

# EKOIQ

TEMMUZ - AĞUSTOS 2021 SAYI: 95



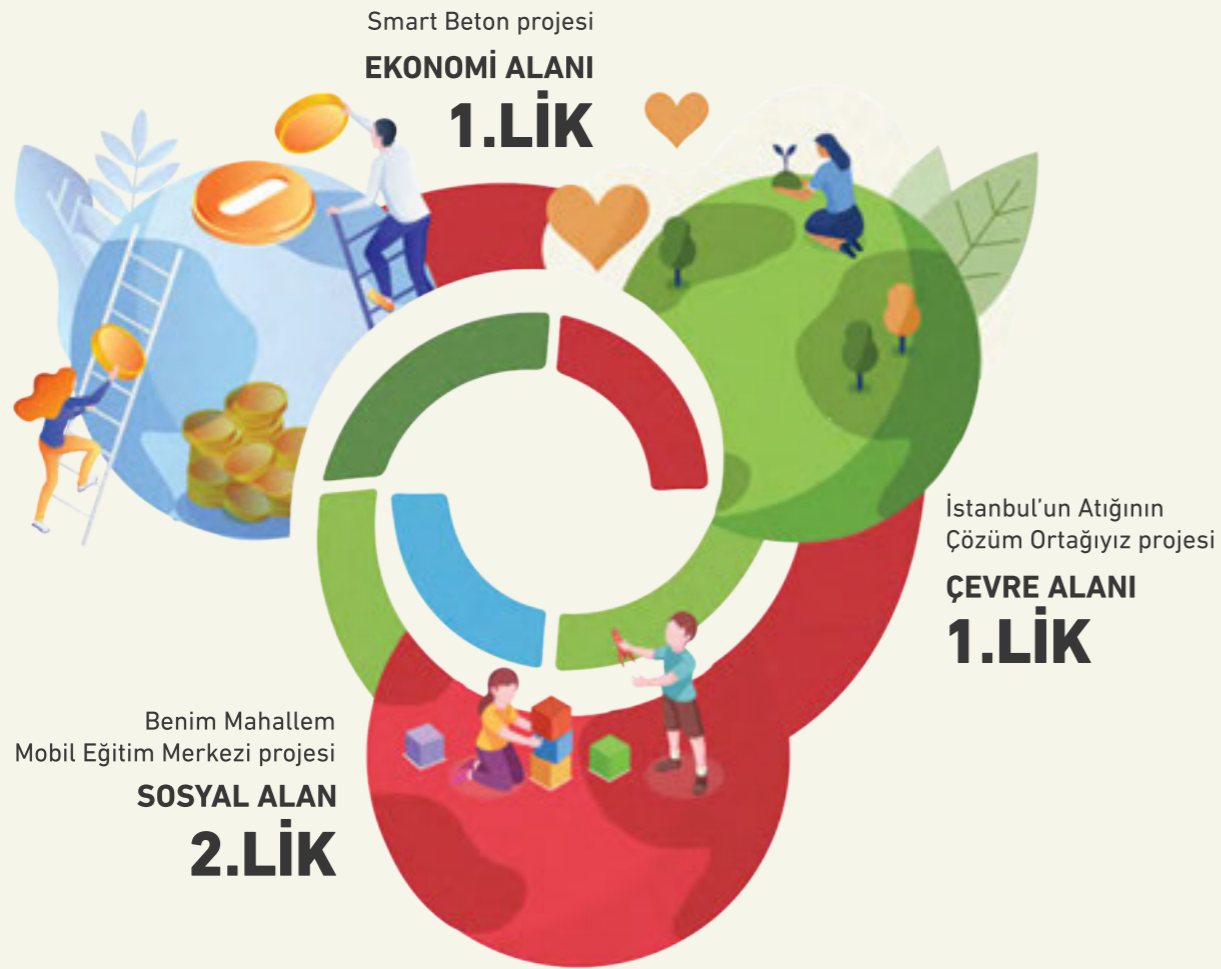
[www.ekoiq.com](http://www.ekoiq.com)

YEŞİL İŞ / YEŞİL YAŞAM



Medya ve Sürdürülebilirlik  
**Doğru Araçlarla  
Doğru Amaçlara**

## 3 ALANDA 3 ÖDÜL İLE YATIRIMIMIZ GELECEĞE!



## Deniz Kustu

**Türkçe'nin** en iyi kalemlerinden Yaşar Kemal, yalnız Çukurova'yı anlatmamıştır; bilenler bilir. 1978 yılında Milliyet gazetesinde tefrika edilen "Deniz Küstü" romanı bir İstanbul ve deniz destanıdır. İstanbul'un bir sahil mahallesi olan Menekşe'de geçen romanda başrollerde Marmara vardır bir anlamda...

Şöyle yazmış usta edebiyatçı bu romanında: "İyi yürekliler, insan olsun, hayvan olsun, hep küseğen olurlar. Şu koskocaman deniz de küseğen huyludur, bir küsemeyegörsün, balığının, karidesinin, istakozunun zırnığını koklatmaz kimseye, küseğenler iyi huylu olurlar, deniz de iyi huyludur, yüreğinde kin tutmaz, bir gün acıyverir insanlara, yumuşayverir, gizlisinde, zulasında ne kadar balığı varsa döküverir ortaya."

Koskoca bir deniz niye küser ki insanlara... Bunu herhalde insandan daha iyi kimse bilemez. Bilir ama hiç de söylemez... Bazı şeyler hiç konuşulmaz. Ama çok iyi bilinir...

...

Deniz küstü işte. Koca Marmara küstü. Ama bu küsmekten çok daha öte; bunu çok iyi biliyoruz. Koca deniz kustu... O yüzden iyi yürekli bu deniz istese de kolay kolay affedemez bizleri. Ne çok uyardı oysa insanlar, gazeteciler, bilim insanları. Şöyle bir baktım, sağ olsun okuyucularımızdan da anımsatanlar oldu, 11 yılda defalarca yazmışız sayfaları-

mızda. Kimi zaman "bu deniz ölüyor" demişiz, kimi zaman denizi küstürmemek için uğraşanlara söz vermişiz. "İlk raund balıkların" diye bir kapağımız olduğumu gördüm eskilere şöyle bir bakınca. Tutulacak balıkların boylarıyla ilgili düzenleme çıkınca sevinmişiz. Ama Marmara Denizi'nin sorunu sadece balıklarla dadanmamız ile ilgili değil. Bunu biliyoruz. Öyle olsa, iyi yürekli Marmara biraz küser, sonra yine affederdi bizleri. Ama öyle değil. Marmara küsmedi, Marmara kustu... Marmara can geçiriyor...

...

Boğduk biz Marmara'yı. Elbirliğiyle boğduk. Hep beraber boğduk. 20 milyon kişi elbirliğiyle ütüğüne çöktük o iyi yürekli denizin. Nefesi kesildi. Soluğu kesildi; nefes alamaz oldu. Hepimiz görmezden geldik. Belki



de en çok ona tüzüldü koca deniz. Bu umarsızlığa, bu kayıtsızlığa... Yine de affederdi belki. Ama affedecek bir soluk bile bırakmadık ona. 20 milyon insanın atıklarını dolduruyoruz her gün içine. Ve hâlâ devam ediyoruz buna. Denizin derinliklerine gizlice yaparsak sanki bir şey olmazmış gibi. Derin deniz deşarjını Marmara fark etmezmiş gibi. Halbuki deniz bilir, doğa bilir. Bizden çok daha iyi bilir.

Marmara küsmedi, Marmara kustu. Eğer ölmezse affeder bizi. Onun için çırpınları, gözyaşı dökkenleri görmüştür. Göremez demeyin, O "Bulutuyla, gemisiyle, balığıyla, yosunuyla" görür. Ve "İyi yürekliler, insan olsun, hayvan olsun, hep küseğen olurlar. (...) Küseğenler iyi huylu olurlar, deniz de iyi huyludur, yüreğinde kin tutmaz, bir gün acıyverir insanlara, yumuşayverir, gizlisinde, zulasında ne kadar balığı varsa döküverir ortaya."

# İÇİNDEKİLER



## 16 “Ortak Sorunlar Toplulukların Ortak Hareketleriyle Onarılabilir”

Müşterek, sürdürülebilir ve eşitlikçi bir gıda ekosisteminin mümkün olup olmadığını araştıran ve gıdamın tohumdan sofraya olan yolculuğundaki üretim-tüketim döngüsüne dair her şeyi mercek altına almayı hedefleyen bir hareket/örgütlenme düşüyle yola çıkan Aylak Mutfak, projelerini EKOIQ'ya anlattı.

## 19 İyi Uygulama Örnekleriyle “Gerçek” ve “Görünür” Su Tasarrufu

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) yayınladığı yeni rapor tam bir rehber niteliğinde. Raporunda karar alıcılara vaka çalışmalarına kanıtlanmış “gerçek” su tasarrufu müdahalelerinin nasıl olması gerektiği gösteriliyor. Özellikle su tasarrufu konusunda ortak dile dikkat çeken rapor, su tasarrufunu “görünür” ve “gerçek” olarak ikiye ayırıyor ve karar alıcıları acilen harekete geçmeye çağırıyor.

## 22 Tohumdan Kadehe, Sürdürülebilirliğin İzinde

Geçtiğimiz günlerde ilk Sürdürülebilirlik Performans Raporu'nu açıklayan ama çalışmalarını uzun süredir dikkatimizi çeken Mey - Diageo Tedarik Zinciri Direktörü Kürşat Apan, kurumun heyecan verici çalışmalarını EKOIQ okurlarıyla paylaştı.

## 26 Bir Profesyonelin Gözünden: 10 Adımda Sosyal Fayda Yaratan Şirket Nasıl Olunur?

COVID-19 pandemisi sürecinden çıkardığımız önemli derslerden biri de karmaşa içinde yaşadığımız hayatlarımızı yalnızca kazanç uğruna harcamak istemediğimizi görmemiz oldu. Parçası olduğumuz şirketlerin “sosyal fayda yaratmak” için hareket etmelerini ve bizim katkılarımızla bu şirketlerin faaliyetlerinin “anamlı hale gelmesi” gibi beklentilerimiz var. Peki bunu nasıl yapacağız? Bazıları pratikte uygulanan, bazılarının teorik karşılığı olan, bazıları ise gelişimi devam eden modellerden elde edilen 10 temel adımı, Pırl Kadıbeşgil Ersoy yazdı.

## 36 2020'de 30 Milyon İnsan Afetler Nedeniyle Yer Değiştirdi

2020 yılında afet ve çatışmalar nedeniyle toplam 40,5 milyon yerinden edilme vakası yaşanmış. Bu rakam, raporlamamız yapıldığı 10 yıldaki en yüksek rakam. 2020 yılında afetler nedeniyle yer değiştirmeler, çatışmalar nedeniyle yer değiştirmelerden üç kat daha fazla.

## 38 Allianz Motto Hareket, Tüm Çocukları Harekete Çağırıyor

Allianz Türkiye'nin sürdürülebilirlik stratejisi doğrultusunda çocukların hareket ve spor yoluyla sağlıklı büyümelerine katkı sağlama hedefiyle hayata geçirdiği kurumsal sosyal sorumluluk programı Allianz Motto Hareket, birbirinden eğlenceli videolarıyla Türkiye'deki tüm çocukları harekete çağırıyor.



## 44 Medya ve Sürdürülebilirlik:

### Doğru Araçlarla Doğru Amaçlara

300 yıllık modern uygarlık, eşitlik, özgürlük ve kardeşlik çerçevesindeki sorunları çok iyi bir şekilde tanımladı ama tam manasıyla çözemedi. Bu alanlardaki her gelişmenin arkasında ise, güçlü bir iletişim ortamı ve medya denetimi bulunuyordu. Bugün dünya, modernliğin tam manasıyla çözemediği sorunlara eklenen ve bizatili modernliğin sebep olduğu çevresel meydan okumalarla yüz yüze. Sosyal, ekonomik ve çevresel krizin küresel çözümünde ise, yine iletişim ve medyanın gücüne ihtiyacımız var.

## 82 Kuir Ekolojinin Anlaşılması ve Zorunluluğu

Temel hak ve hürriyetlerin heteronormatif bir bakış açısıyla ezilerek baskı altında tutulması sebebiyle Onur Ayı'nda Kuir Ekolojinin anlaşılmasının zorunluluğu bir kez daha ortaya çıkıyor. Kapsayıcı, sömürüstüz ve şiddetsiz bir ekoloji anlayışının, gelecek siyasetin başlangıç noktası olacağı ise su götürmez bir gerçek.

## 84 Türkiye'nin İlk Adil Kahve Atölyesi: Keçi Geçti

Keçi Geçti'den Kâmil Güneş, Fair Trade (Adil Ticaret) organizasyonu ile gerçekleştirdikleri kahve deneyimlerini EKOIQ için anlattı. Türkiye'nin ilk adil kahve atölyesi olan Keçi Geçti, fincanımızı iyi değerlendirmenizi ve keciğecti.co'yu sık kullanılanlar listenize eklemeyi unutmayın diyor.

## 88 “Sürdürülebilirlik Kriterlerine Uyum Sağlayamayan Kurumlar Ayakta Kalamayacak”

Polyester iplik üretimi alanında önemli bir yere sahip olan Korteks Genel Müdürü Barış Mert, iş yapış biçimlerini çevresel, sosyal ve yönetim prensiplerinde kurduklarını belirtiyor ve “Sürdürülebilirlik kriterlerine uyum sağlayamayan, fabrika ve operasyonlarını dijitalleştirmeyenler ayakta kalamayacaklar” diyor

## HER SAYIDA

**4 Bir Çırpıda Son İki Ay** Paris Anlaşması'na Uyulmazsa, Küresel Ekonomi %18 Küçülecek; Türkiye'de Okul Bölgeleri Hava Kirliliği Alarmı Veriyor; Amazon Artık Karbon Yutak Alanı Değil; Plastikler, Anne Sütünü Bile Zehirliyor; “Kömür Masalları” Yayında...

**12 Sürdürülebilir İşler** Arzu Deniz Aksoy: 2021'de Kurumsal İtibarı Etkileyen İki Faktör: Pandemi ve ESG

**20 Son Buzul Erimededen** Prof. M. Levent Kurnaz: İklim Risklerinin Belirlenmesi Üzerine Yeni Bir Metodoloji

**32 Sürdürülebilir Kalkınma** Gülin Yücel: Niye Eğitimde Sürdürülebilirlik Felsefesine İhtiyacımız Var?

**35 İyi Bak** Zeynep Özler: İyi Bak Gıdana

**40 Global Compact Türkiye** Global Compact Türkiye İş Dünyası Plastik Girişimi'nden Tüm Şirketlere Çağrı

**42 Organik Beslenmeye Doğru** Haşereler, İklim Değişikliğiyle Güçleniyor; Buğday Derneği'nden Belediyelere “Zehirsiz Kentler” Çağrısı; 1,5 Derece Hedefi, Gıda Üretiminin Üçte İkiisini Kurtarabilir; Biyolojik Çeşitliliğimizin #FarkındaMıyız?

**80 Yaşanabilir Kentler** Sibel Bülay: Gil Penalosa: “Kentler Sürdürülebilir Olmaktan Uzak”

**90 Küre** Arif Ergin: “Ortak Mal”

**94 Veriler** Elif Gökçe Şahin: 67 Ülkeleri 1,5 Derece Hedefinden Uzakta; Dev Şirketler STK'ların Merceği Altında; 7. Hedef: Enerji'de Son Durum; Çevrecilerin Yeni Sesi: Tüketim Tercihleri

**96 Marjinal Sosyal** Deniz Gönen: KSS ile Dünyayı Kurtarmak Mümkün

**98 Sürdürülebilir Tüketim** Doç. Dr. Ahu Ergen: Simidin İçinde Yaşam Mümkün mü?

**100 Sürdürülebilirlik Akademisi'nden** Sürdürülebilirlik Akademisi & BÜYEM Katkılarıyla 4. Dönem Sürdürülebilir Marka Yönetimi Eğitimi Devam Ediyor! Liderlerden Ekosistemi Onarmak için Acil Eylem Çağrısı

**102 Gözümüzden Kaçmayanlar** Gözde İvgin: Cerattepli Erzade Nine hayatını kaybetti; Türkiye'de sekiz yılda 513 çocuk işçi öldü; Karadeniz'de sondaj kuyuları açılmaya devam ediyor; Akdeniz %20 daha hızlı ısınıyor; İngiltere 2024'te kömürlü santralleri tamamen kapatıyor; Mayıs ayında atmosferdeki karbondioksit seviyesinde yeni rekor; fosil yakıt finansmanına devam...

**104 Kitap** Kazdağlı Öyküleri; Ekofobi Hipotezi; Adapting to Climate Change; Markets and the Management of an Uncertain Future (İklim Değişikliğine Uyum: Net Olmayan Bir Geleceğin Yönetimi ve Pazarlar)

**EKOLOGOS Sürdürülebilirlik Yönetim ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.** adına sahibi ve Genel Yayın Yönetmeni (Sorumlu)  
Barış Doğru [baris@ekoik.com](mailto:baris@ekoik.com)

**Art Direktör**  
Özlem Sarar D. [ozlem@ekoik.com](mailto:ozlem@ekoik.com)

**Editör**  
Burcu Genç [burcu@ekoik.com](mailto:burcu@ekoik.com)  
Bulut Bağatır [bulut@ekoik.com](mailto:bulut@ekoik.com)

**Yerel Yönetimler Editörü** Sibel Bülay [sibel@ekoik.com](mailto:sibel@ekoik.com)

**Sürdürülebilirlik Projeleri Koordinatörü**  
Elif Gökçe Şahin [gsahin@alumni.harvard.edu](mailto:gsahin@alumni.harvard.edu)

**Redaksiyon** Şöhret Baltas

**Katkıda Bulunanlar**  
S. Sena Akkoç, Gülce Demirel

**Yayın ve Yönetim Adresi:**  
EKOLOGOS Sürdürülebilirlik Yönetim ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.  
Osmanağa Mahallesi, Kuşdili Caddesi No: 33/2 34714  
Kadıköy, İstanbul  
Tel: (90) 216 349 40 97-98



## Paris Anlaşması'na Uyulmazsa, Küresel Ekonomi %18 Küçülecek

Swiss RE Enstitüsü'nün yeni yayınladığı İklim Ekonomisi Endeksi'nde ülkelerin iklim değişikliğinden nasıl etkileneceği ortaya konuldu. Raporda, küresel ekonominin karşılaştığı uzun vadeli tehditlerin en büyüğünün iklim değişikliği olduğu dile getirildi. Eğer iklim değişikliğine karşı herhangi bir önlem alınmazsa küresel sıcaklıkların 3 derece artacağı, bu durumda dünya ekonomisinin 30 yılda %18 küçüleceği belirtiliyor.

3 derecelik artışa göre 2050 yılında Çin'in GSYH'sinin %24; ABD, Kanada ve İngiltere ekonomilerinin toplamının %10; Avrupa'nın %11; Finlandiya ve İsviçre gibi ülkelerin %6; Fransa ve Yunanistan gibi ülkelerin ise %13 oranında küçüleceği öngörülüyor. Türkiye'nin ise %10,3'lük bir küçülme yaşayacağı belirtiliyor. Türkiye, Paris Anlaşması'na uyumlu hedefler belirlemesi halinde küçülme yalnızca %2,5 oranında olacak. Paris Anlaşması'na uyulması durumunda GSYH'nin yalnızca küresel anlamda %4 küçüleceği belirtiliyor.

## Türkiye'de Okul Bölgeleri Hava Kirliliği Alarmı Veriyor

Greenpeace Türkiye'nin yayınladığı raporda, İstanbul'da 7 okulda gerçekleştirilen ölçümlerde hava kirliliğinin çocukların sağlığını tehdit ettiği ortaya konuldu. Şubat-Mart 2020 döneminde, İstanbul'da Alibeyköy, Ataşehir, Esenyurt ve Ümraniye'de yedi okulu kapsayacak şekilde gerçekleştirilen ölçümlerde PM<sub>2,5</sub> (partikül madde) sınır değerinin, normalin kat kat üzerinde olduğu ortaya çıktı. PM<sub>2,5</sub>, bir saç telinin 30'da biri kadar olan ve havayı kirleten maddelerin başında gelen bir parçacık türü.

PM<sub>2,5</sub>, akciğeri geçerek, kana karışabilen bir madde ve bu sebeple akciğer kanseri gibi solunum ve kalp-damar hastalıklarına yol açabiliyor.

Ölçüm sonuçlarından öne çıkanlar ise şöyle:

- Ataşehir'de 30 günlük ölçümün 27'sinde DSÖ limit değerleri aşıldı. En yüksek ölçüm 52,50 mikrogram oldu; bu değer, DSÖ'nün belirlediği standardın iki katından fazla.

- Ümraniye'de 30 günlük ölçümün 23 gününde DSÖ limit değerleri aşıldı. En yüksek ölçüm 52,50 mikrogram oldu.

- Esenyurt'ta 30 günlük ölçümün 20 gününde DSÖ limit değerleri aşıldı. En yüksek ölçüm 48,732 mikrogram oldu.

- Alibeyköy'de 30 günün 18'inde DSÖ limit değerleri aşıldı. En yüksek ölçüm ise 45,832 mikrogram oldu.



## Almanya'nın Hedefi Artık 2045

Genç iklim aktivistlerinin, Almanya hükümetinin iklim krizi konusunda yeterince harekete geçmediği suçlamasıyla açtığı davada, Almanya Eyalet Anayasa Mahkemesi hükümetin aleyhine karar vermişti.

Karar ardından Almanya Hükümeti, net sıfır hedefini 2045 yılına çekme kararı aldı. Önceki hedefi 1990 yılı seviyelerine göre 2030 yılında %55 azaltım ve 2050'de net sıfır olan Almanya, hedefini 2030'da %65 azaltım, 2040'ta %85-90 seviyesinde azaltım ve 2045 yılında net sıfır olarak güncellemiş oldu.

Büyük bir seragazi kirleticisi olan Almanya, 2030 yılında %50 azaltım hedefi bulunan Birleşik Krallık'ın hedefinden sonra en azimli ikinci hedefe sahip oldu.

### Amazon Artık Karbon Yutak Alanı Değil

Brezilya'nın sınırları içerisinde kalan Amazon ormanlarının son on yılda yuttuğu karbonun yaklaşık %20'sini atmosfere geri saldırdığı açıklandı. Bu, dünyanın en büyük tropikal ormanının artık bir karbon yutağı olarak kabul edilemeyeceğini ortaya koyuyor.

Nature Climate Change dergisinde yayımlanan makalede, 2010'dan 2019 yılına kadar ormanın, saldırdığı 16,6 milyar ton karbondioksit karşılığında 13,9 milyar ton karbondioksiti yuttuğu ortaya çıktı. Çalışmada, ormanın büyürken yuttuğu ve depoladığı karbondioksit oranıyla yanarken veya yok edilirken saldırdığı karbondioksit oranı karşılaştırıldı.

Makalenin yazarlarından Jean-Pierre Wigneron, sonucun şaşırtıcı olmadığını söyledi: "Bu sonucu bekliyorduk, ancak ilk defa Brezilya Amazonunun yutak değil karbon salıncısı görevi yapmış olduğunu kanıtladık. Artık bir geri dönüş olup olmadığını da bilmiyoruz."

Çalışma aynı zamanda yangınlarla ve ağaç kesimleriyle, yani insan eliyle yapılan ormansızlaşmanın 2019'da (3,90 milyon hektar) önceki iki yıla (1 milyon hektar) oranla dörde katlandığını ortaya koyuyor.

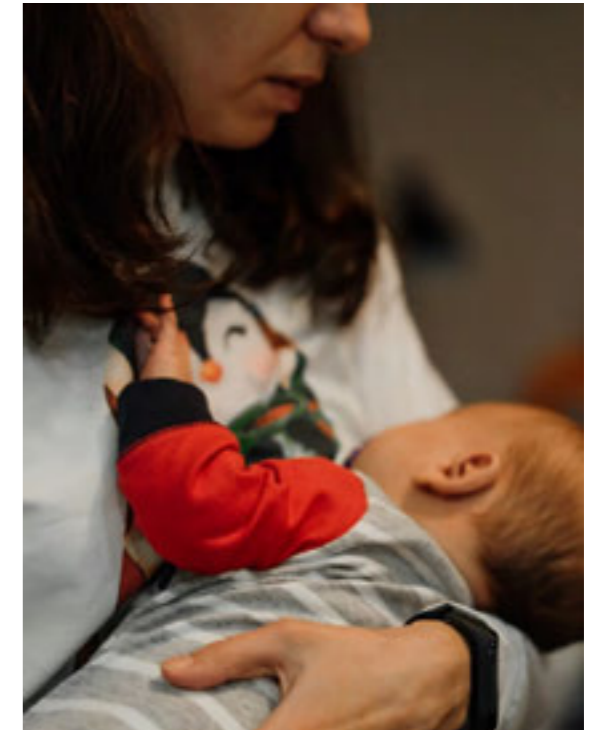
### Yeşil İyileşme, Gerçekten "Yeşil" mi?

Wuppertal Enstitüsü, E3G ve ulusal uzmanların ortaklığında hayata geçirilen "Yeşil İyileşme Takipçisi" (Green Recovery Tracker), AB üyelerinin ekonomik toparlanma süreçlerinin "yeşil iyileşme" hedeflerini desteklemede yetersiz kaldığını ortaya koydu. Aynı zamanda iyileşme planlarının, ilk bakışta "yeşil" olarak değerlendirilebileceğinin ancak fosil yakıtların desteklenmesiyle sonuçlanabilecek risklerin olduğunu da altı çiziliyor.

Çalışmada bugüne kadar Fransa, Almanya, İspanya, Belçika ve Finlandiya gibi ülkelerin de aralarında yer aldığı 14 taslağın incelendiği belirtildi. Sonuçta kurtarma önlemlerindeki yeşil harcamaların yalnızca %24'ü bulunduğu, 422 milyar euroluk iyileşme önlemlerinin yalnızca 68 milyar eurosunun yeşil dönüşümü desteklemek üzere gerçekleştirilecek faaliyetlere aktarıldığı ortaya çıktı. Yeşil harcama konusunda en iyi performans gösteren ülkeler %42 ile Finlandiya, %31 ile İspanya ve %30 ile Slovakya oldu.

### Dünya Ekonomisi 2021'de %5,4 Büyüyecek

COVID-19 başlamasında 2020'de %3,6 oranında daralan dünya ekonomisi, Birleşmiş Milletler'in yayımladığı son rapora göre 2021'de %5,4 büyüyecek. Dünya Ekonomik Durum ve Beklentileri 2021 (World Economic Situation and Prospects) yarı yıl raporunda, Çin ve ABD gibi ülkelerin hızlı aşılama ve finansal önlemlerle iyileşme yolunda oldukları ortaya kondu. Ancak Güney Asya, Sahra Altı Afrika, Latin Amerika ve Karayipler'de bulunan ülkelerde durum hâlâ kırılgan ve belirsiz. Birçok ülke için iyileşmenin ancak 2022 veya 2023'te gerçekleşeceği tahmin ediliyor.



## Plastikler, Anne Sütünü Bile Zehirliyor

Zamanla bozulmadığı için "sonsuz kimyasallar" da denilen perfloroalkil ve polyfluoroalkil yani PFAS temel olarak insan yapımı kimyasallardan oluşuyor. 9 binin üzerinde çeşidi bulunan bu kimyasalların 600'ü ABD'de halen üretiliyor. Özellikle hayvansal gıda saklama kaplarında, temizlik ürünü ve kozmetik ürünlerinde bulunan bu kimyasalların insan vücuduna girdikten uzun yıllar sonra bile yok olmadığı belirtiliyor.

Environmental Science and Technology dergisinde yayımlanan makaleye göre Amerikalı kadınlardan alınan 50 numunenin test edildiği ve 50 ppt (trilyon partikül madde) ile 1850 ppt arasında PFAS değerlerine rastlandığı görüldü. Anne sütünde herhangi bir belirlenmiş PFAS limit değeri yok ancak uzmanlar içme suyundaki değerinin 1 ppt olması gerektiğini savunuyor. ABD Sağlık Departmanı'nın, çocukların içme suyunda belirlediği değer ise 14 ppt. Bu değerlerin, sağlık uzmanlarının standart kabul ettiği değerlerden neredeyse 2 bin kat yüksek olması ise endişelere sebep oldu.

PFAS'ların erişkin döneminde hormonal bozukluklara sebep olduğunu ve bağışıklık sistemine zarar verdiğini belirten uzmanlar, kirlilik seviyesinin sosyoekonomik duruma göre değiştiğinin de altını çiziyor.



### Van'daki Akgöl, İklim Krizi Sebebiyle Kurudu

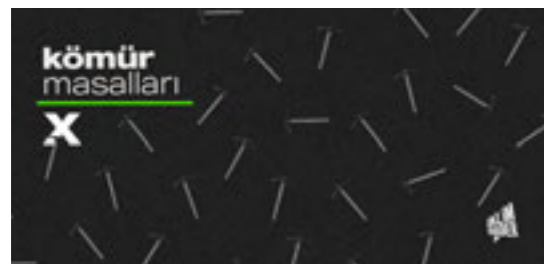
Van'ın Özalp ilçesine bağlı Bağrıaçık Mahallesi sınırında bulunan ve kentin en büyük göllerinden biri olan Akgöl, küresel ısınma ve artan kuraklık karşısında yok oldu. Serbest gazeteci Şenol Bali'nin [haberine](#) göre, önceki yıllarda çekilmeye başlayan göl, bu yıl yağışların yetersiz olması, kar sularının az olması ve yüksek sıcaklıklar karşısında tamamıyla kuruyarak bir çöle dönüştü. Tuz oranının yüksek olması nedeniyle kuruduktan sonra zemini tamamen beyaza bürünen göl, 3-10 metre derinliğinde ve 407 dekarlık bir alana yayılıyordu. Göçmen kuşların rotasında da yer alan göl, geniş bir canlı ekosistemini içinde barındırmakla beraber flamingo, turna gibi kuşlara da ev sahipliği yapıyordu. Diğer taraftan Çevre ve Şehircilik Bakanlığı geçtiğimiz yıl gölün doğal sit alanı olarak tescillenmesi yönünde bir çalışma başlatmış ve çalışma kapsamında göl, "Doğal Sit-Sürdürülebilir Koruma ve Kontrollü Kullanım Alanı" olarak tescillenmişti. Çevre sakinlerinden Yusuf Atilla herkesin doğaya karşı daha hassas olması gerektiğini belirtirken Van Çev-Der Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kalçık ise oluşan manzarayı iklim krizine, su politikalarının yanlış uygulanmasına, su kaynaklarının bilinçsiz kullanılmasına ve HES projelerin yarattığı tahribata bağlıyor.

### Küresel Sıcaklıklar için Dönüm Noktası: 2025

Dünya Meteoroloji Örgütü'nün (WMO) yayınladığı [rapora](#) göre, 2025 yılına kadar küresel sıcaklıkların 1,5 derece sınırını geçmesi %40 oranında muhtemel. Ancak Paris Anlaşması'na göre küresel sıcaklıkların 1,5 derecenin üstüne çıkmaması gerekiyor. Rapor için aralarında İngiltere meteoroloji birimi Met Office'in de bulunduğu, ABD ve Çin gibi 10 ülkeden bilim insanlarının modellemeleri temel alındı. Bu modellemelere göre ise 2021-2025 yıllarının, bu zamana kadar kayıtlara geçmiş en sıcak yıllar olmasının %90 oranında gerçekleşeceği belirtiliyor. WMO Genel Sekreteri Prof. Petteri Taalas, bunun istatistiklerden daha fazlası olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Yükselen sıcaklıklar daha fazla eriyen buzul, daha yüksek deniz seviyesi, daha sık sıcak hava dalgaları ve aşırı hava olayları demek ve tüm bunlar, gıda güvenliği, sağlığı, çevreyi ve sürdürülebilir kalkınmayı tehlikeye sokuyor."

### "Kömür Masalları" Yayında

"[Kömür Masalları](#)" çalışmasıyla Türkiye'de kömür hakkında üretilen argümanların temelini mercek altına alan İklim Haber, bu savları beş başlık altında topluyor. İklim Haber'in çalışmasına göre kömür ne temiz, ne ucuz, ne de gerçekten yerli ve milli. Çalışma, kömürün iklim değişikliğine sebep olan karbon emisyonlarını tutmayı vadeden ve yaklaşık 30 yıldır konuşulan teknolojileri kullanan tek bir santral bile bulunmadığını altını çiziyor. Öte yandan çalışmada, 520 MW'lık ortalama bir kömürlü termik santralin soğutma sisteminin bir günde 1,1 milyar litre suya ihtiyaç duyduğu ortaya konuluyor. Kömür Masalları, Türkiye'nin her yıl daha fazla kömür ithal ettiğinin altını çiziyor. Neredeyse her yıl yeni bir ithal kömür santral projesinin hayata geçtiğini belirten çalışma, 2006'da sadece 2 GW olan ithal kömürlü santrallerin 14 yılda 4,5 kat artarken, aynı süreçte yerli kömür santrallerinin ise sadece 8 GW'tan 10 GW'a çıktığını ortaya koydu. Rapor aynı zamanda santrallerin ve madenlerin olduğu ilçelere kömürün kalkınma ve ekonomik refah getirmediğini, kanusal raporlara atıfta bulunarak kamthıyor.



### İlk IPCC ve IPBES Ortak Raporu Yayınlandı

Biyolojik Çeşitlilik ve Ekosistem Hizmetleri Bilim-Politika Platformu (IPBES) ve Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) ortak sponsorluğunda biyolojik çeşitlilik ve [iklim değişikliği çalıştay raporu](#) yayımlandı. İlk defa gerçekleşen bu işbirliği, liderleri iklim değişikliği ve biyolojik çeşitlilik kaybıyla birlikte mücadele etmeye çağırıyor. Dünyanın önde gelen 50 biyolojik çeşitlilik ve iklim uzmanı tarafından yayımlanan raporda, birçok veri paylaşıldı. Tüm karaların %77'sinin ve okyanus alanlarının %87'sinin insan faaliyetlerinin doğrudan etkileriyle değişime uğradığı, iklim güvenli ortam için karaların %50'sinin, okyanuslarının %30'unun koruma altında olması gerektiği ve gıda sisteminin insan kaynaklı küresel seragazı salımının %21 ile %37'sinden sorumlu olduğu bilgileri ortaya kondu.

Raporun çözüm önerileri ise şöyle:

- Karada ve okyanuslarda karbon ve tür açısından zengin ekosistemlerin kaybı ve bozulması durdurulmalı ve restore edilmeli,
- Sürdürülebilir tarım ve ormancılık uygulamaları artırılmalı,
- Biyolojik çeşitliliğe zararlı yerel ve ulusal faaliyetleri destekleyen sübvansiyonlar ortadan kaldırılmalı,
- İklimle uyum ve inovasyonla yürütülen ve desteklenen güçlü koruma eylemleri geliştirilmeli,
- Koruma programlarının ve politikalarının çok işlevli olması sağlanmalı; yalnızca doğanın birkaç unsuruna odaklanmak yerine kara, tatlı su ve okyanus alanları ele alınmalı. Bu girişimler aynı zamanda yerel topluluklara fayda sağlamalı,



### IEA'dan 400 Maddelik Yol Haritası

Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) tarafından hazırlanan "[2050'de Sıfır Emisyon: Küresel Enerji Sektörü için Yol Haritası](#)" adlı raporda küresel ölçekte 2050 yılında sıfır emisyon hedefine ulaşılabilmesi için fosil yakıt yatırımlarının bir an önce durdurulması çağrısında bulunulurken, 2030'a kadar güneş ve rüzgarda devreye alınacak kapasitenin 2020'nin dört katı seviyesinde olması gerektiği belirtildi. IEA'nın küresel enerji sektörüne sunduğu 400 maddelik yol haritasına göre, 2030'a kadar güneş enerjisinde yıllık 630GW, rüzgarda ise 390GW kapasitenin devreye alınması gerekiyor. Buna göre elektriğin %90'ının yenilenebilir kaynaklardan sağlanması, güneş enerjisinin toplam enerji tedarikinde en büyük kaynak haline gelmesi öngörülüyor. Küresel enerji toplam yatırımların ise 2030'a kadar yaklaşık 5 trilyon dolara çıkması gerekiyor. Bu yatırımın küresel ekonomik büyümeye katkısının yıllık %0,4 olacağı hesaplanıyor. Diğer yandan 2050'de kömür talebi bugünkü seviyesine göre %90 azalırken, petrol talebinde %75 ve gaz talebinde ise %55 düşüş bekleniyor.

### Türkiye'ye Plastik Atık İthalatı Yasaklandı

Çevre ve Şehircilik Bakanı Murat Kurum, polimer grubundaki plastik ambalaj türü atıkların ithal edilemeyeceğini duyurdu. Greenpeace'in yayımladığı haberde, Türkiye'ye Birleşik Krallık'tan ve Avrupa Birliği'nden gelen plastik atıkların Adana'da yakıldığı veya denize döküldüğü öne sürülmüştü. Bununla ilgili olarak Kurum, 152 tesiste denetim yapıldığını, 29 işletmenin faaliyetini durdurduklarını ve 32 işletmeye 8 milyon TL ceza verdiklerini kaydetti. Bakan Kurum, "Resmi Gazete'de yayımlanan 'Çevrenin Korunması Yönünden Kontrol Altında Tutulan Atıkların İthalat Denetimi Tebliği' ile bakanlık olarak hazırladığımız geridönüşüm tesislerine yeni kriterler getiren genelgemizi 81 il valiliğine gönderdik. Bu genelge kapsamında artık plastik atık ithalatında en büyük paya sahip olan ve günlük hayatta sıklıkla kullanılan etilen polimer grubundaki plastik ambalaj türü atıklar ithal edilemeyecek. Bu atıkların gümrükte yapılan denetim ve kontrollerimizle takiplerini anbean yapacağız" dedi. Almanya'dan gelen ve geridönüşümsüz olduğu ortaya çıkan 400 konteyner atıkla ilgili olarak ise Ticaret Bakanlığı ile beraber atıkların geri iadesinin takip edildiğini belirtti.

### G7 Ülkeleri, Kömür Desteğini Bırakma Kararı Aldı

Dünyanın en zengin yedi ülkesi, kömürle ilgili olan deniz aşırı yatırımlarına son vermeye karar verdiklerini duyurdu. G7 ülkeleri çevre ve enerji bakanları, iki günlük toplantının ardından Paris Anlaşması'nın 1,5 derecelik hedefine ulaşabilmek için 2030 yılına kadar enerji sektörlerini tamamen karbonsuzlaştırma kararı alarak kömürden kademeli çıkış taahhüdü verdiklerini duyurdu. İngiltere, ABD, Japonya, Kanada, Almanya, Fransa ve İtalya, 2021 sonuna kadar deniz aşırı kömür projelerine verilen devlet desteğini sona erdirecek. Bunun içinde Resmi Kalkınma Yardımı, ihracat finansmanı, yatırım ve mali ve ticareti teşvik desteği de dahil olmak üzere tüm işlemlerin durdurulması yer alıyor.

## Shell, Mahkum Oldu

Hollandalı Shell'in merkezi olan Lahey'de süren davada, mahkeme Shell Grubu'na karbondioksit salımlarını azaltma talimatı verdi. Tarihte ilk defa Paris Anlaşması uyarınca bir şirkete, mahkeme tarafından salımlarını azaltma talimatı veriliyor. Dünyanın en büyük 10 petrol ve gaz şirketinden biri olan Shell'in tedarikçileri ve kullanıcıları da dahil olmak üzere karbon emisyonlarını 2030 yılına kadar 2019 seviyelerine göre %45 oranında azaltması gerekiyor. Shell aleyhindeki dava, Friends of the Earth Hollanda'nın (Milieudefensie) temsil ettiği 17 bin müşterek davacı ve altı kuruluş (Action Aid, Both ENDS, Fossilfree Nederland, Greenpeace Hollanda, Young Friends of the Earth ve Wadden Sea Association) tarafından açıldı.

Dava hakimi kararı verirken, "Shell, tehlikeli iklim değişikliğiyle mücadeleye katkıda bulunmak için üzerine düşeni yapmalı" dedi ve şirketin planlarının yeterince somut olmadığını ve boşluklarla dolu olduğunu ifade etti. İlk defa bir davada kayıp tazmini veya uyum önlemlerine mali talep yerine şirketin davranışını değiştirmeye yönelik karar verildiği belirtiliyor.

## Dünyanın 8,1 Trilyon Dolara İhtiyacı Var

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) yayımladığı raporda, 2050 yılına kadar iklimi, biyolojik çeşitliliği ve arazileri korumak için her yıl 536 milyar dolar gerektiği belirtildi. [Doğa için Finansın Durumu \(State of Finance for Nature\)](#) isimli raporda, doğa tabanlı çözümlere yapılan yatırımların 2030'a kadar üçe katlanması, 2050 yılına kadar ise dörde katlanması gerektiği ifade ediliyor. Baz yıl olarak alınan 2020'de 133 milyar dolar yatırım yapıldığı bildirildi.

Raporun yazarları, hükümetleri, finans kuruluşlarını ve şirketleri bu yatırım boşluğunun üstesinden gelmeleri ve tüm ekonomik karar alıcı organların merkezine doğayı koymaları gerektiği konusunda uyarıyor. Raporda sermaye akışının hızlanarak doğa tabanlı çözümlere aktarılması gerektiğinin altı çizilirken, yapısal reformlar için 2050'ye kadar olan süreçte 4,1 trilyon dolar açığın kapatılması gerektiği belirtiliyor.

Doğaya yatırım, insan, hayvan ve gezegen sağlığını destekleyeceği gibi yaşam kalitesini artıracak ve yeni işler yaratacak. Ancak rapora göre doğa, COVID-19 sonrasında öngörülen ekonomik teşvik harcamalarının yalnızca %2,5'ini oluşturuyor.



## Sürdürülebilir Kalkınmada Gerileme Kaydedildi

2030 Küresel Hedeflerinin ilerlemesini izleyen Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) Endeksi ve Gösterge Tablolarını içeren [Sürdürülebilir Kalkınma Raporu 2021](#) yayımlandı. Birleşmiş Milletler'e (BM) üye 193 ülkenin devlet başkanlarının bu evrensel hedefler üzerinde 2015'teki zirvede anlaşmalarından bu yana ilk kez, yıllık rapor ilerlemenin tersine döndüğünü gösteriyor.

Rapor, Sürdürülebilir Kalkınma Çözümleri Ağı (Sustainable Development Solutions Network – SDSN) Başkanı Prof. Jeffrey Sachs liderliğindeki bir grup yazar tarafından kaleme alındı. Cambridge University Press tarafından yayınlanan raporda, Türkiye, 70,38 puanla sıralamaya giren 165 ülkeden 70. sırada yerini aldı. İlk üçü Finlandiya (85,90), İsveç (85,61) ve Danimarka (84,86) oluşturdu. Sachs, "SKA'larm 2015'te kabul edilmesinden bu yana ilk kez, dünya 2020'de SKA zeminini kaybetti. Pandemi sadece küresel bir sağlık acil durumu değil, aynı zamanda sürdürülebilir bir kalkınma krizi de" dedi.



# GELECEĞİMİZ İÇİN YENİLENEBİLİR GÜÇ

Yenilenebilir enerjinin dünyada yarattığı dönüşümü, Türkiye'nin yeni nesil enerji şirketi olarak ülkemize taşıyoruz. Bu alandaki öncülüğümüzü, kurulu gücümüzün **%87'sini** oluşturan yenilenebilir kaynaklardan enerji üreterek sürdürüyoruz.

Zorlu Enerji olarak Akıllı Hayat 2030 vizyonumuz doğrultusunda gelecek nesillere daha yaşanabilir bir çevre ve toplum bırakmak için çalışıyoruz. Tüm faaliyetlerimizi, çevre ve toplumu koruyan bir enerji üretim dengesini gözeterek hayata geçiriyor, tüm çalışmalarımızda Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını dikkate alıyoruz.

**Enerjimiz sürdürülebilir bir gelecek için...**



## Kanal İstanbul için Prof. Naci Görür'den Uyarı: "Marmara'yı Öldürecek"

Bilim Akademisi Üyesi ve İTÜ Jeoloji Mühendisliği öğretim üyesi Prof. Dr. Naci Görür, temelinin atılacağı açıklanan Kanal İstanbul'un Marmara ve İstanbul için son derece riskli olduğunu belirtti. Kanalı, Marmara'ya açılan bölümünde depremin şiddetini minimum 9 olarak belediklerini söyleyen Görür, kanalla beraber Marmara'yı kurtarma şansının da biteceğini ifade ediyor. Kanalı güzergahının "jeolojik ve geoteknik olarak sorumlu bir zemin" olduğunu belirten Profesör Görür, depremde ortaya çıkan ve yıkıcı olan "S dalgasını" arazide daha fazla kalarak daha yıkıcı hale geleceğini belirtiyor. Sazlıdere Barajı'nın tahrip olacağını, Terkos'un sularının çekilme olasılığının çok yüksek olduğunu ve tatlı su kaynaklarının tuzlu suyla karışacağını belirtiyor. Verimli arazilerin bu sebeple çölleşeceğini sözlerine ekliyor. Kanalı açarken kullanılacak dinamitlerin her birinin 3,8 büyüklüğünde depreme denk düştiğinin akademik araştırmalarla ortaya çıktığını bildiren Görür, Kanal açıldıktan sonra da Avrupa'nın sanayi atığını taşıyan Tuna Nehri'nin direkt olarak Marmara'ya akacağını ifade ediyor. Karadeniz'den Marmara'ya 48 milyon insanın günlük atığına eşdeğer kirli atık akacağını dile getiren Görür, "Marmara'nın mutlak ölümüne sebep olacak" diyor.



## Fosil Yakıtların Payında Azalma Yok

21. Yüzyıl Yenilenebilir Enerji Politikaları Organizasyonunun (REN21) "2021 Yenilenebilir Enerji Küresel Durum Raporu" yayımlandı. Rapora göre, COVID-19 salgını nedeniyle enerji talebinde tarihi düşüş görüldü. Buna rağmen, G20 ülkeleri yenilenebilir enerji hedeflerini tutturamadı. Bu ülkelerden 15'inin temiz enerji hedefi bulunmazken, yalnızca 5'i hedeflerine yaklaştı. Dünyada geçen yıl devreye alınan yeni elektrik kapasitesinin yaklaşık tamamı yenilenebilir enerji olurken bu kapasite bir önceki yıla göre %30 artışla 256 GW seviyesinde gerçekleşti. Fosil yakıtların toplam enerji tüketimindeki payı ise %80 ile 10 yıl önceki seviyesiyle aynı kaldı.

Konuyla ilgili açıklama yapan REN21 Direktörü Rana Adib, "İklim değişikliğiyle mücadele için son 10 yılda verilen vaatlerin boş sözlerden ibaret olduğu acı gerçeğine uyanıyoruz. Fosil yakıtları devreden çıkarmak ve yenilenebilir enerjiyi yeni norm haline getirmek alabileceğimiz en güçlü aksiyon. Hükümetler sadece yenilenebilir kaynaklarını desteklemeli, aynı zamanda fosil yakıt kapasitesini de devreden çıkarmalı. Yenilenebilir enerjinin her ekonomik aktivitede bir performans göstergesi olarak belirlenmesi bu kaynakların hızlanması için iyi bir yol. Bu yüzden, her bakanlık fosil yakıtlardan çıkararak yenilenebilir enerjiye geçiş için kısa ve uzun vadeli planlar belirlemeli" dedi.

# Hassas Bebek Cildi İçin Etkili Koruma

- ✓ Nanopartikül ve oktokrilen içermez.
- ✓ Parfüm içermez.



HiPP Babysanft, bebek kadar narin olmayan her şeyden arınmıştır. Alerji riskleri kararlılıkla minimize edilerek uçucu yağlar, paraben, mineral yağlar ve diğer tüm istenmeyen maddelerden arındırılmıştır. Değerli organik badem yağı içeren HiPP Babysanft ürünleri cilt tarafından iyi tolere edilerek hassas bebek cildinin bakım ve korunmasını sağlar. Tüm HiPP Babysanft ürünleri diğer bütün HiPP Bebek ve Çocuk ürünleri gibi titizlikle üretilmiştir.

Şahsen garanti ederim.

Stefan Hipp

## 2021'de Kurumsal İtibarı Etkileyen İki Faktör: Pandemi ve ESG

**Kurumsal** itibarın başarılı bir şekilde yönetilmesi sadece karar alma süreçlerinin daha sağlıklı hale getirilmesinden ibaret değil. İtibar yönetimi iletişimin çok boyutu olan ve sürekli evrim geçiren bir alan. Son dönemde kurumların itibarlarını etkileyen unsurlardan biri pandemi oldu. Geçen yılın başlarında dünyayı saran ve halen de devam eden COVID-19 pandemisi kurumsal itibarı da etkiledi.

Dünya çapında kurumsal itibar verilerini toplayan ve her yıl buna göre ilk 100 şirketi listeleyen RepTrak'ın "2021 İtibar Sıralaması" pandeminin sonuçlarını ortaya koyuyor.

RepTrak, 2021 yılında ilk 100 şirket arasında girmenin genel olarak çok daha zor olduğunu tespit etti. 100 üzerinden yaklaşık 75 olan ortalama itibar skoru, son 11 yılın en yüksek seviyesine çıktı. Bu durum, söz konusu lider şirketler tarafından güçlü itibar yönetimi programları uygulandığını gösteriyordu.

İnsanları evde daha fazla vakit geçirmeye zorlayan bir pandemi döneminde dayanıklı tüketim ürünleri, giyim, donanım ve yazılım ürünleri, ev eşyaları ve kişisel ürünler satan şirketler sıralamada başı çektiler. Aşların olumlu algıları artırmasıyla birlikte ilaç sektörünün "ortalama" olan İtibar Skoru artarak "güçlü" kategorisine yükseldi. Sanofi S.A., Eli Lilly Company ve Bristol Myers Squibb bu yıl İtibar Skoru en çok artan 10 şirket arasında yer aldı.

Bu yılki listede üst sıraları belirleyen etkenlerden biri de ESG (Çevre, Toplumsal Etki ve Yönetişim) faaliyetleri oldu. Global stratejileri kapsamında ESG girişimleri hayata geçiren ve bu

alanda güçlü bir performans ortaya koyan şirketler üst sıraları aldı.

