılmaktadır. Kadın cinayeti davalarında ceza indirimlerinin uygulanmaması talebi³ yanında cezaların doğru ve eşitlikçi uygulanması, yasaların cinsiyetçi olmayan bir şekilde uygulanması da önerilmektedir (*Cumhuriyet*, 14 Kasım 2015). Üniversite öğrencisi Özgecan Aslan’ın 11 Şubat 2015 tarihinde katledilişinin hemen ardından, yine bir üniversite öğrencisi olan

¹ <http://kadincinayetleri.org/> (Erişim tarihi: 15 Ağustos 2019).

² <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/veriler/2869/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-2018-veri-raporu> (Erişim tarihi:10 Ağustos 2019).

³ <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2469/kadin-cinayetlerinde-indirimlerin-uygulanmamasini-icin-basin-toplantisinde-bulustuk> (Erişim tarihi: 12 Kasım 2019).

Gözde Salur tarafından *Change.org* çevrimiçi imza platformunda açılan imza kampanyası, kadın cinayetlerinde uygulanan ceza indirimlerinin kaldırılmasına yönelik destek çağrısı yapmaktadır. “Özgecan Milat Olsun, Yasalar Kadınları Korusun!” başlığı altında kadına karşı işlenen suçlarda erkeklere verilen iyi hal, ceza ve tahrik indirimlerinin kaldırılmasını talep eden imza kampanyasında,⁴ “5 Mart 2015 itibarıyla 1.027.890” imza toplanmış (Yakın, 2015); Mayıs ayında bu sayı, 1 milyon 76 bine ulaşmıştır (*Evrensel*, 25 Mayıs 2015). Söz konusu kampanya o tarihte Türkiye’nin en büyük, dünyanın ise altıncı büyük imza kampanyası olmuştur (Arman, 2015). Başlatılan imza kampanyası halen açıktır ve 2019 yılı Kasım ayı sonu itibarıyla 1.257.929 destekçiye ulaşmıştır.

Üniversite öğrencisi yirmi yaşındaki Özgecan Aslan’ın, Mersin’in Tarsus ilçesinde evine dönmek üzere bindiği minibüsün şoförü tarafından katledilmesinin ardından, *Change.org*’da bireysel ve amatör bir girişim olarak başlatılan imza kampanyası, toplumsal değişim yönünde hareketlilik yaratmıştır. İmza kampanyası, kadın cinayetlerinde uygulanan ceza indirimlerinin kaldırılması talebinin, kamuoyunda “Özgecan Yasası” olarak bilinmesini ve benimsenmesini sağlamış, farklı sivil toplum kuruluşlarının ve çeşitli grupların bu konudaki beklenti ve taleplerini gündemde tutabilmelerine katkıda bulunmuştur. Zira ceza indirimleri konusundaki yasal düzenlemeye ilişkin olarak kadın örgütleri arasında farklı görüşler bulunmaktadır. Kadına karşı işlenen şiddet suçlarında tüm ceza indirimlerinin kalkmasını talep eden görüşlerin yanı sıra sorunun yasalardan değil, yasaların uygulanmamasından ya da cinsiyetçi şekilde uygulanmasından kaynaklandığını savunan görüşler bulunmaktadır. Dolayısıyla yeni yasal düzenlemelerin gerekliliği konusunda fikir birliği bulunmamaktadır.⁵

İmza kampanyasının, süreç içerisinde belirlediği farklı hedeflere ulaşabilmesi, kapsamını ve etki alanını genişletebilmesi ve toplumsal hareketlilik yaratabilmesi dijital

⁴ <https://www.change.org/p/özgecan-yasası-çıkısın-yasalar-kadınları-korusun-tbmmresmi> (Erişim tarihi: 1 Aralık 2019).

⁵ Yasanın değiştirilmesinden ziyade mevcut yasanın cinsiyetçi ve yasaya aykırı uygulamalarının kaldırılmasını savunan örgütler, “cezalar arttırılsın, indirimler kaldırılsın” talebiyle gündeme geldiğini belirttikleri Özgecan Yasası kampanyasına itiraz etmektedirler (<https://www.ceid.info.tr/haberler/>). Ayrıca söz konusu talebin Özgecan Yasası olarak isimlendirilmesine de itirazlar bulunmaktadır. Örneğin Karakaş (2015), soyadı olmaksızın “Özgecan” hitabının kullanımını eleştirmekte ve bu isimle yapılan yasa teklifinin usulünü sorunlu bulmaktadır. Ayrıca Özgecan Aslan’ın özellikleriyle ortaya konan mağdur profili üzerinden yapılacak bir yasal düzenlemenin, erkek şiddetine maruz kalan farklı kadınların davalarında ne ölçüde fark yaratabileceğinin tartışmalı olduğu belirtilmektedir (Karakaş, 2015).

teknolojilerin sağladığı iletişim, katılım ve örgütlenme olanaklarıyla mümkün olabilmektedir. Bu makalede, çevrimiçi imza platformunda bireysel ve amatör bir girişim olarak başlatılan imza kampanyasının dijital teknolojinin olanaklarından yararlanarak gündem yaratma ve kolektif eyleme dönüşmesi süreci, başarılı bir dijital savunuculuk vakası olarak ele alınmış; bu vaka, dijital teknolojinin savunuculuk çalışmalarına potansiyel katkılarının neler olabileceğini ve savunuculuk çalışmalarının etkinliğinin artırılması için dijital teknolojinin sağlanabilirliklerinin nasıl kullanılabileceğini göstermek amacıyla incelenmiştir.

Kolektif eylem, “kolektif amaçların gerçekleştirilmesi için bireyler ya da gruplar tarafından yürütülen faaliyetler” olarak tanımlanabilir (Postmes ve Brunsting’dan akt. Doan ve Toledano, 2018, s. 38). Kolektif eylemin hedefi, politik, toplumsal ya da ideolojik değişim yaratabilmek için insanların bir araya gelebilmesinin sağlanmasıdır (Obar vd., 2012, s. 3). İnternet ve dijital platformlar, enformasyon paylaşımını etkinleştirmenin yanı sıra bireylerin ve grupların bağlantı kurabilmesine, toplumsal meseleler etrafında bir araya gelerek seslerini duyurabilmesine ve güç birliği yapabilmesine imkân sağlayarak toplumsal değişime katkıda bulunabilmektedir. Teknolojik yeniliklerin sağladığı hız ve kolaylık sayesinde, geleneksel kuruluşların ve örgütlenme biçimlerinin dışında, kişilerin paylaşım ve işbirliği imkânları gelişmekte, eylemi koordine edebilmelerinin yeni biçimleri ortaya çıkmakta ve kolektif eylemlilik imkânları artmaktadır (Shirky, 2008, s. 20-21). Diğer taraftan internet ve dijital platformlar, sağladıkları kolaylıklarla bireylerin ve grupların çevrimiçi ortamlarda düşüncelerini dile getirebilme ve katılım gösterebilme imkânlarını geliştirmektedir. Katılımın bu şekilde basitleşmesinin, kimi tartışmalarda “kolay aktivizm” olarak kavramsallaştırılıp önemsizleştirilen, “klicktivizm” ya da “slaktivizm”⁶ olarak tanımlanan pratiklerin ortaya çıkmasına neden olduğu düşünülmektedir (Halupka, 2014, s. 115-116). Bu yaklaşımın temelinde, çevrimiçi imza kampanyaları, içerik paylaşımı, beğeni tuşu gibi biçimlerdeki çevrimiçi katılım ya da desteğin etkisiz olduğu görüşü bulunmaktadır. Özgecan Yasası imza kampanyası vakası, bu görüşün geçerliliğini tartışmak için de önemli bir zemin oluşturmaktadır. Kampanyaya imza veren katılımcılar, hükümeti ve siyasal partileri toplumsal önem arz eden bir mesele konusunda eylemde bulunmaya ikna edebilmek için çevrimiçi imza platformu aracılığı

⁶ Klicktivizm (*clicktivism*) düğmeye basmaya referansla kullanılan klik (*click*) kelimesi ile aktivizm (*activism*) kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Slaktivizm (*slacktivism*) ise tembel, uyuşuk, miskin anlamına gelen *slacker* ile aktivizm kelimelerinin, sivil ya da politik çevrimiçi faaliyetleri betimlemek için pejoratif anlamda kullanıldığı bir terimdir (Breuer ve Farooq, 2012, s. 3).

ile bir araya gelmiş, ortak görüşlerini seslendirebilmiş, gündem ve kamuoyu yaratabilmişlerdir. Özgecan Yasası vakası, dijital medya olanaklarıyla, bireysel, örgütsüz ve amatör bir girişim olarak başlayan savunuculuk çabasının, bireylerin ve grupların toplumsal önem taşıyan bir mesele etrafında toplanmasını sağlayarak kitleselleşebildiğini, bir ağ oluşturabildiğini ve farklı kamuları da içine katarak güç kazanabildiğini gösteren bir dijital savunuculuk çalışması olması açısından önem taşımaktadır.

Dijital Medya ve Savunuculuk

Savunuculuk, toplumsal değişim yaratmak amacıyla yönelik faaliyetlerden oluşur. Dijital teknolojilerin ve dijital ağ altyapısının toplumsal ve politik değişimler yaratmak amacıyla kullanımı genel olarak “dijital savunuculuk” olarak tanımlanmaktadır (Joyce, 2010). “Dijital savunuculuk”, sivil başlatıcıların veya destekçilerin dijital medyayı kullanarak hedefledikleri otorite hakkında toplu iddiada bulunan, örgütlü bir kamu çabası olarak tanımlanmaktadır (Edwards vd., 2013, s. 10).

Earl ve Kimport’a (2011, s. 10) göre *web*, savunuculuk açısından teknolojinin sağladığı imkânlar dolayısıyla “kaldıraç gücü etkisi” sağlayabilme potansiyeline sahiptir. Yazarlara göre *web*’in sağladığı kaldıraç gücü etkisi özellikle iki açıdan anlamlıdır. Öncelikle savunuculuk konusundaki eylemi yaratmaya, organize etmeye ve eyleme katılıma ilişkin maliyetleri ciddi şekilde düşürür. İkinci olarak bireysel eylemleri, zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın, daha geniş kolektif eylemlerle bütünleştirebilir, hatta tek başına düzenleyicilere bir hareketi başlatabilme ve sürdürebilme imkânı sağlar. Yazarlar, savunuculukta *web*’in sağladığı bu kaldıraç etkisinden yararlanabilme düzeyine göre, savunuculuğun ya sadece hızının, boyutunun ve erişiminin genişleyeceğini ya da savunuculuğa ilişkin tüm örgütlenme ve katılım sürecinin kökten dönüşebileceğini iddia ederler (2011, s. 13). Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin savunuculuk üzerindeki etkisinin dönüştürücü olduğu model, Teori 2.0 olarak tanımlanır (Earl ve Kimport, 2011, s. 24).

Savunuculukta katılımın arttırılabilmesi için maliyetlerin azaltılabilmesi önem taşır. Earl ve Kimport (2011, s. 10-11) *web*’in savunuculuk için sağlıklarını düzenleyiciler açısından iki temel kategoride toplar. İnternet teknolojisinin ilk sağlıklığı, savunuculuğun başlatılmasına ve ölçeğinin genişletilmesine yönelik iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımına yönelik maliyetlerin azaltılmasıdır. İkinci temel sağlıklık ise, zaman ve mekân boyutundan bağımsız olarak eylemi ortak bir amaç

doğrultusunda koordine edebilme imkânından kaynaklanır. Bu sağrlık düzenleyicilere, katılımcılarla yüzyüze gelmeksizin birlikte hareket edebilme imkânı yaratır. Katılımcılar açısından ise, katılımın kolaylaşması ve fiziksel olarak eyleme katılmadan kaynaklanabilecek risklerin azaltılması bir başka sağrlık olarak düşünülebilir (Earl ve Kimport, 2011, s. 28).

