



# Dikkatli ol, gözümüz üstünde!

Hiç kimse, elinden pek bir şey gelmediği için hiçbir şey yapmayan birinden daha büyük bir hata yapmış olamaz.

<b>Konular</b>	Küreselleşme, Sosyal haklar, Yurttaşlık
<b>Zorluk</b>	Düzey 4
<b>Grup büyüklüğü</b>	Herhangi
<b>Süre</b>	150 dakika
<b>Genel bakış</b>	Bu etkinlikte katılımcılar tarafından ulusötesi şirketlerin üretim yaptıkları ülkeyi değiştirerek yol açtıkları sonuçlara ilişkin bir kamuoyu bilgilendirme kampanyası tasarlanır.
<b>İlgili haklar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adil ve uygun çalışma koşullarından yararlanma hakkı</li> <li>Sendika kurma hakkı</li> <li>Sosyal güvenlik hakkı</li> </ul>
<b>Amaçlar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ulusötesi şirketlerin üretim yaptıkları ülkeyi değiştirmelerinin doğurduğu sonuçları yerel ve küresel düzeyde analiz etmek</li> <li>İnsan hakları aktivizmini geliştirmek</li> <li>Yaratıcılık ve hayalgücünü kullanmayı teşvik etmek</li> </ul>
<b>Materyal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kampanya sembolü olarak kullanmak üzere yapışkan etiketler</li> <li>Poster yapmak için büyük boy kâğıtlar ya da yazı tahtası kâğıdı</li> <li>Broşür yapmak için A4 boyutunda kâğıtlar (isteğe göre renkli olabilir)</li> <li>Bant ve yapıştırıcı</li> <li>Renkli markörler ve tükenmez kalemler</li> <li>Makas</li> <li>İçindeki resimleri kullanmak üzere gazete, dergi, broşür ve çeşitli basılı materyal</li> </ul>
<b>Hazırlık</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Durum raporu ve kampanya amaçlarından her katılımcıya birer tane düşecek şekilde çoğaltın</li> </ul>

## Yönerge

- Bu etkinlikte, özellikle ulusötesi şirketlerin üretim yaptıkları yeri değiştirmelerine odaklanılarak küreselleşme konusunun işlendiğini açıklayın.
- Katılımcılara bu konuda neler bildiklerini ve medyanın bu konuyu nasıl yansıttığını sorun.
- İyi bir tanıtım kampanyasının nasıl olması gerektiği üzerine bir beyin fırtınası yapın.
- Grubu 3 ya da 4 kişilik küçük gruplara ayırın.
- Doğu Avrupa Temiz Giysiler Kampanyası'nın (*The Eastern European Clean Clothes Campaign*) küreselleşmenin sonuçları hakkında halkı bilgilendiren bir kampanya örneği olduğunu anlatın. Durum raporunu dağıtın.

**KONULAR**



KÜRESELLEŞME



SOSYAL HAKLAR



YURTTAŞLIK

**ZORLUK**

DÜZEY 4

  

DÜZEY 3

  

DÜZEY 2

  

DÜZEY 1

  

DÜZEY 4

**GRUP BÜYÜKLÜĞÜ**



HERHANGİ

**SÜRE**



150 DAKİKA



6. Etkinlik için sahneyi düzenleyin. Gruptan bir sivil toplum örgütü olan Doğu Avrupa Temiz Giysiler Kampanyası (DATGK)'nin çok kısa bir süre önce Avrupa Konseyi'nden parasal bir yardım aldığını hayal etmelerini isteyin. Karşı karşıya bulunduğu kaynak sorunlarından dolayı bu örgüt önceden sadece çok az sayıda ülkede küçük ölçekte çalışmalar yapıyordu. Örgütün direktörler kurulu şu anda kampanyayı yenileme ve Avrupa geneline yayma kararı aldı. DATGK şimdi etkinlik katılımcılarını danışman olarak görevlendirmek istiyor.
7. Kampanya amaçlarını (2. bilgi materyali) dağıtın. DATGK'nin sizden bu temel bilgileri kaynak olarak katılımcılarla paylaşmanızı istediğini söyleyin.
8. Her küçük grubun DATGK'nin kendi ülkesindeki faaliyetlerini artırması için bir teklif hazırlaması gerekiyor. Gruplar ilk olarak, hazırlanacak kampanya teklifinin çerçeve niteliğinde kısa bir taslağını çıkarmalıdır. Daha sonra, 'kamuoyunu bilgilendirmek' olan birinci amacı karşılayacak daha detaylı teklifler hazırlanmalıdır. Detaylı teklif şu noktaları içermelidir:
  - faaliyetlerin zaman çizelgesi,
  - önerilen faaliyetlerin listesi (konserler, televizyon ve radyo programları, sokak tiyatrosu, broşürler, vs.),
  - faaliyetlerin gerçekleşeceği mekânlar (okullar, kamu binaları, vs.),
  - ihtiyaç duyulan çalışan sayısı,
  - kullanılacak malzemeler (etiket, poster, vs.)
9. Teklifin açık ve öz olması gerektiğini anlatın. Katılımcılara STK'nın her türlü teklife, özellikle yaratıcı fikirlere açık olduğunu, fakat kampanyanın amaçlarına sadık kalınması gerektiğini önemle vurgulayın. Teklifte, etkinliklerin bu amaca nasıl hizmet edeceğinin gerekçeleriyle sunulması bekleniyor. Daha sonra küçük gruplar tekliflerini STK temsilcilerine sunacaklar, temsilciler de DATGK kuruluna tavsiyede bulunacaklar. Teklifi tasarlamak için grupların 60 dakikası var.
10. Tekliflerin hazırlanması sona erdiğinde sunumlara geçilsin.
11. Tartışma için genel oturuma geçin.