RepTrak, ESG algısıyla ilgili global ölçekte veri ve içgörü sağlayan tek kuruluş. Çevre konusunda şirketlerin iklim değişikliği, kaynak kullanımı ve karbon ayak izinin azaltılması açısından nasıl algılandıklarını ele alıyor. Toplumsal etki başlığı altında şirketlerin insan hakları konusunda nasıl bir öncü rol üstlendiklerine, yerel topluluklara katılımlarına, çalışan ve müşterilerine yönelik yaklaşımlarına dair algılar inceleniyor. Yönetişim ise liderlik, etik, hissedar ve paydaş hakları gibi konuları kapsıyor. RepTrak CEO'su Kylie Wright-Ford bu konunun önemini şöyle vurguluyor: "ESG ilk kez bu yıl ölçülebilir bir itibar bileşeni olarak kullanılıyor ve bunun 2021 ve sonrası için neden bu kadar önemli olduğunu birinci elden görüyoruz. Kendilerine yüksek standartlar koyan şirketler, 2021 Global RepT-



rak@ 100 listesinde daha üst sıralarda yer aldı. Paydaşlar bugüne kadar olmadığı kadar çok bilgiye erişebiliyorlar ve bu daha bilinçli kararlar verme konusunda ellerini güçlendiriyor. Şirketlerin sadece kaliteli ürün sunmaları yeterli değil, aynı zamanda bunu etik ve dünyaya duyarlı bir şekilde yaptıklarını göstermeleri gerekiyor."

### Kurumsal İtibar Değer Yaratıyor

ESG performansı yükseldikçe, kurumsal itibar da yükseliyor ve yüksek kurumsal itibar günümüzde değer yaratıyor. Şunu söyleyebiliriz: Elle tutulmaz bir şey de olsa itibar her şirketin en önemli varlıklarından biridir ve arttıkça o şirketin değeri de artar. Kurumsal itibarın finansal değerinin hesaplanmasına odaklanan danışmanlık şirketi Reputation Dividend tarafından Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren şirketlere dair hazırlanan [2021 raporu](#) bu değerini hangi boyutlara vardığını net bir şekilde ortaya koyuyor.

Rapora göre, COVID-19 pandemisiyle birlikte gelen ekonomik çöküşün zirve yaptığı 2020'de etkisi son 10 yılın en düşük seviyesine gerileyen itibar varlıkları, yılın son çeyreğinde toparlandılar. Halen FTSE 350 şirketlerinin toplam piyasa değerinin üçte biri olan %33,8'ini sağlıyor ve bu, 823 milyar sterlinlik bir hisse değerine karşılık geliyor.

Kriz süresince birçok şirket, kurumsal itibarının gücünün artışına şahit oldu. Bunun sonucunda hisse fiyatları içerisinde kurumsal itibardan güç alan "güvene" atfedilebilir olan pay veya başka bir deyişle İtibar Katkısı 2021 yılının başı itibarıyla ortalama %8 oranında arttı. Raporda, FTSE 350 endeksinde itibar varlıklarının şirketlerin piyasa değerine katkıda bulunma oranının %56,6'ya kadar yükseldiği vurgulandı. İlk 10'da yer alan şirketlerden her birinin İtibar Katkısı %49'un üzerindeydi.

İlk 10'a yeni giren şirketler arasında en çok dikkat çekenler İtibar Katkısı'nı 11,4 puan artışla %53,9 seviyesine çıkararak 17 sıra birden yükselen AstraZeneca, 1,4 puan artışla %53,2 seviyesine çıkararak 13 sıra birden yükselen Halma ve 13,6 puan artışla %49,9'a çıkararak 24 sıra birden yükselen Berkeley Group Holdings oldu.

### ESG'nin Önemi Artıyor

Kurumsal itibarı etkileyen önemli bir faktör olan ESG şirketlerin itibarında ve değer artışında belirleyici bir rol oynuyor. Aslında bu yeni bir konu değil. Son yıllarda bu üç alandaki performansları yüksek şirketlerin itibarları da yüksek oluyor. Yatırımcıların, tüketicilerin ve diğer paydaşların böyle şirketlere ilgisi büyüyor. Bu da değerlerini artırıyor.

Yatırımların ve faaliyetlerin sorumlu bir zeminde yürütülmesi konusunun ilk güçlü ivmeyi kazanmasını 2005 yılına kadar geri götürebiliriz. O yıl bir grup uluslararası kurumsal yatırımcı ESG'nin yatırımlardaki artan varlığını yansıtabilecek şekilde Sorumlu Yatırım İlkeleri'ni geliştirdi. BM Genel Sekreteri'nin öncülük ettiği bu oluşumla BM Sorumlu Yatırım Prensipleri Girişimi (UN Principles for Responsible Investment, UNPRI) ortaya çıktı.

Sorumlu Yatırım İlkeleri altı maddeden oluşuyor:

1. Yatırım analizlerinde ve karar verme süreçlerinde ESG konuları dikkate alınacak.



Sıra	Şirket	Skor
1	LEGO Group	80,4
2	Walmart	79,6
3	Ferrari	78,8
4	The Home Depot	78,1
5	Wendy's	78,1
6	Costco	77,6
7	Walmart	77,6
8	The Home Depot	77,5
9	Walmart	77,1
10	Walmart	77,0

2. Yatırımcılar ESG konularına aktif olarak sahip çıkacak ve bunları kendi ortaklıklarının politika ve uygulamalarına dahil edecek.
3. Yatırım yapılan kuruluşlardan ESG konuları ile ilgili olarak kamuya yaptıkları açıklamalarda şeffaf olunması talep edilecek.
4. Söz konusu ilkelerin uygulanması teşvik edilecek.
5. İlkeleri uygulamadaki etkinliğin ar-

Kurumsal itibarı etkileyen önemli bir faktör olan ESG şirketlerin itibarında ve değer artışında belirleyici bir rol oynuyor. Aslında bu yeni bir konu değil. Son yıllarda bu üç alandaki performansları yüksek şirketlerin itibarları da yüksek oluyor.

tırılabilmesi için diğer katılımcılarla işbirliği yapılacak.

6. Yatırımcıların, prensipleri uygularken yaptıkları çalışmalar ve kaydettikleri ilerleme raporlanacak.

ESG sürecinin pandemi ile birlikte daha da hızlandığını söyleyebiliriz. Bir virüsün yaşamı felç etmesiyle başlayan bu süreç başta tüketiciler, yatırımcılar, hissedarlar ve çalışanlar olmak üzere paydaşlarda çevresel ve toplumsal sorunlar hakkındaki farkındalığı artırdı. 2020 yılında yatırımcılar, sadece ESG kriterlerine uygun yatırım yapan fonlara 51,1 milyar dolar net yeni kaynak aktardılar. 2019'da bu sayı 21 milyar dolar düzeyindeydi. Yani geçen yıl [iki kattan daha fazla bir artış oldu](#).



Peki nedir bu ESG? Gelin bu konuyu biraz daha açalım. ESG'nin birinci alanı olan Environment (Çevre) bir şirketin faaliyetleri ile çevre üzerindeki etkisine odaklanıyor. Bu alanda iklim değişikliği, seragazi emisyonları, doğal kaynak tüketimi, atıklar ve kirlilik, enerji tüketimi ve hayvan refahı gibi konularda şirketin plan, politika ve faaliyetleri yer alıyor. İkinci alan olan Social (Toplumsal) çalışma koşulları ve çalışanlarla ilişkiler, insan kaynaklarında çeşitlilik ve kapsayıcılık, iş sağlığı ve güvenliği ile topluma yapılan katkı gibi konuları kapsıyor. Üçüncü alan ise Governance (Yönetişim). Bu alan ticaretlendirme politikaları, rüşvet ve yolsuzluk, yönetim kurullarında çeşitlilik ve yapı, şeffaflık ve açıklık ve yönetim kalitesi gibi konuları içeriyor.

#### Türkiye'de ESG

Türkiye'de BIST Kurumsal Yönetim Endeksi hesaplanmasında 2007 yılında başlandı. Gönüllülük esasıyla SPK tarafından yetkilendirilmiş derecelendirme kuruluşları tarafından şirketlerin Kurumsal Yönetim ilkeleri uyumuna ilişkin değerlendirme yapılarak sonrasında şirketlere Kurumsal Yönetim İlkelerine uyum notu veriliyor ve uyum notu belirlenen minimum seviyenin üzerinde olan şirketler bu endekste yer alıyor.

Şirketlerin bu endekste kalmaya devam etmek için söz konusu derecelendirmeyi her yıl yaptırılmaları ve aldıkları güncel notları Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) açıklamaları gerekiyor. Bu doğrultuda her yıl "Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporu" hazırlamak ve KAP'ta yayımlamak zorundalar.

2013 yılında ise Borsa İstanbul liderliğinde "Sürdürülebilirlik Platformu" oluşturuldu. Bu platform ülkemizde sürdürülebilirlik alanında yapılan çalışmaların sonuca dönük ve etkili bir şekilde gerçekleştirilmesi konusunda karşılıklı fikir alışverişinde bulunmayı ve sürdürülebilirlik konusunda atılacak ortak adımların tartışılmasına imkân



2013 yılında kurulan Borsa İstanbul liderliğinde "Sürdürülebilirlik Platformu", sürdürülebilirlik alanında yapılan çalışmalar konusunda karşılıklı fikir alışverişinde bulunmayı ve ortak adımların tartışılması için bir paylaşım ağı yaratmayı amaçlıyor.

sağlayacak bir paylaşım ağı yaratmayı amaçlıyor. Platformda Sermaye Piyasası Kurulu, Borsa İstanbul, Türkiye Bankalar Birliği, Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği, Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği, İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği, UN Global Compact Türkiye, CDP Türkiye, TÜYİD-Yatırımcı İlişkileri Derneği, Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği ve Sürdürülebilirlik Akademisi bir araya geldi. Avrasya Borsaları Federasyonu (FEAS) ise Platforma gözlemci statüsü ile platforma üye.

Türkiye sorumlu yatırım konusunda son yıllarda önemli adımlar attı ve yapılanmaya gitti; yine de bu alanda henüz yeterli seviyeye ulaştığımızı söyleyemeyiz. ESG ilkelerini benimseyen ve uygulamaya koyan büyük şirket ve bankaların sayısının arttığını memnuniyetle görüyoruz. Ancak bu yaklaşımı iş dünyasında yaygınlaştırmak, özellikle de ekonominin omurgasını oluşturan KOBİ'lerde hayata geçmesini sağlamak önümüzde duran bir görev.

Kurumsal itibarın nasıl değer yarattığı ve ESG ilkelerinin kurumsal itibara ve iş performansına ne denli katkı yaptığı daha iyi anlaşıldıkça bu sürecin hızlanacağını düşünüyorum.

#### Kurumsal İletişim Şirketler için Artık Temel bir Fonksiyon

Paydaşlarla ilişkilerin doğru yönetilmesi, marka değerinin ve kurumsal itibarın yükseltilmesi şirkete somut değer olarak yansıyor.

Bu bakımdan hem iletişimcilerin hem de şirketlerin iletişimin geçirdiği evrimin ve bugün herhangi bir işin başarısında oynadığı çok önemli rolün farkında olmaları ve yapabildikleri en iyi performansı ortaya koymaları gerekiyor.

Kurumsal itibar her zaman iletişimin en önemli çalışma alanlarından biri oldu ve öyle de olacak. Bu yüzden iletişimciler olarak günümüzde kurumsal itibarı oluşturan ve yükselten unsurları iyi bilmek ve onların gelişimini yakından takip etmek zorundayız. ○



## HiPP Babysanft'tan YENİ Güneş Koruyucu Dudak Nemlendiricisi

- PEG, Paraben içermez.
- Nanopartikül içermez.
- Parfüm içermez.

\*1 yaş ve üzeri kullanıma uygundur.

NEU

HiPP

GÜNEŞ KORUYUCU DUDAK NEMLENDİRİCİSİ

ULTRA-SENSITIV PARFUMFREI

Baby SANFT

50+ SPF

UVA + UVB - Schutz

Schutz sofort & pflegt zarte Lippen

NEU

HiPP

GÜNEŞ KORUYUCU DUDAK NEMLENDİRİCİSİ

ULTRA-SENSITIV PARFUMFREI

Baby SANFT

50+ SPF

UVA + UVB - Schutz

Schutz sofort & pflegt zarte Lippen

HiPP Babysanft, bebek kadar narin olmayan her şeyden arınmıştır. Alerji riskleri kararlılıkla minimize edilerek uçucu yağlar, paraben, mineral yağlar ve diğer tüm istenmeyen maddelerden arındırılmıştır. Değerli organik badem yağı içeren HiPP Babysanft ürünleri cilt tarafından iyi tolere edilerek hassas bebek cildinin bakım ve korunmasını sağlar. Tüm HiPP Babysanft ürünleri diğer bütün HiPP Bebek ve Çocuk ürünleri gibi titizlikle üretilmiştir.

Şahsen garanti ederim.

Stefan Hipp

# “Ortak Sorunlar Toplulukların Ortak Hareketleriyle Onarılabilir”

**Müşterek, sürdürülebilir ve eşitlikçi bir gıda ekosisteminin mümkün olup olmadığını araştıran ve gıdanın tohumdan sofraya olan yolculuğundaki üretim-tüketim döngüsüne dair her şeyi mercek altına almayı hedefleyen bir hareket/örgütlenme düşüyle yola çıkan Aylak Mutfak, projelerini EKOIQ'ya anlattı**

 BuLut BAGATIR



Öncelikle “Aylak Mutfak” ismiyle başlayalım. Bu isim nereden geliyor ve hareket mutfakçı nasıl tanımlıyor? Hareketi ortaya çıkaran ana soru ne ve ne amaçlanıyor?

Aylak Mutfak'ı bir hareket başlatmaya yönelik oluşturduk. Farklı kentlerdeki aktörlere, kentlere dair belirledikleri problemler ile ilgili bir hareket başlatmaları için Actors of Urban Change (ACT) programı kapsamında fon desteği veriliyor. Projenin ilk aşamasında pazaryerleri arasında gezinen, gıdadan plastiğe her tür atığa dikkat çeken ve o atıkları dönüştürerek beraber üretmeye alan açan mobil bir mutfak yaratmayı kurgulamıştık. Bu fikir, başta pandemi olmak üzere birçok sebepten dolayı değişime uğradı. Bu değişimde “hareket, gıda ve topluluk” fikirlerini tutmaya ve bunlar üzerine çalışmaya karar verdik.

Güntümüzde her şeyin hızlı olduğu bir tempo da yaşıyoruz; sürekli bir şeylerin telaşı ve bir işe yarama çabası içindeyiz. Genelde negatif bir algısı olan “aylak” olma halinin bizi yavaşlamaya, durmaya ve merakla derinleşmeye davet ettiği düşüncesi ile bu ismi sahiplendik. Aynı zamanda bu “aylak”lık, kent üzerine düşünen ve onu gözlemleyen, kentten beslenen bir gezgin olma halinin de bir ifadesi.

Aylak Mutfak olarak İzmir'deki mutfak kültürü ve gıda sistemi üzerine çalışıyoruz. Bu bağlamda gıda güvenliği, gıdaya erişim, iklim krizi gibi kavramların etkilediği tarlada başlayıp soframızda son bulan bir süreçle ilgileniyoruz.

Ekibe baktığımız zaman farklı disiplinlerden gelen isimler görüyoruz. Böyle bir yapı harekete nasıl bir katkı sağlıyor?

Çekirdek ekip olarak kamu, STK ve özel sektör ayağını temsil eden üç kişi olarak başladık. Tabii ki süreç içinde bizimle benzer hayaller kuran, beraber ilerlemek (ya da durmak) isteyeceğini düşündüğümüz ve pek çok marifeti olan dostlar da bize katıldı. Gıda konusu, kentle ilişkili, sosyal ve çok boyutlu bir konu olduğundan, ekibimizin farklı disiplinlerden

geliyor olması bu konuya yaklaşımda bize geniş bir perspektif sağlıyor. Amacımızın bu konuda bir derdi olan insanlar olarak yapabileceğimiz kadarını yapmak olduğunu söyleyebiliriz. Aylak Mutfak'ın aslında sürecin kendisinden öğrendiğimiz bir alan olması niyetiyle başlattığımız bir oluşum.

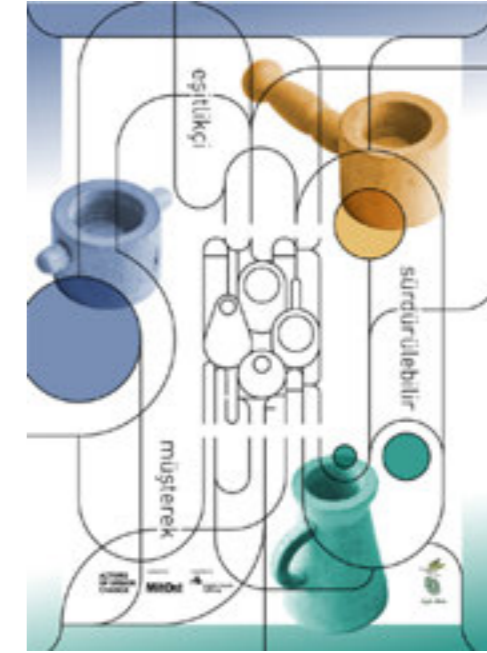
İklim krizinin şiddetini gösterdiği en önemli alanlardan biri de tarım. Gıda eşitsizliğinin daha da körüklenmesi karşısında Aylak Mutfak'ın kolektif olarak mücadele önerileri neler?

Gıdanın tüm canlıların temel ihtiyacı olması bakımından aslında çok boyutlu bir konu olduğunu düşünüyoruz. Bugün yaşadığımız sokaktan tüm dünya ölçeğine kadar politik, sosyal, çevresel, ekonomik birçok sorunu ilişkisi var.

Bu ortak sorunlar ancak birden fazla kurum, kişi, topluluğun ortak hareketiyle onarılabilir. Biz, “müşterek, sürdürülebilir ve eşitlikçi bir gıda ekosisteminin mümkün olup olmadığını araştıran” ve gıdanın tohumdan sofraya olan yolculuğundaki üretim-tüketim döngüsüne dair her şeyi mercek altına almayı hedefleyen bir hareket/örgütlenme düşüyoruz. Bu temelde, Aylak Mutfak'ın amacı önce sorunları ortaya koymak ve farkındalık yaratmak. Daha sonra ise çözüm yolunda hangi ortaklıklar gerçekleştirilebilir üzerine düşünmek. Topluluklardan kurumlara, STK'lardan özel sektöre ve bireylere kadar herkesin yapabilecekleri var ama kahçı bir kazanım elde etmek istiyorsak davranış değişikliği göstermemiz gerekiyor. Bu anlamda, biz Aylak Mutfak olarak henüz bu çok boyutlu resmi görmenin nasıl mümkün olabileceğine odaklandığımız bir dönemdeyiz. Aslında, ne yaparsak yapalım hepsi bir mücadele örneği, bu süreçte birbirimizi görmemiz, gözetmemiz ve zaman zaman cesaretlendirmemiz gerek. Sofra ise tüm bu keşif ve paylaşım süreci için biricik alan.

Yerel bir hareket olarak “Aylak Mutfak” İzmir özeli için neler söyler? Nasıl sorunlar gözlemlediniz?

Açıkçası biz bir şeyleri “sorun” olarak tespit edecek uzmanlıkta olduğumuzu söyleyemeyiz. İzmir'e dair gıda özelinde başladığımız keşif sürecinde bize heyecan veren birçok bilgi edindik. Öncelikle, Gezi olaylarından



“İzmir’de çok iyi işlemeye başlamış bir gıda topluluğu sistemi olduğundan bahsetmek mümkün. Bu topluluklar pek çok insanın özverili çabaları ile hiç de kolay olmayan şekilde sürdürülüyorsa da topluluk destekli tarımın artık bu coğrafyada mümkün olması bizi mutlu ediyor”

beri çevre özelinde örgütlenmenin artmış olduğunu gözlemledik. Gıda özelinde ise, İzmir ve çevresinde yer alan gıda topluluklarına, STK'lara, organik pazarlara, üretici pazarlarına, semt pazarlarına, sebze ve meyve haline ve kooperatiflere ulaşmaya çalıştık. Başlangıç için bir perspektif ve nasıl yol alabileceğimize dair bir tarif oluşturması adına çeşitli sorular sorduk. Bunlara paralel olarak, pandeminin elverdiğince kendi ziyaretlerimizde de çeşitli gözlemlerde bulunduk.

Bu bağlamda, İzmir’de çok iyi işlemeye başlamış bir gıda topluluğu sistemi olduğundan bahsetmek mümkün. Bu topluluklar pek çok insanın özverili çabaları ile hiç de kolay olmayan şekilde sürdürülüyorsa da topluluk destekli tarımın artık bu coğrafyada mümkün olması bizi mutlu ediyor. Diğer yandan, üretim süreçlerindeki maliyetin satışlara yansması, bu ürünlerin ancak bir kesim tarafından tüketilmesini mümkün kılıyor. Gıda topluluklarının da bu noktada, sağlıklı gıdanın herkes için erişilebilir olması konusunda çaba gösterdiğini, eşitsizlikler konusunda çalışmalar başlattığını görmek de mutluluk verici. Gıdaya yönelik çalışmalar yapan ve organik pazar sürecini yürüten ETO Derneği’nin varlığı da oldukça kıymetli. İzmir’de yerel yönetimin her alanda olduğu gibi tarım alanında da oldukça fazla desteği mevcut. Özellikle son birkaç yıl-



Fotoğraf: Serenay Oğuz

"Gıda özelinde en çok şaşırdığımız konu semt pazarı ve hallerdeki durumdu. Birçok kişi bizimle konuşmak istemese de, görüştüğümüz sayılı kişiden aldığımız bilgiye göre hal ve pazarlarda üretimden lojistiğine, satışından sunumuna kadar pek çok rahatsız edici ayrıntı gözlemledik. Yakın dönemde ise büyük market zincirleri ve manavlarla da görüşmek gibi düşüncelerimiz var. Ayrıca, geçtiğimiz bir buçuk yıllık süreçte semt pazarlarında 'çürüğe çıkan' sebze meyveleri toplayanların sayısında artış gözlemliyoruz"

dır kentin farklı bölgelerinde üretici pazarları kuruluyor. Bu pazarlarda genellikle tarımsal kalkınma kooperatif üreticilerinin ürünleri yer alıyor. Fiyat anlamında nispeten daha erişilebilir olmasına rağmen üreticiler arasındaki örgütlülüğün ve ekolojik bilincin eksikliğine de şahit olduğumuz durumlarla karşılaştık. Gıda özelinde en çok şaşırdığımız konu semt pazarı ve hallerdeki durumdu. Birçok kişi bizimle konuşmak istemese de, görüştüğümüz sayılı kişiden aldığımız bilgiye göre hal ve pazarlarda üretimden lojistiğine, satışından sunumuna kadar pek çok rahatsız edici ayrıntı gözlemledik. Yakın dönemde ise büyük market zincirleri ve manavlarla da görüşmek gibi düşüncelerimiz var. Ayrıca, geçtiğimiz bir buçuk yıllık süreçte semt pazarlarında "çürüğe çıkan" sebze meyveleri toplayanların sayısında artış gözlemliyoruz.

Aylak Mutfak aynı zamanda bir sözlük oluşturuyor. Bu girişimden bahsedebilir misiniz? Buna benzer nasıl planlamalar ve etkinlikler yapıyorsunuz/yapacaksınız? Projeye başladığımızda kafamızda çeşitli dertler ve bu dertlere dair fikirler vardı. Aylak Mutfak kapsamında ele almak istediğimiz konu ve kavramlardan tekrar tekrar bahsettiğimiz döngüsel denebilecek dönemler yaşadık. Bir gün fark ettik ki, dilimizdeki kelimeler aynı olsa da, anlatma yöntemlerimiz ve anlatmak istediklerimiz farklılıklar barındırıyor. Doğal olarak, bu durumun bizi zaman zaman birbirimizi anlamadığımız çözümsüz alanlara getirdiğini ve ilerlememize engel olduğunu fark ettik. Bu noktada proje kapsamında sıkça kullandığımız sözcüklerin ve kavram-

ların bize ne ifade ettiği üzerine bir çalışma yürütmek için Aylak Sözlük çalışma grubunu oluşturduk. Aylak Mutfak olarak hangi tanımları hangi anlamlar üzerinden ele aldığımızı belirleyecek, ortak bir dil oluşturmayı amaçladığımız bu süreçte her hafta toplanarak bir sözcük özelinde katılımcı bir tanımlama çalışması yapıyoruz. Bireysel çağrışım haritalarıyla başlayıp kişisel tanımlarımızı çıkardıktan sonra tanımlar üzerine tartışıp onları ortak bir cümlede buluşturmaya çalışıyoruz. Ekipteki herkesin katkısı ve kabullüyle şekillenen nihai tanımlarımızı ise sosyal medya üzerinden paylaşıyoruz.

Alt gruplarda yürüttüğümüz çalışmalardan bir diğeri ise İzmir ölçeğinde gıdanın karbon ayakzini de içeren tematik bir haritalama üzerine. Bu çalışmada dinamik bir harita üzerinden kent kimliğinde yer edinmiş ortak alanları, yani mekansal müştereklerimizi İzmir'in gastronomi mirası ile birleştirerek bir web arayüzünde bir araya getiriyoruz. Bu çalışma kent, gıda ve müşterekler olmak üzere üç anahtar kelime ekseninde yürütülüyor. Çalışmada müşterek mekan ve gıda arasındaki ilişkileri göstererek ve göstererek kentimizdeki "gıda hareketine" projede mekansal, tarihsel, çevresel bir ortaklaşma boyutunu eklemeyi amaçlıyoruz. Sizi, bir nevi zaman içerisinde bir yolculuğa davet ediyoruz. İzmir'deki potansiyel müşterek mekanlar üzerine hep birlikte yeni hayaller kurmak ve bu süreçte katılımcı bir çerçeve belirleyebilmek için çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Öte yandan topluluk oluşturma vizyonumuz çerçevesinde bir araya gelip birbirimizin hikayelerinden ilham alabileceğimiz bir alan açmak üzere deneyim buluşmalarını başlattık. Her buluşmada, bu coğrafyada yetişen bir "besin"i, ona gönül vermiş kadınların hikayeleri üzerinden dinliyoruz. Bunun yanında gıdanın farklı boyutlarını ele almayı planladığımız bir ses kaydı serisi yayımlamaya hazırlanıyoruz. Ayrıca projenin başlangıcında, yukarıda bahsettiğimiz gıda aktörlerine yönelik yaptığımız araştırmayı, yetiştirilen ürünler üzerinde gıda analiz çalışmaları yaparak sürdürmek istiyoruz. Son olarak önümüzdeki dönemde bugüne kadar ilişki kurduğumuz kişi ve kurumları bir araya getirmeyi hayal ettiğimiz, savunuculuk odaklı bir etkinlik gerçekleştirmeyi planlıyoruz. ○

## İyi Uygulama Örnekleriyle "Gerçek" ve "Görünür" Su Tasarrufu

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) yayımladığı yeni rapor tam bir rehber niteliğinde. Raporla karar alıcılara vaka çalışmalarıyla kanıtlanmış "gerçek" su tasarrufu müdahalelerinin nasıl olması gerektiği gösteriliyor. Özellikle su tasarrufu konusunda ortak dile dikkat çeken rapor, su tasarrufunu "görünür" ve "gerçek" olarak ikiye ayırıyor ve karar alıcıları acilen harekete geçmeye çağırıyor.

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), gerçek su tasarrufunun tarımda nasıl uygulanacağına dair açık ve pratik yönlendirmeler içeren yeni bir su raporu yayımladı. "[Tarım ürünlerinde su verimliliği müdahaleleriyle gerçek su tasarrufu için rehber](#)" isimli raporda özellikle tarım ürünü yetiştirmede kullanılan su tasarrufu iki şekilde tanımlanıyor: Görünür ve gerçek.

Görünür su tasarrufunun, yalnızca suyun tüketim seviyesinin azaltılmasının takip edilmesi olduğu belirtilen raporda, suyun kaynaktan çıkışından ömrünün sonuna kadar olan süreci hesaba katmadığı için gerçek su tasarrufunun ortaya çıkamayacağı ifade ediliyor.

Gerçek su tasarrufu ölçümünün, su tüketiminde veya kurtarılmayan kayıp kaçak oranlarındaki azalmaları da takip ettiği, bu sebeple tarımda su tasarrufu denildiğinde asıl olarak bu değer göz önüne alınması gerektiği dile getiriliyor.

Bu kılavuz belge ile bu ayrıntı dikkat çekilerek tarla ve havza ölçeğinde su tasarrufu paradoksuna son verilmesi amaçlanıyor. Bu raporda sunulan kavramlar ve yönergeler izlenerek, karar vericilerin "gerçek" ve "görünür" su tasarrufu konusunda ortaklaşabileceği, bu şekilde gerçek su tasarrufu sağlama konusunda sürdürülebilir müdahalelerde bulunabileceği, böylece dirençli bir su yönetiminin temin edilebileceği belirtiliyor.

### Su Nasıl Kayboluyor?

Rapor, gerçek su tasarrufunun saptanmasının bağlama göre değiştiğini de ortaya konuyor. Arazideki farklılıklar sebebiyle müdahalelerin değişkenlik gösterebileceği ifade edilen raporda aynı zamanda, genel olarak sulama sırasında suyun büyük oranda boşa aktıldığı da altı çiziliyor. Verimliliğin neredeyse %20-50 oranında kaldığı, kaynaktan gelen suyun %50-80'nin bir şekilde kaybolduğu dile getiriliyor. Bu sebeple gerçek su tasarrufu hesaplamasının, ancak kaybolan bu suyun göz önüne alınması halinde bulunabileceği,



kaynaktan çıkan suyun kullanımını azaltmanın görünür su kaybından başka bir sonuca ulaştırmayacağı ortaya konuyor. Birçok öneri sunulan raporda, aynı zamanda FAO'nun çalışma yürüttüğü çiftliklerdeki vaka çalışmaları da incelenerek gerçek su tasarrufu verilerine ulaşmak mümkün. En verimli beş müdahaleyle beraber en verimsiz beş müdahaleye de raporda yer veriliyor.

Son olarak raporda pratik bilgilere de yer verilmiş. Özellikle çiftçilerin, listelenen müdahalelerle su tasarrufu sağlayabilecekleri ancak çiftçilerin cebinden çıkan paraya daha çok dikkat ettiği, bu sebeple çiftçilerin bu uygulamalarla masraflarının azalacağına ikna edilmesi gerektiği belirtiliyor. İklim kriziyle beraber azalan su varlıklarının da böylece korunabileceğinin altı çiziliyor.

Özellikle bu süreçte karar alıcıların, çiftlik boyutundaki bu müdahalelerin havza ölçeğinde de uygulanması için adım atmasının önemi vurgulanıyor. Tüm paydaşlarla beraber hareket edilmesi ve sürdürülebilir su verimliliği müdahalelerinin teşvik edilmesinin, su varlıklarının devamlılığı konusunda iki gerekli unsur olduğu ifade ediliyor.



# İklim Risklerinin Belirlenmesi Üzerine Yeni Bir Metodoloji

**İnsanlık, üretim kapasitesinin ihtiyaçlarının ötesine uzanmasından dolayı doğal sınırlarının oldukça üstüne çıktı ve iklim krizinin getirdiği risklere karşı daha kırılgan hale geldi. Dolayısıyla iklim risklerini belirlemek ve bunlara yönelik planlama yapmak, gezegenin, hayatın ve işin geleceği için iklim krizine uyum sağlamanın temel taşlarını oluşturuyor.**

**Gezeganimizin** sınırlarına çok yakın olmamız her geçen gün karşımıza yeni bir risk çıkartıyor. Bu risklerin önemli bir kısmı iklim krizi kökenli de olsa doğanın ürettiği sorunlar artık günlük yaşantımızı da etkiler hale geldi. Bundan iki sene önce COVID-19 diye bir hastalık bilmezken son iki senemizin önemli kısmını bu pandemiye ayırdık. Bir sene önce müsilaj kelimesinin ne olduğunu bilen az kişi varken bugün günlük yaşantımızda bolca kullanmaya başladık. Gelecek sene bu zamanlar kim bilir hangi yeni kelimeyi öğrenmek zorunda kalacağız. Bunların arkasındaki başlıca sebep bizim doğanın düzenini bozma yolunda gittikçe geniş alanlara yayılmamızdır. Bizler insanlığın olası doğal sınırlarının oldukça üzerine çıktığımız anda sorunlar yaşamaya başlıyoruz. Bu probleme sistemin taşıma kapasitesinin aşılması olarak da bakmak mümkün. Mesela İstanbul trafiği zaten sıkışık bir akışkanlık içindeyken gerçekleşen bir trafik kazası ya da yağın yağmur, uzun süre çözülemeyen bir trafik karmaşasına neden olabiliyor. Buna benzer şekilde biz de doğanın sınırlarına bu denli yakın yaşamayacak olsak, doğadaki olası küçük değişiklikler insan yapılarında büyük arızalara neden olmayabilir. Bu sınırlara oldukça yaklaşmış olmamızı

zın bir nedeni insan nüfusundaki önlenemez artış olsa da bir diğer neden de üretim kapasitemizin ihtiyaçlarımızın ötesine uzanmasıdır. Özellikle iş dünyası açısından bakıldığında son senelerde stok tutmak önemli bir maliyet haline gelmiştir. Stok tutmak yerine amında ve gereğinde üretimi seçen iş dünyası böylelikle kendisini çevre ve iklim risklerine karşı da zarar görebilir bir duruma taşımıştır. Çevre ve küreselleşmeden kaynaklanan COVID-19 gibi problemlerin üretim sistemleri üzerinde yarattığı riskleri öngörebilmek kolay değildir. Bu bağlamda yarı iletken ve işlemci alanında yaşanan sıkışıklık şu anda çoğu sektörde iş akışını ciddi oranda etkiliyor. Dünyanın bir ucunda oluşan böylesi bir sıkışıklığın sizin iş akışınızda yaratacağı sorunları öngörebilmek kolay olmasa da kendi işleriniz açısından oluşabilecek riskleri öngörebilmek ve buna göre planlama yapmak iş dünyasının birincil sorumluluğu haline geliyor. Bugün iş dünyasındaki el değiştirmelerde ve verilen kredilerde varlıkların iklim riskleri de göz önüne alınmaya başlanmıştır. Ancak finansal riskleri derecelendirmekte uzman olan iş dünyası iklim risklerinin sayısallaştırılabilmesinde aynı uzmanlığa sahip değil. Bunun da ötesinde belirlenen risklerin yapılmakta



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

olan işin esası ile ne derece ilişkili olduğu da ayrı bir karar verme noktası oluşturuyor. Gene de her gün artan iklim risklerine karşı duyarlılığı belirlemek her kuruluşun önceliği olmak zorunda. Ayrıca riskleri belirlemeye yönelik bu çaba eldeki üretim sisteminin ötesinde tüm tedarik zincirini de dikkate almalı.

## İklim Riskleri Nelerdir?

Gerek iş dünyası gerekse de kamusal alandaki toplumu ilgilendiren riskleri belirlemek de, kıyaslamak da kolay değildir. Bunun nedenlerini günlük yaşantımızda sıklıkla görüyoruz. Mesela 2009 senesinde Ayamama Deresi'nde yaşadığımız sel felaketi bir gece boyunca yağın aşırı yağışın bir sonucudur. 2017 Temmuz ayında İstanbul'da gördüğümüz aşırı yağış ve dolu olayı her ne kadar 17 dakika sürmüş olsa da 1 milyar TL üzerinde sigorta hasarına yol açtı. Dolayısıyla, İstanbul ilinin son 10 yıllık, aylık yağış ortalamalarına bakarak buradaki riski hesaplayabilmek mümkün değildir. Elimizde aylık değil günlük istatistikler bile bulunsun iklim değişikliği tüm bu istatistikleri değiştirmektedir. Ayrıca 2017'de olduğu gibi, 17 dakikada meydana gelen bir yağış günlük yağış miktarı olarak almak ile 17 dakikada yağın yağış olarak almak arasında ciddi bir fark vardır.

## İklim Riskleri Acil Olarak Belirlenmeli

Bunlardan dolayı iklim risklerinin belirlenmesi acil bir sorun olarak karşımıza çıkıyor. Günümüzde diğer pek çok alanda olduğu gibi bu alanda da riskleri belirleyebilmek için tek bir uzmanlık alanı yeterli değildir. İklim faktörleri ile ilgili çıktılara hâkim olmanın yanı sıra, risklerin belirlenmesinin gerekli olduğu alan konusunda da bilgili bir takımın birlikte çalışması gereklidir. **Boğaziçi Üniversitesi İklim Değişikliği Araştırma Merkezi** olarak bir süredir iklim risklerinin belirlenmesi üzerinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Özellikle tarım, ormancılık ve turizm alanında yaptığımız çalışmalar, geleceğe yönelik öngörüler geliştirme konusunda da merkezimize ciddi anlamda beceri kazandırdı.

Son çalışmalarımızın odak noktasına ise genel bağlamda iklim risklerini oturttuk. ACE Danışmanlık firması ile birlikte iklim risklerinin belirlenmesi üzerine bir metodoloji geliştirdik. Bu metodoloji aylık ya da yıllık ortalamaların ötesinde saatlik çözünürlükle noktasal bağlamda risklerin belirlenebilmesine imkân sağlıyor. Varlıkların iklim risklerinin belirlenmesine yarayan iklim risk skoru şu bileşenlerden oluşuyor:

■ **SelRiskSkoru**, varlık düzeyindeki riskin metre seviyesinde çözünürlüğe kadar doğru olarak belirlenmesini sağlayan işlemleri ve planlama uygulamalarını içerir. **SelRiskSkoru** ayrıca,

olası risklerin azaltılması için atılması planlanan adımların varlık düzeyindeki planlama kararlarını deneyebileceğiniz ayrıntılı bir "eğer" analizine de olanak tanır.

■ **RüzgarRiskSkoru**, müşterilerin rüzgarla ilgili gelecekteki olası tehlikeli değişikliklere daha iyi hazırlanmalarını sağlar. Birden fazla endüstride kullanılmak üzere tasarlanmıştır ve aşırı olayların geri dönüş sürelerine ek olarak "bir eşik değer üzerindeki saatler" gibi bilgiler sunar.

■ **SıcaklıkRiskSkoru**, sıcaklık ve nemin birlikte etkisini ele alan ve ideal çalışma koşullarını belirlemede kullanılan ıslak termometre sıcaklığına bağlı olarak gelecekteki aşırı sıcaklık olaylarını öngörmeyi sağlar. Tanımlanmış bir eşik üzerindeki çok günlük sıcaklık olayları gibi değişkenler için olasılık dağılımları şeklinde aşırı sıcaklık riskinin sıklığını ve şiddetini verir.

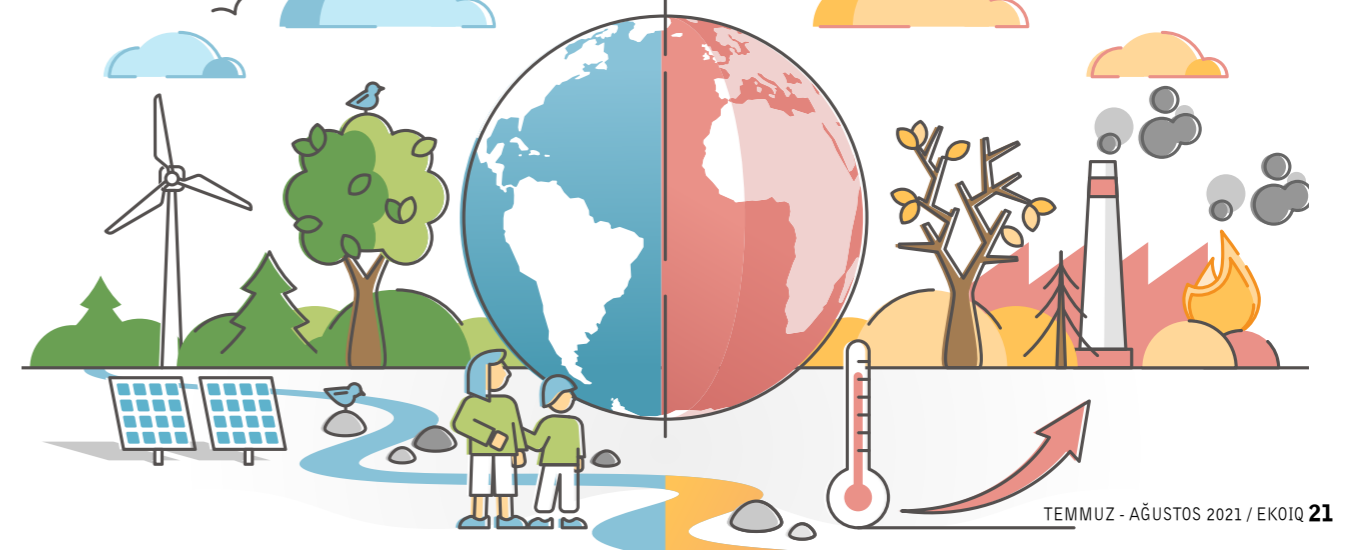
"Bugün iş dünyasındaki el değiştirmelerde ve verilen kredilerde varlıkların iklim riskleri de göz önüne alınmaya başlanmıştır. Ancak finansal riskleri derecelendirmekte uzman olan iş dünyası iklim risklerinin de sayısallaştırılabilmesinde aynı uzmanlığa sahip değildir"

■ **YangınRiskSkoru**, yüksek çözünürlüklü orman ve çalı yangını risk tahminleri ve planlama uygulamaları için bir karar destek sistemi üretir.

■ **KuraklıkRiskSkoru**, gerek sanayi, gerek hidroelektrik enerjisi, gerekse de tarım üretimi için kullanılan suyun eksikliğini öngörerek özellikle planlama alanındaki risklerin bertaraf edilebilmesine yardımcı olur. KuraklıkRiskSkoru sanayi için gerekli olan yerüstü ve yeraltı su kaynaklarındaki gelecek değişiklikleri, hidroelektrik enerji santrallerinin su toplama havzalarındaki toplam su miktarını ve tarımın ürün desenine bağlı olarak ihtiyaç duyacağı doğal ve sulama suyu miktarını ve bunlardaki öngörülerini yüksek çözünürlükle verir.

■ **DenizRiskSkoru**, iklim değişikliğine bağlı olarak deniz seviyesindeki artışla beraber fırtınalardaki rüzgar şiddeti de hesaba katılarak kıyı bölgelerdeki taşkın riskini belirleyerek bu konuda gerek yatırım gerekse de altyapı hizmetlerinin düzenlenmesi bağlamında karar desteği sağlar.

İklim risklerinin önceden belirlenmesi ve buna göre planlama yapılması, iklim krizinden doğacak olan sorunlara uyum sağlamamız için son derece önemlidir. Bu planlama olmadan gerekli önlemleri alabilmemiz pek mümkün görünmüyor. Bundan dolayı da bu yönde ne kadar hızlı adımlar atarsak uyum sağlama yönünde de o derece başarılı olabiliriz. ○



# Tohumdan Kadehe, Sürdürülebilirliğin İzinde

**Bir işi keyifle ve arzuyla yapmak, o işi iyi yapmanın sanırım birinci kuralı. Ama bu durumda, işin niteliği de elbette önemli. Geçtiğimiz günlerde ilk Sürdürülebilirlik Performans Raporu'nu açıklayan ama çalışmalarıyla uzun süredir dikkatimizi çeken Mey - Diageo Tedarik Zinciri Direktörü Kürşat Apan, kurumun heyecan verici çalışmalarını EKOIQ okurlarıyla paylaştı.**



Mey/Diageo olarak Küresel Raporlama Standartları'ndaki ilk [Sürdürülebilirlik Performans Raporu](#)'nuzu kamuoyuyla paylaştınız kısa bir süre önce. Okuyucularımıza raporunuzdan ana başlıklar olarak neler söylemek istersiniz?

Mey/Diageo olarak sürdürülebilir ekonomiye inanıyoruz ve bunun da tarım, ticaret, işgücü ve kültür alanlarında daha ileri safhalara taşınması için projeler geliştiriyor ve uyguluyoruz. 2017 yılından bu yana, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda 320 sürdürülebilirlik projesini hayata geçirdik. Ülke ekonomisine, insan kaynağına, teknolojiye, toprağa ve çiftçiye yatırım yapmaya devam ederken, rakamların arkasındaki hikayemizi ve gerçekleştirdiğimiz sürdürülebilirlik çalışmalarını herkesle

paylaşmak istedik ve ilk Sürdürülebilirlik Performans Raporu'muzu yayınladık. Sürdürülebilirlik çalışmalarımıza başladığımız ilk günlerden bugüne başarılı bir gelişim gösterdik. 2007 yılına göre toplam CO<sub>2</sub> emisyonu %74, bir litre ürün üretebilmek için kullanılan su miktarı %45, toprağa giden atık miktarı ise %99,9 azaldı. Geri dönüştürülmüş ambalaj malzemesi kullanım oranı %25,9'a çıktı. 2009 yılına göre ürünlerde kullanılan ambalaj ağırlığı %5,47 azaldı. Bugün geldiğimiz noktada geri dönüştürülebilir ambalaj malzemesi kullanım oranını %99,9'a yükselttik. Kullanılan kâğıt ve kartonun %100'ü endüstriyel ağaçlardan sağlandı. Tedarikçilerimizle beraber çalışarak ambalaj malzemelerimizin ağırlıklarını azaltarak daha az kaynak kullanıldığını

sağladık. Merkez ofis dahil olmak üzere 8 ana lokasyon "Toprağa Sıfır Atık" derecesine ulaştı. İş stratejilerimize ve operasyonel performansımıza entegre ettiğimiz sürdürülebilirlik anlayışıyla, ülkemiz ve gezegenimiz üzerinde yaratacağımız olumlu etkinin her yıl artarak devam edeceğine inanıyoruz.

**Çalışmalarınızda temel rota olarak Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını (SKA) kullandığınızı görüyoruz. Hangi SKA'lar öncelikli alanlarınız ve bu doğrultuda neler gerçekleştirdiniz?**

SKA'larla hizalandığımız "Sürdürülebilirlik Envanteri" çalışmamız gösterdi ki; 2017 yılından bu yana gerçekleştirdiğimiz 320 sürdürülebilirlik projesiyle katkıda bulunduğumuz ilk 5 SKA sırasıyla **sorumlu tüketim ve üretim (SKA12)**, insana yakışır ve ekonomik

büyüme (SKA8), sanayi inovasyon ve altyapı (SKA9), iklim eylemi (SKA13) ve sürdürülebilir şehir ve yaşam alanları (SKA11).

Birkaç örnek aktarmak istiyorum. Sorumlu tüketim ve üretim (SKA12) konusunda birçok çalışma yürütüyoruz. Bilinçli alkol tüketiminin önem ve hassasiyetinin farkında bir şirket olarak, kamu ve diğer kuruluşlarla işbirliği içerisinde üzerimize düşen sorumlulukları yerine getiriyoruz. Ekosistemimizde bulunan ve tüketiciye birebir dokunan bireyleri de sorumlu tüketim adına bilgilendirmeye özen gösteriyoruz. Önümüzdeki 10 yıllık süreçte işlerimizi yönetmek için kendimize BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne uygun belirlediğimiz 25 hedeften biri "Drink Positive" hareketi. Bu hareket kapsamında, markalarımız aracılığıyla 2030 yılına kadar 1 milyar kişiye karanda tüketim hakkında doğru mesajlar

vererek dünyanın alkollü içki tüketme biçimini iyi yönde değiştirmeyi hedefliyoruz.

İnsana yakışır ve ekonomik büyüme (SKA8) konusunda önemli projelerimizden biri "Yeni Bi' Başlangıç" adını verdiğimiz esnek ve mekân bağımsız çalışma modelimiz. Hedefimiz; tüm çalışanlarımızın, pozisyonlarından bağımsız olarak, tamamen birbirlerine saygı ve güven duyduğu, hiyerarşiden arınmış, adaleti merkeze alan, empati ve şefkat odaklı, her yönden çevik bir ekosistem yaratmak. Yine aynı SKA doğrultusunda bir başka uygulamamız da "Annelik-Babalık İzni" politikamız. Bu politikayla anne olan kadın çalışanlarımıza yasal izinleri olan 16 haftaya ek olarak ücretli 10 hafta izin veriyoruz. Baba olan çalışanlarımızın da yasal olan 5 günlük izinlerini ücretli 4 haftaya çıkardık. Üretimden çıkan yan ürünlerimizin hayvan yemi, kompost

"Sürdürülebilirlik bizim için vazgeçilmez bir konu. Çünkü biz, tarıma dayalı endüstrinin bir temsilcisiyiz. Aynı zamanda hem çiftçi hem de sanayici olan bir şirketiz. Bizim işimizin özü bunu gerektiriyor. Üzüm, anason, su ve hatta cam yoksa biz de yokuz demektir"



gübre üretiminde değerlendirilmesini sağlıyoruz. Alaşehir fabrikamızda oluşan artma çamurları tuğla imalatında hammadde olarak değerlendiriliyor.

İklim eylemi (SKA13) konusunda su kullanımının azaltılmasından karbon ayakizinin azaltılmasına kadar birçok çalışma gerçekleştiriyoruz. Atık sudan ürettiğimiz biyogaz ve proses atıklarımızdan elde ettiğimiz enerji sayesinde, fosil yakıt kullanımını azaltarak karbon ayakizimizi %74 azalttık. Türkiye'de ürün karbon ayakizi çalışmasını yapan ilk alkollü içki üreticisi olduk. Kayra Vintage şaraplarımız için 9 yıl önce başlattığımız çalışmalarla ürün karbon ayakizinde şişe bazında %35 azalma sağladık ve bu çalışmalarımız için hem Avrupa'dan hem de Türkiye'den sürdürülebilirlik ödülleri aldık. Bunlar çalışmalarımızdan sadece birkaçı...

2017 yılından bu yana 320 sürdürülebilirlik projesini hayata geçirdiğinizi belirtiyorsunuz. Sizi son 3-4 yıldır çok yakından takip eden biri olarak, çok etkilendiğinizi belirtmeden geçemeyeceğim. Çoğu kurumun dile getirdiği ama çok azının başarabildiği bir şey görüyorum sizde: Sürdürülebilirlik, bir yan uğraş değil, çalışmanın ana prensibi haline gelmiş. Peki bunu başarmanızdaki sır ne? Size göre bu başarıdaki kritik yaklaşım farkı ne?