Hızlı aktivizm (*flash activism*) internet temelli teknolojilerin sağrlık imkânlarının en üst düzeyde kullanılmasıyla örgütlenme ve katılım imkânlarının kökten dönüştürüldüğü bir örnek olarak değerlendirilmektedir. Düzenleyiciler savunuculukla ilgili bir örgütlenme ya da harekette katılımcılarla sürekli bir birlik inşa etmek ve sürdürmek zorunda kalmadan, düşük maliyetlerle daha çabuk ve üyelik temelli olmayan bir çalışma yürütebilirler. Savunuculuk çalışmaları için geleneksel örgütlü yapılara daha az ihtiyaç duyulması, bireylerin tek başına savunuculuk kampanyaları başlatabilmelerine ve sürdürebilmelerine olanak yaratmaktadır. Shirky'e göre (2008) savunuculuk maliyetlerinin azaltılmasıyla, dijital medya deneyimsiz kitlelere güç kazandırmakta, kolektif problemleri çözmek için kendi başına organize olabile, daha hızlı çözümler üretebilme ve geleneksel kurumsal yapıların dışında çalışabilme araçları sunmaktadır (Shirky, 2008).

Savunuculukla ilgili bir başka önemli konu ise ortak bir mesele için çalışanlar arasında kolektif kimlik ve dayanışma hissinin yaratılmasıdır (Buechler'den akt. Hon, 2015, s. 301). Kavada (2010, s. 105) internetin sosyal hareketler için enformasyon erişimi ve yayılımı, koordinasyon ve karar alma konusunda sağladığı imkânlarla ek olarak güven yaratma ve kolektif kimlik duygusu inşa etme konusunda da önemli potansiyelleri olduğunu savunur. İnternet, aktivistlerin ortak deneyimlerini yansıtabilecekleri ve ortak meseleler üzerine etkileşim sağlayabilecekleri imkânları sağlayarak harekete ilişkin dayanışma ve kolektif kimlik duygusunu güçlendirebilmektedir (Kavada, 2010, s. 111). Kavada'ya göre (2010) dijital teknolojiler toplumsal hareketlere yeni araçlar ve kapasiteler sağlayarak bu hareketleri güçlendirmekte, aktivist pratikleri dönüştürmektedir.

Dijital teknolojilerin, toplumsal değişimin sağlanması yönünde savunuculuk çalışmalarına katkıda bulunduğunu öne sürenlere şüpheyile yaklaşan, hatta bu etkinin olumsuzluğuna vurgu yapan araştırmacılar da bulunmaktadır. Buna göre, profil fotoğrafı paylaşmanın, beğeni ya da yorumda bulunmanın, çevrimiçi imza kampanyalarına katılmanın toplumsal hareketleri güçlendirmekten ziyade aktivizm yanılısı (kolay aktivizm) yarattığı, slaktivizm ya da kliktivizm olarak tanımlanan bu

tür pratiklerin kullanıcıların kendi vicdanlarını rahatlatmaktan başka hiçbir amaca hizmet etmediği, hatta esas değişimi güçleştirebildiği savunulmaktadır (Karpf, 2010a, s. 3). Halupka'ya (2014, s. 116) göre ise bu tür görüşler, dijital ortamlarda gelişen yeni türden çevrimiçi politik ifade ve katılım biçimlerinin göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Oysa yazara göre, dijital medya pratikleri çeşitlenip geliştikçe bu katılım biçimlerinin kapsamı da genişlemektedir.

Çevrim İçi İmza Kampanyaları ve Gündem Oluşturma

Çevrimiçi imza kampanyaları, Earl ve Kimport'un (2011, s. 12-13) çevrimiçi savunuculuk biçimlerinden biri olarak işaret ettiği e-taktiklere örnek olarak gösterilmektedir. Katılım ve eylemin örgütlenmesi düşük maliyetli ve hızlıdır, ayrıca bireysel çabaları kolektif bir kampanyada birleştirme/toplama konusunda avantaj yaratılır. Bu pratiklerde hem çevrimiçi hem de çevrimdışı bileşenler kullanılabilir. Yazarlara göre e-taktikler *web*'in sağlıklarını orta düzeyde kullanabilen aktivizm biçimleridir (2011, s. 12).

Change.org imza platformu, 2007 yılında kurulmuş, 2018 yılı itibarıyla dünyanın her yanından 265 milyondan fazla kullanıcıya ulaşmıştır.⁷ Platformun, 31 Aralık 2018 itibarıyla Türkiye'de 12 milyona yakın kayıtlı kullanıcısı bulunmaktadır.⁸ Platform kullanıcıların imza kampanyası başlatabilmeleri için gerekli araçları ve desteği sağlamakta, sosyal medya etkileşimini kolaylaştırarak kampanyanın imzacı ve destekçi sayısını arttırabilmesine ve kampanyanın büyümesine olanak yaratmaktadır. *Change.org* hedefini "verimli bir sivil katılım döngüsü yaratmak" olarak tanımlamaktadır. "Sivil katılım döngüsü" ise halkın gücüyle değişim olarak tanımlanmakta ve kampanyalara katılımın artmasının, hükümetleri ve firmaları kamu yararı açısından daha sorumlu olmaya teşvik edeceği belirtilmektedir.⁹

Dijital teknoloji ve dijital medya, savunuculuk çalışmalarına önemli katkılar sunmasına rağmen dijital savunuculuk kampanyalarının gündem yaratabilmesi,

⁷ https://static.change.org/brand-pages/impact/reports/2019/change.org_Impact_Report_turkish_july19.pdf (Erişim tarihi: 10 Ağustos 2019)

⁸ https://static.change.org/brand-pages/impact/reports/2019/change.org_Impact_Report_turkish_july19.pdf (Erişim tarihi: 10 Ağustos 2019)

⁹ https://static.change.org/brand-pages/impact/reports/2019/change.org_Impact_Report_turkish_july19.pdf (Erişim tarihi: 10 Ağustos 2019)

toplumsal hareketlilik sağlayabilmesi ve hedeflerine ulaşabilmesi kampanya sürecini oluşturan ve bu süreçte ortaya çıkan bir dizi bileşene bağlı olarak gerçekleşebilmektedir. Hon (2015) “dijital medya ekosistemi”nin kamuların daha önce görülmemiş şekildeki hareketliliğine nasıl imkân tanıdığını analiz edebilmek için kampanya sürecinin bileşenlerini tanımlamış ve kampanya başarısının bu bileşenlerin analizi ile açıklanabileceğini öne sürmüştür (bkz. Tablo 1). Bu çerçevede, halkla ilişkiler pratiğinin bir türü olarak kavramsallaştırdığı, dijital sosyal savunuculuk çalışmalarının bileşenleri üzerine kurulu teorik bir model geliştirmiştir. Hon (2015, s. 306) özellikle kaynağa ve kurumsal bir güce sahip olmayan aktivist kamuların başlatmış oldukları dijital savunuculuk kampanyaları için önerdiği modeli tanıtırken, öncelikli olarak dijital savunuculuğu yönlendiren ve stratejik seçimleri ortaya koyan öncüllerin ya da altta yatan sosyal, politik ve ekonomik koşulların belirlenmesi gerektiğini belirtir. İkinci aşamada, süreçte kullanılan strateji ve taktikler incelenirken, yazarın dijital medya ekosistemi olarak tanımladığı, dijital medyanın kampanya dinamikleri açısından önem taşıyan boyut genişletme ve kaldıraç etkisi yaratan sağlıkları dikkate alınmalıdır. Modelin son aşamasında ise, dijital sosyal savunuculuğun açıklamaya, öngörmeye ya da kontrol etmeye çalıştığı çıktılar ya da sonuçlar değerlendirilmektedir (Hon, 2015, s. 306). Çıktılar, iletişim çalışmalarının erişim sayıları ve yoğunluğunu (sosyal medyada beğenilme sayıları, takipçi sayıları, kampanyaya katılan kişi sayısı vb.) ifade ederken; sonuçlar, kampanyanın yaratmayı amaçladığı bilişsel, tutumsal ve davranışsal etkileriyle ilişkilidir (Hon, 2015, s. 311).

Hon, modelinde dijital medyanın, kampanyalara erişim ve yayılma konusunda hız kazandırdığını ve maliyetleri düşürdüğünü ancak bunların da ötesinde, savunuculuğu temelden dönüştürebilme sağlıklarının bulunduğunu ve bu sağlıkların makro, mezo ve mikro ölçeklerde analiz edilebileceğini belirtir. Web 2.0’ın sağladığı imkânlar hakkında Shirky ile Earl ve Kimport’a referans veren Hon (2015), makro düzeyi yani toplumsal düzeyi, üretim araçlarının ve gücün artık örgütlerden daha az kaynağa sahip olan kamulara geçmesiyle ve eşik bekçileri olmadan kampanya mesajlarının kitlelere yayılabilmesiyle ilişkilendirir. Mezo düzey yani örgütsel düzey, kampanya geliştirirken örgütlere ve güçlü liderlere olan ihtiyacın azalması ve bu süreçleri küçük grupların sürdürmesiyle ilişkilidir. Mikro düzey yani bireysel düzey ise örgütler ve kurumlar arası uzun dönemli ilişkiler kurmaya olan ihtiyacın azalmasına ve kitlelerin kolektif kimliği sürdürme gerekliliklerinin ortadan kalkmasına işaret eder. Dolayısıyla, modelin arkasında yatan argüman, dijital sağlıklardan yararlanabilen

kampanyaların, kurumsal güce ve kaynağa sahip olmasalar da hedeflerine ulaşma konusunda başarılı olabilecekleridir.

Öncüller	Süreçler	Dijital Medya Ekosistemi (Haber, İnternet, Ağ, Toplumsal, Mobil)	Sonuçlar
Toplumsal	Strateji	<u>Artış (Earl ve Kimport, 2011)</u>	Çıktılar
Siyasal	Taktikler	Arttırılmış erişim	Sonuçlar
Ekonomik		Arttırılmış hız	
		Düşük işlem maliyetleri	
		<u>Web 2.0'ın Sağladığı İmkânlar</u>	
		Shirky (2008); Earl ve Kimport (2012)	
		Makro	
		Kitleselele amatörleşme	
		Üretim araçları ve gücün kitlelere geçişi	
		Resmi otoritesi ya da kaynağı olmayan örtük kamuların örgütlenişi	
		Eşik bekçilere bağlılığın kalmaması; mesajın muhalif çevrelere yayılışı	
		Ağ bağlantılı örgütlenme	
		Mezo	
		Resmi kurumlara ihtiyacın kalmaması	
		Resmi ve merkezileşmiş liderliğe ihtiyacın kalmaması	
		Liderliği sergilemenin yeni yolları	
		Bir arada bulunuşa ihtiyacın kalmaması	
		Üyeliğe ihtiyacın kalmaması	
		Kuvvet yasası—küçük ekiplerin işin çoğunu yapması	
		Yeni görev dağılımları	
		Mikro	
		Uzun dönemli bağlılık geliştirmeye ihtiyacın azalması ya da ihtiyacın kalmaması	
		Kolektif kimliği sürdürmeye ihtiyacın azalması ya da ihtiyacın kalmaması	

Tablo 1. Halka İlişkiler ve Dijital Toplumsal Savunuculuk Modeli (Kaynak: Hon, 2015, s. 315)

Özgecan Yasası imza kampanyasında, dijital medya ekosistemi gündem yaratmak ve toplumsal değişim yönünde hareketlilik sağlamak konusunda etkili olmuştur. Bu çalışmada Özgecan Yasası imza kampanyası, bireysel bir savunuculuk girişiminin nasıl olup da kitleselele destek kazanabildiğini ve gündem oluşturabildiğini gösterebilmek amacıyla incelenmiştir. Kampanyanın analizi, dijital savunuculuk çalışmalarına rehberlik edebilecek ölçütlerin, unsurların ve yaklaşımların ortaya konulabilmesine katkıda bulunacaktır. Bu çerçevede çalışmanın araştırma soruları şunlardır:

1. Özgecan Yasası imza kampanyası süreci, öncülleri, kullanılan taktikler, stratejiler ve sonuçları bağlamında nasıl gelişmiştir?
2. Dijital teknolojinin sağlıkları, Özgecan Yasası imza kampanyasının başarıya ulaşabilmesine nasıl katkıda bulunmuştur?

