

EKOIQ

YEŞİL İŞ / YEŞİL YAŞAM

MAYIS - HAZİRAN 2017 SAYI:70

www.ekoIQ.com



16 TL (KDV DAHİL)



CLIMATE
VOLUNTEERS
İKLİM GÖNÜLLÖLERİ
Karbon Nötr Yayın

Daha İyi Bir Dünya İçin Daha İyi Hikayeler

**Denizden
Aldığımızı
Denize ve
Topluma
Vermek...**

**Sosyal Alanda
Dolaşan Sistem
Dönüşümü
Hayaleti**

**Bilinçli ve
Kararlı
Tüketicinin
Eko-Etiketi**

**Başka Bir
Eğitim
Mümkün!**

**Sürdürülebilir
Kullanıcı
Deneyimi
Nasıl Olmalı?**





SOLIDCEM

Zemine Gücünü Gösterir!

Tüm yapı ve liman işletmelerinde zemin güçlendiren Jet-Grouting Sistemi ile uyumlu Solidcem, kimyasal ve biyolojik etkilere meydan okur.



www.knj.com.tr



Barış Doğru
baris@ekoIQ.com

İki Gök Cismi, Bir Çarpışma Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik

Uzay boşluğunda sıradan bir gezegen, güneşin yörüngesinde milyarlarca yıllık rutin seyrine devam ediyor. Sonsuz boşlukta nereden gelip nereye gittiğini kimse bilmiyor. Ne kendisi, ne de bir başkasının herhangi bir fikri yok. O tamamen kendi dengeleriyle kendisi hakkında bir öz bilgiye, görüye sahip sadece...

Karanlık boşlukta ilerleyen, nereden gelip nereye gittiği konusunda bilgisi olmayan bir başka gök cismi hızla yaklaşıyor ona oysa. İkisi de birbirinden habersiz ama iki dünya çarpışacak ve bir süre sonra ve ikisinin kendi iç dinamikleri, materyalleri, o güne kadar ürettikleri, biriktirdikleri birbirine karışacak, artık iki gök cismi de asla eskisi gibi olmayacak... Yeni gök cisminin dinamiklerini ve bileşenlerini anlamak için uzun bir zaman geçmesi gerekecek...

Peki fiziksel uzamda işler böyle iken, çoğu zaman toplumsal boyutta da işler böyle yürümez mi? Bir süreç, onu anlamaya çalışan bir kavramsallaştırma, terminoloji hep belirli bir kalıp içinde, daha iyi bir ifadeyle bir "paradigma" içinde an-

laşılmaya çalışılır. Kendi mantıksal çıkarımları, tezleri, karşı eleştirileri ve teorik varsayımları etrafında şekillenen bu paradigma, zaman içinde kendi içinden çıkan başka görüşler tarafından aşındırılır ve eğer yeterince iyi bir eleştirel bakış açısı tarafından alt edilebilirse, yeni bir "paradigma" ile yer değiştirir. Ancak hem sosyal hem de fen bilimleri için geçerli olan bu değişim bazen içerden değil de, başka kurumsal çerçevelerdeki gelişmeler tarafından başlatılabilir ve neticelendirilebilir de...

Sözü uzattım, sürdürülebilirlik konusundaki sıkıntılar üzerinde düşünürken birdenbire fark ettiğim bir vakıyı, saptamayı aktarmak istiyorum aslında. "**Sürdürülebilirlik**" ve "**Kurumsal Sosyal Sorumluluk**" kavramları konusundaki bir kavrayış sıkıntısının neden olduğu bazı önemli sorunlar olduğunu düşünüyorum. Bu sıkıntının kaynağı da esas olarak bu iki kavramın iki ayrı disiplinden türemesi, bu anlamda iki ayrı anlam haritasına ve geçmişine sahip olması. Kurumsal Sosyal Sorumluluk, 2.

Dünya Savaşı sonrası dönemde, işletme teorisinin içinden türeyen bir alan ve tartışma. 1953'te yayımlanan H. Bowen'in "İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları" makalesini milat edinen bu tartışma, mikro iktisadi bir bakışla, bir özel şirketin kime karşı ve ne gibi sorumlulukları olduğunu anlamak konusuna yoğunlaşıyordu. "Sürdürülebilirlik" ise tamamen ayrı bir kulvardan makro iktisadi kalkınma teorilerinden ve iklim değişikliği bağlamında da coğrafya-ekoloji yaklaşımlarından bir gök taşı gibi bu tartışmaya tamamen dışardan dahil oldu. Mikro ve makronun, işletme ve kalkınma iktisadi-ekoloji bağamlarının çarpışması ve bunun teorik düzeyde anlaşılmasının, bileşenlerinin ayıklanamamasının, bugünkü hem kavramsal hem de pratik kafa karışıklığının temel nedeni olduğunu düşünmeden edemiyorum.

Bu iki, birbirinden bir hayli uzak yaklaşımın buluşmasının anlamlı bir şekilde açıklanamaması, özellikle şirketlerin, iletişim birimlerine bağlı kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına mı, yoksa çoğunlukla teknik temelli (verimlilik, temiz üretim, atıkların geridönüşümü vb.) sürdürülebilirlik çalışma ve birimlerinin kurulmasına mı yoğunlaşmaları gerektiği konusunda derin bir organizasyonel ve anlamsal krize düşmelerine yol açmış görünüyor. Bu konu üzerinde düşünmeye ve tartışmaya oldukça ihtiyaç olduğu kanısında yım açıkçası... Bu ayıklama ve yeni bir teorik çerçeve kurma süreci, şirketlerin 21. yüzyılda var kalıp kalamayacaklarını belirleyecek kadar önemli bence...



EKOLOGOS Sürdürülebilirlik Yönetim ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

adına sahibi ve Genel Yayın Yönetmeni (Sorumlu)

Barış Doğru baris@ekoIQ.com

Yayın Koordinatörü

Nevra Yaraç nevra@ekoIQ.com

Art Direktör

Özlem Sarar D. ozlem@ekoIQ.com

Dış Haberler Editörü

Zeynep Heyzen Ateş zeynep@ekoIQ.com

Yerel Yönetimler Editörü Sibel Bülay sibel@ekoIQ.com

Sürdürülebilirlik Projeleri Koordinatörü

Gökçe Vahapoğlu Şahin vahapoglu@fas.harvard.edu

Sosyal Medya Editörü Yağmur Çoban yagmur@ekoIQ.com

Fotoğraf Editörü Özgür Güvenç

Redaksiyon Şöhret Baltaş

Katkıda Bulunanlar

Bulut Bağatır, Emrah Kurum, Özgür Öztürk, Serra Titiz, Caner Demir,
Hulusi Barlas, Fatma Gül Altındağ, Ateş Uğurel, Berkan Özyer, Ersoy Yaşar,
Cihan Koral Malak

Abonelik dergi@ekoIQ.com

Tel: (90) 216 349 40 97-98 Faks: (90) 216 348 34 77

Yayın ve Yönetim Adresi:

EKOLOGOS Sürdürülebilirlik Yönetim ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.
Caferağa Mahallesi, Sakız Sokak, Berkel Apt. No: 6/9
Kadıköy, İstanbul
Tel: (90) 216 349 40 97-98 Faks: (90) 216 348 34 77

Basım Yeri: Uniprint Basım Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Ömerli köyü, Hadımköy - İstanbul Caddesi, No: 159 34555
İstanbul - Turkey

Telefon: 0212 798 28 40 pbx Faks: 0212 798 20 63

İki ayda bir yayınlanır. Yaygın Süreli Yayın ISSN 1309-441-6

Danışma Kurulu

Aynur Acar, Gönüllü Çevre Danışmanı

Prof. Dr. Melsa Ararat, CDP Türkiye Direktörü

Prof. Dr. Nuri Azbar, Ege Üni., Çevre Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü

Dr. Erhan Baş, Bilim İlaç A.Ş. Genel Müdürü

Dr. Barış Gencer Baykan, Yeditepe Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümü

Konca Çalkıvık, İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği Genel Sekreteri

Prof. Dr. Nüzhet Dalfes, İTÜ Avrasya Yer Bilimleri Enstitüsü Müdürü

Ebru Şenel Erim, Unilever Türkiye Kurumsal İletişim Müdürü

Aykan Gülten, Coca-Cola Kurumsal İlişkiler Müdürü

Prof. Dr. Selahattin İncecik, İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi,

Meteoroloji Mühendisliği Bölümü

Bahar Keskin, 3P Sustainability Consulting

Prof. Dr. M. Pınar Mengüç, Özyeğin Üni., Enerji, Çevre ve Ekonomi Merkezi Direktörü

Selçuk Özdil, ÇEDBİK Yönetim Kurulu Başkanı

Dr. Uygur Özemesi, change.org Türkiye Direktörü

Aysun Sayın, Boyner Holding Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Müdürü

Rifat Ünal Sayman, REC, Bölgesel Çevre Merkezi Türkiye Direktörü

Neylan Süer, Bosch Ev Aletleri Pazarlama Müdürü

Ergem Şenyuva, Climate Project Türkiye Temsilcisi, Yeşilist.com kurucusu

Ateş Uğurel, Solarbaba Platformu kurucusu

Kapak İllüstrasyonu Gizem Güvendağ

İÇİNDEKİLER

18 Dünyaca Ünlü Mimarlar İlham Verdi

Rönesans Holding'in düzenlediği Sürdürülebilir Geleceği Ta-sarla Yarışması'nın ödül töreninde, ünlü mimarlar deneyimlerini gençlerle paylaştı.

20 “Hedefimiz, Kendi Kanatlarıyla Uçabilen İnsanlar”

Temel İhtiyaç Derneği (TİDER) tarafından hayata geçirilen Destek Market ve Destek İK modelini, TİDER Yönetim Kurulu Başkanı Serhan Süzer ile konuştuk.

24 Bilinçli ve Kararlı Tüketicinin Eko-Etiketi

EKOenerji'nin Türkiye sorumlusu Merve Güngör, sürdürülebi-lik elektrik kullanımı alanındaki çalışmalarını EKOIQ için yazdı.

31 Hemen, Şimdi Harekete Geç!

BM'nin Küresel Hedefleri'nden 13'üncüsü olan “İklim Eylemi” alanında ulusal ve bireysel çabalar açısından umut vaat eden gelişmeler yaşıyor...

32 Havuz Suyunu Boşaltmak Değil, Yağmur Suyunu Toplamak...

Başka Bir Okul Mümkün Derneği'nin kurucularından Burak Ülman ile eğitim felsefelerini, ekolojik yaklaşımlarını, Öğretmen Destek Programlarını ve Öğretmen Köyü'nü konuştuk.

36 Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanı Hedefi. Ama Nasıl?

BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin 11. başlığı “Sürdü-rülebilir Şehir ve Yaşam Alanları”, şehirde sürdürülebilir bir yaşamın rehberliğini yapıyor...

38 DOSYA: Daha İyi Bir Dünya İçin, Daha İyi Hikayeler...

Yaratmak istediğimiz gelecek için doğru hikayeleri anlatıyor muyuz? Dünya yeniden başa dönüyor, daha iyi bir yer olabil-mek için masalcılara, hikaye anlatıcılara, destancılara, deng-bejlere sığınmıyor... Unutmayın ki iyi hikayeler, iyi dünyalar kurar her zaman...

58 “Sürdürülebilirlik Hedeflerimizi Desteklemeyen Çözümleri Minimize Etmeliyiz”

Kibar Holding'in iştiraki K Yatırım Enerji A.Ş. ve Heritage Tur-kish Holdings LLC, Türkiye'de atık yönetimi hizmetleri vermek üzere bir ortaklığa imza attı. İnteraktif Çevre Danışmanlık Ge-nel Müdürü Volkan Ural temel misyonlarını EKOIQ'ya anlattı.



68

60 Sürdürülebilir Bir Kullanıcı Deneyimi İdeali...

Masaüstü, mobil ve Smart TV'lerde yayımlanan dijital ürün ve servisler için sonuç odaklı kullanıcı deneyimi tasarımları yaratan SHERPA'nın kurucusu Yakup Bayrak, sürdürülebilirlik ve kullanıcı deneyimi tasarımı ilişkisini inceliyor.

64 Atıkları Alışverişe, Sinema Biletine ve Bursa Dönüştüren Kart!

Antalya Muratpaşa Belediyesi Çevreci Komşu Kart Projesi atık sorununa sürdürülebilir bir çözüm getiriyor.

68 Denizden Aldığımızı Denize ve Topluma Vermek...

Arkas Holding'in yelken sporuna yaptığı yatırımlar, sürdürülebilirlik ve bölgesel kalkınma ile nasıl bir ilişki içinde?

70 Sosyal Girişimler ile Sürdürülebilir Kalkınmaya Katkı

Boğaziçi Üniversitesi Mezunu İş İnsanları Derneği'nin (BRM) yürüttüğü Sosyal Girişimcilik Programı'nı (SoGiP), BRM Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Elif Bulak ile konuştuk.

78 "Hedefimiz, Tek Uygulamayla Eviçi Enerji ve Güvenlik Yönetimi"

Cosa Enerji kurucu ortağı Dr. Emre Erkin, oluşturdukları sistemi EKOIQ'ya anlattı.

86 Sosyal Alanda Dolaşan Sistem Dönüşümü Hayaleti

Ashoka Türkiye'den Betül Özyılmaz, İstem D. Akalp ve Zeynep Meydanoglu, sosyal/sivil alanda da benimsenen sistem dönüşümü yaklaşımını EKOIQ için kaleme aldı.

96 Güneşin Farklı Halleri

SolarBaba platformu, Türkiye ve dünyadan gelişmeleri EKOIQ sayfalarına taşıyor.

100 Sürdürülebilir Tarımcılık Uzmanı Karıncalar

Karıncaların kendi yiyeceklerini yetiştirmek için sürdürdükleri tarımcılık faaliyetlerinden ilham alınacak çok şey var...

HER SAYIDA

4 Haberler İş Dünyasında İnsan Hakları Eğitimi, Dekarbonizasyonun Ekonomik Faydası, Trafiğe Araç Paylaşımını Çözümler, Sosyal Bağış Hareketine Siz de Katılın!

28 İş Dünyasından Konca Çalkıvık: Raporlama Mühim Mesele

30 Yaşanabilir Kentler Sibel Bülay: Dünya Mersin'e... Biz Yine Tersine...

66 Son Buzul Erimeden Prof. M. Levent Kurnaz: İklim Modelleri

74 Afetlerle Kalkınma Dr. Murad Tiryakioğlu: Dikkate Almak Zorunda Olduğumuz Afetler ve Sosyoekonomik Etkileri

82 Change.org'dan Muğla'nın Geleceği İçin Hep Birlikte!

84 Sürdürülebilirlik Akademisi'nden Sürdürülebilirlik Liderleri "Amacı Harekete Geçirmek" İçin Buluştu, "Sürdürülebilir İş Ödülleri" Başvuruları Başladı

90 ÇEDBİK'ten Selçuk Özdiç: Yerelleştirilebilir ve Demokratikleştirilebilir Yeter

94 Veri-Analiz Gökçe Vahapoğlu Şahin: İş Dünyasının Kurumsal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Eğilimleri, BM'nin 2017 İnsani Kalkınma Raporu Yayımlandı, 2 Derece Hedefi İçin 7 Adım

98 Sosyal Medyadan Özgür Öztürk: Dalğadan Enerji Üretimi, Ormanların Soğutma Etkisi, Yok Olan Tatlı Su Kaynakları...

102 Gözümüzden Kaçmayanlar Naylon poşetlere yasaklama; Ekmekten çıkan GDO'lu soya; Bakanlıktan "Sakız Eylem Planı"...

104 Kitap Dünyanın Durumu 2016-Bir Kent Sürdürülebilir Olabilir mi?, Büyük Gerileme-Zamanımızın Ruh Hali Üstüne Uluslararası Bir Tartışma, Küresel Sürdürülebilirlik: Önde Gelen 21 CEO, İyi İşler Yaparak Nasıl İyileşebileceğimizi Gösteriyor (Global Sustainability: 21 Leading CEOs Show How to Do Well by Doing Good)

İş Dünyasında İnsan Hakları Eğitimi

Mikado'nun düzenlediği İnsan Haklarına Saygılı İş Yapmak eğitimi 16-17 Mayıs'ta gerçekleştirilecek. İnsan hakları konusuna duyarlı; kurum içinde, tedarik zincirinde ve tüm paydaşları genelinde bu konuyu daha stratejik bir şekilde ele almak isteyen kurumları temsilen uzman ve yöneticiler; iş dünyasında insan hakları konusunda bilgi sahibi olmak isteyen ve konuya daha bütüncül bir bakış açısıyla bakmak isteyen profesyonellere yönelik eğitime katılım ücretsiz. Sürdürülebilir Kalkınma için Yenilikçi Çözümler Derneği ortaklığında ve Hollanda Başkonsolosluğu İnsan Hakları Fonu desteği ile yürütülen proje dahilinde gerçekleştirilecek eğitim ile ilgili ayrıntılı bilgi için: www.mikadoconsulting.com

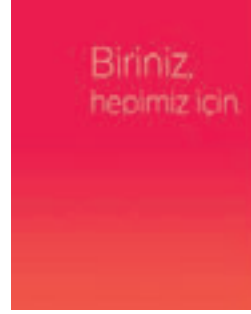
"Kaide" ya da Toprak Nedir?

Daha önce "Aşı" sergisi ile tanıdığımız ve EKOIQ sayfalarında tanıttığımız mimar/sanatçı Aslıhan Demirtaş'ın yeni çalışması "Kaide" de, farklı boyut ve sorunları ve tabii ekolojiyi de içine alan çok katmanlı bir çalışma. Collectorspace'in Taksim'deki alanında sergilenen ve sıkıştırılmış topraktan oluşan Kaide, elle şekillendirilen toprak düzenlemelerine işaret ederken mülkiyet, miras ve kültürel miras konuları üzerinden toprağa atfedilen değerleri tartışmaya açıyor. Bahar ayları boyunca, collectorspace ve Demirtaş farklı koleksiyonculuk pratiklerine sahip sanatçıları, koleksiyoncuları, düşünürleri ve çiftçileri koleksiyonlarından bir parçayı Kaide'ye eşlik etmesi için mekâna davet ediyor. Bu katkılarla zenginleşmesi amaçlanan tartışma, toprak ve güncel sanat işleri üzerinden müşterek mülkiyet nasıl hayal edilebilir sorusunu gündeme getiriyor.

Sosyal Bağış Hareketine Siz de Katılın!

Gerçek bir toplumsal etki yaratmak isteyen herkesi işbirliğine çağıran **MarjinalSosyal**, Türkiye'de bireysel bağış ve sivil toplum kuruluşu (STK) bilincini uyandırmak için, 15 STK ile birlikte Facebook'un da katkılarıyla **Sosyal Bağış Hareketi** platformunu oluşturdu. 15 ay boyunca her ayın bir gününü bir STK'ya "Sosyal Bağış Günü" olarak adayacak olan platformun basın toplantısı 31 Mart'ta İstanbul'da gerçekleşti. Basın toplantısında "STK nedir, ne iş yapar?", "Bireysel bağışın önemi nedir?", "Sosyal medyada paylaşılan toplumsal mesajlar, uygulamada ne ölçüde etkili?", "Türkiye'de bireysel

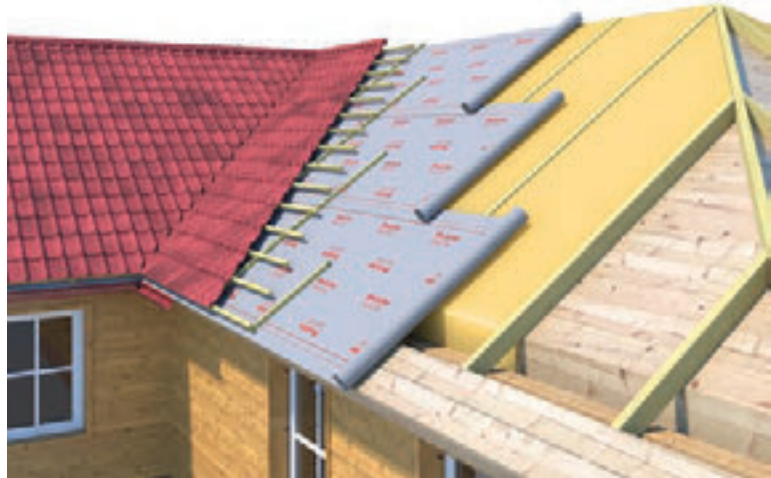
bağış bilincini nasıl uyandırabiliriz?" soruları ve Sosyal Bağış Hareketi'nin bu sorulara nasıl çözüm arayacağı üzerine konuşuldu. MarjinalSosyal'i bünyesinde barındıran Marjinal Porter Novelli Ajans Başkanı **Asuman Bayrak** da, "Marjinal olarak, STK'lara 24 yıldır verdiğimiz desteği Işık Elpek'le (MarjinalSosyal Kurucu Ortağı) iki yıldır yürüttüğümüz MarjinalSosyal aracılığıyla somutlaştırmaktan dolayı içten bir sevinç ve gurur duyuyoruz" dedi. Sosyal Bağış Hareketi sosyal medya hesapları ise şöyle: facebook.com/sosyalbagishareketi, instagram.com/sosyalbagis, twitter.com/BagisHareketi #birinizhepimizicin



Ondutiss ile Nefes Alan Yapılar

Çatı kaplama ve su yalıtımı konusunda faaliyet gösteren Onduline Avrasya, çatı ve cephelere Ondutiss ile yeni bir soluk getiriyor. Ondutiss su yalıtım örtüleri **Ondutiss Air** ve buhar kesici özelliğine sahip **Ondutiss Barrier Reflex** olmak üzere iki ayrı grupta sunuluyor. Alt ve üst katmanları non-woven, ara katman ise su geçirmezliği sağlayan özel bir malzemeden yapılan Ondutiss Air, su buharını yapıdan uzaklaştırarak

kusursuz bir su yalıtımı sağlıyor. UV dayanımı özelliğiyle de dikkat çeken ürün, çatılarda ve cephelerde güvenle kullanılabilir. Havalandırmalı veya havalandırmaz tüm çatılarda kullanılabilen ve buhar geçirmemek üzere tasarlanan Ondutiss Barrier Reflex, kenetli metal çatılarda da kullanılabilir. Ondutiss bu özellikleriyle zamandan ve uygulama maliyetlerinden tasarruf etmenizi sağlıyor.



SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMAYI DESTEKLİYORUZ



MAZARS DENGE



@MazarsDenge



Mazars Denge



@mazarsdenge



Mazars Denge



MazarsDenge

www.mazars.com.tr

GÜNDER Yeni Yönetimini Seçti

GÜNDER, Şubat ayında gerçekleştirdiği 2017 yılı Olağan Genel Kurulu'nda yeni yönetim kurulunu seçti. Oybirliğiyle yönetim kurulu başkanı olan **Kutay Kaleli** (Istrich Enerji), yaptığı açıklamada, Türkiye'nin güneş enerjisinden elektrik üretimi konusunda özellikle üyesi olduğumuz G20 ülkelerinin ciddi anlamda gerisinde bulunduğunu belirterek GÜNDER gibi STK'lara ve güneş dostlarına ciddi bir sorumluluk düştüğünü vurguladı. Kaleli sözlerine şöyle devam etti: "Bu sorumluluğun da en doğru şekilde yatırımcıyı koruyarak, yerel üretimi teşvik ederek ve destekleyerek, kazan-kazan felsefesi ve mükemmeliyetçi bir anlayışla geliştirilmesi zorunludur. GÜNDER'in yeni yönetimi olarak belirlediğimiz hedeflere yönelik faaliyetlerimizi bu sorumluluk ve vizyon ile gerçekleştireceğiz".

Allianz Kampüs Başvuruları Başladı

Sürdürülebilir ve verimli büyüme, ülke ekonomisine ve istihdama katkı hedefiyle yatırımlarına devam eden **Allianz Türkiye**, 2018 yılında faaliyete geçecek olan Allianz Kampüs için işe alım sürecini başlattı. İzmir'deki operasyon merkezi için açılan pozisyonların %70'inde üniversiteden yeni mezun gençler istihdam edilecek. Allianz Türkiye, 1100 sandalye kapasiteli Allianz Kampüs'te çalışanlara, özel sağlık sigortasından hayat sigortasına, bireysel emeklilikten esnek çalışma saatlerine kadar pek çok olanak sağlayacak.

ODE Eskişehir'de Üretime Başladı

Yalıtım alanında faaliyet gösteren **ODE**, Eskişehir'de 100 milyon lira yatırımla hayata geçirdiği ve yatırımının ilk fazını tamamladığı fabrikasında üretime başladı. ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı **Orhan Turan**, konuyla ilgili açıklamasında, tesisin devreye alınan ilk fazında yıllık 18 milyon metrekare membran üretimi planladıklarını, Çorlu fabrikasıyla birlikte yıllık toplamda 30 milyon metrekare membran üretim hacmine ulaşacaklarını belirterek sözlerine şöyle devam etti: "Bu da bizi su yalıtımında liderliğe taşıyor. Fabrikamızı 2030 yılı ihtiyaçlarına göre tasarlayarak Türkiye'nin en modern üretim tesisine



Osmanlı Çileği Yeniden Can Buluyor

Erdemir Grubu, Cumhuriyetin ilk yıllarından bu yana Ereğli'de yetiştirilen Osmanlı çileğine bir sosyal sorumluluk projesiyle can suyu oldu. Geçen yıllarda üretimi neredeyse durma noktasına gelen Osmanlı çileği için ilk etapta 5000 çilek fidesi toprakla buluştu. Erdemir Grubu Kurumsal İlişkiler Koordinatörü Banu Kalay Ertan, "Nisan ayında yaptığımız fide dikiminin sonucunu başarılı bir şekilde aldıktan sonra kısa süre içinde üretimin artırılması ve vereceğimiz eğitimlerle yöredeki çiftçilerin Osmanlı çileği yetiştiriciliği konusunda bilgilendirilerek ilave ticari kazanç elde edebilmelerini hedefliyoruz" değerlendirmesini yaptı. Üç yıl devam etmesi planlanan proje kapsamında ilk hasat 2018 yılında alınacak.



imza attık. Tesisimiz tam kapasite faaliyete geçtiğinde kauçuk köpüğü üretiminde ulaşacağımız yıllık 20 bin ton kapasite ile teknik yalıtım sektöründe Çin ve Almanya arasındaki coğrafyanın en büyük üreticisi olacağız. Böylelikle yalıtım sektöründe Türkiye'den çıkan bir dünya markası olma hedefimize bir adım daha yaklaşacağız".

Yeşil Kurt Sürdürülebilir Ormanlarda

Nesli tükenme tehlikesiyle karşı karşıya olan, Güney Amerika'nın en büyük yaban köpeği yeşil kurt, **Faber-Castell**'in Brezilya'da sürdürülebilir ağaç tedariki için oluşturduğu kalem ormanlarında ortaya çıktı ve uzmanlar tarafından izlenmeye başladı. Uzun bacakları ve ince yapıları, kırmızımsı kahve kürk rengiyle dikkat çeken yeşil kurt, dünyanın sıra dışı canlıları arasında yer alıyor. Daha önceleri Arjantin ve Uruguay'da da rastlanan yeşil kurt, günümüzde sadece Güney Brezilya ve Paraguay'da yaşamını sürdürüyor. Genel olarak Faber-Castell ormanları, 350'den fazla hayvan türüne ev sahipliği yapıyor.



SUYUNUZUN KAYNAGI

GÜNEŞ OLSUN

Baymak, **yeni güneş enerjisi paket sistemleri** ile yıllarca güvenle kullanabileceğiniz verimli, hızlı ve sağlıklı sıcak su sağlar.



baymak

www.baymak.com.tr

444 0 235
7/24 çağrı merkezi

BDR THERMEA GROUP



Bonus'a özel **9 taksit**



İstanbul ve İzmir için Ciddi Tehdit!

350.org'un, Climate News Network'ün Mart ayında yayımladığı ve Türkiye'yi de ilgilendiren haberle ilgili bilgi notuna göre iklim değişikliği ve ortaya çıkacak etkileri yüzünden İstanbul ve İzmir'in de aralarında bulunduğu toplam 19 mega Avrupa şehri önemli ekonomik riskler ile karşı karşıya kalabilir. **2100 yılında bu şehirlerde ortaya çıkacak yıllık hasar 40 milyar doları bulabilecek. İklim değişikliği yüzünden en çok mali kayba maruz kalacak ilk üç şehir arasında gösterilen İstanbul ve İzmir'de ise yıllık ekonomik kayıp 15 milyar dolar seviyelerine çıkabilir.** İstanbul, 2030 yılında, yıllık ortalama 201 milyon dolar hasar ile yüz yüze kalacakken, fosil yakıtlardan vazgeçilmez ve dolayısıyla iklim değişikliği durdurulamaz ise bu rakam 2100 yılında yıllık 10 milyar dolara kadar çıkıyor. İzmir için rakamlarsa sırasıyla, 132 milyon ve 6 milyar dolar.

"Her Dem Toprak İçin" 6000 Kişiye Ulaşıldı

2016 yılında TEMA Vakfı ve Doğu Çay işbirliği ile sürdürülebilir çay tarımının temelini oluşturan toprak sağlığının korunması konusunda başlatılan **Her Dem Toprak İçin** projesi kapsamında "Sürdürülebilir Çay Tarımı Eğitimleri" gerçekleştirildi. Rize'de düzenlenen eğitimlerde, üreticilerle birlikte sosyal çevreyi oluşturan öğretmen, din adamı, muhtar, kadın, öğrenci gibi toplumun farklı kesimlerinden 6000 kişiye eğitim verildi ve herkes çay tarımında sağlığı bozulan topraklar için önlemler almaya davet edildi.

Öğrencilerden Madrid'i Dönüştürecek Projeler

İzocam'ın sosyal sorumluluk bilinciyle hayata geçirdiği İzocam Öğrenci Yarışması'nın 17'ncisi düzenlendi. Her fakülte ve bölümden 120 öğrencinin katıldığı yarışmada 18 projeden sekizi finalde yarışmaya hak kazandı. Yarışmanın bu yılki konusu İspanya'nın Madrid şehri. Öğrenciler, Madrid'in Gran San Blas bölgesinin kentsel dönüşümü için mevcut yerleşim alanını sürdürülebilir ve iklimle dengeli bir "yapma çevre"ye dönüştürürken, nesiller arası kaynaşmayı da göz önünde bulundurdıkları senaryolar geliştirdi. Jüri değerlendirmesine tabi tutulacak projeler 8, 6 ve 4 biner lira para



ödülüne sahip olacak. Dereceye giren öğrenciler, ayrıca, 31 Mayıs - 2 Haziran tarihleri arasında Madrid'de düzenlenecek uluslararası finalde Türkiye'yi temsil edecek.



Maltepe'de Kuşlar için 100 Yuva

Maltepe Belediyesi kreşlerinde eğitim gören çocukların, **Bir Yuva da Sen Kur** projesi kapsamında hazırladıkları 100 kuş yuvası, ilçenin belirli noktalarına yerleştirildi. Proje, Maltepe Belediyesi tarafından, Zübeyde Hanım Gündüz Çocuk Bakımevi'nde eğitim gören çocuklara hayvan sevgisi bilincini kazandırmak amacıyla başlatılmış ve üretilen ürünler sergilenerek satılmıştı. Buradan sağlanan gelire ilçe genelindeki ağaçların üzerine 100 rengarenk kuş yuvası kuruldu. Kreş ve Çocuk Gelişimi Müdürlüğü ile Park ve Bahçeler Müdürlüğü işbirliğiyle hazırlanan kuş yuvaları, kuşları soğuktan ve her türlü mevsimsel etkiden koruyacak şekilde klasik ahşap malzemeyle yapıldı.

Gezegemimizin Çocuklara bir Mesajı Var!

Alligator Boya, BASF işbirliği ile öğrenci gruplarının ücretsiz katılımının sağlandığı **Gezegemimizin Bir Mesajı Var** Projesi hayata geçirildi. İnformel Eğitim-çocukistanbul'un hazırlayıp uyguladığı program kapsamındaki atölyelerde öğrencilere gezegenimizin sorunları, sorunların kaynakları ve sürdürülebilirlik konularında farkındalık kazandırılması ve kendilerini ifade etmeleri amaçlanıyor. santralistanbul Enerji Müzesi'nde gerçekleştirilen ikişer saatlik interaktif atölye programı süresince öğrenciler, gezegenimizin bugün karşı karşıya olduğu sorunları grup çalışmaları ve oyunlarla tartışıyor. Hafta içi okul gruplarıyla gerçekleştirilen program, hafta sonlarında da bireysel katılımlarla yapılıyor. Proje ile ilkbahar döneminde 800 çocuk ve gence ulaşılması hedefleniyor.



ŞEHRİN GÜRÜLTÜSÜNÜ YÖNETEMEZSİNİZ!

Konforu evinize taşımak için şehrin gürültüsünü kontrol altına almanız gerekir. İzocam'ın konforu artıran yalıtım çözümleri ile tanışın, ısıtma ve soğutma maliyetlerini düşürürken gürültüyü de sokakta bırakın!



www.izocam.com.tr



İklim Değişikliği Terörü Körüklüyor

Merkezi Berlin'de bulunan Aldephi isimli düşünce kuruluşunun **Isınan Bir Dünyada Ayaklanma, Terörizm ve Organize Suçlar** isimli yeni raporu, iklim değişikliğinin kaynak kıtlığı, nüfus artışı ve kentleşme gibi mevcut tehdit, risk ve baskılarla etkileşim halinde olduğunu ve bunları artırdığını gösteriyor. Raporun yazarı Lukas Rüttinger, bu etkenlerin kırılmalıya ve şiddet içeren çatışmalara yol açabileceğini ve bu ortamlarda terör örgütleri ve organize suçların artıp büyüyeceklerini ifade ediyor. Örneğin, iklim değişikliği Çad Gölü bölgesinde toprak ve su rekabetinin artmasına neden olan kaynak kıtlığını; bu rekabet de, toplumsal gerginlik ve hatta şiddet içeren ihtilafları körüklüyor. Kaynak kıtlığı aynı zamanda geçim kaynaklarını eritiyor, yoksulluk ve işsizliği artırıyor ve nüfus göçlerine yol açıyor. Boko Haram gibi terör örgütleri de bu kırılğan ortamda güç kazanıyor. İklim değişikliğinin gıda güvenliği, suya erişim ve toprak üzerindeki etkileri arttıkça, bunlardan etkilenen halklar iklim değişikliğinin olumsuz etkilerine karşı daha savunmasız oluyor. Bazı durumlarda da terör örgütleri yerel nüfusun desteğini almak için devletin boşluğunu temel hizmetler sunarak doldurmaya çalışıyor.



Trakya'da Termik Santrale Dur!

Ekim 2016'da Çevre Bakanlığı'nca hiçbir STK ya da belediyeden görüş alınmadan yapılan plan değişiklikleriyle bölgede kömüre dayalı termik santrallerin yolunun açılmasına tepki olarak Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi tarafından 48



kurumdan 105 kişinin katıldığı teknik bir çalışma toplantısı düzenledi. Tekirdağ Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Albayrak, toplantıda yaptığı konuşmada, Trakya'da tarım topraklarının süratli bir şekilde gözden çıkarılmaya başladığını,

termik santral kurma kararı ile çok kısa süre içinde kamulaştırma kararı verildiğini vurgulayarak sözlerine şöyle devam etti: "Ama şunu herkes bilsin ki Tekirdağ'ın 11 belediye başkanı elbirliğiyle bu bölgede kömüre

dayalı termik santral kurulmaması için bütün gücümüzle mücadele edeceğiz. Büyükşehir olarak bu tür toplantılara her zaman destek vereceğiz, mücadelemizi sonuna kadar sürdüreceğiz, Yaşasın Trakya, yaşasın Türkiye".

Karsan, Madrid Sokaklarına Talip!

Karsan, Türkiye'de ürettiği, tamamen elektrikle çalışan Jest minibüsünü İspanya'nın başkenti Madrid sokaklarında görücüye çıkardı. Madrid Belediye Taşımacılığı Şirketi'nin (EMT) tüm toplu taşıma filosunu çevreci araçlara dönüştürme projesi kapsamında teste alınan elektrikli Karsan Jest, kentin dar sokaklarına uygun yüksek manevra kabiliyeti ve yolcu kapasitesiyle uzmanlardan olumlu tepkiler aldı. Kısa süre sonra hizmet süresi sona erecek araçları, çevreye zarar vermeyen "sıfır emisyonlu" araçlarla değiştirecek olan Madrid Belediyesi, test sonuçlarına göre 18 adetlik satın alma ihalesi açacak.



Bebekler İçin Yabamersinli, Elmalı Atıştırmalık

HiPP'in glüten ve süt bileşenleri içermeyen **Organik Yabamersinli Pirinçli Bebek Gofreti**, 8. ayın sonundan itibaren kullanıma uygun içeriği ile glüten ve süt alerjisi olan bebekler için rahatlıkla tüketilebilecek nitelikte. İçeriğinde bulunan organik pirinç, tam tahıllı pirinç, elma suyu, yabamersini püresi, havuç suyu konsantresi ve zengin B1 vitamini bileşenleri ile bebekler için öğren aralarında ideal bir atıştırmalık olarak tercih edilebilir. BIO sertifikalı, GDO'suz ve sanayi bölgelerinden uzak özel organik çiftliklerde yetiştirilen malzemeleriyle HiPP ürünlerini E-Bebek, Joker, Gratis, Migros, Tesco, Kipa, Carrefour ile yerel marketlerde ve eczanelerde bulabilirsiniz.

Gücünü görebilir ancak sesini duyamazsınız!



BOSCH
Yaşam için teknoloji

Relaxx'x Ultimate ProSilence 64,
mükemmel temizlik sonuçları ve üstün kullanım
konforunu bir arada sunar. Ayrıca çok daha az
enerji tüketir. Üstelik ses seviyesi, maksimum
seviyede bile sadece 64 dB (A)'dir.
www.bosch-home.com.tr



Rüzgar için Büyük İşbirliği

General Electric (GE), Borusan EnBW Enerji, Fina Enerji ve Özgül Holding, Türkiye'nin yenilenebilir enerji alanındaki en büyük rüzgar projesi YEKA kapsamında ortak rüzgar santrali kurulumu, işletimi ve finansmanı konusunda işbirliği yapmak için mutabakat anlaşması imzaladı. Borusan EnBW Enerji Yönetim Kurulu Başkanı Ağah Uğur, Fina Enerji Yönetim Kurulu Başkanı Murat Özyeğin, Özgül Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Faruk Özgül ve GE Küresel Büyüme Organizasyonu Başkanı John Rice, GE Yenilenebilir Enerji Avrupa ve Ortadoğu Genel Müdürü (EMEA) Cliff Harris ile GE Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Canan M. Özsoy katılımıyla Mart ayında imzalanan anlaşma kapsamında şirketler, YEKA projesi için rüzgar enerjisi sahalarının sağlanması ve işletilmesi, ekipman, servis hizmeti, yerli üretim, finansman ve Ar-Ge konularında ortak çalışma gerçekleştirecek.

İklim Dostu Giysiler

H&M Grubu, 2016 yılı Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayınladı. Raporunda, 2030 yılına dek tüm pamuk kullanımının geri dönüştürülmüş ya da sürdürülebilir kaynaklı olması; 2040 yılına kadar tüm tedarik zincirinin çevre dostu olması gibi hedefler yer alıyor. Önemli bir diğer hedef de %100 yenilenebilir enerjiye geçiş. Rapor aynı zamanda H&M'in 2016 yılında İyi Pamuk Girişimi tarafından sertifikalı pamukları en fazla kullanan marka olduğunu gösteriyor. Global ürün toplama inisiyatifiyle 2013 yılından beri 39 bin ton istenmeyen tekstil ürünü toplayan şirket, 2020 yılına kadar her sene 25 bin ton toplama yapmayı hedefliyor.

Geleceğin Kadın Liderleri Birleşmiş Milletler'de

KAGİDER, her yıl düzenli olarak katıldığı Birleşmiş Milletler Kadının Statüsü Komisyonu toplantılarının 61'incisinde (CSW61) "Kadının Güçlenmesi Prensipleri" başlığı ve "Sayılabilir Başarı, Kadınlara ve Genç Kadınlara Yatırım Yapılması" ana teması altında Türkiye'den İyi Uygulama Örneği olarak "**Geleceğin Kadın Liderleri**" projesini sundu. ONE United Nations Plaza'da gerçekleştirilen panele farklı ülkelerden 60'ın üzerinde temsilci katıldı. UN Women Ekonomik Güçlenme Birimi Başkanı Meg Jones, açılış konuşmasında, kadınların ekonomiye katılımının önemini vurgularken KAGİDER'in çalışmalarını yakından takip ettiğini ve her zaman işbirliği içinde olmak istediklerini belirtti. KAGİDER Başkanı Sanem Oktar, Türkiye'de kadının durumu ile ilgili istatistiklerini paylaşırken Geleceğin Kadın Liderleri projesinin kurumsal destekçisi Sanofi Türkiye'den İnsan Kaynakları Direktörü Türkan Özcan ise kadın konusuna özel sektör bakış açısını sundu. Yönetim Kurulu Üyesi Servisim'in Cömert Birced ise Türkiye'deki



genç kadın istihdamı istatistikleri ışığında Geleceğin Kadın Liderleri projesinin; genç kadınlar, aileleri, çevreleri ve Türkiye açısından önemini altını çizen bir konuşma yaptı. Proje üyeleri Gülin Yücel projenin BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne ne şekilde hizmet ettiğini anlatırken, Seçil Şendağ ise gönüllü eğitmen olma duygusunu bir mezun tecrübesi üzerinden hikayelendirdi. Panelin devamında Sanofi Türkiye'den Dilara Fırat projenin öneminden ve kazanımlarından bahsederken Geleceğin Kadın Liderleri mezunları Selin Taftaf (2016), Begüm Öder (2010) Meltem Karaarslan (2010) proje sürecinin kariyer gelişimlerine etkilerini paylaştılar.



İnsana Saygı İkinci Kez Ödül Getirdi

Baymak, Kariyer.net tarafından bu yıl 16'ncısı düzenlenen İnsana Saygı Ödüllerinde ikinci kez ödül aldı. İş başvurularını en hızlı ve en yüksek oranda yanıtlayan firmaların yanı sıra en çok başvuru alan ve en çok istihdam yaratan firmaların değerlendirildiği ödüllerde 20 binin üzerinde başvuru alan ve bu başvuruların %99'undan fazlasını özel olarak yanıtlayan firma olarak Baymak, ödülü almaya hak kazandı.

%100 Elektrikli Sürüş

Yeni Peugeot Partner Tepee Electric, elektrikli mobilitiyi tercih etmek isteyen müşteriler için geliştirildi. Elektromotorlu sistemini, 2013 yılından bu yana test edilen ve başarısını kanıtlamış olan Peugeot Partner Electric van modelinden alıyor. 67 HP (49 kW) güç ve 200 Nm tork üreten kompakt boyutlu, yüksek performanslı elektromotor motor, kaputun altına gizlenirken 22,5 kWh kapasiteli bataryalar 170 km menzil sunuyor. Araç, günlük yaşamın ihtiyaçlarına yönelik farklı şarj modlarına sahip. Prizdeki amper seviyesine bağlı olarak tam şarj süresi 8,5 ve 12 veya 15 saat sürüyor. Ayrıca sadece 30 dakikada bataryaları %80 şarj eden hızlı şarj modu bulunuyor. Peugeot Partner Tepee Electric Eylül 2017'de uluslararası pazarlarda satışa sunulacak.

Nefes Alan Örtüler ve Buhar Dengeleyiciler

ONDUTISS®

ONDUTISS®, Onduline Avrasya'nın "nefes alan su yalıtım örtüleri" ile "buhar kesici ve dengeleyicileri" ürün grubunun markasıdır.

Isı yalıtım malzemesinin yalıtım özelliğinin azalmasını engellemek, yapının dokusunu inşaat esnasında meydana gelebilecek yağmur ve kar suyu etkilerinden korumak, bina içerisine harici nem girişini önlemek, su buharının yapıdan tahliyesini sağlamak gibi pek çok avantaj sunmaktadır.

Isı kaybını önleyen ONDUTISS® ürünleri, yapılarda enerji verimliliğine katkıda bulunur.

Kadın İstihdamı ve Fırsat Eşitliği

SKD Türkiye, TÜSİAD ve Global Compact, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri konusunda "4 başlıkta 4 etkinlik" serisinin ikincisini 20 Mart'ta "Kadın İstihdamı ve Fırsat Eşitliği Deneyimleri" başlığında gerçekleştirdi. Koç Holding'de gerçekleştirilen etkinlikte, SKD'nin ilgili çalışma grubu tarafından hazırlanan "İş Dünyasından Kadın İstihdamı ve Fırsat Eşitliği Deneyimleri" raporu paylaşılrken, konunun sivil toplum-özel sektör işbirliği boyutu da ele alındı.

De karbonizasyonun Ekonomik Faydası

Uluslararası Yenilenebilir Enerji Ajansı'nın (IRENA) Mart ayında açıkladığı Enerji Dönüşümü Perspektifleri: Düşük Karbonlu Enerjiye Geçiş İçin Gerekli olan Yatırım İhtiyaçları raporuna göre, küresel enerji üretiminden kaynaklanan CO₂ emisyonları 2050 yılına kadar %70 oranında azaltılabilir ve net ekonomik fayda elde eden bir biçimde 2060 yılına kadar aşamalı olarak sıfırlanabilir. Enerji sisteminin karbonsuzlaştırılması için gerekli olan enerji yatırımı azımsanmayacak kadar büyük olsa da (2050'ye kadar 29 trilyon dolar), bu rakam küresel GSYH'nin yalnızca küçük bir yüzdesine (%0,4) denk geliyor. IRENA'nın makroekonomik analizine göre bu tür bir yatırım, diğer destekleyici politikalarla birlikte ekonominin de canlanmasını sağlayacak: 2050 yılında küresel GSYH'yi %0,8 oranında artıracak, yenilenebilir enerji sektöründe sağlayacağı istihdam ile fosil yakıt sektöründe yaşanacak iş kayıplarını çok rahat telafi edebilecek. Ayrıca azalan hava kirliliği sayesinde ortaya çıkacak önemli çevre ve sağlık faydalarıyla insan sağlığını iyileştirecek.

Trafğe Araç Paylaşım Çözümler



WRI Türkiye Sürdürülebilir Şehirler liderliğinde, Galata Business Angels, F+ Ventures, Marketing Türkiye ve Zipcar'ın katkılarıyla düzenlenen "Robin Chase'in Katılımı ile Ulaşım Akıllı ve İnovatif İş Modelleri" Konferansı, 22 Mart'ta İTÜ Magnet'te gerçekleşti. Akıllı ulaşım ve sürdürülebilir şehirler için teknolojik ve yatırımsal çözümlerin paylaşıldığı etkinlikte ulaşım teknolojileri girişimcileri, yatırımcılar, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları yer aldı. Zipcar'ın kurucusu, Peers Inc. kitabının yazarı, WRI'nin yönetim kurulu üyesi ve Time dergisi tarafından en etkili 100 kişi arasında gösterilen Robin Chase konuşmasında, büyük şehirlerdeki trafik sorunlarına inovatif ulaşım destekleriyle sağlanacak çözümlerden

bahsetti. Araç paylaşımının trafik, park, şehir alanlarını değerlendirme, çevre kirliliğini önleme ve ekonomi anlamında etkili bir çözüm olabileceğini belirten Chase, yeni girişimcileri cesaretlendirecek açıklamalarda bulundu. Dünyadaki ekonomik sistemin kapitalizmden işbirliği odaklı bir trende evrildiğini ve bu anlamda küçük bir girişimci grubun yenilikçiliğiyle büyük bir şirketin imkanlarının birbirini besleyen bir bütün haline gelmesinin önemini anlatan Chase, "Zipcar'ı kurarken çok az insandan destek gördüm. Herkes, 'arabalara hasar vereceksin, yapma' diyordu. Ancak ben, 'bırak araçlar hasar görsün, yeter ki yap' diyen azınlığı dinledim" dedi. WRI Türkiye Sürdürülebilir Şehirler Direktörü Arzu Tekir'in moderatörlüğünü üstlendiği "Sürdürülebilir Yeni Hareketlilik" panelinde ise F+ Ventures Genel Müdürü Egemen Alpay, Aslanoba Capital Kurucu Ortağı Cankut Durgun, Garajyeri.com Kurucusu Arda Aşkın, Volt Kurucusu Ali Halabi, Otokoç Otomotiv Araç Kiralama Hizmetlerinden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İnan Ekici ve İSBAK Teknik İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Dr. Fatih Gündoğan sürdürülebilir yeni hareketlilik ve akıllı ulaşım hakkındaki girişimcilik fikirlerini tartıştı.

Beykoz'da Kompost Devrimi

Beykoz Belediyesi, her gün çöpten çıkan tonlarca organik atığı kompostta dönüştürerek tarımsal alanlara döküyor. Temiz bir çevre için "sıfır atık" hedefiyle yola çıkan Beykoz'daki bu harekete ilkokullardan alışveriş merkezlerine, sitelerden iş merkezlerine kadar tüm Beykozlular katılıyor. Çalışmalar sayesinde düzenli depo sahalarına gönderilecek atık miktarı büyük ölçüde azalmış durumda. Beykoz'da günlük 250 tonun üzerinde evsel atık oluşuyor. Bunun %55-65'inin organik kökenli atık olduğu



düşünüldüğünde günlük yaklaşık 135-165 ton civarında organik atık ortaya çıkıyor. Bunun da %18-23'ü kompostta dönüştürülüyor. Beykoz Belediye Başkanı Yücel Çelikkbilek, bu uygulamayla hem israfı önlediklerini, hem de doğaya ve ekonomiye katkı sağladıklarını söylüyor.

UZAY ÜSSÜ DEĞİL YALITIM ÜSSÜ

(Şimdilik...)

Tüm yalıtım dünyası için gelecek yeniden yazılıyor.
Çünkü biz, Avrupa ve Uzakdoğu arasındaki bölgede yer alan
en büyük ve en modern yalıtım üssünü kurduk.

100 Milyon TL'lik yatırım ile 75.000 m² alana sahip teknoloji harikası
yeni tesisimizin gücüyle, 4.000 çeşit yalıtım malzemesini
75 ülkeye ihraç etmeye hiç durmadan devam ediyoruz.

Biz ODE'yiz. Bu gurur bizim, bu gurur tüm Türkiye'nin.



Kentleri Aydınlatacak “Deniz Fenerleri”

AB'nin dokuz “Deniz Feneri” Projesi temsilcisi, verimli kaynak kullanan kentsel bölgelere yönelik çalışmalarında daha yakın işbirliği için Nottingham'da bir araya gelerek resmi işbirliği beyannamesini imzaladı.