Sürdürülebilirlik bizim için vazgeçilmez bir konu. Çünkü biz, tarıma dayalı endüstrinin bir temsilcisiyiz. Aynı zamanda hem çiftçi hem de sanayici olan bir şirketiz. Bizim işimizin özü bunu gerektiriyor. Üzüm, anason, su ve hatta cam yoksa biz de yokuz demektir. Bu sebeple sürdürülebilirliğin şirketimizin stratejilerine ve operasyonel performansımıza daha ileri boyutta entegrasyonu için çalışmalarımızı tüm hızıyla sürdürüyoruz. Sürdürülebilirlik yaklaşımımızın temelini "Tohumdan kadehe kadar sürdürülebilirliğe öncülük etme" prensibi oluşturuyor. Çalışmalarımız bu prensip etrafında şekilleniyor ve sürdürülebilirlik bütün projelerimizin merkezinde yer alıyor. Projeleri-



miz, iletişim faaliyetlerimiz, içinde yer aldığımız inisiyatifler, kamu otoriteleri ve müşterilerimizle yürüttüğümüz ilişkilerimizin temelinde geleceğimizi ve gezegenimizi korumak yer alıyor.

**Başarılarından söz etmek kolaydır. Ama bence asıl olan “zorluklar”. Gerçekten önemli bir başarı elde ettiğiniz bu çalışmalarda sizi en çok zorlayan ne oldu, olmaya devam ediyor?** Sürdürülebilirlik yolculuğunda başarı ancak kolektif çalışmayla elde edilebiliyor. Bu noktada kolektif bilincin oluşturulması da kilit bir rol oynuyor. Bunun ekosistemimizde de aynı önemde algılanmaya başlaması ve aksiyona dönüşmesi, bizi en fazla zorlayan konu oldu, hâlâ da öyle.

Çıta'yı yukarı koyunca, aslında işlerin çok da kolaylaştığını söylemek zor. Bundan sonrası için hedefleriniz ne? Çalışmalarımızı sorumlu tüketim bilincini yaymak, kapsayıcılığa ve çeşitliliğe dayanan kültürü geliştirmek, operasyonlarımızı karbonsuzlaştırmak, 2030'a kadar üretim prosesinde kullandığımız suyu %30 azaltmak, 2026'ya kadar su kirliliği olan bölgelerde kullandığımızdan daha fazlasını yerine koymak, de-ger zincirinde atığı ortadan kaldırmak, 2030 yılına kadar plastik ambalajlarda

%100, tüm ambalajlarda %60 oranında geri dönüştürülmüş içeriğe ulaşmak, daha dürüst ve adil bir dünya için katkıda bulunmak hedefleri doğrultusunda sürdürüyoruz. Daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir dünya yaratmaya yardımcı olmak için, çalışmalarımızı Diageo'nun global ölçekte belirlediği 2030 ekosistem hedefleri doğrultusunda şekillendiriyoruz. Hedefimiz; 2030 yılına kadar yaşadığımız, çalıştığımız, kaynaklarımızı kullandığımız ve satış yaptığımız her yerde toplum üzerinde olumlu bir etki yaratmak...

**Son olarak ne söylemek istersiniz?**

MeylDiageo olarak; kurumsal sosyal sorumluluğumuzu yerine getirme hedefinin de ötesinde, “sorumlu bir sosyal kurum” olma amacıyla çalışıyoruz. Binlerce yıllık geleneklerimize, toprağımıza, çiftçimize, emekçimize, paydaşımıza, insanımıza, gezegenimize, geleceğimize karşı sorumlu olduğumuzu biliyoruz. Tüm çalışmalarımızı da bu farkındalıkla yürütüyoruz. Sektörde ilk ve öncü çalışmalarla daha sürdürülebilir bir dünya için mücadele ediyoruz. Birkaç örnek vermek istiyorum. Bunlardan ilki **tohum ıslah projesimiz**... Anasonun ıslah edilerek kalitesinin artırılması için Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi'yle birlikte çalışıyoruz.

“Sürdürülebilirlik Envanteri” çalışmamız gösterdi ki; 2017 yılından bu yana gerçekleştirdiğimiz 320 sürdürülebilirlik projesiyle katkıda bulunduğumuz ilk 5 SKA sırasıyla, sorumlu tüketim ve üretim (SKA12), insana yakışır ve ekonomik büyüme (SKA8), sanayi inovasyon ve alt yapı (SKA9), iklim eylemi (SKA13) ve sürdürülebilir şehir ve yaşam alanları (SKA11)”

Tohum geliştirme çalışmalarına başlama amacımız rekolte artırmamıza yarayacak ve ürünün kalitesini artıracak bir tohum çeşidi üretmektir. Yedi yılın sonunda 3 tip yeni tohum elde edildi ve tohumlar için Tarım Bakanlığı'na tescil başvurusu yapıldı. 2020 itibarıyla geliştirilen ve “Yeni 37”, “Ege 53”, “Altın 8” olarak isimlendirilen bu 3 yeni çeşidin Meyl adına resmi tescili alındı. Bunlar, Türkiye’de ticarete konu ve tescilli ilk anason tohumları.

Bir diğer özel projemiz de arıtma çamurundan tuğla imalatı. Arıtma çamurundan tuğla imalatında hammadde olarak kullanılmasını sağladık. Türkiye’de ilk kez yapılan bu işbirliği için tüm kalite raporları ve gerekli izinler alındıktan sonra, arıtma çamurumuzu tuğla imalatçılara hammadde olarak göndererek hem toprağa giden atığı hem de tuğla imalatçılarının toprak ve su kullanımını azalttık. Böylece döngüsel ekonomiye de katkıda bulduk. Sürdürülebilirlik aslında hayatın her alanında mümkün ve yaşadığımız süreç hepimizin en büyük sorumluluğu da kendi hayatlarımızdan başlayarak fark yaratmak. En büyük temennimiz; hepimizin katkısı ve emeğiyle kaynaklarına sahip çıktığımız, bereketini koruduğumuz, daha yaşanabilir bir dünyaya ulaşmak. ○

# KORONABAHAR

Yazar-akademisyen-aktivist Bill McKibben “Krizin Doğası”nı şöyle tarif ediyor: “Fizikî sorunlar esasen zamana ilişkindir. Bu sorunların başlıca iki örneği, iklim değişikliği ve virüstür (Corona). Bu örneklerin birbiriyle benzerliği de çok çarpıcı” diyor. Ve devam ediyor: “... Varsayalım bir oyun oynuyoruz – ama denetleyebildiğimiz bir oyun olsun bu. Amaç kazanmak değil; zaman aksın diye uğraşalım ve mücadeleyi bir sonraki kuşağa aktarma şansını koruyalım yeter.”

Yazar Sean Woods’a göre de öyle: “Koronavirüsü, iklim krizinin hızlandırılmış çekimi.” Benzetmesi şöyle: “Bilimcileri dinleyen, denetçileri ipeleyen yok, şirket kârı her şeyin önüne geçmiş durumda” diyor. Sonra soruyor: “...Bunlar size bir yerden tanıdık geliyor mu?”

Nobel ödüllü büyük yazar Albert Camus, Açık Radyo’da her gün tefrika edilen Veba adlı başyapıtında şöyle yazıyor: “Gerçekten de felaketler ortak birşeydir; ancak, başınıza geldiğinde inanmakta güçlük çekersiniz... Vebalar da, savaşlar da insanı hazırlıksız yakalar...”

Yazar Chris Hedges, romanın kahramanı Dr Rieux’nün veba salgınına karşı cansiperane mücadelesinin kaynağını ideolojiden değil, empatiden, yani bedeli ne olursa olsun acı çekenlere hizmet etme dürtüsünden aldığını söylüyor. Ya da büyük Rus romancı Vasili Grossman’ın “basit insan iyiliği” diye adlandırdığı sevecenlik duygusundan.

Veba’da Doktor Rieux penceresinden veba salgınının kol gezdiği şehrine bakıp düşüncelere dalar. Sonunda silkinir: “Gerçek orada, günlük çalışmadaydı. Gerisi olayların akışına ve anlamsız hareketlere bağlıydı, buna takılıp kalınamazdı. Esas olan, işini iyi yapmaktı.”

İşte Açık Radyo tam da böyle alarm çanlarının çin çin çalındığı anlar ve günler için var. Esas olan, işimizi iyi yapmak – hepsi bu.

Araştırmacı – yazar Bekir Ağırdır bu “işlev”imizi şu veciz cümleyle özetlemiştir: “Açık Radyo, dinleyicisi için, yoldaş.”

İşte biz de “vaziyetten vazife çıkarıyor”, hakikatin ayak direyişini canlı tutmak için vargücümüzle mücadele veriyoruz.

Ya da, efsanevi radyocu Amy Goodman’ın radyomuz mikrofonuna söylediği: “Sessizlerin sesi olmak” için varız biz.

Özellikle bizden sonra gelecek nesiller için ahlakî bir yükümlülüğümüz var.

Ve son olarak: Hedges’in dediği gibi: “Ayağa kalkıp direnelim ki gelecek nesiller en azından ‘onlar da çabaladı’ desinler bizim için.”



—“Açık Radyo.”  
YIRMİBEŞİNCİYİL 94.9

# Bir Profesyonelin Gözünden: 10 Adımda Sosyal Fayda Yaratan Şirket Nasıl Olunur?

COVID-19 pandemisi sürecinden çıkardığımız önemli derslerden biri de karmaşa içinde yaşadığımız hayatlarımızı yalnızca kazanç uğruna harcamak istemediğimizi görmemiz oldu. Parçası olduğumuz şirketlerin “sosyal fayda yaratmak” için hareket etmeleri ve bizim katkılarımızla bu şirketlerin faaliyetlerinin “anamlı hale gelmesi” gibi beklentilerimiz var. Peki bunu nasıl yapacağız? İşte, bazıları pratikte uygulanan, bazılarının teorik karşılığı olan, bazıları ise gelişimi devam eden modellerden elde edilen 10 temel adım...

— Pırlıl Kadibeşegil Yaşar

**Unilever’in** efsanevi CEO’su Paul Polman, 2019’da yaptığı bir [konuşma](#)-da “Tüm şirketler bir amaç için kuruluyor ama yolculukları süresince o amaçtan uzaklaşıyorlar; önemli olan amacı yitirmemek” hatırlatmasını yapmıştı. Evet, şirketler kâr sağlamak için kuruluyor; ancak şirketlerin kuruluş amaçlarında -kârın yanı sıra- yapısını inşa ettiği temel değerleri de var. İşte bu değerler bütünü, kazanç sağlamaktan öte şirketin yalnızca hissedarları için değil; çalışanları, müşterileri, toplumdaki tüm paydaşlarına karşı sorumluluğu, davranış ve tutumunu da belirliyor. Polman’ın işaret ettiği ve çoğunlukla unutulmuş bu değerler, “para kazanmaktan daha önemli olan diğer şeyler” şirketleri bütün olarak anlamlı kılıyor. Bugün, beyaz yakalı çalışanların öncelikli yakınlarmalardan birini de bu oluşturuyor mu? “Hangi amaç uğruna çalışıyoruz?” İş yaşamı söz konusu olduğunda, tanıdığım çoğu kişiden ne kadar şanslı olduğuma, yaptığım işin anlamına ve topluma yararlı çıktıkları olduğuma ilişkin iltifatlar duyuyorum. Elbette sürdürülebilirlik alanında çalışırken işinizde aradığımız anlama ulaşmak görece daha kolay oluyor. Bu doğru. Çünkü işin yapısı gereği, oluşan değeri kârın

gölgesinde kalmadan sergileyebiliyor, varlığımızı tüm paydaşlar için anlamlandırabiliyoruz. Aslında bir şirketin sahip olduğu her işlev onun kuruluş amacına da hizmet ediyor. Çarklardan biri doğru çalışmadığında sistemin tamamı sektöre uğruyor. Sorun şu ki şirketlerin çoğu ne yazık ki varoluş, kuruluş amaçlarından uzaklaştıklarında kazanç odaklı hizmetlere odaklanıyor; sosyal faydayı göz ardı ettikçe, çalışanların “ne uğruna çalıştıkları” sorusunu daha sık sormalarına neden oluyorlar. COVID-19 pandemisi sürecinden çıkardığımız önemli derslerden biri de karmaşa içinde yaşadığımız hayatlarımızı yalnızca kazanç uğruna harcamak istemediğimizi görmemiz oldu. Parçası olduğumuz şirketlerin “sosyal fayda yaratmak” için hareket etmeleri ve bizim katkılarımızla bu şirketlerin faaliyetlerinin “anamlı hale gelmesi” gibi beklentilerimiz var.

İnternet üzerinde sosyal fayda yaratımının önemine ilişkin birbirinden değerli yazılı ve görsel kaynaklara erişilmesi mümkün. Türkiye’de de bu alanda çalışmalarını sürdüren değerli uzmanlar var. Pandeminin çoğunluğu bir kez daha düşünmeye sevk ettiği bu günlerde Türkiye’nin yanı sıra küresel iş çevrelerinden edindiğim deneyimlerimi paylaşma adına bu yazıyı kaleme alma gereksinimi hissettim. Çıkarımlarımdan bazıları

pratikte uygulanan, bazılarını teorik karşılığı olan, bazılarını ise gelişimi devam eden modellerden elde ettim ve 10 adım altında toplamaya çalıştım.

## 1 Varoluş Nedeninizi Yeniden Keşfedin!

Belki de en zor soru ilki. “Varoluş amacımız nedir?” Şirketiniz “aslında” yalnızca kâr etmek için kurulmadı. Bir sorunu gördü, o sorunu çözmek ve yeniliğin parçası olmak için var oldu. Artık kârın bir amaç değil sonuç olduğunun farkına varıyoruz. Çalışanlar her gün neyi başarmak, hangi farkı yaratmak için işe geliyorlar? Şirketinizin var olmasından kaynaklı hangi sorunun çözümünde, hangi yetkinlikleri ile sürece katkıda bulunuyorlar? Bunu gün ışığına çıkarın ve parlamasına izin verin. Kâr elde etmek kadar önemli diğer bir amacınızın olması şirketinizin “zayıf”, gösterişsiz veya iddiasız olduğu anlamına gelmez.

Bu sorunun cevabına ulaşmanın her şirket için geçerli bir reçetesi [bulunmuyor](#). Kimi şirketler bu sorunun cevabını bulamadan kapılarını kapatmak zorunda kaldılar. Varoluş amacını henüz bulamamış olmak yönetime sosyal fayda ısrarıyla bakmayı engellememeli.

## Sosyal Fayda Odaklı Olmanın Farkı Ne?

“Varolması”, bir kurumu tek başına anlamlı kılmaz. Bu amacı şirketinizin paydaşları gözünde faydaya

dönüştürmeniz sizi anlamlı kılacak asıl etkidir. Sosyal faydaya odaklanmak; “ben”den “biz”e geçişin en önemli adımıdır. Buradaki amaç; sürdürülebilirlik felsefesi çerçevesinde, sürekli tüketimi tetikleyen anlayıştan uzaklaşarak şirketin kuruluş anlamı çerçevesinin her adımında, toplumu, çevreyi önceliklendiren ve paydaşların “faydaya” odaklanmasını özendirilen bir anlayışı inşa etmektir.

Ne yazık ki iş çevreleri düne kadar bu kavramların anlamlarını ayrı çerçevelere oturtmayı yeğledi. Gerçekte “sosyal fayda” düşünce sistemi, tüm bu kavramları bütünlüklü bir yaklaşımla tek çatı altında toplamayı ve şirketlerin attıkları adımlarda değer yaratımına odaklanmasını hedeflemeyi amaçlıyor. Kuruluş amacımız ne kadar net ise işiniz de o kadar kolay olacaktır. **TOMS** (ayakkabı), **The Body Shop** (kişisel bakım ürünleri), **Patagonia** (spor ve aktif giyim) gibi bazı şirketler kuruluş amaçlarını sosyal fayda yaratma üzerine kurdular. Bazı şirketler ise amaçlarını yollarını kaybettiklerinde tekrar buldular: **IKEA**, **Unilever**, **Marks&Spencer**, **Microsoft**. Evet, **H&M** gibi şirketler başta yıkıcı etkilere sahip olsalar da kuruluş amaçlarını hatırlayıp kurumsal yapılarını *sosyal faydaya* nasıl dönüştürebileceklerini zor yoldan da olsa öğrenmeyi başarabildiler. Bugün, tekstil sektörünün, sürdürülebilirlik kriterlerinde, enerji ve fosil atık sektörlerinden sonra en yıkıcı ikinci sektör olduğunu biliyoruz. Her iki sektörün lider şirketleri temel faaliyet alanlarını tekrar tekrar gözden geçirerek gelecekte anlamlı şirketlere evrilebilmek adına anlamlı adımlar atıyorlar. Küresel tekstil üreticisi H&M, piyasaya sürdüğü

yeni tahvili [sürdürülebilirlik başarısına endeksleyerek](#) gerekirse kendi cezasını kendi vereceğini resmileştirdi. Yıllar içerisinde sürdürülebilirliği çevre, kurumsal sosyal sorumluluğu gönüllülük ve hayırseverlik, kurumsal yönetimi ise itibar kavramlarının içine sıkıştırdık. Bugün yaşanan problemlerin büyük bir çoğunluğu da işte bu silo anlayışından kaynaklandı. Şu an başarmaya çalıştığımız ise sosyal fayda yaklaşımını oldukça tanıdık olan bu kavramlarla tekrar -komşuluk ilişkileri ile benzer biçimde- bir araya getirmek olacaktır.

## 2 Şirket İçinde Doğru Paydaşları Yanınıza Alın!

İlk adımı atmadan önce kalpleri kazanın. Sürecin en ideal destekçisi mümkünse CEO veya eş konumdaki bir yönetim kurulu üyesi olmalı. Başarılı olmak için ilk olarak vizyon ve liderlik göstererek kurumsal dönüşümü hedeflemelisiniz. Süreci kimin koordine edeceğinin saptanması da bu aşamada kritik bir karar. Sürdürülebilirlik yöneticimiz varsa görevi ona vermelisiniz, süreci yalnızca “iş” olarak değil; topluma, çevreye ve yönetime katkısıyla en doğru ele alabilecek kişi konuya odaklanmış bir yönetici olacaktır. Ancak sosyal fayda yaratımını “kurumsal sosyal sorumluluktan” öteye taşıyabilmek için mutlaka “pazarlama/ürün yönetimi”, “insan kaynakları” ve “kurumsal iletişim”den sorumlu direktörlerle birlikte proje grubu oluşturulmasını da öneririm. Bu ekibin düzenli aralıklarla üreteceği performans raporları, yapılmakta olan işe anlam katacak ve gündemin yürütüncesinden sapmamasını sağlayacaktır.

“Çalışanlar her gün neyi başarmak, hangi farkı yaratmak için işe geliyorlar? Şirketinizin var olmasından kaynaklı hangi sorunun çözümünde, hangi yetkinlikleri ile sürece katkıda bulunuyorlar? Bunu gün ışığına çıkarın ve parlamasına izin verin!”

### 3 Stratejinizi Sosyal Fayda Odaklı Yaratın!

Nasıl sosyal fayda yaratacağımızı anlamak için paydaşlarımızla birlikte kapsamlı bir araştırma yapmalıyız. Burada sözü edilen paydaşlar; en basit olarak şirketinizin etki ettiği ya da etki alanı içerisinde olan kişiler/kümeleler olarak tanımlanabilir. Çalışanlar, farklı müşteri grupları, işbirliği yapılan sivil toplum kuruluşları, medya, vb. bu gruplar içerisinde sayılabilir. Son dönemde ilgi gören iş kitaplarından “[Hızlı ve Yavaş Düşünme](#)”de de referans verildiği üzere, data seçilirken azami dikkat göstermelisiniz. Paydaşlar, yalnızca duymak isteyeceklerinizi söyleyecek, düşüncelerinizi tekrarlayacak, bulguları onaylayacak gruplar olmamalı. Savunusuzum arkasında durabilecek, meydan okuyabilecek, aykırı görüşleri gündeme taşıyabilecek ve farklı düşünce modellerine yöneltecek paydaşları çalışma grupları içerisinde konumlandırmak bu aşamada değer kazandıracak bir yaklaşımdır.

Öncelikle varlık nedeninizin hangi sorunlara yol açtığını açık yüreklilikle tartışmalı, araştırmalıyız. **Operasyonunuzun A’dan Z’ye sistem haritasını çıkarın.** Bu haritalamayı yaparken masa başında, olasılıkla internet üzerinden başlayacağımız arayışımızı farklı paydaşların görüşlerini de alarak büyütmelisiniz. Yönetim kurulunu dinleyin. Onların beklentileri, ilgi alanları, öngörülerini de belirleyici olacaktır. Çalışanlarımıza kulak verin. Eğer dağıtım kanallarımız, acentelerimiz, bayilerimiz varsa mutlaka seslerinin duyulduğundan emin olun. Beğendiğiniz, çalışmayı arzu ettiğiniz sivil toplum bileşenlerini, fikir liderlerini kesin olarak sürece dahil edin. Yalnızca yerel değil, sektörünüzün küreseldeki başarılı örneklerini araştırın. Şirketinizin belirlediği sektör dışı

“Sosyal fayda, klasikleşmiş bir karşılaştırma örneği olarak ‘soğan’ benzetmesi ile tanımlanır. Birbiri ile iç içe geçen katmanlardan oluşan özgün, tek bir bütündür. ‘Nereden başlamalı?’ sorusunun yanıtı ise, en kolay dönüşüm adımından en zora doğru gitmek olabilir”

“benchmark” şirketleri de ihmal etmeyin. Profesyonel bir araştırma şirketi ile çalışarak, “önceliklendirme” metodolojisi ile paydaşlarınızın sizin için öngördüklerini, düşüncelerini ve ele alınmasını beklediği en acil/öncelikli konuları ölçerek başlayın.

Varoluş amacımızı, ürün ve servislerinizi yalnızca müşterileriniz gözünden değil; farklı paydaşların, özellikle sivil toplumun gözünden tekrar sorgulayın. Yarattığı ya da yaratabileceği potansiyel sosyal faydayı bir kez de farklı paydaşlardan duyun. Araştırma sonuçlarını tekrar tekrar değerlendirin ve seçeceğimiz paydaşlarımızla birlikte ayrıntılara indirgeyin. Bulgularınızı mutlaka şirket ve ürün/marka stratejiniz kapsamında değerlendirin. Araştırmanızı şirketin ana amaç ve hedeflerinden ayrı yürütmeyin. Unutmayın ki amacımız yalnızca sosyal fayda üretmek değil; şirketinizin topluma, çevreye, sektöre etkisini gözleterek olumsuz etkilerinizi ve katkı alanlarımızı saptamak ve bu alanları kontrol altına almak ya da geliştirmek olmalı.

İlk analizlerin sonucunda “kesin bir karar/net bir sonuçla” bir sonraki adıma geçmeyin. Oluşmaya başlayan modeli farklı seçenekler ve boyutları ile çalış-

şın. En iyi üç seçeneği yönetim kurulu- na getirin; kararı CEO’nuz yönetim kurulumuzla birlikte versin. Ancak karar için tek bir toplantı planlayın ve bir sonuca varmadan ayrılmayın.

#### Stratejiniz Size Rota Olsun, Harita Değil!

Karar toplantısı sonrasında, elinizdeki bulgular haritanız, stratejiniz ise rotanız olsun. Sık yapılan hatalardan biri, strateji toplantıları sonrasında oluşturulan stratejiyi rota değil, harita olarak kullanmaktır. Oysa alınan stratejik karar, uygulanacak modeli harekete geçirecek yönergeleri kapsayacak derinlikte olmalıdır. Karar toplantısı, sizi mutlaka bir sonraki adıma taşıyabilecek doğru kararların alınmasıyla sonuçlanmış olmalıdır.

#### 4 Stratejinizi inşa edin, parçaları birleştirin

##### A) Sosyal Fayda Komitesi Kurun:

Strateji oluşturmak sancılı bir süreç gibi görünse de asıl sınav hayata geçirilmesinde karşımıza çıkacaktır. Stratejinizin A’dan Z’ye hayata geçmesini sağlamak için şirketinizde konuyla ilgili her birimden karar verici konumunda bir yöneticinin yer alacağı bir “Sosyal Fayda Komitesi” kurmalıyız. Komiteye mutlaka ürün/marka, iletişim, insan kaynakları, strateji, finans gibi departmanların direktörlerini ekleyin.

a) Komitenin yanı sıra -unvandan bağımsız- sosyal fayda yaratımında heyecan duyan ve katkı verebilecek çalışanları da (çalışma arkadaşlarımızı) alt çalışma gruplarına dahil edin.

**B) Manifestonuzu Yazın ve Yayın:** Komitenin ilk adımı oluşturulan stratejik amacı bir manifestoya dönüştürmek olmalıdır. Birlikte yazılacak bu manifesto, komite üyelerinin aynı vizyon çerçevesinde buluşmasını sağlayacaktır. Manifestonun komite üyelerince imzalanmasından sonra sponsorun da

imza ve onayı ile şirket geneline, mümkünse araştırmaya katılan tüm paydaşlara ve dış iletişime de taşınmalıdır (Bu manifestoyu bir iletişim markasına dönüştürebilirsiniz; Our Credo).

**C) Plan Yapın, Ötünüzü Görün:** Stratejide belirlediğiniz yönergelerin hayata geçmesi için eksik veya tam olan maddelerin üzerinden geçin. Araştırma ve ölçün. (“aralık (gap) analizi”). Tüm bulguları ölçeklerine bakmaksızın birlikte değerlendirin. Oluşturacağımız kriterlere bağlı matrisler (Uzun ve Kısa Vade/Kolay ve Zor Efor) ile hareket planı oluşturun. Konuları komite üyeleri arasında dağıtım ve bir proje planı oluşturun. Küçük ve hızlı kazanımları göz ardı etmemeye özen göstermek gerekiyor. Bu aşamada en büyük motivasyon aracı paydaşlarımızın harekete geçtiğini görmeleri olacaktır. Aksiyonlarınızı başlangıç noktanızdan itibaren sistemli olarak şirket içinde ve dışında paylaşın. Komitenin yönetim kuruluna bilgi aktarımının düzenli olarak sağlanması bu aşamadaki en kritik adımı oluşturacaktır. Gündemde kalmı ve üst yönetimin konuya odaklandığından emin olun. Toplantılar, üst yönetimin konuya ilişkin desteğini ölçmede en iyi fırsatlar olacaktır.

**D) Komitenizi Bir Gelişim Aracı Olarak Görün:** Komitenizi yalnızca koordinasyon ve karar aracı olarak değil, gelişim için de konumlandırın. Merak edilen başlıklarla ilgili konuşmacıları, markaları davet edin; birlikte eğitimler alın, sertifikasyon programlarına dahil olun. Şirket içindeki entelektüel bilginin çoğaldığı ve yayıldığı bir yapı hayal edin ve hayata geçirin.

**E) Komitenizi “Yetkinlik Merkezi” Olarak Geliştirin:** Komite üyelerinizin gelişen kaslarıyla şirket dışındaki temsil yetisini de artırın. İlgili derneklerde, sivil toplum kuruluşlarında yönetim kurulu düzeyinde görevlerde yer almaları için cesaretlendirin, iletişim çalışmalarında uzman olarak konumlandırın, konuşmacı olarak seminer, konferans

“Her şey ölçmekle başlıyor. Atılan her adımı kesin bir kural olarak kayıt altına almalısınız. Ölçüm sonuçlarını gördükçe daha önce yalnızca finans gözlüğü ile baktığınız konuların dahi nasıl sosyal fayda yarattığı her geçen gün daha da şeffaflaşacaktır”

ve panellerde yer almaları için fırsatlar yaratın. Salt konularındaki uzmanlıklarını değil, o güne dek yaşanan yolculuğu da paylaşmalarını sağlayın. Unutmayın, diğer şirketler de sizden ilham almalı. Bilgiyi paylaşın; etkini- zi çoğaltın.

#### 5 Sosyal Faydayı Paylaşın!

Sosyal fayda, klasikleşmiş bir karşılaştırma örneği olarak “soğan” benzetmesi ile tanımlanır. Birbiri ile iç içe geçen katmanlardan oluşan özgün, tek bir bütündür. “Nereden başlamalı?” sorusunun yanıtı ise, en kolay dönüşüm adımından en zora doğru gitmek olabilir. Elbette, söz konusu adımı şirket içi dinamiklerden, ilgili yöneticilerin isteklerinden bağımsız düşünülemez. Edindiğim deneyim, söz edeceğim dört kategorideki dönüşümün tamamlanması ile sosyal faydanın şirketin her adımına entegre edilebileceğini gösteriyor.

**A) Sosyal Faydayı Çalışanlarımızla Birlikte Yaratın:** Çalışanlarımızın istekli oldukları farklı sosyal konuları tespit edin ve onların birbirinden farklı gönüllülük (zaman/katılım, bağış, elçilik vb.) çalışmalarını topluma yapabilecekleri potansiyel katkılara aracılık edin.

**B) Operasyonunuzu Yürüttüğünüz Mahallenize Pozitif Etki Saçın:** Siz de yan dairede oturan apartman sakini kadar bir mahallenin parçası-

mız. Mahallenizin deprem toplama merkezinde ilkyardım eğitimlerinden o bölgedeki engelli istihdamı artırmaya kadar farklı alanlarda sağlayacağımız değeri

ortaya çıkarın. Benzer düzlemde çevresel faktörleri de göz ardı etmeksizin ürettiğiniz çöp miktarından, bölgenizde yarattığınız trafiğe kadar ayaklarınızı azaltmaya çalışın.

**C) Şirket Misyonunuzla Örtüşen bir KSS (Kurumsal Sosyal Sorumluluk) Projesi ile Faaliyet Gösterdiğiniz Ülkede Fayda Yaratmaya Odaklanın:** Bu başlık altında Türkiye’den verilebilecek en güzel örneklerden biri, Koç Topluluğu’nun “Meslek Lisesi Memleket Meselesi” projesidir. Proje, çalışma alanına doğrudan etki ederken süreç içerisinde meslek liselerine de büyük katkılar sağlayan ve A’dan Z’ye değer yaratımı ile parmakla gösterilecek başarılı bir modeldir.

**D) Ürün/Hizmetlerinizle Kapsayıcı, Saygılı ve Güvenilir Değer Yaratımına Odaklanın:** Sahip olduğumuz iş alanımızla yapabileceklerimizin sınırı yoktur. Finans alanında sistem dışında kalan dezavantajlı grupların ürün ve hizmetlerinden yararlanmasını nasıl sağlayabilirsiniz? Mikrofinans ve mikro sigorta ilk akla gelen örnekler. Peki ya ürettiklerinizi geri dönüştürebilir misiniz? IKEA, çevreye verdiği zarar engellemek için 2030’da tam döngüsel bir şirket olmayı istiyor ve kullanılmayan ürünlerini geri dönüştürme, zarar görenleri tamir etme amacıyla mağazalarında alanlar kurmaya başladı. Hatta ünlü köftelerini de ‘vegan’ seçeneği ile müşterilerine sunmaya başladı!

#### 6 Sistemsel Düşünün, Değer Zinciri Yaratın!

Dünyada son 40 senedir sosyal girişimleri destekleyerek sistemsel dönüşümü destekleyen [Ashoka Derneği](#)’nin de örneklendiği üzere ne zaman ki sistemsel, yani derinlemesine dü-





şünerek sosyal değerde zincir etkisi yaratırız; iste o zaman sosyal faydayı maksimize edebiliriz. Dolayısıyla; sosyal fayda yaratımının dört kategorisini (çalışan desteği, operasyonel etki, KSS kampanyası, ürün/hizmet ilişkisi) oluştururken birbirleriyle olan etkileşimini düşünmeyi ihmal etmeyin.

Örnek vermek gerekirse sokakta bir evsiz gördünüz ve o gün için bir destek sağladınız. Ama yarın, yine o kişiyi gördünüz ve bu defa yanında bir kişi daha vardı. Yalnızca günlük yardımlarla bu kişinin problemini kökten çözemeyeceğiniz kesin. Peki, acaba bu sorunu çözmek şirketinizin işi olabilir mi? Şirketiniz çözüme katkı sağlamak için sorunun daha derinine inebilir mi? Soruna odaklanacak tarafları bulma, ortaya çıkarma ve başka kurumların destek vermelerini sağlama yolunda ilişkileri seferber edebilir mi?

Evsizlik örneğinden devam edersek bir yandan günlük ihtiyaçları çalışanlarla beraber oluşturacağımız yardım kampanyası ile desteklerken bir yandan evsizlik sorununu tümünden ortadan kaldırma için büyük bir KSS programı tasarlayabilir misiniz? Sadece şirketinizi değil, birçok paydaşı özel ve sivil sektörden bir araya getirerek kalıcı çözümün bir parçası haline getirebilir misiniz? Operasyonunuz içerisinde istihdam ya da konaklama sağlayabilecek bir çözüm olabilir mi? Ürün ve hizmetleriniz bir şekilde sorunun parçası ise durdurulabilir ya da çözümün bir modülü haline getirilebilir mi?

Sosyal konular özellikle yüzeysel bakıldığında günlük ve bir kerelik çözümlerle onarlamayacak kadar derindir. Sorunun içine girdikçe derinleştiğini göreceksiniz. Sorunun kaynağı siz değilseniz, kimse sizden bu konuları tek başına çözmenizi beklemeyecektir. Ancak gerçek etki yaratmak istiyorsanız sistemsel düşünmeyi öğrenmeli, sosyal faydanın dört kategorisini iç içe değer yaratacak bir zincir olarak görmeli ve en önemlisi diğer pay-

daşları da harekete geçirmelisiniz. Unutmamalı ki hangi sorunun derinine ineceğinize stratejiniz karar vermeli. Lebiderya sosyal meseleler içerisinde; şirketinizin etki alanındaki konuyu ele aldığımızdan emin olmanız için; kesinlikle stratejinizle sağlanmasını yapmalıyız. Böylelikle sürdürülebilir ve sistemik sosyal etki elde ettiğinizden emin olabilirsiniz.

## 7 Sosyal Fayda Yaratmayı Başarıp Başaramadığımızı Nasıl Ölçeriz?

Her şey ölçmekle başlıyor. Atılan her adımı kesin bir kural olarak kayıt altına almalıyız. Ölçüm sonuçlarını gördükçe daha önce yalnızca finans gözlüğü ile baktığımız konuların dahi nasıl sosyal fayda yarattığı her geçen gün daha da şeffaflaşacaktır. Belki bazı anlarda baktığımız tablodaki değerleri sevmeyeceksiniz ama bir kez görtüp fark ettiğinizde bir daha görmemezlikten gelemeyeceksiniz.

Ancak aynı zamanda yarattığımız değeri ölçmek en zor adımımız olacaktır. Çevresel konularda belli başlı küresel ölçüm kriterleri var olsa da sosyal fayda söz konusu olduğunda kabul edilen ortak bir yöntem ne yazık ki bulunmuyor. Her ne kadar uzlaşma sağlanıp bir standart olarak benimsenmemiş olsa da bugün öne çıkmaya başlayan ilk üç ölçümleme prensibi şu şekilde:

**A) Input-Output-Outcome-Impact (IOOI) Modeli:** Türkçe’de ‘Girdi-Çıktı-Sonuç-Etki’ olarak adlandırılabilir. IOOI, en yaygın kullanılan ölçümleme metodlarından biri olarak gösterilebilir. Ortaya koyduğumuz eforu, söz konu-



su dört kriter üzerinden masaya yatırıp şirket olarak ne sağlamanız gerektiği; sonuçta hangi çıktıyı/çıktıları elde etmeyi arzu ettiğinizi, böylece hangi sonuca ulaşacağınızı ve uzun vadede hangi etkiyi yaratacağınızı ölçmeyi amaçlayan bir modeldir. Kolay uygulanabilir olması nedeniyle oldukça tercih edilen bir yaklaşımdır.

**Değişim Teorisi:** Her geçen gün daha çok şirketin kullandığına tanık olduğumuz bu yöntem ise özünde IOOI modelini temel alıyor ve bu modeli bir adım öteye taşıyor. Adından da anlaşılacağı üzere, şirketlerin ortaya koydukları eforla değiştirmeye çalıştıkları moral devinimleri düşünmeye itiyor. Sistemsel düşüncenin bir uzantısı olarak yaygınlaşan bu prensip; oluşturulan sosyal faydanın derinliğinin sorgulanmasına, böylelikle IOOI modeliyle elde edilen çıktıların sağlanmasını yapılmamasına da olanak sağlıyor.

**Sosyal Etki Analizi:** Sosyal Değer Yaratımı modelinin ölçümleme basamağı olan bu araç, özünde ‘Social Return On Investment’ (SROI) olarak tanımlanıyor. Bahsedilen prensipte amaç; bir proje başlamadan ya da tamamlandıktan sonra ortaya konulan eforu para birimine dönüştürme çabası. Uygulanmanın uzmanlık gerektirdiği ancak özellikle sivil toplum kuruluşlarının büyük yarar sağladıkları bu model, “girdi” sağlayan şirketlerin “ne kadar” değer yarattıkları prensibi ile değerlendiriliyor. Spesifik yapıdan ötürü bu model kısıtlı bir çevrede tercih ediliyor olsa da BCG, McKinsey gibi danışmanlık şirketlerinin ‘ProBono/gönüllülük’ esaslı sivil toplum kuruluşlarına destek olarak ürettiği raporlarda karşılaşılabiliyor.

Anlatılan modellerin tümünü proje bazında ya da genel yaklaşımınız çerçevesinde ele alabilirsiniz. Başlangıç aşamasında kesinlikle bir uzmandan danışmanlık alınmanın yarar sağla-

cağımı düşünüyorum. İngiltere’deki Sosyal Etki Analizi örnekleri için [Social Value UK](#), IOOI modeli için yine İngiltere merkezli [Corporate Citizenship](#) kurumlarını inceleyebilirsiniz. Türkiye’de de yetenekli butik sürdürülebilirlik şirketlerinin yanı sıra Koç Üniversitesi’nin sosyal etki forumu, [KUSIF](#)’ten de yararlanabilirsiniz.

## 8 Etkinizi Raporlayın!

Ölçümlemek bir başlangıçtır. Ölçümlendiğiniz performansınızın sorumluluğunu tüm paydaşlarınıza nezdinde taşıyorsunuz. Bir sonraki adımımız ise bunun iletişimini yapma adına “raporlama” olacaktır. 2000’lerde yükselen bir trend olarak öne çıkan sürdürülebilirlik ve çevresel raporlamalar artık yerini entegre raporlamalara bırakıyor. İş dünyasının salt hissedarlarına karşı sorumluluğu olması fikrinin yerini paydaş sorumluluğu alıyor. Gün geçtikçe şirketlerin yalnızca finansal raporlar üretmeleri düzenleyici kuruluşlar tarafından da yeterli görülüyor. Avrupa’da, “Finansal Olmayan Raporlama” zorunluluğu büyük ölçekli şirketlere çoktan getirildi. Bundan böyle, başta yatırımcılar olmak üzere tüm bileşenler riski entegre bir konu olarak ele alıyor, herhangi bir şirketin sosyal fayda yaratımının kısa ve uzun vadede etkisini finansallar kadar önemli görüyor ve takip etmek istiyor.

## A) Küresel Raporlama İnisyatifi (GRI)

Raporlamaya giriş için en doğru kaynağın GRI (Global Reporting Initiative - Global Raporlama İnisyatifi) olduğu düşüncesindeyim. Her şirket ve sektör için kolay, takip edilebilir ve adım adım uygulanabilir bir kaynak sağlıyor. Aynı zamanda Türkiye’de de bu alanda çalışan farklı eğitim ve sertifikasyonlara sahip uzmanlar da bulunuyor. Raporlama, uçsuz bucaksız bir alan, bilgi edinip odaklanılacak etki alanına karar verdikten sonra dışarıdan daha karmaşık görünen, ancak

“Her şeyi unutabilirsiniz ama iletişimi asla unutmayın! İlk basamaktan itibaren adımlarınızı hangi amaçlarla attığının hikayesini anlatamazsanız tüm çabanızın boşa gitmesi kaçınılmaz olacaktır”

üzerinde çalıştıkça anlaşılır kılan, entegre raporlama sistemlerine başvurabilirsiniz.

## B) Entegre Raporlama Ağı (ERTA)

Türkiye’de oldukça aktif olan ve Avrupa’da da örnek adımlarıyla takdir gören ERTA (Entegre Raporlama Ağı) da Türkiye’deki şirketler için büyük bir fırsat sunuyor. Odak noktası finansal, finansal olmayan ve sürdürülebilirlik raporlarını bir çatı altında toplayarak entegre düşünce yapısını teşvik etmek. Raporlama dünyasında oldukça yeni bir yaklaşım olmasına karşın dünyanın önde gelen birçok şirketi tarafından benimsenmeye ve uygulamaya konulmaya başlandı.

## 9 Sosyal Faydanızı Konuşun!

Her şeyi unutabilirsiniz ama iletişimi asla unutmayın! İlk basamaktan itibaren adımlarınızı hangi amaçlarla attığının hikayesini anlatamazsanız tüm çabanızın boşa gitmesi kaçınılmaz olacaktır. İçeride çalışma arkadaşlarınızdan başlayarak bütün süreci öyküleştirerek anlatın. Öykünüzün içinde sürecin sonunda ulaşmak istediğiniz resim de olsun. Dinleyicilerin ortaya konulan sosyal fayda vizyonunu anlamaları ve hayal edebilmeleri gerekiyor. Çalışanlar başta öyküye

inanmıyor veya eksik buluyorsa bilin ki hikaye örgüsünün eksik kalan yönlerine eğilmeniz gerekiyor. Bu konuda etkili olunabilmesi için içeride ve dışarıda iletişim markaları yaratabilirsiniz. Oluşturacağımız iletişim markaları ve hikayeleriyle hafızalarda yer edinir. Unutmayın ki bugün aklınızda yer eden çoğu marka ve şirket, kalplerinizi güçlü bir hikaye örgüsünü güçlü bir iletişim kampanyası ile destekleyerek kazanmıştır. İletişimin gücünü asla küçümsemeyin ve sosyal fayda yaratım sürecinin stratejisinde başat bir konu olarak ele alın.

## 10 İyileştirin Gelştirin!

Sonlandırmadan önce bu döngünün sürekli iyileşen ve gelişen bir ekosistem olduğunu hatırlamakta yarar var. Danıştığımız paydaşlarımızla düzenli aralıklarla bir araya gelerek sosyal faydanızı ve etkinizi sürekli olarak tartışmaya açın. Paylaşımları beslemek adına farklı kanallar ve etkinlikler yaratın. Başarınızı, eksik gördüğümüz yönleriyle birlikte yıllar içerisinde beraberce inşa edin. Önceliği artan konulara ilişkin hızlı geribildirimler alın ve stratejinizi ideal olarak üç yılda bir yenileyin. Altın cümle/anahtar şudur ki **şirketinizin neden ve niçin var olduğunu tekrar keşfedin!** Tarihi boyunca yarattığı sosyal etkiye bakarak ve geleceği de düşünerek şirketinizin, yeryüzünde “anamlı” bir yer kaplamasını sağlamaya çalışın. Sosyal Fayda’yı şirketinizden bağımsız değil, her adımınızı dahil ederek bir stratejiye dönüştürün, içselleştirin ve hızla uygulamaya geçirin. Kazanımlarınızı çalışanlarımız, operasyonumuz; ülkeye-toplumla katkımız ve ürün/hizmetlerimizle duyurun. Alanımızdaki eforunuzu birbirine kenetlenen samimi bir değer zinciri ile yaratın. Ortaya koyduğumuz hedeflerinizi ölçün ve raporlayın. Öykünüzü herkesle paylaşın ve elbette, sürekli olarak iyileştirip geliştirmeye devam edin. ○



## Niye Eğitimde Sürdürülebilirlik Felsefesine İhtiyacımız Var?

**Soruya,** ABD Senatörlerinden Robert Kennedy 8 Mart 1968'de Kansas Üniversitesi'ndeki konuşmasında tarihi bir cevap vermişti: "Çünkü... Gayri Safi Milli Hasıla çocuklarımızın sağlığını, eğitimin kalitesini veya oyunlarının keyfini ölçemiyor."

Üzerinden 53 sene geçmesine rağmen, hâlâ ekonomik büyüme odaklı sistemin, eğitim üzerindeki izdüşümü nedir diye baktığımızda şunları görebiliyoruz:

- Okul teknik konularda uzman olma yeri; toplum ve ekoloji öğrenme yeri değil,

- Gelenekseli öğrenme yeri değil,
- Eğitim sistemi dünyamın her yerindeki insanlara aynı kaynaklarla verimliliği artırmayı öğretmeyi hedefliyor; kendi yaşam alanlarındaki kaynakları kullanarak değil,
- Bu yolla eğitim sistemi, gerçek olmayan bir kâh ve rekabet yaratıyor,
- Çocuklar sadece kendi yaş grubu ile toplanarak, işbirliğini değil, rekabeti öğreniyor,
- Çocuğun eğitiminden kim sorumlu olmalı? Belli değil...

Gerçeğimiz şu ki, *günümüzün problemleri mevcut bakış açıları ve teknolojiler ile çözülemez.* Bizi yarımlara taşıyacak gençlerin farklı düşünme, hissetme ve yaratma güçlerine ihtiyaç var.

### Eyleme Geçmek, Korkuya Çare Olabiliyor

"Yarımlar için Cumalar" (Fridays for Future) eylemleri ile okula gitmeyerek, büyüklerin iklim ve gezegeni korumak yolunda sorumsuzluklarını protesto eden Greta ve arkadaşları hepimize cesaret ve duruşları ile şapka çıkartsalar da esasında gençlerin bu problemler konusunda oldukça endişeli ve korkulu

olduklarını görüyoruz.

Bu konuda İsveç Örebro Üniversitesi'nden iklim değişikliği ve genç bireyler üzerine çalışan psikolog **Maria Ojala** çocukların duyduğu korkunun umutsuzluğa dönüşmemesi için çalışmanın; korkuları ile yapıcı bir şekilde baş edebilmeleri için kolektif eyleme geçmelerine destek vermenin; yerel kuruluşlarda veya okullarında gönüllü olmaya yönlendirilmelerinin önemine dikkat çekiyor.

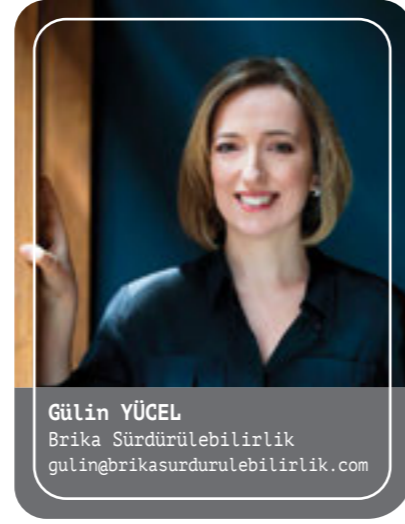
Diğer bir öneri de **İklim Psikiyatri Birliği (CPA)** kurucusu **Dr. Lise Van Susteren**'den. Sorun hakkında konuşmanın ve çözüme odaklanmanın altını çizen Dr. Van Susteren, aile veya bir birey olarak karbon ayak izinizi azaltmak için attığımız adımların üzerinde durulmasını, yeni fikirler üretilmesini ve tüm ailenin kişisel seçimlerine dikkat etmesini öneriyor. Büyüklerin rol modelliği bu konuda da çok önemli.

### Eğitimciler Olarak Neleri Bilmeli ve Düşüneliyiz?

Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi (Gündem 2030) kapsamındaki dördüncü hedef (Sürdürülebilir Kalkınma Amacı 4 (SKA 4) - Nitelikli Eğitim) herkes için kapsayıcı ve nitelikli eğitimin başarılması, eğitimin sürdürülebilir kalkınma için en güçlü ve denemiş araçlardan biri olduğuna dair inancı yeniden vurgular.

SKA 4'in alt indikatörlerinden olan 4.7 ise, 2030'a kadar sürdürülebilir kalkınma için gerekli bilgi ve becerilerin edinilmesi; bunun içerisinde sürdürülebilir yaşam tarzları, insan hakları, cinsiyet eşitliği, barışçıl ve şiddetten uzak kültür, küresel vatandaşlık, kültürel çeşitliliğe destek ve kültürün kalkınmaya yönelik geliştirilmesini içerir.

Bu kapsamda **eğitim kurumlarının**



*kendi hedefleri arasında bu başlıklara yönelik eğitim ve beceri geliştirmeleri bekleniyor.*

### Sürdürülebilirlik Eğitiminin Zorlukları Neler?

Öncelikle kavramlar belirsiz ve eğitim için standartlar henüz oluşmamış durumda. Tüm disiplinler arası etkileşim, bütünleşme ve entegrasyonlar kurulmalı ancak "birbirine bağlılık" ilişkisini kurmak zor.

Ötesinde gerçek etki için eğitimin tüm paydaşları (öğrenci - eğitmen - veli eksenini gibi) kapsayıcı şekilde yaygınlaştırılması gerekli.

Ölçümler nasıl olacak, henüz tam olarak o da belirli değil. Bununla birlikte ABD Eğitim Bakanlığının **Yeşil Kuşak Okullar Projesi'nde** başarılı olan yöntemler şöyle sıralanmış:

- Sürdürülebilirliğin tüm müfredata entegre olması,
- Organizasyonel kültür ve değerlerle birleştirme yapılması,
- Müfredatta esneklik sağlanması,
- Kampüslerde sağlık ve iyi yaşamın öne çıkarılması,
- Sürdürülebilirliğin tüm okul karar mekanizmasının içerisine sokulması,
- Daha az proje ile daha etkin uygulama yapılması,
- Topluluk ilişkilerinin geliştirilmesi,

- Öğretmenler için profesyonel gelişim desteği sağlanması,
- Müfredatta problem çözme konusunun vurgulanması.

### Sürdürülebilirlik Eğitimi Hangi Alanlarda Başarı Yaratıyor?

Cambridge Üniversitesi'nde 12-18 yaşları arasında yapılan bir araştırmaya göre, ortaöğretimde verilen sürdürülebilirlik eğitiminin, müfredatta derinlik kazandırmasının yanı sıra, öğrencilerin katılımını artırdığı ve öğrencilere gezegenin yaşadığı büyük sorunlar ve gelecek için kritik düşünme becerisi sağladığı ortaya çıkmış. Araştırmanın temel bulguları şöyle:

- Gençlerin küresel konulara ilgilerini geliştiriyor.
- Oy verme potansiyelini artırıyor.
- Sürdürülebilir kalkınmada mühendisliğin rolünü ortaya çıkararak, mühendislik branşlarına yönelik ilgiyi büyütüyor.
- Öğrenciler güncel konular hakkında bilgi sahibi olduklarını ancak sürdürülebilirlik gündemini az bildiklerini, bu

konuda daha fazla şey öğrenmek istediklerini belirtmişler.