Metodoloji

Bu çalışmada tek bir olgu sunumuna dayanan vaka incelemesi yönteminden yararlanılmıştır. Vaka incelemesi, görüşlerin sınanması, doğrulanması ve yeterince incelenmemiş konuların belgelenmesine imkân tanıyan bir araştırma yöntemidir (Daymon ve Holloway, 2002, s. 106). Dijital savunuculukla ilgili literatürün sınırlı olmasından ötürü (Joyce, 2010, s. 8), vaka incelemeleri teorik tartışmaların geliştirilmesi için önem taşımaktadır. Vakaların ayrıntılı analizleri, savunuculuk pratiklerinin dijital alana uyarlanabilmesi, iletişim strateji ve taktiklerinin geliştirilebilmesi için yardımcı olabilir (Joyce, 2010, s. 8).

Bir çalışmanın dijital savunuculuk kampanyası olarak tanımlanabilmesi için, (1) girişimi başlatanların ya da destekleyenlerin en azından bir dijital medya taktiği kullanması, (2) vatandaşları katılımcı haline getirebilmek için organize bir kamu çabasının bulunması, (3) amaçların bir grup vatandaş tarafından ve onlar için tanımlanması yani kolektif olması, (4) iddiaların adaletsiz bir durum için önerilen bir çözüm niteliğinde olması ve böylece başarı ya da başarısızlığın ölçülebilmesi, (5) önerilen çözümlerin uygulanabilmesi için etkide bulunulacakların belirlenmiş olması, (6) başlatıcı grubun bir hükümet kuruluşu ya da özel bir girişim olmaması, yani sivil nitelikli olması gerekmektedir (Edwards vd., 2013, s. 10). Bu çerçevede, çevrimiçi imza platformu olan *Change.org*'da bireysel bir girişim olarak başlatılan Özgecan Yasası kampanyası, örgütlenme biçimi, araçları ve amaçları açısından dijital savunuculuk kampanyası olarak değerlendirilmiş ve çalışmanın analiz birimini oluşturmuştur.

Tekli vaka incelemesi, ele alınan konunun özgünlüğünden ötürü tercih edilmiştir (Yin, 2009, s. 47). Vaka incelemesinde, farklı veri kaynakları (Yin, 2009, s. 99) ve farklı veri toplama yöntemleri (Eisenhardt, 1989, s. 534) birlikte kullanılabilir. *Change.org*'da başlatılan "Özgecan Yasası Çıksın, Yasalar Kadınları Korusun" başlıklı imza kampanyasına ilişkin verilerin toplanması için ilk aşamada çevrimiçi arşiv araştırması yapılmıştır. Arşiv taraması için *Google* arama motoruna yazılan "Özgecan Aslan", "Özgecan Yasası", "Özgecan Yasası Çıksın, Yasalar Kadınları Korusun",

“Gözde Salur” anahtar kelimeleriyle ulaşılan gazete haberleri taranmıştır. Haberlere ek olarak kampanya başlatıcısı Gözde Salur, *Change.org*’un o tarihteki İletişim Sorumlusu Sırma Süren ve Türkiye Kampanyalar Direktörü Erhan Çokkeçeci ile yapılmış olan röportajlardan ikincil veri olarak yararlanılmıştır. Ayrıca, Gözde Salur’un *Change.org* sitesinde “Kampanya Güncellemeleri” başlığı altında yaptığı paylaşımlar incelenmiştir. Kampanyaya ilişkin detaylı veri toplanabilmesi için, çevrimiçi video paylaşım sitesi *YouTube*’da benzer anahtar kelimeler yazılarak söz konusu yetkililerin ve Gözde Salur’un konuk oldukları televizyon programlarının kayıtlarına ulaşılmaya çalışılmış ve konuya ilişkin açıklamaları kaydedilerek değerlendirilmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasında, sosyal medya taraması yapılmıştır. Gözde Salur ve *Change.org*’un *Twitter* hesabı ve kampanyaya destek verdiğini duyuran¹⁰ Kadın ve Demokrasi Derneği (KADEM), Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu ve Erktolia’nın web sayfaları ve sosyal medya hesapları incelenmiştir. Ayrıca, sosyal medyada kampanyaya ilişkin #ÖzgecanYasası etiketi ile yapılmış paylaşımlar incelenmiştir. Taramada, Özgecan Aslan’ın öldürüldüğü 11 Şubat 2015 ile sanıklara ağırlaştırılmış müebbet hapis cezasının verildiği 3 Aralık 2015 tarih aralığı olarak seçilmiştir.

Araştırmanın son aşamasında Gözde Salur ile iletişime geçilmiştir. İlk aşamalardan elde edilen veriler ışığında kampanya sürecine ilişkin olarak hazırlanan görüşme soruları Salur’a e-posta aracılığı ile gönderilmiş ve yanıtlar 26 Ekim 2019 tarihinde yazılı olarak e-posta aracılığıyla alınmıştır.

Çevrimiçi arşiv taraması, sosyal medya taraması ve Salur’un görüşme sorularına verdiği yanıtlar ile elde edilen veriler, Hon’un (2015) dijital sosyal savunuculuk çalışmaları için geliştirdiği model referans alınarak, modelde belirlenen bileşenler ekseninde değerlendirilmiştir.

“Özgecan Yasası Çıksın, Yasalar Kadınları Korusun”: *Change.org* İmza Kampanyası

Ege Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü’nde öğrenci olan Gözde Salur, 11 Şubat 2015 tarihinde Özgecan Aslan’ın öldürülmesinden sonra, *Change.org*’da “Özgecan Milat

¹⁰ Araştırmanın ilk aşamasında yapılan çevrimiçi taramada, KADEM’in (<http://kadem.org.tr/tag/ozgecan-yasasi/>).

Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu’nun (<http://kadincinayetleriniidurduracagiz.net/haberler/2228/kadinlarozgecan-yasasi-icin-istiklali-doldurdu>) ve Erktolia’nın (<http://erktolia.org/ozgecan/>) Özgecan Yasası’na destek verdiği belirlenmiştir.

Olsun, Yasalar Kadınları Korusun!” başlığı altında imza kampanyası başlatmıştır. Gözde Salur’un imza kampanyasında 5 Mart 2015 itibarıyla 1.027.890 imza toplanmıştır (Yakın, 2015). Bireysel ve amatör bir girişim olarak başlatılan imza kampanyasının başlangıç hedefi Salur tarafından şu şekilde açıklanmıştır (Yakın, 2015):

Kampanyayı aslında bir kadın olarak duygusallıkla başlattım. Başlarda bir hedefim yoktu. Fakat *Change.org*’daki arkadaşlardan öğrendiğim kadarıyla 48 saatte 700.000’e yakın imza toplanarak Türkiye’deki en geniş katılımlı ve en hızlı büyüyen kampanya olmuş. Tabii destek çığ gibi büyüyünce 1 milyon gibi sembolik bir hedef koydum. O hedefi bulduk ve hatta aştık. Ancak burada önemli olan imza sayısı değil, kampanyanın talebinin gerçekleşmesi, ki ben de bu gerçekleşene kadar kampanyamı yürütmeye devam edeceğim.

Gözde Salur, bireysel bir girişim olarak başlattığı kampanyasının talebinin çok net olduğunu belirtmektedir: “Kadın cinayetleri, kadına karşı şiddet ve istismar davalarında keyfi uygulanan tahrik indirimi, iyi hal indirimi gibi cezayı indiren ve caydırıcı olmaktan çıkaran, suçu sıradanlaştıran kararların alınmasının önüne geçecek gerekli hukuki düzenlemeler yapılınsın” (Yakın, 2015).

Change.org’da başlatılan imza kampanyası, dile getirdiği talep açısından yeni olmamakla birlikte¹¹, Özgecan Aslan cinayeti ardından kamuoyunda konuya ilişkin yeniden bir odaklanma yaratması açısından tetikleyici olmuştur. Çevrimiçi imza kampanyasının bir “farkındalık kampanyası” olmadığı, somut ve net sonuçları hedeflediği gerek kampanya başlatıcısı Gözde Salur, gerekse *Change.org* yetkilileri tarafından dile getirilmektedir (Arman, 2015). Salur, kampanyada Özgecan Aslan cinayetine karşı duyulan öfkenin ve üzüntünün kadın cinayetlerinin önlenmesi konusunda değişim yaratacak pozitif bir güce dönüşmesini sağlamayı amaçladığını ifade etmiştir (Gözde Salur ile yapılan yazılı görüşme, 26 Ekim 2019).

Kampanya Öncülleri: İmza Kampanyasının Bağlamı

Change.org’da açılmış olan imza kampanyasının hızla öne çıkması ve kısa süre içinde ulaştığı imza sayısı, kampanyanın kitleleşebilmesini mümkün kılan bağlam içerisinde değerlendirilmelidir. Hon’un (2015) önerdiği modelin de bileşenleri arasında

¹¹ Örneğin ceza indirimlerinin kaldırılması talebinin daha önce Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu tarafından yasa önerisi olarak TBMM sunulduğu belirtilmiştir (<http://kadincinayetlerindurduracagiz.net/haklarimiz/2251/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-yasa-teklifi-tam-metni>).

belirtilen kampanya öncülleri, kampanyanın toplumsal, ekonomik, siyasal artalanıdır. Özgecan Aslan cinayeti Türkiye genelinde büyük bir infial yaratmıştır. Cinayetin işleniş biçiminin yanı sıra Türkiye’de kadın cinayetlerinin görmezden gelinemeyecek boyuta ulaşmış olması ve kadına yönelik şiddetin gündemde tutulması için kadın hareketinin ve feministlerin uzun yıllardır sürdürdüğü mücadelenin cinayet sonrasındaki tepkiyi biçimlendirdiği söylenebilir.