8. Çerçeve Programı Horizon 2020 ile birlikte Akıllı Kent Projelerini hayata geçirmeye başlayan Avrupa Birliği (AB), bu projeleri yapmaya hak kazanan kentleri **Deniz Feneri Kentleri** (Lighthouse Cities) olarak adlandırıyor. Mart ayında AB'nin dokuz Deniz Feneri Projesi temsilcileri, düşük karbon salımı olan ve verimli kaynak kullanan kentsel bölgelere yönelik çalışmalarında daha yakın işbirliği için bir araya gelerek resmi işbirliği beyannamesini Nottingham'da imzaladı. İmza töreni, Nottingham Trent Üniversitesi Konferans

Merkezi'nde yapıldı ve Nottingham Belediye Meclisi Üyesi Sam Webster ve Rektör Yardımcısı Michael Carr toplamda 50'nin üzerinde kent ve ilçeden projelerin temsilcilerini ağırladı. Beyanname, AB'nin proje sonuçlarını optimize etme ve projelerin yaygınlaşmasını sağlamada önemli bir adım olarak görülüyor. Ekolojik alanda güçlü çalışmalarıyla bilinen Nottingham, proje ortaklarının Akıllı Şehirler ve Topluluklar konusundaki sorumlulukları hakkında taahhütte bulunacakları ideal bir ortam oluşturdu. İmza töreni, Remourban Deniz Feneri projesi kapsamında



Nottingham Kent Konseyi ve Nottingham Trent Üniversitesi tarafından düzenlenen çalıştaylar ve teknik turun parçası olarak gerçekleştirildi. Turda akıllı şehir göstergeleri, yenilikçi iş modelleri ve akıllı kentsel dönüşümün hızlandırılması için entegre planlama gibi konularda çalıştaylar da yer aldı. Ayrıca, Remourban projesi kapsamında Nottingham'daki Sneinton bölgesi ve e-tobüs şarj istasyonuna yapılan bir saha ziyareti, yeşil yatırımların ortaya çıkardığı sonuçların Avrupa Komisyonu, INEA ve diğer Deniz Feneri projelerinden delegelere tanıtılmasını sağladı. Bir önceki gün yapılan REMOURBAN projesi 5. dönem toplantısı için Nottingham'da bulunan Türkiye ortakları; Tepebaşı Belediyesi, Ölçsan, ENERCON, Anadolu Üniversitesi ve Demir Enerji Danışmanlık temsilcileri, beyanname imza törenine ve aynı gün yapılan çalıştaylara da katıldılar.

9 Deniz Feneri Projesi

- REMOURBAN:** Valladolid (İspanya), Nottingham (İngiltere), Tepebaşı (Türkiye)
İzleyici şehirler: Seraign (Belçika), Miskolc (Macaristan)
- TRIANGULUM:** Stavanger (Norveç), Eindhoven (Hollanda), Manchester (İngiltere)
İzleyici şehirler: Sabadell (İspanya), Leipzig (Almanya), Prague (Çek C.)
- GROWSMARTER:** Köln (Almanya), Barselona (İspanya), Stockholm (İsveç)
İzleyici şehirler: Suceava (Romanya), Cork (İrlanda), Valletta (Malta), Porto (Portekiz), Graz (Avusturya)
- SMARTENCITY:** Sonderborg (Danimarka), Vitoria-Gasteiz (İspanya), Tartu (Estonya)
İzleyici şehirler: Asenovgrad (Bulgaristan), Lecce (İtalya)
- SHARING CITIES:** Londra (İngiltere), Milano (İtalya), Lizbon (Portekiz)
İzleyici şehirler: Burgaz (Bulgaristan), Bordeaux (Fransa), Varşova (Polonya)
- REPLICATE:** Donostia San Sebastian (İspanya), Floransa (İtalya), Bristol (İngiltere),
İzleyici şehirler: Essen (Almanya), Nilüfer-Bursa (Türkiye), Lozan (İsviçre)
- SMARTER TOGETHER:** Münih (Almanya), Lyon (Fransa), Viyana (Avusturya)
İzleyici şehirler: Santiago de Compostela (İspanya), Venedik (İtalya), Sofya (Bulgaristan), Kiev (Ukrayna), Yokohama (Japonya)
- mySMARTlife:** Nantes (Fransa), Helsinki (Finlandiya), Hamburg (Almanya)
İzleyici şehirler: Palencia (İspanya), Rijeka (Hırvatistan), Varna (Bulgaristan), Bydgoszcz (Polonya)
- RUGGEDISED:** Umea (İsveç), Glasgow (İngiltere), Rotterdam (Hollanda)
İzleyici şehirler: Parma (İtalya), Brno (Çek C.), Gdansk (Polonya)



ŞEFFAF GÖRÜNÜM, DÜŞÜK YANSITMA İLE BULUŞTU

Şişecam Temperlenebilir Solar Low-E Cam Nötral 71/43, yüksek ışık geçirgenliği ile daha aydınlık iç mekanlar yaratır. Düşük yansıtma özelliği ile manzarayı doğal gerçekliğinde gösterir. Isı ve güneş kontrolünün yanı sıra temperlenebilme özelliği ile emniyet ihtiyacını karşılar.



444 9 872

0850 222 9 872

sisecamduzcam.com

[/sisecamduzcam](https://www.facebook.com/sisecamduzcam)



ŞİŞECAM
TEMPERLENEBİLİR
SOLAR LOW-E CAM
NÖTRAL 71/43



Dünyaca Ünlü Mimarlar Gençlere İlham Verdi

Rönesans Holding tarafından bu yıl üçüncüsü düzenlenen Sürdürülebilir Geleceği Tasarla Yarışması'nın sonuçları görkemli bir törenle açıklandı. TED Rönesans Koleji'nde düzenlenen ödül töreninde, dünyaca ünlü mimarlar Michael Pawlyn, Emre Arolat, Nevzat Sayın ve Han Tümertekin "inşaat sektöründe trendler ve sürdürülebilirlik" üzerine deneyimlerini paylaştı.

Rönesans Holding Yönetim Kurulu Başkanı İpek Ilıcak Kayaalp'in katılımıyla bu yıl üçüncüsü düzenlenen "Sürdürülebilir Geleceği Tasarla" yarışması ödülleri sahiplerini buldu. 133 üniversiteden, 3 binden fazla öğrencinin başvurduğu yarışma, mimarlık ve mühendislik olmak üzere iki ayrı kategoride düzenlendi. Her iki kategoride dereceye giren finalistlerin ayrı ayrı ödüllendirildiği yarışmada, birinci seçilen projeye 20.000 TL, ikinciyeye 16.000 TL, üçüncüye

14.000 TL para ödülü verildi. Mansiyon ödülü ise 10.000 TL olarak belirlendi. Bir proje ise Rönesans Gayrimenkul Özel Ödülüne layık görüldü. Yarışmada dereceye giren gençler, para ödülünün yanı sıra Rönesans Holding bünyesinde staj yapma imkânı elde etti. Rönesans Holding'in düzenlediği "Sürdürülebilir Geleceği Tasarla Yarışması"nın ödül törenine bu yıl da katılım yüksekti. Ödül töreninin sürpriz isimleri ise dünyaca ünlü mimarlar oldu. TED Rönesans

Koleji'nde düzenlenen ödül töreninde duayan mimarlar "inşaat sektöründe trendler ve sürdürülebilirlik" üzerine deneyimlerini paylaştılar. Doğadan ilham alarak tasarımlar yaratmak şeklinde özetlenen biyomimetiğin öncülerinden biri olarak kabul edilen ve aynı zamanda TED Talks konuşmacısı Michael Pawlyn, ödül töreninin ilgi gören konuşmacılarından biri oldu. Ödül töreninin diğer konuşmacıları ise mimaride yenilikçi eserleri ile tanınan Emre Arolat; Nevzat Sayın ve Han Tümertekin oldu.



Michael Pawlyn: Doğadan ilham alıyor, geleceği tasarlıyor

“Rönesans Holding’in bu önemli projesi için İstanbul’da olmaktan çok mutluyum” diyen Michael Pawlyn, gençlere doğadan ilham alan sürdürülebilir projelerinin detaylarından bahsetti. Doğanın 3.8 milyar yıldan bu yana sürekli geliştiğini ve öğrendiğini kaydeden Pawlyn, “Doğa sürdürülebilirlik için çözümler sunan eşsiz bir kaynak. Biz mimarlar ve tasarımcıların bu çözümleri kullanmaması için hiçbir neden yok” dedi.



Han Tümertekin: “İlham kaynağım sokaklar”

Törene katılan Han Tümertekin ise, mimar olarak görevinin insanları daha iyi, daha mutlu çevrelerde yaşatmak olduğunu belirtti. “İnsanların daha iyi yaşayabileceği çevreler yaratmayı çoğu zaman unutuyoruz. Benim buna karşı çözümüm gündelik hayatı izlemek” diyen Tümertekin, bir tasarımcının en kapsamlı öğrenme alanının sokaklar olduğunu düşündüğünü belirtti ve gençlere “Malzeme kullanımı, doğruluk, fonksiyonellik gibi birçok unsur gündelik hayatta kullanılıyor. Gözünüzü açın etrafınıza bakın. Bakmayı biliyorsanız sokaklardan çok şey öğrenebiliriz” tavsiyesinde bulundu.



Nevzat Sayın: “Yıkmayın, yeniden yapın”

Gençlere sürdürülebilirlik tanımını farklı bir açıdan anlatan Nevzat Sayın ise, “Sürdürülebilirlik illa yıkmak ve yeniden yapmak anlamına gelmiyor. Sürdürülebilirlik bazen kapatılmış eski bir endüstri yapısının başka bir yapıya nasıl dönüştürülmesine gerektiğine yönelik kararı vermek ve bu kararlar doğrultusunda yapının hayatını sürdürmesine sağlamak, onu enteresan bir mekan olarak kullanılmasına katkıda bulunmaktır” dedi ve ekledi: “Her şeyi yıkıp, yerine yenilerini yapmak yerine, bazen dönüştürerek de sürdürülebilir kılmak mümkün...”



Emre Arolat: “Sürdürülebilirlik önemli ve zor”

Törenin son değerli konuğu ise Emre Arolat oldu. “Bir binayı nerede ve nasıl yaparsanız yapın, sadece içine ağaçları doldurduğunuzda sürdürülebilir bir bina yapmış olmuyorsunuz.” diyen Arolat, “Sürdürülebilirlik dediğimiz şey, balkonlara ağaç konulmasının ötesinde bir konu olduğunu düşünüyorum” diye vurguladı. Sürdürülebilirliğin en önemli ve bir taraftan da en zorlayıcı konu başlıklarından biri olduğunu gençlere hatırlatan Arolat “Mimarlık koca bir sepet. Yer, rüzgâr, politika, imar, ekonomi, kültür, istekler ve benzeri pek çok konu devreye giriyor. Zor iş ama yine de öğrenmeye devam etmeliyiz...”

“Hedefimiz, Kendi Kanatlarıyla Uçabilen İnsanlar”

Temel İhtiyaç Derneği (TİDER) tarafından 2015 yılında İstanbul Maltepe’de hayata geçirilen Destek Market, bugüne kadar 5000’e yakın aileye temel ihtiyaç malzemesi sağladı. Bununla da kalmadı, Destek İK modülü ile 56 kişinin farklı sektörlerde istihdam edilmesine önyak oldu. Bu model, Mart ayında dünyanın dört bir yanından gıda bankalarının oluşturduğu Global FoodBanking Network’ün düzenlediği yarışmada İnovasyon Ödülü’ne layık görüldü. Bu ödülün sosyal yardımlaşma sisteminin değişimine öncülük edeceğini söyleyen TİDER Yönetim Kurulu Başkanı Serhan Süzer ile modelin işleyişini ve önümüzdeki döneme dair planlarını konuştuk.

 Nevra YARAÇ  İhsan EZER

Destek Market sistemi nasıl işliyor, biraz anlatabilir misiniz?

Öncelikle ihtiyaç sahiplerini belirliyoruz. Bunun için de kaymakamlıklara başvuruyoruz. Kaymakamlığa bağlı sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakıflarıyla işbirliği yapıyoruz. Belirlenen kişilerin cep telefonlarına mesaj göndererek “Bu ay aile olarak Destek Market’te 200 TL limitiniz var, gelip kullanabilirsiniz” diyoruz. Bunun üzerine aileler geliyor, kasada cep telefonlarına gelen mesajı ve kimlik numaralarını gösteriyorlar. Biz de sistemde eşleştiriyoruz. Ancak alışveriş öncesinde, yine burada bulunan insan kaynakları masamıza uğramalarını söylüyoruz. Ailede kaç kişi bulunduğu, kaçının çalışabilir durumda olduğuna dair bilgileri alıyoruz. Sonra alışverişe başlıyorlar. Maliyetine satılan ürünler limitten düşülüyor. Kontör sistemi gibi, kapalı devre bir sistemimiz var ve herhangi bir ödeme yapmıyorlar. Genelde iki aylık ihtiyaçlarını karşılayacak ürün alabiliyorlar. Sadece kıyafetler bedava. İkinci el sağlam kıyafet kabul ediyoruz, yıkıyoruz ve askılara asıyoruz. Bu şekilde Maltepe ilçesinden 5000 aileye destek oluyoruz. Ama bunu başka ilçelere de yaygınlaştırmayı planlıyoruz. Buradaki ürünleri Anadolu yakasındaki Carrefour’lardan ya da doğrudan üretici firmalardan tedarik ediy-





“İnsanların kendi ayakları üzerinde durmasının iki yolu var.
Ya meslek sahibi yaparsınız ya da kendi becerisini
değerlendirebileceği bir ortam sağlarsınız. Dolayısıyla meslek
edindirmeden sonraki hamlemiz yine kendi ayaklarının üzerinde
durmaları için küçük KOBİ’ler ortaya çıkarmak”



ruz. Hepsi buraya yakın, lojistik planlaması önemli. Bağcılar’a bir market açacağımız zaman da oradaki marketlerden alacağız.

İnsan kaynakları masasına başvurunun ardından süreç nasıl devam ediyor?

İşbirliği yaptığımız sektörel dernekler var; Çağrı Merkezi Derneği, Otelciler Birliği, perakende alanında iki dernek... Ya da doğrudan muhatap olduğumuz firmalar var. Oradaki açık pozisyonlara yönlendiriyoruz görüştüğümüz aile üyelerini. İletişim yeteneği kuvvetliyse, çağrı merkezi sektörünü öneriyoruz. Kişi kabul ettiği takdirde çağrı merkezindeki iş potansiyelini gösteriyoruz, firmaya yönlendiriyoruz ve orada bir iki hafta meslek eğitimi

görüyor. Sonrasında da işe giriyor. Başka biri de güvenlik görevlisi olarak istihdam ediliyor örneğin. Sonrasında aileye “siz kendi ayaklarınız üzerinde durabiliyorsunuz” diyoruz ve Destek Market ile ilişkilerini kesiyoruz. Amaç, bize ihtiyaçları olmamasını sağlamak. Derneğin logosu da kendi ayaklarının üzerinde durabilen, kendi kanatlarıyla uçabilen insan figürü. İşin sürdürülebilir tarafı da bu.

Destek İK ile Destek Market arasında gelir modeli anlamında bir ilişki var mı?

Derneğin altında bir iktisadi işletme kurduk. O işletmeye İŞKUR’dan istihdam bürosu belgesi aldık. Tıpkı bir insan kaynakları firması gibi işe yerleştirdiklerimiz için ücret alıyo-

ruz, bu da derneğe gelir olarak kalıyor. İki yılda 56 kişi istihdam edildi. En büyük sıkıntımız ise insanımızın çalışmak istememesi; biz onları ikna etmeye çalışıyoruz.

Yerel yönetimlerle işbirliği yapıyor musunuz?

Yerel yönetimlerle işbirliği olabilir tabii ama bizim birincil muhatabımız kaymakamlık. Birçok belediye bu tip yardımları yapıyor. Onlarla görüştüğümde bu işleri STK’ların yapması gerektiğini söylüyorum, çünkü belediyeler bu ürünleri para ödeyerek alıyorlar. Bu da bütçede bir ağırlık oluşturuyor. Bu işi bizim gibi STK’lar yaparsa sponsor desteğiyle, belediyeler o parayı altyapı projelerinde ya da diğer işlerinde kullanabilirler. Lojistik anlamda

destek alabiliyoruz kimi zaman. Çocuklar için programlar yapıyoruz. Onlara çok önem veriyoruz, çünkü ailelerde kolon görevi gören, aileyi taşıyan insanlar ve tüketenler var. Biz o kolon görevi görecek insanların sayısını artırmaya çalışıyoruz. Çocuklar da geleceğin kolonları olacak. Farklı programlarımız var. Tiyatroya götürüyoruz çocukları, İstanbul Modern’de bir program yaptık. Belediyelerden ulaşım için minibüs istiyoruz örneğin.

Global FoodBanking Network’ün İnovasyon Ödülü’nü hangi noktada fark yaratarak aldınız?

Bu ödül için İngiltere, Singapur, Kolombiya, Arjantin gibi ülkelere sekiz proje finale kaldı, biz en fazla oyu aldık ve bu ödüle insan kaynakları modülümüz olan Destek İK ile layık görüldük. Bu çok önemli bir gelişme ve sosyal yardımlaşma sisteminin değişeceğinin habercisi. Bütün gıda bankaları artık “sadece vermek” yaklaşımının değişmesi gerektiğinin farkında. Bu değişimi de sürdürülebilir kılmak gerekiyor. O yüzden insan kaynakları projesini onayladılar. Yurtdışındaki gıda bankaları bilgi almak üzere bizimle iletişime geçiyor. STK anlamında gerçekten gurur duyulacak bir konu. Kendi yarattığımız bir konsepti dışarıya taşıyabileceğiz.

Böyle bir model yok mu başka yerlerde?

Bu şekilde entegre eden, bizim kadar sistemli ilerleyen, bunun için bir platform oluşturan; “ana misyonumuz aslında insanların bize gelmelerini sağlamak” diyebilen yok.

Önümüzdeki süreçte bu modelin yaygınlaşması için nasıl adımlar atacaksınız?

İlçe bazlı gideceğiz, ihtiyacı olan ilçelere Destek Market açacağız. Akreditasyon sistemi üzerinde



“Global FoodBanking Network’ün İnovasyon Ödülü’nü Destek İK modülümüz ile aldık. Bu çok önemli bir gelişme ve sosyal yardımlaşma sisteminin değişeceğinin habercisi”

çalışıyoruz. Dört prensibimiz var: Tarafsızlık, şeffaflık, dürüstlük ve sürdürülebilirlik. Bu dört prensibe uyan kurumlar, dernekler ve vakıflarla işbirliği yapacağız. Örneğin Bayburt’tan Destek Market açma talebiyle bize geldiklerinde, bu prensiplere uyuluyorsa işbirliği yapacağız, hatta kendi sponsorlarımızı yönlendirip yardımcı olacağız. Açtırdıktan sonra da sürekli denetleyeceğiz. Oradan gelecek insan kaynağını da yine bizim sistem içinde değerlendireceğiz.

İnsanların kendi ayakları üzerinde durmasının iki yolu var. Ya meslek sahibi yaparsınız ya da kendi becerisini değerlendirebileceği bir ortam sağlarsınız. Eli iyi nakış tutar, kazak örür, o kazakları satabileceği bir yer oluşturursunuz. Dolayısıyla meslek edindirmeden sonraki hamlemiz yine kendi ayaklarının üzerinde durmaları için küçük KOBİ’ler ortaya çıkarmak. Bir diğer boyut kırsal kalkınma.

Bu konuda Soma-Yırca köyünde bir deneyimimiz oldu. Uzun vadede başka kırsal kalkınma projeleri de gerçekleştirmek istiyoruz. Bir de atık yönetimini hayata geçirmeyi planlıyoruz. Marketler son kullanma tarihine üç-dört ay kalan ürünlerini veriyorlar. Biz de bu tarihten önce tüketmeye çalışıyoruz, kalanları raflardan kaldırıyoruz. Atık yönetiminin seviyeleri var. Önce gıda bankaları, sonra hayvan barınakları ve/veya biyogaz tesisleri. Biz de atıkları toparlayıp biyogaz tesislerine vererek bu açıdan da sürdürülebilir bir model oluşturabiliriz. ○

İkinci el giysilerinizi ya bizzat ya da posta yoluyla TİDER’e ulaştırabilirsiniz. Yüklü miktarda giysi için araç da gönderilebiliyor. İletişim bilgilerinizi www.tider.org’da bulabilirsiniz.

Bizim İçin Hep, İlk, Önce "Sürdürülebilirlik"



Enerji kaynaklarının hızla tükendiği günümüzde, bir enerji şirketi olarak "sürdürülebilir enerji" için üstümüze düşeni yapıyoruz. Enerji üretiminde rüzgardan, sudan, jeotermal kaynaklardan olabildiğince yararlanıyor, çalışmalarımızı yenilenebilir, temiz enerji üzerine yoğunlaştırıyoruz. Türkiye'de kurulu mevcut gücümüzün %73'ünü yenilenebilir ve yerli enerji kaynaklarından sağlıyoruz.

Sürdürülebilirliği sadece faaliyet gösterdiğimiz enerji alanında değil, hayatın her alanında önemsiyoruz. İş yapma biçimimizi buna göre şekillendiriyoruz. Çalışanlarımızla, iş birliği yaptığımız kurumlarla, toplumla, kısacası tüm paydaşlarımızla ilişkilerimizde önceliğimizi sürdürülebilirliğe veriyoruz. İyi ve doğru olan her şeyin sürdürülebilir olması için çalışıyor, çabalıyoruz. Çünkü kurumumuz, ülkemiz, dünyamız ve insanlık için bunun gerekli olduğunu biliyoruz. Daha da önemlisi, bunun yapılabilir olduğuna inanıyoruz.

Bilinçli ve Kararlı Tüketicinin Eko-Etiketi

Sürdürülebilir elektrik kullanımını destekleyen Avrupalı çevreci STK'ların oluşturduğu iletişim ağı olan EKOenerji, Avrupa ve çevresindeki 35 ülkeden 45 üye kuruluşu bünyesinde barındırıyor. Aynı zamanda elektrik ürünleri için kullanılan bir eko-etiket olan EKOenerji'nin hedeflerini ve çalışmalarını Türkiye sorumlusu Merve Güngör EKOIQ için kaleme aldı.

 **Merve GÜNGÖR, EKOenerji**
Türkiye Sorumlusu



Üretilen ve tüketilen elektriğin çevre üzerindeki etkisi üzerine düşününce daha bilinçli tercihler yapmak olağanlaşıyor. Bunu, kömür kullanımını yasaklayan Finlandiya gibi doğayla iç içe yaşayan İskandinav ülkelerinde görmek mümkün. Peki bu bilinçli tercihlerden somut sonuçlar elde edebilir miyiz? Kömür madenlerinin kapatılması yeterli mi? Bunların sadece Finlandiya'nın, Norveç'in değil; Rusya'nın, Türkiye'nin de cevap vermesi gereken sorular olduğunu biliyoruz. Türkiye özelinde düşünürsek, yenilenebilir elektrik satın alabiliyoruz bile mümkün değil. Ülkemizdeki çevre dostu, yeşil binalar dahi ABD'de, Avrupa'da şebekeye konan elektriğin sertifikasını alarak çevreci oluyor. Bu konuda bir çaba gösterilmesi tabii ki güzel bir

şey, ama fark yaratmak isteyenlerin Türkiye'de alternatif bulamaması ve yurtdışındaki imkanlara yönelmesi de bir derece üzücü. Çünkü ABD'de üretilen yenilenebilir elektriğin sertifikasını almca Türkiye'de bir şey olmuyor, ulusal şebekeye konan elektriğimiz hâlâ büyük oranda **kömür ve fosil yakıtlardan** elde ediliyor. EKOenerji'nin hedefi, yerel olarak üretilen yenilenebilirlerin kullanılması ve pozitif öykülerin paylaşılmasıyla geniş kitlelere ulaşması. Bunun için Türkiye'de, başarı hikayelerinin oluşmasında birlik olacak ve bu hikayelerin paylaşılmasında rol alacak cesur insan ve kuruluşların güçlenmesi gerekiyor. Bildiğiniz gibi, şu anda Türkiye'de kullandığımız elektriği seçmek, tüketim belli bir miktarın üzerindeyse serbest tüketici olarak kaydolmakla mümkün. Henüz serbest tüketicininin

talebini çekmek için rekabet eden bir piyasa mevcut değil. Elektrik pazarının tamamen liberalleştiği Avrupa ülkelerinde insanlar gerek evlerinde gerek işyerlerinde gerekse fabrikalarda yenilenebilir elektrik kullanarak fark yaratmak, sorumluluklarını yerine getirmek istiyor ve bu yönde seçim yapıyorlar.

Peki **yeşil elektrik** satın alınca tam olarak ne yapmış oluyoruz? Doğaya ne gibi bir yararımız oluyor, yenilenebilir elektriğin sürdürülebilirliğine nasıl bir katkı sağlanmış oluyor? Elektrik tedarikçilerinin bu sorulara verecek somut cevapları aslında yok. EKOenerji'nin hikayesi de işte tam burada başlıyor.

“Büyük Denizlere Açılmak”

Sekreterliği Finlandiya Doğayla Koruma Derneği'nin Helsinki ofisinde bulunan EKOenerji, kuzey

Avrupa'da ortaya çıkıp tüm dünyaya yayılarak büyüyen bir Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ağı. Bu ağ, derneğin daha önce Finlandiya özelinde başlattığı **Norppaenergia** etiketini uluslararası statüye taşımanın global çapta yenilenebilir elektrik arz ve talebinde başarılı sonuçlar elde edeceğini fark ediyor. İnsanlar ürünlerine koyacakları ve satın aldıkları ürünlerde görmek isteyecekleri bir logo bulmak ve o logoya güvenmek istiyor. Başka bir ifadeyle, hepimiz aynı gemideyiz ve sadece bir ülkenin karbon emisyonlarını azaltması tabii ki güzel bir adım, ama bu dünyayı kurtarmak anlamına gelmiyor. Norppa enerjisi, artık dünyanın her yerinden insanları motive etmek istiyor. Norppa, Finlandiya göllerine özgü ve soyu tükenmekte olan bir fok balığı türü. Tatlı suda yaşamaya adapte olmuş bu fokların yaşam alanı gittikçe azalıyor ve Finlandiya Doğayı Koruma Derneği'nin korunması için mücadele verdiği hayvan türlerinden yalnızca biri norppa.

2013 yılında Norppaenergia, EKOenerji adını alarak Avrupa'dan Rusya'ya, Türkiye'ye, Hindistan'a doğru yola çıkıyor. Yüzlerce insanın gönüllü katkılarıyla onlarca dilde, "büyük denizlere" açılıyor. Satın aldığımız ürünlerin üzerlerindeki etiketleri okuyup, etiketlerine bakıyoruz. Elektrik enerjisi, üzerindeki bilgileri okuyabildiğimiz bir ürün değil. Ama bu, bilgi edinmememiz gerektiği anlamına gelmiyor! Elektrik piyasası oldukça karışık ve yeni gelişen bir alan. Bu yüzden insanların doğru olanı yaptıklarından emin olmaları zor. Sadece sertifika, belge almak için yapılanlar asıl maksadı, yenilenebilirlik tercihini gölgeleyebiliyor. EKOenerji logosu burada, yenilenebilir elektrik için geliştirilmiş bir çevre dostu ürün etiketi ve bu alandaki uluslararası boşluğu dolduran bir eko-etiket olarak devreye giriyor. Yenilenebilir elektrik kullanan fabrikalar, imalathaneler,



Helsinki'de bir protesto.

EKOenerji Ne Değildir?

- Elektrik üreticisi veya satıcısı değildir, fiyat bilgisi vermez. EKOenerji aldığınızda EKOenerji sekreterliğine değil, elektriği aldığınız tedarikçiye ödeme yaparsınız. Tıpkı market alışverişinizi yaptığınızda ödemeyi kasiyere yapmanız gibi.
- Sertifikalandırma kuruluşu değildir, teknik kontroller yapmaz. EKOenerji ağı tarafından belirlenen kriterlere uygunluğu ispatlanmış elektriği belgeler.
- Danışmanlık şirketi veya proje hazırlayıcısı değildir, bunun yerine danışmanlara ve projecilere alternatif sunar.

Satın aldığımız ürünlerin üzerindeki etiketleri okuyup, etiketlerine bakıyoruz. Elektrik enerjisi, üzerindeki bilgileri okuyabildiğimiz bir ürün değil. Ama bu, bilgi edinmememiz gerektiği anlamına gelmiyor!

hatta binalar ve oteller, çevre dostu olduklarını ve çevre dostu ürünler ürettiklerini, EKOenerji etiketini kullanarak dünyaya duyuruyor ve torunlarının soluyacağı havayı önemseyen müşterilerin güvenini kazanıyorlar.

EKOenerji, kâr amacı gütmeyen bir oluşum. Hedefledikleriyse hepimizin kâr edeceği türden:

- Tüketicileri satın aldıkları elektrikle ilgili bilgilendirmek,
- Yenilenebilir elektriğin sürdürülebilirliğini teşvik etmek,
- Yenilenebilir elektrik satın almak isteyen tüketicileri yönlendirmek,
- Sürdürülebilirlik kriterlerine uygun olarak üretilmiş elektriğin tedarikçilerinden satın alınan elektriğe EKOenerji adını vermek,
- EKOenerji tüketicilerinin, ürünleri üzerinde EKOenerji logosunu kullanarak bu ürünleri çevre dostu ürün olarak pazarlamalarını sağlamak,
- Bunu kendi ülkelerinde duyura-

rak EKOenerji kullanımını yaygınlaştıracak sivil toplum kuruluşlarıyla partnerlik kurmak.

"Ben zaten yenilenebilir elektrik üretiyorum/kendi ürettiğim elektriği kullanıyorum. Adına neden EKOenerji diyeyim" veya "**Neden EKOenerji kullanayım**" diyorsanız, cevabı, EKOenerji'nin yenilenebilir alanında yarattığı fark ve elde ettiği somut sonuçlarda yatıyor.

Türkiye'den

Henüz Başvuru Yok

EKOenerji İklim Fonu, dünyanın özellikle enerji kıtlığı yaşayan bölgelerinde, EKOenerji tüketicileri olmasa hayata geçemeyecek yenilenebilir enerji projelerini fonluyor. Her yılki proje çağrılarında yüzlerce ülkeden başvuru geliyor. Elektrik tedarikçisi, sattığı elektriğin her MW/saati için İklim Fonu'na 0,10 euro bağış yapıyor ve bu birikimle yeni ve sürdürülebilir enerjiler doğuyor. Şu ana kadar EKOener-

ji İklim Fonu Togo, Endonezya, Kamerun, Tanzania, Nikaragua ve Peru'da, okul ve hastanelerde, elektrik sağlanmamış ücra bölgelerdeki projeleri fonladı. Türkiye'den ise henüz başvuru gelmedi. Öte yandan hidroelektrik de dünyanın pek çok yerinde yenilenebilir enerji kaynakları arasında sayılıyor, fakat hidroelektrik santrallarının dere yataklarına ve nehirlerdeki biyoçeşitliliğe verdiği zararlar da ortada. Eğer EKOenerji etiketli elektrik bir hidroelektrik santralından geliyorsa, MW/saat başına ayrıca bir 0,10 euro da **EKOenerji Çevre Fonu**'na gidiyor. Çevre Fonu, eski hidroelektrik santralları tarafından hasara uğramış dere yataklarının restorasyon projelerini hayata geçiriyor. 2015 ve 2016 yıllarında, Güney Finlandiya ve Güneydoğu Finlandiya'daki dere restorasyonları bu fon sayesinde finanse edildi. EKOenerji aynı zamanda, halen var olan hidroelektrik santrallarına balık geçitleri yapılmasını ve biyoçeşitliliğin korunmasını destekliyor.

EKOenerji'ye Nasıl Geçebilirim?

Elektrik pazarının tamamen liberalleştiği Avrupa ülkelerinde, tüketiciler elektrik tedarikçileriyle kontrat yaparak yenilenebilir elektrik satın almayı seçebiliyorlar. Bu, Türkiye'de serbest tüketici olarak kaydolmuş, elektrik kullanımı belli bir volümün üzerinde olan tüketicilerin yaptığına benziyor. Bu şekilde



İklim Fonu sayesinde Tanzania'daki birkaç okulda fonlanan solar proje.

Yeşil elektrik satın alınca tam olarak ne yapmış oluyoruz? Doğaya ne gibi bir yararımız oluyor, yenilenebilir elektriğin sürdürülebilirliğine nasıl bir katkı sağlanmış oluyor? Elektrik tedarikçilerinin bu sorulara verecek somut cevapları aslında yok. EKOenerji'nin hikayesi de işte tam burada başlıyor.

hem elektrik faturalarını azaltma şansı yakalayıp hem de tedarikçinin sunduğu farklı ürünlerden kendilerine uyanı (yani doğa dostu, yenilenebilir enerjileri) seçebiliyorlar. Tedarikçilerine, evleri veya işyerleri için EKOenerji kullanmak istediklerini, EKOenerji satıp satmadıklarını soran bu insanlar, seçimleriyle fark yaratabileceklerini biliyorlar. Tedarikçilerin yasal olarak yeşil elektrik sunabilmeleri için, üretilen yenilenebilir elektriğin bir takip sertifikasına sahip olması gerekli. Bu sertifika, üretilen elektriğin kaynağının doğrulandığını ispat ediyor. Şu anda Türkiye'de geçerliliği olan uluslararası sertifika, **IREC** sertifikası. Enerji santralını IREC veritabanına kaydettiren santralların yenilenebilir enerji üretimi, bağımsız şekilde doğrulanmış

oluyor. Tedarikçiler bu sertifikaya sahip santralların ürettiği elektriği, EKOenerji satış sözleşmesini imzalayarak tüketicilere EKOenerji olarak satabilirler. EKOenerji kullanıcısı olan tüketiciler EKOenerji logosunu ürünlerinde, binalarında kullanarak tercihlerini duyurabiliyor ve somut sonuçlar getirecek bir adım attıklarından emin oluyorlar. Çünkü EKOenerji İklim Fonu sayesinde, sizin EKOenerji tercihiniz olmasa hayata geçirilemeyecek yenilenebilir enerji projelerinin gerçekleştiğine tanık oluyorsunuz. Şu anda büyük tüketicilere odaklansak da, biliyoruz ki zamanla hanelerin de EKOenerji talebi artışa geçecek. EKOenerji'nin bu aşamada Türkiye'deki rolü insanları bilgilendirerek tedarikçilerle tüketicileri buluşturmak. Çevre duyarlılığımı faaliyete dökmek isteyen, kararlı tüketicilere ve yeni gelişen elektrik pazarında öncü bir rol üstlenecek, eko-etiketli yenilenebilir elektrik satışına hazır tedarikçilere ihtiyacımız var. Karbon piyasasının düşüşe geçtiği bu günlerde, piyasanın yenilenebilir elektrik satışına kayacağına eminiz. Sadece zamanını kestirmek güç ve Türkiye tahmin ettiğimizden daha yavaş ilerliyor. ○

Bilgi için: ekoenergy.org/tr

Kimler Kullanıyor?

Gıda ve ambalaj imalatından temizlik şirketine, tekstilden kişisel hijyen malzemelerine, kayak merkezlerinden otellere ve yayımcılara kadar pek çok farklı sektörden EKOenerji kullanıcısı mevcut. Bir geridönüşüm merkezi ve Finlandiya Belediyesi de yakın zamanda EKOenerji tüketicileri arasına katıldı.



Tekstil firması Finlayson'ın kapısındaki EKOenerji etiketi.

YENİ SEZONA HAZIRIZ!



AÇILIŞ KONSERİ

19 Ekim 2017 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

MÜZİKTE YENİ SOLUKLAR

16 Kasım 2017 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

PROKOFYEV MARATONU-I

13 Aralık 2017 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC



PROKOFYEV MARATONU-II

14 Aralık 2017 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

YENİ YIL KONSERİ

11 Ocak 2018 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

BİFO İLE BİR PROMİYER

8 Şubat 2018 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC



BİFO & BORUSAN QUARTET

22 Şubat 2018 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

20. YÜZYILIN KIYISINDA

9 Mart 2018 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

BİFO & NEMANJA RADULOVIĆ

22 Mart 2018 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC



RING WITHOUT WORDS

5 Nisan 2018 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

BİFO & JIAN WANG

19 Nisan 2018 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

LEYLA GENCER ANISINA; DONIZETTI KRALIÇELERİ

17 Mayıs 2018 20.00
İSTANBUL LÜTFİ KIRDAR İCEC

BORUSAN QUARTET

6 Kasım 2017 | 25 Aralık 2017
12 Şubat 2018 | 30 Nisan 2018

BORUSAN MÜZİK EVİ

alternatif sesleriyle
yıl boyunca sizlerle...

BİLETLER
Genel Satış 7 Ekim 2017
BİFOKART Klasik 9-21 Eylül 2017
BİFOKART Gold 21-26 Ağustos 2017
Biletler Biletix'te



Konca Çalkıvık
İş Dünyası ve Sürdürülebilir
Kalkınma Derneği
Genel Sekreteri

Raporlama Mühim Mesele

Sürdürülebilirliğin giderek daha fazla önem kazandığı son yıllarda sürdürülebilirlik raporlaması da konunun önemli bir boyutu olarak sıklıkla gündeme geliyor. Şirketlerin faaliyetlerinin sürdürülebilirlik açısından ele alındığı ve şeffaflık ilkesinin en somut uygulamalarından biri olan sürdürülebilirlik raporları, gerek şirketlere kendilerini gözden geçirme için fırsat tanıması gerekse uluslararası fon ve yatırım kaynaklarına veri sağlaması açısından şirketler için bir gereklilik haline geldi.

Sürdürülebilirlik raporlaması bu kadar önem kazanırken yeni bir kavram da ortaya çıktı: **Entegre raporlama**. Bu raporlama türü, şirketlerin finansal ve finansal olmayan bilgilerinin bütüncül şekilde ele alıyor; kuruluşun kısa, orta ve uzun vadede nasıl değer yarattığını ve yaratacağını, mevcut stratejisini, yönetim yaklaşımını ve performansını yansıtıyor. Sürdürülebilirlik raporlamasına “entegre düşünme” yaklaşımını getiren bu raporlama türü de giderek daha fazla şirket tarafından uygulanır hale geliyor.

Tüm bu gelişmeler paralelinde SKD olarak, sürdürülebilirlik konusunda üyemiz olan şirketler başta olmak üzere iş dünyasına yönelik yürüttüğümüz çalışmalarda raporlamayı 2016’dan itibaren en önemli çalışma alanlarımızdan biri olarak ele alıyoruz. Bu kapsamda, 2016 yılında Türkiye’de ve dünyada bu konuda iyi uygulamalar yapan şirketlerin deneyimlerini paylaştığımız bir paylaşım semineri gerçekleştirdik. Yakın dönemde ise Türkiye iş dünyası açısından son derece önemli bir adım olan, 15 Şubat 2017’de resmi olarak

kuruluşu ilan edilen **Entegre Raporlama Türkiye Ağı**’nın (ERTA) kurucu üyeleri arasında yer aldık ve sekreteryasını yürütmeye başladık.

“Reporting Matters”

2017’de ise bu çalışmalarını bir adım daha ileri taşıyarak çatı örgütümüz WBCSD’nin (Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi) küresel çapta uyguladığı ve çok başarılı sonuçlar elde ettiği bir araç olan “Reporting Matters” (RM) yöntemini Türkiye’de uygulayacağız. RM, şirketlerin sürdürülebilirlik raporlarını **Prensip**ler (iyi bir raporlamanın ilkeleri), **İçerik** (rapor içeriğine gösterilen özen) ve **Okuyucu Deneyimi** (raporun kolay erişilebilir, anlaşılabilir, uygulanabilir olması) olmak üzere üç kritere göre yıllık olarak değerlendiren ve bir sıralama yaparak değerlendirmeye katılan şirketlere geribildirimde bulunan bir uygulama. WBCSD tarafından 2013’ten bu yana uygulanan bu yöntemin amacı, finansal olmayan raporlamadaki trendleri ortaya çıkarmak, şirketlerin raporlamalarındaki etkinliği artırmak, iyi

uygulama örneklerini paylaşmak ve yaygınlaştırmak.

Burada en önemli konulardan biri trendleri anlamak. WBCSD, şirketlerin sürdürülebilirlik raporlarından elde ettiği ve her yıl yayınladığı sonuçlarda o seneye özgü trendleri de ortaya çıkarıyor. Örneğin 2016 yılında küresel anlamda sürdürülebilirlik raporlarında şirketlerin eğilim gösterdiği konular incelendiğinde önceki yıllardan farklı olarak dört trend öne çıkmış. Bunlar; BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, cinsiyet eşitliği, insan hakları ve döngüsel ekonomi. Küresel iş dünyasındaki yönelimleri anlamak, şirketlerin kendi stratejilerini gözden geçirme sürecinde oldukça fayda sağlayacak bir kazanım. Bu nedenle RM, şirketin mevcut çalışmalarını üzerinden kendini diğer kuruluşlarla kıyaslamasına imkan verirken aynı zamanda gelecek planlamasında kullanabileceği değerli bir bilgiyi de sağlamış oluyor. RM’nin Türkiye’de uygulanması demek; farklı kriterlere göre, farklı yöntem ve formatlarla raporlama yapan şirketleri tek bir formatta değerlendirebilmek, şirketlerin önceki yıllarda yaptıkları raporlamaların takibini yapabilmek ve elbette hazırlanan raporların içerik kalitesini yükseltmek açısından son derece önemli bir katkı sağlayacak. **Standartlaştırma** ve **kıyaslama** açısından ihtiyaç duyulan bu adımı SKD olarak atmaktan çok mutluyuz. Derneğimize üye olan şirketlerle kısa bir zaman sonra başlatacağımız bu çalışmanın iş dünyasının küresel sürdürülebilirlik raporlaması alanındaki yerini daha iyi bir noktaya taşıyacağına inanıyoruz.

2016 yılında küresel anlamda sürdürülebilirlik raporlarında şirketlerin eğilim gösterdiği konular incelendiğinde önceki yıllardan farklı olarak dört trend öne çıkmış. Bunlar; BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, cinsiyet eşitliği, insan hakları ve döngüsel ekonomi.



Yaşamdaki en değerli varlık için.

**“Organik gelip geçici bir moda değil;
bir yaşam biçimidir.”**





Sibel BÜLAY
sibel.bulay@gmail.com

Dünya Mersin'e... Biz Yine Tersine....



2015'te dünya ülkeleri Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ni kabul etti. Ekim 2016'da dünya ülkeleri HABİTAT III Yeni Kentsel Gündemi'ni kabul etti. Her iki anlaşmanın altında Türkiye'nin de imzası var.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi 11.3.2: Düzenli ve demokratik işleyen kentsel planlama ve kent yönetimine, sivil toplumun doğrudan katılım mekanizması...

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi 16.7: Her düzeyde duyarlı, kapsayıcı, katılımcı ve temsil edici karar verme mekanizmalarının oluşturulması.

Habitat III Yeni Kentsel Gündem: "... yerel makamların... politika yapımında ve karar almada yetki vererek yerel özyönetim bağlamında ve yerindelik ilkesi tahtında uygun mali, siyasi ve idari adem-i merkeziyetçi yapıyı sağlamasını temin edeceğiz."

Karar Sürecine Katılım

İnsanoğlunun geleceğine yön veren bu iki anlaşmanın temelinde katılımcı demokrasi yatıyor. Kentlerde nüfus arttıkça sorunlar büyüyor, daha karmaşık hale geliyor. Bu iki anlaşmada da vatandaşa daha iyi hizmet sağlamak amacıyla çözüm üretme ve karar sürecine vatandaşın katılımının önemi vurgulanıyor.

Dünyanın en yaşanabilir kentler sıralamasında ön sıralarda yer alan kentlerin yöneticileriyle görüşme fırsatım

oluyor. Ve hepsi yaşam kalitesinin artırılmasında vatandaşın sürece katılımının çok yararlı olduğunu söylüyor: Hem sorunların belirlenmesinde, hem de çözümlerin üretilmesinde. Vatandaşın katılımı olmasa bu başarıyı yakalayamayacaklarını söylüyorlar.

Dünya adem-i merkeziyetçi yapıyı benimserken Türkiye de bu anlaşmalara imza atmış olmasına rağmen bizler tüm karar sürecini bir kişiye teslim ediyoruz.

Muasır medeniyet seviyesi?

İstanbul'da 26,5 Milyon Lale Dikilmiş

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Park ve Bahçeler Dairesi'nin 2014'te planlanan bütçesi 579.067.000 TL. Harcanan 805.052.484 TL. Ayrıca lalelerin yeterli bir yaşam alanına sahip olabilmesi için, iki lale arasında en az 30 santimetre boşluk bırakılması gerektiği söyleniyor. Ne zaman hesap soracağız?



Hemen, Şimdi Harekete Geç! Sonra Çok Geç!



Birleşmiş Milletler tarafından 2015 Eylül ayında ilan edilen 17 Küresel Hedef'ten 13'üncüsü olan "İklim Eylemi", eriyen buzullar, azalan su kaynakları, aşırı hava olayları ve fosil yakıt kullanımının devam etmesi ile bağlantılı olarak tüm dünyanın bir felakete sürüklenmemesi için acil önem arz ediyor. Hedeflere ulaşmak zorlu ve topyekûn bir eylemi gerektirse de ulusal ve bireysel çabalar açısından umut vaat eden gelişmeler de yaşanıyor...

İklim değişikliğinin ekosistemlerden ekonomilere, insan yaşamından biyolojik çeşitliliğin azalmasına kadar farklı şekillerde gösterdiği etkiler günbegün şiddetleniyor. Birleşmiş Milletler'in Eylül 2015'te açıkladığı 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi'nden 13'üncüsü ise iklim değişikliği ve etkileri ile mücadele konusunda acilen eyleme geçilmesini öngörüyor.

İklim Eylemi Hedefi'nin alt başlıkları bütün ülkelerin uyum kapasitesini artırmayı; iklim değişikliğiyle ilgili önlemlerin ulusal politikalara, stratejilere ve planlara entegre edilmesini; farkındalık yaratmakla birlikte bireysel ve kurumsal kapasitelerin geliştirilmesini; 2020'ye kadar yıllık 100 milyon dolar bütçeli bir Yeşil İklim Fonu'nun faaliyete geçirilmesini; kadınlara, gençlere, yerel topluluklara ve dışlanmış gruplara odaklanılarak en az gelişmiş ülkelerde ve gelişmekte olan küçük ada devletlerinde iklim değişikliğiyle ilgili etkili planlama ve yönetim kapasitesini artıracak mekanizmaların desteklenmesini içeriyor.

Kömür Santrallerinde Azalma

Fosil yakıt kullanımının ve karbon salımının azaltılması, Paris Anlaşması'nda öngörülen 2 derece hedefine ulaşmak için elzem. Coal Swarm, Sierra Club ve Greenpeace tarafından Mart ayında yayımlanan **Yükseliş ve Çöküş 2017: Küresel Kömürlü Termik Santral Kapasitesi Takip ve İzleme** adlı rapora göre,

kurulması planlanan kömürlü termik santral sayısında küresel çapta büyük bir düşüş var. Rapor, kömürlü termik santral yatırımlarına ilişkin olarak, tüm inşaat öncesi planlama faaliyetlerinde %48, inşaata başlanan proje sayısında ise %62 oranında düşüş olduğunu ortaya koyuyor. Son iki yılda küresel düzeyde 64 GW gücünde yaklaşık **120 ünite emekliye ayrılmış**. Planlanan termik santral sayısı açısından dünya üçüncüsü olan Türkiye'de ise, projelerin **sadece %13'ü** tüm lisanslarını tamamlayabildi. Türkiye'de 2010-2016 yılları arasında **toplam 20 GW kurulu güç kapasiteli termik santral projesi iptal oldu**.

Öte yandan yenilenebilir enerji kurulumlarında hem Türkiye'de hem de dünyada önemli gelişmeler yaşanıyor. 2015'te 52,5 GW olan güneş enerjisi kurulumları küresel ölçekte %50 artarak 76,1 GW'a ulaşmış durumda. Bu gelişmelere paralel olarak Türkiye'de de özellikle güneş enerjisinde önemli adımlar atılıyor. 2015'te sadece 248 MW olan ve toplam kuru-

lu gücümüzün %0,3'üne denk gelen güneş enerjisi kurulumları, 2017 itibarıyla dört kat artarak 1,2 GW'a ve %1,2'lik orana ulaşmış durumda.

1 Trilyon Ağaç!

İklim Eylemi adına bireysel çabalara gelince... "Sadece ben yapacağım da ne olacak" düşüncesini kafanızdan silmek için en iyi örneklerden biri **Felix Finkbeiner**. 2007'de henüz dokuz yaşındayken öğretmeninin iklim değişikliğiyle ilgili bir ödev hazırlamasını istediği Finkbeiner, araştırması sırasında Nobel Barış Ödülü sahibi, Afrika'da 30 milyon ağaç dikme kampanyası yapan **Wangari Maathai**'nin hikayesine denk geliyor. Ve bundan aldığı ilhamla "dünyanın dört bir yanındaki çocuklar neden her ülkede 1 milyon ağaç dikmesin ki" diyerek "**Plant for the Planet**" (Gezegen için Ağaç Dik) kampanyasını başlatıyor. İlk ağaç da Finkbeiner'ın Almanya'daki okulunun bahçesine dikiliyor. Geçen 10 yılda 130 ülkede 14 milyarın üzerinde ağaç dikildiğini söylesek, sanırız fikrin nasıl da bir kartopu gibi büyüdüğünü anlatabilmiş oluruz. Bugün 19 yaşında olan Finkbeiner ve tüm dünyada 9-12 yaşları arasındaki 55 bin çocuk Mart ayında hedeflerini daha da ileri taşıdıklarını açıkladı: 1 trilyon ağaç! Bu da dünya üzerindeki her insanın 150 ağaç dikmesi anlamına geliyor. Neden olmasın? www.plant-for-the-planet.org adresinden kampanya hakkında bilgi edinebilir ve destek olabilirsiniz.



Havuz Suyunu Boşaltmak Değil, Yağmur Suyunu Toplamak...

Başka Bir Okul Mümkün (BBOM), çocuk haklarını hayata geçiren, çocukların kendilerini gerçekleştirmelerini sağlayan, katılımcı demokrasiyle yönetilen, ekolojik dengeye saygılı ve ticari kâr amacı gütmeyen okul öncesi ve ilkokulların kurulması için 2010 yılından beri faaliyet gösteren bir dernek. Farklılıkları çoğaltan bu sistemin yaygınlaşması için de kuşkusuz “başka” öğretmenlere ihtiyaç var. Derneğin kurucularından Burak Ülman ile BBOM eğitim felsefesini, ekolojik yaklaşımlarını, Öğretmen Destek Programlarını ve Öğretmen Köyü’nü konuştuk.