- Yarışma ve oyunlar, öğrenmeyi olumlu etkiliyor.
  - Eğitim sonrası geri dönüşler beklenenin üzerinde olumludur.
- Bizler de bu kazanımların çoğunu 2014 senesinden beri üniversite seviyesinde

"Çünkü gittikçe daha karmaşık bir yer olan dünyamızda, öğrencilerin farklı tip düşünme, problem çözme ve karar verme yeteneklerini geliştirmemiz çok kritik. Çevresel problemlerimize dur dememiz ve acilen çözümlere ağırlık vermemiz, kapsayıcı ve rahat bir yaşam düzenine geçmemiz eğitilmiş ve motive gençlerin bu konular etrafında çalışmalarını mümkün"

ve 2017 senesinden beri lise seviyesinde verdiğimiz **eğitimlerde** gözlemlemekteyiz.

### Özetle, Niye Sürdürülebilirlik Eğitimleri Önemli?

Çünkü gittikçe daha karmaşık bir yer olan dünyamızda, öğrencilerin farklı tip düşünme, problem çözme ve karar verme yeteneklerini geliştirmemiz çok kritik. Çevresel problemlerimize dur dememiz ve acilen çözümlere ağırlık vermemiz, kapsayıcı ve rahat bir yaşam düzenine geçmemiz eğitilmiş ve motive gençlerin bu konular etrafında çalışmalarını mümkün.

Ötesinde, gelecekteki fırsatlar ve işler burada. Sürdürülebilirlik ekonomisi 2030'a kadar 380 milyon yeni iş tanımlıyor. Bunlar farklı disiplinleri içinde barındıran, yaratıcılık ve sürdürülebilirlik felsefesinin sentezi ile ortaya çıkmış işler olacak.

Gençler geleceğimizi; geleceğimizi ise gençler... Eğitim ise gençleri geleceğe bağlayacak en temel bakış konumuz olmalı. ○



## Gençler Gelecekleri için Harekete Geçiyor

22 Mayıs'ta gerçekleşen ve bine yakın gencin takip ettiği İzmir Gençlik Zirvesi, üniversiteli gençlerin organizasyonunda, üniversiteli gençlerle konuşmak üzere gerçekleştirildi. Zirveyi düzenleyen İzmir Gençlik Zirvesi Koordinasyonu EKOIQ için yazdı.

**Akademik** ve evrensel değerleri benimseyen üniversite öğrencileriyle geleceğe dair söylemler geliştirmek üzere İzmir Gençlik Zirvesi olarak bir yolculuğa başladık. Bu yolculuk sözlerimizin gerçeğe ulaştığı güne dek önemli bir mücadele serüveni olacak ancak gelecek inşasının öncelikle doğa ve kaynak temelli olacağını mutlak bir gerçeklik olarak görüyoruz.

Bugün Avrupa Birliği'nin ortaya koyduğu Yeşil Mutabakat, Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma hedefleri gibi evrensel çalışma niyetlerini referans olarak alıyoruz. Konuştuğumuz konu başlığı her ne olursa olsun sürdürülebilir bir döngüsellik barındırmalı. Bizlerle birlikte tüm canlılara yuva olan dünyamız bizlerin hataları sonucunda kaynaklarını yitirmeye başladı. Yakın geleceğin gıda ve su krizlerine şahit olacağını bilimsel araştırmalar sonucunda görmek, biz gençleri gerçek anlamda endişelendiriyor. Vakit kaybetmeden sorumluluklarımızı öğrenmeli ve buna yönelik çalışmalar ortaya koymalıyız dedik ve harekete geçtik.

Bu kapsamda ilk zirvemizi 22 Mayıs tarihinde [Su, Ekoloji ve Sürdürülebilir Kentleşme](#) başlığı ile gerçekleştirdik. İzmir Büyükşehir Belediyesi (İBB), Kent Konseyi, Yeşil Gelecek Derneği, Kentsel Stratejiler ve Yerel Uygulamalar Derneği (Kent-Lab), Genç İzmir gibi paydaşların katkılarıyla daha anlamlı bir çalışma ortaya çıkarıldı. İzmir Büyükşehir Belediyesi Başkanı Tunç Soyer'in açılış konuşmasıyla başlayan zirve, İZSU Genel Müdürü Aysel Özkan, Su Yönetimi Uzmanı Dr. Akgün

İlhan, Çevre Aktivisti Özge Doruk, Kent-LAB Yönetim Kurulu Başkanı Gökçen Kunter ve Peyzaj Mimarı Dr. Pinar Pamukçu-Albers'in oturumlarıyla devam etti.

Su yönetimi, çevre aktivizmi, iklim değişikliği ve doğa tabanlı çözümler üzerine fikirler ortaya konuldu. [11 Büyükşehir Belediyesinin İzmir'de imza attığı Su Forumu Manifestosu](#) bizim adımıza önemli bir yol haritası oluşturdu. Online gerçekleştirilen zirvemize 18-34 yaş aralığında 960 arkadaşımız izleyici olarak katılım gösterdi, %55 gibi bir oranla kadın katılımcıların bir adım önde olduğunu görmek çok değerliydi. Demografik yapıya bakacak olursak ulusal çapta konuya ilgi duyan arkadaşlarımızın etkinliğe değer kattıklarını söylemek mümkün. İzmir başta olmak üzere katılımcıların büyük çoğunluğu İstanbul, Ankara, Adana gibi büyükşehirlerden katıldılar. Verilerimize baktığımızda Almanya'da hatırı sayılır bir kitlenin zirveye katılım gösterdiğini görüyoruz. Bu evrensel bir dil iddiası ile yola çıkan ekibimiz adına keyifli bir dönüş oldu.

Zirve sonucunda ortaya konulan [Sürdürülebilir Kentleşme Manifestosu](#)nda, kısa ve uzun vadede yapmak istediklerimizi, taleplerimizi ortaya koyduk. Burada yer alan maddeleri etap etap hayata geçireceğiz. Şu an "Mavi Kampüs" dosyasını hazırlıyoruz: Temiz suya rahat ulaşılan, gri su yönetimini doğru planlanmış ve dönüşüme önem veren kampüsler yaratmak zorundayız. Geleceği yönetmeye aday gençlerin bulunduğu alanlar bu dönüşüme öncülük etmesi gerektiğine ve burada



samimi işbirliklerinin kurulacağına inanıyoruz. Örneğin, kampüslerimizde şişelenmiş su satışının planlı bir şekilde azaltılması gerekiyor. Sadece atık sürecinden dolayı değil, temel insan hakkı olan temiz suya ulaşımın önemini ve doğal kaynaklarımızın özelleştirmesine karşı bir tavır ortaya konulması gerektiğini düşünüyoruz. Tarımda yanlış sulama, kentsel peyzaj çalışmalarında yanlış bitkilerin tercihi, farkında olmadığımız günlük alışkanlıklarımızın su tüketimine olumsuz etkileri... Her alt başlığı detaylı bir inceleme sonucunda planlama sürecine taşınmamız gerekiyor. İBB'nin göstermiş olduğu tevazu bizlere olumlu bir enerji veriyor, sözlerimizin değerli olduğunu hissediyoruz. Bu çalışmaların yanı sıra şu an ikinci zirvemizin çalışmalarını yürütüyoruz. Yeşil Mutabakat ve Sürdürülebilir Kalkınma başlığı ile düzenleyeceğimiz zirvede daha kapsamlı bir çalışma ortaya çıkacak. Oturumlarda uluslararası konuklarımız olacak, bu heyecanımızı duyuru sürecinde sizlerle paylaşacağız. Pandemi sürecinde online çalışmalar bizlerin de bunalmasına neden oldu, en büyük temennimiz Eylül ayında yüz yüze bir zirve gerçekleştirmek. Bazı çalışmalarımızı uluslararası diyalog süreçleri olduğu için şimdilik paylaşmıyoruz ama sürdürülebilir bir gelecek adına kapsamlı çalışmalarda bir araya geleceğimize yürekle inanıyoruz. ○

## İyi Bak Gıdانا

**Bu** EKOIQ'da yayımlanan ikinci yazım. İyi Bak köşemin ilk yazısına, yeni başlangıçların sihriyle çok inandığımı söyleyerek başlamıştım ve ilk yazımı "İyi Bak Dünyana" hareketine ayırmıştım. Zira, bu hareket, felsefi duruşu kadar, eyleme çağırın potansiyeli ile de daha geniş kesimlerce duyulmayı ve benimsenmeyi hak ediyor.

İyi Bak Dünyana, Kale Grubu tarafından geçtiğimiz aylarda başlatılan, dünyayı daha iyi bir yer yapmak için her bireyin kendi etki alanında yapabileceği bir şeyler olduğunu savunan bir hareket. Bu sayıda "İyi Bak Gıdانا" diyeceğim.

Dünyanın sanat ve tasarımla daha iyi bir yer olacağına inanan ve bu vizyonla sürdürülebilir yatırımlara imza atan Kale Grubu, entelektüel derinliğe ve birikime sahip fikirleri buluşturmak üzere Karaköy'de Kale Tasarım ve Sanat Merkezi'ni (KTSM) hayata geçirdi. Bu ay KTSM, sıra dışı bir sergiye ev sahipliği yapıyor. **Tarım ve Orman Bakanlığı işbirliğiyle Gıdانا Koru kampanyası kapsamında gıda israfı sorununa dikkat çeken bu sergi, Avusturyalı sanatçı Klaus Pichler'in "Çöpe Atılmak İçin Yetiştirilmiş"** (Grown for a Bin) sergisinin Türkiye'deki ilk durağı.

Malum, gıda israfı, küresel sorunların başında geliyor. Böyle söylenince son derece soyut, uzak ve "öteki" gelen bu konu, sergideki fotoğraflara baktığımızda bir o kadar çarpıcı, sarsıcı ve iç acıtıcı bir hale bürünüyor. **Sanat, her zaman ruhu doyurmak için değil; bazen de kıskırtmak, rahatsız etmek, huzursuz etmek, harekete geçirmek için.**

Bu fotoğraflar tam da bu etkiyi yaratıyor. Dünyanın dört bir yanında üretilen önemli miktarda gıdanın kilometrelerce yol katetmesine rağmen, sofralara yetişemediğine dikkat çekiyor. Her eser ayrı bir hikaye anlatıyor.

Çürüme süreci başlamış ve artık yenilemeyecek durumda olan gıdaların gösterildiği fotoğrafların tamamı dünyanın dört bir yanında yetiştirilip süpermarketlerde satışa çıkarılan ürünlerden oluşuyor.

Fotoğraflanan gıda ürünleri, sofralarımızdaki süt ve süt ürünlerinden, et ve bakliyata, meyve, sebze, tatlı ve egzotik tatlılara uzanan geniş bir yelpazeye sahip. Çoğunu süpermarketlerden alarak fotoğraflarını çeken Klaus Pichler, çekimler sonrasında ürünleri çürütmeye ve imha etmeye bıraktı.

Tüketicilerin bilmeden gıda israfında bulduklarına ve israfın daha çok istenmeyen bir yan etki olarak ortaya çıktığına tanık olan Pichler, çektiği fotoğraflarla tüketicilerin fütursuzca ve farkında olmadan yaptıkları gıda israfını gözler önüne sererek konuya dikkat çekmeyi amaçlıyor. Çilekten süte, ekmekten ananasa kadar farklı ürünlerden oluşan 32 eser, dünyada gıda israfının boyutunu ortaya koyuyor.

### Gıda İsrafına Dur De!

Bundan 10 yıl önce, her yıl, dünyadaki gıdanın yaklaşık üçte birinin kaybolduğu veya israf edildiğinin ortaya koyulduğu günden bu yana, konunun farklı paydaşları bu gidişata dur demek için çalışıyor. Küresel bir araştırmaya göre,



**Zeynep ÖZLER**  
Kale Grubu Kurumsal  
İletişim Müdürü  
Zeynepozler@kale.com.tr

dünya genelinde israf edilen gıdanın toplamı 40 tonluk 23 milyon kamyon dolusu yiyeceğe karşılık geliyor. Ve bu kadar kamyonun uzunluğunun, dünyanın çevresini 7 kez dolaşacağı hesaplanıyor.

Oysa gıda kaybını ve israfını azaltmak mümkün ve bu noktada herkesin üzerine düşen bir sorumluluk var. **Bugün baktığımızda gıda israfının %61'i evlerde gerçekleşiyor.** Durum böyleyken, evlerimizde bu durumu iyileştirmek için atacağımız adımlar, alışkanlıklarımızda yapacağımız küçük değişiklikler, çok daha büyük sonuçlar elde edilmesinde kelebek etkisi yaratabilir. **Bu kapsamda, evlerin mutfaklarında başlayacak mikro değişimler, makro etkiyi tetikleyebilir.**

Sorumun değil, çözümün bir parçası olmayı tercih eden herkesi sergiyi ziyaret etmeye çağırıyorum. Küresel açlık bu kadar artmışken ve bu soruna neden olanlar en az sorumluluk sahibi iken, iş dünyasına da çağrıda bulunmak istiyorum. Herkes kendi evinde, sektöründe, faaliyet alanında, tedarik zincirinde bu konuya el atmalı...

Bir çağrım da gençlere... Dünyayı değiştirecek olan kadim bilgilerin varlığı ve gençlerin enerjisi. Bu serginin bir tetikleyici olması önemli. Gıda israfı üzerine daha fazla düşünüp bunu kendi hayatımızdan başlayarak uygulamak için... ○

# 2020'de 30 Milyon İnsan Afetler Nedeniyle Yer Değiştirdi

2020 yılında afet ve çatışmalar nedeniyle toplam 40,5 milyon yerinden edilme vakası yaşanmış. Bu rakam, raporlamanın yapıldığı 10 yıldaki en yüksek rakam. 2020 yılında afetler nedeniyle yer değiştirmeler, çatışmalar nedeniyle yer değiştirmelerden üç kat daha fazla. Şiddet ve çatışma nedeniyle 9,8 milyon, afetler nedeniyle 30,7 milyon yer değiştirme yaşanmış.

Ömer Burak TEK

**Afetler,** çatışmalar ve iklim değişikliği nedeniyle ülke içinde yerinden olan kişilere dair veriler toplamak ve uygulanan politikalara katkı sunmak amacıyla 1998 yılında İsviçre'de kurulan Ülke İçinde Yerinden Edilme İzlem Merkezi'nin (IDMC) 2021 [Ülke İçinde Yerinden Edilmeye İlişkin Küresel Raporunda](#) önemli bulgular yer alıyor. Rapora göre, 2020 yılında afet ve çatışmalar nedeniyle toplam 40,5 milyon yerinden edilme vakası yaşanmış. Bu rakam, raporlamanın yapıldığı 10 yıldaki en yüksek rakam. 2020 yılında afetler nedeniyle yer değiştirmeler, çatışmalar nedeniyle yer değiştirmelerden 3 kat daha fazla. Şiddet ve çatışma nedeniyle 9,8 milyon, afetler nedeniyle 30,7 milyon yer değiştirme yaşanmış. Bunların 30 milyonu yalnızca havaya bağlı afetler nedeniyle göç edenlerden oluşuyor.



2020 yılı hareketliliğinde Doğu Asya ve Sahra Altı Afrika ülkeleri başı çekiyor. Küresel hareketliliğin %30,3'ü Doğu Asya ülkelerinde gerçekleşmiş. Kendi içinde en stabil bölge ise %0,8 ile Avrupa ve Orta Asya bölgesi. 2020 yılı içinde afet nedeniyle yerinden edilmelerin en fazla olduğu ülkeler sırasıyla Çin, Filipinler ve Bangladeş; Çin'de 5,1 milyon Filipinler'de ise 4,4 milyon.

## Önceki Yıllarla Kıyasladığımızda Durum Ne?

Halihazırda dünya genelinde ülke içinde yer değiştirmek zorunda kalan toplam 55 milyon kişi bulunuyor. Şiddet ve çatışma nedeniyle yer değiştirenlerin sayısı, afetler nedeniyle evini terk edenlerin yaklaşık 7 katı. Şiddet nedeniyle 48 milyon kişi, afetler nedeniyle 7 milyon kişi yer değiştirmiş. Şiddet ve çatışma nedeniyle yerinden edilen kişi sayısının en çok olduğu ülkeler sırasıyla Suriye, Kolombiya, Yemen ve Afganistan. Yerinden edilen topluluklar arasında savunmasız grupların sayısı hiç de az değil. Evini terk etmek zorunda kalan 20,7

milyon kişi 0-15 yaş grubu arasında. 65 yaş üzerinde ise bu rakam 2,6 milyon. Kişileri yer değiştirmeye zorlayan afet türlerinde ilk üç sırada kasırgalar, seller ve orman yangınları bulunuyor. Kasırga nedeniyle 14,6 milyon kişi evlerini terk etmiş. Kuraklık ve aşırı sıcaklık nedeniyle evlerini terk eden kişi sayısı ise 78.000 kişi.

Raporda ülke içi hareketliliğe ilişkin bölgesel bazlı bulgular da var. Geçtiğimiz yıllardan bu yana şiddet ve çatışma nedeniyle en hareketli olan ülkeler Suriye, Kongo ve Kolombiya. Sıralamayı Yemen, Afganistan ve Somali takip ediyor. Suriye'de evlerini terk etmek zorunda kalan kişi sayısı 6,6 milyon. 2020 yılında ise Kongo, Suriye'nin önüne geçmiş. Şiddet ve çatışma nedeniyle yer değiştirmenin en fazla olduğu ülkeler 2020 yılında sırası ile Kongo, Suriye ve Etiyopya. 2020 yılında afetler nedeniyle yerinden edilme oranı en yüksek olan ülkeler Afganistan, Çin ve Pakistan. Sıralamayı Etiyopya, Sudan ve Pakistan takip ediyor. Afganistan'da evlerini terk eden kişi sayısı 1,1 milyon. 2020 yılın-

da İran, Tunus ve Mısır'daki sel; İsrail, Lübnan ve Suriye'deki orman yangınları ve Cezayir ile İran'daki depremler toplam 341 bin yeni yerinden edilmeye neden olmuş. Bu sayı son on yılda bölgede kaydedilen en yüksek sayıya karşılık geliyor.

Afetlerden hemen sonra yer değiştiren kişilerin çoğunun evlerine döndüğüne dair yanlış bir ön kabul bulunuyor. Gerçekte ise durum sanıldığından daha karmaşık ve araştırılmaya muhtaç. 2020 yıl sonu itibarıyla Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgelerinde evlerini terk eden kişi sayısının en fazla olduğu ülkeler Suriye ve Yemen. Zorla yer değiştiren kişi sayısı Suriye'de 6,6 milyon, Yemen'de ise 3,6 milyon. Afganistan'da ise ABD ile Taliban arasında Şubat ayında tüm yabancı birliklerin geri çekilmesi ve ateşkes anlaşmasının imzalanması da sonuç vermemiş. 2020 yılı içinde 404 bin yeni yerinden edilme gerçekleşmiş.

2020 yılının ilk yarısında Libya'nın bazı bölgelerinde çatışmalara son vermek amacıyla taraflar arasında ateşkes imzalanmış. Trablus ve Tarhuna'da 148 bin yerinden edilmiş kişinin evlerine dönmeye izin verilmiş. Irak'taki çatışmaların azalması da yeni yerinden edilen kişilerin sayısında azalmaya yol açmış. 2020 yılında evini terk edenlerin sayısında 2019'a kıyasla %21 oranında

azalma mevcut. Yıl boyunca, Irak'ta yaklaşık 235 bin kişinin evine döndüğü kaydediliyor.

## Celelim Ekonomik Sonuçlara

2020 yılında ülke içinde yerinden edilmenin ekonomik etkisi 20,5 milyar dolar. Bu devasa rakam hesaplanırken kişilere barınma, eğitim, sağlık ve güvenlik için gereken desteğin maliyeti dikkate alınmış.

18 ülkeden alınan verilere göre dünya genelinde yerinden edilen tek bir kişinin ihtiyaçlarını karşılamak için gereken bir yıllık ortalama harcama miktarı 370 dolar. Bu miktar ülkeler arası ihtiyaç farklılıklarından dolayı 100-800 dolar arasında değişebiliyor. Etki boyutuna göre yerinden edilmenin getirdiği mali yükün başında sırasıyla geçim kaynakları, barınma ve sağlık ihtiyaçlarının karşılanması geliyor.

## COVID-19 Pandemisi ile Artan İhtiyaçlar ve Yeni Riskler...

Covid-19'un yayılmasına eşlik eden karantinalar ve ekonomik gerileme, yerinden edilmiş birçok insanın zaten mücadele ettiği mali zorlukları yoğunlaştırmış. Özellikle Afganistan ve Irak'ta yerinden edilmiş kişiler yoksullukla başa çıkmak amacıyla olumsuz stratejiler geliştirmiş. Hükümetin kısıtlamalarına ay-

kırı olarak çalışmaya devam etme, daha fazla borca girme, çocuk işçiliği, varlıklarını satma mecburiyeti vb. Yerinden edilmiş kişilerin barındığı koşullarda sosyal mesafeyi korumak imkânsız. Yemen'de yapılan çalışmada evini terk edenlerin %45'i, yerinden edilmemiş kişilerin %30'una kıyasla daha fazla semptom yaşamış.

## Peki İklim Krizi Ülke İçi Hareketliliği Ne Ölçüde Etkiliyor?

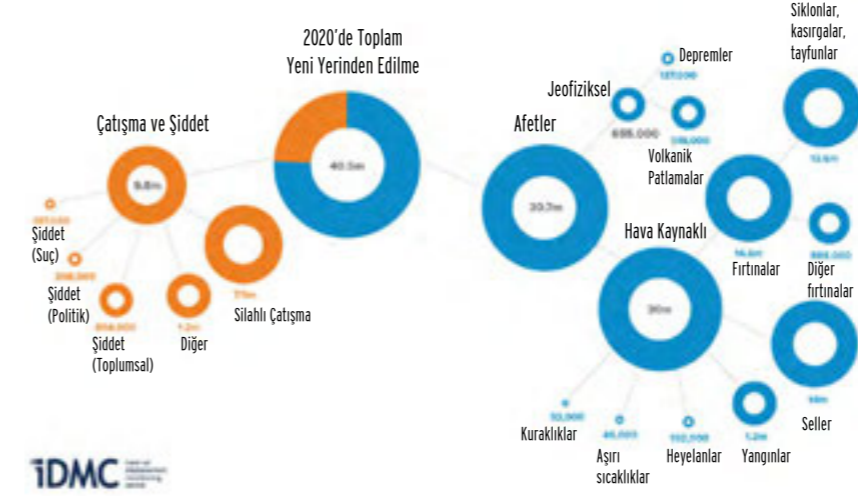
İklim değişikliğinin bazı bölgelerde belirli tehlikeleri daha sık ve yoğun hale getirdiği kanıtlanmış. Ancak iklimin yerinden edilmeyi artırması konusu henüz inandırıcı bir şekilde ölçülmemiş. İklim krizinin yavaş başlangıçlı etkileri, farklı ve dolaylı yollardan yerinden edilmeye sebebiyet veriyor.

Birkaç örnek vermek gerekirse;

- Küresel ortalama deniz seviyesinin yükselmesi toprak kaybına ve yerinden edilmeye neden oluyor.
- Kıyı ekosistemlerinin bozulması insanları ani başlangıçlı olaylara karşı savunmasız bırakıyor ve yerinden olma ile sonuçlanabiliyor.
- Aşırı sıcaklıklar nedeniyle toprağın veriminin azalması çiftçilerin geçim kaynaklarını yok ederek yerinden edilme riskini artırıyor.

Raporda benim en çok dikkatimi çeken husus 2020 yıl sonu itibarıyla afetler nedeniyle yerinden edilme sayısı çatışmalar nedeniyle yerinden edilme sayısından 3 kat daha fazla oluşuydu. Afetler nedeniyle 30,7 milyon yer değiştirme yaşanmış. Görünen o ki kurumların afet risklerinin azaltılmasına yönelik çalışmalarını yetersiz kalıyor. Özellikle çatışma ve şiddetin fazla olduğu yerlerde afetlerin etkisi çok daha yıkıcı olabiliyor. Suriye, Yemen ve Afganistan gibi ülkeler savaş ve afetlerin eş zamanlı çarpıştığı zorlu ülkeler arasında dikkat çekiyor. Bu ülkelerde milyonlarca insan aidiyet duymadıkları silahlı güçler arasındaki şiddet ve çatışmaların bedelini evlerini terk ederek ödemek zorunda bırakılıyor. ○

## 2020'de Yerinden Edilmeler



# Allianz Motto Hareket, Tüm Çocukları Harekete Çağırıyor

Allianz Türkiye'nin, Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV), Ege Çağdaş Eğitim Vakfı (EÇEV) ve Koruncuk Vakfı işbirliğiyle 2018 yılından bu yana devam eden kurumsal sosyal sorumluluk programı [Allianz Motto Hareket](#), birbirinden eğlenceli egzersiz videolarıyla bu yaz çocukları hem mental olarak hem de bedenleri daha iyi hissettirmek için YouTube'da olacak. 25 Haziran'dan itibaren hem Allianz Türkiye'nin hem de işbirliği yapılan STK'ların YouTube kanallarında, yaz boyunca her cuma yeni bir bölümle açık kaynak olarak yayımlanacak video serisiyle, Türkiye'nin dört bir yanından daha fazla çocuğun spor ve sağlıklı yaşam kültürünü benimsemesi amaçlanıyor.

Ortaoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) Beden Eğitimi ve Spor Bölümü akademisyenlerinden Prof. Dr. Mustafa Levent öncülüğündeki uzman ekibin danışmanlığında hazırlanan videolar; "Allianz Motto Hareket ile Isınma ve Soğuma", "Eğlenceli Oyunlar", "Hedef Koyma ve Ölçme", "Kardiyo ve Ritim", "Kas Kuvveti", "Esneklik", "Çeviklik", "Denge" ve "Nesne Kontrolü" olmak üzere toplam dokuz temadan oluşuyor. Farklı oyun ve spor dallarıyla zenginleştirilmiş videolar, kapalı alan ve açık alanda gerçekleştirilebilecek fiziksel aktiviteleri içeriyor.

## "Hedefimiz Tüm Türkiye"

Allianz Türkiye Kurumsal İletişim, Kurumsal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Grup Başkanı Berna Özdemir programla ilgili olarak "TEGV, EÇEV ve Koruncuk Vakfı işbirliğiyle 2018 yılında başlattığımız programımızla 3 sene içerisinde 21 ilden 3 bin çocuğa eğitim

verdik. Paydaşlarımızın ve hedef kitlemiz olan gelecek nesillerin görüşlerini alarak tasarladığımız Allianz Motto Hareket ile daha fazla çocuğun hem fiziksel hem de mental gelişimine katkı sağlamayı hedefliyoruz. ODTÜ Beden Eğitimi ve Spor Bölümü işbirliğiyle hazırlanan video serimiz sayesinde STK'lar bünyesinde verdiğimiz eğitimleri açık kaynak olarak tüm Türkiye'nin kullanımına sunuyoruz. Daha fazla çocuğun hayatına değer katacak olmaktan mutluluk duyuyoruz" dedi.

## Eğitimler Pandemiye Dijital Mecralara Taşındı

Allianz Motto Hareket programı, 2018-2020 yılları arasında, işbirliği yapılan üç STK'nın yerleşkelerinde gönüllü eğitimci aracılığıyla uygulanmıştı. Pandemi döneminde dijital sınıf ortamına uygun olarak yeniden yazılan eğitim içeriğiyle uzaktan eğitime adapte edilen Allianz Motto Hareket, TEGV ve EÇEV'in dijital platformlarında uygulanmaya devam ediyor. İnternet erişimi olmayan çocuklar uygulamalara TEGV EVDE dergisi aracılığıyla ulaştırılan Allianz Motto Hareket kartlarıyla katılıyor. Tüm yaz boyunca her cuma YouTube üzerinden açık kaynak olarak yayımlanacak videolarla ise tüm çocuklar harekete davet ediliyor.

## 10 Temel Hareket Becerisinde Gelişim Hedefleniyor

Programın çocukların hayatına kattığı değeri ve sosyal etkiyi ölçümlemek için

ODTÜ Beden Eğitimi ve Spor Bölümü akademisyenlerinden Prof. Dr. Mustafa Levent İnce, Dr. Koray Kılıç ve Serap Sarıkaya tarafından yürütülen kapsamlı bir rapor hazırlandı.

Rapora göre; uygulama sürecinde, gönüllü eğitimci, yöneticiler ve velilerden, katılım memnuniyeti, öğrenme ve uygulamaların yaşama aktarımıyla ilgili toplanan veriler ışığında, çocukların 10 temel hareket becerisinin tamamında, istatistiksel olarak anlamlı gelişim gösterdiği görüldü. Çocuklardan ve velilerden edinilen bilgilere de yer veren rapor; çocukların programda deneyimledikleri fiziksel etkinlikler ve oyunların yanı sıra yeni meraklar edinme, çevresindeki akran ve yetişkinlerle paylaşımında bulunma gibi özellikler kazandığını, kazanılan bu edinimleri günlük yaşamlarına da aktardığını gösterdi.

Spor ve sağlıklı yaşam kültürünün toplumunda yaygınlaşmasına katkıda bulunma hedefiyle 2018 yılından bu yana devam eden Allianz Motto Hareket programı toplam 8 yıl sürecek.

Yaz boyunca her cuma yeni bir bölümü yayımlanacak olan Allianz Motto Hareket videolarına [buradan](#) ulaşabilirsiniz. ○



# Abdi İbrahim'den İyileştiren Fikirler Yarışması

İlaç sektöründe 109 yıldır faaliyet gösteren Abdi İbrahim toplumsal yatırım çalışmalarının bir parçası olarak bir destek programı açıkladı. Sağlık ve ilaç alanında sosyal inovasyon sağlayacak projelere destek sağlamak için başlatılan "İyileştiren Fikirler Yarışması" eğitim, mentorluk ve maddi destek ödülü içeriyor. Yarışmaya [buradan](#) 9 Temmuz 2021'e kadar başvurabilirsiniz.



Eylül 2020'de İsviçreli biyoteknoloji şirketi OM Pharma'yla stratejik ortaklık kuran Abdi İbrahim, yeni bir sosyal inovasyon programına imza attı. "Social Innovation in Health & Life Sciences: We Heal the Future" (Sağlıkta Sosyal İnovasyon: Geleceği Birlikte İyileştiriyoruz) programı 28 Nisan'da gerçekleşen Sosyal Girişimcilik Günü'nde resmen duyuruldu.

Şirketin sürdürülebilirlik stratejisinin en önemli parçalarından biri olan ve 2021 yılından itibaren uzun vadeli bir bakış açısı ile başlattığı program kapsamında İyileştiren Fikirler Yarışması, bu alanda Türkiye ve dünyanın önemli kuruluşları Ashoka Türkiye, Impact Hub İstanbul ve Mikado Danışmanlık partnerliğinde hayata geçiriliyor. Abdi İbrahim, alanında uzmanları bir araya getirerek hazırladığı bu yarışmayla sağlık ve ilaç alanında sosyal girişimcileri desteklemeyi, sosyal fayda odaklı fikirleri güçlendirmeyi ve artırmayı, sosyal girişimcilik potansiyelini anlamayı, start-up ekosistemine daha fazla entegre olmayı ve Endüstri 4.0'ın sunduğu fırsatlardan daha fazla yararlanmayı

amaçlıyor. 9 Temmuz 2021'e kadar başvuru alan yarışmanın önceliklendirildiği dört ana tema ise şöyle sıralanıyor:

1) **Halk Sağlığı ve Bilinçlendirme:** Toplumun bilinçlendirilmesini ve halk sağlığını korumayı amaçlayan fikir ve/veya sosyal girişimlere öncelik verilecek. Toplundaki özel hedef gruplarına yönelik (anneler, gençler, vb.) sağlık ve koruma/korunma çalışmalarının artırılması teşvik edilecek.

2) **Sağlık ve İlaç Alanında Araştırma & Geliştirme:** Sağlık ve ilaç alanında araştırma ve geliştirmeye dayalı sosyal fayda odaklı yenilikçi girişimler teşvik edilecek. Sağlık ve ilaç alanında yenilikçi fikirler için gerekli araştırma ve geliştirme çalışmalarına olanak sağlanacak.

3) **Dezavantajlı Bölgeler ve Grupların Dahil Edilmesi:** Sağlık ve ilaç alanında doğru bilgiye ve sağlık hizmetlerine erişimde dezavantajlı olan bölgelere ulaşacak girişimler teşvik edilecek. Sağlık alanında doğru bilgiye erişmekte güçlük çeken gruplara (yaşlılar, gençler, anneler vb.) doğrudan ulaş-

mayı hedefleyen girişimler öncelikli olarak desteklenecek.

4) **Yenilikçilik:** Sağlık ve ilaç alanında yenilikçi çözüm ve yöntemler sunan sosyal fayda odaklı fikirler ve sosyal girişimler öncelikli olarak değerlendirilecek.

Abdi İbrahim Kamu İlişkileri ve Kurumsal İletişim Direktörü Dr. M. Oğuzcan Bülbül, yarışmayla ilgili "Ashoka bu programın çıkışı Abdi İbrahim'in kurguladığı toplumsal yatırım programlarına dayanıyor. Sağlıkta sosyal inovasyon alanında faaliyetlerimizin oluşması konusunda her çalışmamızda, bize rehberlik eden ilkelermiz de rolü var" açıklamasını yaptı. 28 Nisan'daki Sosyal Girişimcilik Günü'nde tanıtılan ve başvuruları 9 Temmuz 2021'e kadar sürecek yarışmanın kazananları 9 Eylül 2021'de açıklanacak. Ardından finalistlerin ihtiyaçlarının tespit edilmesi için gerekli çalışmalar yapılarak kuluçka desteği başlatılacak.

Abdi İbrahim profesyonelleri de bu süreçte mentorluk desteği sağlayacak. Yarışmaya [buradan](#) başvurabilirsiniz. ○

# İş Dünyası Plastik Girişimi'nden Tüm Şirketlere Çağrı



Global Compact Türkiye, SKD Türkiye ve TÜSİAD'ın işbirliği ile kurulan İş Dünyası Plastik Girişimi (İPG), plastik değer zinciri aktörlerini; başta iş dünyası olmak üzere yerel yönetimleri ve kamu iştiraklerini, yatırımcıları, STK'ları, akademiye plastik meselesinin çözümünde bir araya getirmeyi amaçlıyor.

**Yarımlara** temiz ve yaşanabilir bir dünya bırakmak, okyanus ve denizlerin temiz kalmasını sağlamak için plastik kirliliğinin önüne geçmek büyük önem taşıyor. Küresel ve yerel ölçekte devam eden araştırmalar, plastiğin kara ve deniz yaşamını nasıl tehdit ettiğini açıkça ortaya koyuyor. Mevcut tüketim ve üretim alışkanlıklarımızın bir sonucu olarak plastik kirliliğinin hızını kesmeden artacağı tahmin ediliyor. Bununla beraber tüketimde öngörülen büyüme göz önüne alındığında 2050 yılı itibarıyla denizlerin (ağırlık olarak) balıktan daha fazla plastik içereceği öngörüsü endişe verici. Denizlere ve

besin zincirine karışan plastik miktarındaki artış denizlerdeki binlerce canlı türünün yok olma riskini; nihayetinde çevresel ve yaşamsal zararı beraberinde getiriyor. Gerekli altyapılar oluşturulmazsa ve işbirlikleri kurulmazsa plastik kirliliğinin 2025 yılına kadar daha da artacağı öngörülmüyor. Plastiğin döngüselliğinin sağlanarak çevresel zararının en aza indirilmesi için acilen harekete geçmemiz gerekiyor. Plastiğin döngüselliğinin sağlanması için özel sektör, kamu, yerel yönetimler ve sivil toplumun birçok girişimi olduğunu biliyoruz. Bu girişimlerin birbirlerini desteklemesine, çoğalma-

sına ve somut adımlara dönüşmesine ihtiyaç var. İş Dünyası Plastik Girişimi, kısaca İPG, tam da bu hedefe ulaşılması amacıyla 2019 yılında kuruldu. Global Compact Türkiye, SKD Türkiye ve TÜSİAD'ın işbirliği ile kurulan İPG, plastik değer zinciri aktörlerini; başta iş dünyası olmak üzere yerel yönetimleri ve kamu iştiraklerini, yatırımcıları, STK'ları, akademiye plastik meselesinin çözümünde bir araya getirmeyi amaçlayan bir girişim. İPG, plastik kirliliğinin azaltılmasına yönelik taahhüt koyması için iş dünyasını harekete geçirmek ve mevcut çabaları desteklemek; farkın-



dahği ve işbirliğini artırmak, konunun savunuculuğunu yapmak misyonu ile çalışmalarına devam ediyor ve çoklu paydaş yapısı bakımından Türkiye'de bu alandaki ilk ve tek girişim olma özelliğini taşıyor.

İPG, 2019 yılı sonunda 26 imzacı ile yola çıktı. 2021 Nisan sonu itibarıyla ambalaj üreticileri önemli bir ilerleme kaydederek, ambalajlı tüketim malları, perakende ve hizmet sektörü, holding, dayanıklı tüketim malları ve hammadde üreticileri sektörlerinden oluşan 34 firmanın 2023 yılı için plastik taahhütlerini açıkladığı bir oluşum olmayı başardı. 2021 yılında plastik kirliliğinin azaltılmasına yönelik somut, ölçülebilir ve raporlanabilir taahhütlerini açıklayan bu şirketler 2023 yılına kadar her yıl ilerlemelerini raporlayarak kamuoyu ile paylaşacaklar.

Bu süreçte girişimin kurucuları olarak bizler de imzacı şirketlerimize ihtiyaç duydukları alanlarda destek vermeye ve işbirlikleri kurmaya devam ediyoruz:

■ **Global Compact Türkiye**, UN Global Compact'ın küresel deneyimini ve bilgi birikimini aktarıyor; Türkiye'de ortaya çıkan başarılı örneklerin küresel düzeyde yayılmasını ve en iyi uygulamalar olarak uluslararası platformlarda yer bulmasını sağlıyor.

■ **Diğer taraftan TÜSİAD**, plastik üzerine politika oluşturma ve savunuculuk faaliyetlerini yürüterek yaygınlaşma çalışmalarına destek veriyor.

■ **SKD Türkiye** ise İPG'ye teknik bilgi sağlıyor. Döngüsel ekonomi vizyonuyla çalışmalar yürütüyor ve Ellen MacArthur Vakfı'nın plastik konusundaki çalışmalarını "Global Endorser" olarak destekliyor.

2021 Nisan sonu itibarıyla ambalaj üreticileri önemli bir ilerleme kaydederek, ambalajlı tüketim malları, perakende ve hizmet sektörü, holding, dayanıklı tüketim malları ve hammadde üreticileri sektörlerinden oluşan 34 firmanın 2023 yılı için plastik taahhütlerini açıkladığı bir oluşum olmayı başardı.

Şirketlerin taahhüt verme sürecinde üç kurucu kurum da kendi uzmanlık ve deneyimleri doğrultusunda belirli alanlarda şirketlere destek olmaya devam etti. Bu kapsamda şirketlerin taahhütlerini belirleme sürecinde ihtiyaç duyacakları bilgi ve deneyimi aktarmak için çeşitli etkinlikler düzenlendi, araçlar ve kaynaklar geliştirildi. İPG imzacısı şirketlere yol haritası niteliğinde SKD Türkiye ekibinin çalışmasıyla "[Plastik Taahhütleri Rehberi](#)" hazırlandı; şirketlerin bu rehberde izlenecek adımları takip etmelerine ve plastik ayakizlerini hesaplamalarına yardımcı olacak İPG Tool adlı dijital araç geliştirildi.

34 şirket sektörel asgari gerekliliklerine göre plastik ayakizlerini hesapladı ve 2023 yılına kadar yapacağı plastik tüketimi ile ilgili azaltım çalışmalarına ilişkin şu 4 konuda taahhütlerini açıkladı: 1) Problemlili ve gereksiz plastik ambalajların ortadan kaldırılması, 2) Tek kullanımlıktan yeniden kullanım modellerine geçilmesi, 3) Plastik ambalajların %100'ünün tek-

## İPG'nin Plastik Meselesinin Çözümü için İş Dünyasına Çağrısı Sürüyor

Yarımlara yaşanabilir bir dünya bırakmak için zamanın her geçen gün azaldığı bir süreçte şirketlerin plastik kirliliği ile mücadeleye destek vermesi ve kendilerine hedef belirlemesi büyük önem taşıyor. Bu kapsamda İPG, tüm şirketleri plastik meselesinin çözümünde ortak olmaya davet ediyor. Girişim 2022 yılında taahhütlerini açıklamak isteyen şirketlerin de katılımı için yeni bir çağrı başlatmaya hazırlanıyor. 2021 yılında taahhütlerini açıklayan şirketler hedeflerini gerçekleştirmek üzere operasyonları yürütürken 2022'ye hazırlanacak şirketler için de İPG atölye çalışmalarını gerçekleştirecek.

rar kullanılabilir, geri dönüştürülebilir veya kompostlanabilir olması, 4) Kullanılan bütün plastik ambalajların geri dönüştürülmüş plastik içerik oranı için iddialı bir hedef konulması.

Taahhütlerini İPG çatısı altında açıklayan şirketler, 2023 yılına kadar taahhütlerine ilişkin bir ilerleme raporunu yıllık olarak yayımlayacak. Yine bu süreçte küresel ve ulusal savunuculuk ve farkındalık çalışmalarına katkı sağlayacak ve iyi uygulamaların yaygınlaşması için İPG'nin bağlantıda olduğu ağlardan yararlanma fırsatı yakalayacak. Şirketlerin plastik kirliliği ile mücadeleye destek vermeleri ve kendilerine hedef belirlemeleri, yarımlara yaşanabilir bir dünya bırakmak için büyük önem taşıyor. Bu nedenle biz de şirketlere, İPG çatısı altında plastik meselesinin çözümüne ortak olmaları için çağrıda bulunuyoruz. ○

## Haşereleler, İklim Değişikliğiyle Güçleniyor

Birleşmiş Milletler Tarım ve Gıda Örgütü (FAO) tarafından yayımlanan “İklim Değişikliğinin Bitki Haşereleleri Üzerindeki Etkisi” isimli rapor, iklim değişikliğinin bitki direncini azaltarak, haşerelelere karşı daha kırılgan hale gelmesine neden olduğunu ortaya koydu. Araştırmada, 15 bitki haşeresinin iklim değişikliği yüzünden yayıldığı ortaya çıkarken sıcak geçen kış mevsimlerinin bitki haşerelelerinin üremesi için çok uygun koşullar yarattığı ifade ediliyor. FAO Genel Müdürü Qu Dongyu, çalışmanın iklim değişikliğinin, bitki sağlığı için en büyük tehdit olduğunu ortaya koyduğunu söyledi.

Küresel gıda üretiminin yaklaşık %40'ının, haşere sorunundan dolayı kaybolduğu ifade edilen çalışmada, bunun küresel ekonomiye maliyetinin yıllık 220 milyar dolar olduğu belirtiliyor. İşgalci haşere türlerinin ülkelere maliyetinin ise en az 70 milyar dolar olduğu ifade edilirken haşerelelerin, biyolojik çeşitlilik kaybının da önemli nedenlerinden biri olduğu dile getiriliyor.



### 1,5 Derece Hedefi, Gıda Üretimini Üçte İkisini Kurtarabilir

One Earth dergisinde yayımlanan makaleye göre iklim krizine yönelik harekete geçilmezse, küresel gıda üretiminin üçte biri bu yüzyılın sonuna kadar risk altında olacak. Finlandiya'daki Aalto Üniversitesi'nden araştırmacıların yayımladığı makalede toplam gıda üretiminin %95'inin “iklim güvenli” alanlarda yapıldığı aktarıldı. Seragazi salımlarının azaltılmaması durumunda küresel sıcaklıkların 3,7 derece artacağına yönelik tahminlerden dolayı araştırmada tarım yapılan arazilerin üçte birinin risk altında olacağı saptandı. Ancak küresel sıcaklık, 1,5 veya 2 derece gibi Paris Anlaşması hedefleri içinde kalırsa, gıda üretiminde yalnızca %5 ile %8 oranında azalma bekleniyor. Makalenin yazarlarından Matti Kummu, “İklim güvenli alanların daraldığını gördüğümüz için çok endişeleniyoruz. Tehlike sinyali veren bölgelerde yaşayan insanları ve toplulukları iklim uyumlu ve dirençli hale getirerek güçlendirmeliyiz” dedi. Araştırmaya göre İskandinav bölgelerinde, ısınan hava nedeniyle tarımın gelecekte daha yaygın alanda yapılabileceği öngörülüyor ancak genel kayıp kazançtan kat kat fazla olduğunun da altı çiziliyor. Çalışma aynı zamanda şimdiden küresel ısınmanın tarım verimliliği üzerindeki etkilerinin görüldüğünü de ortaya koyuyor.

Makaleye [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

## Buğday Derneği'nden Belediyelere “Zehirsiz Kentler” Çağrısı

Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, tarımsal üretimde kullanılan pestisitlerin zararlarına dikkat çeken Zehirsiz Sofralar projesinin ardından, kentlerdeki park ve bahçeler, yeşil alanlar, okullar, spor sahaları gibi ortak alanlarda, doğayı ve insan sağlığını tehdit eden biyosidal ürünlerin kullanımının azaltılması hedefiyle Zehirsiz Kentlere Doğru projesini başlattığını duyurdu.

Pestisitler ve biyosidal ürünlerde kullanılan kimyasallar, hormon yapısı ve sinir sistemini olumsuz yönde etkiliyor; cinsiyet gelişimi bozuklukları, cinsiyetsiz doğumlar, doğum anomalileri, sperm sayılarında azalma gibi üreme sistemi sorunlarına ve prostat, pankreas, akciğer gibi kanser türlerine sebep oluyor. Özellikle bebekler ve çocuklar, hormonal sistem bozucu pestisitlerden daha fazla etkileniyor. Belediyeler tarafından kentlerde ve kamusal mekânlarda; kemirgenler, haşereleler, nematodlar, sinekler, böcekler, zararlı ve yabancı otlar vb. ile mücadele için kullanılan zehirli biyosidal ürünlerin yerini doğa dostu yöntemlerin almasını hedefleyen proje kapsamında, belediyelerin uygulama ve



yönelimlerinin tespiti için katılımlarını hedefleyen Durum Analiz Anketi erişime açıldı.

Biyosidal İş Sağlığı ve Güvenliği Derneği'nden (BİYOSİDER) bilim insanları ve uzmanlarla birlikte hazırlanan Durum Analiz Anketi ile yerel yönetimlerdeki güncel durumu belirlemenin yanı sıra, hayata geçirilen iyi uygulama örneklerinin yaygınlaştırılması ve gelecekte yapılacak akademik çalışmalara ışık tutulması hedefleniyor.

Projeyle ilgili ayrıntılara [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

## Biyolojik Çeşitliliğimizin #FarkındaMıyız?

Birleşmiş Milletler (BM) tarafından her sene 22 Mayıs günü kutlanan Uluslararası Biyolojik Çeşitlilik Günü'nün bu yılki sloganı “#Doğalçin çözümün parçasıyız” oldu. Yaşam ve sağlık için gerekli temiz havanın, gıdanın, gezegendeki su ve besin döngüsünün devamlılığının biyolojik çeşitliliğe bağlı olduğunun altını çizen TEMA Vakfı ise, bu özel günde A. Nihat Gökyiğit Biyolojik Çeşitlilik Projesi'ni hayata geçirdiğini duyurdu.

TEMA Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Deniz Ataç, projeye TEMA Vakfı Kurucu Onursal Başkanlarından olan A. Nihat Gökyiğit'in adını verildiğini belirtirken Türkiye'den biyolojik çeşitlilik verileri paylaştı: “Türkiye bir kıta olmamakla birlikte bir kıtada bulunacak sayıda tür çeşitliliğine sahiptir. Tüm Avrupa kıtasında 12 bin 500 farklı tohumlu bitki türü varken, Türkiye'de bu sayı 10 bin 900'dür. Ülkemizde mantarlar ve mikroorganizmalar hariç bilinen 37 binden fazla tür bulunmaktadır. Sahip olduğumuz bitki türlerinin %38'i, hayvan türlerinin ise %18'i endemik, yani sadece ülkemizde bulunan türlerdir. Bununla beraber 1284 bitki türü ile 139 hayvan türünün nesli tehlike altındadır ve bilinen türlerden 11'i tamamen yok olmuştur.” Türkiye'nin, BM Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi 2022-2024 Dönem Başkanı olduğu belirtilirken vakfın, Türkiye'de biyolojik çeşitliliğin korunması için #FarkındaMıyız sorusuyla farkındalık ve iletişim çalışmaları yürüteceği açıklandı.

Ayrıntılara [vakıf sayfasından](#) ulaşabilirsiniz.

### Çocuklara Özel Organik Tropikal ve Organik Kırmızı Meyveli Püre: Dondur-Ye!

HiPP'ten çocuklara özel, yaz aylarında pratik ve keyifle tüketilecekleri yepyeni bir ürün “HiPP Organik Tropikal Meyveli Püre Dondur-Ye” ve “HiPP Organik Kırmızı Meyveli Püre Dondur-Ye” artık Türkiye'de... Organik meyvelerden üretilmiş olan Dondur-Ye, şekeri tamamen içindeki meyvelerden alıyor, %90'dan fazla meyve ve gerçek meyve püresi içeriyor. Öğün aralarında çocuklar için sağlıklı bir seçenek oluşturan ürünleri, ister dondurarak, ister dondurmadan pratik şekilde tüketebilirsiniz. Organik sertifikalı, sanayi bölgelerinden uzak özel organik çiftliklerde yetiştirilen ürünleriyle HiPP'in Dondur-Ye çeşitlerini Migros Marketlerde bulabilirsiniz.



# Medya ve Sürdürülebilirlik Doğru Araçlarla Doğru Amaçlara

**300 yıllık modern uygarlık, eşitlik, özgürlük ve kardeşlik çerçevesindeki sorunları çok iyi bir şekilde tanımladı ama tam manasıyla çözemedi. Bu alanlardaki her gelişmenin arkasında ise, güçlü bir iletişim ortamı ve medya denetimi bulunuyordu. Bugün dünya, modernliğin tam manasıyla çözemediği sorunlara eklenen ve bizatihi modernliğin sebep olduğu çevresel meydan okumalarla yüz yüze. Sosyal, ekonomik ve çevresel krizin küresel çözümünde ise, yine iletişim ve medyanın gücüne ihtiyacımız var.**

Barış DOĞRU

**İletişim**, en genel anlamıyla insan topluluklarının ve maddi uygarlığın kurulmasının en temel unsurlarından biri. İletişimi çıkarmı, geriye ne bir toplum, ne de bildiğimiz anlamıyla bir insan kalır çünkü insanın özü, toplumsal yandır.