Türkiye’de “kadın cinayetleri” kavramsallaştırmasının tartışmalı olduğu belirtilmelidir. Yıldız Tahincioğlu’na göre (2013, s. 75) “kadın cinayetleri” kavramsallaştırması kadınların öldürülmesinin gerekçesinin namus olduğu gerçeğini gözden kaçırmaktadır. Yazara göre ana akım söylem; cinayetleri namus, töre ve kadın cinayeti olarak üçe ayırmaktadır. Bu ayırmda, töre cinayetleri Kürt ve Arap kökenli kadınların cinayetlerini anlatmak için, namus cinayetleri namusunu korumayan kadınların cinayetini anlatmak için kullanılmakta; bu iki kategoriye girmeyen cinayetler ise kadın cinayetleri olarak adlandırılmaktadır (Yıldız Tahincioğlu, 2013, s. 77). Kadın cinayetleri kavramsallaştırmasını tercih eden alternatif söylem, namus kavramının cinayetleri meşru kılacak biçimde kullanılmasını engellemek üzere ve kadın cinayetlerinin evrensel olduğunu vurgulamak adına kullanılmaktadır (Yıldız Tahincioğlu, 2013, s. 83). Yıldız Tahincioğlu’na göre (2013) namus ve töre cinayetleri dışında kalan cinayetlerin kadın cinayeti olarak adlandırılmış olması gerekçesiyle kadın cinayetleri kavramı da ana akım görüşe dâhil olmaktadır çünkü kadın hareketinin kadın cinayetleri kavramsallaştırması namus ve töre cinayetleri arasındaki farklılıkları yok etmemiş aksine daha da derinleştirmiştir.

Türkiye’de bugün kadın cinayetlerine yönelik gündem oluşturan eylem ve kampanyalar, Türkiye’deki kadın hareketinin 1980’lerden itibaren kadına yönelik şiddeti toplumun gündemine taşımak için verdiği mücadelenin izlerini taşımaktadır. Kadına yönelik şiddet, Türkiye’de 1980 sonrasındaki kadın hareketin en önemli gündemlerinden biri olmuştur. Batılı feministlerin 1960’lardaki “özel olan politiktir” sloganı, Türkiye’deki kadın hareketinde de etkisini göstermiş ve “aile içi şiddet gibi eleştirilerden ve müdahalelerden muaf sayılan meselelerin” tartışılmasını sağlamıştır (Yıldız Tahincioğlu, 2015, s. 319).

Kadınlar, 1980’lerin sonlarından itibaren yürüttükleri eylem ve kampanyalarla aile içi şiddetin gündemde kalması için büyük bir mücadele vermişlerdir. Örneğin 1987 tarihli “Dayağa Hayır” kampanyası bunlardan biridir (Yıldız Tahincioğlu, 2015, s. 319). 1980’ler aynı zamanda Kadınlara Karşı Her Türü Ayrımcılığa Karşı Uluslararası

Sözleşme'nin Türkiye'de de yürürlüğe girmesi için imza kampanyasının düzenlendiği bir dönemdir (Tekeli, 2011, s.31-32). Yıldız Tahincioğlu'nun (2015, s. 320) belirttiği gibi, kadına yönelik şiddetin politik bir mesele olarak tartışılmasının sağlanması, bu girişimlerin en önemli sonuçlarından biridir.

1990'lardaki kadın hareketindeki gelişme ve kurumsallaşma uluslararası kadın hareketi gündeminden ve hukuki atılımlardan da ayrı düşünülemez. Nitekim Dünya Kadın Konferansı serisi, küresel kamuoyunun gündemine kadına yönelik şiddet ve namus cinayetlerini getirmiştir (Sancar, 2011, s. 80). Bu noktada, bu gündem Türkiye'ye de sirayet ederek kadına yönelik şiddetin kamusal bir sorun olduğu ve kamu erkinin sorumluluğu olduğu fikrini güçlendirmiştir (Sancar, 2011, s. 80).¹²

Işık'a göre (2016, s. 59) 1990'larda kadına yönelik şiddetle mücadeledeki kurumsallaşma, hem kadına yönelik şiddetin bertaraf edilmesi ve şiddete uğrayan kadınlara her türlü yardımın sağlanması açısından kurumsallaşmayı hem de yasal düzenlemeler, kurumlar ve bu konuda yapılacak olan araştırmalar bağlamında kurumsallaşmayı içermektedir. Kurumsallaşmanın yasal boyutu için Işık (2016) iki örnek vermektedir. Bunlardan ilki sığınma evlerinin sosyal hizmet kurumları olarak tanımlanmasına ilişkin değişiklik ve Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu kadın misafirhaneleri yönetmeliğinin, kadın hareketinin katkılarıyla değiştirilmesidir (Işık, 2016, s. 60). İkinci yasal düzenleme ise çıkarılmasında kadın hareketinin katkılarının büyük olduğu 4320 Sayılı Ailenin Korunmasına Dair Kanun'un 14 Ocak 1998'de kabul edilmesidir (Işık, 2016). Söz konusu kanun, her ne kadar erkek şiddetini sadece aile içi şiddetle sınırlı tutsa da aile içi şiddetin devletin de gündemine girdiğinin göstergesi konumundadır.¹³

Bu kurumsallaşma ve kalıcı yapılar kurma deneyiminin devam ettiği 2000'li yıllar ise (Işık, 2016, s. 43) kadın hareketinin Türkiye'nin uluslararası sözleşmeleri imzalamasına ve iç hukuktaki düzenlemeleri gerçekleştirmesine aktif katılım gösterdiği bir dönem olmuştur. 2011 yılında Kadına Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye Dair Avrupa Konseyi Sözleşmesi'nin ilk imzacısı Türkiye olmuş ve bu sebeple söz konusu sözleşme "İstanbul Sözleşmesi" olarak anılmaya

¹² 1981'de CEDAW'ın (Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Tasfiye Edilmesine Dair Sözleşme) yürürlüğe girmesi de kadına yönelik şiddetin uluslararası kamuoyunda görünür olmasını sağlamış ve özellikle Türkiye'de bu konuda atılması gereken hukuki adımlar için bir yol haritası çizmiştir (Sancar, 2011, s. 80).

¹³ Sancar'a göre (2011, s. 82) bu durum kadına yönelik şiddetin sadece aile içi şiddet olarak ele alınıp eril tahakkümün ve eril şiddetin farklı biçimlerinin gündem dışı kalmasına da sebep olmuştur.

başlanmıştır. İstanbul Sözleşmesi temel alınarak hazırlanan ve yine hazırlanmasında kadın örgütlerinin büyük desteği bulunan 6284 Sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun 2012 yılında çıkmıştır. Söz konusu kanun kadına karşı şiddete, evli olsun ya da olmasın partnerleri ya da tanımadıkları erkekler tarafından şiddete uğrayan kadınları dâhil ederek erkek şiddetine karşı önleyici ve koruyucu tedbirler getirmiştir.

Hukuki alanda yapılan bu önemli değişikliklere rağmen, 2000’li yıllarda kadın cinayetlerinde büyük oranda artış gözlemlenmiştir. Özkazanç’a göre (2013, s. 56) 2000’li yıllar “kadın cinayetlerinin sarsıcı bir hızla arttığı tarihsel bir moment”e işaret etmektedir. 2002-2009 arası dönemde kadın cinayetlerinin yüzde 1400 artmıştır (*Bianet*, 15 Eylül 2011). Polis Akademisi’nin 2019’daki “Dünya ve Türkiye’de Kadın Cinayetleri 2016-2017-2018 Verileri ve Analizler” başlıklı raporunda jandarma kayıtlarına geçen toplam 923 kadın cinayeti işlendiği belirtilmektedir (Taştan ve Küçüker Yıldız, 2019, s. 2). Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu’nun cinayet haberlerini temel alarak hazırladığı verilere göre 2008 yılında öldürülen kadın sayısı 80 iken, bu sayı 2012 yılında 210’a¹⁴, 2018 yılında ise 440’a yükselmiştir.¹⁵

2000’li yıllar, kadın hareketinin STK’lar biçiminde örgütlenmelerinin ve projelerin arttığı bir dönemdir. 2010’lu yıllarda örgütlü olsun ya da olmasın kadınların, özellikle sosyal medyada, erkek şiddetini ifşa ettikleri ve kadına yönelik şiddetin farklı biçimleriyle ilgili kampanyalar düzenledikleri de görülmektedir. Sosyal medya platformları, tepkilerin gösterildiği, etkileşim sağlandığı ve geleneksel medyanın da gündemini belirleyebilen bir kanal olarak kullanılmaktadır. Örneğin #sendeanlat, #ŞuleÇeti için Adalet, #RabiaNazım Ölümü Aydınlatılsın, #ölmekistemiyorum gibi etiketlerle sürdürülen sosyal medya kampanyaları ile sosyal medyada gündem yaratıldığı, eylemlerin koordine edildiği ve davaların takip edilebildiği söylenebilir. Ayrıca bu dönemde kadın örgütlerinin de sosyal medyayı aktif olarak kullandıkları görülmektedir. Özkan (2018) sosyal medya hesaplarını etkin şekilde kullandığını belirlediği Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu’nun *Twitter* hesabındaki paylaşımlarını içerik analizi yöntemiyle analiz etmiştir. Yazar, platformun özellikle kadına yönelik şiddeti sosyal medya paylaşımlarıyla gündeme getirdiğini ve bu sebeple ana akım medyada kendine yer bulamayan kadınlar için sosyal medyanın alternatif bir

¹⁴ <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/veriler/273/2008-2012-kadin-cinayeti-gercekleri> (Erişim tarihi: 2 Kasım 2019).

¹⁵ <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/veriler/2869/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-2018-veri-raporu> (Erişim tarihi: 10 Ağustos 2019).

mecra imkânı yarattığını belirtmiştir (Özkan, 2018, s. 67). Aksu da (2017, s. 156) kadın derneklerinin sosyal medyayı nasıl kullandığını incelediği çalışmada araştırmaya örneklem olarak seçilen dört derneğin sosyal medyayı “kullanım kolaylığı”, “hızlı iletişim olanakları”, “sosyal medyanın özgür bir alan olması” ve “daha çok kişiye ulaşma imkânı” gibi gerekçelerle kullandığını vurgulamıştır.

İmza kampanyası, medyanın Özgecan Aslan cinayetine ilişkin haberlere yoğun olarak yer verdiği bir dönem içerisinde başlatılmış ve sürdürülmüştür.¹⁶ 2015 yılının ilk yarısında medyada en çok haber olan on konudan birinin Özgecan Aslan cinayeti olduğu ve cinayetin basında 21 bin 431 haberde yer aldığı belirlenmiştir (aktaran Gürses, 2017, s. 558). Gürses (2017) kadın cinayetlerinin haber söylemini analiz ettiği çalışmada, Özgecan Aslan cinayetinin, “mağdurun toplumda ‘kabul’ gören kişisel yaşamı” nedeniyle (s. 559), haberlerde “masum ve makbul görülen kadına yönelik şiddet” olarak çerçeveslendiğini ve cinayetin tepki duyulması gereken bir durum olarak temsil edildiğini belirtmektedir (s. 565). Sarıtaş’a (2015, s. 278) göre, medyada Özgecan Aslan’ın masumiyetinin vurgulanması ve failin caniliğinin öne çıkarılması şiddeti toplumsallığından soyutlanmakta ve “şiddetin kaynağı olarak işaret edilen bireyin ağır biçimde cezalandırılması talebini çağırılmaktadır.”

Kampanya Süreci: Strateji ve Taktikler

Kampanya sürecinde kullanılan strateji ve taktikler, Hon (2015) tarafından önerilen modelde kampanyada seçilen ve uygulanan iletişimsel faaliyetleri ifade etmektedir. İmza kampanyasının temel stratejisi, kampanyada talep edilen yasal düzenlemenin sağlanabilmesi için kampanyaya katılımın genişletilmesidir. Bu strateji kampanya boyunca, katılımcı sayısının arttırılarak mümkün olduğunca çok sayıda imzanın toplanabilmesi ve farklı kamuların kampanyaya destek vermesinin sağlanması şeklinde izlenmiştir.