 Nevra YARAÇ



Başka Bir Okul Mümkün (BBOM) hareketi ne zaman, nasıl ortaya çıktı? Bugün hangi noktada?

BBOM hareketi 2009’da, bir grup insanın bir araya gelerek kendi çocukları için bir okul açma fikriyle başladı. Ama bu fikir, üzerine düşündükçe ve çalıştıkça Türkiye’deki eğitim problemlerini aşabilecek bir eğitim hareketine dönüştü. 2010 yılında dernekleşti, 2012’de İstanbul’da ilk okulunu açmaya çalıştı ama başarısız oldu. 2013’te Bodrum’da **Mutlu Keçi** ilkokulunu açtı. 2014’te Ankara’da **Meraklı Kedi**, 2015’te İzmir’de **Renkli Orman**, 2016’da da İstanbul’da **Koşan Kaplumbağa** açıldı. Dört okulumuz, dokuz kooperatifimiz bulunuyor. Seneye en az beş-altı koopera-

tif, üç-dört okul daha eklenecek bu tabloya. Okulların Çanakkale, Eskişehir, Ayvalık, İzmir-Urla’da olma ihtimali var. Dolayısıyla bu hareket ciddi anlamda karşılık buluyor. Toplumsal bir ihtiyaç için iyi bir çözüm ürettik. Sadece Türkiye’de değil, dünyadaki bütün eğitim problemleri aynı aslında.

Neydi tespit edilen sorunlar, nasıl çözümler getirildi?

Dört başlıkta toparladık bu sorunları. Biri **finansman** ayağı. Devlet kaynaklarını eğitime yeterince aktarmıyorsanız, eğitimde niteliği artıramıyorsunuz. O boşluğu dolduran özel okullar da bunu tamamen ticari aktivite olarak görüp eğitimi metalaştırıyorlar. Yani şu anki mev-

cut durumda devlet ve özel sektör bu işin hakkını vermiyor. Dünyada da böyle. Bizim önerimiz ise, en azından devlet eğitim konusunda nitelikli ve eşit eğitim görevini yerine getirene kadar, üçüncü bir alternatif yaratmak. Kendi finansman modeli olan; ebeveynlerin, gönüllülerin bir araya gelerek kendi fizibilitelerini yaptığı ve sadece maliyetini ödedikleri, kâr amacı gütmeyen ama yine de bir ticari işletme olan okullar kurmaları. Bunun için de kooperatif yapısını öneriyoruz.

Eğitimde dünyada ve Türkiye’de diğer bir sorun **eğitim felsefesiyle** ilgili. Şu anda dünyada Sanayi Devrimi’ni mimikleyen bir eğitim felsefesi hakim. Sanayi Devrimi, insanları belli bir alanda uzmanlaş-

maya iten parçalanmış bir eğitim anlayışını savunuyor. Aynı fabrikalardaki üretim bandı mantığıyla, yukarı doğru ilerleyip mezun oluyorsunuz. Eğitim sürecindeki herkes aynı ihtiyaçlara sahipmiş, aynı şeyleri öğrenmek istiyormuş, öğrenmesi gerekiyormuş ve bunları aynı şekilde öğrenmesi gerekiyormuş gibi kabul ediliyor. Bu varsayımların hepsi yaşadığımız dünyada geçersiz artık. Çünkü biliyoruz ki ekonomi de, insan da değişiyor. Her insan farklı, farklı şekilde ve hızda öğreniyor. Farklı şeylere ilgi duyuyor. Bu **farklılıkları ne kadar koruyabiliyorsanız** o insan hayata ve kendine daha çok katkı yapıyor. Yaratıcı oluyor, var olmayan sektörleri yaratabiliyor. Bugün internet dünyasındaki genç insanların üretimi bir rastlantı değil aslında. Çoğu çok eğitim almamış üniversiteyi hatta liseyi terk eden insanlar. Çünkü kendi ilgi alanlarının, isteklerinin peşinde koşarak kendi öğrenme süreçlerini şekillendirmişler. Biz yeni bir eğitim felsefesiyle çocuğun farklılığını, ihtiyaçlarını, isteklerini, meraklarını merkez alarak alan açmaya çalışıyoruz. Bu sistem de, her şeyi bilen, herkese aynı zamanda ödev verip aynı cevapları bekleyen öğretmen modelinden ziyade çocuk-

lara alan açıp farklılıklara izin veren bir öğretmen modelini gerektiriyor. Üçüncü mesele **ekoloji**. Dünya şüphesiz bir ekolojik krizin içinde. Ve bundan en çok mustarip olacaklar da bugünün çocukları, geleceğin kuşakları. Aslında çözüm bulacak olanlar da onlar. Dolayısıyla okul dediğimiz alanların gerçek anlamda bir ekolojik yaşam ve bilinçlenme alanı olarak da düşünülmesi gerekiyor. Aslında çocuklara bu konuda düşünmek için alan açmak yeterli çünkü doğanın kendi içindeki işbirliği anlamında neyin doğru neyin yanlış olduğunu bizden çok daha iyi biliyorlar. Sırf bunu korumak bile aslında ekolojik bir adım.

“Yeni bir eğitim felsefesiyle çocuğun farklılığını, ihtiyaçlarını, isteklerini, meraklarını merkez alarak alan açmaya çalışıyoruz. Bu sistem de her şeyi bilen, herkese aynı zamanda ödev verip aynı cevapları bekleyen öğretmen modelinden ziyade çocuklara alan açıp farklılıklara izin veren bir öğretmen modelini gerektiriyor”

Ekoloji ayağında ne gibi uygulamalar var okullarımızda?

Okullarımızda beslenme programları çok temeldir. Birkaç değişmez ilkimiz var. Mevsimsellik bunlardan biri. Yenen her şeyin kendi mevsiminde yetişmesi lazım. Çocuklar bu sayede mevsimsel döngüleri öğreniyorlar. Kışın domates varsa yemekte öğrenciler buna itiraz edebiliyor örneğin. Tedarik konusunda da okullarımızda gıda ormanları yapmaya çalışıyoruz. Mutlu Keçi’de ve Renkli Orman’da var. Bütün üretilen sorumlu yetişkinler değil, çocuklar oluyor. Okulların enerji, su, atık politikaları da mümkün olduğu kadar ekolojik hassasiyetle yürütülüyor. Ankara’daki okulumuzda güneş panelleriyle elektrik üretiliyor. Bodrum’daki okulumuzda bahçemiz müsait olduğu için bütün organik atıklar kompost yapılıyor bahçede kullanılmak üzere. Her okul kendi kapasitesi dahilinde ekolojik uygulamalar yapıyor.

Müfredat anlamında ekolojiyi ayrı bir ders gibi işlemiyoruz, bunu doğru da bulmuyoruz. Aslında **ekolojiyi bütün dersleri yatay kesen bir anlayış olarak kurgulamaya çalışıyoruz**. Kullandığımız materyalden tutun seçtiğimiz örneğe, anlattığımız hikayeye kadar... Eski usul anti-



“Eski usul anti-ekolojik eğitim yaklaşımının bir numunesi olarak havuz problemleri vardır. O havuza hep su doldurulup boşaltılır. Aynı matematik problemini yağmur suyunun, atık suyun toplanması şeklinde sormak mümkün”

ekolojik eğitim yaklaşımının bir numunesi olarak **havuz problemleri** vardır. O havuza hep su doldurulup boşaltılır. Aynı matematik problemini yağmur suyunun, atıksuyun toplanması şeklinde sormak mümkün. Bir diğer numune de iki şehir arasındaki bir arabanın diğeriyle nerede kesişeceği sorusu. Aynı soruyu toplu taşımacı iki tren ya da daha iyisi bisiklet veya yelken üzerinden sorsanız aslında bir şeyin normalleştirilmesini kırmış oluyorsunuz. Bu tür tekniklerle, yöntemlerle biz okullarda ekolojik duyarlılığı, bilinci korumaya ve yükseltmeye çabalyoruz.

Dördüncü sorun ve getirdiğiniz çözüm ile devam edelim...

Dördüncü farklılığımız yine dünyada ve Türkiye’deki sorunlardan biri olan **demokrasi eksikliği**. Yani kendi yaşamımıza dair kararların çoğu zaman başkaları tarafından alınması problemi. Çocuklar anaokulundan lise sona kadar 13 bin saati okulda geçiriyor. Ama o okulların sınıfları nasıl düzenlensin, sınıfta yerde halı mı, parke mi olsun ya da masalar, sandalyeler hangi renge boyansın, saat kaçta çıkılsın, ne yenilsin, nasıl spor yapılsın, yapılsın mı yapılmamasını mı gibi süreçlere dair söz hakları yok. Ben kendi evimde 13 bin saat geçirsem ve bana televizyonu nereye koyacağım, izleyip izlemeyeceğim, hangi programı izleyeceğim birisi tarafından söylene isyan eder kaçardım. Çocuklar da zihnen kaç-



cak duruma geliyorlar. Dolayısıyla biz demokratik eksen bağlamında, onların yaşam alanlarına dair karar mekanizmalarına katılmalarının önünü açıyoruz. Okullarımızda her hafta toplanan **okul meclisleri** var. Okul çalışanları, öğretmenler ve öğrencilerden oluşuyor. Hepsinin birer oyu var. Öğrenciler çoğunlukta olduğu için genelde onların istekleri çerçevesinde kararlar çıkmasının altyapısı var. Müzakereci bir demokratik ortam olduğu için topluluk erdemine ulaşıyor. Sadece sağlık ve güvenlik ile ilgili kararları yetişkinler alıyor ama yine çocuklara danışıyoruz.

Öğretmen Destek Programı ne zaman başladı ve neyi amaçlıyor?

Bütün bu anlattığım sistemi, farklılıkları yaratmak ancak iyi bir öğretmen formasyonu ile mümkün. Çünkü en iyi sistem bile içindeki insandan bir gram fazla değil, içindeki insanlar sisteme rengini veriyor, bizde de öğretmenler. 2015 yılında **Sabancı Vakfı Fark Yaratıcılar Programı**’ndan hibe aldık ve Öğretmen Destek Programı’nı hayata geçirdik o yıl. Çok verimli geçti. Okullara etkisini de görmeye başlayınca bu programları daha düzenli ve yaygın yapmaya karar verdik. Açık Toplum Vakfı’nın des-

teğiyle 2016'da birkaç program yaptık.

Öğretmen Köyü nasıl ortaya çıktı?

Bu süreçte sadece bir eğitim verip bırakmaktan ziyade yeni bir öğretmenlik ve eğitim felsefesine haiz bir topluluğun oluşmasının önemi fark edildi. İnsanların bir araya gelip deneyimlerini aktarabildiği, destek programlarını, eğitimleri sürdürebildikleri bir mekanın olması önemliydi. Buradan da bir yerleşke kuralım fikri çıktı. 2015'in Kasım ayında Bodrum'un **Dağbelen Köyü**'nde ilk kazmayı vurduk. Eksikleri olmakla birlikte zamanla tamamladık. Süreç boyunca topluluk olmaya dair çalışmalar, kamplar da yapıldı orada. Amacımız düzenli olarak farklı destek programları vermek, farklı üretimler yapmak ama bununla beraber o köyü merkez alan mekansal bir merkez olarak genişleyen bir topluluk ve topluluk ruhu oluşturmak. Bunu yaparken de sadece kendi okullarımızla bağ kurmadık. Programlarımıza katılanların %80-90'ı başka okullardan, devlet okullarından geliyor. BBOM olarak da okul okul yayılmadan ziyade fikrinsel yaygınlaşmaya gitme yönünde bir strateji belirlemiştik, bunun en iyi aracı da öğretmen olduğundan öğretmenlerle çalışmaya devam ediyoruz.

Bu köy de ekolojik hassasiyetler gözetilerek oluşturuldu değil mi?

Bence tam bir eko-köy. Yerleşke yapılırken araziye minimum müdahale edildi, hiçbir ağaç kesilmedi. Tamamen doğal malzeme kullanmaya çalıştık. Harç malzemesi olarak kireç, ak toprak ve kum karışımı olan Horasan harcı kullandık. Zeminleri oturturken yörenin taşıını kullandık. Bodrum Torba koyundan çıkardığımız topraktan 3000 kerpiç tuğla kestik. Toplantı salonumuzu belediye tarafından yıkılacak bir ahşap binanın çıkma ahşaplarından yaptık. Bungalovlarda ekonomik de-



“Bize benzer, ekolojik hassasiyeti olan, doğayla uyumlu, barışçıl bir şekilde çalışmalarını yapmak isteyen STK'lara ve gruplara kapımız açık. Çok düşük maliyetlerle bu köyde konaklayabilirler. Bu tür işbirliklerini önemsiyoruz. Çünkü her grup bir zenginlik ve birikim getiriyor beraberinde”

ğeri düşük kereste kullandık. Uzak diyarlardan gelen tik, ireko gibi ağaçlar yerine bunun kullanılabilceğini göstermek istedik.

Enerjimizi tamamen güneş panellerinden elde ediyoruz. 12 tane 250 W güneş panelimiz var. Sekiz adet 100 amper akümüz var, bize her şey için yetiyor. Akü sayısını artırmayı düşünüyoruz. Yağmur suyunu mümkün olduğu kadar arazide tutmak için su hendekleri açacağız. Amacımız bütün çatılardan yağmur suyunu toplamak ama orada da problemimiz depolama. Yine de kullanılmış depolar bularak bunu yapmayı istiyoruz. Gri sular sürekli olarak bahçe sulamada kullanılıyor. Kara su için de doğal sızdırmalı fosseptik yaptık. Kışın ısınmak için toplantı salonunda hem bir soba hem de kazanımız var. İkisinde de odun yakıyoruz. Kazanda yaktığımız odunla sirkülasyon pompası sayesinde petek döşediğimiz bütün bungalovları ısıtıyoruz. Çoğu atığımız organik.

Tarım da yapacak mısınız burada?

Tarım yapacağız ama ne kadar bir

alan olur, köyün nüfusuna yeter mi bilmiyorum. Altı ahşap bungalov var, toplam 18 kişi konaklayabiliyor. Üç kerpiç bungalovda da 12 kişi kalabiliyor. Çadır alanı da var. Ama doğanın sana söylediği bir sayı var ve o sayının üzerine çıkmamak lazım. 30 ideal bir sayı.

Buradaki programlar ne kadar sürüyor?

Öğretmen Destek Programları 10-12 gün sürüyor. Aynı buluşmalarla, 12 günde üç kez bir araya geliniyor. Bir haftalık kamp gibi programlar da oluyor. Programlara gelen öğretmenler işlerini kendileri görüyor. Yemek konusunda destek veriyoruz ama temizlik, düzenleme, odun taşımak, odun kırmak gibi işleri katılımcılar yapıyorlar. Bize benzer, ekolojik hassasiyeti olan, doğayla uyumlu, barışçıl bir şekilde çalışmalarını yapmak isteyen STK'lara ve gruplara kapımız açık. Çok düşük maliyetlerle bu köyde konaklayabilirler. Bu tür işbirliklerini önemsiyoruz. Çünkü her grup bir zenginlik ve birikim getiriyor beraberinde. ○

Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanı Hedefi Ama Nasıl?

Sürdürülebilir kalkınmanın emin adımlarla ilerlemesini sağlamak için ortaya koyulan Küresel Hedefler'in 11. başlığı "Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları", insanların barınma hakkı, kültür mirasının korunması, kentleşmede çevresel etkiler gibi maddeleri içererek şehirde sürdürülebilir bir yaşamın rehberliğini yapıyor...



Insan nüfusunun her geçen gün artması, gelir adaletsizliği, yaşam alanlarının ihtiyacın karşılanması için düzensiz ve plansız bir şekilde genişletilmesi gibi sorunlar sürdürülebilir kalkınmanın önünü tıkamakla kalmıyor, var olan ekonomik, çevresel ve sosyal sorunların üzerine eklenmesi ile içinden çıkılması zor bir hal alıyor. Tam da bu noktada aranan yardım Küresel Hedefler'den geliyor. Bu hedeflerin 11'inci Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları Hedefi, insanların şehirlerde sürdürülebilir bir yaşamı nasıl sağlayabileceği konusuna odaklanıyor. "Şehirlerin ve insan yerleşimlerinin kapsayıcı, güvenli, dayanıklı ve sürdürülebilir kılınması" şeklinde tanımlanan bu hedefte yedi alt başlık sıralanmış. Birinci alt başlık, "2030'a kadar herkesin yeterli, güvenli ve uygun

fiyatlı konutlara ve temel hizmetlere erişiminin sağlanması ve gecekondu mahallelerinin iyileştirilmesi" olarak ifade ediliyor. Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu'nun (UNFPA) 2015 yılında yayımladığı raporda 100 milyondan fazla insanın, barınma dahil insani yardıma ihtiyaç duyduğu belirtiliyor. Yine UNFPA'nın verilerine göre dünya nüfusunun yarısından fazlası kasabalarda ve şehirlerde yaşıyor. 2030'a kadar ise bu sayının yaklaşık beş milyar olması bekleniyor. Elimizdeki veriler, çok geç olmadan bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için eyleme geçilmesi gerektiğini gösteriyor.

Hava Kirliliği mi Trafik Kazası mı?

Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları Hedefi'nin altıncı maddesinde ise hava kirliliği ve atık maddeler vurgusu yapılıyor. Madde, "2030'a

kadar hava kalitesine, belediye atık yönetimi ve diğer atık yönetimlerine özel önem vererek kentlerin kişi başına düşen olumsuz çevresel etkilerinin azaltılması" şeklinde özetleniyor. Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) 2016 yılında açıkladığı verilere göre şehirlerde yaşayan insanların %80'inden fazlası DSÖ'nün belirlediği sınırları aşan hava kalitesi seviyesine maruz kalıyor. Aynı veriler, diğer şehirlerle kıyaslandığında daha düşük gelire sahip nüfuslu şehirlerin, hava kirliliğinden daha fazla etkilendiğini de ortaya koyuyor. Türkiye'deki hava kalitesi de dünya genelinden farklı bir seyir çizmiyor. **Temiz Hava Hakkı Platformu**'nun 2016 yılında hazırladığı raporda DSÖ'nün belirlediği hava kalitesi limitinin 41 ilde aşıldığı belirtiliyor. Bu limite uyabilen il sayısı ise yalnızca bir. Temiz Hava Platformu'nu oluş-

turan derneklerden **Türk Toraks Derneği Hava Kirliliği Dönem Grubu Eş Başkanı Dr. Nilüfer Aykaç Kongar Birgün** gazetesine verdiği demeçte, Türkiye’de hava kirliliğinin geldiği noktayı şu sözlerle anlatıyor: “Geçen yıl (2016) Türkiye’de hava kirliliği sebebiyle yaşamını kaybeden insan sayısı 29 bin. Bu oran trafik kazalarından yaşamını kaybeden insan sayısının altı katı.” Türkiye’deki hava kirlili-

ğinde kömürlü termik santrallerin etkisini de göz ardı etmemek gerekiyor. Bu konuda özel şirketlerin ve özellikle de finans kurumlarının, termik santrallerinin finansmanından kademeli olarak çekilme kararları son derece önemli. Arabella Advisors isimli araştırma ve danışmanlık firmasının Eylül 2015’te açıkladığı raporda, aralarında **Allianz**’ın da olduğu 43 ülkeden 436 kurumun, fosil yakıt

şirketlerinden yatırımlarını peyder pey çekeceğini açıklamalarını bir veri olarak hatırlatmakta fayda var. Görüldüğü gibi Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları Hedefi’ni hayata geçirebilmek her şeyden önce gereklilik halini almış durumda. İşbirliği ve kararlılıkla yapılacak olan çalışmalar ise Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları için belki de tek umudumuz... Hep “İyiliğin yanında” olma dileğiyle...



Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları için 7 Başlık

1 2030’a kadar herkesin yeterli, güvenli ve uygun fiyatlı konutlara ve temel hizmetlere erişiminin sağlanması ve geçekondu mahallelerinin iyileştirilmesi.

2 2030’a kadar özellikle kırılgan durumda olan insanların, kadınların, çocukların, engellilerin ve yaşlıların ihtiyaçlarına özel önem verilerek, yol güvenliğinin geliştirilmesi, özellikle toplu taşıma sisteminin geliştirilmesiyle herkesin güvenli, uygun fiyatlı, erişilebilir ve sürdürülebilir ulaşım sistemlerine erişiminin sağlanması.

3 2030’a kadar bütün ülkelerde kapsayıcı ve sürdürülebilir kentleşmenin geliştirilmesi ve katılımcı, entegre ve sürdürülebilir insan yerleşimlerinin planlanması ve yönetilmesi için kapasitenin güçlendirilmesi.

4 Dünyanın kültürel ve doğal mirasının korunması ve gözetilmesi çabalarının artırılması.

5 2030’a kadar yoksulların ve kırılgan durumdaki insanların korunması temel alınarak suyla ilgili afetleri de kapsayan afetler nedeniyle küresel GSYH ile ilgili doğrudan ekonomik kayıpların önemli oranda düşürülmesi ile ölümlerin ve

etkilenen insan sayısının önemli ölçüde azaltılması.

6 2030’a kadar hava kalitesine ve belediye atık yönetimi ve diğer atık yönetimlerine özel önem vererek kentlerin kişi başına düşen olumsuz çevresel etkilerinin azaltılması.

7 2030’a kadar özellikle kadınlar, çocuklar, yaşlılar ve engellilerin güvenli, kapsayıcı ve erişilebilir yeşil alanlara ve kamu alanlarına evrensel erişimlerinin güvence altına alınması.

Kaynak: <http://www.kureselhedefler.org/>

Daha İyi Bir Dünya İçin, Daha İyi Hikayeler...

Anlatacak bir hikayeniz, hikayemiz var mı? Yaratmak istediğimiz gelecek için doğru hikayeleri anlatıyor muyuz? Çevreyle ilgili en son ne zaman olumlu bir hikaye duydunuz? İnsanları olumlu hikayelerle mi harekete geçiririz, olumsuzlarla mı? Olumsuz hikayeler insanları karamsarlığa ve dolayısıyla apati durumuna mı sokuyor? İnsanlık hikayeler anlatarak birbiriyle ilişki kurdu, topluluklar yarattı, uygarlıklar kurdu... İşte bugün o "uygarlık" kendi hikayesinin tutsağı ve sıkıntılarını kendisine anlatacak, anlattıklarıyla sıkıntılarından kurtulacak, değişecek, dönüşecek içgörüyü kaybetmiş gibi. Dünya yeniden başa dönüyor, daha iyi bir yer olabilmek için masalcılara, hikaye anlatıcılara, destancılara, dengbejlere sığınıyor... Unutmayın ki iyi hikayeler, iyi dünyalar kurar her zaman...

 Barış DOĞRU



İllüstrasyonlar Gizem Güvendağ

Ilk ve en önemli soru: Anlatılacak bir hikayeniz, hikayemiz var mı? Hikayemiz yoksa, başa dönmeli ve biz en temelde nerede hata yaptık diye düşünmeliyiz, çünkü anlatılacak değerde bir mesel yoksa, durum gerçekten ciddi olmalı... Ve ikinci önemli soru: Yaratmak istediğimiz gelecek için doğru hikayeleri anlatıyor muyuz?

İnsanlık hikayeler anlatarak birbiriyle ilişki kurdu, topluluklar yarattı, uygarlıklar kurdu... İşte bugün o “uygarlık” kendi hikayesinin tutsağı ve sıkıntılarını kendisine anlatacak, anlattıklarıyla sıkıntılarını kurtulacak, değişecek, dönüşecek içgörüyü kaybetmiş gibi.

Sürdürülebilirlik deyince ilk akla gelen firmalardan biri olan ve “Bu ceketini satın almayın” ilanlarıyla ticaret anlayışını ters yüz etmeyi başaran spor malzemeleri üreticisi **Patagonia**’nın çevre konularıyla ilgili başkan yardımcısı, maceracı, dağcı Rick Ridgeway, “Odadaki Fil” metaforuyla, temel sorunlarımızın aslında hiç konuşulmadığını fark ettiği bir iş liderleri toplantısını tasvir ediyor bir konuşmasında. Ona göre sürdürülebilirlik hikayeleri, üç temel bileşenden birini paylaştığında güçlenir, anlam kazanır: **Kişiselleştirildiğinde, büyük resimle bağlantı kurduğunda ve pozitif bir gelecek tasavvuru resmettiğinde...**

Peki gezegenin o büyük çevresel ve toplumsal sorunlarını, bireyler ve kurumlar olarak nasıl kişiselleştireceğiz? Büyük resimle bağlantısını nasıl kuracağız ve pozitif bir gelecek tasavvuru resmetmesini nasıl sağlayacağız?

Anneler ve Temiz Hava

Amerikalı yazar ve editör **Dominique Browning**, Business for Social Responsibility (BSR) konferansında, Environmental Defense Fund (EDF) isimli bir çevre STK’sı ile birlikte “Mom’s Clean Air Force” (Annelerin Temiz Hava Gücü) çalışmasını duyurma çabası içinde, klasik bir çevre sitesinin ötesine geçmenin yollarını bulma hikayesini aktarmış. Çalışmada ana soruları şu olmuş: Her annenin çocuklarına, ailelerine ve yaşadığı topluluğa karşı duyduğu evrensel sevgiyi çevre hassasiyetleri ile nasıl birleştirebiliriz? Sürdürülebilirlik hikayelerini paylaşmada “sevgi” temasının kullanmanın önemini altını çizen Browning, “Yurttaş veya bir tüketici, sizin misyonunuzu ileriye taşıyacak bir sevgiyi hissetmeli. Bu, bir topluluk yaratmak ve insanların hikayenizle ilgilenmesi için anahtar unsurlardan biridir” diyor.

İrlanda’nın eski cumhurbaşkanlarından Mary Robinson da, bu fikrin kamusal düzeydeki önemli isimlerinden biri. Şimdilerde The Mary Robinson Foundation - Climate Justice isimli bir merkezde çalışmalarına devam eden Robinson, iklim değişikliği anlatılarının değiştirilmesi gerektiği üzerinde ısrarla duruyor. Bilim ve rakamlarla boğulan bu konunun aslında insanlarla, kalkınmayla ve insan haklarıyla ilişkilendirilmesi gerektiğini söyleyen Robinson, konuyu herkesin kişisel olarak ele almasını talep ediyor ve soruyor: “Düşük karbonlu bir geleceğe geçebilmek için siz ne yapabilirsiniz?”

Bu en önemli noktalardan biri herhalde. Hikayelerin dokunaklılığı ve anlamı, insanları ortak emeller çevresinde birleşmeye, bir topluluk oluşturmaya çağırarak için en ideal araçlardan biri.

Tüketicileri sürdürülebilir davranışlar hakkında eğitebilmek için hikaye anlatıcılığı iş dünyası için de önemli bir araç. eBay ve Patagonia’nın kurduğu “Common Threads” (Ortak Kıyafetler), şirketin kullanılmış ürünleri için yeni bir pazar yaratmayı hedefleyen bir çalışma. Worn Wear (Yıpranmış Giysiler) isimli blog aracılığıyla ikinci el kıyafetlere ilgiyi artırmaya çalışan Patagonia, okurların eski kıyafetlerinin maceralarını paylaşmalarını sağlamış. Sonuç enteresan: Bir yıl sonunda eBay, %25 daha fazla Patagonia ürünü sattıklarını açıklamış.

Peki sürdürülebilirlik, karmaşık verilerden, felaket senaryolarından, rakamlardan sıyrılıp nasıl “büyük resme” dahil olacak? “İyi anlatılmış bir hikaye, fark yaratır”. Bu bir motto. Ama asıl iş bu iyi anlatılmış hikayeye, iklim değişikliğinin, çevre sorunlarının ve sürdürülemez uygulamaların çözümlerinin sevgi, insanlık, spor, özgürlük ve iyi yurttaşlık gibi evrensel temalara ilişkilendirilebilmesi.

Tünelin Ucunda Işığın Görüyorum

Çok anlatılan bir hikayedir: Tünelin ucunda görülen çıkış ışığı mı, üzerinize gelen kamyonun farları mı? Çevreyle ilgili en son ne zaman olumlu bir hikaye duyduunuz? Bu noktada önümüze önemli bir meydan okuma çıkıyor: İnsanları olumlu hikayelerle mi harekete geçiririz, olumsuzlarla mı? Olumsuz hikayeler insanları karamsarlığa ve dolayısıyla apati durumuna mı sokuyor? Peki olumlu hikayeler, bir tür olumlayıcı kültür (*affirmative culture*) yaratmaz mı? Daha açık bir ifadeyle, olumlu hikayeler, insanları “hayali ilişkiler” dolayısıyla bir tür hayali doyuma ulaştırıp sorunları görmezden gelmesine neden olabilir mi? Bunun önüne koyacağımız engel ne olmalı? Sanırım bu engel, sorunları görmezden gelmek değil, sorunları bireylerin kendi eylemiyle, bir topluluk olarak hareket ettiğinde alt edebileceğini göstermekte; kendi hikayesini, o büyük hikayenin ayrılmaz bir parçası haline getirebileceğine inandırma gizli. Yani Hollywood filmlerine özgü, izleyiciyi kahramanla özdeşleştirip, hayali bir doyumla tatmin ve pasifize etmeden, hikayenin parçası olarak harekete geçirebilmek asıl mesele...

Dolayısıyla hayali sonlar değil, ucu açık bir yol haritası. Her şeyi bilen mükemmel kahramanlar değil, mütevazı ama etkili, dirençli ve kararlı “yolcular” bizim asıl kahramanlarımız...

Dosyamızın ilerleyen sayfalarında fikirlerini daha detaylı bulabileceğiniz, SEİBA Uluslararası Hikaye Anlatıcılığı Merkezi kurucularından Nazlı Çevik Azizi’ye verelim son söz:

“Öncelikle her iyi hikayenin bir kahramanı vardır. Kahraman, insanların yapmak isteyip de yapamadıklarını, özlemlerini ve hayallerini gerçekleştirebilen kişidir. Doğal ve doğaüstü güçlere sahiptir. Aslında her insanın içinde bir kahraman uyuklar. İyi hikayeler insanların içinde sessizce uyanmayı bekleyen bu kahramanı dürtür. Böylece insan hikayenin kahramanı ile birlikte kendi içindeki kahramana bağlanır. Modern zamanlarda herkes kendi hikayesinin kahramanı olmak istediğini çok iyi biliyor. Bana kalırsa, hikayelerin gücünü bundan dolayı yeniden hatırlar olduk.”

Dünya yeniden başa dönüyor, daha iyi bir yer olabilmek için masalcılara, hikaye anlatıcılara, destancılara, dengbejlere sığınıyor... İyi hikayeler, iyi dünyalar kurar her zaman...



İnsanlığın En Eski Dilinden Konuşun

İstanbul merkezli SEİBA-Uluslararası Hikâye Anlatıcılığı Merkezi'nin kurucularından, hikaye anlatıcısı, tiyatro ve dans pedagogu Nazlı Çevik Azazi, "Kurumlar hitap ettikleri kesime aslında insanlığın en eski dili olan hikayeler üzerinden seslenir. Hikayesi güçlü olan kurumlar uzun yıllar kendi sahnelerinde kalabilirler. Zayıf olanlar ise elenir" diyor.

 Nevra YARAÇ



Markaların, şirketlerin, STK'ların ve hükümetlerin etkili mesajlar verebilmek, fark yaratabilmek için hikaye anlatıcılığını kullanması neden önemlidir?

Saydığımız tüm birimler insanın modern yaşamda kurduğu kurumlar. Hem bu kurumların faaliyetlerini yürütenler hem de hitap ettikleri taraf ise insanlar. Dolayısıyla insanı merkeze alarak konuşmamıza devam etmemiz gerekir. İçinde bulunduğumuz dış dünyayı duyularımız aracılığıyla iç gerçekliğimize dönüştürürüz. Duyular dünyayı algılama aracıdır; birer kapı görevi görürler. Dış dediğimiz yerde iç kavramı da bize kendini hatırlatır. Dışımızda bir dünya varsa içimizde de vardır. İç dünyanın öğeleri dış dünyada var olanların bir "imge"sidir. Bu imgeler görüntüler, sesler, kokular, tatlar şeklinde içe tercüme edilir. Hepimizin içinde muazzam zengin bir imge kütüphanesi mevcuttur. Nasıl ki dış dünyada resimsel bir gerçeklik varsa, içte de öyle re-

simler görmeye başlarız. İnsanın öğrendiği ilk dil resim, yani **imge dilidir**. Çocuklara bakın, el kasları gelişmeye başladığı zaman bir kalem buldular hemen resim çizmeye başlarlar. Hepimizin bir zamanlar var olduğumuz halleri temsil eden çocuk, kendisini en güzel resimlerle ifade eder. Zamanla okuma yazma öğrenince, yazının hükümdarlığına gireriz ve öğrendiğimiz bu ilk efsunlu resim dilini unuturuz. Hikayeler bize unuttuğumuz bu dili hatırlatır. Beyindeki bu imgeler duygular, birtakım insan halleri ile harmanlanıp hafızamızın derinliklerinde gizlenmeye başladığı zaman da ortaya **simgeler** (semboller) çıkmaya başlar. Her simge aslında bir imgedir. Hepimiz sembollerin dilini çok iyi biliriz. Her gece rüyamızda sembolik görüntüler görürüz. İnsan ruhu bu şekilde kendisini bildirmek ve anlaşılmağa ister. Sembollerin ve imgelerin olduğu bir alanda hikayeler devreye girer. Nasıl ki ruhumuz bilincimiz tarafından anlaşılmağa

için her gece bize rüya anlatıyorsa insanlar da anlaşılmağa ve anlamak için hikayeler anlatmaya başlamışlardır.

Hikayeler söz ile anlatılır. Her sözcük aslında bir semboldür ve tıpkı bir kap gibi kendi manasını taşır. Özetle **insan söz aracılığı ile hikayeler anlatır**, çünkü anlam üretmek ister. Hikayeler bize insan yaşamında bu kadar çok etkili olan sembollerin dilini hatırlatır.

Her marka, şirket, STK veya hükümet de aslında insana bir vaatte bulunur. Kendisi ile birlikte olmasını istediği insanlara bir hayal sunar. Bu hayal, o kurumun kendi iç değerleri ile oluşturduğu anlamlar bütünüdür. Kısacası kurumun kendi hikayesidir. Bu şekilde kurumlar hitap ettikleri kesime aslında insanlığın en eski dili olan hikayeler üzerinden seslenir. Hikayesi güçlü olan kurumlar uzun yıllar kendi sahnelerinde kalabilirler. Zayıf olanlar ise elenir. Tıpkı sözlü gelenekte anlatılan masallar ve mitler gibi. Ağzından



ağıza kulaktan kulağa aktırılan bu hikayelerden ancak gerçekten çok güçlü olanlar hayatta kalıp günümüze kadar ulaşmıştır. Ve kalplerinde evrensel insanın temel ihtiyaçlarını ve hayallerini taşırlar. O zaman kurumlar da bu kadim yapıların deneyiminden çok şey öğrenebilir.

Hikaye anlatıcılığı iyi bir dünya kurmayı isteyen, bunun için çalışan insanlar ve kurumlar için neler vaat edebilir?

Aslında burada konuyu iki açıdan ele alsak çok daha anlaşılır olacak. Birincisi **hikayelerin**, ikincisi ise **anlatma sanatının gücü**. Bana sorarsanız bu iki öge birbirinden ayrılmayacak iki kavram. Bir madalyonun iki yüzü, bir varlığın iki veçhesi gibi. Hikayelerin, özellikle şifahi gelenek ürünleri olan masallar, meseller ve mitlerin kurumlara ve şahıslara verebileceği en güzel hediye "**kahraman arketipi**"dir. Bu evrensel bir semboldür. Kahraman kendi hikayesini yaşamak için yola koyulur. Bu yolculukta ona yardımcı olan rehberleri aracılığıyla yenmesi gereken güçlükleri yener ve böylece kahramanlığını ispat eder. Kahraman başına gelecek olaylardan dertlenmez, hep bir çıkış yolu arar, pes etmez. Kurumlar ve şahıslar da kendi varoluş süreçlerinde bu arketipal yapıdan çok şey öğrenebilirler diye düşünüyorum. Ünlü bir mit araştırmacısı olan **Joseph Cambell** kahraman mitosunu çok güzel anlatır.

Ayrıca hikayeler **mana taşıyıcıdır**. Anlatmak istedikleri manaları semboller aracılığı ile taşırlar. İnsan bir mana varlığıdır. Yaptığı her işte, kurduğu her yapıda hep bir anlam arayışına girer. **Bu anlamlar güçlü ise insan onlara bağlanır**. Kurumlar, insan için önemli olan varoluşsal anlamları şifahi gelenek ürünlerinin yardımıyla anlayabilir ve bu gücü kendi yapısal değerlerine entegre ederlerse çok daha güçlü yapılar haline gelebilirler. Şahıslar

da kendi yaşam yollarında kendileri ile bütünleşip, kendi hikayelerinin kahramanı olmak ve böylece daha tatminkâr bir hayat yaşamak istiyorlarsa kahramanlardan öğrenecekleri çok şey var.

Madalyonun öteki yüzünde anlatma sanatı var dedik. Kurum olarak veya kurum yöneticileri ve çalışanı olarak hitap ettiğiniz insanları etkilemek için çok güçlü hikayeleriniz olabilir. Bu beyninizin içinde yaratıcı bir aşamadan geçmiş ve kağıda dökülmüş bir süreçtir. Hazırlanan bu hikaye, yazının iki boyutlu mekanından kurtarılıp sözün varlığına büründürülmediği sürece etkisiz kalacaktır. Söz demek, yaşayan insanın nefesinden kopup gelen an-

"Her marka, şirket, STK veya hükümet de aslında insana bir vaatte bulunur. Kendisi ile birlikte olmasını istediği insanlara bir hayal sunar. Bu hayal, o kurumun kendi iç değerleri ile oluşturduğu anlamlar bütünüdür. Kısacası kurumun kendi hikyesidir"



lam demektir. Hakiki bir yerden gelen sözün dinleyicisini etkilememesi mümkün değildir. Bu konuda çok iddialı konuşabilirim. Bu, tüm insanlık tarihine ve kültür birikimine bakarak ortaya atılmış bir iddiadır. Ayrıca bir kişi anlatmak istediği bir içeriği sözlü olarak aktarmak istediğinde aslında hikaye anlatıyor demektir. O zaman anlatısını yazılı geleneğin kalıplarından çıkartıp sözlü geleneğin elbisesine büründürmesi gerekir. Ancak o zaman anlatma sanatından söz edebiliriz ve bu da bize insanlar arası gerçek iletişimi hatırlatır. Bu sahici buluşmalarda hem aktarılmak istenen anlamlar dinleyeninin beynine ve ruhuna kazınır, hem de insanlar arasında çok güçlü bağlar kurulur. Hikaye anlatıcılığı bilinen en eski **topluluk oluşturma** yöntemlerinden biridir. Hikayeler insanları belli değerler etrafında toplar ve birbirine bağlar. Kurumlar da bu güçlerden faydalanıp varlıklarını daha kalıcı ve etkili bir şekilde büründürebilirler. Aynı şekilde şahıslar da kendi içlerinde birbirinden kopuk birçok enerji merkezini veya potansiyel yetisini bir hikaye çatısı altında toplayıp, yani tüm bu güçleri birbirine bağlayıp çok daha güçlü bir varoluş sergileyebilirler.

İyi bir hikaye nasıl kurgulanmalı? Olmazsa olmazlar, kaçınılması gereken unsurlar nelerdir?

Öncelikle her iyi hikayenin bir **kahramanı** vardır. Kahraman, insanların yapmak isteyip de yapamadıklarını, özlemlerini ve hayallerini gerçekleştirebilen kişidir. Doğal ve doğaüstü güçlere sahiptir. **Aslında her insanın içinde bir kahraman uyuklar**. İyi hikayeler insanların içinde sessizce uyanmayı bekleyen bu kahramanı dürtür. Böylece insan hikayenin kahramanı ile birlikte kendi içindeki kahramana bağlanır. Modern zamanlarda herkes kendi hikyesinin kahramanı olmak istediğini çok iyi biliyor. Bana kalırsa



bundan dolayı hikayelerin gücünü yeniden hatırlar olduk.

İyi bir hikaye için kahramanın varlığı tek başına yeterli değildir elbette ki. Bu kahramanın baş etmesi gereken en az bir **zorluk** olması da çok önemlidir. Vermesi gereken bir sınav, atlatması gereken bir süreç... Kahraman sınavlardan geçmek için tüm güçlerini kullanır. Bu yolculuğunda ona yardımcı olan içsel ve dışsal rehberleri vardır. Gerçek bir kahraman gerektiğinde işlerin yolunda gitmediğini dile getirir ve yardım alması gerektiğini çok iyi bilir. Yaşanan onun macerasıdır ama bu macerayı tek başına yaşamaz.

Kahramanın karşı karşıya gelmesi gereken zorluklar, düşmanlar veya vermesi gereken sınavlar hikaye için ana çatışma unsurunu oluşturan öğelerdir. İyi bir hikayede mutlaka çatışma unsurları olmalıdır. Her şeyin doğru, düzgün, sevimli ve çatışmasız ilerlediği bir yapı iyi bir hikaye olamaz. İyi bir hikaye belirttiğim bu ana unsurları kendi içinde tümleyen yapıdır. Böylece insana ve kurumlara potansiyel enerjileri dışarı çıkarabilecek yolları gösterebilir.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, iklim değişikliği ve genel olarak dünyanın daha iyi bir yer haline gelmesi konusunda hikaye anlatıcılığının kullanımına dair örnekler nelerdir?

Dünyanın daha iyi bir yer haline gelebilmesi için önce şu çılgınca tüketme arzusunun vazgeçmemiz gerekiyor. Varlığımızı devam ettirecek şekilde daha iyi bir yaşam için bu kadar çok tüketmeye ihtiyacımız yok. Sistemin yarattığı bu ihtiyaç yanılmasından kurtulmak şart. Bunu yapamadıkça içinde yaşadığımız dünyaya, üzerinde yaşadığımız toprağa tüketilecek bir nesne gibi bakmaya ve yok oluncaya kadar onu tüketmeye devam edeceğiz. Bu çok acı. **Toprak acı çekiyor.** Tohumlar gerçek varlıklarını yitiriyor.



“Hikayeler insanları belli değerler etrafında toplar ve birbirine bağlar. Kurumlar da bu güçlerden faydalanıp varlıklarını daha kalıcı ve etkili bir şekle büründürebilirler”

Hikaye anlatıcılığını hatırladıkça ve hayata geçirmeye başladıkça insanın varoluşsal ihtiyaçlarına daha çok yaklaşıyoruz. Mutlu olmak için bu kadar çok şeye sahip olmamız gerektiğini idrak ediyoruz. Sözlü gelenek ürünleri olan masallar da tohumlar gibidir. Onlar anlatılmadıkça, tohumlar ekilmedikçe büyümmez. Tohumları oldukları gibi, atalarımızdan bize kalan haliyle korumak nasıl önemliyse masalların ve mitlerin de hakikatinden, yani sembolik derinliğinden koparılması gerektiği o kadar önemli. **Tohumun hakiki varlığını bozunca (GDO) nasıl ki birçok fiziksel hastalık baş gösteriyorsa, masalların ve mitlerin hakikatinden koparılması bence birçok ruhsal erozyona yol açabilir.**

Hem Türkiye’de hem dünyada bu gerçeklerin farkında olup canla başla çalışan şahıslar ve kurumlar var. Benim ilk aklıma gelen Türkiye’den **Buğday Derneği**. Hem tohumların bozulmamasına hem de masalların unutulmamasına önem veren bir kurum. Yurtdışından da ilk aklıma gelen severek takip ettiğim **Mary Alice** var. O bir hikaye aktivisti. Hikayelerin insan yaşamı ve dünyaya

etkileri üzerine çalışıyor. Bunların dışında şu anda aklıma gelmeyen birçok farklı şahıs ve kurum daha var. İyi ki de varlar...

Türkiye’den şirketlerin bu konuda talepleri oluyor mu? Genel olarak nasıl ihtiyaçlarla karşılaşıyorsunuz?

Evet, oluyor. Son yıllarda dünyada ve giderek artan bir şekilde Türkiye’de kurumlar hikaye anlatma geleneğinin gücünden faydalanmak istiyorlar. Benim de kurucularından birisi olduğum SEİBA Uluslararası Hikâye Anlatıcılığı Merkezi bünyesinde kurumların bu alandaki taleplerine karşılık vermek bizi çok mutlu ediyor. Biz önce kurumun ihtiyacını dinliyoruz. Her kurum farklı bir ihtiyaçla geliyor. Kurum etkinliği kimler için, neden bunu yapmak istiyor ve sonunda neyi hedefliyor? Bu sorularımızın cevabını aldıktan sonra onlara özel projeler tasarlıyoruz. Bu yaratıcı tasarım sürecinde büyük oranda hikaye anlatma sanatının metodlarından faydalanıyoruz. Sadece bununla da yetinmiyoruz; **dramaturji, performans, tiyatro ve dans pedagojisi** gibi diğer sanat dallarının güçlerini de süreçlere entegre etmeyi çok seviyoruz. Ekibimiz bu konuda zengin donanımlara sahip. Bazen kurumlar sadece eğitim talep ediyor veya hikaye anlatıcılığının ilham verici yönü hakkında konuşma yapmamızı istiyorlar. Bu tip taleplere de severek yanıt vermeye gayret ediyoruz.

“Yaratmak İstedığımız Gelecek İçin Doğru Hikayeleri Anlatıyor muyuz?”

ABD merkezli Get Storied, görmek istediğimiz gelecek için doğru hikayenin nasıl anlatılacağı konusunda şirketlere ve yöneticilere danışmanlık veriyor. 15 yıldır 30 binden fazla insana ulaşan şirketin kurucusu ve CEO’su **Michael Margolis** EKOIQ’ya yaptığı değerlendirmede hikaye anlatıcılığının önemini vurgulamak için “Platon bir zamanlar ‘Hikaye anlatanlar dünyayı yönetir’ demişti. Hızla ilerleyen bir yıkıcılığın tam ortasındayız, insanlığın geleceği muallakta. Peki yaratmak istediğimiz gelecek için doğru hikayeleri anlatıyor muyuz?” İyi hikayeler kurgulamak isteyenlere yanıtı yine kendisi veriyor: “Öncelikle bugün mümkün olan ile başlayın, gelecekte bize inanç verecek bir şeyle. Hayal gücünüzü harekete geçirecek büyük resmi görmemize yardımcı olun. Duygusal içeriği ortaya çıkarın. İnsanların istediği ve onları bu yolda gitmekten alıkoyan şeye ikileminin altında yatanı anlama arzusuna seslenin. Empati ya da ilişki kuramayan insanlar hikayenin dışında kalmayı tercih eder, ona ait olmadığını düşünür. Hikayenin doğru olduğuna, tarif ettiğiniz geleceğin mümkün olduğuna dair kanıtlar sunun. Olgular, veriler ve deliller... Bağlam ve duygular kanıttan önce gelir. Veri ile başlarsanız hikaye

doğmadan ölmüş olacaktır. Yani görene ve hissedene dek insanlara bir şey ifade etmeyecektir. Bizim ‘Undeniable Story’ çerçevemiz -yüksek önemdeki sunumlar için üç adımlı anlatı silsilesi- bu şekilde işliyor. Bunu Facebook, Greenpeace, Google, NASA ve Dalai Lama Fellows gibi çok sayıda kuruma verdiğimiz eğitimlerde anlatıyoruz.”

İyi bir hikaye için mutlaka kaçınılması gereken nokta ise şöyle Margolis’e göre: “Değişim katalizörlerinin çoğu Kahraman/Kurban/Kötü adam hikayesi anlatır. Bu da Kazanan/Kaybeden/Kaybeden anlamına gelir. Kim kurban ya da kötü adam rolünü üstlenmek ister ki? Bu nedenle ‘bizler onlara karşı’ temalı, karşıtlık ve bölünmeye dayalı dil kullanmanın ötesine geçen yeni türden anlatılara ihtiyacımız var”.

Margolis, **Believe Me: A Storytelling Manifesto for Change-Makers and Innovators** (İnan Bana: Fark Yaratanlar ve İnovasyoncular için Hikaye Anlatıcılığı Manifestosu) ile iş dünyasında hikaye anlatıcılığının potansiyelinin ve geçerliliğinin yeniden tanımlanmasına yardımcı oluyor. Kitaptan beş satır başı:

- İnsanlar aslında ürün, hizmet ya da fikir satın almazlar. Satın aldıkları ona iliştilenmiş olan hikayedir.
- Markanız sadece bir isimden, logodan



ya da slogandan ötesidir; insanların sizin hakkınızda anlattığı hikayelerdir.

- Hikayenizi kendi gerçeği olarak kabul eden insanların sayısı arttıkça hikayenizin gücü de katlanarak artar.

- Bir kültürü tanımak istiyorsanız hikayelerini dinleyin. Kültürü değiştirmek istiyorsanız, hikayeleri değiştirin.

- Hikayeler anlatarak öncülük eden liderler, diğerlerinin takipçi olmasına değil öncülük etmesine izin verir.

“Dünyayı Değiştiren bir Hikaye Nasıl Anlatılır” konulu 10 video

www.getstoried.com/worldchanging/ adresine kayıt olduğunuz takdirde, 10 gün boyunca e-postanıza gönderiliyor.

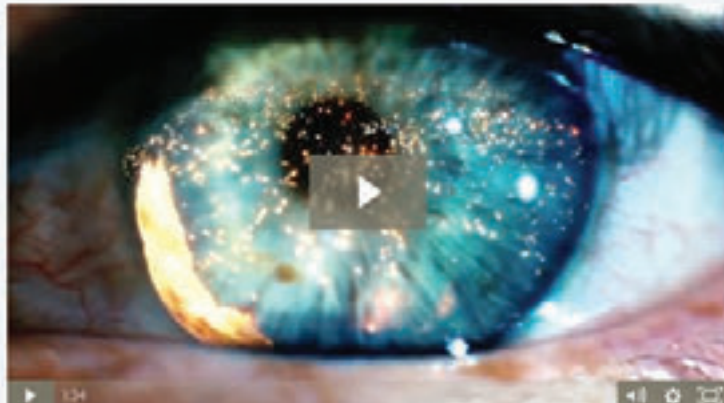
HOW TO TELL A WORLD-CHANGING STORY

Brought to you by:

View the 10-Part Video Series:

How to Tell a World-Changing Story

Start Watching





İklim Değişikliği: Herkesin Hikayesi

1996 yılında kurulan ve 2001 yılından beri de sosyal fayda iletişimi üzerine uzmanlaşan iletişim tasarımı ajansı Myra'nın Başkanı, Kültür Üniversitesi Öğretim Üyesi Rauf Kösem, "Tehditkâr olmayan ve insanların günlük yaşamları ile bağdaştırabilecekleri bir hikaye dili ve buna uygun bir görsel atmosfer, insanların meseleye sahip çıkmasını sağlamakta çok daha başarılı olabilir" diyor.