İnsan uygarlığının doğuşu da dil ve iletişim sayesinde oldu. Hayvanların da kendine özgü bir dilleri ve iletişimleri olmakla birlikte, insanlar arası iletişim, soyut şeyleri anlatabilme yetisi ve karmaşık yapıyla, basit bir mesaj iletiminin ötesine geçer.

Homo sapiens'i diğer tüm canlılardan ayıran ve giderek gelişen de bu yeteneği oldu. Bu sayede soyutlamayı öğrendi. Bu onun imgelemine ve düşünme yeteneğini geliştirdi. Böylece kuşaklar arası bilgi aktarımı mümkün oldu; bu birikim de genel olarak uygarlığın temelini oluşturdu.

Bu bireyler arası iletişim giderek ilerledi, toplumsallaştı, ortak anlam ve değerler ile birlikte en geniş anlamıyla kültürün oluşumunu sağladı.

Ancak uygarlığın gelişiminin daha ilk başlarından itibaren, bir yandan da eşitsizlikler ve bu eşitsizliklerin devamını

sağlayan toplumsal hiyerarşi

ve yapılar oluştu hepimizin bildiği üzere. Bunun en kompleks hali kendini devlette somutlar. Ve söz konusu toplumsal

yapıların ve eşitsizliklerin devamı için de, toplumsal hiyerarşi ve devlet, dil, iletişim ve kültür alanı üzerinde her zaman hakimiyet kurmaya çalıştı. Bu yapılar, bazı şeylerin konuşulmasını yasaklar, bazı şeylerin söylenmesini

ise zorunlu kılar. Belirli anlatıların genel kabul edilmesini sağlamaya çalışır. Bunlar, iktidar yapılarının hegemonya kurmasının en temel yoludur.

Ama halk ve ezilenler de her zaman yeni dilsel pratikler geliştirirler: Şiirler, türküler, masallar, halk hikayeleri, destanlar, şakalar, fıkralar vb. bunların örnekleridir aslında. Halk ozanları ve destancılar aracılığıyla yaygınlaştırılan, bir coğrafyadan diğerine taşınan bu öyküler, bu hegemonik söylemlerin karşısında bir tür pasif direniş pratikleri olarak kabul edilmeli.

## Sanayi Devrimi ve Kapitalizm; Her Şey Değişiyor!

Ancak Sanayi Devrimi ve onu hazırlayan bir dizi başka toplumsal gelişmeyle birlikte, Avrupa coğrafyasında, devletin, mikro devletlerin (derebeylerinin) veya kilisenin tek hegemonik yapı olduğu bu toplumsal yapı değişmeye başladı. Avrupa özelinde, toprağa bağlı yaşayan serfler (köylüler) dağılmaya yüz tutan feodal rejimle birlikte, buldukları karasal alanlardan kentlere akınmaya başladı. Aynı dönem, kilisenin mutlak otoritesinin de gerilediği dönemdir bildiğimiz üzere. Aynı zamanda özgür yurttaşların, diğer özgür yurttaşlarla iletişime geçme, yeni gerçeklikle tanışma, kendini geliştirme olanakları bulduğu bu dönem, birçok yeniliğin ortaya çıkışına tanıklık etti. Bunların hepsi aslında bir iletişim patlamasının tezahürleridir. Matbaa, okuma yazma oranlarının artışı, ilk gazeteler, kentleşme, ilk belediyelerin kurulması, ilk işçi örgütlenmeleri ve sendikalar, dernekler, okuma kulüpleri, spor kulüpleri, pub'lar, hepsi birden yeni bir Kamusal Alanın inşasının parçaları. Bu süreç Avrupa'da başladı ama süreç içinde tüm dünyaya doğru bir yayılım gösterdi. Geleneksel tüm yapı-

ları parçalayan ve dönüştüren bir süreç yaşandı.

Kamusal alanla birlikte aslında kamusal ve kurumsal iletişimin de doğumu gerçekleşti. Artık ortada sadece devlet yok; kamusal alanda var olabilen farklı kurumlar da tarih sahnesine fırladı.

Bu yeni dünyanın önemli bir bileşeni de kuşkusuz şirketler oldu. Feodalizmden çıkışın ana itici gücü olan burjuvazi, inanılmaz bir hızla dünyanın dönüşümüne önderlik ederken, kendi çıkarlarını tüm toplumsal sınıfların ve halkın çıkarları olarak kurmayı ve bunu benimsetmeyi başardı. Burjuvazinin geliştirdiği bu yeni kurumsal yapı ve organizasyon, zaman içinde, kamusal hayatı domine etmeye başladı. Yeni kurulan, seçimle belirlenen devlet yönetimi ve yerel yönetimler üzerinde de şirketlerin ve burjuvazinin büyük bir belirleyiciliği olduğunu söyleyebiliriz. Yeni gelişen iletişim araçları üzerinde de, toplumsal ve siyasal iktidarı belirleyen şirketlerin ilk baştan itibaren belirgin bir üstünlüğü oluştu.

Ancak bu üstünlük, hiçbir zaman, Sanayi Devrimi öncesi çağın mutlakiyetçi hakimiyetine eşdeğer olmadı, olamazdı. Çünkü toplumun egemenlerinin iletişim araçları üstündeki belirgin üstünlüğüne karşın, toplumsal gelişme, alttakilerin, ezilenlerin de, ellerine önemli iletişim araçlarının geçmesini sağlamıştı...

## Medyanın Gücü ve Güçsüzlüğü

Yeni dünyanın işleyişinde, yargı, yürütme ve yasamanın, yani güçler ayrılığının önemi yadsınmaz. Bu güçler ayrılığı, tüm sorunlarına rağmen günümüzün demokrasisinin temellerini oluşturdu ancak bir "4. güç" daha vardı ki, tüm bu güçler ayrılığının doğru bir şekilde işlenmesini sağlayacak "şeffaflığı" ve "denetimi" yaratıyordu: Medya. "Medium" yani araç kelimesinin çoğulu olan ve dolayısıyla "araçlar" anlamına gelen medya, yani kitle iletişim araçları, bilginin yayılmasında, bilinmeyenlerin ortaya çıkmasında ve tüm toplumsal kurumların ve aktörlerin denetlenmesinde

önemli bir rol oynadı.

Medyanın Batı demokrasilerinde bile, sahiplik mekanizmasından işleyişine kadar eleştirilecek çok yanı olduğuna kimse karşı çıkamaz herhalde. Ancak uygarlığın gelişiminde oynadığı kritik rolü inkâr etmek de sanırım pek akıl kârı olamaz. Köleliğin kaldırılmasından kadınlara eşit haklar elde etmesine, toplumsal mücadelelerin duyurulmasından rüşvet ve yolsuzlukların ortaya çıkarılmasına kadar her alanda sayısız örnek medya, tüm sorunlarına karşın bugünkü dünyanın oluşumunda kritik bir role sahip. Amerika Vietnam'dan çekildiyse, Trump'ın ABD seçimlerini kazanmasında Facebook aracılığıyla gerçekleştirilen kara propagandanın etkisinin olduğu ortaya çıkmışsa; Edward Snowden ve Julian Assange'ın ifşaatları herkes tarafından duyulmuşsa, bunlarda medyanın rolünü atlamak mümkün değil.

Sonuç olarak basım, tüm sorunların kamusal alanda konuşulabilmesinde ve duyulabilmesinde önemli bir role sahip. Tüm sorunlarına rağmen, demokrasinin, seçme ve seçilme özgürlüğünün, yasalar karşısındaki eşitliğin; insan haklarının temelinde işte bu şeffaflık araçlarının gücü yatıyor. Ve eminim hiç kimse, günümüz toplumunun en büyük eleştirmenleri (sözgelimi Marx) bile, bu ilkelerin var olmadığı bir dünyada, yani sanayi devrimi öncesi bir toplumda yaşamak istemez.

## Araçlar ve Amaçlar

Tüm gelişmelere karşın uygarlığın sorunları apaçık ortada. Ve modern uygarlık, öncesinden devreden birçok temel sorunu tam olarak çözemediği gibi, bizatihi kendisi de yeni sorunlar yarattı. Bunların başında ise hiç kuşkusuz "Antroposen" geliyor, yani insan çağı. Adı insan çağı olan ama insanlığın birçok temel sorununu yok edemeyen bu sürecin dışsallığı, tüm ekosistemlerin derin yaralanması oldu. Devasa bir boyuta ulaşan biyoçeşitlilik kaybı ve ekosistem hasarları ile elbette en temelde iklim kriziyle somutlaşan bu uygarlık krizinin

nasıl altından kalkılabileceği, günümüzün en temel ve kritik sorusu...

En geniş anlamıyla sürdürülebilir kalkınmayı, geçmişten devraldığı sorunları tam olarak çözemeyen ve çevresel anlamda küresel yeni sorunlar da yaratan modern çağın krizinin en temel eleştirisi olarak görmek mümkün. Yürümeyen, tıkanan, yeni sorunlar doğuran bu uygarlık krizinin çözümünde, daha öncesinde, -feodal dönemden modernizme geçişte olduğu gibi- yine iletişim başrolde olacak gibi. İnsanlığın bu devasa krizinin çözümünde, tüm tarafların müzakeresine ve bu müzakere süreci için ise gerçek bir iletişim ortamına ihtiyaç var. Dolayısıyla gözler tekrar iletişim araçlarına ve medyaya çevriliyor. Ancak bir yandan da tüm dünyada -Türkiye için bu çok daha fazla geçerli ne yazık ki- medya çok ciddi bir kurumsal, ekonomik ve ideolojik bunalım içinde (uygarlığın eski ve yeni sorunlarını çözmemesinde medyanın içine düştüğü krizin önemli bir payı olduğunu rahatça söyleyebiliriz). Küresel kamuoyuna yön veren ana akım medya birçok ülkede güvenirliliğini tamamen yitirdi ya da ciddi sorunlarla karşı karşıya (Türkiye'de ise ana akım tamamen öldü gibi; şu anki yapılar büyük ihtimalle sadece bir zombi olarak yaşamını sürdürüyor).

Ancak hem dünyada hem de Türkiye'de bu boşluğu doldurmaya çalışan irili ufaklı birçok medya kuruluşunun doğumuna da tanıklık ediyoruz. İnternet medyaları, savunuculuk grupları, yurttaş gazeteciliği, yerel haber siteleri, çeşitli haber ağları ve koordinasyonları, ana akımın taşıyamadığı bu yeni görevi giderek daha güçlü bir biçimde üstleniyor gibi. Önümüzdeki dönemde, bu odak ve ağların büyüdüğünü ve yeni bir küresel müzakere ve tartışmanın taşıyıcısı konumuna geldiğini görmemiz mümkün. Ve yeni bir uygarlığın kuruluşu, belki de eski uygarlığa ait medya yapılarından sıyrılmakla da gerçekleşecek. "Araçlar" belki "Amaçlara" artık çok daha uygun olacak, kim bilir? Yani Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları için Sürdürülebilir Kalkınma Araçları olarak Medya! ○



# Peki Ya Türkiye'nin Sürdürülebilirliği?

 Burcu GENÇ

**Kanada'nın** Lytton kentinde 47,9 derece sıcaklık ölçüldüğü ve Türkiye'nin de önemli bölümünün şiddetli kuraklıkla boğuştuğumun Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nden açıklandığı gün bu yazıyı kaleme aldım. Gençliğimin ilk yıllarımdan bu yana, iklim krizi ve çevre talanı ile ilgili birçok olaya şahit oldum ama ben de bu süreçte bunun öncelikli bir sorun olmadığını düşünüyordum. Ta ki Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli'nin (IPCC) 1,5 derece raporu yayımlanana kadar. Panik içindeydim. 2018 yılının sonlarıydı ve ben tüm varlığımla iklim mücadelesinde yer almam gerektiğini düşünmeye başlamıştım.

Aynı dönemde "İklim için Cumalar", Greta Thunberg ve okul grevleri de başladı. Dünyada yer yerinden oynuyor, Türkiye kendi gündeminde kaybolmuş gidiyordu. Şimdi hâlâ aynı, her gün farklı bir konunun gündem olduğu ve her bir konunun da bağlarının çok eskiye dayandığını düşünenecek olursak Türkiye'de geçmişle hesaplaşmadan ileriye bakılmayacağını bir kez daha şahidi oldum. Ancak vakit kalmadı.

Geçmişte, Türkiye'de 90'lı yılların karlılığının 2020'leri de ele geçireceğini hiç düşünmemiştim, en azından çocukluk tahayyülüm daha özgürlükçü, daha hayal kurulabilir, barış içinde yaşayan bir toplum üzerineydi. Böylece bizden sonra kalanlara bilimi üretmek, hayatın keyfini çıkarmak, para hırsı değil bilgi hırsıyla dolmak ve yaşam boyu öğrenme misyonları kalabilecekti.

İnternete ancak ergenlik döneminde ulaşmış, akıllı olmayan cep telefonlarına üniversitede kavuşmuş, Facebook'a 2006'da üye olmuş ve sürekli yeniyeye uyum sağlamaya çalışan bir kuşağın üyesi olarak sosyal medyanın gücüne ilk elden şahit olanlardandı. O sebep-



le, dünyayla bağlantıda olmak bizim kuşak için hep normal olardı. Şimdi yalnızlaşmış bir ülkede ve dostlarımızın çoğunu Avrupa'ya kapıran bir geride kalam. Sürdürülebilirlik gazeteciliği, benim kişisel deneyimimde bu yüzden önemli. Geride kalan olmak, sürdürülebilir olmayan bir hayatın içinde kendine alan açan bir kadın olmak o kadar yorucu, moral bozucu ve zor ki, benden sonra gelecek olanlar aynı deneyimleri yaşamam istemiyorum. Kınlgan bir toplumun üyesi olarak, insan kaynaklı faaliyetlerin sebep olduğu iklim krizine bağlı afetlerin Türkiye'de yaratacağı sonuçlar konusunda endişeli ancak bu ülkenin dayanışma ruhuna güvenerek umutlu olduğumu da söyleyebilirim. Yurtdışında, Avrupa'da ve ABD'de iklim krizinin önemli bir gündem olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. İklim Yasaları, Yeşil Düzen ve Yeşil Mütakat gibi toplumsal anlaşmalar parlamentolardan geçerken Türkiye henüz İklim Yasası'nın hazırlık aşamasında. Çevre Hukuku anlamında, AB ile aynı

mevzuata sahip olmamıza rağmen denetimsizlik ve önleyici tedbirler yerine ceza verme hali, doğamızın son kalan en önemli alanlarımızın da çökmesine neden oluyor.

Bu ortamda, karamsar habercilik, gazetecinin kendisinin de karamsar olma halinden dolayı ön plana çıkıyor. Ancak EKOIQ'da sorunun nedenlerine ve çözümlerine odaklanmaya çalışıyoruz. Farklı perspektiflerden çözüm önerileri almaya çalışıyoruz. Ancak çözümün basit olmadığını, ihtiyaç duyulan siyasi iradenin de ortalıkta gözükmeyeceğinin farkındayız. Türkiye'nin gündeminin iklim krizine bağlı afet senaryolarını haberleştirmek yerine afette neler yapılabileceğine dair haber yapmak, sürdürülebilirliğin sektör, sivil toplum ve kamu alanlarında merkeze alınarak her eylemin, her adımın sürdürülebilirlik bakış açısıyla yapılması amacıyla çalışıyoruz. Bu sayımızda ise bu konuyu derinlemesine incelemek istedik ve alternatif yolları araştırdık. Keyifle okumanız dileğiyle... ○

# "İklim Krizinin En Önemli Çözümlerinden Biri, İnsanların Basitçe Hakkında Konuşmasıdır"

50 ülkeden 460'tan fazla haber kaynağının üye olduğu ve toplamda yaklaşık 2 milyar insana seslenen "Covering Climate Now" adlı organizasyonun kurucusu ve The Nation'ın çevre muhabiri Mark Hertsgaard, özellikle medyada "iklim sessizliği"nin yaşandığını ve bu sessizliğin, çok az ciddi önlemin alındığı mevcut durumun sürmesine neden olduğunu belirtiyor. Hertsgaard'a göre, iklim krizinin ve bu sorunun çözümü temas edilen herkesle iklim krizine dair konuşmak.

 Bulut BAGATIR

İklim Haber ve KONDA Araştırma'nın son üç senedir gerçekleştirdiği iklim değişikliği algısı anketinin sonuçlarına göre, Türkiye halkının %70'i iklim değişikliğinin şu an yaşandığını düşünüyor. Ancak medyanın iklim değişikliğine karşı olan tutumu ve ilgisi oldukça zayıf. Size göre buradaki problem nedir?

Türkiye'deki medya yapısını bu soruya kapsamlı bir cevap verecek kadar bilmiyorum. Ancak Türkiye'nin bu konuda diğer birçok ülkeyle benzeştirmesi düşünürsek, medyanın iklim de-



ğişikliğiyle ilgili hâlâ modası geçmiş tutumlara sahip olduğumu söyleyebiliriz. Birçok yayın halen daha iklim hikayesinin okuyucuların, dinleyicilerin ve izleyicilerin ilgisini çekmediğini, bu izleyicilerin iklim değişikliğini sıkıcı, iç karartıcı veya karmaşık bir konu olarak gördüğünü düşünüyor.

Bu yaklaşım 10, hatta beş yıl önce doğru olabilirdi ancak şu an için bir geçerliliği kalmadı. En son yapılan sosyal bilim araştırması, dünyanın dört bir yanındaki ülkelerde, ankete katılan insanların en az %70'inin iklim değişikliğini gerçekten çok önemseydiğini ve bu konuda daha az değil, daha fazla haber duymak istediğini gösteriyor. Bu oran özellikle 35 yaş altı insanlarda çok daha yüksek. Böyle bir sonuç çok mantıklı çünkü bu insanlar hayatlarının geri kalan kısmında bu sorunla mücadele edecek.

Çözümü olan bir sorunla karşı karşıyayız ancak zamanımız hızla tükeniyor. İklim inkarcılarını veya mevcut

politik iradeyle hiçbir şeyin başarılamayacağını düşünenleri de hesaba katarsak iklim krizini ve bunun çözümünü en iyi şekilde nasıl aktarabiliriz?

Texas Tech Üniversitesi'nden önde gelen iklimbilimci Katharine Hayhoe'nun sık sık söylediği gibi, iklim krizinin en önemli çözümlerinden biri, insanların basitçe onun hakkında konuşması. Arkadaşlarımız, komşularımız, iş arkadaşlarımız; kısacası temas kurulan herkesle bu konuyu konuşmalıyız. Çünkü kamuoyunun farkındalığını ve eylemini artırmanın tek yolu bu: Siyaset, iş dünyası ve medya liderlerine insanların bu krizi önemseydiğine ve derhal ele alınmasını istediğine dair bir mesaj göndermek. Çok uzun süredir, özellikle medyada "iklim sessizliği" olarak tanımladığımız bir durum var ve bu sessizlik, çok az ciddi önlemin alındığı mevcut durumun sürmesine neden oldu. Bu arada şunu da söylemeliyim: Fosil yakıt şirketleri ve iklim inkarcıları tam da bundan hoşlanıyor.

İklim haberciliği alanında çalışan gazetecilere "yeşil badana" tuzakına düşmemeleri adına neler önerirsiniz? Şüpheli olmamız ve bu tür iddiaları iklim alanındaki deneyimli kişilerle birlikte kontrol etmelisiniz. Genellikle en iyi kaynağımız çevre aktivistleri oluyor. Tabii ki gazeteciler aktivistlerin de söylediklerine şüpheyle yaklaşmalı ancak şirketlerin veya politikacıların gerçek eylemlerine ve saiklerine dair muazzam tecrübelerini göz önünde bulundurmanın faydalı olacağına inanıyorum. Tüm bunlarla birlikte, suçlamamın ötesinde iddialarını belgelerle destekleyebiliyorlarsa, o zaman gazeteci bu belgelerin gücünü araştırabilir ve inceleme altındaki şirkete yanıtının ne olduğunu sorabilir. ○

# “Doğru İletişim için Neyi Nasıl Söylediğimiz Çok Önemli”

“İnsanı ve gezegeni sömüren bir sistemi eleştiremeyen, gördüğü yanlış söyleyemeyen bireylerin onu dönüştürmesi de beklenemez” diyor BM Kalkınma Programı, Türkiye İletişim Koordinatörü Faik Uyanık. Uzun yıllar ana akım medyada gazetecilik de yapan Uyanık’a göre, “Bireylerin tüm riskleri göze alarak söylediğini yazamayan medya sistemi dönüştüremez. Burada gazeteciliğin, medyanın rolünün, aynen sivil toplum gibi, ne kadar kritik önemde olduğunu söylemeye gerek bile yok”.

 Barış DOĞRU



Sevgili Faik, uzun süre ana akım medyada önemli yerlerde yer almış birisin. Orayı gayet iyi biliyorsun. Şimdi de UNDP ile birlikte tüm dünyadaki sürdürülebilirlik çalışmalarını da yakından takip ediyorsun. Öncelikle medyanın en temelde sürdürülebilirlik konusundaki rolü için neler söyleyebilirsin? İdeal koşullarda, medya sürdürülebilirlik konularını ne şekilde ele almalı?

Medyanın tarihsel olarak merkezdeki fikirleri bireylere yaymak konusunda büyük bir yetisi var. Pek çok ülke, kentleşme ve modernizasyon süreçlerinde toplumsal uyumu ve ince ayarları büyük ölçüde medyanın desteği ile sağladı. Medya toplumun katılımcı demokrasiye ve modern yaşama uyum sağlamasında da ilerici bir rol oynadı. 20. yüzyılın ikinci yarısında ise modernleşmemizin doğa üzerindeki etkilerini anlamaya başladık. Ki, medyanın bu bilinçlenmedeki rolü, bana göre hâlâ tartışmalı. Bu uyum ile eşzamanlı olarak sürdürülebilirlik tartışmaları da ortaya çıktı ve sürdürülebilirlik kavra-

mı yapısı itibarıyla, var olan üretim ve tüketim mekanizmalarında büyük değişimler talep ettiğinden, medyada da direnç ile karşılandı. Bu direncin belli ölçülerde dünyanın her yerinde hâlâ var olduğunu düşünüyorum. Medyanın mülkiyet yapısı ve büyük reklamverenlerin temsil ettiği üretim biçimleri buradaki başlıca açıklama. Ana akım medya, sürdürülebilir olmayan üretim biçimlerine yönelik rıza imal eden, tüketim biçimlerine ise özendirilen bir rol üstlenmeye neredeyse hiç itiraz etmedi.

Sürdürülebilirlik kavramına medyada gösterilen direnç, etrafımızda olup bitene topluca uyanışımızın da desteklediği talep değişiminin, doğa dostu üretim ve tüketim biçimlerini teşvik edici (bazen de bunu şart koşan) nitelikte uluslararası ve ulusal mevzuata dönüşmeye başladığı döneme kadar aralıksız devam etti. O zamana kadar özellikle ekolojik tahribattan bahsetmek marjinal bir eylem olarak görülüyordu. Çevresel sorunlar herkesin görebileceği hale gelince, kitlesel üretim yapan

üreticiler çevreye duyarlı yeni ürünler geliştirdiler. Bu ürünler herkesin satın alabileceği ürünler değil, ekonomik ayrıcalıklara sahip olan sosyal gruplar için birer prestij ürünü olarak piyasaya girdi. A+++ beyaz eşyalar, elektrikli arabalar, organik gıda gibi pek çok ürün piyasadaki diğer ürünlere kıyasla yüksek fiyatlarla dolaşıma sokuldu ve medya eliyle bu ürünler bir tüketici kimliği ile insanlara aktarıldı.

Özetlemek gerekirse, medya sürdürülebilirlik kavramını sistemi korumak için uzun süre gündemine almadı, sürdürülebilirlik kavramı var olan sistem içine adapte edilince medya sistemin yeniden üretilebilmesini amaçlayarak bu konuya değinmeye başladı. İdeal koşullarda ise, medyanın bu kavramı gezegen ve insanların bir arada uyum içinde yaşaması için sisteme rağmen teşvik etmesi beklenirdi çünkü sürdürülebilirlik sadece ekonomik ayrıcalıklara sahip grupların değişen kimliklerinin göstergesi olmamış değil, insanlığın var olmaya devam edebilmesi için gereksinim duyduğu bütünsel bir olgu.

Sürdürülebilir kalkınma medya içinde yeni bir tüketim alanı olarak değil, hem bir vizyon hem de ilerleme biçimi olarak görülmeli. Sürdürülebilirliğin insanlara doğru bir şekilde yansıtılabilmesini, toplumsal ve çevresel konular ile ilgili farkındalığın artırılabilmesini, davranış ve hayat biçimlerinde çevreye adapte olmayı hedefleyen yöntemler kullanılmalı. Sadece maddi kâra odaklanan, üretim sürecinde doğanın kapasitesini umursamayan bir ekonomik büyüme sürdürülebilir olamaz. Sürdürülebilir kalkınma, toplumdaki bireylerin isteklerini ve haklarını gözeten, doğa ile uyum içinde yaşamamızı hedefleyen, eşitsizliklerin azaltıldığı ve yoksulluğun olmadığı bir düzen inşa etme anlayışıyla mümkün.

Ancak bir de gerçekler var. Türkiye’yi ayrı olarak soracağım ama dünyada sürdürülebilirlik konusunda medya nasıl bir sınav veriyor?

Malum, sürdürülebilirlik kavramının çevre hareketinde merkezi bir konum kazanması kısaca Brundtland Komisyonu diye bilinen, BM bünyesinde çalışan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun 1987 yılında yayımlanan Ortak Geleceğimiz adlı raporu sonrasında oldu. Kavram bu rapor içinde “Bugünün ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin de kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneklerinden ödün vermeden karşılamak” olarak tanımlanmıştı. Sürdürülebilirlik kavramının evrensel bir ilke olarak benimsenmesi ise 1992 yılında Rio’da toplanan Çevre ve Kalkınma Konferansı ile başladı. Bunlarla kıyaslandığında, 1972 Stockholm Çevre Konferansı bile marjinal bir buluşma hüviyetinde kalıyor.

20. yüzyıl sonlarında akademide popülerlik kazanan yeni görüşler, tek hedefi ekonomik büyüme olan ve piyasa ekonomisinin yol açtığı ekolojik problemleri görmezden gelen küresel açgözlü ekonomi yerine, alternatif sürdürülebilir bir ekonomi tasarımı yapan, sosyo-ekonomik bir dönüşüm önerdi.

Ancak iklim acil durumunun bu kadar



“Normal şartlarda geleneksel medyada hayatta kendisine yer bulamayacak bir içerik, benim niş medya ya da daha ziyade ekosistem medyası dediğim alanlarda ciddi bir etki yaratabiliyor çünkü bu medya türünün daha ciddi bir rolü var: Genel kitleyi değil, kanaat önderlerini etkilemek, biçimlendirmek”

dibimizde olduğu, biyoçeşitlilik ve ekosistem krizlerinin bu kadar netleştiği, pandemi gibi tuhaf bir tecrübe ile dev bir kırmızı kart yediğimiz son bir iki yıla rağmen küresel düzeyde medyanın bu konuda kış uykusundan tam olarak uyanacağı söylenemez.

Dediğim gibi, medyadaki sistemik sorun, sürdürülebilirlik kavramını içselleştirememiş olmak ve dünyaya bu gözlükle bakmamak. Bunun önemli istisnaları olsa da, genel durum maalesef bu.

Türkiye’yi ayrı tutuyorum çünkü Türkiye’de, bu konunun dışında da çok genel ve derin bir medya sorunu var. Ana akım bana göre ölmüş durumda. Bu noktada bağımsız internet medyası ve bizim gibi konu odaklı yayıncılar konusunda ne düşünüyorsunuz?

Niş alanlara derinlemesine eğilen internet medyası ile geleneksel medyanın doğası taban tabana zıt. İnternet

öncesinde haber alma kaynaklarımız sınırlıydı ve haber kaynağı bize ne göstermek isterse insanlar bu haberlerle yetinmek zorundaydı.

İnternetin tam anlamıyla hayatımıza girmesinden çeyrek asır sonra oluşan yeni medya manzarasının yapısı ise çok farklı. Geleneksel medyada ilgi çekmeyeceği düşünülen ya da başka herhangi bir nedenle gösterilmeyen içeriklerin internette yeri var. Bu mecrada talepten çok arz önemli. Herkes önemli gördüğü konuyu paylaşabilir, az ya da çok sayıda insan bu içeriğe ilgi gösterip izleyebilir, okuyabilir ya da dinleyebilir. Normal şartlarda geleneksel medyada hayatta kendisine yer bulamayacak bir içerik, benim niş medya ya da daha ziyade ekosistem medyası dediğim alanlarda ciddi bir etki yaratabiliyor çünkü bu medya türünün daha ciddi bir rolü var: Genel kitleyi değil, kanaat önderlerini etkilemek, biçimlendirmek.

Bu yeni medya türü, Türkiye’de ana akım medyada istediği içerikleri bulamayan, ona bir şekilde güvenmeyen ya da internetin yaygın olduğu zamanda büyüyen insanların yoğun ilgisiyle gelişti.

Eski “ana akım” medyada, insanlar ve gezegenin ana gündem başlıklarından uzak “yüksek politika” konularının sürekli olarak dar bir havuz içinden seçilen insanlar tarafından tartışılması insanları itti. İnternet medyasını takip eden insanlar belirli konularda uzmanlığı bulunan kişilerin o kadar da reyting ya da gelir kaygısı olmayan, konu odaklı yayıncılarıyla ilgili takip etti.

Aynı şekilde ana akım medyanın şu anki durumunda kendine yer bulama-

yan gazeteciler ve televizyoncular da bu mecraya göç etti. Web sitelerinde, Youtube'da, Periscope gibi platformlarda geleneksel medyaya kıyasla çok daha düşük masrafla kaliteli yayımlar ortaya çıkınca insanlar bunlara ilgi gösterdi. Yani aslında, belki de iyimser bir bakış açısı olacak ama, ideal "ana akım" medya tarifinde yer alabilecek neredeyse tüm uzmanlık alanlarından içerik üreticileri marjinalleştirilince, niş alanlara göçtü ve iyiyeye doğru dönüşmüş, binbir paradan oluşan yeni türden bir "ana akım medya" oluştu.

Ama burada gazeteci veya muhabir demeyip "içerik üreticisi" dememin ima ettiği de bir durum var. Yeni tür medyada gazetecilikten beklenen niteliklere sahip içerik üreticileri bulmak, ayrı bir mesele oldu. Bazı durumlarda aktivizm ile gazetecilik arasındaki sınırlar bulanıklaştı. Teyit gibi gazetecilik fonksiyonları zayıfladı. İçerik kavramının kendisini metalaştıran bir dil gelişti. Şirketlerin "yeşil badana" faaliyetlerine alet olma riski hâlâ yüksek. Yine de dönüşüm ciddi. Etkileri de çok güçlü. Örneğin, Mayıs ayında Türkiye'de plastik ambalaj türü atıkların bir kısmının ithalatı yasaklandı. Geleneksel medyada bu ithalatın yarattığı sorunlar neredeyse hiç yer almamıştı. Ama, konuya kendini adanmış takipçileri olan Greenpeace gibi sivil toplum kuruluşları ve sizin gibi internet üzerinden yayım yapan medya organları bu konuyu sıklıkla ve etkili biçimde gündeme getirdiler. Bu yayımları izleyen insanlar AB ülkelerinin çöpi neden benim ülkemde, neden benim mahalleimde diye sorguladı. Bu sorunun çözülmesi "ekosistem medyası" için de bir zafer bence.

**Bağlantılı olarak, ana akım medya, bugüne kadar çok önemli roller üstlendi demokrasi konusunda. Birçok toplumsal ve çevresel ilerlemenin arkasında önemli roller oynadı; dünyada oynamaya devam ediyor. Tabii aynı şekilde yeni toplumsal ve çevresel sorunlar konusunda dünyada**



"Bence artık cin şişeden çıktı. Bundan sonra tematik dijital medyanın gücü sarsıcı bir gelişme olmadığı sürece sürekli yükselecek diye düşünüyorum. Bu nedenle daha kapsayıcı, özgürlükçü bir medyanın ortaya çıkması konusunda umutluyum"

**önemli görevleri yerine getiriyor ana akım. Ancak pek çok eleştiri de var. Dünyada da bağımsız, küçük ama etkili yayım organları, internet yayımları güçleniyor. Bu sence nereye doğru gidiyor?**

Alternatif medyanın güçlendiği yadsınmaz bir gerçek ama geleneksel medyanın da belki de tuhaf bir şekilde en çok güvenilen platform olduğunu unutmamak gerekir. Konda'nın 2018'de yaptığı araştırmaya göre televizyon en güvenilir haber kaynağıydı ve güven düzeyi %72,3'tü.

Bu güvenin üç yıl içinde marjinal bir oranda düştüğünü varsaymamız için bilimsel bir sebebimiz yok. Aynı çalışmaya göre internet sitelerine güven %13-15; sosyal medyanın güven seviyesi ise %6-7 dolaylarındaydı.

Bugün bu oranların yükseldiğini düşünsek bile geleneksel medyanın gücü hâlâ tartışılmaz düzeyde. Burada önemli olan nokta ise bu mecraların hedef kitesindeki yaş farklılığı. Yeni neslin internet kaynaklarını daha çok

kullandığı ve güvendiği ortada.

Bu konuda bence artık cin şişeden çıktı. Bundan sonra tematik dijital medyanın gücü sarsıcı bir gelişme olmadığı sürece sürekli yükselecek diye düşünüyorum. Bu nedenle daha kapsayıcı, özgürlükçü bir medyanın ortaya çıkması konusunda umutluyum.

Gazeteciliğin geleceği konusunda umutsuz olmak kolay olsa da, ne kadar şanssız ki, mesleğin yaşadığı büyük erozyonun ardından yeşeren dip sürgünler çok kuvvetli geliyor. Kısıtlı maddi imkanlar ve tüm kısıtlamalara rağmen kamusal odaklı her uzmanlık alanındaki gazetecilik uygulamalarında çok iyi işler çıktığını görebiliyoruz. Yeni nesil meslektaşlarımızın gazeteciliği, doğru habercileri, onların buldukları mecralardan dikkatle takip eden herkes için çok umut verici.

**Peki sence Türkiye'de ana akım medya geri dönebilecek mi bir gün? Ya da dönmeli mi? Yoksa daha mütevazı ama etkili ve çok parçalı bir medya**

**düzeni, sürdürülebilirlik ve demokrasinin gelişimi konusunda daha verimli ve etkili olabilir mi?**

Ana akım medyaya dünyanın her yerinde ve her zaman ihtiyaç olacak. Araçlar ise kaçınılmaz bir biçimde dönüşmeye devam edecek. Ana akım dediğimiz şey, aslında bugünden bakıldığında, tam olmayacak bir hal alacak gibi görünüyor.

Valşi piyasa odaklı sistemleri dönüştürebildiğimiz ölçüde, manipülatif, rıza üretme odaklı, tüketimi pompalayan medyayı elimine edeceğiz. O dönüşüm, yeni de olsa, büyük ölçüde başladı.

Doğru medya için para ödemeye daha fazla razı olacağız, bize ücretsiz olarak sunulan hizmetlerden daha fazla şüpheleneceğiz.

Sürdürülebilir bir gelecek için "kral çıplak" diyebilme özgürlüğü önemli. Eskiden kalkınmanın sonunda özgürlüğün otomatikman geleceğini düşünüyorduk. Yeni küresel kalkınma gündemi ise özgürlüğün kalkınmada sadece bir çıktı değil, aynı zamanda girdi de olduğunu kabul ediyor.

Kısaca, insanlık olarak nihayet vardığımız sonuç şu: İnsan ve gezegeni sömüren bir sistemi eleştiremeyen, gördüğü yanlış söyleyemeyen bireylerin onu dönüştürmesi de beklenemez. Bireylerin tüm riskleri göze alarak söylediğini yazamayan medya da sistemi dönüştüremez. Burada gazeteciliğin, medyanın rolünün, aynen sivil toplum gibi, ne kadar kritik önemde olduğunu söylemeye gerek bile yok.

**Bir de son soru olarak, iklim kriziyle ilgili medya ve iletişim konusunu sormak istiyorum. Çoğu zaman medyanın "korku iletişimi"nin çok da iyi sonuçlar vermediği konuşuluyor. Bu konuda görüşlerinizi öğrenebilir miyiz? Yeni binyılın ilk 21 yılını tek bir sözcük ile ifade etmem gerekseydi, bu sözcük "kriz" olurdu. Yarattığımız hatalı sistemi devam ettirme inadımızdan dolayı hemen her gün yeni bir krizle karşı karşıya kalıyoruz. Kimi zaman güvenlikle**



"Sürdürülebilir bir gelecek için 'kral çıplak' diyebilme özgürlüğü önemli. Eskiden kalkınmanın sonunda özgürlüğün otomatikman geleceğini düşünüyorduk. Yeni küresel kalkınma gündemi ise özgürlüğün kalkınmada sadece bir çıktı değil, aynı zamanda girdi de olduğunu kabul ediyor"

ilgili, kimi zaman çevre ile ve bugün de sağlıkla ilgili yaşadığımız bu krizler bize içinde bulunduğumuz yıkıcı sistemin değişmesi gerektiğini sürekli anlatıyor, bizler maalesef dinlemiyoruz. Sanayi Devrimi'nden bu yana dünyada büyük bir zenginleşme yaşandı. Bu dönemde teknolojik gelişmeler kadar, doğal kaynakların sömürsüsü de en üst seviyeye çıktı ve seri üretim mekanizmaları ile bu kaynakların tüketim malları haline gelmesi hızlandı, kolaylaştı, geniş halk kitleleri bu ürünleri satın alabilecek refah seviyesine geldi.

Ancak bu dönemde insan, kendisini doğadan ve doğada yaşayan tüm canlılardan üstün bir organizma olarak tanımladı. Kendisini doğadan sınırlanmış, ona hükmeden bir tür olarak konum-

landırdı. Bu düşüncü biçimi ile paralel olarak doğa üzerinde yaptığı sömürsüsü kaynaklar hiç bitmeyecekmişçesine, doğaya adeta işkence ederek sürdürdü. Bugün yaşadığımız pek çok krizin altında yatan neden maalesef bu.

Şimdi, yaşadığımız gezegendeki yaşamı tamamen kaybetme riskiyle karşı karşıyayız. İklim krizinin beraberinde getirdiği bu risk artık kimsenin gözünü yumamayacağı bir noktaya ulaştı. Artık doğa üzerindeki bu büyük baskı başka coğrafyalarda uygulayıp kendimize güvenli alanlar içinde yaşam kurmamız mümkün değil.

Yaratılan bu büyük baskıların sonuçları artık her yerde. Bugün Marmara Denizi'nde yaşanan mısılaj felaketi sadece İstanbul'u tehdit etmiyor, Marmara'ya kıyısı bulunan tüm şehirleri, ayrıca Ege Denizi ve Karadeniz'deki komşu coğrafyaları da tehdit ediyor. Aynen Çin'deki bir vahşi hayvan pazarından çıkmış olması muhtemel bir virüsün dünyayı esir alması gibi.

Kısacası korkutmak isteyen, krizden, felaketten, afet ve acil durum haberlerinden bol bir malzeme yok. Ama diğer yandan, doğru iletişim için neyi nasıl söylediğimizin önemi çok büyük. Çevresel konularda verilecek mesajların insanların korku ve paniğe itmeden ama durumum ciddiyetini de gösteren yeni bir dil ile ulaştırılması gerekiyor: Olgusal, net, açıklayıcı bir dil.

İnsanlık olarak tarihteki devasa felaketlerden nasıl sağ çıktığımızı, birlikte çalışma ve organizasyon konularında maharetimizi hatırlatan, cesur ve teşvik edici, çözüm ve eylem odaklı mesajlar gerekli.

İklim değişikliği ve çevre odaklı felaketlerin sorumluluğunu sadece en gelişmiş ülkeler, teknoloji veya nüfus artışına yükleyip kaçmadan, bunların aslında yarattığımız korumasız ve defolu sistemin bir sonucu olduğundan, birbiriyle ilintili kökleşmiş eşitsizliklerden ve toplumsal sorunlardan kaynaklandığına maçıklararak bunların üstesinden cesur adımlarla, yani eylemle gelinileceği mesajına odaklanmak şart. ○

## “İklim Haberciliği Hak Temelli Bir Çözüm Gazeteciliği Yaklaşımına Dayanmalı”

**İklim Haberciliği Ağı ekibinden Nur Banu Kocaaslan, gazetecilerin iklim krizini şiddetlendiren tüm uygulamaları hak ihlali olarak tanımlarken, haberlerine bu perspektifle yaklaşımlarının çok kıymetli olduğunu belirtiyor:**

**“Bir yanıyla da çözüm odaklı haberciliğe çok ihtiyacımız var çünkü iklim krizinde okurda ‘olan oldu, biten bitti’ algısı uyandırmak, harekete geçmeyi değil ümitsizliği körüklemek kesinlikle doğru değil”.**

 Bulut BAGATIR

**Öncelikle İklim Haberciliği Ağı ile başlayalım. Ağın yola çıkış hedefi neydi ve neyi değiştirmeyi umuyor? Ekipte kimler bulunuyor?**

İklim Haberciliği Ağı, Ekosfer Derneği çatısı altında kurduğumuz bir gazetecilik platformu. Teyit Erişim ve İletişim Direktörü Can Semercioğlu, Ekosfer Derneği Yönetim Kurulu üyesi Hazal Acar ve ben projeyi tasarlayan ve yürüten çekirdek ekibiz. Daha geniş halkada ise Ekosfer var. Verdiğimiz İklim Haberciliği Eğitimleri’nde ise bize gazeteci Doğu Eroğlu ve Ekosfer Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Özgür Gürbüz eşlik ediyor.

Can ve ben gazetecilikten geliyoruz ve hâlâ iletişim sektöründeyiz. Gazeteciliğin niteliği ve iklim krizi ikimizin de üzerine sürekli düşündüğü ve üretim içinde olmak istediği bir alandı. İklim Haberciliği Ağı da iki eski gazetecinin bu ilgisinden doğan bir gazetecilik platformu oldu.

Türkiye’deki gazetecilerin dikkatini iklim krizine daha fazla çekmeyi, iklim krizini ana akımdan yerel medyaya Türkiye medyasında daha görünür hale getirmeyi amaçlıyoruz. Aynı zamanda iklim haberciliğinin sürdürülebilir biçimde yapılabilmesine katkı sunmayı hedefliyoruz.

**İklim Habercilik Ağı, iklim krizi haberciliğinin çerçevesini nasıl çiziyor? Yurttaş gazeteciliği, hak odaklı gazetecilik veya çözüm gazeteciliği gibi çok farklı gazetecilik yaklaşımları mevcut. İklim krizi haberciliği böyle bir yaklaşımda kendisini nerede konumlandırabilir?**

İklim haberciliği diyerek aslında bir tür uzmanlaşmaya işaret ediyoruz ama bir yandan da bu uzmanlaşmanın bazı temel gazetecilik prensiplerine sahip olmak oluşturuyor. Kamu yararına yaygın yapmak, bilimsel gerçeklere aykırı hareket etmeden gerçekleri çarpıtmadan paylaşmak, demokratik değerlere ve insan haklarına saygılı olmak vb. Tüm bunlara ek olarak iklim haberciliğinde hak odaklı habercilik ve çözüm gazeteciliği perspektifleri bizce ayrıca öne çıkıyor. Çünkü iklim krizi hepimizi etkileyen bir insan hakları krizi aynı zamanda; üstelik dezavantajlı grupları, kadınları, göçmenleri, çocukları çok daha fazla etkiliyor. Gazetecilerin iklim krizini şiddetlendiren tüm uygulamaları hak ihlali olarak tanımlayarak, haberlerine bu perspektifle yaklaşmaları çok kıymetli. Bir yanıyla da çözüm odaklı haberciliğe çok ihtiyacımız var çünkü iklim krizinde okurda “olan oldu, biten bitti” algısı uyandırmak, harekete geçmeyi değil



ümitsizliği körüklemek kesinlikle doğru değil. İklim krizinde çözümsüz değiliz, yol haritası son derece açık, zamanımızsa biraz kısıtlı. Gazeteciye düşen de okura doğru bilgiyi verirken aynı zamanda çözüm yollarına da değinmek, böylece haberi “felaket tellallığından” çıkarıp hak temelli bir çözüm gazeteciliği örneğine dönüştürmek. Bu bakış açısının küresel iklim mücadelesine çok büyük katkı sağlayacağına inanıyoruz.

**Yaygın medyanın iklim krizine olan yaklaşımı aşırı hava olaylarının anlık felaketlerini haberleştirmek ve bunun çözümüne yer vermemek üzerine kurulu. Sayılı mecra dışında alternatif medyanın da yüzünü iklim krizine çevirdiğini söyleyemeyiz. Medyada “dünya yeni bir buz çağına doğru ilerliyor” gibi veya iklim değişikliğinin Türkiye’den çok uzak ülkelerde yaşandığını ima eden haberlere de dönem dönem rastlayabiliyoruz. Böyle bir medya ekosisteminde iklim krizi haberciliği ne derece mümkün? Sizin tespit ettiğiniz sorunlar neler?**

Aslında tasvir ettiğimiz haberciliğin nedenlerini anlamak çok da zor değil. İklim krizi bundan 15-20 yıl önce bilim insanlarının uyarılarda bulunduğu ancak bizlerin gündelik hayatta etkilerini

çok da hissedemediğimiz, bu yüzden de detaylarını anlamakta zorlandığımız bir durumdu. Kendi yaşantımızda gözlemediğimiz için, bilimsel araştırmalara değinen haberler de hep uzak coğrafyaların, uzak geleceğin bir sorunuymuş gibi yazılıyordu. Bugün ise medya olarak iklim krizine dair hâlâ az şey bilmekle beraber, mesela aşırı hava olaylarını görüyor; sel baskınlarını, hortunları işleyen epizodik (anlık, sıcak haber) haberler yapıyoruz. Bilgi eksikliğimiz bizi bu epizodik haberleri daha geniş çerçeveden bakan, örneğin aşırı hava olaylarının iklim kriziyle bağını araştıran tematik haberlere, dosyalara taşınmamızın önüne geçiyor. Ama bu sadece Türkiye’deki medya ekosistemiyle ilişkili bir sorun değil, evrensel bir durum.

İklim Haberciliği Ağı olarak [röportaj](#) yaptığımız Guardian İklim ve Çevre Editörü Damian Carrington, bu durumu iklim krizinin yavaş ilerleyen bir felaket olmasına bağlamıştı. Zamana yayılan bir felaket üzerine nitelikli habercilik yapabilmek bir nebze uzmanlaşabilmekle, araştırma yapmak için zamana sahip olmakla ve ısrarlı olmakla çok ilişkili. Dolayısıyla nitelikli haberler için gazetecileri bu yönlerden desteklemek ve güçlendirmek gerekli.

**Çalışmalarınız kapsamında Türkiye’nin farklı bölgelerinden yerel gazetecilerle bir araya geldiğinizi ve eğitimler gerçekleştirdiğinizi biliyoruz. Yerel gazeteciler iklim krizinin ne kadar farkında? Eğitimlerden elde ettiğiniz tecrübeye göre yerelde iklim krizine dair haber üretmenin önündeki engeller neler? Bunun yanı sıra iklim krizi haberciliği hem yaygın hem de alternatif medyada nasıl “yerelleştirilebilir”?**

İklim Haberciliği Ağı olarak verdiğimiz eğitimlerde sadece İstanbul ve Ankara medyasıyla sınırlı kalmayı hiç istemedik çünkü aslında iklim krizinin Türkiye’nin her yerindeki etkilerini anlamamızda yereldeki medyanın güçlendirilmesi gerektiğine inanıyoruz. Bu yüzden Akdeniz, Ege, Güneydoğu Anadolu, İs-



**“Yerel gazetecilerde iklim krizi farkındalığı bizzat gözlemedikleri somut örneklerle kendiliğinden oluşmuş durumda. Değişen iklim şartları, kuraklık, tarımda sıkıntılar, biyoçeşitlilik kaybı gibi sorunları haberlerine taşıyorlar. Ancak terminolojiye uzaklık, bazı kavramların karıştırılması, iklim krizinin nedenlerine dair bilgi eksikliği söz konusu”**

tanbul, Ankara-Eskişehir ve Karadeniz olmak üzere altı eğitimde 200 gazeteci ve gazetecilik öğrencisiyle buluştuk. Aynı zamanda katılımcılarımız ve ilgili gazeteciler için uluslararası gazetecilik konsorsiyumu Covering Climate Now Direktörü Mark Hertsgaard ile de bir [webinar](#) gerçekleştirdik.

Tüm eğitimlerimizde gördüğümüz şey aslında şu; yerel gazetecilerde iklim krizi farkındalığı bizzat gözlemedikleri somut örneklerle kendiliğinden oluşmuş durumda. Değişen iklim şartları, kuraklık, tarımda sıkıntılar, biyoçeşitlilik kaybı gibi sorunları haberlerine taşıyorlar. Ancak terminolojiye uzaklık, bazı kavramların karıştırılması, iklim krizinin nedenlerine dair bilgi eksikliği de var olan bir sorun.

Özellikle çok yoğun çalışan ve bölgelerindeki her habere koşan yerel gaze-

tecilerin diğer alanların yanı sıra iklim krizinde de tam anlamıyla uzmanlaşmalarını kolayca beklememiz haksızlık olur. Ama iklim krizinde temel bakış açılarını, habere yansıtılacak doğru perspektifleri ve gazetecilere düşen görevleri içselleştirebilmemiz bence çok kıymetli bir başlangıç noktası.

Sorumuzun yerelleştirme kısmına gelirsek eğer, kendi gazetecilik tecrübemden ve konuştuğumuz yabancı iklim habercilerinin bize aktarımlarından şunu söyleyebilirim. Kendi bölgemiz ya da uzak bölgelerle temas kurmalı, bilim insanlarıyla, iklim aktivistleriyle, sivil toplum ve ekoloji örgütleriyle, politikacılarla, çiftçilerle, yerelde yaşayanlarla yüz yüze gelmeli, konuşmalıyız. Gidemiyorsak, telefonla ulaşmalıyız. Çünkü haber sadece masa başında internet araştırmasıyla değil, bu kaynaklarla yapıldığında zenginleşiyor. Aslında haber onlarda.