İmza kampanyasına kısa bir süre içinde hızla büyümesiyle birlikte *Change.org* ekibi Gözde Salur’un kampanyasına destek vermeye başlamıştır (Gözde Salur ile yapılan yazılı görüşme, 26 Ekim 2019). Salur, kampanya sürecinde farklı kadın örgütlerinin de desteğini gördüğünü, onlarla fikir alışverişinde bulunduğunu ifade

¹⁶ Boztepe (2017) 1 Ocak-31 Mart 2015 tarihleri arasında Kanal D, Kanal 7 ve TRT-1 ana haber bültenlerindeki kadına yönelik şiddet haberlerini analiz ettiği çalışmada, Özgecan Aslan cinayeti sonrasında kadına yönelik şiddet haberleri sayısının belirgin şekilde arttığını ve bu haberler arasında Özgecan Aslan cinayetine ilişkin haberlerin ağırlıkta olduğunu belirlemiştir.

etmektedir (Gözde Salur ile yapılan yazılı görüşme, 26 Ekim 2019). *Change.org*'un desteği ile birlikte kampanyada kullanılan iletişim mecraları çeşitlenmeye başlamış, katılımı arttırmak ve genişletmek için farklı taktikler kullanılmıştır.

Gözde Salur, toplanan imzaları Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'na teslim edeceğini duyurmuştur (Yakın, 2015) ancak bakanlık Salur'un kampanya imzalarını kabul etmemiştir. Bunun üzerine 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri öncesinde, seçim gündemiyle birlikte kampanya talepleri de güncellenerek kampanyada yeni bir aşamaya geçilmiş, siyasi parti liderlerinin bir milyonu aşan imzacıdan gelen talebe karşılık vererek kampanyayı desteklemeleri hedeflenmiştir. Bu aşamada seçim dönemi, stratejik olarak değerlendirilmiş ve kampanyada siyasi parti liderlerine doğrudan seslenilmesi bir taktik olarak kullanılmıştır.

Gözde Salur, imza kampanyasının ikinci aşamasında siyasi partilerin liderlerine ithafen bir mektup hazırlamış, *Change.org* İletişim Sorumlusu Sırma Süren bu mektubun birkaç gazetede yer alacağını söylemiştir (Suren, 2015).¹⁷ 26 Mayıs 2015 tarihinde Gözde Salur mektubun *Milliyet* ve *Birgün* gazetelerinde ilan olarak yer aldığını *Twitter* hesabından duyurmuştur. Gözde Salur, *CNN Türk*'te katıldığı programda da mektubu okumuştur (Suren, 2015). Mektupta siyasi parti liderlerinin desteği talep edilmektedir (Suren, 2015):

[...] Sayın Ahmet Davutoğlu, Sayın Devlet Bahçeli, Sayın Selahattin Demirtaş ve eş başkan Figen Yüksekdağ, Sayın Kemal Kılıçdaroğlu. Sizden isteğimiz, ülkemizin bu kanayan yarasını görmeniz ve bu haksız uygulamayı sona erdireceğinize söz vermeniz. Gelin bu adaletsizliği yok edelim ve bunun adına da Özgecan Yasası diyelim. Seçim yasakları başlamadan hemen önce verdiğiniz yanıtı kamuoyuna açıklayacağız. Tüm kalbimizle bir sonraki duyurumuzda her birinizin adının yanında "söz vermedi" değil, "söz verdi" yazmasını diliyoruz. Özgecan Yasası için imza vermiş 1 milyon 90 binden fazla kişi.

Basın ilanlarına ek olarak, 23 Mayıs 2015 tarihinde, Gözde Salur'un "Özgecan Yasası Çıksın, Yasalar Kadınları Korusun" başlıklı imza kampanyası için *Change.org*, Mert Fırat'ın oynadığı "[#ÖzgecanYasası](#)-Mert Fırat çok pişman!" başlıklı bir viral video yayınlamıştır. 57 saniye süren viral videoda, takım elbise giymiş olan Mert Fırat, mahkemeye çıkan bir sanığı canlandırmaktadır (*Change.org Türkiye*, 2015a):

¹⁷ Hazırlanan mektubun kaç gazeteye gönderildiğine dair bilgiye ulaşılamamıştır.

Hâkim bey, ya ben böyle bir şey benim başıma nasıl geldi, ben hiç bilmiyorum yani. Ben böyle bir insan değilim normalde, hâkim bey. Yani cinayet, tecavüz bunlar asla benim yapacağım şeyler değil, hâkim bey. Ama hanımefendi beni çok tahrik etti yani erkeklik gururumla oynadı. Delikanlılığıma laf etti, hâkim bey. Ben kendimi kaybetmişim. Yani ne ara o bıçağı elime aldım, nereden onu buldum, nasıl böyle bir iş yaptım hiç bilmiyorum, hâkim bey. Ya hâkim bey, gerçekten çok mağdurum. Ya çok pişmanım ben, hâkim bey. Çok pişmanım yani.

Mert Fırat'ın sözleri bittikten sonra, kadın dış ses "Türkiye'nin en iyi oyuncularından birinin anlattıklarına inandınız mı? Mahkemelerimiz her yıl çok daha kötü oyunculara inanıyor ve kadına karşı şiddet davalarında onlara ceza indirimi uyguluyor. Ceza indirimlerine son vermek için *Change.org*'a gelin, Özgecan Yasası'nın altında sizin de imzanız olsun" diyerek kampanyaya destek çağrısı yapmaktadır. Kampanyada viral videonun kullanımı, kampanyanın medyadaki görünürlüğünün ve sosyal ağ etkileşimlerinin arttırılması için kullanılan taktiklerden biri olmuştur.

Viral videonun tanıtımı sosyal medya üzerinden yapılmıştır. Söz konusu video, kadına yönelik şiddetin herhangi bir türüne özel olarak odaklanmazken, kadına yönelik şiddeti aile içi şiddetle de sınırlandırmamıştır. Mert Fırat'ın videoda tecavüz edip öldürdüğü ima edilen kadını tanımadığı, kadına "hanımefendi" diye hitap etmesinden anlaşılmaktadır. Kadına yönelik şiddetin, sadece aile içinde ve evli insanlar arasında olmadığına dikkat çeken viral kampanya, özellikle kadına yönelik şiddetin yasal düzenlemelerdeki konumuna dikkat çekmekte ve Özgecan Yasası'nın çıkması için kamuoyu oluşturmak adına insanlardan destek beklemektedir.¹⁸ Video *Change.org*'un *YouTube* kanalında Ağustos 2019 sonu itibarıyla 280.996 kez izlenmiştir (*Change.org Türkiye*, 2015a). Bu aşamada imza kampanyasında, Özgecan Yasası'nın meclisten çıkmasına yönelik toplumsal desteğin arttırılması yönünde toplumsal hareketlilik yaratmak hedeflenmiştir.

Bu süreçle birlikte, kampanyanın başlığı "#Özgecan Yasası Çıksın, Yasalar Kadınları Korusun"a evrilmiş ve kamuoyunun gündemine #Özgecan Yasası şeklinde girmiştir. *Change.org* ekibinden Erhan Çokkeçeci bu ifadeyi kullanmak için Özgecan Aslan'ın ailesinden izin istediklerini de belirtmektedir (Arman, 2015). Özgecan

¹⁸ Viral kampanya videosu ile *Punch*, MediaCat tarafından düzenlenen 2015 yılı "Felis Ödülleri"nde "DİJİTAL-Viral Video" ve "FİLM-Toplumsal Bilinci Arttırmaya Yönelik Kampanyalar ve Siyasal İletişim" kategorilerinde iki Felis Ödülü de kazanmıştır (Kocası, 2015).

Aslan'ın ailesinin de Özgecan Yasası'nın çıkmasına dair görüşleri medyada yer bulmuştur (*Radikal*, 12 Haziran 2015).

Change.org desteği ile kampanyada, basın ilanlarına ve viral videoya ek olarak, sosyal medya kampanyasından da taktiksel olarak yararlanılmıştır. *Change.org* kampanyayı sosyal medya hesabından “#ÖzgecanYasası için mesaj yaz, mesajla fotoğrafını çek, #ÖzgecanYasası hashtag'ile paylaş” diyerek duyurmuştur. Kampanyada “Yasalar Kadınları Korusun, Tahrik İndirimi Son Bulsun” yazılı afişler tasarlanmıştır. Söz konusu kampanyaya birçok ünlü isim sosyal medya üzerinden destek vermiştir. Ünlüler afişleri tuttıkları fotoğraflarını sosyal medya hesaplarında paylaşmışlardır. Ünlüler tarafından yapılan bu paylaşımlar binlerce beğeni almıştır. Kenan Doğulu ise konserinde barkovizyona “#Özgecan Yasası Çıksın, Yasalar Kadınları Korusun” sloganını yansıtmıştır. Ünlülerin sosyal medya kampanyasına katılımlarının sağlanması, kampanyada çarpan etkisi yaratmak için kullanılmış olan bir taktik olarak düşünülebilir. Böylece, imza kampanyasının mesajının sosyal medyada yaygınlaşabilmesi, farklı kesimlere ulaşabilmesi ve kampanyanın medyadaki görünürlüğünün arttırılması kolaylaşmıştır.

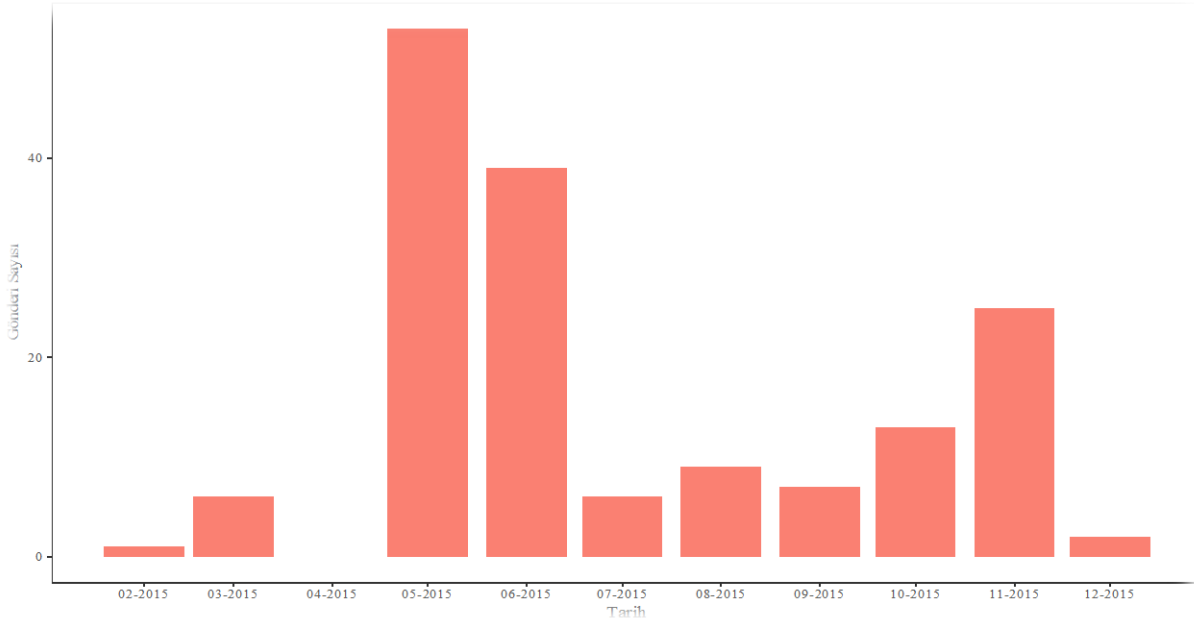


Kaynak: <https://sosyalmedya.co/ozgecan-yasasina-unluler/>



Kaynak: <https://www.sabah.com.tr/magazin/2015/07/02/kenan-doguludan-mesaj-var>

11 Şubat-3 Aralık 2015 tarihleri arasında *Twitter*'ın gelişmiş arama sonuçlarına göre yapılan taramada, #*ÖzgecanYasası* etiketi ile yapılan 161 paylaşım belirlenmiştir.¹⁹ 21 Mayıs 2015 tarihinde *Change.org*'un sosyal medya hesabından yapmış olduğu mesajlı fotoğraf paylaşım çağrısı sonrasında, Mayıs ayının sonları ve Haziran ayının başlarında sosyal medya üzerinden taleplerin çoğalmaya başladığı tespit edilmiştir. Özellikle ünlü isimlerin Mayıs ayında *Change.org*'un bu çağrısına cevap vererek sosyal medya üzerinden fotoğraflarını paylaşmaları, konu hakkında kamuoyu oluşumunda etkili olmuştur. Sosyal medya üzerinden kadına yönelik şiddet davalarında iyi hal indiriminin kaldırılması yönündeki talebin artmaya başlamasının, kampanya mecralarının çeşitlenmesiyle ilişkili olduğu söylenebilir. 23 Mayıs 2015 tarihinde Mert Fırat'ın oynadığı kampanya filminin yayınlanması ve 26 Mayıs 2015'te kampanya kapsamında siyasi parti liderlerine yazılmış olan mektubun gazetelerde tam sayfa ilan olarak çıkması, Mayıs ve Haziran aylarında siyasi aktörlerin kampanyaya sosyal medya üzerinden cevap vermesi ile daha da görünür hale gelmiştir.