 Rauf KÖSEMEN, Damla ÖZLÜER



Hikayeler, bilgi aktarımında sosyal bir bağlam kurmanın aracı. Hikaye anlatıcılığı da çok eskiden beri değerleri ve kültürel normları aktarmak için kullanılıyor. Çünkü bilgiyi/mesajı bir kahraman ve etrafındaki olaylarla birlikte aktardığımızda sosyal bir çerçeve içine oturtmuş oluyorsunuz. Bu, öğrenmeyi/algılamayı çok hızlandırıyor. İnsan zihninin çalışma biçimi de uyumlu, çünkü insan bilgisi hikaye kurgusu üzerine kurulu. Zihnimiz, anlamak, hatırlamak ve hikayelendirmek için gerekli bilişsel donanıma sahip.

İnsanlar bireysel olarak da, sosyal olarak da hikaye anlatan organizmalar. Hikayeler, öyküsel düşünen insan zihnini yansıtıyor, olguları bir hikaye içinde hatırlamaya yatkın. Tüm bunlar, bir sosyal fayda kampanyası bağlamı içinde düşünüldüğünde bulunmaz faydalar.

İkna süreci algılama ile başlıyor. Algı ve anlamın aşamaları, iletişim kitaplarında, "Dikkat > Anlama

> Kabul > Zihinde tutma > Eylem" şeklinde sıralanır. Oysa tüm bu süreçler maruz kalan insanın "seçimiyle" gerçekleşir. Bu yüzden biz Myra olarak bu akışı "**Seçici maruz kalma > Seçici dikkat > Seçici algılama > Seçici akılda tutma > Seçici eylem**" şeklinde okumayı tercih ediyoruz. Burada maruz kaldığımız şey aslında bir hikayedir ve o hikayenin ilgi çekiciliği bu "seçim"de özel bir rol oynar. İyi bir hikayenin öncesi, sonrası, bugüne dair referansları ve yarına dair vaat ya da umutları vardır.

Kendi Hikayemiz...

Vikipedi, "Hikaye anlatıcılığı olayları ve imgeleri 'parlatarak' aktarmaktır" diyor. Evrensel olarak tüm insan topluluklarında ve neredeyse tüm zamanlarda eğlence, eğitim, kültürü muhafaza ve değerler sisteminin yaygınlaştırması için kullanıldı. Dar anlamıyla sözlü geleneği daha geniş anlamıyla ise günümüz iletişim mecralarında kullanılan öykü-

lendirme tekniklerini ifade ediyor. Aslında dikkatimizi çeken, algılayıp akılda tuttuğumuz ve bizi eyleme geçiren şey ise hem proje ya da davanın hikayesi, hem de hikayeye katkı yapma, içine kendi hikayemizi katma şansı. Dinleyenler hikayelerle sadece bağ kurmazlar, onlara katılırlar da. Bir projenin ya da meselenin içinde kendimizi ne kadar çok bulursak, o kadar kolay destek veririz.

Bizce sosyal fayda iletişiminde hikaye, ona maruz kalanda şu soruları/duyguları oluşturmali.

Mesel: Çözümü beklenen şey/sorun ne?

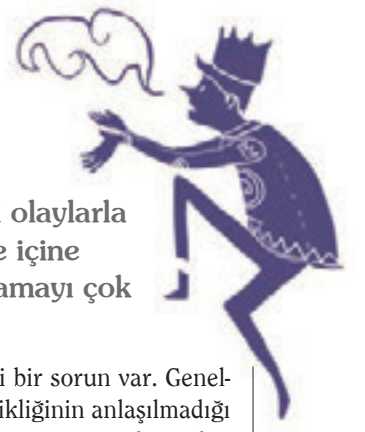
Kıssa: Ben niye bu hikayeyi dinliyorum/niye bu meselle ilgiliyim?

Aktörler: Dostlar, düşmanlar, biz, siz, o ve başkaları arasındaki yerim ne?

Hedef: Ne/nasıl/ne zaman yapılmalı?

Görev: Bu hikayede üzerime düşen görev nedir?

Aslında her zaman, hikayenin ana



gövdesi, yan temaları, içinde yer alan karakterler ve vermeyi istediği mesaj bir bütün olarak ele alınır. Bir hikaye oluştururken bileşenlerin içinden mesajı zedeleyebilecek olanlar temizlenir. Toplumla, hedef kitlemizle konuşmamızın önünü açabilecek olanlar ise güçlendirilir.

Bilimsel Verinin Günlük Hayata Tercümesi

İklim değişikliği ile ilgili son dönemlerin en kritik tartışmalarından biri bu “meselenin” iletişiminin bir türlü yapılamaması üzerine. Bu gerçek bir iletişim sorunu, yani bir “hüsnü kuruntu” değil. İklim değişikliği dediğimizde temel mesele, bilimsel verilerin gündelik hayata tercüme edilmesi ihtiyacı. Ancak bu

“Bilgiyi/mesajı bir kahraman ve etrafındaki olaylarla birlikte aktardığınızda sosyal bir çerçeve içine oturtmuş oluyorsunuz. Bu, öğrenmeyi/algılamayı çok hızlandırıyor”

veri meselesi kritik. Çünkü iklim değişikliğine karşı harekete geçilmesini engelleyen taraflar, tam da bu noktada “suyu bulandırıyor.” Kamuoyu verilerden oluşan bir yığın altında bırakıldığı için sapla samanı ayırmak iyice zorlaşıyor. Böylelikle iklim değişikliği, “**sıradan insanın havalasının almayacağı**”, bir tür doğal felaket ve çok uzak gelecekte, hiç tanımadığımız, hayali bir insanlar topluluğunun başına gelecek bir **senaryo** gibi algılanıyor. Toplumların iklim değişikliğini nasıl algıladığına yönelik araştırmalar gösteriyor

ki ortada ciddi bir sorun var. Genelde iklim değişikliğinin anlaşılmadığı düşünülüyor. Oysa mesele anlatmakta değil davranış değişikliği yaratabilecek iletişimi kurgulamakta. Dünya nüfusunun %5’ini oluşturmaya rağmen toplam karbondioksit salımının %25’ini gerçekleştiren ABD’de yapılan bir araştırmaya göre, ABD vatandaşlarının %92’si küresel ısınmadan haberdar, %61’i bunun gerçek olduğu konusunda bilim insanlarının hemfikir olduğunu düşünüyor ve %76’sı meselenin çok ciddi bir sorun olduğuna katılıyor. Ancak soru değişip, şu anda ülkeyi tehdit eden en önemli çevre sorunlarını listelemeleri istendiğinde, küresel ısınma 16. sırada yer alıyor. Kaliforniya Üniversitesi’nden **Susanne Moser** bu konuda iletişimcilerin karşılaştıkları güçlükleri şöyle sıralamış:

- İklim değişikliğinin sebeplerinin açıkça anlatılamaması, insan faktörünün net olarak görülebilmesi.
- Uzun vadeli etki yüzünden **aciliyet hissinin oluşmaması** ve insanların şu anda deneyimledikleri etkilerin hissedilebilirliği.
- Harekete geçme sonunda vaat edilen “hazzın” soyut olması.
- Karmaşa ve kararsızlık.
- Harekete geçme konusunda yeterli uyarın olmaması, idrak eksikliği ve ilgi yoksunluğu.

Daha İyi Bir Sosyal Fayda İletişimi

Myra, “Daha iyi bir sosyal fayda iletişimi için” iki yolla katkı veriyor. Birincisi bu alandaki teorik birikimin oluşmasına kaynaklık etmek ve gelişmesinin önünü açmak. Myra’nın öncülüğünde yapılan Hemzemin, Türkiye’nin ilk uluslararası sosyal fayda iletişimi konferansı.

Hemzemin, üç yıldır onlarca konuşmacı, yüzlerce konuk ağırlamış ve bu alandaki uluslararası deneyimi Türkiye ile buluşturmuş durumda.

Her hafta Salı günleri Açık Radyo’da canlı olarak yayınlanan Hemzemin Radyo ise şu ana kadar 100’ü aşkın programı dinleyiciyle buluşturdu. Hemzemin Radyo, dünyadan ve Türkiye’den örneklerin konuşulduğu,

çeşitli alanlardan uzmanların konuk olduğu ve sosyal fayda iletişimini mercek altına alan bir program. Çok yakında Hemzemin Platform’un konferans ve radyo programlarıyla oluşturduğu birikim kitaplar halinde yayınlanmaya başlanacak.

Myra’nın ikinci katkısı ise “yapmak”. 16 yıldır sosyal fayda iletişimi üzerine çalışan Myra, bu alanda Çocuk Gelinler’den İnsani Güvenlik kampanyalarına, toplumsal cinsiyet eşitliğinden iklim değişikliğine hemen her başlıkta iş üretmiş durumda. Myra, sosyal fayda iletişimi alanında pek benzeri olmayan bir bu deneyimi Türkiye’deki iyi örnekleri artırabilmek için kullanıyor.



“Mesajınızı Şimdi Önemli Kılın”

İklim değişikliğinin iletişimi öylesine yakıcı bir başlık ki, birçok üniversite bu alana özel çalışmalar yapan bölümler kuruyor. Örneğin Yale Üniversitesi’nin İklim Değişikliği İletişimi adlı projesinin temel misyonu, daha etkin kampanyalar yapabilmeleri için eğitimcileri ve iletişimcileri bilgi ve araştırma-



larla desteklemek. George Mason Üniversitesi'nin İklim Değişikliği İletişimi Merkezi 2010 yılından beri onlarca araştırma yayımladı. Columbia Üniversitesi bilimciler, gazeteciler, eğitimciler, siyasetçiler ve ilgili tüm diğer kesimler için "İklim Değişikliği İletişimi'nin Psikolojisi" adında bir rehber hazırladı (Rehberin tamamına internet üzerinden de ulaşılabilir). Rehber baktığımızda aslında dünyanın bu alandaki ilk "küresel kampanyası"ndan bahsettiğini görüyoruz. **Hedef kitlemiz "herkes"!**

Rehberin ilk önerilerden biri "**Mesajımızı eve taşıyın, yerel bir çerçeveye kurun**". İkinci önemli öneri ise "**Mesajımızı şimdi önemli kılın. Gelecek yerine bugüne yönelik bir çerçeve çizin**". Diğer pek çok öneri arasından önemli olanlarından biri de "**Duygu sömürsü yapmamaya dikkat edin!**".

Aslında içinde bulunduğumuz durum, insan zihninin çalışma biçimi ve uzun yıllardır içinde yaşadığımız tüketim odaklı sistemin kazandırdığı alışkanlıklar ile de ilgili. Riskin analitik algısı ile ilgili çoğu yerleşik teori, insanların risk algısının ve karar alma süreçlerinin bilinçli, rasyonel bir süreç olduğunu, önlerindeki riskli durumu analiz ettiğini, kendi için en iyi sonucu verecek biçimde hareket ettiğini varsıyor. Ancak araştırmalar (ve elbette hayat) gösteriyor ki bu analitik süreç irrasyonel de olsa duygulardan etkileniyor. Örneğin, kişinin o anda gördüğü kampanya posterindeki görselle ilgili duygusu, belli başlı bazı nesne veya fikirlere olan önyargısı gibi... Belli ki iklim değişikliğini bir veri iletişimi ile anlatamıyoruz. Bu da insanlarla mutlaka duygusal bir bağ kurmamız gerektiğini gösteriyor.

Mevcut durumda, bu duygusal bağın kurulduğu pek çok örnekte "**korlu iletişimi**" temel alınıyor. **Saffron O'Neill** ve **Sophie Nicholson-Cole**'un yaptıkları bir



"Saffron O'Neill ve Sophie Nicholson-Cole'un yaptıkları bir araştırma, iklim değişikliğini korku verici bir dil ve ikonografi ile anlatan kampanyaların dikkat çektiğini, ama gerçek bir kişisel sorumluluk duygusu uyandırma motivasyonunu oluşturmakta zayıf kaldığını gösteriyor"

araştırma, iklim değişikliğini korku verici bir dil ve ikonografi ile anlatan kampanyaların dikkat çektiğini, ama gerçek bir kişisel sorumluluk duygusu uyandırma motivasyonunu oluşturmakta zayıf kaldığını gösteriyor. Tehditkâr olmayan ve insanların günlük yaşamları ile bağdaştırabilecekleri bir hikaye dili ve buna uygun bir görsel atmosfer, insanların meseleye sahip çıkmasını sağlamakta çok daha başarılı olabilir. İşte "**hikaye etme**" ve "**anlatıcılık**" tam da burada devreye giriyor. Bu devasa soruna günlük hayattaki pek çok temas noktamızı görülebilir hale getirmek için en önemli iletişim aracımız "hikaye etme".

Toplumsal Fayda Hikayesiz Olmaz

Eğer toplumsal fayda için çalışıyor ve destek bekliyorsanız ya bir hikayeniz olmalı ya da eyleminizle bir hikaye yaratmalısınız. Çünkü:

- Hikayeniz yoksa sizi dinlemezler.
- Sizi dinlemezlerse anlamazlar.
- Sizi anlamazlarsa destek ol(a)mazlar.

Sözü Yukarıdan Değil Aşağıdan Söylemek

2015 yılında bizim de üyesi olduğumuz Avrupa çapında sosyal fayda iletişimi ajanslarını bir araya getiren DNS Network, Türkiye dahil yedi ülkede bir iklim değişikliği kampanyası başlattı. "İklim Kuşaklarıyız" diyen bu kampanya için yedi ülkede yedi fotoğrafçı yedi ailenin üç kuşağını fotoğrafladı. Aynı anda bu ailelerle röportajlar da yapıldı ve öyküleri dinlendi. İklim değişikliğinin etkilerini yaşayan bu üç kuşağın bir arada olduğu ve "Bizler son kuşaklarız. Bizler iklim değişikliğini durdurmak zorunda olan kuşağız" dedikleri kampanya çerçevesinde, dileyen herkes aile resimlerini çekerek kendi mesajlarını ilettikleri posterler tasarlayabildiler. Kampanya Paris'teki COP21 Konferansı sırasında eşzamanlı olarak yedi ülkede açılan sergilerle başlatıldı.

Buradaki kritik nokta, iklim değişikliği üzerine "yukarıdan söz söyleyen" kampanya alışkanlığını bırakıp doğrudan bu değişikliğin yükünü yaşayan insanlara söz verilmesiydi. Yayılabilmesi için kurgulanan sistem de herkesi kendi hikayesini anlatmaya çağırıyordu. Böylelikle sadece kurgulanan bir hikaye değil, insanların kendi hikayeleriyle hep büyüyen bir öykü anlatılabildi. İnsanlar bağ kurabilecekleri, kahramanı olabilecekleri bir öykü gördüler. Ve bu öyküye gönüllü olarak katıldılar. Belki de en iyi hikayelerin sırrı burada. İnsanların özdeşleşebileceği, bitmeyen, yeniden üretilebilen, dışı bir kurgu yaratılmakta.

Hayallere de, gerçeklere de Açık Radyo.



Yeni sezon programı
Don Kışot'ta açılıyor.

—“Açık Radyo.”
94.9



Sayılar Yerine İnsan Hikayeleri

Sivil toplum kuruluşlarının kapasite, kaynak ve iletişim alanlarında gelişimlerini olumlu yönde etkilemek, buna bir katkı sunabilmek amacıyla “birlikte geliştirelim” sloganıyla hayata geçen Pikan Ajans’ın kurucularından Pınar İlkiz, “Daha akılda kalıcı ve etkileyici çözümler istiyorsanız insanlara sadece sayılardan ve madde madde bilgilerden oluşan bir basın bülteni yerine bir hikaye verin” diyor. İlkiz, örnekleriyle, bu hikayelerin hangi araçlarla nasıl kurgulanması gerektiğini anlatıyor.

 Nevrâ YARAÇ



BM'nin Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, iklim değişikliği ve genel olarak dünyanın daha iyi bir yer haline gelmesi konusunda markaların, şirketlerin, STK'ların ve hükümetlerin etkili mesajlar verebilmek, fark yaratabilmek için hikaye anlatıcılığını kullanması neden önemlidir?

İklim değişikliği konusunda sayılar ve veriler insanların hayatına değmediği sürece bir yansıma bulmuyor. Ki aslında bunu iklim değişikliği ile sınırlamamak lazım, bütün konular için geçerli bu durum. Ne zaman ki tahribatın boyutları sayılar yerine canlıların yaşam alanlarının maruz kaldığı yıkım üzerinden anlatılıyor, insanlar yaşayabilecekleri ya da yaklaşmakta olan kötü senaryolarla biraz daha gerçekçi bir şekilde yüzleşiyor.

Diğer yandan da hikaye anlatmak insanların dikkatini çekmek için en etkili yol. Zaten halihazırda bildikleri şeylere inanmaları da, yeni bir bilgiyi alıp sindirmeleri de hikayeden aldıkları motivasyon ile gerçekleşiyor. Daha akılda kalıcı ve etkileyici çözümler istiyorsanız insanlara sadece sayılardan ve madde madde bilgilerden oluşan bir basın bülteni yerine bir hikaye verin. Son dönem-

de zaten en çok karşı çıkılan şey **sayısız insan hikayesinin rakamlara indirgeniyor olması.**

Bir petrol firmasının faaliyet gösterdiği bir bölgedeki halkın yaşam alanlarını tahrip etmesine dair bir hikaye ile aynı firmanın yarattığı yıkıma dair sayıların etkisi arasında fark olacaktır. O sayının neye tekabül ettiğine dair size bir bilgi sağlanmış olsa bile sayıları okuyup geçebilirsiniz. Ama babasının geçim kaynakları elinden alındığı için Ayşe adlı bir kız çocuğunun okula gidemiyor olmasından, annesi hastalandığında hastaneye gidecekleri yolun artık kullanılamaz hale gelmiş olmasına kadar birçok hikayeyi bu sayılardan öğrenemezsiniz. Eğer bir petrol kuyusu yaşam alanlarını tahrip ettiyse bunun ikincil, hatta üçüncül hasarları olacaktır. Hikayelerin bunca önemli olması benim açımdan bu ikincil/üçüncül hasarları da bütün çıplaklığıyla gözler önüne serbilmesinden kaynaklanıyor.

Sosyal fayda yaratacak/artıracak hikayeler nasıl kurgulanmalıdır? Hangi araçlar kullanılmalıdır?

Bütün dünyanın eksenini dijitalle kaydırдыğını düşünürsek bu soruya cevabım da “İnternet temelli her

türlü araç olabilir” olacaktır. Sanırım önce araçlardan bahsetmek gerek. Çünkü global köy kavramını ortaya atan Marshall McLuhan’ın da dediği gibi “*The medium is the message*”, yani serbest bir çeviri ile, mesajınızı yayınlamak için seçtiğiniz araç aslında mesajın kendisidir (Konuyu merak edenler Ünsal Os-kay çevirisi ile **Yaradığımız Medya** isimli kitaba bakabilir). Aktarmak istediğiniz hikayeyi bir **internet sitesi** kurup orada arşiv gibi mi sunmak istiyorsunuz? **Spanchat**’te 10 saniyede kaybolan akar/sabit görüntü olarak mı servis etmek istiyorsunuz? **Facebook**’ta bir sayfa mı açacaksınız, yoksa **Instagram**’da mı paylaşacaksınız? Ya da 140 karakterlik **Twitter**’da derdinizi kısacık anlatıp geçecek misiniz? Bütün bu sorular sizin hikayenizin doğası ile ilgili. Bununla beraber unutulmaması gereken nokta ise sosyal medya platformlarının zaman içinde kendini lağvetmesi, başka bir platform tarafından satın alınması ya da doğasının değişmesi. Bu durumda anlattığınız hikaye değerinden bir şey kaybedecek mi? Ya da internetin tozlu me-gabaytlarının arasına mı gömülecek? Ya da o zamana kadar hangi yeni platformlarla tanışmış olacağız?

Hikayelerin kurgulanmasında ilk dikkat edilecek nokta insanların **arama motoru motivasyonları** olmalı. Arama motorlarına sorulan sorular, hikayenizde nasıl bir yol izleyeceğinizi de belirler. Twitter'da diğer takipçilerin sizi ekledikleri listelerin, insanların sizi nerelerde ve kimlerle birlikte konumlandığına dair bir fikir vermesi gibi. Bu ikisine ek olarak **sosyal dinleme** sadece şirketlerin değil, sivil toplum kuruluşlarının (STK) da yapması gereken bir şey. İnsanlar sosyal mecralarda size dair neler söyledi? Sizinle ilgili ne düşünüyorlar? Sizin içeriklerinize yaptıkları yorumlar bile sizin stratejinize, yaratacağınız hikayeye yön verecektir.

Bütün bunları masaya koyduğunuz zaman önünüzde nasıl bir yol izleyeceğiniz ve yönteminize dair bir harita belirmiş olacak. Geri kalanında daha fazla ilgi çekmek adına hikayenize konu edindiğiniz **mağdur daha da mağdur etmeden**, kişilik haklarına saygı duyarak, kimliğine dair onu tehlikeli/zor bir duruma düşürecek işalardan kaçınarak ve en önemlisi eğer gerçek bir bireyin hikayesini yazıyorsanız ondan izin alarak hikayelerinizi oluşturabilirsiniz.

Pikan Ajans bu alana nasıl bir katkı sunuyor?

Biz Pikan'ı bir sivil toplum ajansı olarak kurarken hedefimiz, sivil toplum alanında sahip olduğumuz bilgi birikimini yeniden sivil topluma kazandırmaktı. Ortağım Erkan Demir kaynak geliştirme alanında uzman ve benden çok daha eskiye dayanan bir sivil toplum tecrübesi mevcut. Ben ise masanın hem basın tarafında hem de sivil toplum alanında, iletişim tarafında tecrübeye sahibim. Buna ek olarak aynı zamanda uzun yıllardır sivil topluma dijital kampanyacılık, kaynak geliştirme ve sosyal medya araçları konusunda eğitim verdiğimiz için, bizimki biraz



"Hayata Destek Derneği'nin 'Bu İş Çocuk Oyunağı Değil' projesi için 20 Kasım Çocuk Hakları Günü'nde bir 'Anlatım Bozukluğu' serisi hazırladık. Çocukların, eğitimden sağlığa kadar birçok hakkına erişemediği bilinen bir gerçek. Düz bir cümle ile bunu anlatmak yerine bu çocuklar için küçük karşılaşma hikayeleri yazmak istedik"

da ihtiyacı yerinde analiz etme şansını yakalamaktı.

STK'ların iletişimlerini yürütürken sayıların basın bültenlerindeki gücüne inansak da mesela instagram gibi daha çok insan hikayelerinin ilgi gördüğü platformlarda anlatacak bir hikayemizin olması gerektiğini biliyorduk. Kurumların aslında kuruluşlarından bu yana kendi hikayelerini yazdıklarına inanıyoruz. Biz sadece hikayelerini dinleyicilere ulaştırırlarken detayda boğulmalarını engelleyici yollar sunuyoruz.

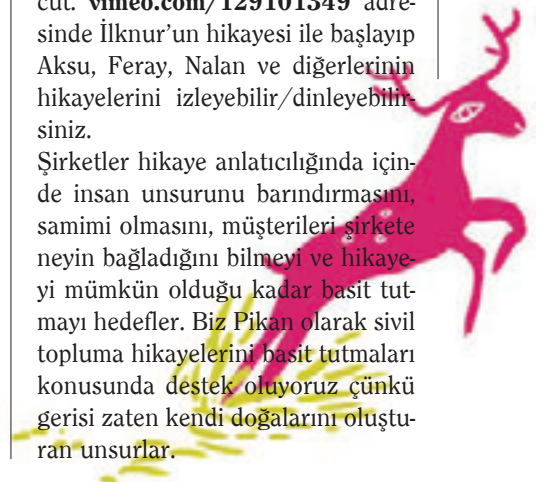
Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nde üç, dört ve beşinci hedeflere bakacak olursak mesela **Hayata Destek Derneği'nin "Bu İş Çocuk Oyunağı Değil"** projesi için 20 Kasım Çocuk Hakları Günü'nde bir "Anlatım Bozukluğu" serisi hazırladık. Çocukların eğitimden sağlığa kadar birçok hakkına erişemediği bilinen bir gerçek. Düz bir cümle ile bunu anlatmak yerine, bu çocuklar için küçük karşılaşma hikayeleri yazmak istedik. Birkaç cümle ile anlatabilece-

ğimiz ve sosyal adaletsizliğin cümle içinde "anlatım bozukluğu" olarak tezahür ettiği hikayeler...

İyi hikayelerin yarattığı etki bakımından Türkiye ve dünyadan birkaç iyi örnek verebilir misiniz?

Şirketler açısından bakacak olursak benim örneğim aslında şirketin kendisi tarafından dikkate alınmamış bir örnek. Eugen Merher'in Adidas için hazırladığı "**Break Free**" videosu. Sivil toplum alanında ise **Uluslararası Af Örgütü İngiltere Şubesi'nin** hazırladığı **www.360syria.com** örneği oldukça etkili. Suriye'de yaşanan olayların kilometrelerce uzakdaki insanlara dokunabilmesi için sanal gerçekliği kullandılar. Kaynak geliştirme ekipleri sanal gerçeklik gözlüklerini sahadaki yüz yüze çalışmalarında kullanarak, insanlara neyi değiştirmek için desteklerini istediklerini birinci elden aktarmışlardı. Türkiye'den örneklerde ise Ashoka Türkiye Fellow'larının hikayeleri buna bir örnek olabilir (**www.youtube.com/user/Ashokavideos** adresinden hem tüm videolara hem de Türkiye'den seçilen sosyal girişimcilerin videolarına erişebilirsiniz). Sosyal girişimciliğin insanların hayatlarında yarattığı değişimlere çok güzel örnekler mevcut. Kadın hareketi içinde de **Kadın Koalisyonu'nun** yaptığı dijital hikaye anlatıcılığı videoları örneği mevcut. **vimeo.com/129101349** adresinde İlknur'un hikayesi ile başlayıp Aksu, Feray, Nalan ve diğerlerinin hikayelerini izleyebilir/dinleyebilirsiniz.

Şirketler hikaye anlatıcılığında içinde insan unsurunu barındırmasını, samimi olmasını, müşterileri şirkete neyin bağladığını bilmeyi ve hikayeyi mümkün olduğu kadar basit tutmayı hedefler. Biz Pikan olarak sivil topluma hikayelerini basit tutmaları konusunda destek oluyoruz çünkü gerisi zaten kendi doğalarını oluşturan unsurlar.





“Ticaret, İyilik için Bir Güç Olmalıdır”

Söz hikayesi olan markalardan açılınca The Body Shop'dan sözetmemek olmaz. Şirketin kurucusu, 2007 yılında kaybettiğimiz Dame Anita Roddick, hiç kuşkusuz bu hikayenin tohumlarını atarak, güzellik endüstrisinde son derece önemli bir değişime imza atmıştı. Aradan geçen 30 yılda bu tohumların nasıl yeşerdiğini, nerelerden nerelere geldiğini The Body Shop Uluslararası Sosyal Sorumluluk ve Kampanyalar Direktörü Christopher Davis'ten dinledik...

 Barış DOĞRU



The Body Shop kurucusu Dame Anita Roddick'in 1987 yılında başlattığı “Community Trade” (Yerel Ticaret) programı hakkında bilgi verir misiniz? Güzellik endüstrisinde bir ilk sayılan programın 30 yıllık gelişimini nasıl yorumlarsınız?

İnsanları güçlendirmeye inancı yüksek olan The Body Shop'ın kurucusu Dame Anita Roddick, gelişmekte olan topluluklara bağışta bulunmaktansa gelişimi teşvik etmenin bir yolu olarak 1987 yılında “Yardım Değil Ticaret” sloganıyla Community Trade (Yerel Ticaret) Programı'nı kurdu. Bu program bugün markamızın temelini oluşturuyor. Dünyanın dört bir tarafındaki topluluklara adil ve sürdürülebilir bir gelir sağlayarak geleneksel mahsul ve çiftçilik yöntemlerini korurken, yüksek oranda gübre veya böcek ilacı kullanan, düşük ücretlerle istihdam edilen, statüko karşısında zorluk yaşayan çiftçiliğin sürdürülebilirliğini destekliyoruz.

Program, 30 yıldır unutulmuş toplulukların gelişimine yardımcı oluyor ve doğal yaşam alanının zarar görebileceği veya kötü çalışma koşullarına yol açabilecek, sürdürülemez uygulamalara karşı mücadele ediyor. Program önemli oranda büyüdü ve

bugün, ürünlerimizde en az bir Yerel Ticaret içeriği yer alıyor.

Yerel Ticaret Programı dünyanın neresinde mevcut ve topluluklar programdan nasıl faydalanıyor? Hedef nedir?

Yerel Ticaret, 30 yıldan bu yana güzellik sektöründe en güçlü adil ticaret programı. 2017 yılının sonunda, 22 ülkeden 30 tedarikçi topluluğuna ait olmak üzere, 23 adet Yerel Ticaret içerik ve aksesuar tedarik ediyor olacağız.

Enrich Not Exploit (Değer Kat, Tüketme) sözümüzün bir parçası olarak, 2020'ye kadar programdaki ürün sayısını iki katına çıkararak 19'dan 40'a yükseltmeyi hedefliyoruz. Bu amaca ulaşmak için de çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

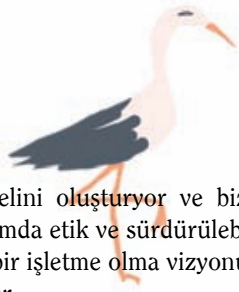
Bu yıl dört yeni Yerel Ticaret içeriğini ürünlerimize ekledik. 2017 yılında ürünlerimizde İspanya'nın Alicante bölgesinden badem yağı, Ekvador'dan muz püresi, İngiltere'nin Herefordshire kentinden gül özü ve Hindistan'dan mango tohumu yağı da kullanılacak.

The Body Shop olarak, dünya çapında 20 bin üreticiyle çalışıyoruz ve tedarikçilerimizle gerçekleştirdiğimiz işbirlikleriyle gurur duyuyoruz. Kendilerine adil fiyatlar ödeyip,

fiyat güvencesi sağlarken, uzun vadeli ilişkiler kurarak uluslararası pazara erişim olanağı sunuyoruz. Ayrıca program, aileler ve topluluklar üzerinde hayat değiştiren bir etkiye sahip. The Body Shop, Yerel Ticaret'in bir parçası olarak ihtiyaç sahibi topluluklara sosyal sorumluluk çerçevesinde sağlık bakım merkezleri, su kaynakları ve hijyen merkezlerinin yanı sıra 25 binin üzerinde öğrenciye eğitim veren 50 okul dahil olmak üzere birçok önemli tesis yaptı. Yerel Ticaret ile ayrıca 8000 hektar yağmur ormanının korunmasına da yardımcı olduk. Program, ticaretin toplumlar üzerinde sahip olabileceği gerçek gücü ortaya koyuyor.

Roddick, attığı bu tohumlarla devrimci bir hikaye yaratmıştır diyebiliriz. Bu hikaye bugün nasıl devam ediyor? Bir insanın kişisel bakım ve sağlığı ile dünyanın sürdürülebilirliğini birleştirmeyi nasıl başarıyorsunuz?

Ticaret, iyilik için bir güç olmalıdır felsefesi, bugün hâlâ The Body Shop'ın temelini oluşturuyor. Yeni bir küresel sosyal sorumluluk stratejisi olarak Enrich Not Exploit (Değer Kat, Tüketme) sözümüz, şirketin faaliyetlerinin bütün boyut-



larının temelini oluşturuyor ve bizi gerçek anlamda etik ve sürdürülebilir küresel bir işletme olma vizyonumuza taşıyor.

Bizim için gerçek anlamda sürdürülebilir olmak, işletmemizi gezegenimizin doğal sistemleri ve süreçleriyle uyumlu bir biçimde faaliyet yürütecek tarzda şekillendirerek hepimizin sürdürülebilir bir biçimde güzelleşmesi için gerekli koşulları yaratacak sürekli bir yenilenme ve yeniden yapılanmaya olanak sağlamaktır. Bir başka deyişle, işletmemizin, hem olumlu hem de olumsuz anlamda, dünya üzerindeki varlığımıza nasıl katkı sunduğunu anlamak demektir.

Roddick şöyle diyor: “Eğer bir et-kide bulunamayacak kadar küçük olduğunu düşünüyorsan, odada bir sivrisinek varken yatağa girmeyi dene”. Bu muhteşem söz üzerine bir yorumda bulunur musunuz?

The Body Shop, etik işletme öncüsü ve değişimin kuvvetli bir gücü



“Basmakalıp bir ‘güzellik’ anlayışını reddediyoruz. Farklı kültürlerde ‘güzelliğin’ pek çok farklı yorumu vardır ve biz bu çeşitliliğe saygı duyuyoruz ve kulluyoruz”



“Community Trade (Yerel Ticaret) Programı, 30 yıldır unutulmuş toplulukların gelişimine yardımcı oluyor ve doğal yaşam alanının zarar görebileceği veya kötü çalışma koşullarına yol açabilecek, sürdürülemez uygulamalara karşı mücadele ediyor.

olarak faaliyetlerine devam etmesini sağlayan değerleri, köklerini Anita'nın sözlerine dayandırıyor. Kurulduğumuz günden bu yana, hayvan deneyleri, aile içi şiddet ve insan kaçakçılığına karşı mücadele gibi konulara karşı tutkulu bir biçimde kampanyalar yürüterek mevcut kanunların ve yaşamların değişmesine katkıda bulunuyoruz. Mağazalarımızı ve ürünlerimizi her zaman çevre ve insan haklarını anlatmak için kullanıyoruz ve gerek çalışanlarımızı gerekse de müşterilerimizi aksiyon almaya teşvik ederek önemli sonuçlar elde ediyoruz. Biyo-köprü programımız, bir insanın değişime nasıl katkıda bulunabileceğinin kanıtıdır. Kampanya boyunca, sadece bir The Body Shop ürünü almak 1 metrekarelik yaşam alanını ve biyoçeşitliliğini yeniden canlandırabilir ve koruyabilir. Markamızın ürünlerini tercih eden müşterilerimiz sayesinde Biyo-köprü projemizle şimdiye kadar 17,2

milyon metrekare yaşam alanını yeniden canlandırdık ve koruduk.

Bir makalede, “The Body Shop’ın dönüm noktası, 1997 yılında yayımlanan bir reklamda yer alan Ruby karakteridir” deniyor. Anti-Barbie temalı bir slogan olarak, reklamda: “Üç milyar kadın süpermodele benzemezken, yalnızca sekiz kadın benzer” ifadesi yer alıyor. The Body Shop, “güzellik” kavramını nasıl tanımlıyor?

“Ruby” kampanyamız, özsaygıyı ve güzellik sektöründeki birçok klişeyi teşvik etmek üzere tasarlanmıştı. The Body Shop olarak güzelliğin özgüven, canlılık ve kişinin ışığı ile ilgili olduğuna inanıyoruz. Felsefemiz, gerçek güzelliğin kişinin kendi içinde olduğudur. Basmakalıp bir “güzellik” anlayışını reddediyoruz. Farklı kültürlerde “güzelliğin” pek çok farklı yorumu vardır ve biz bu çeşitliliğe saygı duyuyoruz ve kutluyoruz.



Bizim Büyük Hikayelerimiz: Sosyal Medyanın Dönüşümü ve Anıdalığın Baskısı

İyi bir hikaye nasıl olmalı? Dijital araçlar iyi hikayeler kurgulamada neler vaat ediyor? “Eğer hikayeniz içinde bulunduğu kültürü iyi özümsemiş, o kültür kodlarına göre düzenlenmiş, içinde bu kültürde yaşayan hedef kitlenin anlamlandırabileceği sembolik öğelerle kurgulanmış değilse, akar gider. Yok olur” diyor PAKT insight+imagination kurucusu, Kadir Has Üniversitesi öğretim üyesi Serdar Paktin. Ve yazısında “makbul” hikayenin nasıl olması gerektiği ile teknolojinin buna nasıl katkı yapabileceğini anlatıyor.

 Serdar PAKTİN

Bir furya almış başını gidiyor tüm dünyada: Hikaye anlatıcılığı (*storytelling*). Herkes bir ucundan tutuyor veya tutmak istiyor. Hikaye ve masallarla büyüyen eski nesil bu kavramdan başka bir şey anlarken, çizgi filmlerle büyüyen bir sonraki nesil başka, internetle büyüyen nesil ise bambaşka bir şey anlıyor ve hepsinin bir diğerinden farklı beklentileri var. İletişimciler de bu nesiller arası anlayış farkıyla boğuşarak bir şeyler ortaya koymaya çalışıyorlar. Yine hemen her konuda olduğu gibi Türkiye, hikaye anlatıcılığı trendiyle ilgili olarak, kopyacılıktan, başkalarının yaptığı modelleri tekrar etmekten, yenilikçi bir şey yapmaktan korkmaktan ve bilgi sahibi olmadan fikir sahibi olmaktan öteye gidemiyor. En başından söyleyeyim, hikaye anlatıcılığı denen olgu, yeni bir şey değil. Binlerce yıldır insanlık tarihine yön veren ve insanların birbirlerini eğitmelerini, duygularını anlamalarını ve birbirleriyle empati kurmalarını, ortaya çıkan mesajların ise insan ruhunun derinliklerine kadar anlaşılmasını sağlayan bir yöntem. Yeni olan şey ise, dünyanın bilgi aktarımı prensiplerini pozitivizmin

buyrukları peşinde, salt verilere, bilgiye ve doğrudan anlatıma odaklı olarak uygulamış olmalarının etkisinden kurtulup bu yöntemin insanı daha çok etkileyen bir yöntem olduğunu -yeniden- keşfetmiş olmaları. Böyle olunca da pazarlamadan inovasyona, girişimcilikten sivil topluma kadar herkes bu “yeni” yöntemin peşinde koşmaya başlıyor. İşte burada insanların karıştırdıkları önemli bir nokta var: Kimse size bir hikayeyi nasıl anlatacağımızı doğrudan gösteremez. Hikayecilik bir tekniktir, her ne kadar duygulara ve ruha hitap ediyorsa da bir matematiksel formülü vardır; belli bir yapısı, kurgusu ve içinde belli başlı karakterler, hareketler vardır. İşte, hikaye anlatıcılığı ve dijital evren bu noktada önemli hale geliyor ve sizin faydalanabileceğiniz katkılar “Ben bir hikayeyi dijital evrende nasıl anlamlı olacak şekilde kurgularım; dijital dünyanın dinamiklerine ve eylemlerine nasıl adapte ederim” olmalı! Bir hikayeyi dijital evrene aktarmak için üç önemli düstur var: **Etkileşim**, **Diyalog** ve **Deneyim**. Benim hikayem bunları sağlıyor mu, diye bir bakın. Sağlamıyorsa, insanlar da sahiplenmiyor demektir.



Hayatımızın Hikayesi

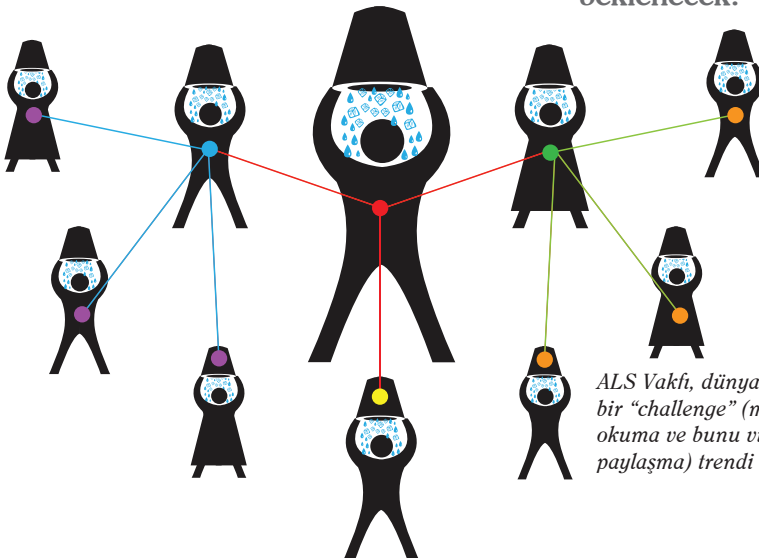
Gelelim konumuza: Bundan 10 yıl önce, **Justin.tv** kurucusu Justin Kan, o zamanlar birkaç yıldır yükselmekte olan trendin isim babalığını yaptı: **Lifecasting** (hayat yayını). Bu terim yerine, daha öncesinde **"lifelogging"** (hayat bloğu) veya **"life streaming"** (hayat akışı) gibi terimler kullanılıyordu. Bugün **"v-logging"** (video blog) olarak geçen terimin biraz öncülü diyebiliriz. Gerçi, **v-logging** herhangi bir şey hakkında olabilir ama **lifecasting** insanların kendi hayatlarından kesitleri (Biri Bizi Gözetliyor programı tarzında) yansıtmak, onların yaşadıkları anlara, durumlara şahit olmak amacıyla yapılıyordu. Bu terimlerin kullanıldığı zamanlarda, çok popüler, hayatlarının her anı merak edilen bazı blogger'lar veya bugün bizim hayatımızda **"influencer"** (kanaat önderi) diye tabir edilen blogger'lığın temellerini atanlar, çok teknolojik ve pahalı birtakım araçlar yardımıyla, hayatlarının hemen her anını yayınlamaya ve bu akışı, tıpkı bir **"reality şov"** gibi izleyicilerine yansıtmaya başladılar.

Bu dönemde, Facebook'un yeni yeni Amerika dışına çıkmaya başladığını ve henüz iPhone'un icat olmakla piyasaya sürülmek arasında kaldığı zamanlar olduğunu unutmamalıyım. iPhone, 29 Haziran 2007'de piyasaya

sürüldü. Dolayısıyla, o zamanların blogger'ları yayın yapacak araçlara yatırım yapmak zorundalardı: Bir kamera, yerinden yayın yapabilen bir sunucu, anında video düzenlemek vb. için donanımlı (o zamanlar 2,5-3 kg civarındaydı) bir laptop, mikrofon gibi bir sürü teçhizata ihtiyaçları vardı. Kısacası, hayatımızın hikayelerini paylaşmak, bundan 10 yıl önce henüz cepte taşınacak kadar kolay bir iş değildi, çok zorlu bir süreçti ve sadece belli insanlar **"hayatlarının hikayelerini"** paylaşıbiliyorlardı.

Sonra, Facebook Amerika dışına açıldı (26 Eylül 2006), iPhone çıktı ve her şey değişmeye başladı. Bu akışın sonraki kısmına dahil olduğunuz için durumları biliyorsunuz. Tüm o süreçleri hep birlikte yaşadık: Canlı yayımlar, protestoların yayınlanması, haritalama çalışmaları, vatandaş haberciliği, online kampanyacılık, Instagram,

Çoklu duyuşsal deneyim; eğer hâlâ duymadıysanız, bundan sonra çok duyacağınız bir terim. Hikayelerinizin çoklu duyuşsal olarak belli kokuları, sesleri, tatları ve benzerlerini hatırlatması veya onu doğrudan hissettirmesi gibi şeyleri de yapabilmesi beklenecik.



ALS Vakfı, dünya çapında bir "challenge" (meydan okuma ve bunu video ile paylaşma) trendi oluşturdu.

Snapchat, AR, VR ve daha niceleri... Şimdi iletişim alanı iyice karıştı. **Sosyal medyanın** yükselişiyle, bireyin kitle iletişimi alanında aktif hale gelmeye başlaması, iletişimin tek yönlü olmaktan çıkışı...

Derken son birkaç yıldır yaşadığımız duruma gelelim. Sosyal medya kullanımını ve bu kullanım çerçevesinde insanların "hayatlarını ve hikayelerini paylaşma yaklaşımları" da son birkaç yıl içinde -tekrar- radikal biçimde değişti. Daha önceki dönemde (yani Snapchat, InstaStories, vb. öncesi) anlık paylaşım kültürüne tam adapte olunamamıştı. Paylaşılan fotoğraflar, videolar, önemli anlara dair, daha seçilerek, üzerinde filtrelerle, diğer seçenekleriyle uygulanarak (yani anında değil, üzerinde biraz çalıştıktan sonra) paylaşılıyordu.

Kısacası, **anlık paylaşım** dediğimiz şey, son zamanlara gelene kadar, çok da "anlık" değildi. Instagram, bir yerden sonra **"instant"** (anında) olmaktan çok "güzel fotoğraflar albümü"ne dönüşme eğilimine girdi. İşte, Snapchat ve onunla rekabet etmeye çalışan InstaStories burada önem kazanıyor ve yıllar önce Facebook'un yaptığına benzer bir değişimi hayatımıza sokuyordu. Anında -gerçekten tam o anda yapılan- paylaşımlar fotoğraf albümünde olduğu gibi (fotoğraf albümü = önemli anlar = hep anlarımızda saklayalım) saklamaya yönelik değil, bir süreliğine görünüp ardından yok olmaya yönelik şeyleri de, yani hayatımızın tüm aleladeliliği ve sadeliğiyle paylaşabilmemize imkan sağlamaya başladı.

Bu da insanların, hayatın her anını yansıtabilmeye ve kendi hayatlarını hikayeleştirmelerine imkan sağladı. Artık, akıllı telefonu ve internet bağlantısı olan herkes başı başına bir hikaye olmaya başladı. İnsan, yürüyen hayvan olmaktan, yürüyen müşteriye, yürüyen hikaye anlatıcısına ve daha pek çok şeye dönüştü. Şu anda, birçok kurum (özellikle



Sosyal fayda alanındaki çabanın çoğu ya karar vericilerin, ya kamuoyunun ya da bireylerin düşünce yapılarını, karar verme modellerini, harekete geçme motivasyonlarını etkilemek ve/veya değiştirmeye yönelik. Bu noktada da, yenilikçi iletişime ve hikaye anlatıcılığına büyük rol düşüyor, çünkü binyıllardan beri masallar, efsaneler, hikayelerle insanlık birbirini etkiledi, değiştirdi veya ikna etti.

reklam yasağına takılanlar) bu kişisel hikayeler üzerinden kendilerine “brand ambassador” (marka elçisi) seçiyor. Kanaat önderleri cephesinde ise, bu tarz hikaye anlatıcılığı meziyetleri olanlar, kendi hayatlarına -tabiri caizse- ürün yerleştirme yapan insanlar, 10 yıl önce “lifecasting” adı altında sadece bazı kişilerin yapabildiği şeyi, büyük bir kolaylıkla yapıyorlar.

Dolayısıyla, hikayeler bizim elimizdeki ekranlardan, monitörlerden takip ettiğimiz bir şey olmaktan çıkıp, hayata karışmaya başladı. Böylece, ekranlar hikayeleri bize yansıtan değil, bizim hikayelerimizi yansıttığımız arayüzlere dönüşüyordu. Bu noktada, hikaye anlatıcılığı dediğimiz mefhumu insanlığın gelişimiyle beraber kattığı şeylerin ortaya çıktığını görür hale geldik. İnsanlar duymaları ve duygular arasındaki bağı-tekerrar- keşfettiler. Ve her konuda olduğu gibi, ilk önce bunu pazarlamaya yansıtılar. Hikayeler, deneyimlenen şeylere dönüştü.

Kültürel Kodlar

Ancak bu noktada hikayeciliğin en önemli kısmı atlanıyor. İyi bir hikaye ortaya koyabilmeniz için ne hangi teknolojiyi kullandığımız, ne bunu hangi stratejiyle yaydığımız, ne de ne kadar güzel bir hikaye oluşturduğunuz fark eder. Eğer hikayeniz, içinde bulunduğu kültürü iyi özümsemiş, o kültür kodlarına göre düzenlenmiş, içinde bu kültürde yaşayan hedef kitlenin anlamlandırabileceği sembolik öğelerle kurgulanmış değilse, akar gider. Yok olur.

Politik evrende de bunu çok net gö-

rebiliyoruz; bir tarafta halka tanındık gelen bir retorik ve kültür kodu evreni var -ve her ne kadar insanlara ters gelecek şeyler söylüyor olsa da- insanlar, “olsun ama o da bizden biri” diyerek söylenenleri kabullenebiliyor. Bu noktada hedef kitlenizi, onların yaşam tarzını ve karakterini ve bu çerçeve içindeki kültür kodlarını iyi analiz etmezseniz, hikayeniz “yabancı film” tadı vermekten kurtulamaz, içselleştirilemez ve bir deneyime dönüşemez. Bu dönemde, sosyal medyanın etkileşimle harekete geçen algoritmaları içinde, bu tarz bir şey kimseye görünmeden akar gider. Yok olur.

Bu yaklaşım, hikaye anlatıcılığı, kampanyacılık, pazarlama iletişimi ve proje stratejileri gibi alanlarda projelerin dayanak noktalarını ve ne kadar başarılı olup olamayacaklarını belirleyen temel unsurlardan biridir. Dünyanın en büyük ve/veya en vizyoner markaları ve kurumları, yeni ürün geliştirirken, bir ürünün hangi pazarlarda nasıl iletişimi kuracağını belirlerken veya markasını yerleştirirken, bu konularda mutlaka “kültürel içgörü ve göstergebilim (semiyotik)” danışmanlığı alır.

Biz de **PAKT insight+imagination** olarak, sosyal fayda alanındaki aktörlere, markalara ve kurumlara, başta Türkiye olmak üzere tüm Ortadoğu ve Avrasya Bölgesi'ndeki pazarları kapsayan bir “kültürel içgörü” danışmanlığı veriyoruz. Bu, kimi zaman onların hazırladıkları hikayelerin bizim toplumumuzda anlamlı olup olmayacağı konusunda fikir vermek olabilir; kimi zaman belli bir pazardaki belli bir kitlenin

kültürel kodlarının incelenmesi veya yapılacak olan bir kampanya konusunda hedef kitleyi en etkili biçimde harekete geçirecek mesajın bulunması olabilir. Yani, kendimizi kısaca isimlendirdiğimiz şekliyle söyleyeyim; **biz anlamlandırıcıyız: yaşanacak deneyim ve anlamlar üretiyoruz.** Neticede, kültürel kodların iyi incelenmesi, bir hikayenin “dinlenen bir şey” olmaktan çıkıp, “deneyimlenen bir şey” olmasını sağlayan başlıca faktörlerden biridir.

Çoklu Duyusal Deneyim

Deneyimlenen şeyler için ise en önemli noktalardan biri **duyusal etkileşimdir**. Duyusal etkileşim derken, iletişimde kullandığımız başlıca duymaları olan görme ve işitmenin ötesine geçmek gerekiyor. Bu nedenle **koku, tat, dokunma** duymaları da iletişim evrenimize hızla girmeye ve bunların teknoloji yardımıyla sanal olarak veya doğrudan uygulanması (ve sonra bunların teknoloji yardımıyla paylaşılması) yoluyla **çoklu duyusal deneyim (multisensory experience)** dediğimiz şey ortaya çıkmaya başladı. Çoklu duyusal deneyim, eğer hâlâ duymadıysanız, bundan sonra çok duyacağınız bir terim. Hikayelerinizin çoklu duyusal olarak belli kokuları, sesleri, tatları ve benzerlerini hatırlatması veya onu doğrudan hissettirmesi gibi şeyleri de yapabilmesi beklenecek.