**Önümüzdeki dönemde nasıl çalışmalar gerçekleştirmeyi planlıyorsunuz? Benzer iklim haberciliği eğitimlerinin tekrardan gerçekleştirilmesi gibi çalışmalar planlarınızda bulunuyor mu?**

Eğitimlerimize devam ederek daha fazla gazeteciyle yan yana gelmek istiyoruz. Gelecek dönemler için haber merkezleriyle birebir görüşmeler yapmayı, iklim haberciliği üzerine daha fazla online buluşma gerçekleştirmeyi ve içerik üretimine devam etmeyi umuyoruz. Ayrıca haberciliğin Türkiye’deki önemli meselelerinden biri olan ekonomik sürdürülebilirliğin de iklim haberciliği özelinde sağlanabilmesi için yol arayışında olacağız. ○

# Yeşil Badana Dosyaları: Fosil Yakıt Devlerinin “Aldatıcı” Reklamları

DeSmog’un araştırmasına göre fosil yakıt şirketlerinin yeni büyük kataloğu, kamu imajı ile gerçek faaliyetler arasındaki farkı gösteriyor.

Rich Collet-White ve Rachel Sherrington S. Sena Akkoç

**İklim** değişikliği konuları üzerinde çalışan **DeSmog** isimli haber sitesinin fosil yakıt şirketlerinin “yeşil badanasını” boyutlarını ortaya çıkardığı soruşturmadan sonra fosil yakıt şirketleri, yanıltıcı reklamları yüzünden yasal zorluklarla karşıya...

Çevre avukatları grubu ClientEarth, **Yeşil Badana Dosyaları**’nın yayınlanması üzerine şirketleri uyardı. DeSmog’un araştırmasını kullanan analizler, büyük fosil yakıt şirketleri ve enerji üreticilerinin nasıl yeşil kimliklerini aşırı bir şekilde vurgularken işleri hakkında halka yanıltıcı bir izlenim verdiğini gösteriyor.

**Aramco, Chevron, Drax, Equinor, ExxonMobil, Ineos, RWE, Shell ve Total**’in reklam çıktılarını analiz eden DeSmog, reklamları bu şirketlerin mevcut ve gelecek ticari faaliyetlerinin gerçekleriyle karşılaştırdı.

ClientEarth, 2019’da BP “Olanaklar Her Yerde” kampanyasını **geri çekmeye** karar vermeden önce, BP’nin reklamları hakkında **şikayette** bulunmuştu. Avukatlar, reklamlarıyla halkı yanlış yönlendirmeleri durumunda diğer fosil yakıt şirketlerinin de benzer zorluklar yaşayabileceğini söylüyor. Grup, fosil yakıt şirketlerinin “aldatıcı” pazarlamasına karşı tütün ürünlerindeki gibi reklam yasakları ve sağlık uyarıları getirilmesi çağrısında bulunuyor.

Reklamlar, şirketlerin iklim değişikliğine karşı karbon yakalama ve depolamadan deneysel alg biyoyakıtları ve yenilenebilir enerji kaynakları

gibi tercih ettiği çözümleri, bu teknolojilere tahsis edilen toplam yatırımın küçüklüğü veya sınırlamaları hakkında açık olmadan düzenli olarak vurguluyor. Yeşil Badana Dosyaları, bu reklamların oluşturduğu kamu imajı ile fosil yakıt şirketlerinin gerçek faaliyetleri arasındaki karşıtlığı açıkça ortaya koyuyor.

## ExxonMobil: “İlerlemeyi Güçlendirmek” (Powering Progress)

“İklim değişikliği risklerini ele alırken, enerji santrallerimizin emisyonlarını azaltmak için temiz doğalgaz üretirken, karbondioksiti atmosfere ulaşmadan önce yakalayan ve alglerden üretilen biyoyakıtlar gibi beklenmedik enerji kaynakları keşfederken enerji sağlamanın yolları üzerine çalışıyoruz.”

Güven verici bir ses, bize son yıllarda ABD’li petrol devini yeşil teknolojinin lideri olarak sunan reklamlardan biri olan Exxon’un “İlerlemeyi Güçlendirmek” reklamında bunları söylüyor. Ancak reklam, Exxon’un bilim insanlarını “yosun çiftlikleri” ve havadaki karbondioksiti emmek için tasarlanan teknolojiler geliştirirken sıkı bir şekilde çalıştıklarını gösterirken, şirketin ticari faaliyetleri farklı bir hikaye anlatıyor.

Exxon, genel emisyonların artmasına

izin veren kademeli “karbon yoğunluğu” azaltımını tercih edip **mutlak** bir emisyon azaltma hedefi belirlemeyi **reddettiği** için fosil yakıt şirketleri ve diğer büyük emisyoncular arasında ayrı bir konumda. Exxon’un Paris Anlaşması hedeflerine ulaşmak için enerji analistlerinin acilen gerekli olduğunu **söylediği** petrol ve gaz üretiminin kesilmesi gibi **bir plan yok**.

Exxon, 2019’da toplam yıllık üretim emisyonlarının yaklaşık olarak Kanada’nın emisyonlarına eşdeğer olduğunu ortaya koyan **belgelere** göre, küresel emisyonların önemli bir bölümünden sorumlu olmaya devam ediyor. Ancak 2010 ve 2018 yılları

arasında düşük karbon kaynakları için yeni projelere toplam yatırımın sadece %0,2’si giderken Exxon’un temiz enerjilere yaptığı harcama, **yatırımlarının** çok küçük bir kısmı.

“İlerlemeyi Güçlendirmek” ve diğer reklamlar, Exxon’un alg biyoyakıtlarına yaptığı yatırımları ön plana çıkarılmasına karşın, 20 milyar dolara yakın yıllık sermaye yatırımlarına kıyasla, bu teknolojilere son 10 yılda yaklaşık sadece 300 milyon dolar harcadı. Uzmanlar, teknolojinin ticari olarak uy-

gulanabilirliğinden veya ölçek ekonomisinde kullanılabilirliğinden şüpheleniyor.

## RWE: “Biz Yeni RWE’yiz”

Alman enerji devi RWE’nin bir **reklamı**, izleyiciyi sanayi devriminden beri insan uygarlığını ilerleten çığır açıcı icatlardan (ampul, radyo, toplu taşıma...) günümüze getiriyor. Reklamda “her zamanın kendi enerjisi vardır” sözlerinin ardından “Zaman değişiyor. Toplum değişiyor. Şirketler değişiyor ve biz de değişiyoruz” deniyor. Ardından salmeller rüzgar türbinleri ve bugünün “yenilenebilir çağı” olduğu dile getirilen santrallara enerji veren “doğal güçlere” getiriliyor.

Şirket, kendisini bu geçişin merkezinde konumlandırarak izleyiciye “yeni RWE’ye” geçişin bir parçası olarak şirketin “sürdürülebilir bir dünya için yenilenebilir enerjilere” odaklandığını ve “temiz, güvenilir, uygun fiyatlı” enerji sağladığını söylüyor. Kampanya, 2040 yılına kadar “karbon nötr” olmanın yanında rüzgar ve güneş enerjisinde önemli bir genişlemeyi yönetme **taahhüdü** veriyor.

Ancak RWE’nin düşük karbonlu faaliyetlerinin **büyütmesi**, fosil yakıtlardan çıkışla uyumlu olmadı. Greenpeace’in yakın zamanda yaptığı bir araştırmaya göre RWE, Avrupa’nın en büyük emisyon salıcısı olmaya **devam ederken** üç büyük linyit kömür yakıtı elektrik santralının tümü, Avrupa Birliği’nin en yüksek emisyonlu beş santral arasında **yer alıyor**. Mevcut planına göre RWE, 2038’in sonuna kadar (yani iklim uzmanlarının OECD ülkeleri için **önerilen** son tarihten yaklaşık 10 yıl sonra) kömür yakıtı elektrik üretmeye **devam edecek** ve halihazırda önemli olan doğalgaz işlerini **büyütecek**.

Temiz enerjiye odaklandığı iddialarına rağmen şirket enerjisinin %80’i yenilenebilir kaynaklardan, çoğunlukla da en kirlenmiş kaynaklar olan linyit kömürü, taşkömürü ve doğalgazdan **geliyor**. Şirket, bilim insanlarının **uyarlarına** rağmen, “yenilenebilir” enerji kaynak-

larının kullanımı konusunda da tartışmalı ve karbon-yoğun.

## Drax: “Kömürün Ötesinde”

Şu anda büyük ölçüde biyokütle enerjisine dayanan ve İngiltere-Kuzey Yorkshire’ın en büyük elektrik santralını işleten bir diğer enerji şirketi Drax, son yıllarda çevreci kimliğini güçlendirmek için çok çalıştı. Drax, kendisini iklim değişikliği ile mücadelede bir müttefik olarak konumlandırdı.

2020’nin Mart ayında şirket, tamamladığı kömür yakıtı enerji üretiminden uzaklaşmasını kutladığı bir **reklam** yayınladı. Arka planda canlı bir film müziği konulan video, bu hareketi “Drax’ın 2030’a kadar karbon negatif olma hedefi doğrultusunda büyük bir adım” olarak adlandırırken çevredeki alanın “geçmiş tarafından değil, geleceği tarafından tanımlandığından” emin olmak için yeni “Sıfır Karbon Becerileri Görev Gücü”nün çığırkanlığı yapıyor. Bu sırada **2020 yılı inceleme videosu** ise “%77 yenilenebilir enerji” üreten Drax’ı, Avrupa’nın en düşük karbon yoğunluklu elektrik üreticileri arasında gösterdi.

Ancak şirketin **cömert hükümet destekleri** sayesinde elektrik santralında ana enerji kaynağı olarak kömürün yerini alan biyokütlenin iklim dostu olup olmadığı da tartışma konusu. Yakılan odun paletlerinin çoğu zaman fosil yakıtlardan daha karbon-yoğun olduğu **bulundu**. Ayrıca uzmanlar, yakılan odunların yerlerine dikilen ağaçların yayılan karbondioksiti anlamlı bir zaman ölçeğinde yeniden yutabileceğinden **şüpheli**.

Drax’ın düşük karbon stratejisinin diğer kilit noktası karbon yakalama ve depolama teknolojilerinin kullanımı hâlâ **pilot aşamadayken** ekonomik olmamaya da devam ediyor.

DeSmog’un sorularına karşılık Drax, Birleşmiş Milletler Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (UN IPCC) tarafından belirlenen “var olan en iyi küresel uygulama” doğrultusunda biyokütle enerjisinden kaynaklanan

## Yeşil Badana Nedir?

İngilizcesi **Greenwashing** olan kavram, ilk kez 1960’larda ABD’li reklam editörü Jerry Mander tarafından kullanıldı, ancak o bunu “ecopornography” olarak kullanmıştı. Yeşil Badana’nın Türkiye’deki reklamlarda da arttığına şahit oluyoruz. Özellikle tüketici farkındalığının iklim değişikliği, geridönüşüm gibi alanlara kaymasıyla markalarda reklamlarında bu noktaların altını çiziyor ancak gerçekler bu dosyada da görüldüğü gibi pek öyle değil.

## Peki Bir Reklamın Yeşil Badana Olduğunu Nasıl Anlayabiliriz?

Reklamda, abartılı bir şekilde çevre ve doğa vurgusu yapılıyorsa, kanıtsız ve yersiz iddialar bulunuyorsa, “mış gibi” yapıyor, yani altı doldurulamayan söylemlere yer veriyor ve aldatıcı ifade ve görsellere başvuruyorsa; tebrikler, bir yeşil badanayla karşı karşıyasınız. Bunun panzehiri ise, markanın sitesi yerine internette markayla ilgili ufak bir araştırma yapmak olabilir. Hatta hiç çekinmeden markaya mail atabilir, sosyal medya hesaplarından “etiketleme” yöntemiyle ilgili reklamlar hakkında sorular sorabilirsiniz.

Greenwashing

emisyonların “arazi kullanımı sektöründe zaten hesaba katıldığını, bu nedenle de yanma noktasında karbon nötr kabul edildiğini” söyledi.

Drax ayrıca, “Kaynağımız olan ormanlar büyüyor ve daha fazla karbon depoluyor” diyerek biyokütle için yenilenebilir olarak kabul edilmesi gerektiğini söyledi ve 2027 yılına kadar “on binlerce iş yaratan” ve “her yıl atmosferden milyonlarca ton karbondioksiti kalıcı olarak uzaklaştıran” karbon yakalama ve depolama ünitesine sahip biyoenerji planlarına işaret etti.

#### Aramco: “O An Şimdi”

Suudi Arabistan devletine ait petrol ve doğalgaz devi Aramco, 2019 sonunda borsada işlem gördüğünde, tarihin en değerli borsa şirketi oldu. Ancak fosil yakıt devi, endişelerinin en alt seviyeden fazlası olduğunu garanti etmek konusunda zorlanıyor.

“O An Şimdi” başlıklı bir reklamda bir Aramco çalışanı, meslektaşlarıyla dolu bir amfide “dünyaya açılırken, sürdürülebilir bir geleceğe ilerlememiz gerektiğini her zamankinden daha iyi biliyoruz” diyor. Konuşmayı ayakta alkışlayan izleyicilere “Keşfettiğimiz doğal kaynaklara değer veriyoruz. Ancak bizi daha iyi bir dünya yaratmaya yönlendiren şeyin insani enerjimiz olduğunu asla unutmuyoruz” diye devam ediyor. Diğer yerlerde ise şirket, “Gezegeneimizi korumak en önemli değerlerimizden biri olduğu için çevreyi koruma taahhüdünü” doğrultusunda hareket ettiği konusunda ısrarcı. Üstelik bunlar, şirketin 1965’ten beri tüm küresel emisyonlarından tahminen %4’ünün sorumlusu ve dünyanın en büyük kurumsal seragazi yayıcısı olmasına rağmen söyleniyor...

Aramco’nun petrol ve gaz rezervleri, ExxonMobil, Chevron, Shell, BP ve Total’in toplamının üzerindeyken şirket, emisyonlarının tamamını açıklamayı reddediyor. Hissedarlarının çoğunluğunu oluşturan Suudi Arabistan hükümeti, on yıllardır iklim değişikliğine karşı uluslararası eylemleri



Yeşil Badana Dosyaları, bu reklamların oluşturduğu kamu imajı ile fosil yakıt şirketlerinin gerçek faaliyetleri arasındaki karşıtlığı açıkça ortaya koyuyor.

durdurma çabalarının ön saflarında yer alıyor. Suudi Arabistan’ın Madrid’deki son BM iklim görüşmelerindeki temsilcilerinin üçte birinden fazlası, çoğu Aramco ile olmak üzere, petrol ve gaz endüstrisi ile ilişkilidi.

#### Equinor: “Bizi Bu Değiştirdi”

Norveç devletine ait olan ve daha önce Statoil adıyla ticaret yapan petrol ve doğalgaz şirketi Equinor, 2018’de “genel bir enerji şirketine” dönüşümünü ve büyüyen düşük karbonlu enerji bölümünü öne çıkarma umuduyla yeniden markalaştı. Şirket, “Equinor. Bizi Bu Değiştirdi” adlı bir reklamda isim değişikliğine gitme sebebinin açıkladı. Reklamdaki anlatıcı şöyle diyor: “Bazı değişiklikler o kadar derindir ki her şeyin ötesindedir. Yeni bir denge bulmamızı gerektiren değişiklikler gibi.”

Daha yakın tarihli bir reklamda ise şirket, “emisyonların düşmesi ve bunun

hızlı bir şekilde yapılması gerektiği” konusunda ısrarcı.

Equinor, 2026’ya kadar yenilenebilir enerji kapasitesini 4-6 GW’a çıkarmayı planlayarak düşük karbon teknolojisi yatırımlarını artırmak için adımlar atıyor. Şirket, 2050 için “net sıfır” emisyon hedefi belirledi.

Ancak bu değişim büyük ölçüde petrol ve gaz işlerinin yerini almak için değil, bu işlere ek olarak yapılıyor. Şirket hâlâ petrol ve gaz rezervi arayışında ve 2030’dan önce fosil yakıt üretimini azaltmaya başlamayı düşünmüyor. Geçen yıl, Batı Avrupa’nın en büyük petrol sahasını açan şirket, Kuzey Kutbundaki girişimlere de önemli ölçüde dahil oldu.

Equinor, doğalgazı “yenilenebilir enerjiyi dengelemek için mükemmel bir yakıt” olarak destekliyor ve iki yıl önce yakıtın “düşük karbonlu” bir enerji kaynağı olduğu iddiasında bulunduğu için İngiltere’nin Reklam Standartları Kurumu tarafından uyarılmıştı. Şirketin tanıttığı diğer teknoloji ise karbon yakalama ve depolama. Ancak şu an şirketin dahil olduğu tüm projeler, toplam emisyonlarının %3’ünden daha azına karşılık geliyor.

#### Yeşil Badana Dosyaları

ClientEarth avukatı Johnny White, reklam koleksiyonunun fosil yakıt şirketlerinin “büyük bir aldatmacaya” karıştığını gösterdiğini söylüyor. White, “Fosil yakıtlara bağlılığı azaltmamız gerekiyor. Ancak bu şirketler düşük karbonlu geçiş öncüsü olmak yerine kamuoyunun dikkatini dağıtarak imajlarını aklayan reklamlar yayımlıyor. Bu reklamlar, şirketlerin işlerinin gerek doğasını, iklim değişikliğine katkılarını ve geçiş planlarını yanlış bir şekilde sunuyor. Bu reklamların, değişimin hızı üzerinden gerçek dünyaya etkilerini hafife alamayız” dedi.

Tüm reklam ve analiz setine buradan ulaşabilirsiniz. ○

**Not: Bu yazıda yer alan tüm şirketlerle yorumları için iletişime geçmiştir.**

## Daha Adil ve Sürdürülebilir Bir Dünya için Medya...

“Doğru bilgi kaynağının eksikliği, çoğu zaman insanların ya bilgisiz kalmalarına ya da daha kötüsü, çevre farkındalığına zarar veren, gündemi doğru ajandadan saptıran bilgiler edinmelerine sebep oluyor”

S. Sena AKKOÇ

**EKOIQ’da** iklim ve çevre üzerine bol bol çeviri ve araştırma yaptığım, analizler ve haberler yazdığım bir yılı geride bırakırken çevre haberciliği ve sürdürülebilirlik-medya ilişkisinin önemi üzerine kendi görüşlerimi paylaşmak istiyorum.

Özellikle Marmara Denizi’nde yayılan müsülaj ile artık görmezden gelinemez hale gelen çevre sorunları, medyada her zamankinden daha fazla yer almaya başladı. Fakat ne yazık ki ilikemizde ve dünyanın birçok yerinde çevre sorunları, yalnızca felaket seviyesine geldiklerinde ilgi çekici bir gündem oluşturabiliyor. Çevre sorunlarının felakete dönüşmeden de gündem haline gelebilmesi için çevre ve iklim haberciliğinin hayati bir önem taşıdığı düşünüyorum.

Ana akım medyada çevre konularının her zaman negatif kavramlar ve felaketler üzerinden işlenmesi nedeniyle de çevreyi daha kapsamlı olarak ele alan bir çevre haberciliği gerekiyor. Çevre ve iklim konularında kayıplar ile birlikte kazançların da verildiği, “neden korumalıyız” ve “neden önemsemeliyiz” sorularına yanıt veren haberler, daha sürdürülebilir çevre hedeflerine ulaşmak için yapıcı bir çözüm modeli olabilir.

Çevre haberciliğini önemli kılan bir diğer nokta ise, etkilerin dağılımındaki eşitsizlikler nedeniyle çevre konuları-



nın bazen insanlara çok uzak meseleler gibi görünmesi. Evet, bazen dünyanın öteki tarafında gibi görünen bir sorunu neden önemsememiz gerektiğini sorgulayabiliriz ancak çevre sorunları, diğer sorunlar gibi işlemiyor. Önceliklerini ekonomik büyüme olarak belirleyen nesillerin hatalarının yol açtığı felaketlere bugün biz maruz kalıyoruz.

#### Doğru Bilgiye Erişim

Medyanın çevre haberlerini gündemde tutma, bu konularda doğru bilgi sağlama ve bazen de kamuoyunun bilgilendirilmesi yoluyla insanları erkenden harekete geçmesini sağlama görevleri var. Fakat doğru bilgi eksikliğinin ve doğru anlatım biçimlerinin en eksik olduğu konulardan birinin çevre sorunları olduğunu düşünüyorum. Bunu daha net bir şekilde anlatmak için şöyle bir örnek verebilirim: Geçtiğimiz yıl İklim Haber ve KONDA, “Türkiye’de İklim Değişikliği ve Çevre Sorunları Algısı” başlıklı bir rapor hazırladı. Rapora göre, katılımcıların %71,4’ü, iklim değişikliğinin insan etkisi ile yaşanan bir süreç olduğunu düşünmüyor. Fakat katılımcıların %66’sı, iklim değişikliğinin

ana sebebinin ormanların ve yeşil alanların yok edilmesi olduğu görüşünde. Bu, Türkiye’de iklim değişikliğine dair farkındalığın artmasına rağmen konu üzerine kamuoyunun bilgisinin ne kadar kısıtlı olduğunu açıkça gösteriyor. Doğru bilgi kaynağının eksikliği, çoğu zaman insanların ya bilgisiz kalmalarına ya da daha kötüsü, çevre farkındalığına zarar veren, gündemi doğru bir ajandadan saptıran bilgiler edinmelerine sebep oluyor.

Medyada sürdürülebilirlik ve çevre üzerine yayımların görünürlük kazanması, özellikle de bu konularda siyasi bir temsiliyet sorunu yaşayan ülkemizde daha önemli hale geliyor. Medya, iklim değişikliğini inkar edip çevreye karşı duyarlılığın ekonomik gelişmeye karşı bir komplo teorisi olduğunu savunan ideolojilerden uzaklaşıp, dünyanın gerçek sorunları hakkında doğru bilgiye erişimi, mümkün olan en geniş kitleye sağlama gücü olan bir alan. İnsanları ve gelecek nesilleri doğrudan etkileyen bu sorunlar hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesi, daha adil ve sürdürülebilir bir dünyaya ulaşmak için belki de en önemli adım. ○

# “Medya, İklim Krizinin Teknolojik Çözümü Olduğu Masallarına İnanmamızı İstiyor”

İklim değişikliği ve medya üzerine Türkiye’deki ender çalışmalarından birini Mehmet Ali Üzelgün ile gerçekleştiren Dr. Ümit Şahin, çalışmanın yayımlandığı 2016 yılından bu yana medyanın iklim krizine bakışının değişip değişmediğini EKOIQ için değerlendirdi. Şahin, iklim krizinin nedeninden bahsetmenin fosil yakıtları terk etmekten bahsetmek anlamına geldiğini hatırlatırken, “Bu da hem yerleşik ekonomik çıkarları rahatsız etmek hem de iliklerimize kadar işlemiş tüketime dayalı yaşam biçimini sorgulamak anlamına geliyor. Bu düzeyde etkili bir iklim haberciliği yapmak için ise düpedüz yeşil veya ekolojist olmak lazım” diyor. Şahin’e göre teknoloji masallarının devreye girdiği yer tam da burası...

 Bulut BAGATIR

“İklim Değişikliği ve Medya” adlı raporunuzda, Türkiye’de iklim krizi haberlerinin gündeme gelmemesi yoğun politik gündeme bağlıyordu. Bunun yanı sıra medya aktörleri reyting getirmeyen bir konu olduğunu da belirtiyorlardı. Bugünse yaygın medyanın iklim krizine olan yaklaşımı aşırı hava olaylarının anlık felaketlerini haberleştirmek ve bunun çözümüne yer vermemek üzerine kurulu. Bunun en son örneğini müsilajda görüyoruz. Sizin, rapordan sonraki gözlemleriniz neler? Yaygın medyada iklim krizi haberciliğinin yer almamasının ana nedenleri nedir ve yer alması için neler değişmeli?

İklim krizinin etkilerinin daha fazla haber olduğu doğru ama bence bunun birinci nedeni iklim felaketlerinin özellikle belli dönemlerde çok fazla artması ve şiddetlenmesi. Ayrıca her ay sıcaklık rekorları kırılıyor, dünya ülkeleri daha

iddialı iklim hedefleri açıklıyorlar ve normal şartlarda her dedikleri haber olan liderler konu hakkında daha fazla konuşuyorlar. Konuyla ilgili klasik anlamda haber değeri taşıyan olayların sıklığı arttıkça medyanın ilgisi de doğal olarak artıyor. Ancak ikinci olarak tabii gazetecilikte de yeni bir kuşağın gelmesinin önemli bir etkisi olabilir. Eski kuşaktan klasik gazetecilerin dünya tamamen yansa iklim krizinin önemini anlayacağına inanmıyorum. Ancak her yerde olduğu gibi medyada da kuşak değişimi yaşanıyor ve genç gazeteciler dünyanın daha farkındalar, dünyayı izliyorlar, eski moda Türkçe basına maliküm değiller, internette ve sosyal medyada her şeyi görüyorlar, çocukların ve gençlerin başlattığı yeni iklim hareketinden, dünyada iklim krizinin önemli bir gündem olmasından etkileniyorlar. Ayrıca tabii kendi gelecekleri söz konusu olduğu için de gezegen daha çok



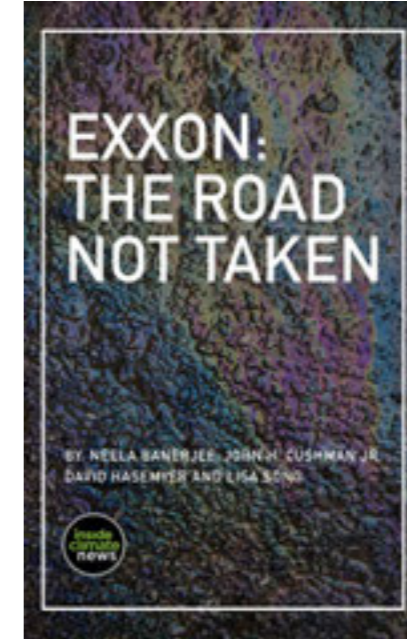
umurlarında, genel anlamda bir ekolojik yurttaşlık yaklaşımının genç gazetecilerde yaygın olduğu ortada. Olayı haberleştirirken nedenini kapının arkasında bırakmak ise değişmeyen bir tutum, doğru. Çünkü iklim krizinin nedeninden bahsetmek fosil yakıtları terk etmekten bahsetmek demek. Bu da hem yerleşik ekonomik çıkarları rahatsız etmek hem de iliklerimize işlemiş tüketime dayalı yaşam biçimini sorgulamak anlamına geliyor. Bu düzeyde etkili bir iklim haberciliği yapmak için ise düpedüz yeşil veya ekolojist olmak lazım. Genelgeçer bir çevreci-toplumcu duyarlılık yetmez. Okurunuza, izleyicinize “sistemi radikal biçimde eleştir ve hayatını değiştir” demek kolay değil. Önce sizin bunlara inanmanız lazım. Oysa teknolojinin bir gün her şeyi çözeceğine inanmak daha kolay ve risksiz. Bu nedenle dikkat edin, pek çok kimse sistemi ve hayat

biçimlerini değiştirmeden teknolojik çözümlerle işlerin çözülmesi ihtimalini sorun etmiyor, yeter ki inandırıcı görünsün. Aynı şey müsilaj problemi için de geçerli ama orada pek inandırıcı bir teknolojik çözüm ortada görünmediği için henüz kimse bel bağlamıyor. Yoksa insanların havadan karbon emmeye, kömürü yakıp karbonunu yere gömmeye, atmosfere kükürt tozu serpmeye vb. ne kadar meraklı olduğunu biliyorsunuz. Medya da zaten bu masallara inanmamızı sağlamaya çalışıyor.

İklim krizi haberciliğinin çerçevesini nasıl çiziyorsunuz? Aklınıza gelen iyi gazetecilik örnekleri var mı?

İklimbilimiyle ilgili gelişmeler, kırılan karbondioksit ve sıcaklık rekorları, iklim felaketleri, gıda, su, turizm, kentler vb. üzerindeki sosyoekonomik etkileri, enerji dönüşümü, fosil yakıt şirketlerinin toplum ve politikalar üzerindeki etkisi, uluslararası ilişkiler ve diplomasi alanındaki yansımaları, iklim zirvelerinde olup bitenler ve tabii eylemler, kampanyalar, yani iklim hareketinin yapıp ettikleri, hepsi iklim krizi haberciliğine girer. Böyle baktığımızda ana akım medya için bile her gün en az bir iki manşetlik haber, birkaç da daha küçük haber çıkması lazım. İklim krizine özel habercilik yapanlar zaten hiç haber sıkıntısı çekmediklerini bilirler. İyi gazetecilikten bahsederseniz, [Inside Climate News](#)’ın Exxon’un 1977’de iklim değişikliğiyle ilgili projeksiyonlarını nasıl hasır altı ettiğini ortaya çıkarmasını tek geçerim. Türkiye’de doğrudan iklim kriziyle ilgili bu tür bir araştırmacı gazetecilik yapıldı mı bilmiyorum, daha çok çeviri ve ülke içindeki politikalara reaksiyon vermek şeklinde bir iklim haberciliği yapılıyor sanki. Oysa ortaya çıkarılacak çok ilişki, çok karartma olsa gerek. Tabii sokağa, sahaya indiğinizde de iklim haberi kayıyor olabilir.

Son zamanlarda Türkiye’de de sıkça karşımıza çıkmaya başlayan “yeşil badana” örneklerini görüyoruz. Bu alanda çalışan gazetecilere yeşil ba-



danadan kaçınmaları için neler önerirsiniz?

Bunun çok zor bir formülü olduğunu sanmıyorum. Herhalde tek kural şu: Şirketlerden ya da sektörden doğrudan gelen hiçbir haberi sorgulamadan ve birebir kullanmamak lazım. Araştırmadan, görüş almadan, arka planı biraz kurcalamadan en normal habere bile, eğer bir şirket bülteninden geliyorsa, bir halkla ilişkiler faaliyetiyse, özenle yaklaşılmalı, arayıp konuşmalı, benzer örneklerle bakmalı diye düşünüyorum. Öte yandan yeşil badana son zamanlarda başlayan bir şey değil aslında. Eskiden çok üzerinde duran olmadığı için daha rahat yapılıyordu. Şimdi terim yaygınlaşıp şüphelilik artınca daha rafine davranmaya çalışıyor olabilirler. Gerçi hâlâ arada Nestle’nin Sumatra kaplanları gibi feci örnekler olmuyor değil. Ama olay sanırım daha çok itibar yönetimine ve yeşil tüketici avına kaydı. Bu konuda da ciddi bir uzmanlık birikti ve hatta sanırım doğrudan, basit yeşil badana azaldı.

İklim değişikliği haberciliğinin yerleştirilmesi ve buraya dair haberler yapılması özellikle en savunmasız kişilerin seslerinin duyurulmasında

oldukça güçlü bir yöntem. Ancak yaygın medyada çevre gazetecilerinin bile sayısının gün geçtikçe azaldığını biliyoruz. Yerelde iklim haberciliği nasıl artırılabilir?

Yerelden gelen her ekonomi haberine, yerel çevre haberine, hatta kültürel yönü ağır basan doğa haberine iklim krizi perspektifiyle yaklaşmak belki bir başlangıç olabilir. Ama tabii yerelde bir muhabir ağı oluşturmak alternatif medyanın yapabileceği bir şey değil. Olsa olsa yereldeki küçük internet medyasında çıkan haberler merkezdeki daha yaygın internet medyası tarafından gündeme taşınabilir, bir ağ kurulabilir veya ortak işler üretilebilir, ki bu da az şey olmaz doğrusu. Epey de emek gerektirir üstelik.

Alternatif medya kuruluşlarının iklim değişikliği haberciliği performansı hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Yeşil Gazete’yi, EKOIQ’yu ve İklim Haber’i hariç tutarak söylüyorum: Çok kötü. Hâlâ fosil yakıt şirketi destekli iklim inkarcısı saçmalıkları hakiki iklim haberlerinden ayırt edemeyecek düzeydeler maalesef. Buzul çağı geliyor, iklim krizi durdu gibi basit yemeleri bile yiyorlar. Bu bence artık konuyu bilmediklerinden değil, önemsemediklerinden. Sözümlü ettiğiniz araştırmayı yaparken bir gazete yöneticisi, “Yanlış olabilir ama okunuyor. İnsanlar olumlu şeyler duymak istiyor” demişti. Aynı şeyi politik açıdan önemli gördüğü bir konuda asla söylemezdi. Mesela birisi İsrail hükümeti Filistin’de işgal ettiği topraklardan çekiliyor diye bir haber uçursa, birileri de yanlış bunu yayımlasa, mesleki olarak canını zor kurtarır. Ama küresel ısınma durdu, buzul çağı geliyor diye bir haber görünce ne güzel diye yayımlamakta bir beis görmüyorlar. Çünkü onlar için bunlar politik haberler değil, magazin. Genç kuşağın bu gazetecilik anlayışını sorgulaması, yerin dibine sokması gerekir. Ama galiba yeni kuşak da yerleşik medyayı artık pek umursamıyor. Bu da böyle sürüp gidiyor. ○

# İklim Eylemi için İklim İddiası'na Var mısın?

Almanya'dan The Climate Bet (Die Klimawette - İklim İddiası) Kampanya Sorumlusu Andrea Kostrowski ile başlattıkları kampanyayı, Almanya'da iklim medyası ekosistemi ve iletişim kampanyaları hakkında konuştuk.

✍️ Burcu GENÇ

“The Climate Bet” (İklim İddiası) kampanyasından biraz bahsedebilir misiniz? Bu kampanyayla ne amaçlamıyor?

İklim İddiası, herhalde türünün en büyük iddia kampanyası ve bir iklim koruma kampanyası girişimi. İklimi korumak için herkesin önemli bir katkı sunabileceğini göstermeyi amaçlıyor. Bu sebeple Kasım ayında Glasgow'da gerçekleşecek Dünya İklim Konferansı'na kadar bir milyon ton karbondioksit azaltmak için bir milyon insana ulaşmayı ve böylece bireylerin gücünü birleştirerek COP26'ya bir köprü kurmayı amaçlıyor. İklim İddiası kampanyası Almanya'da “3 fürs Klima” isimli dernek tarafından destekleniyor. Bu dernek, Paris hedeflerine ulaşmak için insanları bireysel çabalarında destekliyor ve teşvik ediyor. Derneğin üyeleri de iklim nötr bir yaşam taahhüt etmiş kişiler ve “İklim Üçlemesi” amacına ulaşmaya çalışıyorlar: Kendi karbon ayak izini azalt, geri kalan karbonu dengele ve son olarak karbon nötr toplum yolunda bireysel el izlerinin yükselmesi için diğerlerini de yanına al.

İklim İddiası'na katılmak, karbon azaltımını önlemlerini bireysel seviyede taahhüt etmek veya sosyal artı değeri olan etkili iklim koruma projelerine bağış yaparak mümkün.

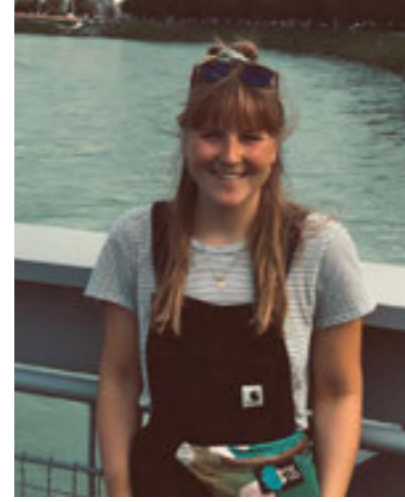
Karbondioksit azaltımı, [buradaki avatarda](#) kaydediliyor. Bu Almanya'da sürdürülebilir veri platformunda yer alan açık kaynak bir uygulama. Bu uygulama kişi, belediye, kurum, idari ve şirketlerin iklim koruma önlemleri alabilmeleri için tasarlandı. Karbondioksit avatari,

2035 yılına kadar karbon nötr olmayı amaçlayan belediyeleri destekleyen [CO<sub>2</sub>COMPASS](#) ağı tarafından geliştirildi.

İklim İddiası'nın, özel sektörden, ulaşım şirketlerinden, sivil toplum aktörlerinden, belediye başkanlarından ve akademisyenlerden oluşan bir kampanya elçileri ağı var. Çok büyük bir iletişim kampanyasından bahsediyoruz. İnsanların tepkilerinin nasıl olduğunu anlatır mısınız?

Tepkiler birbirinden farklı, aynı iklim korumanın kendisi gibi. Etkili bir iklim koruma için her şeyi daha iyi yapacak mutlak doğru bir yöntem veya önlemden bahsedemeyiz. Böyle bir şey olursa da eminim hepimiz çok mutlu olacağız. Elbette, herkes iklim korumayı teşvik etmek için herkesin hayatını kolaylaştıracak politik kararları bekliyor. Ancak bu kararlar ve çözümler hâlâ gerçekleşmedi. Paris İklim Anlaşması konusunda bir önceki taraflar toplantılarının iklim koruma iddiaları, 1,5 derece hedefini tutturmak için yetersiz.

Göz alıcı, renkli ve eğlenceli doğasıyla İklim İddiası, birçoklarında umudu yeşertiyor. Senin de dediğin gibi, farklı eylem gruplarını birbirine bağlayarak birçok bireysel çabayı bir toplumsal harekete dönüştürmeye yardımcı oluyor. Belediyelerin İklim İddiaları aracılığıyla birçok kente ve belediyeye hitap ediyoruz. 23 Haziran'da 100 gün sürecek “Kick the ton of CO<sub>2</sub>” (Bir ton CO<sub>2</sub> Yakala) kampanyamızı başlatıyoruz. Bir ton karbondioksit amacımızla birlikte bisikletle Almanya'da 200 kenti ziyaret



edeceğiz. Mesajımız net: İklim koruması daha iyi olmalı.

Belediye başkanlarından, kent konseylerinden, iklim ve çevre koruma gruplarından aldığımız geri dönüşler ezici bir çoğunlukla olumlu. Çoğu bizi desteklemek ve ilgili kentlerde İklim İddiası broşürlerini dağıtırken basın konferansı düzenlerken yanımızda olmak istiyorlar. Elbette, iddiaya girme fikrini çok iyi bulmayan eleştiriler de ahyoruz ancak bunları aşıyoruz. Sonuçta her zaman eleştirecek bir şey bulan eleştirmenler vardır. Ancak bunun bizi korkutmasına izin vermiyoruz, tüm bir toplum olarak hedeflerimizi gerçekleştirmek istiyoruz.

Şirketlerden de aldığımız olumlu geri dönüşler mevcut. 12 şirket, şimdiden iklim iddiası için ortaya para koydular ve eğer iddiayı kazanırsak ek 351 tonluk karbondioksit azaltımı sözü verdiler. Bizim iddiamıza sembolik de olsa ödeme yapmak isteyen her şirketi bekliyoruz. İklim iddiası, çalışan hareketliliği için de ilginç bir kavram. Meydan okumalar, azaltım ipuçlarıyla CO<sub>2</sub> avatari ve CO<sub>2</sub> Savaşı, kampanyamıza dahil olan şirketler için farklı olasılıkları ortaya koydu. Avatar ve Jackpot, henüz yalnızca Almanca olarak mevcut ancak İngilizce konuşan şirketler de

bizlerle iletişime geçebilirler. Onları bu durumda bu Jackpot hesabına dahil ediyoruz veya CO<sub>2</sub> Savaşımız için bağlantı oluşturuyoruz. Bu bağlantıyla, şirketler kendi ağlarını İklim İddiası'na katılmaları için harekete geçirerek yeni katılımcılar buluyorlar. Elbette sonuç olarak iklim korumasını taahhüt eden ve bu tarz bir eylemi destekleyen şirket için de reklam oluyor.

Bireylerden ve katılımcılardan da cesaret alıyoruz. Yeni başlatılmış bir kampanyayla 4 binden fazla katılımcının harekete geçmesini sağlamayı başardığımızı farkındayız. Gerçekten de şimdiye kadar kampanyamıza çok daha fazla insanın katılacağını umut ediyorduk, ancak COVID-19 sebebiyle, iklim eyleminin hepimiz için öncelik olmaktan çıktığını da biliyoruz. Buna rağmen, bu motivasyonun geri döndüğünü görüyoruz. Bu yıl Almanya'da gerçekleşecek “iklim” seçimleri ve COP26 ile birlikte hepimiz iş başına dönme, çok geç olmadan eyleme geçme ve bu genç COVID krizinden öğrenme konularında istekli olmalıyız.

Sizce insanlar iklim eylemi konusunu daha “olumlu” haberlerden mi yoksa “korkunç” haberlerden mi duymak istiyor? Almanya'da durum nedir? Sizin deneyimleriniz nasıl?

Elbette, biz de olumlu haberleri çok az okuyoruz. Genellikle skandallar, olumsuz gerçekler hakkında oluyor ve insanlar güya olumlu haberlerle ilgilenmiyorlar.

Ben, bu resmin özellikle COVID-19 pandemisi sürecinde değiştiğine inanıyorum. İnsanlar aylarca virüsle boğuştu, haberlerden yoruldu ve kendilerini daha iyi şeylerle meşgul ettiler. Ancak aynı zamanda, güncel olmaktan korktular. Aslında bu bir kısır döngü. İklim korumasında olduğu gibi, özellikle Almanya'da, Anayasa Mahkemesi'nin İklim Koruma Yasası'nı anayasaya uygun bulmamasıyla tanık olduğumuz gibi. Umut bir kez daha toplularda güçlenerek büyüyor (Diğer sebeplerinden en önemlisi genç neslin

“İklim değişikliği veya eylemi konusunda daha fazla insan konuştuğunda daha politik hale geldiğini düşünüyorum. Böylece basın tarafından daha fazla değinilen bir konu haline geliyor”

gelecek haklarının tehlikeye girmesi sebebiyle alınmış bir karar). Gelecek için Cumalar (Fridays for Future) gibi hareketler 2019'da inanılmaz şeyler başardılar. COVID-19 pandemisiyle beraber biraz güç kaybettiler ancak daha da güçlü olarak dönelimlerine inancım tam.

Üstelik, bu yaz sonunda Almanya'da seçimler gerçekleşecek. Birden tüm partiler daha fazla oy almak için daha fazla iklim eylemi taahhüdünde bulunmaya başladı. Ancak seçmenler kimin ciddi olduğunu ve kimin iklim koruması “sözde trendini” atlatmaya çalıştığını pekala farkında. Pandemi birçoklarını korkuttu ve pandemi, istediğimizden çok daha hızlı şekilde krizlerin bizi ele geçirdiğini bize gösterdi. Bu sebeple, insanlar bir nevi uyandı ve tekrar erişilebilir olduklarını biliyorlar.

Almanya'da iklim haberlerinin medyadaki görünümünü hakkında ne düşünüyorsunuz? İklim eylemi içeriği, yol gösterici ipuçları vb. yeterli görünürlük sağlanıyor mu?

İklim değişikliği veya eylemi konusunda daha fazla insan konuştuğunda daha politik hale geldiğini düşünüyorum. Böylece basın tarafından daha fazla değinilen bir konu haline geliyor. Ne yazık ki, son dönemde medyada pandemi konusunun baskın olduğunu görüyoruz. Küresel Kuzey'de herkesin direkt olarak etkilendiği bir sorun olduğu için oldukça anlaşılabilir bir durum bu. Ama ya Küresel Kuzey'deki insanlar bir anda iklim değişikliği ve kriz anlarından etkilenirse, basın gene “reaktif” olacak

ve yalnızca kriz anlarını, selleri, yangınları mı raporlayacak?

İklim krizi, şimdiden insanların hayatlarını vuruyor ancak bu herkes için farklı boyutlarda gerçekleşiyor. Ve iklim krizi Almanya'yı Küresel Güney'de veya kıyı bölgelerinde yer alan ülkeleri etkilediği gibi “ağır” etkilemediği için, basında ve medyada yeterince görünürlüğe ulaşmıyor. Elbette bu benim düşüncem, ancak basının, reaktif yerine tekrar daha proaktif olması gerektiğini düşünüyorum. Senin dediğin gibi, değişimin olumlu yönlerinden bahsetmek. Neyi değiştirmeliyiz? Seçeneklerimiz nelerdir? Çok geç olmadan. Deniz seviyeleri her yerde yükselmeye başladı ve bunu aktarmaya geliyor çünkü insanların hayatlarını tehlikeye atan bir kriz var ortada. İklim krizi de aynı böyle, şimdi ve burada. Bu sebeple şimdi aktarılmalı. İklim konferansları ve hükümetlerin kararları kadar önemli bir mesele bu. Analiz edilmeli, gezegenin her yerinde, yalnız ekonomik olarak stabil olan ülkeler değil, HER YERİNDE bu krizin etkilerini azaltmak için gerekli iyileştirmelerin güncel yol haritalarının yerine getirilip getirilmediği sorgulanmalı.

Ekleme veya vurgulamak istediğiniz bir şey var mı?

Bu İklim İddiası'nın, İklim İddiası ekibi olarak kazanmak istemiyoruz. Bunu tüm toplumla beraber kazanmak istiyoruz. Böylece 1,5 derece hedefine ulaşmanın ne demek olduğunu anladığımızı göstermek, aktif olmak ve bir adım atmak istiyoruz. Eğer dünyanın her yerinden insanlar katılırsa, Glasgow'daki karar alıcıların, bu işareti görmesi kaçınılmaz olacaktır. Böylece, dünyanın her yerinden insanlar bize ve kendine bu iddiayı kazanmak için yardım edecektir. Bu aynı zamanda daha iyi bir iklim eylemi talep edenin dışında, kendisi de sorumluluk olarak politik alanda proaktif olacak, başı çekecek bir küresel toplumun devasa beyanı olacaktır. Bizi sosyal medya hesaplarımızdan (@dieklimate) takip edip paylaşmayı umutlarıyım. ○



# “İklim Haberciliğinde Önleyici Gazetecilik Anlayışına İhtiyacımız Var”

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölüm Başkanı Prof. Dr. Süleyman İrvan medyada, dünyanın başka bir yerinde meydana gelen bir doğal afetin kendi ülkemizde de yaşanmasının mümkün olduğundan hareketle soruna dikkat çeken, önleyici gazetecilik diye tanımladığı gazeteciliğe ihtiyaç olduğunu belirtiyor.

 Bulut BAGATIR



Haberlerini “çözumsuz ve bizden uzakta” felaketler üzerine kuran bir medya ile karşı karşıyayız. Aynı zamanda az bir zamanımız kalması nedeniyle hükümetler tarafından acil iklim eylemlerinde bulunulması gerekiyor ve o aciliyet vurgusu için medyaya ihtiyacımız var. Siz medyanın iklim değişikliğine karşı tutumunu nasıl değerlendirirsiniz? Size göre buradaki ana sorun nedir? İklim haberciliği konusunda kanaatimce Türk medyasının en önemli sorunu, iklim değişikliğini mevsimsel ve önemsiz bir doğa olayı olarak görmesi. Türk medyasına göre, iklim değişikliği varsa bile bunda bizim bir katkımız bulunmuyor. Bizden uzakta meydana gelen, dolayısıyla bizi doğrudan ilgilendirmeyen bir sorun olarak sunuluyor. Kuşkusuz bunda iklim konusunda uzmanlaşmış muhabirlerin olmayışı da bir sorun.

Çok da uzak tarihli olmayan bir araştırma, medyanın, iklim değişikliğini reddedenlere, tehlikeye dikkat çeken iklimbilimcilere kıyasla daha fazla yer verdiğini gösteriyor. Bir başka rapor da Facebook’u iklim inkarcılığını yaymakla suçluyordu. Medyanın bu tercihinin arkasında yatan nedenler neler olabilir? Bu sadece iklim değişikliği konusunda değil, başka sorunlarda da bu şekilde. Örneğin, aşı karşıtları da aynı şekilde medyada yer bulabiliyor. Bunun ana nedeni, medyanın sansasyon arayışı. İklim inkarcıları tıpkı aşı karşıtları gibi komplo teorilerine sığınıyor, bu teorilere dayalı açıklamalar da medyada daha fazla okunuyor. Özellikle sosyal medyanın ana haber tüketim mecrası haline gelmesi sonrasında bu türden sansasyonel haberlere medya daha fazla itibar ediyor. Ana amaç toplumu

doğru bilgilendirmek ve aydınlatmak değil, daha fazla tıklanmak ve beğeni almak.

İklim değişikliği haberciliğinin yerleştirilmesi ve buraya dair haberler yapılması özellikle en savunmasız kişilerin seslerinin duyurulmasında oldukça güçlü bir yöntem. Ancak yaygın medyada çevre gazetecilerinin bile sayısının gün geçtikçe azaldığını biliyoruz. Yerleştirme nasıl başarılabilir? İklim haberciliği konusunda öncelikle muhabirlerin atölye çalışmalarıyla eğitilmesinde büyük yarar var. İklim değişikliğinin yarattığı olumsuz sonuçları yerleştirebildiğimiz oranda toplumu bilgilendirici haberler yapmalarını sağlayabiliriz. Peki bu nasıl mümkün olabilir? Öncelikle, dünyanın başka bir yerinde meydana gelen bir doğal afetin kendi ülkemizde de yaşanmasının

mümkün olduğundan hareketle soruna dikkat çeken, benim [önleyici gazetecilik](#) diye tanımladığım gazeteciliğe ihtiyaç var. İkincisi, iklim değişikliği konusunda haber yaparken yerel uzmanlardan, akademisyenlerden görüş almak da haberi yerelleştirmenin bir başka yoludur. Elbette iklim haberciliği konusunda uzmanlaşmış muhabirler olsa daha iyi ama mevcut medya ortamında bu hayal gibi görünüyor.