## Bilgilendirme ve değerlendirme

Etkinliğin nasıl geçtiğine kısaca bir göz atın. Her gruba sırasıyla, görevlerini nasıl yerine getirdiklerini ve birlikte nasıl çalıştıklarını sorun. Herkes çalışmaya dahil oldu mu? Ortaya çıkan çalışmada katılımcılarda işin bir parçası olduklarına dair bir duygu oluştu mu? Daha sonra küreselleşmeyle ilgili konuları tartışmaya geçin, küreselleşme hakkında ne öğrendiklerini sorun.

- Bir şirketin bulunduğu ülkeyi değiştirmesinin olumlu ve olumsuz yönleri nelerdir? Yerel istihdam oranları üzerindeki etkisi nedir? Ulusal ekonomiye etkisi nedir? Küresel ekonomiye etkisi nedir?
- Çalışanların kendilerine sunulan çalışma şartlarını kabul ederken seçme şansları var mı?
- Bu durumdan kim sorumlu?
- Çalışanlara hakları konusunda eğitim vermek için neler yapılabilir veya yapılmalıdır?
- Önerilen türdeki kampanyalar faydalı mıdır? Neden?
- Bir kampanyayı başarılı kılan nedir?
- Çalışan haklarının korunması alanında çalışan kurumların –STK'lar, sendikalar, Birleşmiş Milletler örgütleri, küreselleşme karşıtı kampanyalar yürüten örgütler– bir şeyleri değiştirdiğini düşünüyor musunuz?



## Kolaylaştırıcılar için ipuçları

Arka plan bilgisi bölümünün küreselleşmeye ayrılmış kısmında ulusötesi şirketlerin üretim yaptıkları ülkeyi değiştirme uygulamaları üzerine bilgi bulabilirsiniz. Bu etkinliğe başlamadan önce DATGK'nin ya da benzeri kuruluşların ülkenizde ofisleri bulunup bulunmadığını araştırın.

Bu etkinliğin amaçlarından biri katılımcıların yaratıcılıklarını harekete geçirmektir. Katılımcılara yeni bir kampanya stratejisi yaratmak için tamamen özgür olduklarını belirtin. Bununla birlikte STK tarafından belirlenmiş olan amaçlara sadık kalınması gerektiğini unutmamalılar.

Yönerge'nin 10. maddesinde –grupların çalışmalarını sergiledikleri bölüm– DATGK'yi temsil eden, değerlendirme jüri üyesi rolünü üstlenebilirsiniz. Fakat önerimiz, mümkünse bu görevi üstlenmek üzere, grup çalışmasına dahil olmamış, dışarıdan kişiler bulmanızdır. Bu, etkinliği daha heyecanlı hale getirebilir ve tartışmayı açmaya yardımcı olabilir. Özellikle, bir kampanya sorumlusu ya da küreselleşme konusu üzerine çalışan bir STK sorumlusunu davet ederseniz ve rimli sonuç alabilirsiniz.

Etkinliğe “uzman” kişiler davet etmeniz durumunda etkinliği iki bölüme ayırmanız iyi olabilir. Birinci bölüm kampanya raporu ve malzemenin üretimi için ikinci bölüm ise tartışma için kullanılabilir.

## İzleme önerileri

DATGK ile bağlantıya geçin ve grubun başlattığı çalışmayı geliştirin.

Eğer katılımcılar sosyal haklar ve çalışan hakları konusuyla devam etmek istiyorlarsa sayfa 91'de çocuk hakları temasını işleyen “Âşık'ın öyküsü” etkinliğini uygulayabilirler.

## Önemli gün

**24 Ekim**

Dünya Kalkınma ve Enformasyon Günü

## BİLGİ MATERYALİ

### 1. Durum raporu: Doğu Avrupa Temiz Giysiler Kampanyası

Doğu Avrupa Temiz Giysiler Kampanyası (DATGK) Hollanda'da 1990 yılında hayata geçirilmiş bir işbirliği ağıdır. Amacı, küresel spor giyim endüstrisinin çalışma koşullarını iyileştirmektir. Şu anda yaklaşık 10 Doğu Avrupa ülkesinde Temiz Giysi Kampanyaları yürütülmektedir. Her bir Temiz Giysi Kampanyası, tüketici örgütleri, sendikalar, insan hakları ve kadın hakları örgütleri, araştırmacılar, dayanışma grupları ve aktivistlerden oluşan bir koalisyon niteliğindedir.

Çalışma alanındaki başlıca konular şunlardır:

- Düşük ücretlendirme
- Çalışanların istismar edilmesi (sözleşme yapılmaması, düzensiz çalışma saatleri, mecburî ya da ödemesi yapılmayan fazla mesai, vs.)
- Örgütlenme hakkının reddedilmesi (çalışan hakları aktivistlerinin sindirilmesi)

### 2. Kampanyanın amaçları

Kampanyanın amaçları şunlardır:

- Kampanyaya destek verilmesi için kamuoyunu ne olup bittiği hakkında bilgilendirmek
- Küreselleşmenin, insan haklarının ihlaline yol açan sonuçlarından bazılarını somut örneklerle göstermek
- Çalışanların insan haklarına karşı gereken saygının artması için şirketler üzerinde baskı kurmak, bunun için çalışan hakları ile ilgili bilgiyi paylaşmak.
- Aynı amaçla yola çıkmış bireyler, örgütler ve kurumlar arasında oluşacak bir işbirliği ağını harekete geçirmek.