Diğer yanda işin teknolojik gelişimi yer alıyor. Hikayelerin unutulmuş anlam ve öneminin tekrar hatırlanmasıyla beraber teknolojik gelişim de bu yöne meyletmeye başladı. VR gözlüklerle üç boyuttan öte, sanki oradaymışsın hissi yaratan anlatı mekanizmaları kurulurken, Artırılmış Gerçeklik (AR) ile akıllı cihazların perspektifinden bakarak etrafımızda farklı şeyler görebilmeye başladık. Bunların yanında Snapchat, AR mefhumunu, sahip olduğu yüz değiştirme filtreleriyle genç kızlarımızın hepsini fino kö-

peklerine dönüştürerek hayatımıza soktu. Facebook ve Instagram, eğer hâlâ Snapchat'i alt edip rekabetten düşüremediyse, o filtreler sayesinde diyebiliriz. (Facebook hâlâ o filtrelerin sırrını çözemedi galiba.)

Bu tarz yenilikler ve gelişimler, içinde yaşadığımız ekonomik sistemlerin yapısı gereği daha ticari ve ekonomik olarak güçlü marka ve kurumların sahiplendiği, öncelikli olarak gelişimine dahil olduğu şeyler oluyor. Bu nedenle, ancak çok vizyoner ve belli oranda güç sahibi kurumlar bu gibi teknikleri ve trendleri **sosyal fayda alanına** taşıyabiliyorlar. Geriye kalan sosyal fayda aktörleri çok üstünkörü (mevcut kapasitenin el verdiği kadar) veya bilinçsizce ("haydi hikaye anlatıcılığı yapalım") uyguluyorlar.

Bu trendlerin, özellikle Türkiye'de, sosyal fayda alanında gelişmesi, hakim trendlerin taklit edilmesi yoluyla oluyor; yükselen trendlerden faydalanma veya trend oluşturma bu anlamda epey zayıf. Trend oluşturma derken ne kastediyorum? Örneğin, **ALS Vakfı**, dünya çapında hem kendi kampanyası hem de kampanya stratejisi olarak belirlediği yöntem çerçevesinde bir "**challenge**" (meydan okuma ve bunu video ile paylaşma) trendi oluşturdu. Sonraki yıl dünyada her sosyal fayda kurumu "Biz de böyle bir şey istiyoruz" diye ortalıkta dolaştı.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

Sosyal fayda alanının temel prensiplerini ve çerçevesini belirleyen ana aktörler son yıllarda bazı konular üzerinde hemfikir oldular. Hemfikir oldukları konuları **Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri** adı altında birleştirerek, tüm dünyadaki sosyal fayda aktörlerinin faaliyet alanlarını belirleyecek bir kılavuz niteliğinde 17 temel hedef altında 169 alt başlık ortaya çıkardılar. Sosyal fayda alanında bulunan her kurum veya



"Kız çocuklarının eğitimi önemlidir" demem ve bu konuda akademik bir makale yazmam ile Malala Yousafzai'nin hikayesini anlatmam ve bu önermeyi o hikayeden sonra yapmam arasında büyük bir empati ve duygusal anlayış farkı olacaktır.

birey bu hedefler konusunda bir seferberliğe dahil olmuş durumda.

Bu seferberliğin en büyük kısmı iletişimden geçiyor, zira bu sosyal fayda alanındaki çabanın çoğu ya karar vericilerin ya kamuoyunun ya da bireylerin düşünce yapılarını, karar verme modellerini, harekete geçme motivasyonlarını etkilemek ve/veya değiştirmeye yönelik. Bunu da ancak, iletişim ve uygulama yoluyla yapabiliriz. Bu noktada, yenilikçi iletişime ve hikaye anlatıcılığına büyük rol düşüyor, çünkü binyıllardan beri masallar, efsaneler, hikayelerle insanlık birbirini etkiledi, değiştirdi veya ikna etti. Ve hikayeler, bir insanın bir mesajı anlaması için etkili yöntem olarak kabul ediliyor.

Hatta, dahasını da söyleyeyim: The New School for Social Research'ten

(benim de okulum) **David Comer Kidd** ve **Emanuele Castano**'nun Psikoloji Bölümü'nde yaptığı bir araştırma ve deney sonucunda, "Kurgusal hikayeler ve romanlar okuyan insanların karşısındaki insanın duygularını anlama ve onunla empati kurma konusunda okumayanlara kıyasla daha başarılı oldukları" ortaya çıkmış. Bu noktada, hikayelerimizin kurgu veya gerçek hayattan olması fark etmez ama empati için hikayecilik en etkili yöntemdir diyebiliriz. "Kız çocuklarının eğitimi önemlidir" demem ve bu konuda akademik bir makale yazmam ile **Malala Yousafzai**'nin hikayesini anlatmam ve bu önermeyi o hikayeden sonra yapmam arasında büyük bir empati ve duygusal anlayış farkı olacaktır.

Hikaye anlatıcılığı ve teknoloji bir araya gelince harikalar yaratılabilir. Ama bu, vizyonunuz, ne kadar derine inebildiğiniz, kültür dinamiklerini ne kadar iyi okuyabildiğiniz ile alakalıdır. Teknoloji geliyor ama diğer yandan en güvenilir en çok tercih edilen hikaye anlatım aracı hâlâ, en eski ve en yalın olanı: **e-posta** veya **e-bülten**. Ama burada da halen anlaşılmayan bir konu var: e-bülten atmak, e-bülten ile hikayelerinizi anlatmak demek, "Değerli destekçimiz, işte bunlar da bu ayki haberlerimiz" diyerek 48 tane haberi alt alta dizmek değildir. Hikayenin anlamlı olabilmesi için kişisel, duygusal, belli bir akışa sahip ve en önemlisi, o hikayenin sonucunda vermek istediği bir mesajı olması gerekir. Makbulü de budur.

Ama biz büyük cümleler kurup, küçük işlerde bile içselleştirmeden üstünkörü iş yaparsak, oradan hikaye de çıkmaz, doğru düzgün iletişim de. Hele ki sosyal fayda alanında iletişim konusu savsaklamaya gelmez; en çok yatırım yapılması gereken alan budur. Mevcut sosyal fayda alanında o vizyon henüz yok, bunun bir ihtiyaç olduğunun bile farkında değil çoğu... ○



İlham Veren, Harekete Geçiren Hikayeler

Storytelling Academy Kurucusu, Hikaye Anlatıcısı ve Tasarımcısı Eda Bayraktar, “İster iletişim kurmak, ister ürün-hizmetinizi pazarlamak, ister ikna etmek, ister girişiminize kaynak yaratmak, amacınız her ne olursa olsun insanları harekete geçiren etkileyici bir hikâye anlatabilmeniz gerekiyor” diyor. Bayraktar, özellikle sosyal alanda etkiyi artırmak için iyi hikayelerin nasıl kurgulanması gerektiğine dair deneyimlerini paylaşıyor.

 Eda BAYRAKTAR

Günümüzde her an milyonlarca veriye maruz kalıyoruz. Her yer data, her yer bilgi. Etrafımızda hızla akan bir sistem var. Bununla birlikte odaklanma sürelerimiz kısa, zamanlarımız kısıtlı. Bu kadar çok verinin içinden artık ayırışan, anlamlı, dikkat çeken bilgilere tutunuyoruz, onları hatırd tutuyoruz. İnsanların ilgisini çekmenin gittikçe zorlaştığı günümüzde, onlara farklı şeyler sunmamız gerekiyor. Bu noktada hikayeler bilgiyi anlamlı, hatırlanabilir, ilginç hale getiren, insanları etkileyen önemli bir araç olarak karşımıza çıkıyor. Hollywood’un en ünlü senarist danışmanlarından **Robert McKee**, “**Zihnimizin dili, öykü dilidir**” diyor. Hikayeler; kendimizi, başkalarını ve dünyayı anlama şeklimiz. Dolayısıyla hikayenin gücünden



Charity: Water’ın “Born in September” adlı kampanyası.

faydalanmamız, bizi diğer tüm araçlardan bir adım öteye taşıyor. Hikayelerin gücünden iletişim, eğitim, reklam, pazarlama, girişimcilik, sağlık, eğlence gibi pek çok farklı alan yararlanıyor. İster iletişim kurmak, ister ürün-hizmetinizi pazarlamak, ister ikna etmek, ister girişiminize kaynak yaratmak, amacınız her ne olursa olsun insanları harekete geçiren etkileyici bir hikâye anlatabilmeniz gerekiyor. Günümüzde Hikâye Anlatıcısı/Storyteller dünyanın büyük şirketlerince meslek dalı haline getirilmeye başlandı. SAP, Nike, Microsoft gibi dünyaca ünlü firmalarda **Chief Storyteller** pozisyonlarının açılması, alanın artan önemini de gözler önüne seriyor.

Sivil Alanda Etkiyi Artırmak

Sivil çalışmalarda ses duyurmak, vermek istediğiniz mesajı etkili bir şekilde karşı tarafa iletmek, gönüllü yönetimi yapabilmek, gönüllüleri harekete geçirmeye teşvik etmek, kurum amaçlarını şeffaflık ve güven içinde aktarabilmek alanın önemli ihtiyaçlarıdır.

Hikayeler de bu noktada devreye giriyor; etkili bir iletişim ve bağ kurmamızı sağlıyor, ikna edebiliyor, etkiliyor, ilham veriyor ve tüm bunların yanında en önemlisi duygularımıza dokunarak harekete geçmemizi sağlayabiliyor. Bu açıdan sosyal

fayda yaratmak ve sosyal etkilerini yaygınlaştırmak için çalışan kişi ve kurumlar hikayeler aracılığıyla daha fazla kişiye ulaşma fırsatını yakalamış ve etkilerini artırmış oluyor. Dünyada sosyal fayda odaklı iletişim alanında uzmanlaşmış kişi ve kurumlar var. Bunu en iyi yapanlardan biri 2006 yılında kurulan, gelişmekte olan ülkelerdeki insanlara temiz ve güvenilir su hizmeti sağlayan “**Charity: Water**” adında bir sivil toplum kuruluşu. Bu kuruluşun daha fazla insana ulaşmak ve bağış toplamak için 2009 yılında yaptığı “**Born in September**” adlı kampanyası çok ses getirdi, çünkü insanları harekete geçirecek etkili bir hikaye anlatıyordu. Türkiye’den ise “**Sabancı Vakfı Fark Yaratıcılar Programı**” da bu işi yıllardır çok iyi yapan örneklerden. Türkiye’de toplumsal gelişmeye katkıda bulunanların hikayelerini ve çalışmalarını görünür kılarak ilham verici örnekleri paylaşıyor.

Storytelling Kanvas ile Üç Aşamada Hikayeleştirme

Storytelling Academy/Hikâyeleştirme Akademisi olarak, hikâyelerin farklı sektörlerdeki kullanım alanlarına üzerine çalışıyor; kişi ve kurumlara özel eğitim ve hikaye tasarımları sunuyoruz. Şirketler, STK’lar, girişimciler, eğitimciler, yaratıcı sektör



Günümüzde Hikâye Anlatıcısı/Storyteller dünyanın büyük şirketlerince meslek dalı haline getirilmeye başlandı. SAP, Nike, Microsoft gibi dünyaca ünlü firmalarda Chief Storyteller pozisyonlarının açılması, alanın artan önemini gözler önüne seriyor.

çalışanlarına yönelik eğitim programlarımız var.

Eğitim programları sonunda:

- Girişimciler kendi girişim hikayelerini, ürün/hizmetlerini nasıl hikayeleştirip anlatacaklarını,
- STK'lar sosyal faydalarını artırma-ya yönelik hikayeleştirme yapabilmeyi,
- Eğitimciler ve öğretmenler, sınıf ve eğitimlerinde içeriklerini nasıl hikayeleştirip etkili bir şekilde anlatabileceklerini,
- Reklam, pazarlama ve yaratıcı sektörde çalışanlar hikayeleştirme tekniklerini kullanarak ürün ve hizmetlerini pazarlayabilmeyi,
- Kişisel olarak ise hikayelerin gücünden yararlanarak iletişim kura-



bilmeyi, ikna edebilmeyi, topluluk önünde etkili konuşma ve sunum yapabilmeyi öğrenerek ayrılıyorlar. Bunun yanında kurumlara ve markalara özel hikayeler tasarlıyor, ihtiyaçları doğrultusunda projeler geliştiriyoruz. Hikaye tasarımı etkili şekilde yaratabilmek için yöntem, oyun ve araçlarımız var. **“Storytelling Canvas/Hikayeleştirme Tuvali”** adındaki aracımızla üç aşamada ihtiyacımıza yönelik hikayemizi adım adım tasarlayabiliyor ve nasıl etkili bir şekilde anlatabileceğimizi öğreniyoruz. İlk adımı ihtiyaç/so-

“En Büyük Hatalardan Biri Mesaj Verme Kaygısının Büyük Olması”

Bir hikayeyi kurgulamadan önce amacı tespit etmek çok kritik. Neden bir hikaye kurgulamak istiyoruz? Bunu kime anlatacağız? Anlatacağımız kitlenin özellikleri neler, nelerden hoşlanırlar? Amaç ve hedef kitle analizi mutlaka yapılmalı. Hikayemizi aktaracağımız kanala göre hikayenin kurgusu da değişir. Sonra hikaye tasarım modeli seçilmeli, amaca ve hedef kitleye en iyi hitap eden tasarım modeli belirlenmeli. Hikayenin unsurları da hikayenin tasarım modeline göre seçilmeli; karakter, dramatik yapı, yer ve zaman unsurları hikayenin içine yedirilmeli. Hikayeyi dinleyenlerin ne yapmasını istiyorsunuz? Mesajınızı karakter ve olay örgüsü üzerinden nasıl vereceksiniz? İşte bu noktada yapılan en temel hatalardan biri mesaj verme kaygısının yüksek olması. Bu genellikle ebeveynlerin çocuklara mesaj verme kaygısına benzer. Bazı ebeveynler ya da öğretmenler çocuklara masal anlatırken masalın sonunda mesajın altını çizmek için, **“Demek ki neymiş, yaramazlık yapmamak gerekiyormuş”** der. Mesajı bu şekilde ilettiğinizde karşı tarafın beyninde bir direnç oluşturursunuz; anlattığınız, amacınıza yönelik kurguladığınız hikaye de boşa gider. Mesajı direkt olarak vermek yerine hikayenin içine yedirerek vermeli. Eğer sağlam bir hikaye kurgunuz varsa, karakteriniz inandırıcıysa zaten mesaj karşı tarafa geçmiş olur. Bu noktada hikayenin tasarımı ve kurgusunu oturtabilmek zaman, pratik ve etkili bazı araçlar gerektirir.

run tespitiyle hikayemizin tohumunu keşfederek atıyoruz. Keşif sonrası ortaya çıkan malzemelerle hikaye tasarım aşamasına geçiyoruz. Son olarak da hikaye anlatım teknikleriyle hikayemizi etkili bir şekilde anlatmayı öğreniyoruz. ○

“Sürdürülebilirlik Hedeflerimizi Desteklemeyen Çözümleri Minimize Etmeliyiz”

Kısa bir süre önce, Kibar Holding’in iştiraki K Yatırım Enerji A.Ş. ve Heritage Turkish Holdings LLC, Türkiye’de atık yönetimi hizmetleri vermek üzere bir ortaklık anlaşmasına imza attı. “Ülkemizde atık ile çöp çoğu zaman eşdeğer sayılırken, sanayide gelişmiş ülkelerin birçoğu atık kelimesini kullanmayı bırakıp nihai ürün dışı üretim çıktılarını ‘yan ürün’ olarak adlandırıyor” diyen İnteraktif Çevre Danışmanlık Genel Müdürü Volkan Ural temel misyonlarını EKOIQ’ya anlattı.

 Barış DOĞRU



Kısa bir süre önce, Kibar Holding’in iştiraki K Yatırım Enerji A.Ş. ve bir Heritage Group üyesi olan Heritage Turkish Holdings LLC, Türkiye’de atık yönetimi hizmetleri vermek üzere bir ortaklık anlaşmasına imza attıklarını duyurdular. Bu anlamda İnteraktif Çevre Danışmanlık’ın temel misyonu nedir?

İnteraktif Çevre Danışmanlık, atık pazarına yeni bir kavram ve yaklaşım getirerek, atık üreticilerine atıklarının aslında onlar için bir değer olduğunu en doğru şekilde anlatmayı hedefliyor. Ülkemizde atık ile çöp çoğu zaman eşdeğer sayılırken, sanayide gelişmiş ülkelerin birçoğu atık kelimesini kullanmayı bırakıp nihai ürün dışı üretim çıktılarını “yan ürün” olarak adlandırıyor. Ülkemizdeki aksine atığı yönetmeye atık sahasından değil, kaynağından başlıyor.

İnteraktif Çevre olarak biz de bu noktada müşterilerimizin atıklarını alışlagelmişin dışında kaynağından itibaren yönetmeyi, atıkları kaynağından azaltmayı veya yok etmeyi hedefliyoruz. Türkiye, bu yaklaşımın yaygınlaşması bağlamında daha yolun çok başında diyebilirim. Burada altını çizmek istediğimiz nokta, bu yaklaşımın bir sürdürülebilirlik yolculuğu olduğu, bu yolculuğun bizim önderliğimizde müşterilerimiz tarafından sabır ve kararlılıkla devam ettirilmesi gerektiği. İnteraktif Çevre, ülkemizde sürdürülebilirlik yolculuğu olan tüm tüzel kişiliklerin çözüm ortağı olmayı hedefleyen bir kuruluş.

Atık alanı, Türkiye’nin kanayan yaralarından biri. Hem sanayi hem de evsel atıklar açısından... Bu alana hizmet vermeyi öngö-

rürken, nasıl bir pazar görüyorsunuz önünüzde?

Bahsettiğim gibi Türkiye her iki alanda da yolun daha çok başında. Burada önemli olan, hayıflanmak yerine, yolun başındayken yol haritasını nasıl sürdürülebilir bir şekilde çizebileceğimize bakmak. Burada Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na içtenlikle tebrik etmek istiyorum. Mart ayında Antalya'da düzenledikleri sempozyumda 2023 yol haritasının lansmanını gerçekleştirdiler. Bu planda yer alan ilerlemeler gerçekleştiği takdirde, ülkemizdeki atık problemini çözmede önemli ölçüde yol katetmiş olacağız.



interaktif

“İnteraktif Çevre olarak hem eğitim, hem de denetim mekanizmasının yaygınlaşması ve bir sistematik haline dönüşmesi için üzerimize düşen tüm görevleri hayata geçirmeye hazırız”

Önümüzdeki beş yıl gerek sanayi, gerekse de evsel atık pazarında ciddi büyüme ve yatırım fırsatları doğuracaktır. **Sanayi kaynaklı atıkların** önemli bir kısmının sürdürülebilir çözümler aracılığıyla bertaraf edildiğini düşünürsek, artan nüfus ile birlikte **belediye atıklarının** bertarafının her geçen gün daha ciddi bir problem olarak karşımıza çıkacağını düşünüyorum. Ülkemizde evsel atık bertarafının büyük çoğunluğunu, ne yazık ki sürdürülebilir bir çözüm olmayan vahşi ve düzenli depolama ile çözüme kavuşturuyoruz. Kısa vadede vahşi depolama kavramını tamamen hayatımızdan çıkarmalı, orta vadede düzenli depolamaları optimize etmeli, uzun vadede ise sürdürülebilirlik hedeflerimizi desteklemeyen çözümleri minimize etmeliyiz.

Kibar Holding CEO'su Tamer Saka

“Atığın Ekonomik Döngüdeki Kritik Önemini Benimsemek Şart”

Farklı kıtalarda aynı iş kültürü ve bakış açısı ile faaliyetlerini geliştirmekte olan Kibar ve Heritage grupları, Türkiye'de tek çatı altında, çevre alanında güçlerini birleştirdi. Kibar Grubu'nun sanayideki gücü, Heritage Grubu'nun çevre hizmet ve teknolojilerindeki tecrübesi İnteraktif Çevre'nin kuruluşu ile bir araya gelmiş oldu.

Kibar Grubu, metalden otomotive birçok farklı alanda üretim gerçekleştiren fabrikalarında verimliliğe, kaynakların doğru kullanımına her zaman büyük önem vermiştir. Her yıl belirlediğimiz hedefler, üretimde verimliliği, iş yapış şekillerimizde sürdürülebilirliği en ön plana çıkarmaktadır. Bu vizyonun, üretimin bir parçası olan atıkların doğru yönetimi olmadan hayata geçirebilmesi mümkün değildir. Üretimlerimizde oluşturduğumuz atıklar önce kaynağında azaltılmalı, ardından da bu atıkların geri dönüşleri için en optimum çözümler üzerinde çalışılmalıdır. Ortağımızın deyişiyle de “her atığın ekonomiye tekrar kazandırılabilceği”, yani bir yan ürün olarak girdi sağlayabileceği imkanlar mevcuttur.



Buradaki imkanların mevcut koşullar içerisinde en makulünü, ekonomik olanını bulmak ise geleceğimiz için biz üreticilerin en önemli sorumluluğudur. Kibar Grubu şirketleri bu vizyonu İnteraktif Çevre'nin liderliğinde bir yol haritası haline getirdi. Bu yolda 2016 yılından beri hem operasyonel hem de ekonomik avantajlar sağlayan çevre projelerine imza attık. Sanayinin birçok alanında önemli bir ihracatçı olan ülkemizin, yaşadığımız yoğun rekabette ayakta kalabilmesi için sürdürülebilir üretimi, atığın ekonomik döngüdeki kritik önemini benimsemesi şarttır.

Eklemek ve vurgulamak istedikleriniz...

Atık üreticilerine yapılan bilinçlendirme çalışmalarının sabırla ve istikrarlı bir şekilde devam etmesi gerektiğini düşünüyorum. Bu, hem sanayi hem de evsel nitelikli atıklar için geçerli. Ancak bu bilinçlendirme çalışmaları muhakkak denetim mekanizması ile desteklenmeli. **Bilinçsiz ve kayıt dışı uygulamalardaki** istikrarlı azalış, atık sektörünün yatırımcılarını cesaretlendirecek, sektöre yeni oyuncuların girmesinin önünü açacaktır. İnteraktif Çevre olarak hem eğitim, hem de denetim mekanizmasının yaygınlaşması ve bir sistematik haline dönüşmesi için üzerimize düşen tüm görevleri hayata geçirmeye hazırız. ○



Sürdürülebilir Bir Kullanıcı Deneyimi İdeali...

DAM Startup Studio'nun ilk girişimi olarak 2013'te kurulan SHERPA, masaüstü, mobil ve Smart TV'lerde yayınlanan dijital ürün ve servisler için sonuç odaklı kullanıcı deneyimi tasarımları yaratıyor. Kuruluşundan bu yana kendi alanlarında lider çokuluslu veya ulusal birçok kuruluş için yatırıma geridönüşü yüksek dijital deneyim projeleri sunan şirketin kurucusu Yakup Bayrak, EKOIQ için kaleme aldığı yazısında sürdürülebilirlik ve kullanıcı deneyimi tasarımı ilişkisini inceliyor.

 **Yakup BAYRAK**, Kurucu-SHERPA

Sürdürülebilirlik, doğru tanımlanmasını geçtim, henüz cümle içinde dahi kullanırken mide ağrılarına sebep olan bir sözcük. Bu duruma bir tutam **“Kullanıcı Deneyimi Tasarımı”** (UX-User Experience Design) eklediğimizde ortaya çıkan teorik bil-

gi eksikliği bütününe bir çırpıda ortadan kaldırmak, ortaokul öğrencisine kuantum fiziği anlatmak kadar zor görünüyor. Korkunun ecele veya (fitilini umursamaz yaşamlarımızın ateşlediği) “yakın gelecek” ekolojik depresyonundan kurtulmamıza hiçbir faydası yok. O

vakit gün, kolları sıvama ve “kullanıcı deneyimi tasarım süreçlerinde sürdürülebilirliğe nasıl yer açabiliriz” sorusuna yanıtlar üretme günü. Dolayısıyla birilerinin, hem kullanıcı deneyimi yaratıcı rolündekilerin, hem de onların tasarladıklarını dijital ürün veya servisine entegre

edecek “sahip” rolündekilerin sürdürülebilirlik eksenindeki farkındalıklarını artırmayı hedeflemesi şart. Başında, sonunda ya da bağlamında “tasarımcı” barındıran unvanlara sahip profesyonellerin birçoğunun sürdürülebilirlik adına takip ettiği, bağlı kaldığı standartlar olduğunu biliyoruz. Mimarlar, bölgesel inşaa kodları ve LEED standartları ile inşaa ettikleri yapıların çevre dostu olmalarına; endüstriyel tasarımcılar, EPA (ABD Çevre Koruma Ajansı) gibi oluşumların Energy Star gibi endüstriyel verimlilik standardizasyonu önermelerine; araç üreticileri ve tüketicileri, karbon emisyonuna duyarlı üretim ve tüketime saygı göstermeye başladılar.

Sürdürülebilirliğin Kullanıcı Deneyimindeki İzdüşümü

Bilinçli veya değil, bu farkındalık, sürdürülebilirlik anlayışının üretim ve tüketim nezdindeki etkisini kabuldeki artışın en somut göstergesi. Peki ya kullanıcı deneyimi tasarımcıları? Deneyim tasarımında sürdürülebilirlik, tasarlayıcılar ve uygulayıcılar tarafından yeterince anlaşıldı mı? Yanıtımın “Evet” olabildiğini çok isterdim. Ama ne yazık ki durum henüz pek iç açıcı değil.

Önce, sürdürülebilirliğin kullanıcı deneyimindeki izdüşümünü doğru tanımlayarak yola çıkalım. Sürdürülebilirlik savunucuları en çok hangi kavramları öne çıkarıyorlar?

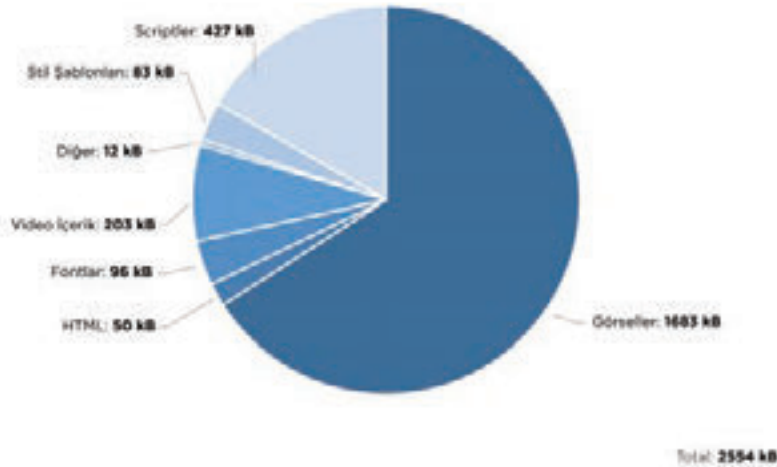
- Dijital karbon ayakizinin azaltılması
 - Tekrar kullanım
 - Geridönüşüm
 - Aşırı tüketimin azaltılması
 - Çeşitlilik
 - Yerinden yönetim ve daha fazlası.
- Şimdi de örneklerle devam edelim. Bugün, **HTTP Archive** verilerine göre, bir web sitesinin ortalama ağırlığının 2,4 megabyte’a ulaştığını biliyoruz. Toplam 2,4 megabyte’lık ağırlığın yaklaşık %70’i, aslında sıkıştırılarak çok daha az alan kaplayabilecek ve dolayısıyla daha az dijital karbon ayakizi yaratacak görsellerden oluşuyor (bkz. Grafik). Peki, görsellerin sıkıştırılması yoluyla web sitesinin ağırlığı içindeki veri miktarlarını azaltmak, nasıl bir kullanıcı deneyimi yaşamamıza neden olur? Daha iyi bir deneyim mi, yoksa daha mı kötü? Eğer görselin aktardığı içeriğin anlam bütünlüğünü bozmuyor ancak (dosya boyutlarını azaltarak) onun daha hızlı yüklenmesini ve tabii ki bu sayede daha hızlı tüketilebilme-

sini sağlıyorsak bunun neresi olumsuz bir deneyimle eşleştirilebilir? İşte, gerek daha düşük enerji tüketimi, gerek **dijital karbon ayakizimizin** artışıyla direkt etkileyen bu tip basit bir sıkıştırmanın dahi web sitesinin “teknik ekibi” tarafından üstlenilmesi beklenen bir aksiyon olarak kabul görmesi, kullanıcı deneyiminin sürdürülebilirlik ekseninde birkaç izdüşümün birden yok sayıldığını gösteriyor.

Yemeksepeti.com’un 2007’den bugüne ısrarla devam ettirdiği **“Yeşil koruyalım”** uygulaması, restoranların yemek siparişleriyle birlikte gönderdikleri plastik servis gereçlerinin tüketimini dizginlemeyi amaçladı. Bu uygulama, kullanıcı deneyimi ekseninde “çevreye duyarlı girişim” olarak marka sermayesine katkı sağlamasının yanı sıra, 2015 yılında Yemeksepeti Blog’da yayınlanan ilgili makaleye göre **1 yılda 63 ton daha az plastik tüketimi** gerçekleştirmesini sağladı. Peki, bu umut verici atak neden çevrimiçi yemek siparişi veren diğer girişimlere örnek olmadı? Neden “yeşil koruyalım” deneyiminin bir parçası olarak bütüne kendisini eklemeyemedi?

Bu eklenememe halinin esas nedeni; sürdürülebilir deneyim tasarımını, deneyim tasarımının çıktısı olan metin, grafik ve multimedya kararlar bütününe devredileceği mühendislik birimlerinin işini ko-

İçerik Türüne Göre Sayfa Başına Ortalama Boyut



HTTP Archive verilerine göre, bir web sitesinin ortalama ağırlığının 2,4 megabyte’a ulaştığını biliyoruz. Toplam 2,4 megabyte’lık ağırlığın yaklaşık %70’i, aslında sıkıştırılarak çok daha az alan kaplayabilecek ve dolayısıyla daha az dijital karbon ayakizi yaratacak görsellerden oluşuyor.



Yemeksepeti.com'un 2007'den bugüne ısrarla devam ettirdiği "Yeşili koruyalım" uygulaması, restoranların yemek siparişleriyle birlikte gönderdikleri plastik servis gereçlerinin tüketimini dizginlemeyi amaçladı. Bu uygulama, kullanıcı deneyimi ekseninde "çevreye duyarlı girişim" olarak marka sermayesine katkı sağlamanın yanı sıra, 2015 yılında Yemeksepeti Blog'da yayınlanan ilgili makaleye göre 1 yılda 63 ton daha az plastik tüketimi gerçekleşmesini sağladı.

laylaştıracak **tekrar kullanılabilir malzeme kütüphanelerinden (UI Kit)** ibaret kabul eden yaklaşımımız. Bu bakış açısını değiştirdiğimiz takdirde sürdürülebilir deneyim tasarımı, -söylecek çok sözü olsa bile ne kadar çabalarsa çabalasın anlaşılamayacağından bir o kadar emin, vakur bir bilge edasıyla- olan biteni büyük bir hüzünle uzaktan izleyenlerin iç sesi olsa da, somut karşılıklarını hayatın içinde göremediğimiz kuru bir disiplin olarak var olmaya devam edecek.

Peki Ne Yapmalı?

Dünya kaynaklarını, onları ürettiğimizden daha hızlı tükettiğimiz aşık. Ekolojik borca giriş günümüzü temsil eden **Dünya Limit Aşımı Günü (Earth Overshoot Day)** tüketim hızımızın dünyanın kendini yenileme kapasitesini alt etmesi neticesinde her geçen yıl biraz daha

öne çekiliyor. Bir örnekle somutlaştıralım: Hızlı bir depar attıktan sonra aniden durup nefes nefese içimize çekmeye çalıştığımız havanın, akciğerlerimizin ihtiyacından çok daha az olduğunu ve nihayetinde "çaresizlikle en sıkı fıkı olduğumuz o fizyolojik anları" her birimiz deneyimlemişizdir. Bu deneyim iki temel düşünceyi vitrine taşır:

- (Buraya kondisyon zafiyeti olarak tanımlanabilecek sebeplerden herhangi biri gelebilir)... sebebiyle artık bir anda bu kadar hızlı koşacak güce sahip değilim.

- Yaşlanıyorum, artık kendime daha çok dikkat etmeyelim (diğer bir deyişle; kaynaklarımı daha verimli kullanmalıyım).

Kaynak (örnekteki hava) yetersizliğinin artışı ile sürdürülebilirlik kavramının hazım hızı pozitif korelasyondaysa, sürdürülebilirliğin, deneyimin yaratım aşamasındaki mihenk taşlarından biri olması ana hedef olmalıdır.

Biz deneyim tasarımcıları "İnsan için tasarlayacağım deneyimin çev-

resel, sosyal ve finansal verimliliğini nasıl ölçümlmeliyim?" sorusuna yanıt bularak yola çıkamaz mıyız? Çözmekle yükümlü olduğumuz problemin maddi-manevi yatırım kaynaklarının tüketiminde, aşağıdaki üç soruya yanıt vererek ilerlememiz bile bizler için küçük, sürdürülebilir tasarım için büyük bir adım olmaz mı?

● Nelerden feragat ederek çevreye toplamda daha az zarar veririm?

● Neleri tekrar kullanılabilir kılabilirim?

● Tasarlayacağım deneyimin tüketicisi olan "kullanıcı"ya, sürdürülebilir bir deneyimle hangi değerleri kattığımı nasıl anlatabilirim?

Tüm Yükü Tasarımcıya Bindirmek Adil mi?

Deneyimin can bulması için görev alan mühendislerin, sürdürülebilirliğin mevcut kılınmasındaki rolleri yadsınamaz. Bu rolün gerekliliklerinin sağlanması, tasarlanan deneyimin açıkça ayrılmaz bir parçası.

Yazılım geliştirme esnasında bileşenleri (objeleri) tekrar tekrar kullanılabilir *object-oriented programming* metodolojileri benimsemek; kodu belgelendirerek kendisiyle birlikte projede görev alacak diğer yazılım geliştiricilerin keşif sürelerini düşürmek; *spaghetti coding* olarak tanımlanan, çözümlenmesi ve sürdürülebilir kılınması neredeyse imkansız kodlama alışkanlıklarından arınmak olarak örneklendirilebilecek **sürdürülebilir yazılım ilkelerinin** kabulü, hem kaynakların etkin kullanımı hem de yazılımın derlenmesinin ardından tüketilmeye başlanacak veri transferi ve enerji tüketim hacimlerinin optimumda tutulmasında etkili temel faktörler olacaktır.

Sürdürülebilirlik, deneyimin ortaya çıkmasını mümkün kılan, proje sahibi başta olmak üzere, araştırmacı, tasarımcı, mühendis rollerindeki tüm paydaşların ortak hedefidir. ○

ECOMONDO

THE GREEN TECHNOLOGIES EXPO

YEŞİL & SİRKÜLER EKONOMİ

7-10
KASIM
2017
RİMİNİ İTALYA

21.- ULUSLARARASI MALZEME
VE ENERJİ KAZANIMI VE
SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA FUARI

www.ecomondo.com

EŞ ZAMANLI ETKİNLİKLER

KEY ENERGY

www.keyenergy.it

ORGANİZASYON

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**

A merger of
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza



DAHA DETAYLI BİLGİ İÇİN LÜTFEN TÜRKİYE TEMSİLCİMİZ AYCE KARADAĞ İLE İLETİŞİME GEÇİNİZ: Bee2Bee - Ayce KARADAĞ - Zuhlupasa Mh. Omer Efendi Sk. Safak Apt. No:3 B Blok K:2 D: 14-1 34724 Kadıköy /İstanbul-TURKEY - Tel. 0090 216 700 1893 - ayce@bee2bee.com.tr- www.bee2bee.com.tr

Atıkları Alışverişe, Sinema Biletine ve Bursa Dönüştüren Kart!

Sorunların meydana gelişi, çözüm arayışlarını da beraberinde getirir. Bireylerden kaynaklanan sorunlara üretilen çözümlerin kalıcı olması davranış değişikliğiyle de ilişkilidir. Kalıcı olan davranış değişikliklerine bakıldığında genellikle süreçlerde kazan-kazan temelinde kurgulandığı gözlemlenir. Peki, sizce yerel yönetimler “atık sorununa” çözüm üretmek için nasıl bir davranış değişikliği sistemi kurgulayabilir? Antalya Muratpaşa Belediyesi Çevreci Komşu Kart Projesi ile bu konuya sürdürülebilir bir çözüm getiriyor.

 Emrah KURUM

Günümüzde atık olarak görülen ve toplanmasından bertaraf edilmesine kadar olan süreçte yerel yönetimlere büyük yük getiren bir sorun var: Ambalaj atıkları. Yük olmak, doğru kurgulanmamış sistemlerde sıklıkla gündeme gelir. Çevreci Komşu Kart Projesi ise, hem atık sorununa hem de belediyeye yük getiren bir iş kalemine çözüm üretiyor.

“Atma, biriktir, kazanalım” diyerek, **Antalya Muratpaşa Belediyesi**’nin hayata geçirdiği bu projeye, ambalaj atıkları kaynağında ayrıştırılması için evlerden toplanıyor. Ve ayrıştırılan her plastik, cam, kağıt, metal, hanelerde kadının adına çıkarılan Çevreci Komşu Kart’ta puana dönüştürüyor.



Ambalajların ağırlıklarına göre yüklenen puanlarla anlaşmalı marketlerden alışveriş yapılabilirdi gibi, puanlar sinema salonlarında bilete ve Muratpaşa Belediyesi Adalya Vakfı aracılığıyla üniversite öğrencilerine burs da dönüştürüyor. Bu projeye **11 ayda 680 bin kilogram ambalaj atığı** toplandı. 8103 aktif Çevreci Komşu Kart’a **157. 210 TL** karşılığı komşu puan yüklendi.

Muratpaşa Belediye Başkanı Ümit Uysal, EKOIQ olarak katıldığımız ve Mart ayında gerçekleştirilen toplantıda şunları dile getirdi: “Çevreci Komşu Kart projemizin çevreye, ülke ve aile ekonomisine yaptığı katkı ile hem Türkiye’deki diğer geridönüşüm projelerine örnek olacağına, hem de dünyadaki örnek uygulamalar arasına gireceğine inanıyorum. Halihazırda ambalaj atıklarının geridönüşümünde otomat uygulamasıyla birlikte kentin farklı noktalarındaki farklı renklerde çöp kutuları aracılığıyla atık toplama yaygın olarak kullanılıyor. Geridönüşüm otomatıyla sadece içecek kutusu geridönüşüme kazandırılabilirken, çöp kutusu uygulamasının ise

çok başarılı olmadığını kabul etmek durumundayız. Çöp kutusu uygulaması genelde şehir hayatının gündelik akışı içinde oluşan anlık atıkların toplanmasından ibaret kalıyor. Ama Çevreci Komşu Kart ile otomatlardan farklı olarak yoğurt kasesi, şampuan, süt, deterjan kutusu, kuru gıda ve market poşetleri, kavanozlar, salça ve konserve kutuları gibi tüm ambalajlar, eski gazete, defter, kitap gibi tüm atıklar geridönüşüme kazandırılıyor.”

Sistem Nasıl Çalışıyor?

Evlerde tüketim kaynaklı ortaya çıkan ambalaj atıklarının ayrıştırılması ve sürdürülebilir bir atık yönetimi uygulamayı amaçlayan Çevreci Komşu Kart projesinde ambalaj atıkları kağıt, plastik, cam ve metal gibi niteliklerine göre ayrılıp biriktiriliyor. Biriktirilen atıklar her mahalleye belirlenen gün ve saatte gelen belediye görevlilerine teslim ediliyor. Ambalaj atıklarını türüne göre tartarak kabul eden görevliler, teslim aldıkları atıkların puan karşılığını Çevreci Komşu Kart’a POS cihazıyla yüklüyor. Yüklenen puanlar www.cevrecikomsu

kart.com web sitesinden de takip edilebiliyor.

Kartlara yüklenen puanlarla mahallerde anlaşmalı, her biri Antalya markası olan 15 marketten ekmek, süt, gazete, yumurta, deterjan gibi temel ihtiyaç maddeleriyle çocuklar için oyuncak, çikolata, kırtasiye benzeri temel ihtiyaçlar alınabiliyor. Çevreci Komşu Kart'ta bulunan puanlarla tütün, tütün mamulleri ve alkollü içecek alışverişi yapılamıyor. Aynı zamanda komşu puanlarla anlaşmalı bir sinema salonundan bilet alınabilirken puanlar Muratpaşa Belediyesi Adalya Vakfı Sosyal Yardım Fonu aracılığıyla üniversite öğrencileri için eğitim bursu olarak da kullanılabilir.

Çevreci Komşu Kart Kadının Adına Çıkıyor

Proje, 11 ay önce Memurevleri Mahallesi'nde pilot uygulama olarak başlamış. Yaklaşık 160 bin hanede 487 bine yakın nüfusa sahip Muratpaşa'da, 60.031 evde Çevreci Komşu Kart hakkında yüz yüze bilgilendirme yapılarak hanelerdeki kadın sakinler adına hazırlanan kartlar teslim edilmiş. Kısa sürede 8103 kullanıcının aktif olarak dahil olduğu projeye 11 ay içinde 680 bin kilogram yerinde ayrıştırılmış ambalaj atığı toplanıp Çevreci Komşu Kartlara 157.210 TL'lik puan yüklemesi gerçekleştirilmiş.

Herkes Kazanıyor

Ambalaj atıklarının hanede ayrıştırılması sağlanarak ekonomiye ve aile bütçesine destek olunurken, aynı zamanda çöp toplama ve ayrıştırma maliyetinde düşüş, işgücü, zaman ve yakıt tasarrufu sağlandığını belirten Uysal, "Yaklaşık 28 milyon ton atığın oluştuğu Türkiye'nin 81 ilinde bu projenin uygulanması halinde toplam 6 milyon ton üzerinde kağıt-karton, plastik, metal ve cam olmak üzere değerli atık kaynağında ayrıştırılıp geridönüşüm zincirine, dola-



Muratpaşa Belediye Başkanı Ümit Uysal: "Yaklaşık 28 milyon ton atığın oluştuğu Türkiye'nin 81 ilinde bu projenin uygulanması halinde toplam 6 milyon ton üzerinde kağıt-karton, plastik, metal ve cam olmak üzere değerli atık kaynağında ayrıştırılıp geridönüşüm zincirine, dolayısıyla ekonomiye kazandırılacaktır"

yısıyla ekonomiye kazandırılacaktır" dedi. Bunun Türkiye ekonomisine 2 milyar TL'nin üzerinde ek kaynak yaratacağını da sözlerine ekleyen Uysal, ortaya çıkan bu rakamın Çevre ve Şehircilik; Orman ve Su İşleri; Kalkınma; Gençlik ve Spor; Gümrük ve Ticaret; Bilim, Sanayi ve Teknoloji bakanlıklarının 2017 yılı bütçesinden fazla olduğunu söyledi.

Geridönüşüm İşçileri

Uysal, Çevreci Komşu Kart projesine sokaktaki atık toplayıcılarının katılımı için de çalıştıklarını ve dernekler aracılığıyla Antalya'da sayıları 6000 civarında olduğu tahmin edilen toplayıcılarla iletişim kurduklarını belirtti. Derneklerle yaptıkları görüşmelerde her sokak toplayıcısının aynı zamanda hisse sahibi olduğu lisanslı toplama şirketi kurmaları önerisini sunduklarının da altını çizdi. ○

Çevreci Komşu Kart Ev Ekonomisine Ne Kazandırdı?

Nisan 2016-Şubat 2017 arasında;

🌱 327 bin kilogram kağıt-karton, 212 bin kilogram plastik, 99 bin kilogram cam, 42 bin kilogram metal olmak üzere 680 bin kilogram ambalaj atığı toplandı.

🌱 8103 aktif kullanıcı, Çevreci Komşu Kart'a 157.210 TL karşılığı komşu puan yükledi.

🌱 Bunun 92.021 TL'si anlaşmalı 15 market ve bir sinemada harcandı.

🌱 65.188 TL karşılığı komşu puan ise henüz kullanılmadı.

Çevreci Komşu Kart Çevreye Ne Kazandırdı?

Toplanan 327 bin kilogram kağıt-karton atık ile:

🌱 5600 ağaç kesilmekten kurtarıldı.

🌱 29.500 metrekarelik ormanın yok olması engellendi.

🌱 2500 litre su tasarruf edildi.

🌱 1 milyon 400 bin kişiye oksijen sağlanmış oldu.

Toplanan 212 bin kilogram plastik atık ile:

🌱 2 milyon 960 bin 454 kwh elektrik tasarrufu yapıldı.

🌱 1058 litre akaryakıt tasarrufu sağlandı.

Toplanan 42 bin kilogram metal atık ile:

🌱 49 bin kilogram demir,

🌱 33 bin kilogram kömür,

🌱 2900 kilogram kireçtaşı rezervinden tasarruf edildi.

Toplanan 99 bin kilogram cam atık ile:

🌱 10 bin litre akaryakıt tasarrufu sağlandı.

🌱 Küresel ısınmaya yol açan 31 bin kilogram karbondioksitin atmosfere salınması engellendi.

İklim Modelleri

Günümüzde insanlığın ve dünyanın karşı karşıya olduğu sorunların neredeyse en önemli iklim değişikliğidir. Özellikle ABD'deki yönetim değişikliği ya iklimin değişmediğine, ya da iklimin değiştiğine ama bunun insan kaynaklı olmadığına inanan bir gruba başa getirmiş olsa da iklimin değiştiğini inkar etmek kolay değil.

1896 yılında İsveçli bilim insanı **Svante Arrhenius** yayımladığı makalede atmosferdeki karbondioksit oranının her geçen gün arttığını belirtiyordu. Arrhenius, atmosferdeki karbondioksit oranı Endüstri Devrimi öncesindeki oranın iki katına ulaştığında dünyanın ortalama sıcaklığının da 5-6 derece artacağını yazmıştı. Endüstri Devrimi öncesinde atmosferdeki karbondioksit oranı milyonda 280 seviyesindeydi, bugün ise milyonda 409 seviyesine yükselmiş durumda. Bu oranın her sene milyonda 2-3 arttığını hesaba katacak olursak Arrhenius'un söylediği seviyeye varmamıza sadece 60 yıl kalmış durumda. "Bundan 120 sene önce yapılan hesaplar bilimin o zamanki seviyesine göre yapılmıştı, bugün çok daha ilerideyiz" diye düşünsek de bugünkü bilim de Arrhenius ile hemfikir. Atmosferdeki karbondioksit oranı milyonda 560 seviyesine ulaşacak olursa dünyanın ortalama sıcaklığı bugünkünden 4-5 derece daha yüksek olacak. Aradan geçen sürede bu ısınmanın 1 derecelik kısmını yaşamaya başladık. Gelecek yıllarda da bu etkiyi artarak hissetmeye devam edeceğiz. Buradaki amacım sizlere bir korku filmi senaryosu çizmektense konu-



nun bilimsel temelleri konusunda bir fikir verebilmek. Bu fikrin temelinde de atmosfer biliminin aslında son 120 senede değişikliğe uğramış fizik kanunlarına dayandığı gerçeği yatıyor. 1896'da Arrhenius'un kullandığı bilimsel altyapı ile bugünkü bilim aşağı yukarı aynı temellere sahip. Geçen zamanda, özellikle de bilgisayarların gelişmesiyle çok detaylı modeller kurabildik ama bu modelleri kurarken kullandığımız fizik 19. yüzyıldan beri kullanılan formüllere dayanıyor.

Hava Durumu Tahminleri

Kullandığımız formüller aynı olsa da modelleme yöntemleri açısından atmosfer olaylarını üçe ayırmak zorundayız. Bu yöntemlerin ilki hava durumu tahminleri.

Hava durumu tahminleri 20. yüzyılın başından bu yana giderek artan bir isabet oranıyla tüm dünyada kullanılıyor. Geleceğe yönelik hava durumu tahminlerinin en önemli girdisi şu anki hava durumu. Tahminleri yapacak olan modele şu andaki ölçümler girilir ve gelecekteki hava

hareketlerini tahmin etmesi istenir. Burada kolayca görebileceğiniz gibi işimizi zorlaştıran birkaç problem söz konusu. Mesela, çevremizde ölçüm yapan istasyonlar ne derece yaygın? Elimizde ne kadar çok istasyondan alınmış veri varsa yapacağımız tahmin de o derece doğru sonuç verebilir. Ya da, meteoroloji ölçümleri ne sıklıkla yapılıyor? Ne kadar sık ölçüm yapabilirsek modelimiz de o denli iyi çalışacaktır. Ama burada bizi zorlayacak olan da elektronik ve haberleşme problemleri. Bir de tabii ki elde edilecek onca veriyi saklama gücümüz. Diyelim ideal yaygınlıkta ve sıklıkta ölçülen veriye sahibiz. Peki bu verinin ölçüldüğü aletlerin kesinlikle doğru ölçüm yaptıklarından emin miyiz? Veya bu aletlerin kendi ölçüm metodlarından kaynaklanan hataları nasıl hesaba katacağız?

Tüm bu problemler son 100 yılda çözümlenmeye çalışıldığından bugünkü bilgisayar sistemlerin gelişmesine bağlı olarak yapılan tahminlerin doğruluk oranı da artıyor. Ancak hiçbir zaman atmosfer-



Prof. M. Levent KURNAZ
Boğaziçi Üniv. İklim
Değişikliği ve Politikaları
Uyg. ve Araş. Merk.
mlkurnaz@gmail.com

deki tüm moleküllerin hızlarını ve konumlarını bilmek mümkün olmayacağından, bugün yapacağımız tahmin büyük ihtimalle yarın için doğru çıkacaktır. Bir sonraki günün tahmininin doğru çıkması olasılığı daha azdır. Ondan sonraki her günde de tahminin gerçekleşmesi olasılığı azalır. Sonunda bugünden 20 gün sonrayı modelleyerek hava durumunu tahmin etmeye çalışmakla 20 gün sonraya denk gelen günün ortalama hava şartlarını söylemek arasında bir fark kalmaz. Elimizdeki ölçümler, bilgisayarlar ve bilim ne derece gelişirse gelişsin, sistemin yapısından dolayı hava durumu tahminlerinin geçerliliği ancak birkaç hafta ile sınırlıdır.