Alternatif medya kuruluşlarının iklim değişikliği haberciliği performansı hakkında neler söyleyebilirsiniz? Bu medya kuruluşları yaygın medyanın yapamadığını yaparak, çözüm gazeteciliğiyle birlikte yaygın medyanın yerini doldurabilir mi? İklim değişikliği konusu her şeyden önce hepimizin ortak sorunu, bu nedenle ana akım ya da alternatif tüm medya kuruluşlarının bu soruna önem vermeleri beklenir. Zaten medyanın birincil görevi toplumsal değeri yüksek olan, herkesi ilgilendiren sorunları gündeme getirmek, bu sorunların çözümüne katkı yapmaktır. Ancak, Türkiye’de yaygın ya da ana akım med-

ya toplumdaki büyük ölçüde kopmuş durumda. Bu nedenle alternatif mecralardan bekliyoruz önemli konularda haberler yapmalarını. Ancak, alternatif ya da bağımsız olarak tanımladığımız mecraların ortak sorunu ise finansman boyutunda kendisini gösteriyor. Yeterli finans desteği alamadıkları için

“İklim değişikliği konusu her şeyden önce hepimizin ortak sorunu, bu nedenle ana akım ya da alternatif tüm medya kuruluşlarının bu soruna önem vermeleri beklenir. Zaten medyanın birincil görevi toplumsal değeri yüksek olan, herkesi ilgilendiren sorunları gündeme getirmek, bu sorunların çözümüne katkı yapmaktır. Ancak, Türkiye’de yaygın ya da ana akım medya toplumdaki büyük ölçüde kopmuş durumda”

muhabir istihdam etmekte zorlanan mecraların özgün habercilik yapabilmeleri çok zor. Bu mecralar elbette iklim değişikliği konusunda daha duyarlı olabilirler ama bu onların iyi habercilik yapacaklarının garantisi değil. Okur desteği olmadan bağımsız gazetecilik neredeyse imkânsız ve bağımsız gazetecilik olmadığında da iklim değişikliği gibi görece önemsiz görünen sorunlara odaklanan çözüm gazeteciliğinden söz etmek zor.

İklim değişikliği haberciliğine akademik düzeyde nasıl bir ilgi var? Bu konu hakkında yeterince çalışma yapılıyor mu? Maalesef bu konunun akademide yeterince önemsendiğini söylemek zor. İklim haberciliği konusu gazetecilik müfredatı içindeki mesleki derslerde işlenmeli, öğrencilerin bu konularda duyarlılık geliştirmeleri sağlanmalı. Ayrıca, akademik düzeyde de iklim haberciliği araştırılmalı. Mevcut durumda iklim haberciliğini konu alan çok az akademik çalışma var. Bazılarının konusu bile yabancı ülkelerdeki iklim sorunları. ○



# İklimi Teyitlemek: “Paranın İzini Sürün”

[Teyit.org](http://teyit.org)'dan yazar Seçil Türkkan ile hem haber teyitlemeyi, hem iklim inkarcılığını, hem de yeşil badanayı konuştuk. Türkkan, “Aile WhatsApp gruplarına şüpheyle yaklaşın, şüphe kasınızı çalıştırmayı unutmayın” diyor.

 Burcu GENÇ

Özellikle sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla “sahte haberlerin” yaygınlaşması da kolaylaştı. Herkes istediği bilgiyi, istediği şekilde yayabiliyor ve kaynağı belli olmayan birçok haber sosyal medyadan bildiğimiz, güvendiğimiz gazetelere kadar ulaşabiliyor. Teyit.org olarak bize teyitlemenin ve [teyit.org](http://teyit.org)'un ilk olarak nasıl ve hangi ihtiyaçlarla başladığını anlatabilir misiniz?

Pek çok bombalı saldırının yaşandığı 2015-2017 yılları arası, yanlış bilgiyle mağdur edilen insanların hikayeleriyle sık sık karşılaştığımız bir dönemdi. Bu dönemde açığa çıkan öfke, panik ve güçlü duygu dalgalanmaları yanlış bilginin nasıl hızla yayıldığını ve insanların bu yanlışlara nasıl inandığını resmediyordu. İşte Teyit, bu hikayelerin ortaya çıktığı, yanlış bilginin hayati denebilecek denli olumsuz etkilerinin derinden hissedildiği bir atmosferde ortaya çıktı, kurulduğu günden bu yana da yanlış bilgi sorununa karşı farklı seviyelerde çözümler getirmeye çalışıyor.

İnsanlar pandemiyin çıkışının laboratuvarlar, uzaylılar hatta 5G istasyonları olabileceğine bile inandı ancak çoğu insan bunun biyolojik çeşitliliğe



ve ormanlara müdahaleden kaynaklanabileceğini hemen kabul etmek istemiyor. Birçok insan komplo teorilerine inanmayı daha uygun görüyor. Komplo teorileri neden bu kadar çok sevilir ve gerçekler yerine onlara inanmak neden daha kolay?

Bu konuda yapılan bilişsel psikoloji çalışmalarını insanları sadece kendi inançlarını, düşüncelerini ve varsayımlarını destekleyen bilgileri dikkate alıp öne çıkarma eğilimi (confirmation bias) gösterdiğini, yanlışlıkların yanlış bilgiye olan meyli artırdığını gösteriyor. Teyit olarak Türkçeye çevirdiğimiz [Komplo Teorisi El Kitabı](#) komplo teorilerine daha çok inanma ve onları yaygınlaştırmaya daha meyilli olanların, güçsüz veya savunmasız hissedenler olduğunu söylüyor. Ayrıca komplo teorileri, tam açıklayamadığımız olayları ya da cevaplandıramadığımız soruları yahut belirsizlikleri “gizli” ve “kötüçül” bir komplo sonucunda oldukları varsayımına dayandırdıklarından da ilgi çekiliyor. Komplo odaklı düşünmeler, onlar için “sıradan” duyulan açıklamaları

ları “büyük olayların arkasında büyük nedenler olmalı” yanılgısıyla yeni ve gerçeği yansıtmayan anlatılara oturtma eğilimi gösteriyor. Ayrıca el kitabına göre, mevcut düzene veya resmi anlatıya karşı çıkma motivasyonu da komplo teorilerinin bu denli yaygın olmasına neden oluyor.

Ancak insanların bilgi ile kurdukları bağı yeniden şekillendirmek ve sağlıklı bir ilişki kurmalarını sağlamak mümkün. Son dönemde yapılan pek çok araştırma, insanların fikirlerinin gerçekleri öğrendikten sonra değişebileceğini gösteriyor. Biz de Teyit’de bu değişimi sağlamak için çalışıyoruz.

İklim haberlerine gelince, şu anda en çok mücadele edilen alanlardan biri iklim inkarcılığı. [Facebook’un iklim inkarcılığını yaydığına dair raporlar](#) yayımlanıyor. İklim inkarcılığının önlenmesi konusunda neler yapılabilir? İklim inkarcılığı konusunun da temelinde komplo teorisine yakın düşünme fikrinden beslendiğini söylemeliyim. Çevirisini yaptığımız [Komplo Teorisi](#)

[El Kitabı](#) içinde bu alana dair de bir takım araştırma sonuçları yer alıyor. Buradaki anket sonucuna göre iklim değişikliği inkarcılarının küresel ısınmaya tepkisi daha çok komplo teorisinden besleniyor, ardından da sırasıyla; kesin inkar, bilim şüpheli, abartılı ve doğal bir olgu gibi unsurlar geliyor. Yine aynı kaynakta yer alan bir diğer bilgi de komplo teorisinin merkezinde tutarsızlığın yer aldığı ve bunun insanların bilimsel kanıtların gücü hakkındaki algılayışlarını zayıflatarak iklim değişikliğine yönelik adınlar atmaya geciktirmeyi amaçlayan, etkili bir siyasi strateji olduğunun altını çiziyor.

Bu alanda komplo teorileri tutarsızlıktan besleniyorsa eğer, konuya dair daha çok bilgi üretmek, bilimsel bilginin görünür kılınmasına çalışmak, sağlıklı şüpheciliğe alan açmak, kanıt ve tutarlılığı önceleyen bir sistematik için çalışmak gerekiyor. Bu nedenle iklim inkarcılığı hakkında gelişim kaydetmek, tek bir yanıtla değil, pek çok unsurun bir araya gelişi ile mümkün. Teyit’te bu konuda yapmaya çalıştığımız şey şüphe kaslarını tetikte tutmaya çalışırken insanların medya okuryazarlığı alanında güçlenmesini de sağlamaya çalışmak. Yani kişi bir haberi gördüğünde “kaynağına, içindeki bilgilerin inandırıcılığına, gönderinin siyasi bir motivasyonu olup olmadığına” dair sorular sormasına yöneltmek için çalışmak.

İklim inkarcılığına Türkiye açısından baktığımızda temelde bu konu daha çok çevre aktivistlerinin hedef gösterilmesi, eylemlerinin yersiz olduğu söylemleri ile değersizleştirilmesi biçiminde seyrediyordu. Ancak COVID-19 pandemisinden sonra Türkiye özelinde de iklim inkarcılığının yükseldiğine şahit olduğumu söyleyebilirim. Pandemi inkarcılarının virüsün insan



“İklim ya da bütünüyle ele aldığımız haliyle söylesek çevre haberciliği genel anlamda insanları umutsuzluğa sürüklüyor çünkü bunlar geldiğimiz yerin fotoğrafını çeken içerikler oluyor ve yaşadığımız yere çok da iyi davranmadığımız ortaklaştığımız bir konu”

eliyle üretildiği argümanı gibi bu kez de salgın sonrasında iklim değişikliğiyle insanlığın huzursuz edildiği söylemleri yaygın. Bunun temel nedeni bilim insanlarının COVID-19 krizi ile iklim krizinin getiri ve götürüleri arasında benzerlik kurması ve bu krizi atlattıktan sonra bizi bekleyen iklim krizi konusunda uyanık olmamızı söylemeleri olabilir.

Bu nedenle bir dünya krizi olan pandemi sırasında Teyit’te çıkardığımız tüm içeriklerde kulak verdiğimiz şey bilimsel bilgi ise, iklim inkarcılığı konusunda da aynı yolu izlediğimizi gönül rahatlığıyla söyleyebiliriz.

Diğer yandan iklim haberlerinde bir “felaket tellallığı” eğiliminin de olduğunu görebiliriz. Bu haberler abartılıyor mu? İklim haberlerinin teyitlemesi konusundaki çalışmalar nelerdir?

İklim ya da bütünüyle ele aldığımız haliyle söylesek çevre haberciliği genel anlamda insanları umutsuzluğa sürüklüyor çünkü bunlar geldiğimiz yerin fotoğrafını çeken içerikler oluyor ve yaşadığımız yere çok da iyi davranmadığımız ortaklaştığımız bir konu. İnsanlar elbette “iç karartan, sadece karanlık resmi ortaya koyan” haberleri izlemekten kaçmıyor, araştırmalar da bunu söylüyor ancak buraya “felaket tellallığı ve gerçekler” çizgisini çekmek gerektiğini düşünüyorum.

“Felaket tellallığı” haberciliği bir anlamda tık avcılığından

farksız. Ancak fotoğrafı anlatmak gerektiğinde manzara felaketse de ortaya olduğu haliyle koymamız gerektiği fikrindeyiz. Bu, bizi gerçekliğe ve bir sonraki aşamada çözümlere yaklaşabilmeye de götürecektir.

Örneğin geçtiğimiz yıl yayınladığımız, sistematik olarak Haliç'in kirliliğinin bir yıl içinde gerçekleştiğini ortaya atan iddialarda gördüğümüz bir örnekti, bizi Marmara'nın bugün müsilaajla sonuçlanmış halinin bu hale nasıl geldiğini anlatabildiğimiz dört bölümlük [İstanbul'un Suları](#) dosyasını yazmaya itti çünkü bilimsel veriler Haliç'teki kirliliğin bir yıl içinde oluşamayacağını ortaya koyuyordu.

Yazılara baktığımızda manzarayı ortaya koyarken, çözüm önerilerinin de sesini yükseltmeye çalıştığımızı göreceksiniz. Bu nedenle felaket tellallığı ile gerçeklik çizgisinin ayrımı konusunda hem gazetecilerin hem de okuyucuların uyanık olması gerekiyor. Zira yanlış bilgilerin temelinde de yeterince açığa çıkmayan doğru bilginin, gizli kalmış olması yatıyor.

Bütün bunları göz önüne aldığımızda iklim ya da çevre konulu haberleri teyitlerken ya da bir dosya hakkında çalışırken kullandığımız yöntemler Teyit'in tecrübelerinden geçerek oluşturulan ve her gün biz Teyitçiler tarafından da sınanan klasik [metodolojisinden](#) farklı değil. Bulgularımızın temelini konu hakkındaki bilimsel araştırmalar oluşturuyor. Bunun dışında konunun tüm yönlerini araştırmak, kazıyabildiğimiz kadar derine gitmek, bulduğumuz izleri takip etmek, araçlara, bilimsel görüşlere yer vermek diğer özelliklerimiz. Çevre ile ilgili bazı bilgilerin ortaya çıkması zamana ihtiyaç duyar bu nedenle de özellikle bilimsel kaynaklar diyoruz. Çevre alanındaki içeriklerimizde de her zaman çözümleri, başarılı olmuş iyi örnekleri, alanda alınmış dersleri araştırmaya vakit ayırıyoruz.

**İklim krizinin ve sürdürülebilirliğin diğer en büyük sorunu ise “green-**



“Kullanıcılar için bilginin kaynağını araştırmak, farklı kaynaklarla kıyaslama yapmak, tersine görsel arama yöntemini kullanmak, aile WhatsApp gruplarından gelen mesajlara mesafeyle yaklaşmak teyitçilik konusunda giriş niteliğinde kullanılabilir nitelikler arasında”

washing” yani yeşil badana. Özellikle pandemiyle beraber artan yeşil iyileşme amacıyla yapılanlar verilen taahhütlerin yeşil badana olup olmadığını nasıl anlarız? Bununla ilgili yaptığımız bir çalışma var mı?

Yeşil badana içerikleriyle ilgili ayrıca bir çalışma yapmayı çok istiyoruz, bu konuda yapabileceğimiz üzerine çalışıyoruz. Bu konu, temelinde farkında olmayı gerektiriyor. Yani az önce de bahsettiğimiz gibi sağlıklı bir şüphe payını bırakmak, taahhütlerin peşine düşmek, bu taahhütleri takip etmek bir yöntem. Yeşil badanayı etiket üzerinde görmek bile mümkün

ancak oradaki bilgileri de sorgulamak gerekiyor.

Öte yandan bu yeşil iyileşme dönemi gezegenin sağlığı konusunun bir “moda” haline gelmesine de yardım ediyor. Yani çevreyle ilgilenir olmak ilgi uyandıran, çekici bir şey de. Yeşil badana bu gibi alanlardan da besleniyor.

Burada bir gazetecilik yöntemini önermek mümkün; parayı, paranın izini takip etmek, bize neyin ne olduğunu gösterebilir ve bir fotoğrafı ortaya koyabilir.

**İnsanlara, verileri teyitleme ve haber okuryazarlığı konusunda nasıl öneriler verirsiniz?**

Öncelikle Teyit'i takip etmelerini ve hep bahsettiğimiz şüphe kaslarıyla bizi de sorgulamalarını önermek isterim. :) Teyit'i nasıl teyitleyeceğini soran okuyucularımızla karşılıklı bir öğrenim süreci içine girebildiğimize inanıyoruz. Yanlış bilgi sorununa karşı bilgiyi üreten, dağıtan ve regüle eden aktörlerin dönüşmesi kadar bireysel aksiyonlara da ihtiyaç var. Bu ihtiyacın merkezinde eleştirel dijital okuryazarlık yer alıyor. Eleştirel dijital okuryazarlık hem dijital araçları kullanma hem de eleştirel düşünme becerilerinin alışımından oluşuyor. Kullanıcıların karşılaştıkları bilgiyi zihinsel süzgeçlerinden geçirebilmeleri ve dijital araçlarla bilginin doğruluğunu smayabilmeleri, hiç değilse sorgulayabilmeleri eleştirel dijital okuryazarlığın olmazsa olmazı. Open Society Institute tarafından yapılan Avrupa Medya Okuryazarlığı İndeksi'nde Türkiye'nin 35 ülke arasında 34'üncü sırada olması da bu ihtiyacı gösteriyor.

Kullanıcılar için bilginin kaynağını araştırmak, farklı kaynaklarla kıyaslama yapmak, tersine görsel arama yöntemini kullanmak, aile WhatsApp gruplarından gelen mesajlara mesafeyle yaklaşmak teyitçilik konusunda giriş niteliğinde kullanılabilir nitelikler arasında. ○

## Kaya Heyse: “İklim Krizi, Medyanın En Önemli Meselelerinden Biri Oluyor”

**Savaş muhabirliği de dahil olmak üzere uluslararası alanda gazetecilik deneyimine sahip bir isim Kaya Heyse. Türkiye internet medyasının önemli kurumlarından Medyascope'da Genel Yayın Yönetmen Yardımcılığı yapan Heyse, iklim krizi ve çevre konularının, medyanın ana gündemi haline gelmeye başladığını söylüyor. Medyascope olarak, kendilerini ana akım olarak gördüklerini çünkü anladığımız tarzda ana akımın artık öldüğünü vurgulayan Heyse, “Tek çare, uluslararası standartlara uygun gazetecilik yapmak” diyor.**

Barış DOĞRU

**Bildiğimiz gibi medyanın Batı demokrasilerinin kuruluşunda temel bir rolü var aslında. Yargı, yürütme, yasamanın yanında bir dördüncü kuvvet olarak medya, demokratik sistemin inşasında, denetiminde ve ilerlemesinde kritik bir rol oynadı her zaman. Fakat bir yandan da uygarlığın ve demokrasinin sorunları tam olarak çözülmediği gibi, bunların üzerine yeni sorunlar eklendi. Bu konuda medyanın rolü hakkında neler söyleyebilirsiniz?**

İklim krizi, sadece bizim gibi kuruluşlar için değil, genel anlamda tüm dünyadaki medya kuruluşları için ister ana akım olsun, ister bağımsız olsun, en önemli meselelerden biri haline geliyor ya da gelmek üzere. Yani Avrupa'da ve ABD'de iklim krizi artık çoktan gündemi belirlemiş durumda ve bütün büyük basın kuruluşları yazılı olsun internet olsun ya da televizyonlar olsun uzmanlaşmış muhabirler ile ya da muhabirlerini uzmanlaştırarak bu konuda bir sürü haber, belgesel, program vs. yapıyorlar. Türkiye'de bu şimdilik aslında sivil toplumun elinde gibi gözüküyor. İklim krizinin etkilerini anlatmak, onu bir şekilde gündeme oturtmak şu anda sivil toplumun sırtında. Bu, sivil toplumun şu anda öncülük ettiği bir alan ve Türk

medyası şu an bunun içine yavaş yavaş giriyor.

Bunun ne kadar önemli bir şey olduğunu aslında bu müsilaaj içinde gördük gibime geliyor. Yani çok başka alanlarda da bir şekilde hep etkisini hissediyoruz ama müsilaaj işi patladığından beri her gün ister ana akımda olsun, ister bağımsız ya da alternatif dediğimiz medyada olsun bu konu, gündemin birinci maddesi olmuş durumda. Gündeme geliyor olması da iyi bir şey. Neden iyi bir şey? Çünkü bir kere en iyi tarafı, yavaş yavaş bizde de muhabirlerin ya da yeni muhabirlerin uzmanlaşmasına sebep olacak. Bizim de Medyascope olarak henüz yapamadığımız ama yapmak istediğimiz konulardan bir tanesi de çevre ve iklim krizi konusunda uzmanlaşmış ya da bizim destek olup uzmanlaşacağımız kişilerle, muhabirlerle çalışmak. Geçen sene pandemiden önce “Gündem İklim” diye bir programımız başlamıştı mesela. Haftada bir yayımlanan bir programdı ve orada uzmanlarla detaylı, derinlemesine yayınlar yapmaya başlamıştık ama sonra pandemi oldu, programı yapan arkadaşımız ayrıldı vs... Orada bir boşluk oluştu, biz şimdi bu boşluğu nasıl doldurabileceğimizin yolunu arıyoruz.



Şu anda konular gündeme geldikçe haber oluyor, ki bu normal bir şey. Ama bunun artık aynen siyaset gibi, ekonomi, eğitim, sağlık ya da dış politika gibi ayrı bir uzmanlık alanı haline gelmesi lazım. Bunu da ilk başaran, bir öncülük etmiş olacak ve hem bu konunun düğün tartışılması hem de karar vericilerin etkilenmesi konusunda çok büyük fayda sağlayacak. Bu konuda ana akım da bir şeyler yapmaya başladı ama zaten biz de Medyascope olarak, kendimizi ana akım olarak görüyoruz. Çünkü anladığımız tarzda bir ana akım artık kalmadı.

**Ben de tam onu soracaktım. Bazen konuşurken “ana akım medya öldü Türkiye’de” diye ifade ediyorum. Bu konuda ne düşünüyorsunuz?**

Aynı şekilde düşünüyorum. Ana akım denen şey öldü ve yeni ana akım da artık insanların alternatif medya olarak tanımladığı kuruluşlar haline geldi.

**Habercilik alanında bunu net olarak söyleyebiliriz herhalde. Habercilik dediğimizde aklımıza Medyascope, Diken, T24, Gazete Duvar geliyor. Bunlar bence artık alternatif medya değiller. İzlenme oranları açısından belki daha düşük gözüküyor olabilir**

ama gerçekten ana akım gazetecilik yapıyorlar.

Katılıyorum size. İzlenme oranlarında da internetteki izlenme oranlarına baktığımızda, -televizyon olarak karşılaştırmamak lazım- o zaman artık bizim gibi kurumların da, Youtube olsun, Google Analytics olsun oradaki etkileşimlerde, ana akım dediğimiz kuruluşlarla başa baş gittiğini görebiliyoruz. Eski ana akımdaki haberler artık yurttaşlara yetmiyor. İnsanlar, Türkiye’de gerçekten neler olup bittiğini, bu ülkede neler yaşandığını öğrenmek istiyorlar. O yüzden Türkiye’nin dört bir yanındaki direnişler, mesela bu maden ocaklarına karşı olan protestolar acayip önemli. Biz bunların hepsini takip ediyoruz. Bir ekibimiz, bütün Türkiye’yi dolaşıyor ve her yerden bu maden direnişleriyle ilgili haberler yapıyor. Bu işleri yapan şirketler kim, yapılmak istenen ne, bunun getirisi nedir, orada yapılmak istenen projeler nedir, bunların Türkiye’ye bir faydası var mı, bunların doğaya etkisi nedir... Bunları araştırıyor, görselleştiriyor, videolarını ve podcastlerini yapıyoruz, bunların uzun hikayelerini yazıyoruz...

**Gazetecilik de bu aslında...**

Evet bu gazetecilik, bunun ana akımı falan da olmaz, yapılması gereken gazetecilik budur ve biz bunu yapıyoruz. Niye yapıyoruz? Çünkü bunu yapan başka bir kurum yok, kalmadı.

**Bu anlamda ana akım medyanın geri dönmesini beklemek de anlamsız olabilir. Belki de dönmeyecek, geri dönmemesine de çok ihtiyaç kalmamış olabilir. Böyle bir medya düzeni, habercilik anlamında belki çok daha pozitif bir şey olabilir. Siz ne dersiniz?**

Ben de artık eski ana akım olarak tabir edilen şey neyse onun zaten çok büyük bir itibar kaybına uğradığını düşünüyorum ve Türkiye’nin normalleşmesi durumunda yeni ana akım olarak bizim gibi kurumların ön safta olacağına inanıyorum.

**Biz zaten 10 yılı aşkın bir süredir bu konuyu takip ettiğimiz için, bu alanda**

belirli bir uzmanlaşmamız var. Ama biraz önce siz de vurguladınız, bu konuda önemli bir deneyim ve bilgi eksikliği var gazeteciler arasında. Bu da gayet normal çünkü derslerde okutulmuyor; eski gazeteciler de bu konuyu bilmiyor, açıkçası çok öğrenmeye istekli bir insan kitlesi de yok eski gazetecilerde arasında. Yani ciddi bir meslek içi eğitim sorunu var...

Doğru, haklısınız. Bu önemli bir problem, sadece Türkiye’de yapılan gazetecilikle alakası da yok, yeni yeni farkına varılıyor Türkiye’de bu meselenin. Başta vurguladığım gibi sivil toplum bu işte medyanın önünde şu anda; yani farkındalığı ilk onlar yaratıyor, onlar insanları konuşturuyor, olaylara dikkat çekiyor. Bu konuyla ilgilenen iyi kurumların, yani iyi araştırma yapan, uzman ağına erişimi olan, sadece Türkiye içerisinde değil yurt dışına da erişimi olan kurumların bu yeni ana akım medyayla -yani bizim gibi kurumlarla- daha fazla konuşarak, daha fazla iş birliği yaparak mevzuları ayrıntılı ve derinlemesine bir şekilde gündeme getirmeleri gerekiyor. Bu da yavaş yavaş başlayan bir şey. Bu konuda Medyascope olarak öncülük etmeye çalışıyoruz.

**Aslında birçok sivil toplum kuruluşuyla da işbirlikleriniz var. Yani konuyu, konunun gerçekten sahibi gözükene, konuyu büyütme çabasına, farkındalığı artırmaya çalışan sivil toplum kuruluşlarına taşıma gayretindedesiniz.**

Evet ve bu bizim için işin bir boyutu. Şu anda henüz o uzmanlıkta muha-

“İklim krizinin etkilerini anlatmak, onu bir şekilde gündeme oturtmak şu anda sivil toplumun sırtında. Bu, sivil toplumun şu anda öncülük ettiği bir alan ve Türk medyası şu an bunun içine yavaş yavaş giriyor.”

birlerimiz, editörlerimiz olmadığı için -zamanla olacak- biz şu anda kendimiz bir gündem yaratamıyoruz bu mevzu da. Ama mesela dünya çapında yapılan bütün araştırmaları takip ediyoruz. Örneğin Greenpeace ile yeni bir yayın yaptık, özellikle nehir kirlenmeleri üzerine. Yani nehirlerin denizleri nasıl kirlendikleri üzerine. Yine müslaj konusunda çok sayıda yayın yaptık. Maden protestoları konusunda Türkiye turumuz devan ediyor; en son Sakarya ve Bursa’daki olayları derledik. Şimdi Orta ve Batı Karadeniz’i bitiriyoruz. Herhalde yakın bir zaman içinde konuyla ilgili videoları da yayımlamaya başlayacağız. Bunlar, bizim bu tarz kurumlardan aldığımız bilgiler doğrultusunda yaptığımız haberler. Ama hayalimiz tabii ki uzman yetiştirmek. Yani bu konuda, iklim krizi takibi konusunda uzmanlar yetiştirmek. Burada da İngilizce bilmeleri gerekiyor çünkü ana araştırmaların hepsi yine Avrupa’da ve ABD’de yapılıyor. Ayrıca işin siyasi ve ekonomik boyutunun da iyi kavranması gerekiyor.

**Ekonomi bilmeden bu konunun iyi ele alınmayacağını düşünüyorum ben de. Genelde sorunların ekonomiyle bağlantısı kurulmadığı zaman bu bir felaket haberciliğine dönüşüyor. Ve bu, konuyu doğru ele almanızı engelliyor.**

Katılıyorum. Bu, Türkiye’de yeni yeni başlayan bir şey ve biz bunu başarısak öncülük etmiş olacağız. Yani ilerisi için haberciliğimizle fark yaratacağız ama en önemlisi, yaratacağımız gündemle, yapacağımız haberlerle, yeni ana akımda olmanın vereceği güçle karar vericileri bir şekilde etkileyeceğiz.

**Bizim iklim krizi iletişiminde çok konuştuğumuz bir başlık var: “Korku iletişimi.” Biliyorsunuz iklim krizi konusunda başlangıçta, kutup ayıları ve felaketler üzerinden giden bir iletişim ve haber geleneği oldu. Hatta buradan varkalmacılık, survivalizm başlığı altında bir eğilim gelişti; yansımalarını en çok sinema sektöründe gördüğü-**

**müz. Bu korku iletişiminin de aslında tam tersi bir etki yarattığına dair bir görüş var. “Yandık, bittik, mahvoldu insanlar, dünya” olarak özetleyebileceğimiz ruh hali de iki temel tepki yaratıyor: Ya görmezden gelme ya da nihilizm. Bu konuda düşüncelerinizi merak ediyorum...**

Buna ancak bir gazeteci olarak cevap verebilirim. Buradaki tek çare, uluslararası standartlara uygun gazetecilik yapmak. İşin 5N1K’sını araştırmak ve ondan sonra da olay neyse onu vermek. Acayip manşetler atma, işin en vurucu, çarpıcı, korkutucu kısmını öne çıkarmayı doğru bulmuyorum. Yani bunlar yapılan şeyler ama Medyascope olarak biz sansasyonel haberler yapan, böyle manşetler atan bir haber kanalı değiliz. İklim krizi gibi konularda, bizi belki etkilemeyecek olan ama 50 yıl sonra belki benim çocuğumu etkileyecek mevzularda dikkatli habercilik ve sorumlu habercilik yapan bir kurumuz. Yani şu anda belki sizi beni etkilemeyecek bu, su ktlığı çekmeyeceğiz, su altında kalmayacağız vs. ama kendi çocuklarımız ya da onların çocukları belki Bodrum’da bir daha denize giremeyecekler, belki Datça’ya gidemeyecekler, belki Datça tamamen su altında kalacak... Tabii bunları bilemiyoruz ama bu tarz haberler, ancak bilimsel öngörülerle desteklenerek yapılabilir. Onun dışında, korkutmak yani o “korku iletişimi” dediğiniz şey, mandırcılıktan da uzak oluyor ve bir noktadan sonra işi biraz bilimkurgulaştırıyor. Biz buna hiçbir zaman alet olmadık, olmayız da. Bizim için öncelik, uluslararası gazetecilik standartları neyse o doğrultuda düzgün haberler yapmak.

**Gerçek gazeteci standartları, zaten bu konuda aşılı diyorsunuz...**

Evet ve zaten problem onlardan vazgeçilirse çıkıyor. Onlardan vazgeçilmediği sürece de ulaşabiliyorsunuz insanlara. En önemlisi de karar vericilere ulaşabiliyorsunuz.

**Bir de dünyada yeni yeni gelişen bir gazetecilik yaklaşımı var. Çözüm**



“Bu konuyla ilgilenen iyi kurumların, yani iyi araştırma yapan, uzman ağına erişimi olan, sadece Türkiye içerisinde değil yurt dışına da erişimi olan kurumların bu yeni ana akım medyayla -yani bizim gibi kurumlarla- daha fazla konuşarak, daha fazla işbirliği yaparak mevzuları ayrıntılı ve derinlemesine bir şekilde gündeme getirmeleri gerekiyor.”

**odaklı gazetecilik başlığı altında ele alınıyor. Yani bir yandan kötü olayları, gerçekleri göstermek ama bir yandan da çözümleri haberlerin içine yedirmek veya mutlaka bu konuda da haberler yapmak, yani iklim değişikliğiyle mücadele eden örnekleri de ortaya koymak... Bu konuda neler söylersiniz?**

Bu soruya yine bir gazeteci olarak cevap vereyim. Gazetecinin görevi, bir şeyi çözmek değildir; sorunları uzmanlar, siyasilere, ekonomistlere vs. çözer. Gazetecinin görevi, bir problemi çözmek değil, problem olarak öngördüğü, tespit ettiği bir konu varsa ve bunun da kamuyu ilgilendirdiğini düşünüyorsa bu problemi her yönüyle en açık, anlaşılır ve şeffaf şekilde dile getirmektir. Ondandan sonra da o problemle ilgili bir şey yapıyor mu, yapılmıyor mu onu takip etmektir. Yani iklim krizini gazeteci çözemez, hiçbir zaman da çözemeyecek.

Ekonomiyi de dış politikayı da çözecek ama gazeteci, problemi ve burada bir yanlış olduğunu görür ve bunu dile getirir, en ince ayrıntısına kadar. Bunun takibini yapar. Bu her konuda böyle, iklim krizinde de böyle.

**Yani bu haberlerden yararlanacaklar zaten yararlanacaktır...**

Tabii ki. “Kömürden vazgeç” demez

gazeteci. Kim diyeyse o der, uzman der. Gazeteci “Nükleer enerji kurmayın” demez. Bir problem varsa onu araştırır, anlatır, bağlam verir, geçmiş olaylara bakar, ne olaylar yaşanmış, nelere sebep olmuş, o olaylar daha sonra ülkelerde neleri değiştirmiş, bu değişikliklerin çevreye, iklime, ekonomiye ne gibi etkileri ya da katkısı olmuş bunları araştırır. Ve ondan sonrası da artık karar vericilere kalır.

**Dezenformasyonu temizlemek bile bu konuda aslında önemli bir iş değil mi? Tabii, Şimdi biraz aşırı konuya öne geçti pandemi nedeniyle ama öncesinde iklim krizi, ilk üç komplo teorisi mevzusunun bir tanesiydi. Yani burada da gazetecinin elindeki tek güç, uluslararası standartlar ile gazetecilik yapmak.**

**Medyanın, daha önce demokratik toplumların gelişiminde yaptığı katkıyı aynı şekilde devam ettirmesi bu konuda yeterli diyorsunuz sanırım...**

Evet. Yani gazetecilik zor bir meslek ama o kadar da zor değil. Bizim uymamız gereken etik kurallar, standartlar belli... Mutlak doğru diye bir şey yok zaten ama ona yakın şeyler var ve o doğruya ne kadar yaklaşabiliyorsak o kadar iyi, o kadar doğru gazetecilik yapmış oluruz. ○

# Yurttaş Gazeteciliği Deneyimi Olarak dokuz8HABER

**Kent, çevre ve iklim krizi bağlamında medyanın sürdürülebilirliğini, yedi yıldır yurttaş gazeteciliğini deneyimleyen dokuz8HABER'in İdari Yöneticisi Gürkan Özturan EKOIQ için anlattı.**

 Burcu GENÇ

İklim krizi konusu son birkaç senedir her ne kadar az da olsa Türkiye'nin yoğun gündeminde kendine yer bulmaya başladı. Bir yurttaş haberciliği deneyimi olarak dokuz8HABER'in bu konudaki düşünceleri nelerdir?

Yaşam hakkı, iklim, ekoloji ve kent yaşamına dair bir yaklaşım, aslında dokuz8HABER'in ortaya çıkış hikayesinin ve oluşum sürecinin bir parçası olarak, temelinde bu alanın ilkelerini taşımaktadır. dokuz8HABER, 2013 yılında yaşanan ve milyonlarca yurttaşın katılımıyla kitlesel bir harekete dönüşen ve kent hakkı, çevreci kaygılar, yeşil alanların talanına bir başkaldırı şeklinde büyüyen Gezi Parkı protestolarında bir araya gelmiş ve ardından 2014 yılının Mart ayında resmi bir haber kuruluşu kimliği kazanmıştır. Kuruluşumuzdan itibaren öncelikli amacımız toplumun haberdar olamadığı meseleleri haberleştirmek, bu alanda daha fazla yurttaş habercinin her yerden haber yapabilmesi için hak temelli ve yaşam odaklı habercilik ve medya eğitimleri düzenlemek ve aynı zamanda sivil toplum ve sosyal hareketlerin seslerini yükseltebilecekleri bir alan açarak toplum adına önemli meselelerin tartışılacağı bir meca yaratmaktır. Bu bağlamda öncelikli olarak temel eğitim programları ve yayım akışı derledik ve 2017'den bu yana Ekoloji ve Kent Hakkı Odaklı Habercilik ve Medya Eğitim Programları düzenliyoruz. Aynı zamanda bu alanda

yetişmiş kişilerin haberlerini de yerel ve ulusal haber okurlarına iletmek için Türkçe; dünya kamuoyuyla paylaşmak için de İngilizce olarak yayımlıyoruz. Konuların çok taraflı ve doğru haberleştirilmesi için eğitimler veriyor, temel kavramlar konusunda ekoloji örgütleri ile fikir alışverişi yapıyoruz. Ayrıca haftalık Ekoloji Video Bülteni ile başlayıp pandemi sürecinde dokuz8TV'de yayımlanan düzenli bir programa dönüşen Ekoloji ve Kent Hakkı temalı yayınlarımızla, bir yandan bu alanda çalışan yurttaş habercilere mikrofon uzatırken, diğer yandan da alanın kendi etkinliğini genişletmesine olanak sağlıyoruz. Faaliyet gösterdiğimiz alanlarda küçük de olsa bir ilerleme kaydedilebiliyorsa ve bizim de hak temelli yayıncılık yapan bir meca olarak bu gelişimde en ufak bir katkımız varsa, bundan elbette memnuniyet duyarız.

**3 Mayıs Dünya Basın Özgürlüğü günüydü, 17 Mayıs Dünya İnternet Günü. Yurttaş haberciliği bakımından bu iki önemli günün ardından sürdürülebilir habercilik üzerine neler söylenebilir?**

Basın özgürlüğü günü, habercilik yapan kişilerin tehdit edildiği, baskılandığı, usulsüz müdahale ve baskılara maruz bırakıldığı, gözaltı ve tutuklamalarla hüküm giymeksizin sürekli cezalandırıldığı bir ülkede gerçekten kutlanması çok zor bir gün. Benzer biçimde, yüz-



binlerce sitenin yasaklı olduğu ve internet erişiminde altyapıdan başlayarak hem mecraların özgürlüğünde hem de yurttaşların içeriğe erişiminde yaşanan büyük sorunlar nedeniyle özgür olmayan bir ortamda yaşadığımızı söyleyebiliriz. Bununla birlikte, halen teslim olmamış bir eleştirel topluluğun ayakta tuttuğu onlarca mecrayı görmek elbette umut verici. Her ne kadar geleneksel medyanın ezici bir çoğunluğu iktidara yakınlığıyla bilinen kesimlerce satın alınmış ve hatta dijital mecralar arasında da bu tür yayımlar fazlasıyla öne çıkıyor olsa da bağımsız haberciler halen toplumun bilgiye erişim ve haber alma hakkını tatmin edecek nitelikte yayımlar çıkıyorlar. Ancak bugün baktığımızda, geleneksel medyası büyük oranda satın alınmış, yayım dağıtım ve haber ajansı sektörleri hükümet taraftarlarına tekelleştirilmiş, dijital mecraları her an susturabilecek boğucu yasalarla çevrelenmiş bir ortamda bağımsız basımın bugünkü sorunlarından ziyade gelecek kuşaklara dair sorunları daha can acıtıcı türden. Bugün hapsedilen gazeteciler serbest bırakılsa, devam eden davaların hepsi birden düşürülse, finansal baskılar sona erse bile, yine de içinden çıkması zor olan bu süreç uzun zaman devam eder.

Yıllardır süregelen kararname ve kayyum rejimi nedeniyle, üniversitelerin iletişim ve medya ile ilgili fakülte ve bölümlerinde verilen eğitimin kalitesi gitgide düşürülüyor. Akademisyenlerin cübbelerine basarak kampüse giren polislin gözetimi altında yaşanan bu değişim, yalnızca bugünkü durumu değil, geleceğin sorumlu medya ortamını da derinleştirecek. Halihazırda bağımsız basın, araştırmacı habercilik geleneklerine haiz olan bir nesil gazeteci işinin başında. Ancak yeterli süre baskı altında kalmaları durumunda, bir sonraki kuşağın bu deneyimleri edinebileceği ve nitelikli habercilik eğitimine ulaşabileceği ortamların yok olması tehlikesiyle karşı karşıyayız. dokuz8HABER, medyanın pandemi sonrası dünya ve Türkiye koşullarında dijitalleşme odaklı olarak yeniden inşa edilebilmesinde kurucu bir rol oynamak üzere yerel medyaya özel bir ağırlık verecek olan dokuz8AKADEMİ'yi kuruyor. Bu akademi temmuz başında faaliyetlerine başlayacak.

Bugün geleneksel medya kanalları sermaye yönetimi ve baskıya açık olsa da internet ve teknolojinin gelişimi ile elinde cep telefonu olan her yurttaş kapsamlı bir haber yapabiliyor. Bu bağlamda yurttaş haberciliği, basın özgürlüğü ihlalinin önüne az da olsa geçebiliyor. Gezi sürecinde gördüğümüz gibi, geleneksel medya yapmadığı haberler yüzünden eleştirilirken yurttaşlar bu

yolla bilgiye ulaşabiliyor ve daha doğru, güvenilir haber taleplerini artırarak bağımsız basını çevreleyen baskıyı tümünden kıramasa da bir nebze rahatlamasına olanak verebiliyor.

**Muhabirleriniz arasında iklim değişikliği veya sürdürülebilirlik konusu ön plana çıkmaya başladı mı? Gözlemlediğiniz bir değişim mevcut mu? Son durum nedir?**

2017 yılından bu yana daha sistematik bir halde sürdürmeye gayret ettiğimiz Ekoloji ve Kent Hakkı Haber Ağı faaliyetlerimiz kapsamında, dokuz8HABER'e dahil olan ve bu alanda faaliyet göstermek isteyen gazeteciler, yurttaş haberciler ve aktivistler faaliyetlerini sürdürürken bir yandan da daha güçlü bir medya görünürlüğü elde edebilmek için eğitim programlarına katılıyorlar. Devam eden araştırmacı habercilik ve veri haberciliği gibi eğitim programlarıyla, eminim ki önümüzdeki dönemlerde çok daha nitelikli haberler yayımlanabilecek ve bu haberler toplumsal tartışma zeminine daha derinlikli katkılar sağlayacak.

**Dünyada yurttaş haberciliği konusunda birçok farklı örnek bulunuyor. Çevre bağlamında, iklim krizi gibi konularda örnekler var mıdır?**

Teknolojinin gelişmesi, internet erişiminin artması ile yurttaş habercilik örnekleri gittikçe artıyor. Dünyada çevre/iklim üzerine çalışan yurttaş habercilik toplulukları olduğu gibi artık neredeyse tüm medya mecraları da yurttaş habercilere açık bir vaziyette. Gazeteciliğe hevesli gençlere burslar veren Climate Tracker gibi kurumların yanı sıra, The Ecologist gibi köklü kurumlar da yurttaş habercilere çok geniş yer veriyor. Open Democracy gibi hak temelli yurttaş habercilik kuruluşlarında da iklim ve ekoloji meselesi artık daha sık yer buluyor. Çevre bağlamında ise pek çok yerel/ulusal direniş, seslerini yurttaş habercilik faaliyetleri ile hem sosyal medyada hem ulusal ve uluslararası medya kuruluşlarında duyurabiliyor.

**Sizin iklim krizi özelinde bir çalışmanız var mı?**

2017 yılından bu yana faaliyet gösteren Ekoloji ve Kent Hakkı Haber Ağımız yalnızca çevre ve kent yaşamı konularına eğilmekle kalmayıp aynı zamanda sıklıkla iklim krizine dair de haberler yayımlıyor. Bunun yanı sıra, dokuz8TV'de haftalık bir ekoloji gündemi programı yayımlıyoruz ve bu yayımlarda elimizden geldiğince iklim krizine de değinmeye gayret gösteriyoruz. Türkiye'de iklim krizine dair gerçekleştirilen eylemler, açıklanalar ya da aktivistler tarafından yürütülen faaliyetler olduğunda bunları da elbette yayımlarımız kapsamında değerlendiriyoruz. Ancak yeterli kaynak ve zaman bulabildiğimiz takdirde aslında iklim krizine dair kapsamlı yayımlar ve kısa bilgilendirici videolarını da dahil olduğu çok-mecralı bir yaklaşımla toplumun geniş kesimlerine ulaşabilecek nitelikli içerikler üretmek istiyoruz. Bu amaç uğruna faaliyet göstermek isteyen herkesle de birlikte çalışmak için her zaman kapımız açık ve kendi uzmanlığımızı her zaman sosyal hareketler ve sivil inisiyatiflere sunmaya hazırız. Aynı şekilde iklim krizi üzerine de medya ve iletişim deneyim ve becerilerimizi birlikte değerlendirebileceğimiz birileri kapımızı çalarsa, onlarla da seve seve işbirliği yaparız.

**Ekleme veya vurgulamak istediğiniz bir şey var mı?**

Türkiye'de basın özgürlüğü konusunda uzun zamandır devam eden sorunlu ortamda ayakta kalmayı başarabilmiş, hatta bu süreçte büyüyebilmiş olan mecraları görmek memnuniyet verici. Elbette bunu başarabilmenin imkanı kısmen küresel dayanışma ağlarının destekleriyle gerçekleşti. Dünyanın çeşitli coğrafyalarında toplumların bilgiye erişimi ve basın özgürlüğü adına geliştirilen yöntem ve araçların nasıl ki Türkiye'de bu süreçte bir katkısı olmuşsa, eminim ki buradaki deneyimler de günümüz geldiğinde dünyaya örnek olacak birçok model çıkaracaktır. ○



# “Medya Bir İş Değil, Kamusal Bir Sorumluluktur”

Kurumsal iletişim ve itibar alanının Türkiye’deki en önemli isimlerinden Salim Kadıbeşegil, “Geleneksel medyanın, hem habercilik anlamında hem yayıncılık anlamındaki rolünün değişmesi gerektiği konusunda hepimiz hemfikiriz. Onları finanse edecek kanalların da bu anlamda iş yapma ve yönetme politikalarını dönüştürmeleri aslında bu beklediğimiz değişimi hızlandırır” diyor. Ekolojik çevrenin bir numaralı konu olması gerektiğinin altını çizen Kadıbeşegil, “Yaşayacak bir gezegenimiz yoksa zaten gerisi boş. Ama başkası bir şey yapsın diye de beklemem lazım, önce kendimizden başlamalıyız” diyor.

 Barış DOĞRU



Medya aslında Batı demokrasilerinin, gelişmiş bütün demokrasilerin kuruluşunda son derece önemli bir rol oynuyor. Yani bağımsız ve güçlü medyanın olmadığı bir ülkede, demokrasinin sağlıklı gelişiminin, refahın ve huzurun olması da neredeyse mümkün değil. Fakat bugün dünya başka sorunlarla da karşı karşıya. Yani eski sorunları tam olarak çözemediği gibi bunun üzerine yeni sorunlar eklendi. Bunların başında da çevresel sürdürülebilirlik geliyor. Sürdürülebilirlik bana göre işte bu uygarlığın yaşadığı büyük bunalımın adı. Bu çözülememiş sorunların üzerine gelen yeni sorunların eklenmesiyle oluşan bir tartışma alanı. Medyanın rolünü biraz bu açıdan konuşmak, senin düşüncelerini almak istiyorum...

Gerçekten medyanın, -geleneksel medyadan bahsediyoruz tabii burada-kamuoyu oluşturma gücü yadsmamaz. Dolayısıyla kamuoyunun kanaatinin

hangi yönde nasıl oluşması gerektiği ile ilgili öncü bir rolü var medyanın. Şöyle söyleyelim, gazetelerin ekonomi sayfaları mesela ne zaman hayatımıza girdi? 1970’lerde. Dolayısıyla ekonomiyeye farklı bakmaya başladık. Önce tek sayfaydı, sonra iki sayfa oldu, sonra dört sayfa, hatta sekiz sayfa ekonomi sayfası olan gazeteler çıktı. Sadece ekonomi gazeteciliği diye bir alan oluştu. Bu anlamda ekonomi gazeteciliği çok güzel bir örnektir.

Şimdi buradan hareket edecek olursak, gündemimizdeki konu, çevre, ekoloji sürdürülebilirlik gibi konularla ilgili geleneksel medyada özel bir alana ne zaman rastladık? Çevre editörleri, çevre yazarları ne zaman hayatımıza girmeye başladı? Baktığımız zaman bu çok eskilere gitmiyor. Öyle kökleşmiş geleneksel medyanın içinde -televizyonları da buna dahil ediyorum- son 10 yıl, bilemedin son 20 yıl diyebileceğimiz bir geriye gidişten bahsedebiliriz



ancak. Ama ne kadar zamanda kirlettik dünyayı? Petrolün ticari anlamda kullanılmaya başlandığı 1800’lü yılların ortalarından itibaren, ya da sanayi devriminin tetiklemeyle gezegeni kirletmeye başladığımız ve bir tüketim kültürü inşa ettiğimiz dönemden beri. Ve bunun faturaları bize 1990’larla birlikte çevre ve iklim değişikliği anlamında çıkmaya başladı. Ama geleneksel medya burada sınıfta kaldı. Bunu öngöremedi, yakalayamadı. O değişimi, kamuoyunu doğru yönlendirecek ve bu konuda sesi cılız çıkmakta olan birtakım sivil toplum kuruluşlarını da arkasına alarak “ya bir de böyle bir gündem var” noktasına bizi getiremedi. Burada milat olarak 1992 Rio Konferansı’nı alalım. Yani Rio Konferansı, Türk basınına bir kenara bırakıyorum. Dünya basınında ne kadar yer almıştır diye baktığımızda öyle alım şahım bir yer tuttuğunu da -ki dünyanın tüm liderleri katıldı bu toplantıya-söyleyemeyiz. Dolayısıyla geleneksel medyada bu konunun yetersiz kalması veya sınavı geçememesi nedeniyle bu işi teknolojinin de yardımıyla bireyler üstlenmeye başladı. Yani bireylerin yayımları, medyatik duruşları, geleneksel medyanın boşluğunu gidermeye veya eksiklerini gidermeye yönelik bir alan olarak ortaya çıktı ve hepimiz medya olduk bir anda. Bir YouTube videosu ile kayıt yayımlarsanız üç milyon, beş milyon, 10 milyon insan izleyebilir...

“Geleneksel medya birçok sorun konusunda yeteri kadar rol oynayamıyor, dolayısıyla bu konulara vâkıf olan bireyler ya kendi adlarına ya da ait oldukları sivil toplum kuruluşları adına ortaya çıkıp kamuoyu farkındalığını artırmaya çalışıyor. Bu anlamda ‘evet biz de yeni medyayız’ diyebiliriz”

Yani geleneksel medyanın erişebileceği satış rakamlarının çok ötesinde bir takibi ve etkileşimi oluyorsa o zaman biz de birey olarak kendimize “evet biz de yeni medyayız” diyebiliriz. Şimdi ana konumuza, çevre ve medya meselelerine gelecek olursak, bugünkü çevre sorunlarının temeli, önce biz kendimiziz. Bir aynaya bakmamız lazım. Biz tüketiyoruz, hem de gereksiz tüketiyoruz, ihtiyacımız olmayan bir şeyi tüketiyoruz. Geleneksel medyanın bu konuda görevini yapmamış olması ve gereksiz tüketime yönelik alanlarda bir kamuoyu oluşturmamasının getirdiği durumu sivil toplum içerisindeki bireyler olarak ya da sivil toplum kuruluşları olarak biz gidermeye çalışıyoruz. Bir çift ayakkabıyı üretmek için 8 bin litre su harcamamız gerekiyor. Öbür tarafta 1.5 milyar insanın içilebilir suya erişimi yok. Bu örneklerle bir medya ortamı oluşturuyoruz. Doğal kaynaklar azalıyor, ormanlar yanıyor, iklim değişikliğinin bedeli olarak şunlar karşımıza geliyor diyerek, daha çok felaket senaryolarının, ka-

ransar haberlerin, kötümser olguların ve bulguların yer aldığı bir kamuoyu oluşturma yetkinliği var. Geleneksel medya burada yeteri kadar rol oynamıyor, dolayısıyla bu konulara vâkıf olan bireyler ya kendi adlarına ya da ait oldukları sivil toplum kuruluşları adına ortaya çıkıp kamuoyu farkındalığını artırmaya çalışıyor. Fakat geleneksel medyanın akıllı tarafı ne yapıyor? Arkasında bilimsel temeli olan, tutarlı olan bu görüşleri kendi etki alanlarına yaygınlaştıracak tarzda haberleştiriyorlar, ya da o kişilerden görüş alıyorlar, o kişilere makale yazdırıyorlar, o kişilerle söyleşiler yapıyorlar, dizi programlar yapıyorlar... Yani geleneksel medyanın gücünü de bir kenara atmamalı. Ancak yavaş yavaş, tüm insanları ilgilendiren konularla ilgili bir işbirliğinin başladığını görüyoruz.