Tablo 2: 11 Şubat-3 Aralık 2015 tarihleri arasında #*ÖzgecanYasası* etiketi ile yapılan paylaşımların tarihlere göre dağılımı

¹⁹ *Twitter*'ın gelişmiş arama özelliği kullanılarak yapılan aramada, belirlenen tarih aralığında yalnızca 161 adet #*ÖzgecanYasası* etiketli paylaşıma ulaşılabilmektedir. Bu sayı, belirlenen tarih aralığındaki #*ÖzgecanYasası* etiketli toplam paylaşım sayısını göstermemektedir.

İmza Kampanyasının Çıktıları ve Sonuçları: Kampanyaya Gelen Yanıtlar

Hon (2015) tarafından önerilen modeldeki son bileşen kampanyanın sonuçlarının ve çıktılarının değerlendirilmesidir. İmza kampanyasının sonuçları ve çıktıları, kampanyaya gelen yanıtlar bağlamında ele alınabilir. Dijital medya üzerinden başlatılan imza kampanyasına gelen yanıtlar da öncelikli olarak yine dijital medya aracılığı ile iletilmiştir. Bu bağlamda ilk yanıt, 26 Mayıs 2015'te CHP'li İzmir Milletvekili Dr. Aytun Çıray ve eşi Selmin Çıray'dan gelmiştir. *Change.org* söz konusu gelişmeyi sosyal medya hesabından duyurmuştur. Çıray'ın yanıtı *Change.org*'un *Youtube* kanalında da yayınlanmıştır. Videoda Çıray, kampanyaya olan desteğini açıklamıştır (*Change.org Türkiye*, 2015b).

1 Haziran 2015 tarihinde, kampanyaya HDP'den de destek gelmiş ve HDP Eş Başkanı Figen Yüksekdağ, sosyal medya üzerinden kampanyaya desteğini açıklamıştır. Bunun üzerine, *Change.org*'un *Twitter* hesabı üzerinden "HDP, #ÖzgecanYasası için söz verdi, teşekkürler. Sıra sizde!" diyerek Ahmet Davutoğlu'na, Devlet Bahçeli'ye ve Kemal Kılıçdaroğlu'na kampanyaya destek vermeleri konusunda çağrıda bulunmuştur. 4 Temmuz 2015 tarihinde de Kemal Kılıçdaroğlu *Twitter* hesabından desteğini açıklamıştır: "1 milyon 100 bin imzayı da gördük, biz de '#ÖzgecanYasası çıksın, yasalar kadınları korusun!' diyoruz" şeklinde kampanyayı desteklemiştir.

CNNTürk.com'un haberine göre, bu gelişmelerden sonra Gözde Salur, yeni meclis oluştuğunda HDP ve CHP'nin en kısa zamanda Özgecan Yasası için çalışmaya başlamasını umduğunu ve seçim yasağından önce AK Parti ve MHP'den de söz almayı istediklerini dile getirmiştir (*CNNTürk*, 4 Haziran 2015).

3 Temmuz 2015 tarihinde, Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkan Yardımcısı Sezgin Tanrıku "Özgecan Yasası" olarak adlandırılan yasa teklifini, "kadın cinayetlerinin nitelikli hali olarak sayılması ve kadına karşı yapılmış her tür şiddet için daha ağır cezalar uygulanması için" TBMM'ye sunmuştur.²⁰ 5 Temmuz 2015'te ise CHP Milletvekili Aylin Nazlıaka konuyla ilgili olarak kanun teklifi vermiştir. 2015'in Ocak ayında aynı teklifi TBMM'ye sunmuş olan Aylin Nazlıaka "26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun 82. maddesine 'Bu maddede sayılan suçlar kadın ve

²⁰ <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2261/chpden-ozgecan-yasasi-teklifi> (Erişim tarihi: 14 Aralık 2018).

çocuklara karşı işlenmesi halinde tahrik ve iyi hal indirimi yapılmaz' bendinin eklenmesi talebini" tekrarlamıştır.²¹

7 Temmuz 2015 tarihinde de CHP Milletvekili Gülay Yedekçi, Özgecan Yasası kanun teklifini meclise sunmuştur. Gülay Yedekçi "verdiği kanun teklifi ile Türk Ceza Kanunu'nun Cinsel Saldırı suçlarını düzenleyen 102. maddesinde, iyi hal ve haksız tahrik indirimlerinin kaldırılmasını" önermiş, ayrıca "'Çocukların Cinsel İstismarı'nı içeren TCK 103'üncü maddesi ile, 'Reşit olmayanla cinsel ilişki' suçlarını düzenleyen 104'üncü maddesinde de değişiklik yapılması için" kanun teklifi vermiştir.²²

Sadece siyasi parti liderleri ve milletvekilleri değil, çeşitli sivil toplum kuruluşları da Özgecan Yasası kampanyasına destek vermişlerdir. Örneğin, KADEM *Twitter* hesabı üzerinden 1 Ağustos 2015'te Özgecan Yasası'na ilişkin "Kadına Şiddetle mücadelede artık sıra #ÖzgecanYasası'nda, meclisin yasa çalışmasını yapmasını ivedilikle bekliyoruz" şeklindeki açıklamasıyla destek verirken, Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, Ağustos ve Eylül aylarında Ankara, İzmir, Samsun ve Eskişehir gibi şehirlerde yürüyüşler düzenlemiştir.



Kaynak:<http://www.radikal.com.tr/turkiye/eskisehirde-kadinlar-ozgecan-yasasi-icin-yurudu-1419152/>

Özgecan Aslan'ın katillerine ağırlaştırılmış müebbet hapis verildiği 3 Aralık 2015 tarihli duruşmaya HDP Adana Milletvekili Meral Danış Beştaş, Halkevleri, Kadın

²¹<http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2265/aylin-nazliakadan-da-ozgecan-yasasi-teklifi> (Erişim tarihi: 14 Aralık 2018).

²² <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2267/ozgecan-yasasi-mecliste> (Erişim tarihi: 14 Aralık 2018).

Cinayetlerini Durduracağız Platformu ve KADEM katılmıştır (*Bianet*, 3 Aralık 2015). Tarsus Kadın Platformu “Susmayacağız! Kadın Katillerinden Hesap Soracağız” yazılı pankartı; KADEM ise “Özgecan Yasası Çıkacak; Adalet Yerini Bulacak” yazılı pankartı taşımışlardır (*Bianet*, 3 Aralık 2015).



Kaynak:<http://bianet.org/bianet/print/169837-ozgecan-aslan-in-katillerine-agirlastirilmis-muebbet>

11 Şubat 2016 tarihinde (Özgecan Aslan'ın ölüm yıldönümünde) bu kez CHP Mersin Milletvekili Prof. Dr. Ayтуğ Atıcı, “cinsel saldırı suçlarında zaman aşımının, haksız tahrik ve iyi hal indiriminin kaldırılmasını öngören ve ‘Özgecan Yasası’ olarak adlandırdığı kanun teklifini TBMM Başkanlığına” sunmuştur (*CNNTürk*, 11 Şubat 2016). Ayтуğ Atıcı yedi maddelik teklifin “cinsel saldırı suçlarında zaman aşımı, haksız tahrik ve iyi hal indiriminin kaldırılmasını, hükmün açıklanmasının geri bırakılmamasını, cinsel suçların şikâyete bağlı olmaktan çıkarılmasını, infaz yasasından yararlandırılarak cezaların hafifletilmesinin önlenmesini” içerdiğini belirtmiştir (*CNNTürk*, 11 Şubat 2016). Ancak Ayтуğ Atıcı'nın kanun teklifi, “Kadına ve çocuğa şiddet, cinayet ve cinsel istismarın istikralı bir iktidar yönetiminde istikrarlı şekilde arttığı unutulmamalıdır” ifadesi gerekçesiyle TBMM Başkanı İsmail Kahraman tarafından iade edilmiştir (*Cumhuriyet*, 2 Mart 2016). *Cumhuriyet.com*'un haberine göre “İfadeyi, iç tüzük kapsamında ‘Kaba ve yaralayıcı söz’ olarak değerlendiren Kahraman, teklifin bu sözler çıkarıldıktan sonra Başkanlığa verilebileceğini” belirtmiş; Ayтуğ Atıcı ise “söz konusu olan ifadeyi çıkardıktan sonra yeni halini TBMM Başkanlığı'na” sunmuştur. (*Cumhuriyet*, 2 Mart 2016).

Milletvekilleri, Özgecan Yasası'nı meclisin gündemine almaya çabalarken, konuya ilişkin destekler sürmeye devam etmiştir. Örneğin, Şubat 2016'da CHP Adana Milletvekili Elif Doğan Türkmen, Özgecan Yasası için TBMM önünde nöbet tutacağını ifade etmiştir. Elif Doğan Türkmen *Twitter* hesabından, “Özgecan Yasası için

Nöbetteyiz” şeklinde yasaya desteğini ifade ederken, 2016’nın Mart ayında CHP İstanbul Milletvekili Gülay Yedekçi “TBMM Başkanlığı’na verdiği ve ‘Özgecan Yasası’ diye nitelenen 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu’nda değişiklik teklifine destek için siyasi parti genel başkanları, kadın bakanlar ve kadın milletvekillerine mektup” göndermiştir.²³

Gözde Salur, *Change.org*’da “Kampanya Güncellemeleri” başlığı altındaki paylaşımları ile kampanya imzacılarını sürece dair bilgilendirmekte, konu ile ilgili haberleri paylaşmaktadır. Gözde Salur, 11 Şubat 2016 tarihli mesajında sürece dair şu şekilde bilgilendirme yapmıştır:²⁴

[...] Dün haberlerde gördüğüm kadarıyla Meclis Genel Kurulu’nda “Özgecan Yasası” konuşulmuş. Fakat biz, 1.2 milyondan fazla insan bir senedir hala “Özgecan Yasası” için bekliyoruz. Özgecan’ın babası Mehmet Aslan da 2 aydır “Özgecan Yasası” için Başbakan’dan randevu beklediğini söylüyor.