Mevsimlik Tahminler

Ama özellikle tarımda bize **mevsimlik tahmin** gereklidir. Hava tahminleri yaklaşık üç haftanın ötesine geçemediğinden başka bir yöntem bulmamız şarttır. Burada kullanılan yöntem kabaca ölçümlerle geçmiş dönemlerden kalan bilgilerimizin harmanlanması ile elde edilir. Yalnız burada yapılan ölçüm genelde okyanus sularının yüzey sıcaklığına veya basıncına dayanır. Okyanusların yüzey sıcaklığı kısa vadede hızlı değişmediğinden ve bu değişikliklerin küresel etkileri uzun süredir gözlemlendiğinden mevsimlik bazda tahminler yapmak mümkün olabilir. Mesela ülkemizdeki sıcaklık ve yağışların Atlantik Okyanusu'nun kuzeyi ile güneyi arasındaki basınç farkı ile ilişkili olduğu görülmüştür. Mevsimlik tahminlerdeki önemli noktalardan biri, geçmişte doğru

olan bu ilişkilerin iklim değişikliğinin getireceği yeni dünyada da geçerli olacağını kabul etmek zorunda olmamızdır. Küresel ısınmanın getireceği değişiklikler şimdiye kadar alışmış olduğumuzun dışında bir iklim sistemine yol açtığında mevsimlik tahmin yapılması da güçleşebilir.

İklim Modellemesi

İklim modellemesi ise bu iki model sisteminden farklı temellere dayanır. Öncelikle iklim modellemesi yapabilmek için başlangıç koşullarına gerek yoktur. Bundan 20 sene sonra iklimin nasıl olacağını tahmin edebilmek için bugün İstanbul'un sıcaklığının kaç derece olduğunu bilmemiz gerekmez. İklim modellemesinden genel anlamda bize gereken üç veri vardır. Dünyamız, enerjisinin önemli bir kısmını Güneş'ten aldığından **Güneş'ten Dünya'ya gelen enerji miktarı** bu verilerin ilkidir. İkincisi ise **Dünya'nın yüzey yapısıdır**. Neresi deniz, neresi kara, neresi orman, neresi çöl gibi bilgilere ihtiyacımız vardır. Aslında bu iki veri seti de meteorolojik ölçümlerle kıyaslandığında daha ko-

Bilim insanları ekonomik ve sosyopolitik öngörülere dayanarak seragazi salımlarının nasıl değişeceği konusunda senaryolar üretiyorlar. İklim bilimciler ise bu senaryolara dayanarak dünyanın gelecekte ne kadar ısınacağı konusunda çıkarımlarda bulunuyorlar.

lay elde edilebilen ve değişkenliği çok daha düşük verilerdir. Yalnız iklim modellemesindeki en büyük belirsizliği üçüncü veri seti getirir. Gelecekteki iklimi modelleyebilmek için **atmosferin gelecekteki yapısını** bilmemiz gereklidir. Atmosferin gelecekteki yapısı da büyük ölçüde bizim atmosfere salmakta olduğumuz karbondioksit ve diğer seragazlarına bağlı olduğundan iklim modellemesi önemli oranda belirsizlikler içerir. Ancak bu belirsizlikler, girdilerin yetersizliğinden veya bilimin gelişmemiş olmasından kaynaklanmaz. Çünkü yazımızın başında gördüğümüz gibi, gerekli olan girdiler ve bilimsel altyapı en az 120 senedir mevcut. İklim modellemesinin temel belirsizliği insanların ne yapacağını belirlenememesinden kaynaklanıyor.

Gene de bilim insanları ekonomik ve sosyopolitik öngörülere dayanarak seragazi salımlarının nasıl değişeceği konusunda senaryolar üretiyorlar. İklim bilimciler ise bu senaryolara dayanarak dünyanın gelecekte ne kadar ısınacağı konusunda çıkarımlarda bulunuyorlar. Bu senaryoların çıktılarını incelemek başlı başına ayrı bir yazı olduğundan bu yazımızı basit bir uyarı ile bitirelim. İklim modelleri başlangıç koşullarına dayanmadığından gelecekteki herhangi bir günde ne olacağını bizlere söyleyemez. Bunu söyleyebilecek bir yöntem de yoktur. Ancak iklim modellerinin gelecekte ortalamaların nasıl değişeceğini ve uç değerlerdeki artışı doğru bir biçimde ortaya koyabileceğini söyleyebiliriz.

Denizden Aldığını Denize ve Topluma Vermek...

Birçok alanda yatırım ve faaliyetleri olmakla birlikte Arkas Holding, esas olarak deniz taşımacılığı alanında Türkiye'deki en köklü firmalarından biri, hatta birincisi. İzmir merkezli, tüm gemileri Türk bandıralı, dünyada Türkiye ve deniz taşımacılığı deyince akla gelen tek marka olan Arkas'a neden yelken diye sormak bile abes. Yanıtları net: "Biz zaten denize aitiz". Peki denizden aldıklarını denize vermek için yelken sporuna yaptıkları önemli yatırımlar, sürdürülebilirlikle ve bölgesel kalkınma ile nasıl bir ilişki içinde?

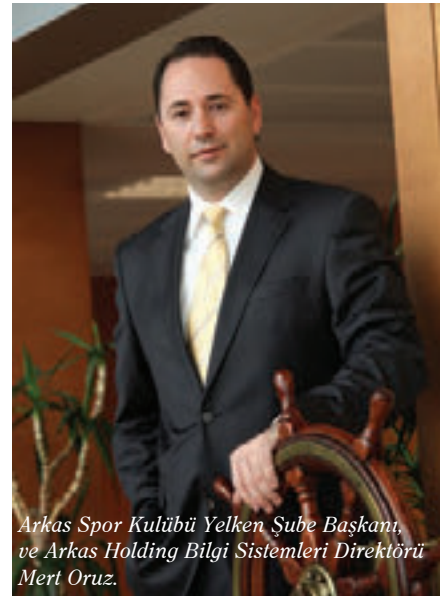
 Barış DOĞRU

Şirketlerin kendilerini sürdürülebilir kılmalarının yolunun, hem kendi iş süreçlerini, hem de içinde buldukları fiziki ve sosyal ekosistemi güçlendirmekten ve dönüştürmekten geçtiğini anlamalarının sırası geldi de geçiyor. Bu noktada önemli vurgulardan biri de, bu ikili dönüşüm sürecinin iyi düşünülmüş ve uzun vadeli bir bakış açısıyla ele alınması. Hem şirketler, hem de toplum, doğrudan kendi iş alanlarıyla ilgili olmayan, dolayısıyla da uzun erimli sonuçlar yaratmayan "sosyal sorumluluk" projelerine heba edilen para, zaman ve emekten çok çekti...

Arkas Holding'in spor kulübü Arkas Spor ve özellikle de Arkas Spor Yelken Şubesi ve Arkas Sailing Team, kendi alanına ve insanına, yaşadığı bölgeye odaklanmanın ve yatırım yapmanın en iyi örneklerinden biri olarak kabul edilebilir.

Bilindiği gibi, daha birçok alanda yatırım ve faaliyetleri olmakla birlikte Arkas, esas olarak deniz taşımacılığı alanında Türkiye'deki en köklü firmalarından biri, hatta bi-

rincisi. İzmir merkezli, tüm gemileri Türk bandıralı, dünyada Türkiye ve deniz taşımacılığı deyince akla gelen tek marka olan Arkas'a neden yelken diye sormak bile abes. Yanıtları net: "Biz zaten denize aitiz". CFM-BAYK Kış Trofesi'nin 5. Ayak yarışlarını izlemek üzere geldiğimiz Bodrum'da hem Arkas Spor Kulübü Yelken Şube Başkanı, hem de Arkas Holding Bilgi Sistemleri Direktörü olan Mert Oruz'la bu konuyu konuşuyoruz. Arkas Holding'in sportif alandaki ilk adımları 2000'li yılların başında voleybolla başlamış. Orada kısa zamanda Türkiye şampiyonluğu gibi önemli başarılar elde edilmesinin ardından tabii ki sıra denize gelmiş. Önce yüzmeyle devam eden süreç 2005 yılında Yelken Şubesinin kurulmasıyla ivme kazanmış. 2011'de Arkas Sailing Team'in kurulması ise hedefleri ve çitayı yükseltmiş. Oruz, "En önemli hedefimiz yelken sporunun Türkiye'de gelişmesi, bu alanda başarılı örneklerin çoğalması ve Türkiye'nin dünyada temsil edilmesine katkıda bulunmak. Tüm altyapı ve stratejimizi bu hedef kapsamında



Arkas Spor Kulübü Yelken Şube Başkanı, ve Arkas Holding Bilgi Sistemleri Direktörü Mert Oruz.



Tolga Yağlı, Serhat Altay, Fikret Oral, Serkan Yapan, Altuğ Şenermen, Tayfun Erey, Onur Tok, Tuğrul Elbirler, Erman Eroğlu, Onur Pekçetin'den oluşan Arkas Sailing Team, Türkiye'nin tamamı Türklere'den oluşan profesyonel ilk ve tek Türk yelken takımı...



oluşturuyoruz. Yelkenin ulaşılabilir, hobinin ötesinde profesyonel bir iş olarak Türkiye'de yaygınlaşması için çalışıyoruz". Bugün Arkas Sailing Team, tümü bordrolu ve tek işleri spor olan Türkiye'nin tek takımı. Bu profesyonellik elbette hızla başarıyı getirmiş. Sohbetimizde yelken takımının kaptanı Tolga Yağlı ve kaptanla birlikte çocuklukta beri tüm hayatları deniz ve yelkenle geçmiş, takımın dümencisi Serhat Altay, nam-ı diğer "Limon" da var. Daha ilk yıllarında St. Tropez Rolex Cup gibi uluslararası bir yarışmayı kazanan; Malta gibi son derece önemli ve zor bir yarışta başarılı sonuçlar alan ekip, bu sportif başarının ardında profesyonelliğin yattı-

ğına inanıyor. Ama takımın hemen tümü, yelken sporunu çok küçük yaştan geniş kitlelere ulaştırmanın önemini vurguluyor ve bunun için bilfiil emek harcıyor. Çocukların kitlesel olarak denizle tanışmasını sağlayacak, optimist ve lazer kategorilerinden başlayarak en uca, yani yat takımı ve uluslararası yarışmalara kadar uzanan bu zincirin her yerinde olmak, sportif ve toplumsal değer üretmek... Arkas Holding'in bu alandaki temel hedefi böyle özetlenebilir aslında.

İklim Değişir...

Arkas Holding, kendi faaliyet alanında çevresel ve sosyal olarak en ileri uygulamalara imza attığını bildiğimiz bir kuruluş. Mert Oruz da ısrarla bu konunun altını çiziyor: "Bizim taşımacılıkta kullandığımız gemiler, her zaman vaktinden önce emekli edilir. En verimli gemilerin kullanılması her zaman esastır. Holding yönetimi bu konuda son derece titizdir". Ana işi deniz olan bir grup olarak, özellikle İzmir çevresindeki deniz temizliği için de önemli çalışmalar yaptıklarını aktarıyorlar. Çeşme koylarında yıllardır kıyı temizliği yapan Turmepa teknesi de, Arkas'ın hediyesi. Bu alanda yaptıkları aslında o kadar çok ki, onları da bir başka yazıya saklayalım...

Araba yarışları gibi araçla yapılan sporlarla karşılaştırıldığında hemen hiçbir çevresel zararı olmayan, fosil yakıtlarla liman giriş çıkışları dışında işi olmayan, onun dışında binlerce yıl olduğu gibi rüzgar esince giden, rüzgar durunca duran güzelim yelken sporunu tanıtmak ve sevdirmek için bu ekibin yaptıkları gerçekten son derece önemli. Her yaştan yüzlerce sporcuya sahip ama asla yaptıklarıyla yetinmeyen bu ekip ve kulüp, üç tarafı denizle çevrili olduğu halde, onun nimetlerinden yararlanmayı bilmeyen bir toplumda salyangoz satıyor gibi gelebilir ama "öncü" işlere zaten hep böyle denmez mi? Arkas'ın daha yeni haberdar olduğum şarap ve zeytinyağı markalarıyla birlikte, bütün bu çalışmalarla aslında kendine özgü bir bölgesel kalkınmacılık yaptığını düşünmeden edemiyorum. Sürdürülebilirlik çalışmalarında sık sık söylediğimiz bir şey bu: Evrensel düşünce ve anlayışlarla, yerelin en derinine inebilmek ve çözümler üretmek. İçinde yaşadığın çevresel ve iktisadi ekosistemi sürdürülebilir kılmadan, nasıl bir gelecek tahayyül edebilirsin ki? Arkas Holding'in hem İzmir hem de Ege için daha yapacak gerçekten çok şeyleri var. Denizden başlayan bu imbat, nefesi yeterse belki içerlere doğru da yayılır. İklim değişir, Akdeniz olur... ○

Bu Gençlikte İş Var!

Üniversite öğrencisi genç girişimci adaylarının gerekli mekanizmalar ile desteklendikleri takdirde, Türkiye'nin büyümesi ve kalkınmasında kilit bir rol oynayacakları inancından yola çıkarak 2011 yılından beri düzenlenen "TÜSİAD Bu Gençlikte İş Var!" yarışması üniversite öğrencilerinin girişimciliğe ilişkin farkındalığını artırmayı ve gençlere girişimciliği bir kariyer alternatifi olarak sunmayı amaçlıyor. Yarışmanın ayrıntılarını TÜSİAD Sürdürülebilir Kalkınma Yuvarlak Masa Lideri Metin Akman ve 2017 Ana Sponsoru, BASF Türk CEO'su Buğra Kavukçu anlatıyor.

Neve YARAÇ



*Metin Akman,
TÜSİAD Sürdürülebilir
Kalkınma Yuvarlak
Masa Lideri*

Bu Gençlikte İş Var! yarışması hangi yılda, nasıl bir ihtiyaçtan doğdu ve temel amacı nedir?

TÜSİAD Bu Gençlikte İş Var! yarışmasını 2011 yılında pilot bir proje olarak Ankara'da başlattık. Amacımız geliştirmekte olan ülkelerin en büyük sorunlarından biri olan genç işsizliğine, özellikle de eğitilmiş işsizlik oranlarına dikkat çekmek ve girişimcilik perspektifiyle çözüm yolları aramaktır. Girişimcilik, dünyada yaşanan dönüşümün çok önemli bir parçası ve Sanayi 4.0 devriminin temel bileşenlerinden biri. Küresel rekabet için de belirleyici bir faktör. 2017 Küresel Girişimcilik Endeksi'ne göre ülkemiz 137 ülke arasında 36. sırada yer alıyor. Bu da girişimcilik kültürümüzü

ve uygulamalarımızı yükseltmemiz gerektiğini gösteriyor. Üstelik aynı rapor girişimcilik ekosisteminin %10 iyileştirilmesinin ülke ekonomisine 331 milyar dolar kazandıracağını ortaya koyuyor. Ülke olarak girişimciliğe ilgi konusunda aslında çok yüksek bir potansiyele sahibiz. Yapılması gereken girişimcilik kültürünü destekleyecek mekanizmalar ve uygulamaları hayata geçirmek.

Bu Gençlikte İş Var! da bu amaç doğrultusunda hayata geçirildi. Bir yarışma olsa da asıl amacı fikirleri yarıştırmaktan çok girişimcilik kültürünü ve bilincini yaygınlaştırmanın yanı sıra, ülkemizdeki genç girişimcilere fikirlerini geliştirebilecekleri ortamı ve rehberliği sağlamak, giri-



şimciliği gençlere bir kariyer alternatifini olarak sunmak.

İlk sene ODTÜ ve Bilkent üniversitelerinden 312 öğrenci 92 iş fikri ile yarışmaya katıldı. 2012-2013 döneminde yarışmaya katılan üniversite sayısı 48'e, 2013-2014 döneminde ise 71'e yükseldi. 2015 yılında ise girişimciliğin TÜSİAD'ın ana çalışma konularından biri olarak belirlenmesi sonrasında gençlere yönelik çalışmalarımızın etki alanını artırmak amacıyla **Girişimcilik Yuvarlak Masası**'nı kurduk ve yarışmayı tekrardan kurguladık. Bu yoğun çalışmaların sonucunda TÜSİAD Bu Gençlikte İş Var! yarışması 2015-2016 döneminde ülke çapında **70 il ve 144 üniversiteden 3195 gencin başvurduğu** ve binlercesinin takip ettiği bir organizasyona dönüştü. Bu aslında Türkiye'nin ne kadar büyük bir potansiyel barındırdığını gözler önüne seriyor.

Kimler bu yarışmaya başvurabiliyor ve süreç nasıl işliyor?

Yarışmamız ülkemizin tüm üniversitelerinden ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerin başvurularına açık. 30 yaşın altındaki tüm üniversite öğrencileri, iki ila beş kişilik ekipler halinde yarışmaya başvurabiliyor. Yarışmanın ilk süreci, başvuru yapan tüm ekiplere sunduğumuz Türkçe online eğitim imkanı. Girişimcilik ekosistemine Türkçe kaynak sağlamak amacıyla çevirisini yaptırdığımız Silikon Vadisi'nin en önemli 10 kanaat önderinden biri kabul edilen girişimci ve akademisyen **Steve Blank**'in "**Nasıl Bir Start-Up Kurarsınız?**" adlı online eğitimini Türkçe altyazılı olarak gençlerimize sunuyor, bu çerçevede kendilerini geliştirmelerini ve bilgilerini güncellemelerini sağlıyoruz. Online eğitimi tamamlayarak iş fikirlerini kanvasa döken ekipler, İstanbul'da üç gün süren bir **eğitim kampına** katılma hakkı elde ediyorlar. Kamp esnasında katılımcılar gi-

“Geçen yıl Bu Gençlikte İş Var! sürecinde ağırlıklı olarak akıllı ve çevre dostu teknolojiler, enerji ve e-ticaret konularında iş fikri almıştık. Bu da bizi çok heyecanlandırmıştı. Bu sene organik tarım ve tekstil, fintech, yeşil ekonomi, mikrobiyoloji ve sanayi 4.0. gibi alanlarda yenilikçi fikirlere olan ilginin arttığını gözlemliyoruz”

rişimciliğe ilişkin temel konulardan etkili sunum tekniklerine kadar birçok alanda eğitim alma, başarılı girişimcilerden kendi hikayelerini dinleme, ekosistemdeki tüm oyuncularla bir araya gelme ve bol bol networking imkanı buluyorlar. Bu kampın sonunda TÜSİAD rehberlerine iş fikirlerini sunan ekiplerden en beğenilenler rehberleri ile birlikte iki ay boyunca çalışma ve iş planlarını geliştirme fırsatı yakalıyorlar ki bu kuşkusuz yarışmanın sunduğu en önemli kazanımlardan biri. Bu yılki finalimiz ise 17 Mayıs'ta. Ödül töreninde ekiplerimiz final jürisine iş planı sunumlarını yapacak ve ilk üç projeye verilecek 75, 50 ve 20 biner liralık para ödülleri için yarışacaklar. Ayrıca yarışma sonunda en çok başvuru yapan üniversiteye **TÜSİAD Girişimcilik Bayrağı** verdiğimiz altını çizmek isterim. Bu yıl yarışmamıza en çok başvuru yapılan İzmir Ekonomi Üniversitesi, TÜSİAD Girişimcilik Bayrağı'nı üçüncü kez üst üste almaya hak kazanarak büyük bir başarıya imza attı. Kendilerini bir kez daha kutluyorum.

Yarışmanın ilk yılı olan 2011'den bu yana katılımcıların iş fikirlerinde nasıl bir değişim gözlemliyorsunuz? Hangi alanlarda yoğunluk var? Bunu neye bağlıyorsunuz?

Girişimcilik ekosisteminin trendleri yarışmamıza da yansıyor. Geçen yıl Bu Gençlikte İş Var! sürecinde ağırlıklı olarak akıllı ve çevre dostu teknolojiler, enerji ve e-ticaret konularında iş fikri almıştık. Bu da bizi çok heyecanlandırmıştı. Bu sene organik tarım ve tekstil, fintech, yeşil

ekonomi, mikrobiyoloji ve sanayi 4.0. gibi alanlarda yenilikçi fikirlere olan ilginin arttığını gözlemliyoruz. TÜSİAD olarak yarışma sürecinde önümüze gelen fikirleri değerlendirirken sağlayacakları ekonomik katma değer yanında, yaratacakları sosyal ve çevresel etkileri de önemsiyoruz. Bu kapsamda bu sene de **sosyal ve çevresel etki yaratma** kapasitesi, iş fikirlerini değerlendirirken ana kriterlerimiz arasında.

Bu sene yarışmada ekiplere destek veren rehberlerden birisiniz. Deneyiminizi aktarabilir misiniz?

Öğrencilerle birlikte olmak, onların bakış açısını öğrenmek insana keyif veriyor. Onlardaki enerji, dinamizm ve bitmek tükenmek bilmeyen azim, ülkem için beni ümitlendiriyor. Birlikte çalışmalarımızda tecrübe ile gençliğin birbirlerini tamamlayan yapıcı, üretken, yenilikçi, akıllı, planlı, hedefe yönelik neler yapabileceğini hissettik ve gördük. Gençlerin bakış açılarının genişlediğini görmek beni çok mutlu etti. Aynı zamanda benim de bakış açım değişti, ufkum açıldı. Kendimi onlar gibi genç, onlar da kendilerini tecrübeli hissettiler. Birlikte çalışmanın, istişarenin, görüşlere karşılıklı saygılı olmanın, uzlaşmanın başarının şartlarından biri olduğunu anladık. Elazığ'dan dört gençle birlikte çalışıyoruz, hepsinin önü çok açık, yeter ki onlara şans verelim, destek verelim, kendilerine güveni artsın, yapamayacakları hiçbir şey yok. Türkiye'nin gerçek potansiyelinin genç nüfusumuzda olduğunu bir kere daha anladım.

“Genç Girişimci Adayları, Türkiye’nin Kalkınmasında Kilit Rol Oynayacak”

Özel sektörün genç girişimci adaylarını desteklemesi hangi açılardan önem arz ediyor?

Dünyanın lider kimya şirketi BASF olarak, üniversite öğrencisi genç girişimci adaylarının yol gösterilerek desteklendikleri takdirde, Türkiye’nin büyümesi ve kalkınmasında kilit rol oynayacaklarına inanıyorum. Bu Gençlikte İş Var! yarışmasına her yıl giderek artan bir ilgi var. Bu sene BASF Türk ana sponsorluğunda düzenlenen yarışmaya Türkiye genelinde 73 il, 152 üniversiteden 3700’ü aşkın üniversite öğrencisinin başvurmuş olması bize büyük mutluluk veriyor. Gerçekleştirdiğimiz bu sponsorluğun en önemli faydasını da bu noktada görüyorum: BASF’in binlerce genç ile bir araya gelmesi.

Bu Gençlikte İş Var! yarışması iş dünyası ile genç girişimcilerin etkileşimini güçlendirme anlamında ekosisteme nasıl bir katkı sunuyor?

Bu Gençlikte İş Var! yarışması öncelikle genç girişimcilere bir süreç deneyimi sunuyor. Fikirlerini iş dünyasına nasıl anlatacaklarını ve ikna edeceklerini öğrenmeleri bile çok önemli bir deneyim, çünkü bu durum her zaman karşılıklarına çıkacak. Öte yandan bu yarışmalardan çıkacak fikirlerin iş dünyamız için de ufuk açıcı olacağını düşünüyorum.

Ayrıca, bu tür yarışmaları, girişimciliğin olmazsa olmazı network oluşturma açısından çok önemli buluyorum. Bu Gençlikte İş Var! yarışması sırasında tanışacakları, iş dünyasından profesyoneller ile belki bu fikirlerinde değil, ancak başka bir girişim fikrini sunarken tekrar karşılaşacaklar. Ayrıca diğer yarışmacılar ile bir araya gelerek farklı disiplin ve fikirleri de birbirlerine entegre edebilir ve bu sa- yede yepyeni ve çok daha güçlü bir fikre ulaşabilirler.

Bu sene yarışmanın ana sponsoru olmak dışında final jürisinde de yer alacaksınız. Yarışma sürecinde sizi en çok etkileyen detayı paylaşabilir misiniz?

Bu Gençlikte İş Var! BASF Türk olarak eğitim alanında ülkemize yapmak istediğimiz katkı ve yüklen- diğimiz misyonla birebir örtüşüyor. Fikri hür, vicdani hür gençlerimizin yaratıcı ve inovatif yaklaşımları, bizi **orta gelir tuzağından kurtaracak en etkili araç** olacak. Bu anlamda pro- jeyi çok önemsiyorum.

Yarışmaya katılımın yüksek olması kadar Türkiye’nin farklı üniversitele- rinden talep olması çok anlamlı. Bu girişimcilik konusunda istek ve arzu- nun yüksek bir seviyede olduğunu gösteriyor. Fırsat verildiğinde, im- kan tanındığında gençlerimizin çok daha fazlasını yapabileceğini somut olarak bu yarışma bizlere hissetti- riyor. Enerji dolu, arzulu ve istekli muazzam bir topluluk var. İhtiyaç duyulan imkanlar verilir, fırsat yaratılırsa bu istek ve arzu inanılmaz bir gücü de beraberinde getirecektir. Dikkat çeken bir diğer unsur da, Türkiye’nin önde gelen kurumları- nın yöneticilerinin bu işe heyecanla ayırdıkları vakit. Bu Türk özel sektö- rünün konuyu ne kadar önemsedığı ve ihtiyacı tespit ettiğini göstermesi açısından çok olumlu.

Yenilikçi fikirlerin başarılı iş modellerine dönüşmesi için üniversite- li girişimcilere ya da adaylarına nasıl bir yol haritası önerirsiniz?

Türkiye’de üniversiteler ve teknolo- kentlerin açtıkları ve özellikle genç girişimcilere fikirlerini olgunlaştır- mada destek oldukları **kuluçka mer- kezleri** var. Genç girişimci arkadaşla- rımızın bu kuluçka merkezlerinden alacakları destek, fikirlerinin iş mo- dellere dönüşmesi için çok önem-



*Buğra Kavuncu,
CEO, BASF Türk
& TÜSİAD Bu
Gençlikte İş Var!
2017 Ana Sponsoru*

“Fırsat verildiğinde, imkan tanındığında gençlerimizin çok daha fazlasını yapabileceğini somut olarak bu yarışma bizlere hissettiriyor. Enerji dolu, arzulu ve istekli muazzam bir topluluk var. İhtiyaç duyulan imkanlar verilir, fırsat yaratılırsa bu istek ve arzu inanılmaz bir gücü de beraberinde getirecektir”

li. Ayrıca, **BİST, KOSGEB** ve **TÜ- BİTAK** gibi kuruluşların da bu tür merkezler ile işbirlikleri bulunuyor. Ancak sadece iş modeli yeterli de- ğil. İş modelinin oluşturulmasından sonra, bu fikir ve modelin pazarlan- ması ve finanse edilmesi geliyor. Gi- rişimcilerin eğer kendi sermayeleri yoksa, yatırımcı aramaları ve onları ikna etmeleri gerekli. Bunun için de network oluşturmaları ya da net- work sağlayan kuruluşlar ile işbirli- ği içinde olmaları şart. Bugün artık Türkiye’deki melek yatırımcı ağları pek çok girişime yatırım yapıyor. Do- layısıyla fikir çok önemli olmakla be- raber, başarı kazanması için pek çok aşamadan geçmesi gerekiyor. Bunun için de sabır ve sebat en önemli ihti- yaç. Dünyada, bu sabrı gösteremedi- ği için pek çok güzel ve önemli fikri hayata geçiremeyen girişimci var. Girişimcilerin ekosistem ile birlik- te çalışmaktan çekinmemeleri çok önemli. Bunu yapabildiği için ulus- lararası yatırımlar alan çok sayıda genç Türk girişimci mevcut.



SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA İÇİN
TÜM PAYDAŞLAR İLE
“Dünya Gıda Günü”
Buluşması...

Ekim 2017
swissôtel THE BOSPHORUS
İSTANBUL

www.surdurulebilirgidakonferansi.com

Kayıt ve Bilgi: 0212 274 25 16 / info@surdurulebilirlikakademisi.com

[f](https://www.facebook.com/surdurulebilirlikakademisi) /surdurulebilirlikakademisi [t](https://www.twitter.com/surakademisi) /surakademisi

Dikkate Almak Zorunda Olduğumuz Afetler ve Sosyoekonomik Etkileri



*Amatrice,
İtalya.
Ağustos 2016
depremi.*

2016 yılında dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşanan deprem, sel, kasırga, kuraklık ve orman yangını gibi afetler 210 milyar dolarlık ekonomik kayba sebebiyet vererek milyonlarca kişiyi etkiledi.

25 Eylül 2015 tarihinde Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde Birleşmiş Milletler'in üye ülkeleri, 2030 yılına kadar, yoksulluğu sona erdirmek, eşitsizlik ve adaletsizlikle mücadele etmek ve iklim değişikliğinin üstesinden gelmek için belirlenen **17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefini (SKH)** kabul etti. Toplumsal cinsiyet eşitliğinden insana yakışır iş ve ekonomik büyümeye; erişilebilir temiz enerjiden sürdürülebilir şehir ve yaşam alanlarına kadar çeşitlilik gösteren bu hedefler, dünyanın ve özellikle de gelişmekte olan ülkelerin geleceği için önem arz ediyor. Ancak gelişmekte olan ülkeler, içinde buldukları

yoksulluk ve yoksunluk dolayısıyla bu hedeflere ulaşmak bir yana içinde buldukları kırsaldöngüyü aşmak konusunda bile mesafe katetmekte çok zorlanıyorlar. Bunun sebebi iklim değişikliğine bağlı olarak artan doğal afetlerin, altyapı ve eğitim yetersizliğine bağlı olarak ortaya çıkan endüstri kazalarının gelişmekte olan ülkelerin kırılganlığını artırması.

Geçtiğimiz günlerde yayınlanan bir haber, dünyanın karşı karşıya kaldığı en büyük beş problemi; hava kirliliği ve iklim değişikliği, ormanların tahrip edilmesi, **türlerin soylarının tükenmesi**, toprak degradasyonu ve aşırı nüfus artışı olarak ifade edi-

yordu. İlk sırada yer alan iklim değişikliği sorunu birbiriyle bağlantılı birçok soruna ve tetikleyici özelliği itibarıyla pek çok da riske işaret ediyor. İklim değişikliği ve etkileri, düşük karbon ekonomisine geçişin artan önemi ve gerekliliği, küresel ısınma ve ortaya koyacağı kısa, orta ve uzun vadeli etkiler her ne kadar sıklıkla dile getiriliyor ve bu alanlarda yapılan çalışmalar artıyorsa da, gelişmekte olan ülkelerin öncelikleri arasında yer almıyor. Zira hâlâ kişi başına düşen milli geliri insani yaşam standartlarının altında olan pek çok ülke açlıkla, kuraklıkla mücadele edebilecek gerekli kaynaklara sahip değil.



Dr. Murad TİRYAKIOĞLU
Afet Bilinci Derneği Genel
Koordinatörü
murad@tiryakioğlu.org

Bu kötümser tabloya karşın, gelişmekte olan ülkelerde umut veren gelişmeler de yaşanıyor. Örneğin 2016 yılında Ugandalı mühendisler tarafından geliştirilen **güneş enerjili otobüs** Afrika kıtası için bir ilki oluşturdu. Projenin başmühendisi Maria Obuwa, “**Kayoola**” adı verilen otobüsün her sisteminin yeşil enerji ile çalıştığını ve fosil yakıtlarla çalışan otobüsler kadar güçlü olduğunu ifade ediyor. Türkiye’de de, **İETT aracılığıyla hayata geçirilen güneş enerjili otobüsler İstanbul’da** faaliyet göstermeye başladı.

Yakın Tarihin Büyük Afetleri

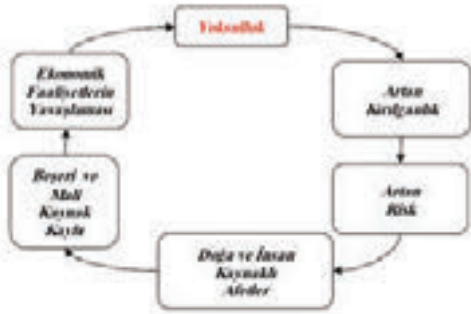
Tüm bu çaba ve gelişmelerle birlikte dünyada yaşanan doğa kaynaklı ve teknolojik afetlerin hem ekonomik hem de toplumsal etkileri çok yüksek oluyor ve normale dönülmesi, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine bağlı olmakla birlikte belli bir zamanı ve oldukça yüksek bir maliyeti beraberinde getiriyor. Yakın tarihteki büyük afetler ve etkileri incelendiğinde 2011 yılında yaşanan 9,0

büyüklüğündeki **Töhoku (Büyük Doğu Japonya) Depremi**’nin 235 milyar dolarlık bir ekonomik kayba sebebiyet verdiği görülüyor. 15 binden fazla kişinin yaşamını yitirmesine, binlerce kişinin kaybolmasına sebep olan bu deprem, Japonya’nın en büyük, dünyanın ise en büyük beşinci depremi olarak kayda geçti. İkinci sırada ABD’nin en yıkıcı ve en ölümcül **kasırgalarından** biri olarak tarihe geçen afet sonucunda 2000’e yakın kişi yaşamını yitirdi ve 125 milyar dolarlık bir ekonomik kayıp yaşandı. 1995 yılında **Kobe**’de (Japonya) yaşanan deprem 100 milyar dolarlık, 1994 yılında ABD’de yaşanan **Northridge Depremi** 42 milyar dolarlık ve 2008 yılında Çin’de yaşanan **Sichuan Depremi** 29 milyar dolarlık ekonomik kayba sebebiyet verdi. 2016 yılında ise dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşanan deprem, sel, kasırga, kuraklık ve orman yangını gibi afetler 210 milyar dolarlık ekonomik kayba sebebiyet vererek milyonlarca kişiyi etkiledi.

Yeşil Kalkınma Paradigması Şart

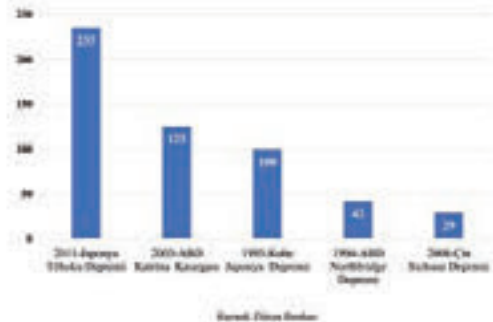
Afetler ister doğa kaynaklı olsun, ister insan kaynaklı olsun, insanlığın önündeki en büyük tehditlerden birini oluşturuyor. Ve bu tehdidin doğru bir biçimde anlaşılabilmesi, boyutlarının belirlenebilmesi ve muhtemel etkilerinin hesap edilerek en aza indirilebilecek politikaların hayata geçirilmesi ülkelerin, özellikle de az gelişmiş ülkelerin öncelikleri arasında yer almalıdır. Türkiye gibi hem birinci derecede afet bölgesinde yer alan hem de yakın coğrafyada yaşanan siyasal karışıklıklar sebebiyle göçlere açık, kırılabilirliği yüksek olan bir ülkenin ise kaynak kullanımını etkin bir şekilde sağlayarak, iklim değişikliğinden küresel ısınmaya, mülteci ekonomisinden düşük karbon ekonomisine kritik noktaları kapsayan yeşil bir kalkınma paradigması oluşturması gerekmektedir. Ezcümle, Türkiye (ve dahi tüm ülkeler) afetlerle kalkınmayı öğrenmek zorundadır.

Şekil 1. Yoksulluk-Kırılabilirlik Kısır Döngüsü



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 1. Yakın Tarihte En Yıkıcı Ekonomik Kayba Sebep Olan Afetler (Milyar USD)



Sosyal Girişimler ile Sürdürülebilir Kalkınmaya Katkı

Boğaziçi Üniversitesi Mezunları İş İnsanları Derneği'nin, (BRM) İstanbul Kalkınma Ajansı'nın (İSTKA) kâr amacı gütmeyen mali destek programı kapsamında desteklenen, Boğaziçi Üniversitesi ve Genç Başarı Eğitim Vakfı ortaklığında gerçekleştirilen Sosyal Girişimcilik Programı (SoGiP), üniversite öğrencilerinde farkındalık yaratmanın yanı sıra iş dünyası ile sosyal girişimcileri buluşturmayı hedefliyor. BRM Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Elif Bulak ile programın ayrıntılarını konuştuk.

 Nevra YARAÇ



SoGiP nasıl doğdu?

Biz öncelikle derneği dönüştürmeye başladık ve bunu yaparken de adanmış bir şekilde, hepimizin ortak bir anlama inandığı bir ruhla çalıştık. Geçen yıl düzenlediğimiz **Kapsayıcı İşletmeler Zirvesi** bizim için çok motive edici oldu. Sektörü, ekosistemi, paydaşları tanıdık; konuyu öğrendik. O kadar doğru bir alana girmişiz ki yaşam bizim önümüze kaynakları sundu, bütün kapılar açıldı, herkes bizi destekledi. Gelir piramidinin en altında yer alan 1 milyar insan var. Şirketleri bu insanlara dokunmaya yönlendirmek hem bize hem de şirketlere çok iyi geldi. Sosyal girişimciliğin de buna çok hizmet eden bir yanı olduğunu düşünüyorduk. Projemizi yazdık ve başvurduğumuz İSTKA programından hibe almaya hak kazandık.

Program neyi hedefliyor?

Programın en temel amacı, Türkiye'deki sosyal girişimcilik ekosistemi geliştirmek üzere öncelikle üniversite öğrencileri

arasında farkındalığı artırmak. İkincisi bu kültürü yaygınlaştırmak istiyoruz. Birleşmiş Milletler'in (BM) **17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi (SKH)** üzerine çalışmalar çok gelişecek. Hedefimiz, farkındalığın yanı sıra "Ben bunları çözebilirim" cesaretini, ilhamını yaratabilmek.

Bununla birlikte Türkiye'de sosyal fayda ile para kazanmanın bir araya gelmemesi gerektiğine dair güçlü bir algı var. Bunun değişmesi gerektiğine inanıyoruz.

Öte yandan artık ayrışma zamanını geçiyoruz, buluşma zamanındayız. **Ayrışmanın maksimize olduğu yerde buluşma başlıyor bir çember gibi düşünürsek.** O yüzden yaptığımız tüm işler buna yönelik.

Ne tür eğitimler ve etkinlikler olacak program kapsamında?

15 üniversitede 600 öğrenciye 1-1,5 saat süren tanıtımlarla başladık. Sosyal girişimcilik ve bileşenleri konusunda bilgi veriyoruz. Aslında öğrencilerin zihninde olan "Ben girişimci olamam", "**Mezun olunca para kazanmak zorundayım**", "Yeterince yaratıcı değilim" şeklindeki ön kabulleri kırmayı; emeğini nereye koyarsa orasının yeşereceğini, bunun da ancak kendilerine inanmaları ile başlayacağını aşılmasını amaçlıyoruz. Alanlar belirlenecek ve öğrenciler SKH'ler üzerinde çalışacaklar. Dört devremiz var, 200 öğrenci katılacak. İstanbul'daki üniversitelere kayıtlı olan öğrenciler programa katılabilir. Sosyal Girişimcilik Programı toplam 72 saat sürüyor. KOSGEB sertifikalı bir danışman tarafından verilecek Girişimcilik Programı, bunun 32 saatini oluşturuyor. Bu kısımda "sosyal fayda ve kârlılık ilkesini nasıl birleştiririz"i anlatabilmek istiyoruz.

Şirketler hangi noktada devreye giriyor?

Sosyal Girişimcilik Programı'nın içerisinde yer alan **Genç Başarı Eğitim Vakfı** ile

“Çözüm Ortağı konseptinde şirketler takım üyesi olarak katılımcılarla fikri geliştirip bunu ticarileştirmek üzere birlikte çalışıyorlar. Belki ilerde bu girişimde hisse sahibi olacaklar. Programın katma değer yaratacak en önemli kısımlarından birisi de burası”

düzenlediğimiz iki günlük Proje Atölyesi ile öğrendiklerini teknik olarak uygulama safhasına geçiyor katılımcılar. Takım çalışmasıyla fikir geliştiriyorlar, proje yazıyorlar, iş planını hazırlıyorlar. Atölyede bunun küçük bir paylaşımını yapıyorlar. Bu noktada şirket çalışanları ya da yöneticileri, mentor veya çözüm ortağı olarak devreye giriyorlar. Çözüm Ortağı konseptinde şirketler takım üyesi olarak katılımcılarla fikri geliştirip bunu ticarileştirmek üzere birlikte çalışıyorlar. Belki ilerde bu girişimde hisse sahibi olacaklar. Programın katma değer yaratacak en önemli kısımlarından birisi de burası. En sonunda bir tanıtım günümüz olacak, şirketler gelecek, öğrencilerin fikirlerini anlatabileceği stantlar olacak. Buluştuklarında belki bir şirket yatırım yapmak isteyecek bir fikre. Bu fikirlerin kimisi sosyal girişim, kimisi kurumsal sosyal sorumluluk olarak somutlaşacak. Kimisi de sadece fikir aşamasında kalacak.

Bir sosyal girişim fonumuz da var. Yatırıma ihtiyacı olan destek alabilecek. Proje Ocak 2018’de sona erecek ama biz orada bırakmayacağız. Çözüm ortaklığı ilişkisiyle devam eden bir süreç söz konusuysa BRM olarak destek vermeye devam edeceğiz.

İstanbul dışına da taşımayı düşünüyor musunuz programı?

Program İSTKA desteği aldığı için İstanbul’u kapsıyor. Ama amacımız yaygınlaşabilir bir model oluşturmak ve programı Türkiye genelinde sürdürülebilir kılmak. ○



SoGiP Programının Bileşenleri

Çözüm Ortakları: Değişik sektörlerden profesyoneller Sosyal Girişimcilik Programı boyunca katılımcılarla Çözüm Ortağı olarak çalışıyor ve projelerini geliştirme süreçlerine aktif destek veriyorlar.

Sertifikalar: Programı tamamlayan katılımcılar, kendi girişimlerini kurlmaları durumunda KOSGEB desteklerinden yararlanabilecekleri bir Girişimcilik Sertifikası ve Boğaziçi Üniversitesi onaylı bir Sosyal Girişimcilik Eğitim Sertifikası almaya hak kazanıyorlar.

Networking: Projelerini geliştiren sosyal girişimci adayları, bunları program sonunda düzenlenen bir networking etkinliği kapsamında firmalara sunma ve işbirliği yapma fırsatları buluyorlar.

Sosyal Girişim Fonu: Sponsor firmaların katkıda bulunacağı bir Sosyal Girişim Fonu oluşturuluyor. Program sonunda geliştirdikleri projeleri firmalara sunan katılımcılar, işbirliği anlaşmaları çerçevesinde bu fondan faydalanabiliyor.



“Hedefimiz, Tek Uygulamayla Eviçi Enerji ve Güvenlik Yönetimi”

“Cosa temelde akıllı bir oda termostati ancak dünyada oda termostati olarak üretilen ve aynı zamanda klimaları da kontrol edebilen tek akıllı oda termostati” diyor Cosa Enerji kurucu ortağı Dr. Emre Erkin. Birçok sorunu tek bir yazılım ve donanımla çözmeyi hedefleyen Cosa Enerji, şimdiden 10 bin haneye girmiş durumda. Ancak hedefler gerçekten büyük ve konunun sürdürülebilirlikle ciddi bir ilişkisi var...

 Barış DOĞRU



Enerjinin yönetimi, bugün sürdürülebilirlik tartışmalarının en önemli başlıklarından biri. En iyi enerji tüketilmeyen enerji olarak kabul ediliyor. Bize en yakın haliyle, Cosa Enerji'nin enerji tasarrufuna getirdiği çözüm ve inovasyonu aktarabilir misiniz?

Sürdürülebilir bir çevre ve yaşam için enerjinin yönetimi, verimliliğin artırılması ve özellikle de ihtiyacımız yokken enerjinin kullanılmasının önlenmesi şart. Türkiye'ye baktığımızda enerji temininde yaklaşık dörtte üç seviyelerinde olan dışa bağımlılığımız söz konusu. Doğalgaz tüketiminin %22,9'undan sorumlu olan konut sektörüne bakıldığında zaman bireysel ısıtma için kombi kullanılan yaklaşık 10 milyon konutun %72'sinde, **kombilerin doğru şekilde kullanılmamasından** kaynakla-

nan gereksiz doğalgaz tüketimi olduğu, 2011 yılında ERA tarafından yapılan bir araştırma ile ortaya konuldu. Bu yanlış kullanımın önüne geçilebilmesi için ana çözümlerden biri oda termostati, oysa ülkemizde -ABD ve birçok Avrupa ülkesinin aksine- oda termostati kullanım oranları oldukça düşük. Türkiye'de 20 milyon hanenin yarısından fazlasında kullanılan kombilerin yaklaşık %5'inde oda termostati kullanılıyor. Yani kullanıcıların %95 gibi büyük bir çoğunluğu, kombi üzerinden petek suyu sıcaklığını ayarlayarak kombilerini kullanıyor. Üstelik evde yokken ya da gerekmediği zamanlar kombi boşu boşuna çalışabiliyor. Öte yandan daha çok güney bölgelerimizde ısıtma ve soğutma klimalar ile sağlanabiliyor. Klimalarımızı da hızlı soğutsun diye

minimum sıcaklığa ya da hızlı ıstınsın diye maksimum sıcaklığa ayarlıyoruz. Halbuki çoğu klima belirli bir sıcaklıkta hava üfler; ayarladığımız sıcaklık evimizin istediği sıcaklıktır ve bu yüzden klimalar evleri gereğinden fazla ısıtır ya da soğutur. Dolayısıyla, gereksiz elektrik tüketmiş oluruz. Özellikle evde yokken açık bırakılan klimalar gereksiz yere enerji tüketmiş oluyor.

Dolayısıyla, Cosa'nın tüketiciye sunduğu en net fayda tasarruf. Ancak kombinizi uzaktan yönetebilmenin daha başka birçok faydası ve önemli bir konfor getirisi var. Öncelikle Cosa, evimizin sıcaklığını ölçer ve kombinin, evlerimizi ayarladığımız sıcaklıkta tutacak kadar çalışmasına izin verir. “Ev”, “Uyku” ve “Dışarıda” seçenekleri ile genelde kullanımı zor olan termos-



“Hesaplarımıza göre geçen sene Cosa akıllı oda termostatu kullanıcıları, doğalgaz faturalarında %31’e varan bir oranda tasarruf etti. Bu tasarruf oranıyla, konut başına yıllık ortalama 350 m³ doğalgaz, parasal karşılığı olarak da yaklaşık 4500 TL değerinde bir kazanç sağlandığı görüldü”

tatları düşündüğümüzde çok kolay kullanılabilir bir arayüz sunuyor. Bunun üzerine akıllı birçok özelliği ile konfor koşullarımızı maksimize edebiliyor. Daha da önemlisi, artık kombi üzerinden herhangi bir ayar yapmamıza gerek kalmadığı için kombiye müdahale etmemiz gereken zamanlarda, balkonda duran bir kombiye cep telefonumuzdan müdahale edebiliş oluyoruz. Ayrıca ısıtma-soğutma sistemleri ile ilgili bakım, arıza ve onarım ihtiyaçlarından önceden haberdar olarak çok hızlı bir şekilde çözüm sunuyor.

Cosa oda termostatu kullanımı ile ortalama ne kadarlık bir tasarruftan bahsediyoruz hane başına?

Hesaplarımıza göre geçen sene Cosa akıllı oda termostatu kullanıcıları, doğalgaz faturalarında %31’e varan bir oranda tasarruf ettiler. Bu tasarruf oranıyla, konut başına yıl-

“270 Gece Sürdü Fikrimizin Olgunlaşması”

Ortağım Cem ile dostluğumuz Üsküdar Fen Lisesi’nde sıra arkadaşlığıyla başladı. Proje ödevlerimizi bile birlikte hazırladık. Cem ile birkaç puan farkıyla değişik üniversitelere gitmek zorunda kaldık. Ben İTÜ’yü, o da Koç Üniversitesi’ni bitirdi. Daha sonra Cem aldığı eğitimi pekiştirmek için, Ar-Ge ve inovasyon konusunda çok daha gelişmiş olanaklara sahip olan Almanya’ya gitti. Mercedes’in Ar-Ge birimlerinde, ardından Almanya’nın TÜBITAK’ı olarak tanımlayabileceğimiz Max Planck Institute’te çalıştı. Sonra Türkiye’ye döndü. Microsoft ve Vodafone’da çalıştı. Ben de bu arada İTÜ Enerji Enstitüsü Enerji Planlaması ve Yönetimi Anabilim Dalı’nda araştırma görevlisi olarak çalışarak Konutlarda Enerji Yönetimi ve Tasarrufu üzerine yüksek lisans ve doktora çalışmalarımı tamamladım. Sonrasında Cem’in kendi evinde de yaşadığı ve aslında Türkiye’de genel bir sorun olduğunu anladığımız; doğalgazı ve elektriği verimsiz kullanarak evlerimizi ısıtmaya ve soğutmaya çalışma sorununu günümüz teknolojisinin nimetlerinden faydalanarak maliyet etkin olarak çözmeyi ve herkesin rahatlıkla kullanabileceği bir ürün geliştirmeyi amaçladık. O dönem Cem’in evinin merkeze uzak olması, yaşadığı konforsuz ısınma ve yüksek doğalgaz faturası nedeniyle fikir kafamızda daha netleşti. Birimiz enerji

tasarrufu konusunda akademisyen, diğerimiz ise makinelerin iletişimi konusunda uzman olduğumuz için Cosa’yı kurarken bu iş fikrimizi birleştirerek yola çıktık. 270 gece sürdü bu fikrimizin olgunlaşması. Sonra Türkiye’nin ilk enerji temalı teknokenti olan İTÜ Enerji Teknokenti’ne başvurup kabul edildik ve TÜBITAK’tan destek alarak çalışmaya başladık. 2013 Eylül’ünde kurulduğumuz zaman, iki kurucu ortak dışında bir yazılımcı, bir donanımcı arkadaş olmak üzere bir masa başında dört kişi ile başladık çalışmalarına. 2014 yılının Aralık ayında da ilk ürünümüz olan Cosa Akıllı Oda Termostatu’nı piyasaya sürdük. Artık Ar-Ge’si tamamlanmış ve satış, pazarlama, operasyon ve satış sonrası hizmetlerin de devreye girdiği bir dünya oluşmuş oldu. Ekibimizi bu ihtiyaçlar dahilinde büyötmeye başladık. Bugün yarısına yakını Ar-Ge personelden oluşan 15 kişilik bir ekibimiz var. Öte yandan ilk piyasaya çıktığımız zaman kısa sürede dört haneli satış rakamlarına ulaştık. Bugün ise beş haneli rakamlardayız. Bu süreçte, ilk yatırımımızı ürünümüzün piyasaya çıkışı sırasında o zaman Turckell’in CMO’su, şu an ise Yıldız Holding Pazarlama Başkanı olan Lale Saral Develioğlu’ndan aldık. Akabinde satışların da hızla artmasıyla, Revo Capital’den ilk VC yatırımımızı aldık. Çok yakında yeni bir yatırım daha olarak işimizi daha da büyüteceğiz.

lık ortalama 350 m³ doğalgaz, parasal karşılığı olarak da yaklaşık 4500 TL değerinde bir kazanç sağlandığı görüldü. Bunu Türkiye geneline yayacak olursak 10 milyon hanede yaklaşık 4,5 milyar TL değerinde bir tasarruf potansiyeli var. Söz konusu tasarruf miktarı çevre açısından ele alındığında, konut başına yıllık ortalama 350 m³ doğalgaz tasarrufu ile yılda 630 kg CO₂ emisyonunun önlenmesi sağlanabiliyor. Bir ağacın yılda ortalama 20 kg CO₂’yi absor-

be ettiği düşünüldüğünde, yapılan tasarruf ile konut başına 32 ağaca eşdeğer bir etki sağlanabiliyor.

