

7/4067

T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI
 Strateji Geliştirme Başkanlığı

Sayı : B.08.0.SGB.0.03.06.03-11/3906

14/2/2008

Konu : Soru Önergesi

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

İlgi : 03.07.2008 tarihli ve A.01.0.GNS.0.10.00.02-7223 sayılı yazı.

Adana Milletvekili Sayın Hulusi GÜVEL'in, "“Ana-Kız Okuldayız” kampanyasına ilişkin” İlgi yazı eki 7/4067 esas numaralı yazılı soru önergesi incelenmiştir.

2000 yılı nüfus sayımı sonucuna göre 15 yaş üstü nüfus grubunda bulunan toplam 6.429.302 vatandaşımızın okuma yazma bilmediği tespiti yapılmıştır. Bu nüfusun 5.097.607'si kadındır. Ulusal Eğitime Destek Kampanyası uygulamalarıyla 2002-2003 öğretim yılından 2007-2008 öğretim yılına kadar 1.000.643'ü kadın olmak üzere 1.580.595 vatandaşımıza okuma yazma beceresi kazandırılmıştır. Ülkemizde hâlâ 4.096.964'ü kadın olmak üzere 4.848.707 yurttaşımız okuma-yazma bilmemektedir.

Bu doğrultuda; kadınlarımız başta olmak üzere okuma yazma bilmeyen yetişkinlerimizi okur-yazar hâle getirmek amacıyla Halk Bankası AŞ ile Bakanlığımız -Çıraklık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü- arasında 06.06.2008 tarihinde "Ana-Kız Okuldayız Okuma-Yazma Kampanyası" iş birliği protokolü imzalanmıştır.

1. Ana-Kız Okuldayız Okuma-Yazma Kampanyası'nın 05-06 Haziran 2008 tarihlerinde, İstanbul Cemal Reşit Rey Konser Salonunda asılan tanıtım ilanlarında iki farklı kadının fotoğrafı kullanılmıştır. Anılan fotoğrafların ait olduğu kişiler, halk eğitimi merkezlerine okuma-yazma öğrenmek üzere müracaat eden kursiyerlerdir. Bu kursiyerler aynı zamanda söz konusu kampanyanın tanıtım organizasyonunda gösterilmek üzere kendileriyle röportaj yapılan kişilerdir.

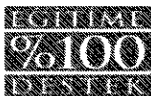
Fotoğraf seçiminde ölçüt olarak okuma-yazma bilmeyip, okuma yazma öğrenmek üzere kursa başvuran kursiyerler, hedef kitlenin örneklemi olarak seçilmişlerdir.

Fotoğraf seçimi bilimsel araştırma yöntemlerinden olan "Araştırma evreninden örneklem seçmek" kuralına uyularak gerçekleştirilmiştir.

Her iki fotoğrafın kadınlardan seçilmesi ise ülkemizde okuma-yazma bilmeyen yaklaşık 5 milyon yetişkin nüfusun 4 milyondan fazlasının kadın olmasındandır.

28 Haziran 2008'de başlayan reklam kampanyasının açık hava uygulamalarında ise televizyon reklamında kullanılan karakterlerin fotoğrafları kullanılmıştır. Bu da televizyon, açık hava ve radyo mecralarının kullanıldığı reklam kampanyasının bütünlüğünü sağlamak içindir.

2. Kampanyanın tanıtım organizasyonundan önce yayınlanan ilanlarda her iki fotoğrafta kullanılmıştır. Kampanyanın tanıtımını üstlenen Yeni ve Eski Reklam Ajansı yetkililerince; okuyucu profillerini dikkate alarak iki fotoğraf arasından seçim yapılarak gazetelere gönderildiği; bu uygulamanın hedef kitleye ulaşmak için reklamcılık açısından kullanılan bir yöntem olduğu ifade edilmiştir. Bakanlığımızın valiliklere gönderdiği



ÜCRETSİZ
 444 0 632
 DANIŞMA HATTI



Atatürk Bulvarı Nu: 98 Kızılay 06648 ANKARA
 Telefon: 413 14 66 – 425 00 86 Faks : 418 64 01
 e – posta : sgb @ meb.gov.tr Elektronik ağ : www.meb.gov.tr

T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI
Strateji Geliştirme Başkanlığı

Sayı : B.08.0.SGB.0.03.06.03-11/

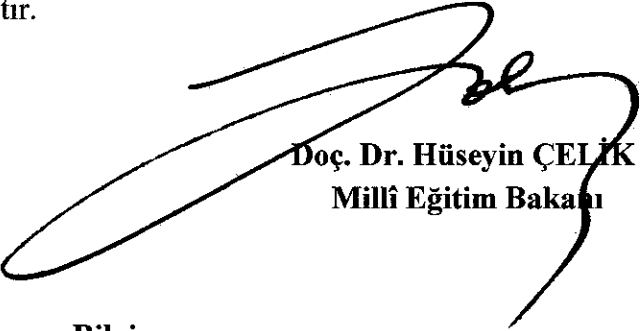
/ /2008

Konu : Soru Önergesi

09.06.2008 tarihli ve 3587 sayılı yazıda ise “Kampanya ile ilgili afiş (Başı açık olan kadın fotoğrafı) ekte gönderilmiş olup kurumlara gönderilmesi gerekmektedir.” ifadesine yer verilmiştir. Bakanlığımızın kurumlara asılmak üzere gönderdiği afişte başı açık olan kadın fotoğrafı vardır.

3. Kampanyanın tasarım çalışmaları ve reklam faaliyetleri Yeni ve Eski Reklam Ajansı tarafından, medya planı ise Ce Medya tarafından yürütülmüştür. Kampanyanın fatura adresi Halk Bankası AŞ’dir. Reklam kampanyasının süresi; TV Radyo 28 Haziran-7 Temmuz 2008, açık hava (Billboard) 28 Haziran- 4 Temmuz 2008 tarihleri arasındadır. Reklam kampanyası için KDV hariç 1.792.971 YTL harcanmıştır.

Bilgilerinize arz ederim.


Doç. Dr. Hüseyin ÇELİK
Millî Eğitim Bakanı

DAĞITIM :

Gereği :

TBMM Başkanlığına

Bilgi :

Başbakanlığa