Deren (2018, s. 45), Özgecan Aslan cinayetinin TBMM birleşimlerinde nasıl gündeme geldiğini araştırmak üzere, 11 Şubat 2015 ile Mayıs 2017 tarihleri arasındaki TBMM oturum tutanaklarını incelediği çalışmasında, Özgecan Aslan’ın adının 26 tutanakta 137 farklı bağlamda gündeme geldiğini belirlemiştir. “Özgecan Yasası” ise kadın cinayetlerinin çözümü konusunda ilgili olarak 13 kez gündeme gelmiştir (Deren, 2018, s. 50).

Tartışma ve Sonuç: Kampanyanın Başarısı Üzerine

Gözde Salur’un *Change.org*’da başlattığı, siyasi parti liderlerinin, milletvekillerinin, STK’ların, ünlülerin ve Özgecan Aslan’ın ailesinin de destek verdiği Özgecan Yasası kampanyası sadece Türkiye’de değil uluslararası medyada da ses getiren kampanyalardan biri olmuştur. Öyle ki, 31 Aralık 2015’te Birleşik Krallık’ta yayımlanan *The Independent* gazetesinin “2015’te İsmi Hiç Duymadığınız Dünyayı Değiştirmiş Altı Kişi” (“The Six People You’ve Never Heard of Who Changed the World in 2015”) başlıklı haberinde tanıttığı kişilerden biri de Gözde Salur’dur (*The Independent*, 31 Aralık 2015).

²³ <https://www.haberler.com/ozgecan-yasasi-ndaki-degisiklige-destek-icin-kadin-8176590-haberi/> (Erişim tarihi: 14 Aralık 2018).

²⁴ <https://www.change.org/p/kadina-karsi-islenen-suclarda-erkeklerle-verilen-iyi-hal-indirimi-kalksin-yasalar-kadınları-korusun-tbmmresmi-eminebulut-ölmekistemiyorum/u/15410646> (Erişim tarihi: 14 Aralık 2018).

Change.org Türkiye kurucusu olan ve 2017 yılına kadar Doğu Avrupa ve Batı Asya Direktörü olarak görev yapan Uygur Özemi, *Change.org*'da başlatılan bir imza kampanyasının geniş kitlelere ulaşabilmesi için kampanyanın toplumsal hassasiyeti yakalayan bir konuya odaklanıyor olmasının; talebin net, somut ve gerçekçi şekilde ifade edilmesinin; kampanya muhataplarının belirgin olmasının; imza metninin duygusal ve bilişsel unsurlara seslenmesinin önemli unsurlar olduğunu belirtmektedir (Poyraz Doğan, t.y.). Bu çerçevede, Salur tarafından başlatılan ve süreç içerisinde muhatapları ve talepleri güncellenen kampanya, zamanlaması ve taleplerin dile getiriliş biçimi açısından başarılı olmuştur.

Karpf (2010) dijital savunuculuk çalışmalarının başarısının taktiksel ve stratejik düzeyde ölçülebileceğini belirtir. Yazara göre taktiksel ölçütler, imza, ziyaret, paylaşım sayıları gibi kampanyaya verilen desteğin sayısal ifadelerine dayanır. Stratejik düzeyde ise taktikler aracılığıyla yaratılmak istenen değişimin temel ölçüt olarak görülmesi gerekir (Karpf 2010, s. 151). Özgecan Yasası kampanyası, taktiksel düzeyde ulaştığı imza sayısı ve yarattığı sosyal medya etkileşimi açısından da başarılı olmuştur. Farklı paydaş gruplarının desteğinin sağlanmasına yönelik olarak çevrimiçi ve çevrimdışı iletişim mecralarının kampanya taleplerini yaygınlaştırmak için bütünlüklü şekilde kullanımı açısından da taktiksel olarak başarılıdır. Diğer taraftan kampanyanın somut talebi, kadın cinayetleri davalarında uygulanan ceza indirimlerinin kaldırılması konusunun mecliste yasalaşmasıdır. Her ne kadar bu talep henüz gerçekleşmese de, konunun mecliste Özgecan Yasası olarak görüşülmesinin sağlanması, farklı siyasi parti liderlerinden destek sözünün alınmış olması ve konuya ilişkin toplumsal hassasiyetin somutlaşarak görünür olması açısından stratejik düzeyde de başarı kazandığı söylenebilir. Özemi'ye göre dijital imza kampanyalarında başarı kriteri, toplumsal bir mesele için harekete geçmekte ve toplumsal dönüşüm sisteminin bir parçası olabilmekte görülmelidir (Tayla, 2015). Zira talep edilen değişim henüz gerçekleşmemiş olsa bile, daha sonraki girişimler için bir temel ya da itici güç oluşturmaktadır. Bu bağlamda, Özgecan Yasası kampanyası, kazandığı kitlesel destek ile dile getirilen taleplerin gündemde kalmasına katkıda bulunmuştur. Böylece oluşturduğu kamuoyu ile birlikte kadın cinayetlerinin önlenmesi için verilen mücadelenin parçası haline geldiği söylenebilir.

Kampanyanın kısa sürede aldığı imza desteğinin arkasında hiç kuşkusuz kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri konusunda uzun yıllardır yürütülen mücadelenin payı bulunmaktadır. Kampanya, kamuoyunda konuya ilişkin belli bir düzeydeki

farkındalığın üzerine, toplumsal hassasiyetin en yüksek olduğu dönemde inşa edildiği için başarıya ulaşabilmiştir. Kadın cinayetlerinin önlenmesine yönelik olarak ceza indirimlerinin uygulanmaması talebi, bu kampanya aracılığıyla farklı kamuların katılımıyla daha kapsamlı şekilde gündem yaratabilmiştir. İmza kampanyası, kadın hareketi içinde yer almayan kişi ve grupların da tepkisini gösterebilmesine kanal oluşturmuştur. Sarıtaş (2015) Özgecan Aslan eylemlerinin kitleselliğine ve yaygınlığına dikkat çekerek, bu eylemlerde “belirli bir eylem komitesinin olmadığını”, “kadınların spontane şekilde bir araya geldiğini, alışlagelmiş eylem kitlesinden çok daha geniş ve çeşitli kalabalığın öfke patlamasının açıkça kendini gösterdiğini” belirtir (s. 279).

Dijital savunuculuk örneği olarak Özgecan Yasası kampanyasında Earl ve Kimport'un (2011, s.10) belirttiği iki kaldıraç gücü etkisi de en üst düzeyde görülmektedir. Bireysel, örgütsüz ve amatör bir girişim olarak başlatılan imza kampanyası, dijital teknolojinin imkânlarıyla hızını, boyutunu ve erişimini arttırabilmiş ve böylece talepleri için güçlü bir taban oluşturmuştur. Dijital teknolojinin sağladığı imkânlar olmaksızın, hiçbir kaynağa sahip olmadan hareket eden tek bir kişinin başlattığı bu girişimin, bu kadar hızlı ve geniş katımlı desteğe ulaşabilmesi, farklı grupların eylemleriyle bütünleşebilmesi mümkün değildir. Diğer taraftan kampanya dijital teknolojinin geleneksel savunuculuk çalışmalarında görülmesi mümkün olamayacak örgütlenme ve katılım süreçlerini ortaya koyması açısından da dikkat çekicidir. Earl ve Kimport tarafından Teori 2.0 olarak tanımlanan bu dönüştürücü etkiler, Özgecan Yasası kampanyasının başlatılması ve sürdürülmesi sürecinde öne çıkmaktadır. Profesyonel olmayan ve kaynağı bulunmayan bir kampanya başlatıcısı, toplumsal bir mesele etrafında geniş bir kitle toplayabilmiştir. Kampanya katılımcıları, dijital teknolojinin sağladığı etkileşim kolaylığı sayesinde kampanyanın yaygınlaşmasına katkıda bulunabilme imkânı elde etmişlerdir. *Change.org* platformu, imza verenlerin sosyal medya hesapları ile bağlantılı olarak, kendi sosyal ağları içerisinde yer alan diğer kişilere de imza vermeleri için destek çağrısı yapabilmelerini kolaylaştırmış, e-posta ve sosyal medya hesapları aracılığıyla kampanya güncellemelerinden haberdar olabilmelerini sağlayarak katılımcıların aynı zamanda kampanya ortakları ve çoğaltıcıları olarak konumlanmalarını sağlamıştır.

Kaynakça

- Acuner, S. (2016). 90'lı yıllar ve resmi düzeyde kurumsallaşmanın doğuş aşamaları, Aksu Bora ve Asena Günel (Der.), içinde, *90'larda Türkiye'de feminizm* (s. 125-158). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aksu, O. (2017). Yeni toplumsal hareketler bağlamında sosyal medya kullanımı analizi: kadın dernekleri, *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 146-159.
- Bora, A. ve Günel, A. (2016). Önsöz, Aksu Bora ve Asena Günel (Der.), içinde, *90'larda Türkiye'de feminizm* (s. 7-11). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Boztepe, V. (2017). Televizyon haberlerinde kadınlara yönelik şiddetin temsili: Özgecan Aslan cinayeti üzerinden bir inceleme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 2017(1), 39-66.
- Breuer, A. ve Farooq, B. (2012). Online political participation: slacktivism or efficiency increased activism? evidence from the Brazilian Ficha Limpa campaign. Erişim: 12 Kasım 2019, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2179035
- Daymon, C. ve Holloway, I. (2002). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. London: Routledge.
- Deren, S. (2018). TBMM birleşimlerinde Özgecan Aslan cinayeti. *Fe Dergi*, 10 (1), 42-57.
- Doan, M. A. ve Toledano, M. (2018). Beyond organization-centred public relations: collective action through a civic crowdfunding campaign. *Public Relations Review*, 44 (1), 37- 46.
- Earl, J. ve Kimport, K. (2011). *Digitally enabled social change: activism in the internet age*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Gürses, F. (2017). Kadın cinayetlerinin haber söylemi: Münevver Karabulut ve Özgecan Aslan haberleri üzerine eleştirel bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72(3), 541-568.
- Halupka, M. (2014). Clicktivism: a systematic heuristic. *Policy and Internet*, 6 (2), 115-132.
- Hon, L. (2015). Digital social advocacy in the justice for Trayvon campaign. *Journal of Public Relations Research*, 27 (4), 299- 321. doi: 10.1080/10627226X.2015.1027771
- Işık, S. N. (2016). 1990'larda kadına yönelik aile içi şiddetle mücadele hareketi içinde oluşmuş bazı gözlem ve düşünceler, Aksu Bora ve Asena Günel (Der.), içinde, *90'larda Türkiye'de feminizm* (s. 41-72). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Joyce, M. (2010). Introduction: how to think about digital activism. Mary Joyce (Der.), içinde, *Digital activism decoded: the new mechanics of change* (s.1- 14). New York: International Debate Education Association.
- Karpf, D. (2010) Measuring the success of digital campagins. Mary Joyce (Der.), içinde, *Digital activism decoded: the new mechanics of change* (s.151-164). New York: International Debate Education Association.
- Kavada, A. (2010). Activism transforms digital: the social movement perspective. Mary Joyce (Der.), içinde, *Digital activism decoded: the new mechanics of change* (s. 101-118). New York: International Debate Education Association.
- Obar, J. A., Zube, P. ve Lampe, C. (2012). Advocacy 2.0: an analysis of how advocacy groups in the united states perceive and use social media as tools for facilitating civic engagement and collective action. *Journal of Information Policy*, 2, 1-25.
- Özkan, S. (2018). Kadına yönelik şiddet ve sosyal medya aktivizmi: Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu örneğinde içerik analizi, *Yeni Düşünceler*, 9, 57-69.
- Özkazanç, A. (2013). Psikanaliz, feminizm ve şiddet, Alev Özkazanç (Der.), içinde *Cinsellik, şiddet ve hukuk: feminist yazılar* (s. 21-66). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Sancar, S. (2011). Türkiye’de kadın hareketinin politiği: tarihsel bağlam, politik gündem ve özgünlükler, Serpil Sancar (Der.), içinde *Birkaç arpa boyu: 21. yüzyıla girerken Türkiye’de feminist çalışmalar /Prof. Dr. Nermin Abadan Unat’a armağan* (s.53-109). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları. Erişim: 02.11.2019, <http://kasaum.ankara.edu.tr/files/2013/09/Serpil-Sancar-T%C3%BCrkiye%E2%80%99de-Kad%C4%B1n-Hareketinin-Politi%C4%9Fi.pdf>
- Sarıtaş, E. (2015). Özgecan Aslan eylemleri ve feminist hareket üzerine düşündürdükleri. *Mülkiye Dergisi*, 39(2), 273-281.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: the power of organizing without organizations*. New York: Penguin Press.
- Taştan, C. ve Küçük Yıldız, A. (2019). *Dünya ve Türkiye’de kadın cinayetleri 2016-2017-2018 verileri ve analizler*. Ankara: Polis Akademisi Yayınları. Erişim: 02.11.2019, https://www.pa.edu.tr/Upload/editor/files/Kadin_Cinayetleri_Rapor.pdf
- Tekeli, Ş. (2011). 1980’ler Türkiye’inde kadınlar, Şirin Tekeli (Der.), içinde, *1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar* (s. 5- 46). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Timisi, N. ve Ağduk Gevrek, M. (2016). 1980’ler Türkiye’inde feminist hareket: Ankara çevresi, Aksu Bora ve Asena Günel (Der.), içinde, *90’larda Türkiye’de feminizm* (s. 19-39). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Yıldız Tahincioğlu, A. N. (2013). Türkiye basınında namusun halleri. *Kültür ve İletişim*, 16 (1): 73-104.
- Yıldız Tahincioğlu, N. (2015). Sola kadın eli değince: Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, Aksu Bora (Der.), içinde, *İradenin iyimserliği:2000'lerde Türkiye'de kadınlar* (s.311-345). Ankara: Ayizi Yayınları.
- Yin, R. K. (2009). *Case study resarch: design and methods* (4th ed.). California: Sage Publications.