Anladığımız kadarıyla, Cosa’nın çözümleri kombileri yönetmenizi sağlayan akıllı termostatla sınırlı değil. Bu termostat, aynı zamanda kablosuz olarak başka cihazları da kontrol etmeyi mümkün kılıyor. Sözelimi klimaları, dolayısıyla soğutma sistemlerini de... Hatta tek tek radyatörü de yönetmeyi

planlayan komple bir akıllı eviçi ısı yönetim sisteminden bahsediyoruz sanırım...

Evet, Cosa temelde akıllı bir oda termostatu ancak dünyada oda termostatu olarak üretilen ve aynı zamanda klimaları da kontrol edebilen tek akıllı oda termostatu. Cosa, infrared vericileri sayesinde bulunduğu odadaki klimaları da yönetebiliyor. Öte yandan şu anda Cosa için akıllı oda termostatu diyoruz ama aslında Cosa akıllı ev sistemi için bir *gateway/hub* özelliğini taşıyor. Yeni geliştirdiğimiz iletişim altyapısı ile dünyada standart olarak kullanılan bir protokolü, akıllı ev için geliştirilmiş diğer cihazları da Cosa ile kullanabilmemiz mümkün hale geliyor. Yani akıllı termostatik radyatör vanaları, lambalar ve prizler gibi, gerek Cosa markalı gerek bu standart protokolü kullanan farklı markalı birçok akıllı ev ürünü Cosa ile uyumlu çalışabilecek. Dolayısıyla evin enerji ve güvenlik yönetimi Cosa ile tek bir uygulama aracılığıyla sağlanabilecek.

Bir de işin yenilenebilir enerji tarafı var. Bu sistem, gümbür gümbür gelen çatı üstü PV sistemleri ile de kolayca kullanılabilir mi?

Öncelikle Cosa'nın vizyonundan bahsetmek isterim. Cosa için yola çıkarken hayalimiz, bir evin tüm enerji ihtiyacını kendisinin üretebileceği ve üretilen enerjinin başta ısıtma ve soğutma olmak üzere en verimli tüketilecek şekilde yönetilmesini sağlamak idi. Yola öncelikle kullandığımız mevcut enerjiden tasarruf etmek amacı ile çıkmış olduk. Şu anda, iyi yalıtım yapılmış bir evde, yüksek verimli kombi ve invertörlü klimalar ile Cosa kullanarak klasik sistemlere göre %50'den fazla tasarruf edebiliyoruz. Son günlerde yasal altyapısı da düzenlenmekte olan çatıüstü PV sistemlerinin maliyetlerinin de düşüğü ve kolayca uygulanabilir hale



“Cosa için yola çıkarken hayalimiz, bir evin tüm enerji ihtiyacını kendisinin üretebileceği ve üretilen enerjinin başta ısıtma ve soğutma olmak üzere en verimli tüketilecek şekilde yönetilmesini sağlamak idi”

geldiği bir dünyada, bunlar Cosa'ya entegre edilerek, bir evin tüm enerji ihtiyacını şebekeden bağımsız bir şekilde karşılamak, yani enerji maliyetlerini sıfıra indirebilmek mümkün olabilecek ve hatta üretilen fazla enerji şebekeye satılabilecek. Sürdürülebilirlik kavramının altı, enerji açısından tam anlamıyla doldurulmuş olacak. Cosa'nın orta ve uzun vadedeki hedefi budur.

Eklemek, vurgulamak istediklerimiz...

Ülkemiz doğalgaza bağımlı bir ülke ve maalesef son zamanlarda enerji temini ve fiyatlarında yaşanan büyük sıkıntılar var. Hal böyleyken doğalgazın dörtte birinin kullanıldığı konutlarda Cosa gibi maliyet etkin çözümler ile önemli oranda tasarruf sağlamak müm-

kün. Üstelik kendini sadece bir kış sezonunda geri ödeyen bir üründen bahsediyorsak... Bunun geniş kitlelere yayılması sadece Cosa'nın pazarlama ve bilinçlendirme aktiviteleri ile mümkün değil. Devlet başta olmak üzere enerji firmaları gibi tüm paydaşların bu konuda aksiyon almaları ve ortak hareket etmeleri gerekiyor. Basit yasal düzenlemeler ile -ki şu anda bireysel ısınma için böyle bir yasal düzenleme yok- geniş kitlelerin termostat kullanması sağlanabilir.

Öte yandan, akıllı ev ve enerji sistemlerinin son kullanıcıya olan birçok faydasının yanında, son kullanıcı tarafından pek de bilinmeyen ve bu faydadan belki de çok daha fazlasına dair potansiyel taşıyan **büyük veri** konusu var. Akıllı sistemlerin ürettiği büyük veri ile enerji şirketleri çok daha detaylı ve yüksek çözünürlükte veriyi analiz edip arz talep modellerini geliştirerek çok daha doğru tahmin yapma şansı bulabiliyor. Bu sistemlerin yaygın kullanımı ile mahalle bazında dış hava sıcaklığına bağlı olarak enerji talebi analizi ve tahmini yapabilme şansları olabiliyor. Bu konu son kullanıcının tarafında sağlanan ekonomik faydadan çok daha büyük bir faydaya sebep olabiliyor. ○



IRENEC 2017

7. ULUSLARARASI

%100 YENİLENEBİLİR ENERJİ KONFERANSI

18-20 MAYIS 2017

www.irenec.org



%100 Yenilenebilir Enerjiye Küresel Geçişi Nasıl Hızlandırabiliriz?

ÖZEL OTURUM

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Yenilenebilir Enerji Kaynak Alanı (YEKA)

Sahika Karam
Genel Müdür - Kat-Energy Engineering Education & Consultancy Ltd.

Tayfun İki
İkinci Müdür - E.J ÖZT International GmbH
Üçüncü Müdür - Enerjiye Devletçilik için Uzmanlaşmış Yatırım Yatırımcıları
Genel Müdür - Enerji Enerji

Tanay Sıdki Uyar
Marmara Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Enerji Ana Bilim Dalı Başkanı, Başkan, EURO SOLAR Türkiye Yenilenebilir Enerji Grubu

Türkiye'nin Diyarbakır, Van, Çanakkale ve Burdur illerinde Topluluk Enerjisi ile %100 Yenilenebilir Enerjiye Geçiş Yol Haritası Geliştirilmesi

ÖZEL OTURUM

Garanti

Yenilenebilir Enerji Finansmanı - Fırsatlar ve Zorluklar

OTURUM BAŞKANI
Fatih Emre Bıldırcın
Genel Müdür, Garanti Bankası

Yalçın Altıntaş
Strateji Planlama ve İş Geliştirme Müdürü, Finansman Ekibi

Umut Feyzioglu
Proje Finans Müdürü, İş Bankası

Mehmet Erdem Yaşar
Araştırma Uzmanı ve Kalite Yönetim Müdürü

ÖZEL OTURUM

YILDIRIM ENERJİ HOLDİNG A.Ş.

Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Sistem Entegrasyonu

Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Mercekt İletim, Dağıtım ve Elektrik Üretimi Sistemlerine Entegrasyonu, Zorlukları ve Çözümleri

Dr. Zafar Demircan
Genel Müdür - ETKB Enerji Yatırım ve Danışmanlık

İlter Canbazoglu
Genel Müdür - İZ Enerji Yatırım ve Danışmanlık

Dr. Hasan Basri Çetinkaya
Proje Yatırım ve Danışmanlık Genel Müdürü - İZENERJİ

Cemil Başer
Yatırım Proje ve Strateji Müdürü - İZENERJİ ENERJİ

Tamer Turna
YEM - CEO & Yat. Kur. Üye - İZENERJİ ENERJİ

OTURUM BAŞKANI
Dr. Tamer Turna
YEM - CEO & Yat. Kur. Üye

ÖZEL OTURUM

EPDK
ENERJİ PİYASASI DÜZENLEME KURUMU

Yenilenebilir Enerji Üretimi

OTURUM BAŞKANI
Dr. Mustafa GÖZEN
Grup Başkanı, EPDK

Hacı Hasan ATUĞ
Ticaret Müdürlüğü Uzmanı, EPDK

Mehmet YALILI
Enerji Üretim Yöneticisi, EPDK

Harry Lehman
Genel Müdür, Corporate Planning ve Sürdürülebilirlik Strajileri, Federal Carbon Agency IUSAL, Almanya

Almanya'nın 2050 İklim Eylem Planı ve Seragazi Emisyonu olmayan bir Yeni Almanya Senaryosu

IRENEC 2017 Konferansımızda sizi de aramızda görmek isteriz.

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



İstanbul'un Altın Eyaleti
MALTEPE BELEDİYESİ
www.maltepe.belediye.tr

Garanti

YILDIRIM ENERJİ HOLDİNG A.Ş.

YENİLENEBİLİR ENERJİ BİRLİĞİ

TURKISH AIRLINES

ZORLU SOLAR

res

CAYKUR

EURO SOLAR

EUROSOLAR Türkiye



Erhan Çokkececi
Change.org Türkiye
Ülke Direktörü

Muğla'nın Geleceği için Hep Birlikte!

Change.org'da çevre alanında açılan kampanyaların sayısı günden güne artmaya devam ediyor. **Muğla Çevre Platformu**'nun (MUÇEP) yaklaşık iki ay önce "Bırakın Muğla'nın kıyıları, koyları, ormanları, köyleri, sulak alanları doğal kalsın!" talebiyle change.org'da başlattığı kampanya yaklaşık 18 bin kişinin desteğini aldı. MUÇEP, bilim insanları tarafından hazırlanan "Muğla 4 Mevsim Ekolojik Temelli Bilimsel Araştırma Raporu"na karşı çıkıyor ve bu rapor ve sonuçları ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının, yerel halkın kaygı

ve önerilerinin göz önünde bulundurulmasını istiyor. Raporun içeriğinde, belirtilen bölgelerin 1. derece sit alanıyken, 2. derece koruma alanı ya da 3. derece sürdürülebilir turizm alanı olarak tanımlandığının ya da tamamen koruma statüsünün dışında çıkarıldığının altı çiziliyor. Rapor kabul edildikten sonra Gökova'nın neredeyse %75'i, Bodrum'daki sit alanlarının %77'si, Karada ve Kissebüğü kullanıma açılacak. Datça Yarımadası'nın ve Hisarönü Körfezi'nin yarısına yakınının, **Gökova Körfezi** kıyılarının tamamının ve

körfeze bakan yamaçların, hatta Fethiye'deki Göcek kıyıları-adalarının, Ölüdeniz kıyılarının ve Kelebekler Vadisi'nin yapılaşmaya açılmasına izin verecek.

MUÇEP'in kampanyası, örnek teşkil etmesi açısından büyük bir önem taşıyor. Gerek yerel halktan, gerekse diğer sivil toplum kuruluşlarından gelen destekler ve change.org'daki kampanyayı imzalayan binlerce insanın paylaşımları, MUÇEP'in Muğla'nın geleceği için mücadelesine güçlenerek devam edeceğini gösteriyor.



Change.org'da Kampanya Başlatmak İçin Ne Yapmak Gerekir?

www.change.org sitesine girin, **Kampanya Başlat** kutucuğuna tıklayın; aşağıdaki soruların olduğu formu doldurun, **Kurallar** bölümünü dikkatlice okuyun; sonra isterseniz fotoğraf veya video ekleyip kampanyanızı başlatın.

- 1- Başlatacağınız kampanya kime yönelik? Biliyorsanız birey, kurum ya da hükümet organının adı ve varsa e-posta adresini yazın.
- 2- Muhataplardan ne talep ediyorsunuz?

change.org

3- Bu kampanya sizin için neden önemli? Bir başka deyişle, insanlar bu kampanyaya neden destek vermeli?

İmzalarla birlikte siteye giren herkes kampanyanızı görebilir; her imza veren de kendi sosyal medya hesaplarından arkadaşları ve takipçileriyle paylaşabilir. Kampanyanızın muhatabına ilk imzalayan 50 kişinin imzasını içeren bir e-posta gider. Sonrasında da düzenli olarak kampanyanızın durumuna dair bilgilendirme e-postaları iletilir.

Gelecek Kuşaklara Devredecek Doğa Mirası Kalmayacak!

Change.org'da başlattıkları kampanyanın ayrıntılarını Muğla Çevre Platformu üyesi Şamil Tuncay Beştoy'dan dinledik.

Muğla Çevre Platformu'ndan bahseder misiniz? Neden ve nasıl kuruldu? Şu anda üzerinde aktif olarak çalıştığınız konular neler?

Muğla ili doğal sit alanları; Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nca "Korunan Alanların Tespit, Tescil ve Onayına İlişkin Usul ve Esaslar Dair Yönetmelik" ve "Doğal Sit Alanlarının Değerlendirilmesine İlişkin Teknik Esaslar" çerçevesinde, dört mevsimi kapsayan "Ekolojik Temelli Bilimsel Araştırma" ile yeniden değerlendirildi. Koruma statülerinde değişiklik önerilen alanları gösterir 31 adet pafta, 2016 yılı Aralık ayında Muğla Belediyesi'ne gönderildi.

Muğla Büyükşehir Belediye Meclisi'nin planla ilgili hazırladığı ve oybirliği ile kabul ettiği raporu kamuoyu ile paylaşması ile vatandaşlar olarak bizler ancak çok sonra konudan haberdar olabildik. Doğanın korunması konusunda duyarlı; **Muğla, Bodrum, Milas, Akyaka, Fethiye, Marmaris, Datça ve Köyceğiz**'den sivil toplum örgütlerinin temsilcileri ve bağımsız vatandaşlar bir araya gelerek konuyu değerlendirdik.

Planın etkilediği her alt bölge ile ilgili oluşturduğumuz çalışma gruplarının çalışmalarının sonuçlarını birlikte değerlendirdik. Şu ortak görüşe ulaştık:

-Bu plan değişikliği tasarısı; yerel halkın, sivil toplum örgütlerinin ve yerel yönetimlerin bilgisi ve katılımı olmadan hazırlanmıştır.

-Bu planlar Muğla bölgesinde doğal sit alanlarını yapılaşmaya açacak; kıyıların, sulak alanların, zeytinliklerin, ormanların ve su havzalarının büyük oranda yok olmasına neden olacaktır.

Bakanlığın bu projesinin bölgede daha önce yapılmış birçok bilimsel çalışma ile de bağdaşmadığını tespit ettik. Bu planların gerçekleşmesi halinde tarım, hayvancılık, zeytinlik, arıcılık, mavi yolculuk ve eko-turizm başta olmak üzere birçok alanda **geri dönüşü olmayan tahribatlara yol açılacak** ve Muğla bölgesinde gelecek kuşaklara devredecek doğa mirası kalmayacaktır.

Konu, tüm Muğla'yı ve Türkiye'yi ilgilendirdiği, gelecek kuşaklara nasıl bir doğa ve çevre mirası bırakacağımızı belirleyeceği için birlikte hareket etmenin çok önemli olduğu ortak düşüncemiz. Kabul edilemez bulduğumuz bu planın gerçekleşmesine ve bölgedeki doğa koruma alanlarında her türlü ekolojik tahribata, rant odaklı yapılaşmaya karşı birlikte mücadele etmek üzere Muğla Çevre Platformu'nu (MUÇEP) kurmaya karar verdik.

Amacımızı; Muğla bölgesinin yönetim planlarının, yaşam kaynağımız olan doğanın geri dönüşü olmayan şekilde tahrip edilmesine yol açmadan, kamu kuruluşlarının, yerel yönetimlerin, halkın, uzman kuruluşların, sivil toplum örgütlerinin, bilim çevrelerinin katılımının sağlandığı süreçlerde, ortak akılla hareket ederek bütüncül bir anlayışla yeniden oluşturulması olarak belirledik.

Change.org'da #Muğlacennetkalsın diyerek bir kampanya başlattınız. Kampanyanızı başlatma nedeninizi anlatır mısınız?

Change.org üzerinden daha geniş bir kitleye ulaşabilmek ve kamuoyunun dikkatini durumun ne kadar önemli



olduğuna çekebilmek için kampanyamızı imza platformuna taşıdık.

Kampanyanızla ilgili, bundan sonraki adımlarınız neler?

Referandum sürecinin yoğun gündemi rahatladığında daha geniş bir katılım için destek grupları oluşturacağız.

İmza kampanyanızdan sonra yetkililerden sizinle iletişime geçen oldu mu?

Hayır, maalesef, ama biz geçtik ve fiilen sürecin askıya alındığı bilgisini aldık.

Change.org'daki kampanyanız için buradan bir çağrıda bulunsanız ne söylemek istersiniz?

Çağrımız, nokta hedefli olmadığı için belki şu anda umulduğu kadar geniş bir katılım ve farkındalık yaratmadı. Bununla birlikte eğer uygulanırsa bölgedeki her şeyi temelden değiştirecek nitelikte bir plandan bahsediyoruz. Bu nedenle şu anda doğrudan ve hemen bir şeyi değiştirmiyor gibi görünen bu planın geçmemesi için çok daha fazla destek istiyoruz elbette.

Sürdürülebilirlik Liderleri “Amacı Harekete Geçirmek” İçin Buluştu



Dünya çapında markaların geleceğini şekillendiren bir milyondan fazla profesyonelin bulunduğu bir platform olan Sustainable Brands'ın İstanbul buluşması **Sustainable Brands 2017 Istanbul**, Swissotel The Bosphorous'ta yapıldı. Sürdürülebilir markaların bir araya gelmesini sağlayan platform, sürdürülebilirlik için yaratıcılık, inovasyon ve net pozitif etki yaratma konusunda günümüzdeki liderlik anlayışını kuvvetlendirmeyi; iş dünyası liderlerini daha sürdürülebilir mar-

kalar yaratmak için bilinçlendirmeyi amaçlıyor.

Bu yıl “Activating Purpose” (Amacı Harekete Geçirmek) temasıyla gerçekleşen konferans, markaların ve iş liderlerinin geleceği şekillendiren yeniliklerle yeni stratejileri nasıl harekete geçirdiğini görmek isteyenleri buluşturdu.

Sustainable Brands 2017 Istanbul buluşmasının açılış konuşmasını yapan Sürdürülebilirlik Akademisi Yönetim Kurulu Üyesi Semra Sevinç, “Hızla değişen dünyada birey-

ler, markalar, kurumlar daha mutlu, daha cesur olmak için amaçlarını yeniden gözden geçiriyorlar. Daha iyi motivasyonla yollarına devam ediyorlar” dedi. İki gün boyunca devam eden konferansta, çeşitli kuruluşların gerçekleştirdikleri sürdürülebilirlik çalışmalarını katılımcılar ile paylaşmalarının ardından, yapıcılığını ve yönetmenliğini Tuluhan Tekelioğlu'nun üstlendiği, Philips Aydınlatma sponsorluğunda gerçekleştirilen **“Yapabilirsin”** belgeselinin gösterimi ile etkinlik sona erdi.

“Sürdürülebilir İş Ödülleri” Başvuruları Başladı

Sürdürülebilir iş modellerinin bu yıl 5. kez ödüllendirileceği Sürdürülebilir İş Ödülleri organizasyonu için başvurular, 2 Mayıs itibarıyla başladı.

İş dünyasında değişim ve sürdürü-

lebilir inovasyon ile etki yaratmayı teşvik eden Sürdürülebilir İş Ödülleri bu yıl 11 ayrı kategoride düzenlenecek. Ödülle sürdürülebilir iş modelini benimsemiş, Türkiye'de sürdürülebilir kalkınmaya katkı

sağlayan küçük, orta ve büyük ölçekli işletmeler başvurabilecek. Her kategoride büyük ölçekli kurumlar ve KOBİ'ler olmak üzere iki projeye ödül verilecek.

Başvuru süreci Ağustos ayına kadar devam edecek olan Sürdürülebilir İş Ödülleri'nin jürisi, her kategoride Türkiye'nin alanında lider isimlerinden oluşuyor. Sürdürülebilir İş Ödülleri başvuruları surdurulebilirli-sodulleri.com üzerinden yapılabilir.



SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞ ÖDÜLLERİ 2017
SUSTAINABLE BUSINESS AWARDS 2017

**SUSTAINABLE
BUSINESS
AWARDS
2017**

**BAŞVURULAR
2 MAYIS'TA
BAŞLIYOR!**

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞ ÖDÜLLERİ
SUSTAINABLE BUSINESS AWARDS

Katılım ve bilgi için
0212 274 25 16

www.surdurulebilirisodulleri.com
iletisim@sarakademi.com

 Sürdürülebilirlik Akademisi
 @sarakademi



Sosyal Alanda Dolaşan Sistem Dönüşümü Hayaleti

Sistem dönüşümü, sistem dinamikleri teorisinin sahibi MIT profesörü Jay W. Forrester tarafından 1989'da geliştirilmiş bir çeşit organizasyonel çalışma prensibi. Genellikle kurumsal yapılarda, iş akışında yaşanan problemlerin nereden kaynaklandığını araştırmak ve en etkili müdahaleyi tasarlamak için kullanılan bu yaklaşım özellikle son 10 yılda, sosyal/sivil alanda da benimsenmeye başladı. Hakkında merak edilenler çok, Türkçe kaynak ise neredeyse yok. Ashoka Türkiye'den Betül Özyılmaz, İstem D. Akalp ve Zeynep Meydanoğlu, EKOIQ için kaleme aldıkları yazıda bu gizemi bir nebze olsun dağıtmayı amaçlıyor.

✍ Betül ÖZYILMAZ, İstem D. AKALP, Zeynep MEYDANOĞLU

Denizyıldızı hikayesini hatırlar mısınız? Hani şu her gün sahile vuran binlerce denizyıldızından birini alıp denize geri atan ve ne değişti sorusuna "Bu yıldız için bir şey değişti" cevabını verenin hikayesi? İşte sistem dönüşümü bu değildir. Bireylerin etrafla-

rında gördükleri bir sorun karşısında eyleme geçip "bir şey" yapması olumludur ancak o "bir şey" in ne olması gerektiğine, sahilde kalan diğer denizyıldızlarına ve ertesi gün yine karaya vuracak binlercesine hiç kafa yormaması nedeniyle hikayedeki kişi eleştirilebilir.

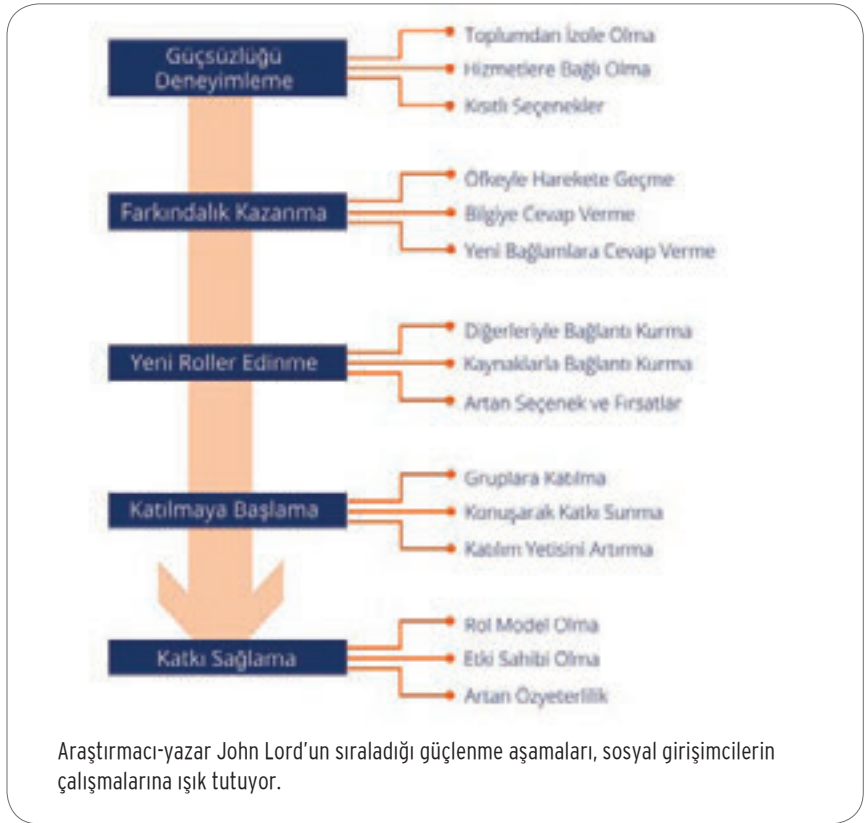
Sistem dönüşümü, ulaşılmak istenen hedefi gerçekleştirmek için sistemi etkileyen ve onu oluşturan yapıtaşları arasındaki ilişkileri tanımlayarak, onları sürece aktif bir şekilde dahil ederek; politika, değerler, tutum ve davranışlar, ilişkiler ve güç dinamikleri seviyesinde kalıcı

dönüşüm sağlamayı hedefler. Yani kafayı kaldırıp “**bu denizyıldızları neden sahile vuruyor**” sorusunu açıklıkla ve olası önyargılarımızın farkında olarak sormak, sorunun kaynağını ve dinamiklerini anladık-tan sonra ilgili paydaşlara ve eldeki kaynaklara bakıp en uygun eylem planını çıkarmak, uygulamaktır. Hatta o özene bezene yaptığımız müdahaleye bile eleştirel yaklaşabilmek ve gerekiyorsa değişiklik yapıp yeniden müdahale etmektir...

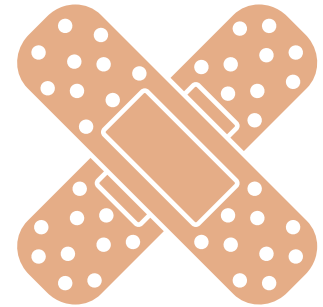
Sistem Dönüştürmek Zor Zanaat

Peki sistemleri dönüştürmek neden bu kadar zor? Sonuçta insan eliyle yarattığımız ve devamlılığına sebep olduğumuz toplumsal sorunları yine insan eliyle çözebiliyor olmamız gerekmez mi?

Bu zorluğun birkaç sebebi var. Birincisi, bireyler ve kurumlar olarak biz de değiştirmek istediğimiz **sistemlerin bir parçasıyız**. Bu sistemin içine doğuyor ve onun şekillendirdiği dünyada bir güzel yoğruluyoruz. İçine doğduğumuz sistemin kurallarına o kadar aşına oluyoruz, bu kurallar bize o kadar doğal geliyor ki, radikal bir sistem/müdahale düşlemek de zor oluyor. İkincisi, çok kalabalığız. Tek bir bireyin bile (çok yakın olsak da) düşünce ve davranışlarında değişim sağlamak son derece zorken, kalıcı bir değişiklik için çoğu zaman bir-biriyle yakın bağı olmayan yüzbinlerce, hatta milyonlarca bireyin davranışını kalıcı bir şekilde etkilemek gerekiyor. Bunu ilk aşamada sağlamak ve uzun vadede sürdürmek gerekliliği ise işi daha da zorlaştırıyor. Üçüncüsü, aynı nehirde iki kere yüzülmüyor. Yaptığımız her müdahale, değiştirmek istediğimiz sistemde bir değişim yaratıyor, karmaşık ve çok katmanlı bir sistemin üstüne bir tabaka daha koyuyor, bir çizik daha atıyor. Dahası, yapılan müdahalenin etkisi hiçbir zaman ortaya çıkmıyor.



Sistem dönüşümü yaklaşımında sıkça yapılan hatalardan biri “yara bantları”. Bu müdahaleler mevcut sistemi ne tamamen onaran ne de tamamen işlevsiz hale getiren, ağır aksak yürütmesine katkıda bulunan müdahalelerdir.



Bu etkinin ne zaman ve nasıl ortaya çıkacağı bilinmeden, değişim halindeki sisteme yeni müdahalelerde bulunma zorunluluğu doğuyor. Hal böyle olunca sistem dönüşümünü sağlayacak müdahaleler tasarlayıp uygulamak da zor zanaat haline geliyor. Sistemin içinden düşününce oyunu bozmak zor; sorunların ölçekleri çok büyük olunca küçük model ütopyalar yaratmak mümkün ama bunları geniş kitleler için norm haline getirmek kolay değil. Devinip dönen sorunlara yetişebilecek kadar **dinamik**, sosyal etkisi gözlemle-

nebilecek kadar **uzun vadeli** çözümler ise ne yazık ki sosyal alandaki mevcut iş yapma, fon, raporlama gibi pratiklerin teşvik ettiği bir şey değil.

Sıkça Yapılan Hatalar

Sistem dönüşümü yaklaşımı her derde deva tek bir reçete sunmasa da aşağıdaki sıkça yapılan hatalara düşülmemesi için güzel fırsatlar sunuyor.

Yara Bantları: Bu müdahaleler mevcut sistemi ne tamamen onaran ne de tamamen işlevsiz hale geti-

ren, ağır aksak yürümesine katkıda bulunan müdahalelerdir. Sadece **hayırseverlik** içeren yaklaşımlar bu grupta yer alıyor. Derin **eşitsizliklerin** sonucu olan yoksulluğa sadece açların karnını doyurma bakış açısıyla yaklaşmak, yoksulları o durumda muhafaza ederken sistemin mevcut haliyle devamına da katkıda bulunuyor.

Girdaplar: Bazı müdahaleler tüm iyi niyetine rağmen müdahale ettiği sorunun daha da yoğunlaşarak bir kısır döngü içinde kötüleşmesine sebep olabiliyor. Buna güzel bir örnek öğrenilmiş çaresizliği tetikleyen, **acıma yaklaşımına** sahip müdahaleler. Kendisine acımarak yaklaşılan insan (yoksul, devlet korumasında yaşayan bir çocuk, engelli bir birey) kendini güçsüz ve yardıma muhtaç olarak algılamaya başlıyor, maruz kaldığı yaklaşımı yansıtarak kendini dibe çekebiliyor. Bir tür “pozitif ayrımcılık” yaptığını sanan müdahalelerin sonucu son derece negatif olabiliyor.

Ters Tepen Çözümler: Burada yapılan müdahale arzu edilenin tam tersi bir sonuç doğuruyor. Dünyanın hemen her yerinde ceza infaz

sistemlerinde kullanılan hapis cezası buna çarpıcı bir örnek. Toplumlar genelde suç işleyenleri toplum içinde değil, dışında görmek istiyor. Ha-

pishanelerde tutulan kişiler bir süre sonra topluma uyum konusunda herhangi bir hazırlıkları olmadan ve hatta suç dünyasıyla yeni bağlantılar kurmuş ve beceriler geliştirmiş şekilde geri salınıyor ve tekrar -kimi zaman öncekinden daha ağır- suç işliyor.

Literatürde sıkça yapılan hatalar altında başka örnekler de bulmak mümkün. Sorunu ortadan kaldırmak yerine başka bir gruba yükleyenler, bir grubu güçlendireyim derken eşitsizlik makasını iyice açanlar ve dahası... Merak edenler için yazının sonundaki okuma listesini hararetle öneriyoruz. Ama bizce önemli olan her bir arketipi en ince detayına kadar bilmek değil, gerektiğinde tanıyabilmek.

Sıkça Kullanılan Yöntemler

Bu hatalara düşmemek ve sistem dönüşümüne yönelik en iyi müdahaleleri geliştirebilmek için sıkça kullanılan yöntem ve yaklaşımları ise şöyle sıralayabiliriz:

Faydalanıcı Olmadan Asla: Sistem dönüşümü hedeflemenin ilk adımı; dönemlik semptomlara müdahale etmenin ötesinde altta yatan mekanizmaları incelemekten geçiyor. Sorunun kökünü ve onu devam ettiren alt mekanizmaları tespit edince gerisi daha kolay mı? Hayır. Sistem dönüşümü işte tam da buradan başlıyor. Farklı kesimlerden bireylerin katılımıyla çeşitliliğini muhafaza eden faydalanıcı grup, aynı zamanda sistemin geliştiricileridir. Bunun için de sunulan çözümden faydalanan kişiler sunulan hizmeti periyodik aralıklar ile değerlendirmelidir. Alınan geribildirimler, sunulan sistemin sorunun kökünü

hedef almada ne ölçüde etkin olduğunu göstererek sistemin geliştirilmesine fayda sağlayacaktır.

Bir Harita Çizdim, Hayatım Değişti: Faydalanıcıları çözüm sürecine dahil etmek olmazsa olmaz bir adım. Dönüşüm sağlamak istediğiniz sosyal konunun başka kimlerin ilgi ve çalışma alanına girdiğini ve kimlerin potansiyel grupta yer aldığını belirlemek ve bunu haritalandırmak ise olmazsa olmaz ikinci adım. “Kimler bu toplumsal sorundan dolayı/dolaysız etkileniyor?”, “Bu toplumsal sorunun savunucusu kim veya kimler?”, “Bu soruna direnen kimler?” gibi soruların cevaplarını ararken aynı zamanda potansiyel grupların/cevapların kimler olduğunu belirlemek de bir o kadar gerekli. Var olan ve potansiyel çözüm paydaşlarını haritalandırmak işbirliği ihtimalini artırırken, sistemin yapıtaşları arasındaki ilişkileri yeniden gözden geçirme fırsatı sunuyor. Aynı zamanda farklı bakış açılarına açık olmak; politikacı, devlet memuru ve özel sektör gibi farklı grupların perspektiflerinin ve dönüşüm sağlama çabalarının sisteme nereden ve nasıl dahil edilebileceğinin anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Paydaşları belirlerken “olağan şüphelilerin” ötesine geçmek, paydaş grupları arasındaki güç dengesizliklerini göz önünde bulundurmamak, çok etkili ve az etkili grupların farkında olmak da bu noktada önem taşıyor. Bu çeşitliliğin sistemde **kaldıraç etkisi** yaratacak müdahaleleri, toplumun inanış ve değerler sisteminde dönüşüm sağlamanızı büyük ölçüde kolaylaştıracaktır. Sektörlerin değişken ve akışkan yapılardan oluştuğunu sürekli hatırlayarak haritalandırma-



Farklı kesimlerden bireylerin katılımıyla çeşitliliğini muhafaza eden faydalanıcı grup, aynı zamanda sistemin geliştiricileridir.

Alınan geribildirimler, sunulan sistemin sorunun kökünü hedef almada ne ölçüde etkin olduğunu göstererek sistemin geliştirilmesine fayda sağlayacaktır.

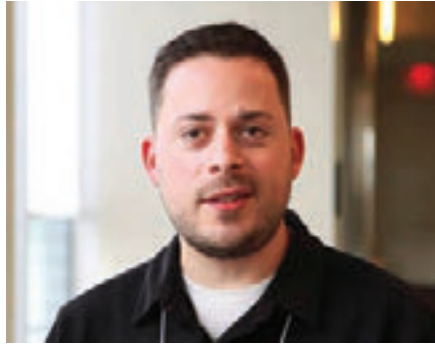
nın süreklilik arz eden bir süreç olduğunu göz önünde bulundurmak gerekiyor.

Faydalananların Güçlenmesi: Bir sosyal girişimin nihai başarısı, kendini gereksiz kıldığı noktada ortaya çıkıyor. Bu yolda önemli bir adım ise başta faydalananlar olmak üzere tüm paydaşları güçlendirmekten geçiyor. Örneğin **Ashoka Fellow Eric Dawson**, kurucusu olduğu **Peace First Challenge** ile dünyanın dört bir yanındaki gençlerin, gözlemedikleri ya da deneyimledikleri adaletsizliklere barış penceresinden çözümler geliştirip uygulamalarını sağlıyor. Gençler akranlarıyla ağlar oluştururken, Peace First Challenge'ın sağladığı araçlarla güçleniyor, sorunların mağduruyken çözücü konumuna geliyorlar.

Anca Beraber Kanca Beraber: Paydaşları ve faydalanicıları güçlendirmek kadar önemli başka bir adım ise sistemi dönüştürmek için hangi paydaşlarla stratejik ilişkiler kurulması gerektiğini belirlemek.

Çözümü çok paydaş gerektiren, karmaşık sistemsel sorunları çözmeyi tek kişinin ya da girişimin üstlenmeye çalışması ne gerçekçi, ne de akılcı. Ulaşılmak istenen hedefe en etkili paydaşlarla en kısa yoldan nasıl ulaşılabileceğini düşünmek ve buna yönelik çalışmak gerekli.

Danimarkalı bilişimci ve **Ashoka Fellow Thorkil Sonne**, otizm tanılı bireylerin istihdam sorununu çözmek için çok paydaşlı çözümler geliştiriyor. Bu sayede hem kurucusu olduğu Specialisterne çalışanları hem de hizmet verdikleri diğer şirketlerde ölçülebilir davranış değişiklikleri gözlemleniyor. Specialisterne'in ofis kültürü, otizmlilerle çalışanların yapılandırılmış çalışma yöntemleri, net açıklamalar, kısıtlı stres durumları ve bireysel kapasitelere uyarlanabilen çalışma saatleri gibi ihtiyaçlarına cevap verebilir durumda. Bir şirket Specialisterne ile çalışmaya başladığında,



Ashoka Fellow Eric Dawson, kurucusu olduğu Peace First Challenge ile dünyanın dört bir yanındaki gençlerin, gözlemedikleri ya da deneyimledikleri adaletsizliklere barış penceresinden çözümler geliştirip uygulamalarını sağlıyor.



Danimarkalı bilişimci ve Ashoka Fellow Thorkil Sonne, otizm tanılı bireylerin istihdam sorununu çözmek için çok paydaşlı çözümler geliştiriyor. Bu sayede hem kurucusu olduğu Specialisterne çalışanları hem de hizmet verdikleri diğer şirketlerde ölçülebilir davranış değişiklikleri gözlemleniyor.

o şirkete otizmlilerle çalışma konusunda tecrübeli bir irtibat kişisi atanıyor; şirket çalışanlarına otizmle ve otizmlilerle çalışmayla ilgili bilgilendirme yapılıyor, düzenli olarak geribildirimleri alınıyor. Bu yöntemin sonucunda birçok şirket, otizmlilerle çalışanlarıyla yakın bağlantıda olan çalışanların daha açık ve direkt konuşmaya başladığını ifade ediyor. Böylelikle şirketler otizmlilerin eşsiz becerilerinin değerini görmeye başlıyor ve otizmlilerin istihdamını kolaylaştırıp yaygınlaştırıyor.

Değişime Açık ve Esnek Olmak

Sistem dönüşümünün kendisi bir varış noktası gibi görünse de dönüşümü sağlayacak aktörler için bu aslında uzun bir yolculuk. Bu nedenle sistem dönüşümüne giden adımları izlerken sosyal girişimin içinde bir öğrenme kültürü yaratmak ve bunu sürekli beslemek hayati önem taşıyor. Ekip içi ve paydaşlar arası geribildirime açık olmak ve stratejik adımlar atarken sistem dönüşümünü merkezde tutmak gerekiyor. Sistem dönüşümünü sağlamak için değişime açık olmak, hataları deneyim olarak kabul edip dersler çıkarmak ve değişen parametrelere uyum sağlayacak esneklikte olmak şart.

Sistem dönüşümü teorisi kısıtlı kaynak ve zamanla çok işler başarmak isteyen sosyal alan aktörleri için bir kılavuz sağlıyor, ancak zor sorulara kolay cevaplar vaat etmiyor. Bunun yerine beraberinde pek çok faydalı içgörü, araç ve yöntemle geliyor. Görünen o ki sistem dönüşümü hedefleyen sosyal alanın kendisi için de ciddi bir sistem dönüşümü şart... ○

Kaynakça:

- Kania, J., & Gopal, S. *Fostering Systems Change*. https://ssir.org/articles/entry/fostering_systems_change
- Long, P. *Systems Change Should Lift Up Beneficiary Voices*. https://ssir.org/articles/entry/systems_change_should_lift_up_beneficiary_voices
- Moore, A. *System Change Through People Power*. https://ssir.org/articles/entry/system_change_through_people_power
- Stroh, D. P. *Systems Thinking for Social Change: A Practical Guide to Solving Complex Problems, Avoiding Unintended Consequences, and Achieving Lasting Results*. Chelsea Green Publishing.
- Meadows, D. *Leverage Points: Places to Intervene in a System*. Retrieved from <http://donellameadows.org/archives/leverage-points-places-to-intervene-in-a-system/>
- Harries, E., Wharton, R., & Abercrombie, R. (2015). *Systems Change: A Guide To What It Is and How To Do It*. <http://www.thinknpc.org/>

Yerelleştirelim ve Demokratikleştirelim, Yeter

Dünya Yeşil Binalar Konseyi (WGBC) üyesi olan ÇEDBİK, kurulduğu 2007 yılından bu yana yeşil binaların Türk yapı sektöründe bilinirliğinin artması ve yaygınlaşması için eğitimler ve yeşil bina kılavuzlarının geliştirilmesi için çalışmalar yapıyor; bu konularda kamu, özel sektör kurum ve kuruluşları ve STK'larla işbirliği geliştiriyor. Çevre dostu binalar konusunda dünyadan ve Türkiye'den gelişmeleri de EKOIQ sayfalarına taşıyor.

✍ Selçuk ÖZDİL, ÇEDBİK Yönetim Kurulu Başkanı

Istanbul'un şehircilik adına bugün geldiği nokta pek memnun edici değil ki son zamanlarda yatay, dikey tartışmaları başladı. Üstelik bu söylemler şehri yönetmiş ve yönetmekte olan veya yapılanmasında rol alan kişilerden geliyor. Şehirde yaşayanlara da çile çekmek kalıyor. Hepimizi ilgilendirmesi gereken deprem ve iklim değişikliği konularında bile ne kenti yönetenler ne de kentte yaşayanların ortak bir gelecek muradı (**vizyon**) var. Herkes sorulduğu zaman bir şeyler söylüyor veya bir şeyler yazıp duvara asıyor ama hepimizin ortaklaşa anlayıp içselleştirdiği bir gelecek hayali yok. Bu nedenle de ne yapacağımız konusunda da niyetimiz (**misyon**) olamıyor. Geçtiğimiz 18 yılda depreme bile hazır hale gelemedik

ve tam tersi projeler yapmaya, istemediğimiz sonuçlar almaya devam ediyoruz. İklim değişikliği depremin yanında soyut kalıyor sanırım. Dünyada en sürdürülebilir kentler neler yapmış diye baktığımızda gelecek hayalinin yerel yönetimlerce başlatılıp kentlilerle birlikte herkeşe anlatılarak ve bağlılık sağlanarak oluşturulduğunu; daha sonra gerçekçi, bilimsel yaklaşımla durum saptaması yapılarak yol haritası belirlendiğini görüyoruz. Bütün bunlardan sonra tüm paydaşlar hedeflerini belirleyip üzerlerine düşeni yapmak için niyet ediyor; planlı olarak, hep birlikte, dayanışma içinde çok çalışıyorlar ve elde edilen sonuçlarla hayal edilen örtüşüyor. Kopenhag, Stockholm, Vancouver, hatta Londra ve New

York bunu başarmış. Kitapçıklarını incelemeniz yeterli, tekerleği yeniden keşfetmeye gerek yok. **Yerelleştirelim ve demokratikleştirelim, yeter.**

Yakın geçmişte İstanbul'da bizlere sorularak yapılan iki şey hatırlıyorum: Vapurlarımızın modeli ve otobüslerin rengi. Soruların basit de olsa insan yerine konulmak güzel bir duyuydu. Sonra da her renkten otobüsümüz ve yüzen düdüklü tencerelerimiz oldu. Şimdilerde ise buyurgan yöneticilerimizin bizler için uygun gördüğü projeler olup bitmekte. Her kesimde doğru yönde çabalar da yok değil ama dağınık, zayıf, yavaş. Kısaca İstanbul'un geleceği için ortak muradımız belli değil, niyet de edemiyoruz. Bakalım gelecek nasıl gelecek? Kismet!



ÇEDBİK'ten Haberler



Genel Kurul Toplantımızı Yaptık

Çevre Dostu Yeşil Binalar Derneği olağan Genel Kurul Toplantısı, 24 Şubat'ta geniş bir katılımı ile gerçekleştirildi. Toplantıda 2015-2016 çalışma dönemlerinin çalışma raporları ve finansal sonuçları görüşüldü. Yeni dönem için **2020 Yol Planı**'na uygun çalışma programı ve bütçeleri görüşülerek kurulların asil ve yedek üyelerinin seçimi gerçekleştirildi. 2017-2018 dönemi Yönetim Kurulu başkanlığını Selçuk Özdil, başkan yardımcılarını Duygu Erten (Turkeco), Emre Hatem (Garanti Bankası), Hırant Kalataş (Alarko Carrier); sekreterliği Tolga Öztoprak (Ytong), saymanlığı Orhan Gündüz (Eczacıbaşı) ve Elif Neslihan Sezgin (Şekerbank); üyelik görevlerini ise Lütfi Ünver (İltay Mimarlık), Prof. Sinan Mert Şener (İTÜ) yürütecekler. Yeni Yönetim Kurulu ilk toplantısında Çalışma Komiteleri'nin yapılanmasını gözden geçirerek yeni dönem hedeflerini belirledi. Ayrıntılı bilgiye www.cedbik.org sayfalarından erişebilirsiniz.

Bina Verimliliği Çalışmalarının İvmelendirilmesi

WRI Türkiye Sürdürülebilir Şehirler öncülüğünde Eskişehir'deki binaların enerji verimliliğini artırmak için gerçekleştirilecek projenin Danışma Kurulu'na ÇEDBİK de seçildi. Çalışma, Birleşmiş Milletler'in "Herkes için Sürdürülebilir Enerji Girişimi" kapsamında daha sağlıklı ve verimli binalar geliştirilmesi hedefi ile başlatılan **Bina Verimliliği Çalışmalarının İvmelendirilmesi** Projesi kapsamında gerçekleştirilecek. Eskişehir, dünyanın farklı ülkelerinden 23 şehrin yer aldığı projeye Türkiye'den seçilen tek şehir olmuştur. Enerji verimliliği yerel politika ve stratejilerini tasarlama ve uygulamada Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ile işbirliği yapılan proje kapsamında politika, uygulama ve izleme olarak üç ana başlıkta gerçekleştirilecek çalışmalar ile esas olarak enerji verimliliğini mümkün kılan bir şehir politikasının geliştirilmesi ve hayata geçirilmesi amaçlanıyor. Ayrıca örnek bir pilot projenin tasarlanması ve uygulanması ile yerel yönetimin şehre ör-

Dünyadan

Kutup buzullarından kötü haber gelmeye devam etse de Amerikan yönetimi iklim politikalarını tersine çevirmeye devam ediyor. Ancak hem endüstri kömüre dönmeme hem de kentler sürdürülebilirlik projelerinde ilerlemeye kararlı görünüyor. **Kaliforniya** gibi eskiden beri çevreci politikaları olan eyaletlere petrol zengini **Teksas** da büyük güneş çiftlikleri ve rüzgar santralleriyle katılıyor. Gelecek yıl yeşil inşaat pazarının 200 milyar doları aşması bekleniyor. Bu arada aşırı çevre kirliliği ile mücadele etmekte olan Çin, dünyanın en büyük güneş tarlasını kurdu, Pekin taksilerinin tamamını elektrikli hale getirmeye çalışıyor. Avrupa çevreci politikalarını sürdürse de Çin çevre teknolojilerinde de liderliği ele geçirme yolunda ilerliyor.

Türkiye'den

Çok yavaş başlayan güneş enerjisi sektörümüzün hızlanması umut verici bir gelişme. Böylece yeşil enerjide 28. basamaktan yukarıya doğru yükselir; kirlenici, hasta edici teknolojilerden vazgeçeriz diye umalım. Bu arada tüm binalarımızın yüksek verimli hale getirilerek enerji gereksinimini azaltmak da en büyük kaldıraç olacaktır.

nek olması ve ilerlemenin izlenip raporlanması için bir yöntem geliştirilmesi hedefleniyor. Projenin Danışma Kurulu ise bu hedeflerin gerçekleştirilmesine yardımcı olacak, geliştirilen stratejilere uzman görüşü sunacak ve tavsiyelerde bulunarak destek sağlayacak.

ÇEDBİK Diyalog Günleri

ÇEDBİK Diyalog Günleri, 25 Nisan'da Garanti Bankası Eğitim Müdürlüğü'nde "**Yaşam Alanlarında Sağlık ve Konfor**" temalı etkinliğimiz ile başladı. Çevre dostu

binalar konusunda yarım günlük temalı toplantılarda üyelerimiz ve sektörün paydaşları ile bir araya gelerek konuşmacılar, panelistler ve katılımcılar arasında diyalog oluşturmayı amaçlıyoruz. Gelecek programların ayrıntıları ve kayıt için info@cedbik.org adresine başvurabilirsiniz.

IFC EDGE Eğitimleri Başladı

Dünya Bankası Grubu'nun bir üyesi olan IFC, gelişmekte olan piyasalarda özel sektöre odaklanan en büyük küresel kalkınma kuruluşu. IFC'nin bir yeniliği olan **EDGE (Yüksek Verimlilik için Tasarımda Mükemmellik)**, proje geliştiricilere projelerinin çevre üzerindeki etkilerini azaltan, maliyetleri düşürürken öngörülen tasarrufları sağlayan teknik çözümler seçme imkanı sunuyor; kaynak verimli kalkınmayı teşvik ederek iklim değişikliğinin etkilerini azaltmaya yardımcı olmayı amaçlıyor. EDGE, 130 ülkede konutlar, oteller, hastaneler, mağazalar ve ofisler de dahil olmak üzere yeni binalar tasarlamak amacıyla herkes tarafından kullanılabilen ücretsiz bir uygulamayla da destekleniyor. EDGE yazılımı, yalnızca birkaç dakika içinde, basit enerji ve su tasarrufu yöntemleriyle bina performansının çok az, hatta sıfır maliyetle nasıl artırılabileceğini de gösteriyor. Finans kuruluşları, müteahhitler, devlet kurumları ve ev sahipleri gibi piyasa oyuncularının çıkarlarını örtüştürerek kaynak verimli binaların çoğalmasını kolaylaştıran bir işbirliği altyapısı oluşturuyor. EDGE'in hedefi önümüzdeki yedi yıl içinde öncelikli pazarlarda yeni başlayan inşaatların en az %20'sini geleneksel binalardan yeşil binalara dönüştürmek. ÇEDBİK de, IFC ortaklığında Türkiye'de EDGE Tanıtım eğitimlerine başladı. İlki 28 Mart'ta İstanbul'da gerçekleştirilen eğitimin ikincisi 19 Nisan'da Ankara'da düzenlendi.



IFC'nin bir yeniliği olan **EDGE (Yüksek Verimlilik için Tasarımda Mükemmellik)**, proje geliştiricilere projelerinin çevre üzerindeki etkilerini azaltan, maliyetleri düşürürken öngörülen tasarrufları sağlayan teknik çözümler seçme imkanı sunuyor.

Gelecek eğitimlere kayıt olmak için info@cedbik.org adresine e-posta gönderilebilir. Bir yıldan fazla sürecek programın ayrıntılarını www.cedbik.org sayfalarından takip edebilirsiniz..

Çedbik Konut Tanıtım Eğitimleri Başladı

ÇEDBİK Konut Sertifika Kılavuzu 2016 yılında yayınlanarak kullanıma açılmıştı. İlk pilot proje çalışmalarından sonra belgelendirme altyapısı için hazırlıklara başlanmıştı. Yeni dönemde yönetim kurulumuz ilgili komitenin çalışmalarını tamamlamasının yanı sıra tanıtım eğitimlerine de başlamasını kararlaştırdı. Yarım günlük eğitimlerimiz EDGE eğitimleri ile birlikte

aynı günlerde yapılmaya başlandı. İstanbul ve Ankara eğitimlerimizden sonra yapılacak eğitimlerin programını ÇEDBİK sitesinden öğrenebilirsiniz.

2017'nin İlk LEED Eğitimi Yapıldı

11 Nisan'da Garanti Bankası'nın mekan ve yemek sponsoru olduğu Garanti Bankası Eğitim Müdürlüğü'nde uzman üyelerimizin eğitmen desteğiyle 2017 yılının tüm gün süren ve ücretsiz ilk LEED eğitimini tamamladık.

Build Upon Projesi Sona Erdi

İki yıldır 13 Avrupa yeşil bina konseyi ile birlikte sürdürmekte olduğumuz Avrupa'nın en kapsamlı bina yenileme projesi Build Upon sona erdi. 24 Nisan tarihinde Avrupa çapındaki proje ortağı yeşil bina konseyleri tarafından hazırlanan bir basın açıklamasıyla projenin ana çıktıları kamuya paylaşıldı. Projeye ilgili çalışmalara ve sonuç raporlarına www.buildupon.eu sitesinden erişebilirsiniz. Ulusal bina yenileme stratejilerinin tanımlanması ve uygulanması süreçleri konularında yaptığımız çalıştaylara katılan 150'den fazla katılımcı ve destekçi kişi ve kuruluşlara çok teşekkür ederiz. Bu destekler sayesinde, Türkiye'de uzun erimli ulusal bina yenileme stratejilerini büyük bir birliktelik ve ortak akılla kamu, sanayi ve özel sektörü kapsayacak şekilde oluşturmaya çalıştık. Proje çıktıları Paris Anlaşması'nın amaçları doğrultusunda, güçlü ulusal renovasyon stratejileri geliştirmek ve desteklemelerine yardımcı olmak için tüm bölgelerdeki Çevre, Enerji ve Ekonomi bakanlıklarına da sunulacak. ÇEDBİK hem Türkiye'de hem de Avrupa'da elde edilen sonuçların bina sektörümüze aktarılması ve bu projedeki başarısıyla yeni projelere ortaklık için de çalışmalara başlamış durumda. ○



AKUT yaz
2930'a gönder,
10TL bağış yap,
bir can da sen
kurtar!



SEARCH & RESCUE ASSOCIATION
AKUT DERNEĞİ
ARAMA KURTARMA

İş Dünyasının Kurumsal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Eğilimleri

— Gökçe VAHAPOĞLU ŞAHİN, vahapoglu@fas.harvard.edu

İngiltere merkezli Etik Kurumu (Ethical Corporation) yıllık olarak çıkardığı **Sorumlu İş Eğilimleri Raporu**'nun (*Responsible Business Trends*) 2017 sayısına baz olacak brifing belgesini Nisan ayında yayımladı. Bu ön raporun oluşumu için hazırlanan sorular Avrupa'da yerleşik yaklaşık 2500 küresel iş yöneticisine yöneltildi.

Alınan yanıtlara göre, tüm iş dünyasını etkileyen en önemli başlıklar şu şekilde belirlendi:

- **Brexit'in etkisi:** Katılımcıların çoğu İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkmasının gereksiz iş yükü ve belirsizlikler oluşturacağını ve sürdürülebilirlik konusundaki yatırım kararlarına olumsuz etkisi olacağını düşünüyor.

- **Sürdürülebilirliğin gelirlere etkisi:** Katılımcıların yarısından fazlası sürdürülebilirlik çalışmalarının iş-



letmeleri için gelir yarattığını düşünüyor.

- **Bir rekabetçilik avantajı olarak sürdürülebilirlik:** Katılımcıların %21'i sürdürülebilirliğin rekabet avantajlarına olan katkısını, kurumlarının 2017 yılı için en büyük fırsatı olarak görüyor.

- **Sürdürülebilirlik bütçelerinin kısılması:** Katılımcıların sadece %25'i 2017 yılı içinde sürdürülebi-

lirlik bütçelerinin artacağını belirtirken, %35'i ise kesinlikle artmayacağını belirtiyor. Kalan %40'ı ise bu konuda bilgi vermemeyi tercih ediyor.

Raporda ortaya konan diğer bir konu ise sürdürülebilirlik konularının iş stratejilerine doğrudan entegre olması konusu. Çıkan sonuçlara göre, Avrupa'da faaliyet gösteren kurumlar için bu oran %84 iken, Asya Pasifik'te %86, Kuzey Amerika'da ise %91 seviyesinde. Ayrıca, katılımcıların %57'si Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin iş stratejilerine girdiğini belirtiyor.

Bu araştırma aynı zamanda Haziran ayında Londra'da gerçekleşecek Sorumlu İş Zirvesi için de bir temel oluşturacak.

Kaynak: http://1.ethicalcorp.com/LP=16585?source=report_alert

BM'nin 2017 İnsani Kalkınma Raporu Yayımlandı

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından her sene hazırlanan ve yıl boyunca tüm taraflarca referans olarak kabul edilen **İnsani Kalkınma Raporu**'nun (**Human Development Report**) 2016 sayısı Mart ayında yayımlandı. Raporunda çıkan ana sonuç, milyonlarca kişinin ayrımcılık ve eşit olmayan siyasi katılım nedeniyle gelişmelerden faydalanamadığı yönünde. Raporun temelini oluşturan İnsani Kalkınma Endeksi'ne göre 1990-2015 yılları arasında insani gelişme ortalaması belirgin şekilde artış göstermesine rağmen, dünya çapında her üç kişiden biri hâlâ insani gelişmenin en alt seviyelerinde yaşamaya devam ediyor. Bu sorun aynı zamanda gelişmiş ülkelerin de sorunu. Gelişmiş ülkelerde 300 milyondan fazla kişi hâlâ yoksulluk sınırında yaşıyor.

Dünya genelinde ise bazı gruplar belirgin bir şekilde insani gelişimde geride kalıyor. Bu gruplar; kadınlar, etnik azınlıklar, yerli halklar, engelliler, göçmen ve mülteciler. Örneğin, kadınlar

erkeklerle göre daha az kazanıyor, hayatın fırsatlarından daha az faydalanabiliyor. 100 ülkede, kadınlar bazı sektörlerden cinsiyetleri sebebiyle yasal olarak dışlanıyor ve 18 ülkede de eşlerinin izni olmadan çalışmıyor. Gelişmekte olan 53 ülkede yetişkin kadınların çoğunluğu, ilkökulu bitirmiş olmasına rağmen okuma-yazma bilmiyor. Göçmen ve mülteciler ise iş hayatından, eğitim sisteminden ve siyasi katılımdan sistematik olarak uzak tutuluyor. İnsani Kalkınma Endeksi'ne bakıldığında ilk sırayı Norveç alırken onu Avustralya, İsviçre, Almanya ve Danimarka takip ediyor. ABD endekte 10'uncu, Türkiye ise 71'inci sırada. Rapor, dışarıda bırakılan kesimlerin de kalkınma fırsatlarından faydalanması için politikaların tekrar düzenlenmesi yönünde çeşitli önerilerde bulunuyor.

Kaynak: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016_human_development_report.pdf

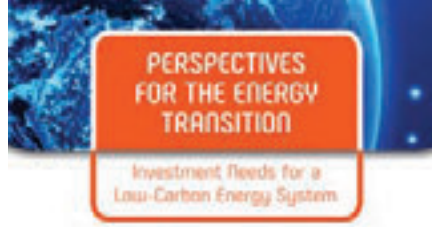
2 Derece Hedefi için 7 Adım

Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) ve Uluslararası Yenilenebilir Enerji Ajansı (IRENA) **Enerji Dönüşümü için Perspektifler: Düşük Karbonlu bir Enerji Sistemi için Yatırım İhtiyaçları** (*Perspectives for the Energy Transition: Investment Needs for a Low-Carbon Energy System*) adlı raporlarını Mart ayında yayımladı. Rapor, Paris Anlaşması ile ortaya konan küresel sıcaklık artışını 2 derece ile sınırlama hedefine ulaşmak için atılması gereken politika ve yatırım adımlarını detaylı bir şekilde tanımlıyor. Rapora göre, bu adımlar atıldığı takdirde, hedefi yakalama olasılığı %66.

Raporda önerilen yedi adım şöyle:

- **Daha sıkı bir karbon bütçesi konulması:** Rapor 2100 yılına kadar kalan küresel karbon bütçesini 790 Gt olarak hesaplıyor. Fakat Paris Anlaşması'na göre 2050 yılına kadar ülkelerin sadece enerji sektörlerinden kaynaklı karbon salımları 1260 Gt seviyesinde olacak. Dolayısıyla, kalan karbon bütçesinin daha da kısılması ve ülkelerin yeni planlama yapması gerekiyor.

- **Geçişin hızlandırılması:** Karbon bütçesinin kısılması daha da hızlı bir geçiş ihtiyacını beraberinde getiriyor. IEA'nın senaryosuna göre, karbon bütçesi 2020 yılına kadar zirve yapacak ve sonrasında 2050 yılına kadar bugüne kıyasla %70 oranında düşecek. Bunun için de ana enerji kaynağı olarak fosil yakıt talebinin 2014-2050 yılları arasında yarı yarıya inmesi gerekli. Ayrıca, IEA'nın nükleer ve karbon yakalama ve saklama özellikli fosil yakıt kullanımını da içinde saydığı düşük karbon kaynaklarının üç katına çıkararak 2050 yılı enerji talebinin %70'inden fazlasını karşılaması gerekiyor. Bunun için ilgili politikaların tüm ülkelerde acil bir şekilde hayata geçmesi gerekiyor.



- **Yatırımın ciddi bir şekilde artırılması:** IEA senaryosuna göre 2050 yılına kadar yıllık 3,5 trilyon dolar seviyesinde yatırım yapılması gerekiyor. IRENA ise IEA'dan çok az daha yüksek bir yatırım gereksinimi ortaya koyarak, 2050 yılına kadar 116 trilyon dolar seviyesinde değer yaratacak politika ve pazar gelişmelerine ek olarak, toplam 29 trilyon dolarlık yatırım ihtiyacını işaret ediyor.

- **Yenilenebilir kaynaklara ve enerji verimliliğine odaklanılması:** IEA senaryosuna göre, 2050'ye kadar düşük-karbon kaynaklarından sağlanacak küresel enerji arzı %70 seviyesine ulaşacak. Rüzgar ve güneş enerjileri 2030 yılına kadar en büyük enerji kaynağını oluşturacak ve 2050 yılına kadar elektriğin %95'i nükleer ve karbon yakalama ve saklama özellikli fosil yakıt kullanımının da içinde olduğu düşük-karbon kaynakları tarafından sağlanacak. Ayrıca 2050 yılına kadar yeni araçların %70'i elektrikli olacak. Toplamda küresel ekonominin enerji yoğunluğu her yıl %2,5 oranında artan oranlarda düşecek. IRENA'ya göre ise, özellikle güneş enerjisi maliyetinin 2050 yılına kadar %60 oranında düşmesiyle yenilenebilir enerji kaynakları sayesinde ihtiyaç duyulan karbon salımı düşüşünün %90'ı gerçekleşecek. Yenilenebilir enerji kaynaklarının ana enerji kullanımındaki payı ise 2015'teki %15 oranından 2050 yılında %65'e çıkacak.

- **"Terk edilmiş varlıklar"ın ele**

alınması (Fosil yakıtların terk edilmesi): İki kurumun da öngörülerine göre küresel kömür kullanımı hızlı bir şekilde azalmasına rağmen, fosil yakıt kullanımı 2050'ye kadar belirgin olmaya devam edecek. IEA'ya göre, 2050'de enerji talebinin %40'ını başta doğalgaz olmak üzere fosil yakıtlar karşılayacak. IRENA'ya göre ise 2050'de fosil yakıt kullanımı bugünün üçte biri ölçüsüne kadar düşecek, fakat yine de petrol talebi bugünün %45'i kadar olacak. İki kuruma göre de, bu sürecin ertelenmesi yatırım ihtiyacını katbekat artıracak

- **Fiyat mekanizmalarının kullanılması:** İki kuruma göre de, sübvansiyon ve karbon fiyatlaması gibi fiyat mekanizmaları enerji sektörünün iklim hassasiyetine sahip olması için önemli unsurlar. IRENA, birçok ülkede hâlâ fosil yakıtların sübvansiyon edilmesi ve beraberinde karbon fiyatlandırmasının başarısız olmasının günümüz enerji pazarının bozulmuş olduğunun göstergesi olduğunu iddia ediyor.

- **Faydaların yakalanması:** IRENA'nın öngörülerine göre, enerji sektörü 2050 yılında altı milyon ek istihdam yaratmış olacak. Fosil yakıtların azalması nedeniyle kaybolan işlerin açığı yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği sektöründe yeni oluşacak işler kapatacak. Azalan hava kirliliği ve oluşacak sağlık faydaları da hesaba katıldığında, tüm faydalar karbonsuzlaşmanın maliyetinin iki ila altı katı kadar gerçekleşecek. Bu da 2050 yılına kadar yıllık yaklaşık 10 trilyon dolar seviyesinde bir faydaya denk geliyor.

Kaynak: https://www.energiwende2017.com/wp-content/uploads/2017/03/Perspectives-for-the-Energy-Transition_WEB.pdf

Güneşin Farklı Halleri

Güneş enerjisi, iklim değişikliğine neden olan devasa karbon emisyonlarımızın azaltılmasına yönelik hızlı gelişen teknolojilerden biri. Bu teknolojilerin seyrini 20 yıldır en yakından takip eden SolarBaba platformu, Türkiye ve dünyadan gelişmeleri EKOIQ sayfalarına taşıyor.

TÜRKİYE'DEN



Üçüncü Karbon Ayak İzi Ormanı

Günümüzde tüketimlerimiz sonucunda ortaya çıkan, neredeyse her eylemimizin ardından doğaya saldıığımız seragazlarının etkisini azaltmak ve çevreye verdiğimiz bu zararı olabildiğince telafi edebilmek için **Kültür Bilincini Geliştirme Vakfı, FEST Travel**'ın desteği ile 2012 yılında Karbon Ayak İzi Ormanları Projesi'ni başlattı. 2012 yılında Kocaeli Körfez'de, 2016 yılında da Kırklareli Babaeski'de oluşturulan ilk iki Karbon Ayak İzi Ormanı'nın ardından üçüncü ve en büyük olanı, 9 Nisan'da Kırklareli'nde düzenlenen toplu fidan dikim töreni ile açıldı. 10 bin karaçam fidanının dikildiği alana, geçen yıl yitirdiğimiz değerli botanik bilim insanlarından Prof. Dr. Faik Yaltrık'ın ismi verildi.

Güneş Park Enerji Kompleksi

Bilim Okulu tanımlı, 10.000 m² alan üzerine kurulacak olan Türkiye'nin ilk ve tek enerji kompleksinin temeli, Mersin Mezitli Belediyesi ve Makine Mühendisleri Odası Mersin Şubesi işbirliği ile 1 Ekim 2016'da atıldı. Güneş Park Enerji Kompleksi; **Mersin** ve çevre illerdeki tüm

ilk-ortaokul ve liselerin; tüm üniversitelerin mühendislik fakültesi bölümlerinin ve halkın tamamının ziyaretine açık olacak. Projenin ilk hedefi, 6-12 yaş gurubu çocukların "Enerji tasarrufu nedir, enerji nasıl üretilir, enerji kaynaklarımız nelerdir, neler yapmalıyız, nasıl katkımız olur" gibi sorularına cevap verebilmek. İkinci hedefi ise; ortalama 6,5 yılda kendisini amorti eden bir yatırım aracını, yatırımcılara farkındalık olarak sunmak.

Sütler Güneş ile Soğuyor

Tire Süt Kooperatifi yenilenebilir enerji ve çevre teknolojileri konusunda önemli bir adım attı. "Gücümüz Kooperatif, Enerjimiz Güneş Projesi" kapsamında 800.000 TL'lik fizibilite hazırlayan kooperatif, İZKA'dan %75 hibe desteğiyle projesini hayata geçirdi. Kooperatife ait süt işleme tesisine kurulan santral ve tesis çatısına konumlandırılan panellerle 200 KWp gücündeki güneş santralında enerji üretimi başladı. Kooperatif olarak teknolojiyi takip ettiklerini ve maliyetleri düşürmeye yönelik projelere büyük önem verdiklerini dile getiren Baş-



kan Mahmut Eskiörük, "Dünyanın en değerli besinlerinden birisi olan süt, ineğin memesinden çıktığı andan tüketildiği ana kadar soğuk zincirde muhafaza edilmesi gereken bir üründür. Bu nedenle önemli maliyetlerimizden biri de sütü soğutmak için harcanan enerji giderleri. Bu giderlerimizi düşürebilmek için, Ar-Ge ekibimiz uzun zamandır yenilenebilir enerji kaynakları konusunda fizibilite çalışması yapmaktaydı. İZKA'nın bu konuda hibe programı açmasıyla projemizi hayata geçirdik. İleriki süreçte **62 köydeki** nokta alımlarımızın tamamında bu projeyi uygulayacağız. Bundan sonra sütümüzü güneş enerjisinden elde ettiğimiz elektrikle soğutacağız" dedi.

YASKI'nin Güneş Enerjisi Projesi'ne Onay

Yalova Atıksu ve Kanalizasyon Alt Yapı Tesislerini İşletme Birliği'nin (YASKI) kendi enerjisini güneşten elde etmesini sağlayacak 1 milyon euroluk projesine TEDAŞ Genel Müdürlüğü'nden onay çıktı. Finansman temini için üç bakanlığa başvuru yapılacak. YASKI Başkanı **Ahmet Özsumer**, "Bu aşama çok önemliydi. Zira ülkede kendi enerjisini güneşten üreten başka bir arıtma tesisi yok. İzin ve prosedürler sıkıntılı ve uzun bir sürece yayıldı. Şükürler olsun ki enerji üretim lisansımızı aldık. Bundan sonraki adımda projeyi hayata geçirecek finansmanın sağlanması var" dedi.



Güneş Enerjisi ile Çalışan Tekerlekli Sandalyeler

Günümüzde her 10 insandan biri hareket ve çalışma yetileri için tekerlekli sandalyeye ihtiyaç duyuyor. Ancak, yıllık olarak bu ihtiyacın sadece %13'ü karşılanabiliyor. Uluslararası Tekerlekli Sandalye Kullanıcıları Derneği'ne göre yıllık tekerlekli sandalye ihtiyacı yaklaşık 23 milyon, üretilen miktar ise 3 milyon civarında. İşin ilginç yanı ise Amerika'da gerçekleştirilen Kamuyu Aydınlatmaya Yönelik Piyasa Araştırması çalışmasına göre söz konusu tekerlekli sandalye piyasasının 1,23 milyar dolar olan şu anki değeri, 2020 yılına kadar 4 milyar dolara ulaşacak. Bu nedenle, yatırım yapılması gereken en önemli fikir ve projelerin başında; "Güneş Enerjili Tekerlekli Sandalyeler" geliyor. Buna rağmen arama motoruna güneş enerjili tekerlekli sandalye yazdığınızda karşınıza ne yazık ki hiçbir şey çıkmıyor. Güneş enerjili tekerlekli sandalyeleri kullanırken yanınızda yedek enerji bulundurmanız gerekebiliyor. Özellikle, güneşin 24 saat parlamadığı düşünüldüğünde, akşamları evden çıkmadan önce yanınıza bataryalar almayı unutmamalısınız. Bu da demektir ki, çevre dostu bu yeni tekerlekli sandalyeler, fiyat bakımından da seviye atlayacak ve birçok insan, en azından başlangıçta, madde olarak bunu karşılayamayacak. Bangladeş'te yürütülen **Güneş**

Enerjisi Destekli Tekerlekli Sandalye Projesi kapsamındaysa, Dünya Sağlık Örgütü tarafından %10'undan fazlası engelli olarak belirlenen insanların kullanabilecekleri düşük kuvvetli güneş enerjili tekerlekli sandalyelerin fiyatının yaklaşık 370 dolara kadar düşebileceği gösterildi. Bu miktarın içine; tekerlekli sandalyenin kendisi, bir güneş paneli, motor parçaları ve bataryalar dahil edildi. Güneş paneli, tekerlekli sandalyenin üzerinde uzanarak kullanıcı için bir nevi çatı görevi görüyor. Bu panel, güneşin varlığında bataryaları dolduruyor ve başka bir enerji kaynağına gerek duymadan uzun süre çalışmalarını sağlıyor.

Su Damlası İlk Yolculuğuna Hazırlanıyor

Sea Buble ismi verilen su taksisi, Fransa'nın **Paris** şehrinde birkaç ay sonra test sürüşüne başlayacak. Dört-altı kişilik yolcu ve bir sürücü kapasitesine sahip taşıt elektrikle çalışıyor. Şarj istasyonlarının elektriği de güneş ve rüzgar enerjisinden sağlanıyor. 6-8 knot hızına ulaşabilen Sea Buble, tek bir şarj ile 80-100 km. menzile sahip. Şirket, yeterli sermayeyi bulursa yıllık 50-60 bin adet üretim kapasiteli bir tesis kurmayı planlıyor.

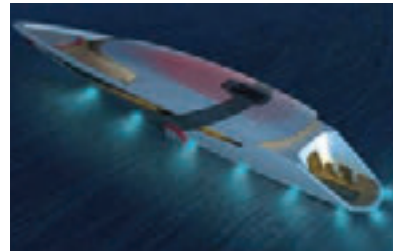


Katlanabilir ve Su Geçirmez Güneş Panelleri

Taşınabilir solar şarj cihazları her geçen gün daha hafif, küçük, verimli ve dayanıklı hale geliyor. **PocketPower** ise bu özelliklerin hepsini dü-



şük fiyata sunmayı taahhüt ediyor. PocketPower solar şarj aleti 6,4 W gücünde, yaklaşık 400 gr. ağırlığında ve katlandığında yaklaşık 10x13 cm. boyutlarında. Kalınlığı ise ürün açıldığında sadece 2-3 mm. civarında. Ürünü herhangi bir sırt çantasına veya başka bir yere yapııştırıp 5V-1.3A çıkış alabiliyorsunuz. Özel mikro dokulu yüzeyi nedeniyle aynı alanda daha çok elektrik üreten şarj cihazı tamamen su geçirmez olarak tasarlanmış.



%100 Ekolojik Yat

Tesla Model Y, denizlerde etkili bir şekilde kendine yetebilir bir tekne yaratmak için dizel ile çalışan geleneksel yatların aksine tamamen ekolojik bir gemi yaratmayı hedefliyor. Tesla Model Y yatının, gövde altında su akımlarından enerjiyi toplayan bir hidroelektrik türbin sistemi bulunuyor. Üst kısımdaysa, gün ışığında enerjiyi yakalamak ve elektrik üretmek için yüksek verimli özel güneş panelleri bulunuyor. Bu sistemler, bulutlu günleri düşünmek zorunda kalmadan kendini idame ettirebilme kabiliyetine sahip bir tekne oluşturmak için birlikte çalışıyor.

Dalgadan Enerji Üretimi, Ormanların Soğutma Etkisi, Yok Olan Tatlı Su Kaynakları



Pilot Tesiste “Dalgadan Enerji” Üreteceğiz

Türkiye'nin ilk dalga enerjisinden elektrik üretimi projesi **Zonguldak**'ta gerçekleştirilecek. Pilot tesiste sağlanacak 50 KW'lık üretim ile 25 hane nin elektrik ihtiyacının karşılanması hedefleniyor. Proje Zonguldak Valiliği, Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı ve Avustralyalı firma CSG Exploration and Production Services işbirliğinde hayata geçiyor.

Enerji Enstitüsü@enerjienstitusu
<https://t.co/IbeuWecYaC>

Ormanların Soğutma Etkisi Kanıtlandı

Ormanların bulunduğu bölgedeki havayı soğutma etkisinin karbon tutma etkisinden daha kritik olduğu saptandı. Dünya çapında son 20 yılda orman alanları toplamda 130 milyon hektar azalırken, Asya Pasifik'te 24 milyon hektar artış



gösterdi. Bu bölgede yapılan bilimsel araştırmalar, ormanların su döngüsü ve ısınmayı dengeleyerek iklim değişikliğine uyumu kolaylaştırdığını gösterdi. Çalışmada bilim insanları ormanların güneş ışıklarını emerek dünyayı daha düşük ısıda tuttuğunu kanıtladılar. Böylece sadece **karbon tutma özelliği** ile fayda sağladığı bilinen ormanların, **soğutma etkisiyle** de iklim değişikliğiyle mücadeleye büyük katkı sağladığı ortaya çıkmış oldu. Su döngüsü ve daha düşük sıcaklıklar gıda güvenliğine de büyük ölçüde destek sağlıyor. Soğutma etkisi, böl-



Özgür ÖZTÜRK
ozgur.ozturk@akcansa.com.tr

genin ısısını kullanan ormanlarda, ağaçların terleme ve buharlaştırma etkisi ile meydana geliyor.

UN Environment@UNEP
<https://t.co/IqEm500XcJ>

Nerede Bu Tatlı Su Kaynakları?

Dünya üzerindeki suyun yalnızca %3'ü tatlı su kaynaklarından oluşuyor. Bunun %31'i de yeraltı ve yerüstü kaynaklarda, kalanı ise buz ve buzullarda tutuluyor. Dünya Bankası verilerine göre iklim değişikliğine bağlı gelişen su kıtlığı ekonomik büyümeye engel olurken göçü tetikliyor ve bölgesel çatışma ile ihtilaflara zemin hazırlıyor. Su kıtlığının yarattığı etkiler ve mücadeleye dünyanın kimi bölgelerinde milli gelirin %6'sına kadar maliyet çıkarıyor. Yeterli önlem alınmazsa bugün suya erişimin olduğu **Orta Afrika** ve **Doğu Asya**'da yakın gelecekte su kıtlığı oluşacağı, **Ortadoğu** bölgesinde ise mevcut su kıtlığının daha yüksek seviyeye çıkacağı tahmin ediliyor. Buna bağlı olarak gıda fiyatlarının artması da başka toplumsal sorunları beraberinde getirecek ve göçlere sebep olacak. Dünyanın başka bölgelerinde normalin çok üstünde yağış alan yerler de olacak ve benzer sorunlar buralarda da yaşanacak. Gelecekte karşılaşacağımız su kıtlığı ve getireceği sıkıntılar önüne geçmek için ise şimdiden yerel ve bölgesel ölçekte doğru politikaların geliştirilmesi, altyapı yatırımlarına hız verilmesi, dengeli ve verimli kaynak kullanımının sağlanması gerekiyor.

World Bank Climate@WBG_Climate
<https://t.co/9crioux4GI>



TEMA ÇELENK

Cenaze törenlerine çelenk göndererek,
hem sevdiklerinizin üzüntüsünü paylaşabilir, hem de TEMA'nın
çalışmalarına destek verebilirsiniz.



celenk@tema.org.tr
444 51 81

ŞİMDİ 14 İLDE TEMA ÇELENK SİPARİŞİ VEREBİLİRSİNİZ

İstanbul, Ankara, İzmir (Bağışçıların taleplerini törenden en az 2 saat önce bildirmelerini rica ederiz.)
Bursa, Balıkesir, Tekirdağ, İzmit, Mersin, Adana, Eskişehir, Konya, Manisa, Aydın, Muğla (Bodrum/Marmaris)
(Bağışçıların taleplerini törenden en az 12 saat önce bildirmelerini rica ederiz.)

Sürdürülebilir Tarımcılık Uzmanı Karıncalar

Dünyamızı ve çevreyi korumak için yeni ve daha hızlı çözümler üretmek ve var olanları daha fazla yaygınlaştırmak şart. Sürdürülebilir tarım da bu çözümlerden biri. Ve bu konuda kendi yiyeceklerini yetiştirmek için sürdürdükleri tarımcılık faaliyetlerinin detayları ile bilim insanlarını hayrete düşüren karıncalardan ilham alabiliriz...

 Aslı ALP,
Mavens of London



Çevre kirliliği, doğal kaynakların bilinçsizce kullanılması, küresel ısınma, gereğinden çok tüketim ve üretim, nesli tükenen hayvanlar... Bu liste ne yazık ki daha da uzayıp gidiyor. Dünyamızı ve çevreyi korumak için yeni ve daha hızlı çözümler üretmek ve var olanları daha fazla yaygınlaştırmak şart. Sürdürülebilir tarım gibi... Dünya ekosisteminin %60'ı sürdürülebilir olarak kullanılmıyor. Belirttiğimiz gibi yeni ve kalıcı çözümler üretmemiz gerekiyor ve bunun için böceklerden, özellikle

de karıncalardan ilham almamız mümkün. Karıncaların koloni organizasyonu, gelişmiş bir **tarımsal yönetim** tasarlamak için bir model olarak görülüyor, çünkü karıncalar çok tecrübeli birer tarım uzmanı.

500 Bin Karınca Birlikte Çalışır

Dünya üzerinde en çok görülen karınca türleri, **yaprak kesen** ve **hasatçı karıncalardır**. Bu karıncalar bir ağacın yapraklarını bir gün içinde kesip yuvalarına taşıyabilir. Tabii bu işi gerçekleştirmek için yaklaşık 500 bin karınca birlikte çalışır.

Birkaç yıl önce İngiliz *Microbiology Today* dergisinde yayımlanan bir makale, yaprak kesen karıncaların bahçelerini zararlı maddelerden uzak tutmak için nasıl özel bir sistem geliştirdiklerini açıklamıştı. Karıncalar topladıkları yaprakları hemen yemezler, onları hammadde olarak kullanırlar. Mantar yetiştirmek için bu yapraklardan faydalanırlar. Mantar yetiştirmeyi de şu aşamaları takip ederek gerçekleştirirler: **Önce vücutlarında bulunan ve antibiyotik özelliği taşıyan bir madde sayesinde topladıkları yaprakları bakteri ve zararlı maddelerden arındırmak için dezenfekte ederler.** Sonra yaprakları çiğnerler ve tarım yapacakları alana yayarlar. Son adım olarak da lapa şeklinde alana yayılmış olan yaprakların üzerine mantar mayalarlar. İki gün sonra da yaprakların üzerinde mantarlar belirmeye başlar.

Patojen Mantarların Önlenmesi

ABD'deki Wisconsin-Madison Üniversitesi'nden **Prof. Cameron Currie** konuyla ilgili şunları söylüyor: "Karınca bahçeleri toprak odalarda muhafaza edildiği için, sürekli olarak birtakım potansiyel patojenlere maruz kalırlar. Aslında, karınca kolonilerinin birçoğu mantar patojenler tarafından ele geçirilir ve bu da genellikle koloninin ölümüyle sonuçlanır."

Laboratuvarında yapılan araştırmalar, işçi karıncaların vücutlarının balmumuna benzer bir maddeyle kaplanmış olduklarını gösterdi. Mikroskop altında incelendiğinde bunun balmumu değil, bir tür bakteri olduğu anlaşıldı. Karıncaların vücutlarında bulunan bu bakterinin, karınca bahçelerine saldıran mantarları durdurmak için mantar önleyici bileşenler ürettiği görüldü. Prof. Currie, "Laboratuvarımızda yapılan araştırmalar, bakteriler ile patojen mantarlar arasında birtakım ilginç ilişkileri ortaya koydu. Bakteriler, mantar bahçesine bulaşan patojen mantarların önlenmesini sağlayabiliyordu" diyor.

Karıncaların tarım esnasında yaptıkları kazı işlemleri, süzdürme ve toprağın havalandırılmasını kolaylaştırır. Bunun sonucunda fiziksel, kimyasal ve biyolojik değişimler meydana gelir ve artan popü-



"Davetsiz Misafirlik" Nasıl Önlenir?

Tarımda harikalar yaratan karıncalar kimi zaman yollarını şaşırıp, evlerde karşımıza çıkabiliyor. Bu karşılaşmayı önleme yolundaki ilk adım, evinizi karıncaların sevmediği kokularla donatmak ve karıncaların önüne fiziksel engeller koymaktan geçiyor.

Tebeşir: Evinizdeki balkon ve bahçe kapısı ve pencere gibi yerlerin önüne tebeşirle birer çizgi çekin. Bir parça tebeşiri ezerek bahçenizdeki bitkilerin ve saksıların çevresine serpin. Tebeşirin içinde bulunan kalsiyum karbonat, doğal bir karınca savardır.

Çift taraflı bant: Karıncalar masanızın üzerinde duran şekerliyi çok mu seviyor? Karıncaların özellikle hedef aldığı eşyaları çift taraflı bant ile çevreleyin.

Limon: Karıncalar limon kokusundan nefret ederler. Cam önleri ve kapı ağızlarına limon kabuğu rendeleyin. Bir sprey şişesini limonlu su ile doldurup yerlere ve tezgahlara sıkın.

Acı biber: Mutfak tezgahınızda sürekli karıncalar mı geziyor? Karıncaların mesken edindiği bölgelere acı biber dökerek karıncalara evinizde yemek bulamayacakları mesajını verebilirsiniz.

Sirke: Evinizdeki karıncalardan kurtulmak için biraz sirkeyi suyla karıştırarak bir sprey şişesine boşaltın. Karıncaların en çok görüldüğü yerlere sıkın.

Kaynak: cleanpedia.com

lasyonlar, yuvaya nüfuz eden bitki kökleriyle birlikte, üretilen besinleri emer ve enerji akışlarını potansiyel olarak güçlü tüketici-kaynak etkileşimlerine veya kaçak tüketimlere düşürerek biyokütle oluşturur.

Doğada üstlendikleri görevlerle, doğanın dengesini korumada ve yaşam döngüsünü devam ettirmede karıncaların büyük rolü bulunuyor. Yaklaşık 500 milyon yıldır sürdürdükleri tarım faaliyetlerine baktığımızda, insanlar olarak onlardan öğreneceğimiz çok şey olduğu ortada... ○

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), dünyada neredeyse iki milyar kişinin temiz suya ulaşamadığını açıkladı. DSÖ'nün **BM-Su 2017 Hıfzıssıhha ve İçme Suyu Küresel Analiz ve Değerlendirme** raporuna göre, kanalizasyon suyu karışmış içme suları her yıl ishal nedeniyle 500 bin kişinin ölümüne yol açıyor.

Türkiye Elektrikli ve Hibrit Araçlar Platformu'ndan yapılan açıklamaya göre, Türkiye'de 2017'nin ilk çeyreğinde **563 elektrikli ve hibrit araç** satıldı.

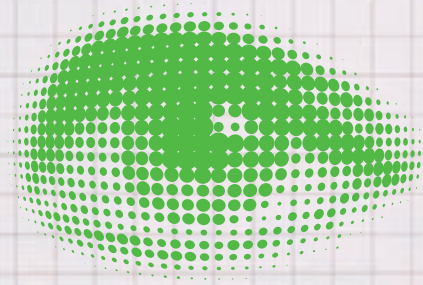
Çevre ve sağlık üzerinde önemli etkileri olması beklenen plan ve programlar artık **Stratejik Çevresel Değerlendirme Yönetmeliği**'ne tabi tutulacak. Ancak nükleer, termik santral, köprü, otoyol gibi büyük projeler 2023 yılına kadar bu yönetmelikten muaf tutulacak.

Türk Toraks Derneği Hava Kirliliği Görev Grubu'nun hazırladığı ve Türkiye'de **hava kirliliği** ölçümü yapan istasyonların 2016'daki sonuçlarını ortaya koyan araştırmada Muş, Ağrı Doğubeyazıt, Iğdır, Tekirdağ ve Kayseri'de sınır beş, Ankara'da üç, İstanbul ve İzmir'de ise iki kat aşıldı.

Adana'da bir firma tarafından üretilen, ekmeği olduğundan hacimli gösteren ve geç bayatlatan ekmeğe katkı maddesinden **GDO'lu soya** çıktı. Üretimi yapan firma Adana'da 100 fırından 80'ine bu ürünü sattığını iddia ederken, uzmanlar, "GDO'lu soya sadece yem amaçlı olarak ülkemize girebiliyor. İnsan gıdası olarak kullanılması yasaktır. Ancak kötü niyetli kişiler bunu insan gıdalarında kullanabiliyor. Ancak ekmeğe ile ilgili daha önce böyle bir durumla karşılaşmamıştık" diyorlar.

Türünün son örneklerinden büyük

GÖZÜMÜZDEN



KAÇMAYANLAR

Naylon poşetlere yasaklama; Ekmekten çıkan GDO'lu soya; Bakanlıktan "Sakız Eylem Planı" ...

Gözde İVGİN



dişli **Afrika fili Satao II** ölü bulundu. Koruma yetkilileri Satao'nun yasadışı avlanma sonucu öldürüldüğünü tahmin ediyor.

Mersin ve İskenderun Körfezi'nde plastik atık kirliliğini araştıran Çukurova Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesinden Dr. Sedat Gündoğdu, bir kilometrelik bir alanda tam **70 bin plastik parça** bulduklarını açıkladı. Gündoğdu, "Bir kilometre alanda yüzerseniz 300 plastik parçası yutabilirsiniz. 700 deniz canlısı da kirlilik nedeniyle risk altında" dedi.

Beklenen güneş enerjisi ihalesi Ankara'da, Enerji ve Tabii Kaynak-

lar Bakanlığı'nda gerçekleştirildi. Dört konsorsiyumun girdiği ihaleyi, kilovatsaat başına 6,99 dolar fiyat veren **Kanyon- Hanwa Enerji Ortak Girişim Grubu** kazandı. Koreli Hanwa Enerji, dünyanın en büyük enerji firmalarından biri. İhaleyi kazanan firma, Konya Karapınar'da 500 MWp/yıl kapasiteli fotovoltaik güneş modülü üretim fabrikası ve Ar-Ge merkezi kuracak, ayrıca 1000 MWe kurulu güce sahip bir güneş santrali inşa edecek.

Türkiye Perakendeciler Federasyonu Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Altunbilek, marketlerde ve mağazalarda **naylon poşetlerin** 1 Ocak 2018'den itibaren yasaklanacağını açıkladı. Artık alışverişlerde file, bez torba kullanımı yaygınlaştırılacak.

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, naylon poşet yerine **biyobozunur poşet** kullanımını teşvik edecek. Çevre Yönetimi Genel Müdürü Mehmet Baş, doğada kısa sürede yok olması nedeniyle biyobozunur poşet imalatını sağlamak üzere poşet üreticileriyle görüşmelerin devam ettiğini açıkladı. Naylon poşet yerine biyobozunur poşetlerin kullanılması için bazı önlemler almayı planladıklarını belirten Baş, poşetlerin marketlerden ücretsiz alınabileceğini söyledi.

Doğada yok olması yüzyıllar süren naylon poşetlerin kullanımı **Bozcaada**'da yasaklanıyor. Bozcaada Belediyesi, geçen dönem alınan meclis kararı ile başlayan ancak denetimsizlik yüzünden tam uygulanamayan naylon poşet yasağına, bu yaz kesin uyulması için hazırlık yapıyor.

Kıbrıs'taki İngiliz üssünde **800 binden fazla kuşun** restoranlara satılmak üzere öldürüldüğü bildirildi. Bu rakam sadece geçen yıl sonbaharda öldürülen kuşların sayısı. Kıbrıs'ta bu şekilde bir kuş avcılığı

yapmak yasak olduğu halde, kaçak avcılar bu şekilde avlanmak için gizlice İngiliz üssünü kullanıyor. Kuşların ambelopulia adı verilen yöresel yemekte kullanılmak üzere restoranlara satıldığı iddia ediliyor.

Orman ve Su İşleri Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü sakız üretimini artırmak amacıyla İzmir'de sakız ormanı kuruyor. Bakanlık tarafından hazırlanan "**Sakız Eylem Planı**" kapsamında İzmir'de toplam 200 bin dekar alanda sakız ormanı tesis edilecek.

Akdeniz ve Celal Bayar üniversitelerinden bir ekip, Antalya'nın Kumluca İlçesi'ndeki Alakır Nehri'nin bulunduğu bölgede yeni bir gelincik türü keşfetti. Yeni türe **Alakır Gelincigi** adı verildi.

Fukuşima Nükleer Santrali'nde, radyasyon temizleme işleri titizlikle devam ediyor. Son gelen raporlara göre, nükleer santraldaki radyasyon tehlikesi henüz geçmedi. Verilere göre yayılmaya devam eden radyasyonun insanları öldürebilecek derecede olduğunun altı çizildi. Fakat oluşan sızıntının çevredeki kasabalara bir zararının olmadığı, yani dışarıya bir sızıntının yaşanmadığı belirtildi.

Çin hükümeti, son yayınladığı Beş Yıllık Plan çerçevesinde belirttiği kömür kapasite hedefine uyum sağlamak için ciddi adımlar atıyor. Çin Ulusal Enerji İdaresi, toplam 120 GW kapasiteli planlanan veya inşaatı devam eden 104 kömürlü termik santral projesinin askıya alındığını açıkladı.

Tunceli'de şehre inen **yaban domuzları**, vatandaşlar tarafından beslendi. İnsanlara alışan yaban domuzları kimi zaman mahalle sakinlerinin elleriyle verdiği yiyecekleri yiyor. Bazen toplu, bazen ikişerli,



ya da üçerli gruplara ayrılan yaban domuzları, karınlarını doyurduktan sonra kırsal alana dönüyor.

İstanbul'un Avrupa yakasındaki en önemli halk plajlarından olan **Kilyos**'ta sahile vuran molozların kaynağı belli oldu. Molozların, İGA yatırımcılarının oluşturduğu Mapa, Limak, Kolin, Kalyon Ortak Girişim Grubu tarafından yapılan İstanbul 3. Havalimanı inşaatı nedeniyle yıkılan eski maden ocaklarının içindeki hafriyattan kaynaklandığı ortaya çıktı.

Ömer Halisdemir Üniversitesi'nin Hero Baby ile ortak yürüttüğü "**Bahçede Arı Var**" projesi, meyve bahçelerine kurulan bal arısı kolonilerinin meyvelerin verimliliğini artırdığını gösteriyor. Niğde, Mersin ve Tokat'taki meyve çiftliklerinde yapılan pilot çalışma sonucunda, elma ve şeftalilerde ağaçların meyve tutumunun %89, toplam veriminin ise %50 arttığı tespit edildi. Meyvelerin kabukları daha parlak hale geldi, antioksidan kapasitesi ve iriliği arttı.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 1 Mart'ta **Doğu Karadeniz** Havzası'ndaki nitrat ve azot içerikli kimyasal gübre yasağının bir yıl ertelendiğini duyurdu.

Aralarında Trakya belediyeleri, kent konseyleri, çevre örgütleri ve meslek odalarının olduğu 46 kurum, **Trakya ve Kuzey Ormanları**'ni bölgeye yapılmak istenen termik santrallara karşı birlikte savunma kararı aldı.

Baharın ilk günleriyle birlikte Uludağ'daki ayılar da kış uykusundan uyanmaya başladı. Mağaralardan çıkan bir **ayı ile üç yavrusu**, karların kısmen eridiği Sarıalan'daki yerleşim bölgesine kadar geldi. Buradaki çöpleri karıştırıp yiyecek arayan ayı ve üç yavrusu, bölgede bulunanlara poz vermeyi de ihmal etmedi. Dört ayı karınlarını doyurduktan sonra gözden kaybolarak tekrar ormana döndü.

Kütahya'nın Domaniç ilçesi sınırlarında yer alan **Topuk Yaylası**, Orman ve Su İşleri Bakanlığınca "Türkiye'nin 210. tabiat parkı" olarak ilan edildi.

İsveç'in **Halmstad** kenti belediyesinin yıkım kararı aldığı bir binanın çatı katında tek başına yaşayan erkek yarasanın tespit edilmesi üzerine binanın yıkım kararı ertelendi.

Kaynaklar: *Yapı.com.tr, Yeşil Gazete, DHA, Sözcü, Posta, İHA, Cumhuriyet, The Independent, BBC, BirGün, Hürriyet, Bianet, Milliyet, AA*



Dünyanın Durumu 2016- Bir Kent Sürdürülebilir Olabilir mi?

Yazar: Kolektif, Worldwatch Institute

Çeviren: Duygu Kulluay

Yayınevi: İş Bankası Kültür Yayınları, 2017

Günümüzde dünya nüfusunun yarısından fazlası, yani 3,9 milyar insan kentlerde yaşıyor ve bu nüfusun 2050 yılına kadar ikiye katlanması bekleniyor. Bu büyümeyle birlikte **yaşanabilir, adil ve sürdürülebilir şehirler** nasıl düzenlenecek? Gerekli sosyal ve fiziksel altyapıya nasıl yatırım yapacağız? *Dünyanın Durumu 2016-Bir Kent Sürdürülebilir Olabilir mi?* kitabı insanlık tarihi boyunca şehirlerin izlerini sürerken sürdürülebilir kentleşmenin esaslarını irdeliyor. Kentsel sürdürülebilirlikte biyolojik çeşitliliğin rolü, kent ekonomisi, tüketim ve enerji kullanımı gibi şehirlerin temel yapısal unsurlarını inceliyor. Kitabın "Kent Profili" bölümlerinde, kentsel sürdürülebilirliği konu alan en özgün projelerde çalışan profesyoneller, birinci elden deneyimlerini paylaşıyorlar.

Büyük Gerileme-Zamanımızın Ruh Hali Üstüne Uluslararası Bir Tartışma

Hazırlayan: Heinrich Geiselberger

Çeviri: Merisa Şahin, Aslı Biçen, Ahmet Nüvit Bingöl, Orhan Kılıç

Yayınevi: Metis, 2017

Dünyanın birçok yerinde **sağ popülizm** neden neredeyse eşzamanlı olarak yükseliyor? Bu yükselişin arkasındaki sosyolojik ve ekonomik nedenler ne? **Küresel iklim değişikliğinin** küresel göç üzerindeki etkisi ne? Mevcut yönetimlerin bu sorunlar karşısında aldığı tutumlar kimi korumaya yönelik? **Yabancı ve göçmen düşmanlığını**, giderek ırkçılığı körükleyen ekonomik ve sosyal politikaların dışına nasıl çıkılabilir?

Alt sınıflarla orta sınıfların talepleri hangi noktalarda buluşup hangi noktalarda ayrılıyor? Bütün bunlardan kimlik siyasetine sıkışıp kalmış olmamız mı sorumlu? "Büyük Gerileme" karşısında neler yapılabilir? 12 dilde aynı zamanda yayımlanan kitaba Almanya, Fransa, İngiltere, ABD, Hindistan gibi ülkelerden katkıda bulunan 15 yazar bu ve benzeri küresel soruların cevaplarını arıyor



Küresel Sürdürülebilirlik: Önde Gelen 21 CEO, İyi İşler Yaparak Nasıl İyileşebileceğimizi Gösteriyor

(Global Sustainability: 21 Leading CEOs Show How to Do Well by Doing Good)

Yazar: Mark Lefko

Yayınevi: Morgan James Publishing, 2017

Küresel sürdürülebilirlik, yeryüzündeki herkesin hayatta kalmak ve gelişmek için ihtiyaçlarının karşılanmasının güvence altına alınması anlamına geliyor. Ancak bunun uygulanabilir ve sürdürülebilir olması için işletmelerin de kâr etmesi gerekli. Yazarın, farklı alanlardan iş dünyası liderleriyle bire bir görüşmelerine yer veren kitapta **Richard Branson**-Virgin Group, **Paul Polman**-Unilever, **Ann Sherry**-Carnival

Australia, **Feike Sijbesma**-DSM, **David MacLennan**-Cargill, **Marc Benioff**-Salesforce gibi isimler yer alıyor.

21 CEO, Küresel Sürdürülebilirlik hareketinin dünyanın dört bir yanındaki en kârlı şirketlerin büyümesini nasıl şekillendirdiği; şirketinizin bu harekete nasıl katılabileceği ve bu katkıdan nasıl fayda sağlayabileceğini anlatıyor ve etik prensiplerin şirketin kimliğini nasıl biçimlendirdiği üzerine görüşlerini paylaşıyor.



Coca-Cola İçecek'te işimizi büyütürken; sürdürülebilirlik, şeffaflık ve kurumsal yönetim alanlarında da liderliği hedefliyoruz.

2013'ten
bu yana

UNGC 100 Endeksi'nde yer alan ilk ve tek Türk şirketiz

2013'ten
bu yana

CDP Türkiye İklim Liderleri arasındayız

2015'ten
bu yana

BIST 50 Sürdürülebilirlik Endeksi'ndeyiz

2016'da

Morgan Stanley Küresel Sürdürülebilirlik Endeksi'ne girdik

2017'de

FTSE4Good Gelişmekte olan Piyasalar Endeksi'ne dahil olduk



Hava kalitesini iyileřtirdiđimizde, daha rahat uyuyabilirsiniz.

Etrafımızdaki havanın gnk yaşamımızda büyük bir etkisi var. Son araştımalara göre; hava kirliliği nefes sorunlarının oluşma riskini arttırıyor, bu da çeşitli uyku sorunlarına yol açıyor.

Temiz hava katalizrlerimiz ile araçlardan ve sanayi tesislerinden havaya kaşan zararlı emisyonları azaltarak daha temiz bir havada, daha güvenli nefes almanıza yardımcı oluyoruz.

Hava kalitesini iyileştirerek, daha rahat uyumanızı sağıyoruz, nk BASF'de biz kimya yaratıyoruz.

Detaylı bilgi için wecreatechemistry.com adresimizi ziyaret edebilirsiniz.

 **BASF**

We create chemistry