Çevrimiçi Kaynaklar

- Acılı aileden “Özgecan Yasası” talebi (12 Haziran 2015). Erişim: 14 Aralık 2018, <http://www.radikal.com.tr/mersin-haber/acili-aileden-ozgecan-yasasi-talebi-1378097/>
- Arman, A. (24 Mayıs 2015). Çıksın artık şu Özgecan Yasası!. *Hürriyet*. Erişim: 14 Aralık 2018, <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ayse-arman/ciksin-artik-su-ozgecan-yasasi-29081264>
- Aylin Nazlıaka'dan da Özgecan yasası teklifi (5 Temmuz 2015). Erişim: 14 Aralık 2018, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2265/aylin-nazliakadan-da-ozgecan-yasasi-teklifi>
- Basına ve kamuoyuna duyurumuzdur (11 Ocak 2016). Erişim: 12 Kasım 2019, <https://www.ceid.info.tr/haberler/>
- Bir yıldır bekliyoruz başbakanım (11 Şubat 2016). Erişim: 14 Aralık 2018, <https://www.change.org/p/kadına-karşı-işlenen-suçlarda-erkeklerle-verilen-iyi-hal-indirimi-kalksın-yasalar-kadınları-korusun-tbmmresmi-eminebulut-ölmekistemiyorum/u/15410646>
- Change.org etki raporu 2018 (t.y.) Erişim: 10 Ağustos 2019, https://static.change.org/brand-pages/impact/reports/2019/change.org_Impact_Report_turkish_july19.pdf
- Change.org Türkiye (23 Mayıs 2015a). Mert Fırat çok pişman. [Video]. Erişim: 14 Aralık 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=tKNbbGUxZwY>
- Change.org Türkiye (26 Mayıs 2015b). #ÖzgecanYasası kampanyasında CHP'den ilk yanıt Dr. Aytun Çıray ve eşi Selmin Çıray'dan. [Video]. Erişim: 14 Aralık 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=ZkgD6M16TaM>
- CHP de 1 milyon 125 bin kişiyi duydu ve “Özgecan Yasası” için söz verdi (4 Haziran 2015). Erişim: 14 Aralık 2018,

- <https://www.cnnturk.com/turkiye/chp-de-1-milyon-125-bin-kisiyi-duydu-ve-ozgecan-yasasi-icin-soz-verdi>
- CHP'den "Özgecan yasası" teklifi (3 Temmuz 2015). Erişim: 14 Aralık 2018, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2261/chpden-ozgecan-yasasi-teklifi>
- CHP'nin 'Özgecan Yasası' teklifi iade edildi (2 Mart 2016). Erişim: 14 Aralık 2018, http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/490942/CHP_nin__Ozgecan_Yasasi__teklifi_iade_edildi.html#
- Clicktivism. (t.y.). Oxford Dictionary. Erişim: <https://www.lexico.com/en/definition/clicktivism>
- Edwards, F., Howard, P. N. ve Joyce, M. (2013). Dijital activism and non-violent conflict. Erişim: 15 Ağustos 2019, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2595115
- Eskişehir’de kadınlar ‘Özgecan Yasası’ için yürüdü (20 Ağustos 2015). Erişim: 12 Kasım 2019, <http://www.radikal.com.tr/turkiye/eskisehirde-kadinlar-ozgecan-yasasi-icin-yurudu-1419152/>
- Gözde Salur’un başlattığı imza kampanyasına destek veriyoruz! #ÖzgecanYasası (t.y.) Erişim: 12 Kasım 2019, <http://erktolia.org/ozgecan/>
- İyi hal indirimi kaldırılmasın cinsiyetçi olmadan uygulansın (14 Kasım 2015). Erişim: 12 Kasım 2019, http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/yazi_dizileri/418829/iyi_hal_indirimi_kaldirilmasin_cinsiyetci_olmadan_uygulansin.html
- Kadın cinayetleri (t.y.) Erişim: 15 Ağustos 2019, <http://kadincinayetleri.org/>
- Kadın cinayetleri 14 kat arttı (15 Eylül 2011). Erişim: 2 Kasım 2019, <http://bianet.org/bianet/kadin/132742-kadin-cinayetleri-14-kat-artti>
- Kadın cinayetlerinde indirimlerin uygulanmaması için basın toplantısında buluştuk (20 Kasım 2015). Erişim: 12 Kasım 2019, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2469/kadin-cinayetlerinde-indirimlerin-uygulanmamasi-icin-basin-toplantisinda-bulustuk>
- Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu 2018 veri raporu (1 Ocak 2019). Erişim: 10 Ağustos 2019, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/veriler/2869/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-2018-veri-raporu>

Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu yasa teklifi tam metni. Erişim: 29 Ekim 2019, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haklarimiz/2251/kadincinayetlerini-durduracagiz-platformu-yasa-teklifi-tam-metni>

Kadına karşı işlenen suçlarda erkeklere verilen iyi hal indirimi kalksın! (t.y.) Erişim: 1 Aralık 2019, <https://www.change.org/p/özgecanyasası-çıksın-yasalar-kadınları-korusun-tbmmresmi>

Kadınlar Özgecan Yasası için İstiklal'i doldurdu (20 Haziran 2015). Erişim: 12 Kasım 2019, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2228/kadınlar-özgecan-yasasi-icin-istiklali-doldurdu>.

Kamuoyuna Duyuru (t.y.). Erişim: 12 Kasım 2019, <http://kadem.org.tr/tag/özgecan-yasasi/>

Karataş, B. (25 Kasım 2015). Bize bir yasa lazım ama bu isimle değil: Özgecan Yasası' ne demek? *Diken*. Erişim: 12 Kasım 2019, <http://www.diken.com.tr/bize-bir-yasa-lazim-ama-bu-isimle-degil-özgecan-yasasi-ne-demek/>

Kayhan Dişkan, P. (28 Mayıs 2015). Dünya genelinde 6. büyük imza kampanyası olan Özgecan Yasası'na ünlülerin desteği gecikmedi. Erişim: 12 Kasım 2019, <https://sosyalmedya.co/özgecan-yasasına-unluler/>

Kenan Doğulu'dan mesaj var (2 Temmuz 2015). Erişim: 12 Kasım 2019, <https://www.sabah.com.tr/magazin/2015/07/02/kenan-doguludan-mesaj-var>

Kocası, A. N. (20 Kasım 2015). Felis Ödülleri sahiplerini buldu. *Mediacat*. Erişim: 14 Aralık 2018, <https://mediacat.com/felis-odulleri-2015-tum-kazananlar/>

Meclis'e "Özgecan Aslan yasası" sunuldu (11 Şubat 2016). Erişim: 14 Aralık 2018, <https://www.cnnturk.com/turkiye/meclise-özgecan-aslan-yasasi-sunuldu>

Mert Fırat'tan #ÖzgecanYasası'na destek videosu (25 Mayıs 2015). Erişim: 14 Aralık 2018, <https://www.evrensel.net/haber/113613/mert-firattan-özgecanyasasına-destek-videosu>

Özgecan Aslan'ın katillerine ağırlaştırılmış müebbet (3 Aralık 2015). Erişim: 14 Aralık 2018, <https://bianet.org/bianet/kadin/169837-özgecan-aslan-in-katillerine-agirlastirilmis-muebbet>

Özgecan yasası mecliste (7 Temmuz 2015). Erişim: 14 Aralık 2018, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/haberler/2267/özgecan-yasasi-mecliste>

Özgecan Yasası'ndaki değişikliğe destek için kadın siyasilere mektup (19 Şubat 2016). Erişim: 14 Aralık 2018, <https://www.haberler.com/özgecan-yasasi-ndaki-degisiklige-destek-icin-kadin-8176590-haberi/>

- Poyraz Doğan, Y. (t.y.). Değişim istiyoruz, TBMM duyuyor mu. Erişim: 10 Ağustos 2019, <http://platform24.org/soylesiler/1429/degisim-istiyoruz--tbmm-duyuyor-mu>
- Suren, A. [anilsuren]. (25 Mayıs 2015). Sirma Suren CNN Turk'te. [Video]. Erişim: 14 Aralık 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=bLIQGJw58J4>
- Tayla, L. (29 Ekim 2015). "Change.org gerçekten değişiyor" m [Video]. Erişim: 11 Ağustos 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=qbsKbchtdgw>
- The six people you've never heard of who changed the world in 2015 (31 Aralık 2015) Erişim: 14 Aralık 2018, <https://www.independent.co.uk/voices/the-six-people-youve-never-heard-of-who-changed-the-world-in-2015-a6792246.html>
- Yakın, M. (6 Mart 2015). Gözde Salur, kadına yönelik şiddetin durdurulması için 1 milyon imza topladı. Peki sonra?. *T24*. Erişim: 14 Aralık 2018, <http://t24.com.tr/yazarlar/mehmet-yakin/gozde-salur-kadina-yonelik-siddetin-durdurulmasi-icin-1-milyon-imza-topladi-peki-sonra,11417>
- 2008-2012 kadın cinayeti gerçekleri (9 Ağustos 2013). Erişim: 2 Kasım 2019, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/veriler/273/2008-2012-kadin-cinayeti-gercekleri>.