Bireylere yönelik bir vurgu yaptın. Bence de çok önemli. Çoğu zaman ben de söylüyorum iklim değişikliği bizim ayakucumuzda başlıyor diye. Ama medyanın, özellikle Batı dün-

yasının kurumsal gelişiminde belli oranda yerine getirdiği bir sorgulama-denetleme rolü oldu hep. Medyanın, bireylerin farkındalığını artırmak dışında, şirketlerin ve kamu yönetiminin bu konudaki yaptıklarını sorgulamak ve onları denetlemek gibi bir rolü de var. Bir gücün, yasama, yürütme ve yargı gibi güçlerin işleyişini denetlemesi gerekmiyor mu? Dördüncü kuvvet olarak medyanın, sorunlar ve çözümler hakkında bilgi sağlamak, aksaklıkları ortaya çıkarmak gibi bir rolü yok mu? Bu konuda da biraz geride kalmış gibi gözüküyor. Ne dersin?

Çok güzel bir noktaya parmak bastın. Şimdi yeni dönemin yükselen değeri hesap verebilirlik bildiğin gibi. Yani önümüzdeki 20-30 yıl belki de sadece bunu konuşacağız. Her alanda her konuda hesap verebilirliğin egemen olduğu bir iş yapma ve yönetme dünyasının içinde bulacağız kendimizi. Hesap verebilirliğin bir önceki aşaması tabii ki denetim. Neyi, kim, nasıl denetleyecek? Şimdi mesela yakın geçmişten bir örnek verelim. Etik olmak, şeffaf olmak, hesap verebilir olmak, sorumlu olmak gibi kurumsal yönetim ilkelerinin içinden ne doğdu? Mali denetim sektörü. Şirketler, birtakım bağımsız denetim kurumlarına gidiyorlar ve “benim finansallarımı denetle” diyorlar. Bağımsız ve tarafsız olması gereken bu şirketler ve ürettikleri raporlar, benim alanım olan itibarın girdisi sayılması gereken konular. Ama ne oldu; bütün bu kurumlar 2008 küresel krizinde sıfta kaldılar. Batan şirketlerin hemen hemen tamamı, kendilerini finansal mali denetimlerden geçirmiş, bu konuda raporlar hazırlamış, hatta bir değil iki ayrı şirkete denetim yaptırmıştı...

**Peki gerçek bir denetim olsaydı olaylar bu duruma kadar gelebilir miydi?** Evet, onu söylemek istiyorum. Hesap verebilirlik konusu o yüzden yükselen değer olmaya aday. Sen bunları yapıyorsun ama benim ikna olmam için bana bunun arka planını da anlatman



lazım. Bana rapor gösterme, bu raporun nasıl hazırlandığını göster. Kim hazırladı? Hazırlayanların sicilleri ne? Sabıkaları var mı? Şimdi konuyu senin sorduğum yere getirecek olursak sivil toplumun -teknolojiyi de iyi kullandığını, değerlendirdiğini varsaydığımız sivil toplumun- gündemi belirlediği bir yöne doğru gidiyoruz aslında. Ve bundan kaçış yok. Hükümetlerin gündemi bir anda değişiyor işte. 15 yaşında

bir kız çıkıyor ne yapıyor? Bir gündem belirliyor. Tabii Birleşmiş Milletler’de, Davos’ta konuşma yapmasına kadar veya cuma günleri tüm dünyada lise- li gençlerin sokaklara dökülüp iklim değişikliğine dikkat çekme eylemleri yapmasına kadar varan bir hareketle medyatik bir olgu haline dönüşüyor. Ama bunun arkasındaki temel nokta ne? Hesap soruyor, denetliyor, “bak arkandayım” diyor, “yaptıklarımı he-

men kontrol ediyorum” diyor. Bu mesajları her an veren bir sistematik var. Ama ironi şurada: 7,5 milyar insan var yeryüzünde; bunun 3,6 milyarı günde sadece 1,9 dolarla hayatlarını idame ettirmek durumunda olan ve yarınları olacak mı, olmayacak mı belirsiz olan bir kitle. Ve bu yoksulluğun, bu açlığın, bu sefaletin içinden tabii salgın hastalıklar çıkıyor, savaşlar, gıda krizleri, aklına gelebilecek tüm sorunlar

çıkıyor. Öbür tarafa bakıyorsun milyarlarca insan da orada var. Onlar da gereksiz tüketim ve israf içinde... Bizler o dünyada yer alan insanlarız. Şimdi, terazinin iki ayrı kefesinde dolmuş olan bu insanlara bütünsel olarak baktığında, bu kefedeki fazlalığın buradaki yokluğa fazlasıyla yetecek bir dünya düzeninden bahsediyoruz. Yani özüne indiğimiz zaman temel sorun ne? Adaletsizlik. Adil olmayan bir dağılım var

“Her bir kanalın National Geographic olmasını elbette bekleyemeyiz ama iyi örnekleri paylaşmak konusunda daha cesaretli, daha yönlendirici olacak; kamuoyunu oluşturacak ve kanaatleri etkileyecek bir tavır içinde olmalarını bekleyebiliriz. Bu, gazeteci olmanın da getirdiği bir sorumluluk aslında”

burada. Gelir dağılımı da böyle, yaşam kalitesinin dağılımı da böyle ve bunun arka planına oturttuğumuz sürdürülebilirlik politikalarının hedefleri de böyle. Şimdi şirketlerin sürdürülebilirlik politikalarına baktığında politikamın kazananı kim olmalıdır diyorsun, şirket olmalıdır diye okuyorsun onu. Oysaki sürdürülebilirlik politikalarının amacı, “bu gezegen kazanan olmalı”. Şirket değil yani, şirket kazanmasa da olur ama önce gezegen kazanmalı.

**En azından, mutlaka gezegenin kaybetmeyeceği bir oyun olması gerekiyor.**

Dolayısıyla bizim özellikle pandemi sonrasında, önceliklerimiz neye göre sıralanmalı? Önce gezegen sonra doğa, yani kullandığımız hammaddenin yerine konulabilirliğiyle ilgili mesele. Sonra insan. Bak para yok bunların içinde. 130 senede buraya nasıl geldik: Önce para, sonra para, sonra yine para... Şimdi sorunun kaynağını doğru tespit edip doğru bir gelecek tasarımı yapmamız lazım. Bunun baş oyuncusu da tüketim. Eğer gereksiz tüketimi yok etmezsek, azaltmazsak, buna evin içinde başlamazsak ve tükettiklerimizi geridönüşüm anlamında da evin içinde ayrıştırarak biçimde yaşam konforumuzu düzenlemezsek aynı senaryoyu başka felaketlerde tekrar tekrar yaşarız.

1970'li yıllarda gazetelerde ilk ekonomi sayfalarının oluşmaya başladığını söyledin. Daha önce ekonominin böyle bir belirleyiciliği yoktu. Sonra bu sayfalar arttı, gazeteler neredeyse ekonomi odaklı hale geldi. Bu aslında ekonominin hegemonyası, yani her şeyi ekonomi ve kârın belirlediği bir mantığın egemen hale gelmesi anlamına geliyor. Ama aslında ekonomi dediğimiz alan, ekoloji veya ekosistem dediğimiz kümenin bir alt başlığı. Bu şekilde biz kümeleri yanlış tanımlamış oluyoruz. Sanki ekoloji ekonominin içinde bir bölümmüş gibi. Halbuki tam tersi, ekoloji her şeyi, bütün yaşamı var eden şey. Ekonomi ise onun içinde bir faktör, bir alt küme. O yüzden bugün belki medyanın 6-7 sayfasını ekoloji ve ekosistem sorunlarına ayırması, ekonomiyi de onun içinde ele alması gerekir. Önümüzdeki dönemde belki böyle olacak. Ne dersin?

Şimdi nasıl Marmara'daki deniz salyası, Türkiye'nin gündemini bir anda değiştirdi; veya Kazdağları meselesi ya da İkizdere... Dünya kadar örnek var. Bunlar arkasında çok ciddi bir kamuoyu da topluyor. Buradan şuna bakmak lazım: Bizim medyanın ilgisine göre değil, kendi değerlerimizin içindeki değişimi tetikleyecek bir davranış kalıbına kendimizi sokmamız lazım. Burada da etik ve adil ticaret meselesi gündeme geliyor. 90'larda başlayan etik ve adil ticaret alanı, ben en son baktığımda küresel düzeyde 5,5 trilyon dolarlık bir iş hacmine ulaşmıştı. Biraz önce söylediğimi şöyle örnekle-yeyim: Diyelim camın çikolata çekti. Bakıyorum rafta bir çikolata 1 euro, öbürü 2 euro ama 2 euronun üstünde etik ticaret logosu var. Bilinçli olarak gidiyorum, 1 euro fazla verip onu alıyorum. Ne yapıyorum aslında, etik ticaret yaptığını kanıtlamayan şirketi cezalandırıyorum. Öbürünü de ödülendiriyorum. Ama bu davranışta bulunuyor olmamın arka planında biraz önce konuştuğumuz hesap verebilirlikle ilgili değerlerin bende içselleşmiş



“Medyayı bir iş olarak gördüğün sürece medya üstünden yapacağın işlerde ne kazanacağın paradan hayır gelir -ki zaten para kazanmak zaten pek mümkün değil- ne de o ilişkilerin içinden bir hayır doğabilir”

olması yatıyor. Neden? Çünkü fazladan para verdiğim şirketin gerçekten etik ticaret şirketi olup olmadığını, etik ticaret sertifikasını nasıl aldığını, o sertifikayı veren kurumun kim olduğu gibi konuları daha önceden kafamda zaten araştırarak çözmüşüm ki o davranışta bulunuyorum. Şimdi bu etik ve adil ticaret meselesinin ve bunun sosyal girişimcilik alanındaki yansımalarının önümüzdeki dönemde çok daha etkili bir şekilde görüleceğini düşünüyorum. Tüketici olarak bizlerin de tercihlerini bu anlamda bu dünyanın kapısından girmiş şirketlerde bulacağımızı varsayıyorum. Çok basit bir nedeni var bunun. Çünkü sosyal girişimci olan kurum ve kuruluşlar derken aslında gezegenin ekolojik sorunları ile ilgili bilgi yüzde-

leri normal sıradan vatandaşlara göre bir adım daha yukarıda olan ve yaşam tarzlarını da buna göre tasarlamış olan kurumlar ve bu kurumları oluşturan kişilerden söz ediyorum. Biz eğer bir formül arıyorsak buna, medyanın kendisi de buna dahil, bu anlamda dünyanın değerlerine bakmamız lazım. Bu alanın gündemine bakmamız lazım. Bunların neyin peşinde koştuğuna bakmamız lazım. Yani Muhammed Yunus'un mikro kredi ile ilgili yarattığı, çarpan etkisi yüksek bir istihdam. Belki ekolojik anlamda herhangi bir şeyi çözmediymiş gibi görünüyor ama çok değerli bir kitleyi yoksulluktan kurtarıyor, onurla meslek sahibi olmalarını sağlayan bir statüye taşıyor. Şimdi, Muhammed Yunus'un örneğini, ağaçlandırma, erozyon veya su ile ilgili konularda çarpan etkisi yüksek alanlara taşımak mümkün. O yüzden gözümüzü sosyal girişimcilerin olduğu yerlere dikmemiz lazım. Her bir kanalın National Geographic olmasını elbette bekleyemeyiz ama iyi örnekleri paylaşmak konusunda daha cesaretli, daha yönlendirici olacak; kamuoyunu oluşturacak ve kanaatleri etkileyecek bir tavır içinde olmalarını bekleyebiliriz. Bu, gazeteci olmanın da getirdiği bir sorumluluk aslında...

Biraz önce de söyledin, felaket haberciliği işe yarıyor mu yaramıyor mu konusu da çok önemli bir nokta. Durmadan kötü şeyler oluyor, bunları da göstermek lazım tabii ki. Fakat çevreye yönelik tüm bakışı bunlar üzerinden kurmak, insanları bir çeşit ya nihilist bir tavra ya da görmezden gelme hali davranışına da itebiliyor. Bir yandan da çözüm haberciliği başlığı altında başka bir akım da gelişiyor. “Sorunlarla birlikte çözümleri de mutlaka ortaya koyan bir habercilik yapmalıyız” diyen başka damar var. Bu konu hakkında ne düşünüyorsun? Şimdi bu konuya en güzel örnek, Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği. Derneğin sosyal medya paylaşımlarına baktığım zaman aslında geleneksel medyanın o paylaşımlardan çıkartabileceği çok ders var. Çünkü orada bir yaşam tarzı var ve herkes pratikte bir tanesini alıp uygulayabilir. Çok pratik çünkü. Aslında önerilerden sadece bir tanesini yapsak ve yarın öbür gün bizim yaptığımızı 20 kişi 30 kişi yapmaya başlasa, sadece bulunduğumuz çevre anlamında değil, gezegenin bütününde çok önemli değişimlere neden olabiliriz. O paylaşımlardan kanun da yapabilirsin, proje de yapabilirsin, haber de yapabilirsin, dizi de çıkarabilirsin, aklıma ne gelirse... O kadar basit çünkü ve arkasında bilimsel bir temel var ve adres belli: “Ekolojik yaşama bir şekliyle dost olmak ve o dostluğu kendimizin bir parçası haline getirmek”.

Ben milletvekili olsam mesela bu konuyla ilgili kanun yapmak istesem o paylaşımları alır bakarım, onların içinden neleri birbiriyle ilişkilendirip de arkasını bilimsel raporlarla desteklemem gerektiği konusunu araştırırsam al sana kanun. O paylaşımlardan gerçekten sayısını bilemeyeceğin kadar TV dizisi de çıkabilir.

Geleneksel medyanın, hem habercilik anlamında hem yayıncılık anlamındaki rolünün değişmesi gerektiği konusunda hepimiz hemfikiriz. Onları finanse edecek kanalların da bu anlamda iş

yapma ve yönetme politikalarını değiştirmeleri veya dönüştürmeleri aslında bu beklediğimiz şeyi hızlandırır, yoğunlaştırır. Ekolojik çevre burada bir numara. Neden? Yaşayacak bir gezegenimiz yoksa zaten gerisi boş, ne yaparsak boş. Ama başkası bir şey yapsın diye de beklemem lazım, önce kendimizden başlamalıyız.

Türkiye’de ilk başta çevre hareketlerinden gelenler şirketlere çok mesafeliydiler ve haklıydılar da; hâlâ da haklılık payımız var ama bütünde olmasa bile, özellikle kurumsal şirketlerde bu konularda giderek bir dönüşüm yaşandığını görüyoruz. Ben bu dönüşümün, ilginç bir şekilde, en az medya kurumlarında olduğunu düşünüyorum. Halbuki onların çalışanlarının bu konuda en az diğer kurumsal şirketlerin çalışanları kadar bilinçli olması gerekir normal koşullarda...

Medya tabii çok özel bir alan. Orada bir sahiplik meselesi var. Şimdi bir fabrika kurabiliriz seninle ya da tarım yatırımına girebiliriz. Oradaki kontratlar belli ama medyada, kamusal bir işten bahsediyoruz. Kamusal bir iş yapma niyeti olmayan bir sahiplikle yönetilen bir medyada zaten çalışanların bu anlamda alabileceği bir sorumluluk veya yapabilecekleri bir şey yok. İşin gazetecilik olmayınca, -patron katından bahsediyorum- orada bir tıkanma söz konusu olur normal olarak. Bir kere gazetecilik ile çarkı döndürmek, parayı kazanmak zor. O zaman değerler çatışması patron katında başlıyor. Sen çalışan olarak istediğin kadar bu değerlere sahip ol ve bunları bir şekilde yaptığın haberlere taşımaya çalış. Sonuçta kurumsal boyuttaki değerler ile senin değerlerinin çatıştığı ve çözemeyeceğin alanların olması şaşırtıcı değil.

O zaman son ve kıskartıcı bir soru sorayım. Bir medya kuruluşunun sahibinin farklı bir alanda faaliyet göstermesi yasaklanmalı mı?

Burada tercihlerin yasakların önüne geçmesi lazım. Bu işler yasaklarla yö-

netilebilecek işler değil. Yasağın arkasından dolanıp, işini yine yaparsın. Bu konu, ahlaki tercihlerle ilgili.

Ya da denetlenmeyle ilgili...

Bu da ait olduğum toplumda medyanın nasıl yeşerdiği ile ilgili bir şey. Buradan da şunu anlatmaya çalışıyorum: Medya bir iş değildir, medya kamusal bir sorumluluktur. Sen bu kamusal sorumluluğun içinde bir birey olarak imkânlarını, yani paranı, ilişkilerini, teknolojiyi kullanmaya karar verebilirsin ama bu senin kamusal sorumluluğunu bireysel “ben daha çok para kazanayım” meselesine dönüştürdüğün anda o iş medya yönetmekten başka bir şeyi yönetmeye doğru kayıyor.

Şimdi medyayı bir iş olarak gördüğün sürece medya üstünden yapacağın işlerde ne kazanacağın paradan hayır gelir -ki zaten para kazanmak zaten pek mümkün değil- ne de o ilişkilerin içinden bir hayır doğabilir. Ama medyayı bir kamusal alan olarak gördüğün zaman, birinci sorumluluğun, topluma karşı sorumluluğun oluyor. O zaman karşı sorumluluğun oluyor. O zaman ilkeler çalışmaya başlıyor, değerler başka türlü oluşmaya başlıyor... Bu ortamda çalışanların değerleri ile kurumsal değerlerin bir araya getirildiği ve anlamlı sonuçların geleneksel medyanın sorumluluğu şeklinde hayata yansıyabileceği süreçler karşımıza çıkabilir. Dünyada örnekleri var mı bunun? Var tabii, yok değil ama oralarda da arzular var. O yüzden itibar sıralamalarında medya, siyasetle beraber listenin en altlarında. İtibarlı olmalarını da kimse beklemiyor zaten.

Bir isim vereceğim bu konularla ilgili, takip etmenizi öneririm: **Tim Jackson**. İki tane önemli kitabı var, tavsiye ediyorum: Bir tanesi **Büyümesiz Refah**. Avrupa Topluluğu tarafından kendisine sipariş edilmiş bir araştırmanın sonucu olarak ortaya çıkmış olan çok önemli bir kitap. Öbürü de **Kapitalizmden Sonra Hayat**. İkisi de çok değerli kitaplar. Tim Jackson’ın **TED konuşmalarını** izlemenizi de tavsiye ederim. ○



# Medyada Nükleer Enerji Algısı ve Yeşil Badana

Doç. Dr. Metin Ersoy ve Prof. Dr. Emre İşeri'nin gerçekleştirdiği “Framing environmental debates over nuclear energy in Turkey's polarized media system” isimli çalışmada, nükleer enerji santrali tartışmasının 2011-2019 yılları arasında dört farklı mecrada 222 haberde nasıl işlendiğine dikkat çekiliyor.

**Doç.** Dr. Metin Ersoy ve Prof. Dr. Emre İşeri'nin gerçekleştirdiği “Framing environmental debates over nuclear energy in Turkey's polarized media system” (Türkiye'nin kutuplaşmış medya sisteminde nükleer enerji konusundaki çevre tartışmalarını çerçevelemek) isimli araştırma geçen sene Mart ayında İngilizce olarak yayımlandı.

Çalışma kapsamında incelenen haberlerin başlangıç tarihi, Japonya'da yaşanan Fukushima nükleer felaketinin yaşanmasıyla beraber nükleer enerjiye karşı başlayan kamuoyu tepkisi sebebiyle, 11 Mart 2011 olarak belirlendi. Bu tarihten, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Sinop'taki santralin durdurulduğunu açıkladığı gün olan 27 Haziran 2019 tarihine kadar dört medya kuruluşunun haberleri incelendi. Araştırmada, Sabah, Hürriyet ve Sözcü gazetelerinin yanı sıra alternatif haber ajansı olarak Bağımsız İletişim Ağı (BIA-bianet) seçildi.

“Nükleer enerji” ve “Türkiye” anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan aramada 222 haber bulundu. Sabah'tan 59, Hürriyet'ten 56, Sözcü'den 48, bianet'ten ise 59 haber bu kapsamda inceleniyor. Bu 222 haber beş çerçevede mercek altına alındı. Bunlar; Sosyal ilerleme ve ekonomik rekabet, Kamuya hesap verebilirlik, Çevresel risk, Nükleer enerjinin çevre dostu olup olma-

dığı konusunda belirsizlik ve Nükleer enerjinin çevresel fırsatları/avantajları. Çalışmanın bulguları ise şu şekilde: Sabah, pro-nükleer bir medya kuruluşu olarak yerini alıyor. %57,3 ile “Sosyal ilerleme ve ekonomik rekabet” kapsamında nükleer enerjiyi değerlendirirken %17,1 ile “Çevresel risk” ve %7,3 ile “Kamuya hesap verebilirlik” çerçevelerini geri planda bırakıyor.

İşeri ve Ersoy [Journ'o'ya](#) verdikleri röportajda, “Sabah gazetesi konuyu hükümetin nükleer siyaseti uyarınca haberleştirirken, karşı kutuptaki Sözcü tam aksi çizgide konuyu haberleştirmiş. Araştırmada, medyada nükleerin çok boyutlu yapısının yansıtılmadığı gibi bir sonuca ulaştık. Bu noktada alternatif medya bianet'in görece daha iyi bir sınav verdiğini söyleyebiliriz” dediler.

Araştırmada, Hürriyet'in %24,1 ile “Çevresel risk” ve %14,3'le “Kamuya hesap verebilirlik” çerçeveleri öne çıkarken, Hürriyet'in Demirören Grubu'na satılmasından sonra %38,4 ile “Sosyal ilerleme ve ekonomik rekabet” çerçevesinin arttığı gözlemlendi. Bu sebeple Hürriyet, kararsız/pro-nükleer olarak tanımlandı.

Sözcü ise aynı dönemde %39,2 ile “Sosyal ilerleme ve ekonomik rekabet”, %20,6 ile “Çevresel risk” ve %16,5 “Kamuya hesap verebilirlik” noktala-

rını ön plana çıkarttı. Sözcü aynı zamanda, %12,4 ile “Nükleer enerjinin çevresel fırsatları/avantajları” çerçevesinde en yüksek orana da sahip. Bu da Sözcü'nün incelenen 48 haberinin %12,4'ünde nükleer enerji santrallerinin çevreye faydalı olduğunu belirttiği anlamına geliyor.

bianet'in, alternatif medya olarak tek başına yer aldığı araştırmada nükleer enerji santrallerinin, %38 ile “Çevresel risk” kapsamında haberleştirdiği ön



	Sabah		Hürriyet		Sözcü		BIA	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sosyal ilerleme ve ekonomik rekabet	47	57,3	43	38,4	38	39,2	21	17,4
Kamuya hesap verebilirlik	6	7,3	16	14,3	16	16,5	40	33,1
Çevresel risk	14	17,1	27	24,1	20	20,6	46	38,0
Nükleer enerjinin çevre dostu olup olmadığı konusunda belirsizlik	8	9,8	15	13,4	11	11,3	11	9,1
Nükleer enerjinin çevresel fırsatları/avantajları	7	8,5	11	9,8	12	12,4	3	2,5
Toplam haber sayısı	82	100,0	112	100,0	97	100,0	121	100,0

plana çıktı. Diğer ön plana çıkan çerçeve ise %33,1 oranıyla “Kamuya hesap verebilirlik”. Diğer üç medya organıyla karşılaştırınca, oranlarının tam tersi başlıklarda yükseldiği görüldü. Bu sayede bianet'in nükleer enerji santrali ile ilgili haberleri çevre ve insan gözünden servis ettiği anlaşılıyor.

Araştırmanın sonuçlarında Sözcü ve bianet'in nükleer karşıtı pozisyonda olduğu belirtildi. Ancak Sözcü'nün siyasi tavır sebebiyle editöryal açıdan nükleer

enerji santrallerinin ele almış biçiminin objektiflik açısından şüphe uyandırdığını da altı çizildi. Tüm bu noktalardan yola çıkılarak bianet'in nükleer enerji tartışmalarındaki pozisyonunun daha net olduğu ifade edildi.

Makalenin yazarlarından Metin Ersoy, Journ'o'ya verdiği röportajda durumu şu şekilde ifade etti: “Holding Medyası” diye isimlendirdiğimiz, temel hedefi kâr elde etmek olan medya yapısı içinde geleneksel medya, ideolojik duruşu-

na ve sahiplik yapısına göre haberlere yaklaşıyor. Ayrıca Türkiye'de çevre gazeteciliğinin tam anlamıyla gelişmemiş olması, kutuplaşmış medya sistemi ve basın-hükümet ilişkileri, nükleer haberlerin verilişinde de belirleyici rolde. Öte yandan araştırma bulgularımız alternatif medyanın dengeli, bilgiye dayalı, eleştirel gazetecilik yoluyla ‘konuşulmayı’ ele alarak çevresel iletişimdeki boşluğu doldurabileceği tezini destekliyor.” ○

## Gil Penalosa: “Kentler Sürdürülebilir Olmaktan Uzak”

**Sibel Bülay’ın bu sayıdaki konuğu Gil Penalosa. Penalosa, “Gerçek şu ki son 40 yıldır kentlerimiz çok kötü gelişti. Kentler çevre açısından sürdürülebilir değil. Fiziksel ve ruh sağlığımız açısından kötü. Ekonomik kalkınma açısından da kötü” diyor.**

**Gil** Penalosa’nın babası Kolombiyalı politikacı Enrique Penalosa, 1976’da Vancouver’da gerçekleştirilen ilk BM İnsan Yerleşimleri Konferansı’nın (UN-Habitat) Genel Sekreterliği görevini yürütmüş. Bu sayede dünya ülkelerinin %98’den fazlasını ziyaret etmiş; bakanlarla, başkanlarla kentsel konuları tartışmış. O zaman lise son sınıfta okuyan Gil ve üniversitede okumakta olan ağabeyi Enrique Jr, babalarının anlattıklarından etkilenmiş ve babalarının yolunda yürütmeye karar vermişler. Ağabeyi Enrique, Kolombiya’nın başkenti Bogota’nın belediye başkanı, Gil ise parklar müdürü olarak görev yapmışlar.

Gil daha sonra “8 80 Cities” örgütünü kurmuş ve bu sayede dünyada 350’nin üzerinde kentte çalışmalar yapmış. Gil aynı zamanda Dünya Kent Parkları (World Urban Parks) elçisi, Our Third Act girişiminin kurucusu, Gil Penalosa & Associates şirketinin kurucusu ve başkanı. Şimdi sözü Gil’e veriyoruz...

### Kentler Kötü Gelişti

Ne yazık ki 1976’da babamın ilgilendiği kentsel sorunlar bugün hâlâ karşımıza çıkıyor: Konut ve barınma, kentsel yayılma, hava ve su kirliliği. Ama nüfus artışının sorun olmaktan çıktığını söyleyebiliriz. 1980 civarında zirve yaptı ve 2070 civarında büyüme sıfırlanacak. Fakat bu süre zarfında kentlerde yaşayan nüfus iki misline çıkmış olacak. Bugün dünya kentlerinde yaşayan 3,5 milyar insan 2060’ta 7 milyara ulaşmış olacak.

Bu da bize bir fırsat sunmakla beraber büyük sorumluluk yüklüyor. Gerçek şu ki son 40 yıldır kentlerimiz çok kötü gelişti. Kentler çevre açısından sürdürülebilir değil. Beden ve ruh sağlığımız açısından kötü. Ekonomik kalkınma açısından kötü. İnsanlar, pandeminin her şeyi değiştirdiğini söylüyorlar ama ben buna katılmıyorum. COVID-19, burnumuzun ucundaki acı gerçeği görmemizi sağladı. Beden ve ruh sağlığı



açısından parklarda, temiz havada yürümeyi önerdiler ama çoğu yerde park olmadığını gördük. COVID-19’dan korunmak için iki metrelik sosyal mesafe gerektiğini söylediler ama çoğu yerde kaldırımlarımızda iki metre mesafe olmadığını gördük. Hatta kaldırım olmayan yerler olduğunu fark ettik. Sağlık sistemlerindeki eşitsizliği gördük. Büyük sorunlarla yüzleşmek zorunda kaldık. Ve bunların hepimizin ortak sorunu olduğunu gördük. Bunlar teknik veya finansal sorunlar değil. Bunlar kentsel politikaları ilgilendiren konular. Kentsel gelişmeye farklı bir yaklaşım gerekiyor.

Binlerce yıldır kentlerde yaşıyoruz. Fakat şu son yüzyılda önceliğimiz kentlerde yaşayanların mutluluğu değil, araba altyapısı olmuş. Ama artık kent içi ulaşımında önceliğin araba değil, sürdürülebilir türler olması gerektiğini biliyoruz. Yani yaya altyapısı, bisiklet ve toplu taşıma(\*).

Kentlerimizde park yapacak yer bulmuyoruz ama kentlerin %30’unu yollara ayırmakta sakınca görmüyoruz. Bunu anlamak mümkün değil. Caddelerin bir kısmını trafiğe kapatıp yeşil koridorlara çevirebiliriz. Böylece herkes evine 10-15 dakikalık yürüme mesafesinde bir parka erişebilir. Paris Belediye Başkanı Ann Hidalgo bu yönde müthiş bir proje başlattı. 8 şerit olan Paris’in en meşhur

bulvarı olan Champs Elysees’in yarısı trafiğe kapatılacak ve orada kafeleriyle, banklarıyla bol ağaçlı, yeşil bir koridor geliştirilecek.

### “8 80 Cities”

Bugün şehirlerimiz 30 yaşında, gücü kuvveti yerinde olanlar için tasarlanıyor. Ama bu şehirlerde yaşlılar ve çocuklar da yaşıyor. “8 80 Cities”i kurmakta amacım şehir planlamada 8 yaş ve altındaki çocukların ve 80 yaş üstündeki yetişkinlerin gereksinimlerinin göz önünde bulundurulmasını sağlamaktır. Çocukların ve yaşlıların gereksinimlerini karşılayan kent, herkesin mutlu ve sağlıklı yaşayabileceği bir kenttir.

Yaya geçitlerini ele alalım. Karşıdan karşıya geçmek için verilen süre 80 yaşında anneanneniz için yeterli mi? Anneanneniz karşıdan karşıya geçerken içiniz rahat mı? Bisiklete binenleri korumak için trafikten ayırmak gerekiyor. Bunun için asfalta çizgi çekmekle yetinmiyoruz. Bu yeterli mi? Sevdiklerinizi düşünün. Sizce o çizgi bisikletteki kızımızın güvenliğini sağlamak için yeterli mi? Kızımız o yolda giderken içiniz rahat mı? İçiniz rahat değilse altyapı yeteri kadar güvenli değil demektir. Bunun da nedeni altyapı tasarlanırken çocuklarımızın, büyüklerimizin gereksinimlerinin düşünülmemiş olmasıdır. Yöneticilerimize, şehir planlarımızla seslenmek istiyorum. Çocuklar 5



“İnsanlar, pandeminin her şeyi değiştirdiğini söylüyorlar ama ben buna katılmıyorum. COVID-19, burnumuzun ucundaki acı gerçeği görmemizi sağladı”

yaşında doğmuyor. Parklarda 5-12 yaş arası çocuklar için salmcaklar, oyun alanları var. Ama 0-4 yaş arası için bir şey yok. Bilim bize insan beyninin 0-4 yaş arasında geliştiğini söylüyor. Kas gücü bu yaşlarda geliyor. Sosyalleşme bu yaşlarda başlıyor. Ama parklarımızda bu çocukların gelişmesi için hiçbir şey yok.

Hollanda’da Bernard van Leer Vakfı’nın geliştirdiği Urban95 prog-

ramı çok ilginç. 95cm, 3 yaşındaki çocukların boy ortalaması. Urban95 kent yaşamına 95cm’den, yani 3 yaşındaki çocuğum açısından bakıyor. Büyüklük arabaların arasından geçerken etrafı görüyor. Ama 3 yaşında bir çocuk hiçbir şey göremiyor ve kendini kapana kısılmış hissediyor.

Yaşlılara gelince... İnsanlığın belki en büyük başarısı beklenen yaşam süresindeki uzama. 200 yıl öncesine kadar tüm ülkelerde beklenen yaşam süresi 45 yaşın altındaydı. Bugün tüm ülkelerde, insanlar en az 20 yıl daha uzun yaşıyor (\*\*). 60 yaş ve üstü olan nüfus 2017’de 962 milyondtu. 2050’de bu nüfus 2,1 milyar olacak. İnsanların daha uzun yaşamasının topluma yük getirdiğini düşünenler olsa da gerçek bu değil. Yaşlılar vericidir. Bilgilerinden ve deneyimlerinden yararlanmanın ve bu sayede kendilerine değer verildiğini hissetmelerini sağlamanın yollarını bulmalıyız.

Yaşlılık dönemi ömrümüzün üçte biri ve bu dönemin daha mutlu ve daha sağlıklı yaşanması için programlar geliştirmeliyiz. İnsanların evleri dışında kendilerini güvende hissedebilecekleri ortamlar sağlanmalı. Düzgün kaldırımlar, parklar, oturmak için banklar olmalı. Yalnızlık büyük sorun. Onların da bir araya gelebilecekleri eğlenceli ortamlar yaratılmalı. Yürütmek sağlık açısından çok yararlı. Hem sohbet hem sağlık için mahallelerde yürüyüş grupları oluşturulabilir. Okul saatleri dışında okul binaları sosyal merkezler olarak kullanılabilir.

Bunların hepsi fazla maliyeti olmayan, kolay yapılabilir işler. Ama bunları gerçekleştirmek için önceliklerimizi değiştirmemiz gerek.

Kentlerimizi iyileştirmek için elimizde çok fırsat var. Bunu yaparken hedefimiz adil ve sürdürülebilir kentlerde mutlu ve sağlıklı yaşam olmalı. ○

(\*) Geçen sayıda yayımlanan söyleşide Jan Gehl de aynı şeyi söylemişti.

(\*\*) Türkiye’de son 60 yılda ortalama yaşam süremiz 30 yıl arttı.



“Never Too Old to Play”  
29 Nisan 2016  
The Guardian

## Kuir Ekolojinin Anlaşılması Zorunluluğu

Temel hak ve hürriyetlerin heteronormatif bir bakış açısıyla ezilerek baskı altında tutulması Onur Ayı'nda Kuir Ekolojinin anlaşılmasının zorunluluğunu bir kez daha ortaya koyuyor. Kapsayıcı, sömürsüz ve şiddetsiz bir ekoloji anlayışının, gelecek siyasetin başlangıç noktası olacağı ise su götürmez bir gerçek.

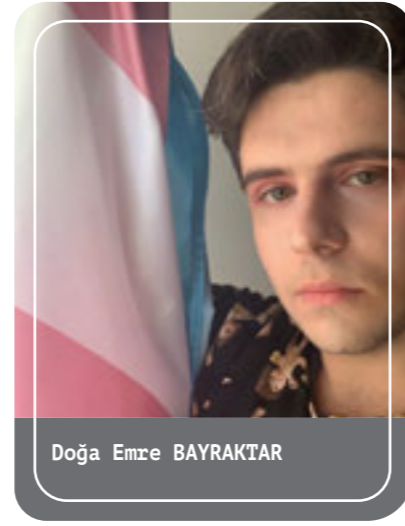
**Ekoloji** hareketi hem kadın hareketi hem de LGBTQIAA+ hareketiyle kesişimsel olarak bir araya gelmiştir. Bu hareketlerin kesişimlerini, doğa üstünde kurulan tahakkümün, doğanın baskı altına alınması sömürülmesinin kadın ve LGBTQIAA+'lar üzerinde kurulan tahakkümle benzeştiği, kurtuluşun hem doğanın hem ataeril sistemden etkilenen bu kişilerin özgürleşmesi olduğuna inanan "ekofeminizm" ve "kuir ekoloji" üstünden okumak mümkündür. Bu yazının konusu olan kuir ekolojiye giderken öncüllü olan ancak LGBTQIAA+'ları kapsama konusunda oldukça yetersiz ve açıkça dışlayıcı duran Ekofeminizm üzerinden eksik yanlarını da ele alarak ilerlemek kuir ekolojinin gerekliliğini anlaşılır kılacak.

Erken dönem feministlerden olan Woolstonecraft, Stanton ve Anthony gibi kimseler kaz tüyü kullanımına, 1970'ler öncesi savaş dönemlerinde kadınlar et yemeye karşı çıktılar ancak bu eylemlerin dayandığı ekoloji merkezli bir teori o dönemde üretilmedi. Yine İngiltere'de oy hakkı talep eden Süfrajet hareketinde yer alan ve hapisanelerde zorla tutulan kadınlar bu dönemin gazetelerinde hayvanlarla benzeştirildi ancak bunun üzerinden politika üretmediler (Donovan, 2019). Batı felsefesi ikicil (düalist) bir kavram inşasına dayanır. Bunlardan bazıları; "kadın-erkek", "doğa-kültür", "insan-hayvan" ve "doğa-akıl" gibi çoğaltılabilen

lecek ikiliklerdir. Doğaya ait kavramların da birer öteki, kadına ait olan, idare edilmesi gereken kavramlar olarak ele alındığını öne sürerek harekete geçen **Ekofeminizm** kavramı ilk kez 1974 yılında karşımıza çıkıyor (Plumwood, 2017; Merchant, 1983). Ekofeminizm; kadın hareketi ile yeşil hareketi birbirine bağlarken tüm tahakküm biçimlerini ortadan kaldırmayı, kaynakları korumayı ve özgürleştirici olmayı vaat eder. Ekofeminizm doğa ile özdeşleştirilen ve aşağılanan kadın ile, akıl ve bilim ile özdeşleştirilen erkek ikiliğine karşı çıkar ve eşitlik sağlamayı talep eder. Ekofeminizm bu savunusu ile farklı ezilme biçimlerine maruz kalanları, kadın ve erkek ikiliğine uymayan kişileri ihmal eder.

### Erkeklik Üst Bir Eşik Değil!

Bu bakışla hareketin temelinde "beyaz" natrans kadın ve erkeklerin ele alındığı görülüyor ve kuir ekolojiye duyulan ihtiyaç anlaşılıyor. Bunun yanında liberal ekofeminizm, açıkça kadınların "erkekler" seviyesine yükselmesini talep eder. Bu talep hem birtakım niteliklere sahip olmanın "erileştirilmesi" anlamına gelir hem de erkekliğin üst bir eşik olarak belirlenmiş olduğunu gösterir. Bu yanıtlarına karşı kuir ekolojiye giden yolu, toplumsal ekofeminizm gibi alanlarda üretilen fikirlerin açtığını umutmamak gerekir.



Doğa Emre BAYRAKTAR

Ekofeminizm başlangıçta yüksek enerjili ve hiyerarşi karşıtı bir tutumla hareket etmiştir. Ancak güncel ekofeminizm tarıca kültürlere, cadılık ve şifacılık gibi kadınlarla özdeşleşen kavramları yücelterek ekofeminizmin başlangıçta sahip olduğu kapsayıcı ve eşitlikçi anlayışı ortadan kaldırması yönüyle eleştirilir (Bookchin, 1996).

Kuirlik ve ekoloji kavramının bir arada kullanımını oldukça yeni olmasına karşın aslında hem LGBTQIAA+'lar hem de ekolojistler uzun süredir farklı alanlarda mücadelelerini sürdüren kişiler. LGBTQIAA+ hareketi ve çevre hareketinin uzunca yıllar farklı alanlarda eylemliliklerde bulduklarını vurgulamak önemli olmakla birlikte, 2010 yılında yapılan bir araştırma kuirlerin "düzcinsel" bireyler ile kıyaslandığında çevre hareketinde çok daha görünür olduklarını gösteriyor (Sbicca, 2012). Kuir ekoloji, ekofeminizmin biyolojik özçü ve ikili sisteme bağlı kalmasını eleştirerek yola çıkar. Bu sınırlı ve hatıta fobik olarak tanımlanabilecek yaklaşıma karşı çoklu oluşları barındıran kapsayıcı bir yapı talep eder (Morton, 2010). Ayrıca ekofeminizm, heteronormatif yapıyı sorunsallaştırmaz. Kuir ekoloji ise var olan tahakkümün, eril baskının ve şiddetin heteronormatif yapıyla ilişkili olduğunu öne sürerek bu yapıyı da karşısına alır. Bu görüşlerle

bağlantılı olarak normatif yapıya göre vejetaryen-vegan olmak da erkeklerin yapmayacağı/yapmaması gereken bir şeydir. Ekofeminizmle bağlantılı olarak da et yemenin cinsellikle ilgili boyutu olduğunu öne süren teorisyenler vardır. Ancak temel ekofeminizmin metinlerinin doğayla ilgili ilk öncellediklerinin doğal kaynak olduğunu, buna karşın kuir ekolojinin doğayı insan olmayan diğer canlıların haklarını gözeterek de ele aldığını söylemek önemlidir.

### Cinselliğin ve Toplumsal Cinsiyetin "Doğallaştırılması" Sorgulamak

Ekofeminizmin temel kaygısı olan kadınların ve erkeklerin eşit olması fikri hem insanlar için hem diğer canlı ve cansız doğa unsurları için kuir ekoloji sayesinde genişletilir. Kuir ekolojiye göre LGBTQIAA+ hareketi olmadan heteronormatif yapının ve buna bağlı olan hayvan sömürüsünün, çevre tahribatının önüne geçmek mümkün değildir. Yukarıda da değinildiği üzere insanlar ve insan olmayanlar arasındaki ilişkinin yeniden ele alınması kuir ekoloji sağlar. Bunu yaparken zaten tüm canlıların kolektif bir biçimde beraber bulduklarını öne sürer. İnsan dışı tüm oluşların insanla birlikte kuir ekolojinin konusu olması doğada ne olduğunu da anlamaya fayda sağlar. Bu kapsayıcılıkla ilgili insan dışı hayvanların da birer özne olduklarını kabul etmek özellikle vurgulanması gereken bir noktadır. Bu noktadan itibaren kuir ekoloji özellikle vegan yaklaşımlarla da iç içe geçerek dönüşümsellik geliştirmelidir. Kuir ekolojinin insan olmayan hayvanları nesne konumunda tutma hatasına düşmesi hem çeşitliliği kabul etmeyen heteronormatif yapıyı yeniden üretmesine hem de iddia ettiği kapsayıcılık iddiasını kaybetmesine sebep olur (Arons, 2021).

Kuir ekoloji insan cinselliğinin ve toplumsal cinsiyetin de "doğallaştırılarak" kabul edilmiş yapısını sorgular. Hem akademik alanda hem aktivist sahada hakim olan cinsellik ve cinsiyet algıla-



Kuir ekoloji, kapsayıcı, sömürsüz, şiddetsiz, baskısız ve zulümsüz bir dünya talep eder. Buradan hareketle yalnızca çevre hareketine duyarlı kimselerin, LGBTQIAA+'ların, kadın+'ların, işçilerin, yoksulların, ırkçılığa uğrayanların ve daha nicelerinin değil; herkesin kapsayıcı bir dünya tahayyülüne yöneldiği bir yapıyı oluşturmak için kuir ekoloji önemlidir.

rının sanıldığı aksine doğal olmadıklarını öne sürer. Bunu yaparak karşısında durduğu normatif bilgilerin de sorgulanmasını ve dönüşmesini sağlar. Kuir ekoloji, "doğal dünya" kavramına yeni bir yorum getirir ve "doğal" olarak ifade edilenin aslında biyolojik ve üretilmiş sosyal kavramlara dayandırılarak inşa edilmiş yapay ürünler olduğunu ifşa eder.

Kuir ekoloji aynı zamanda mekan ve cinsellik konularıyla da ilgilenir. Kent ve kırsal ayrımı üzerine gider. Kuir oluşlara dair araştırma yapan teorisyenler çoğunlukla mekânsal olarak kentlerde yaşayan kuirleri araştırmalarının özneleri haline getirirler. Kentli kuir kimliğine yönelen bu ilgi kırsalda yaşayan kuirlerin deneyimlerinin göz ardı edilmesi anlamına gelir. Kırsal ve kent arasında hiyerarşik bir yapı gözetilen ve kentli deneyimlerini önceleyen

bir anlayışın ürünüdür (Bladow, 2013). Judith Butler da kuir ekolojiden toplumsal cinsiyet üzerine yaptığı araştırmaları sırasında faydalanmıştır. Butler, doğal olduğu düşünülen yapıların aslında eğilip bükülebilir ve yeniden üretilebilir olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca hem bedensel ve içkin olanın hem de çevresel ve dışında olanın bu eğilip bükme kabiliyeti sayesinde herkes için yeniden kurulabileceğini ortaya koymuştur (Morton, 2010). Sonuçta yukarıda da ifade edildiği üzere kuir ekoloji, ekolojik tahayyülün sınırlarını sürekli değişmeye ve dönüşmeye devam eden kuirliğe uygun olarak geliştirmeye çalışır. Kapsayıcı, sömürsüz, şiddetsiz, baskısız ve zulümsüz bir dünya talep eder. Buradan hareketle yalnızca çevre hareketine duyarlı kimselerin, LGBTQIAA+'ların, kadın+'ların, işçilerin, yoksulların, ırkçılığa uğrayanların ve daha nicelerinin değil; herkesin kapsayıcı bir dünya tahayyülüne yöneldiği bir yapıyı oluşturmak için kuir ekoloji önemlidir. ○

### Kaynakça

- Arons, W. (2012). Queer Ecology/ Contemporary Plays. *Theatre Journal*, 64, 565-582.
- Bladow, K. (2013). America Goes Green: An Encyclopedia of Eco-friendly Culture in the United States. Çinde K. K. White & L. A. Duran (Ed.), *America Goes Green: An Encyclopedia of Eco-friendly Culture in the United States: C. II*. ABC-CLIO.
- Bookchin, M. (1996). *Toplumsal Ekolojinin Felsefesi Diyalektik Doğalcılık Üzerine Denemeler* (R. G. Ögüdü, Çev.). İstanbul: Kabancı Yayınevi
- Donovan, J. (2019). *Feminist Teori* (12. bs). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Merchant, C. (1983). *Death Of Nature*. New York: HarperCollins Publishers.
- Morton, T. (2010). Guest Column: Queer Ecology. *PMLA/Publications of the Modern Language Association of America*, 125, 273-282.
- Plumwood, V. (2017). *Feminizm ve Doğaya Hükmetmek* (2. bs). İstanbul: Metis Yayınları.
- Sbicca, J. (2012). Eco-queer movement(s) Challenging heteronormative space through (re)imagining nature and food. *European Journal of Ecopsychology*, 33-52.



## Türkiye'nin İlk Adil Kahve Atölyesi: Keçi Geçti

Keçi Geçti'den Kamil Güneş, FairTrade (Adil Ticaret) organizasyonu ile gerçekleştirdikleri kahve deneyimlerini EKOIQ için anlattı. Türkiye'nin ilk adil kahve atölyesi olan Keçi Geçti, fincanınızı iyi değerlendirmenizi ve [kecigececi.co](http://kecigececi.co)'yu sık kullanılanlar listenize eklemeyi unutmayın diyor.

 Burcu GENÇ

**Keçi Geçti'den bize kısaca bahsedermisiniz? Ne yapar Keçi Geçti?**

Keçi Geçti nesli tükenmekte olan, kolektifi koruyan ve paylaşımı sürdüren butik bir kahve kavurma atölyesidir. 4-5 senelik geçmişinde 20'ye yakın açık sergiye iyi ev sahipliği yapmıştır, üretmekte direten ve ilerleyiş için var olan bir yaşam alanıdır. Nitelikli kahveyi sade tutarak, yeni nesil tekniklerle demleyerek, katıksız bir içeceğe dönüştürüp kahvenin minimaline inmeyi felsefe edinmiştir. Böylelikle kendine farklı bir yol oluşturarak kırk seneye yakındır halihazırda var olan FairTrade Organizasyonu ile hedeflerini birleştirmiştir. Keçi geçti, kahve emekçisidir.

**Neden Adil Ticaret? Farkınız nedir diğer kahvecilerden?**

Adil ticaret, insan emeğini ön planda tutar ve doğaya saygı gösterir. Böylelikle sürdürülebilirlik sağlanır. Kahve, insan için sudan sonra yakıt olarak kullanılacak yegâne içecektir. Bir fincanın içerisinde evrenin bize sunduğu tüm gerçeklikler ve en az yetmiş emekçinin alın teri vardır. Gelecek yirmi yıl içerisinde küresel kaos sebebiyle kahve, ka-



tıksız olarak tıpkı burada şu ana kadar saygı gösterildiği gibi içilecektir.

Bize göre bir kahve dükkânı sadece kahve yapabilen bir ilerleyişe sahip olmalı. Kahve bir menü kalemi, öylesine bir içecek, para kazanma amaçlı girilebilecek bir sektörden ziyade baş başma bir patron ve söz söyleme sanatını parlatan bir güç olmalıdır. Keçi Geçti'de bir çalışan yoktur. Keçi Geçti'de bir hiyerarşi de yoktur. Keçi Geçti'de sadece kahve patronudur çünkü kahve kendiliğinden bir güç oluşturur.

2021 Mart ayı itibarı ile FLOCERT, Türkiye'de "Adil Ticaret Sertifikası" olan Keçi Geçti, kendi kahvesini kavurmak ile kalmayıp adil ticaret sertifikası ile olduğu yeri derinleştiriyor ve bu hamlesi birçok kahve üreticisi için de cesaret verici olmayı hedefliyor.

5 yıl boyunca edinilen her deneyim, Keçi'nin bugün Türkiye'deki ilk "Adil Ticaret Sertifikalı Kahve Atölyesi" olmasını sağladı. "Start Your Sustainability Journey Today" (Sürdürülebilirlik yolculuğunu bugün başlat) sloganıyla yola çıkan FLOCERT Assuring Fair-

ness, adil ticaret markasının güvenilirliğini kanıtlamak ve sürdürülebilir üretim ve tüketim anlayışını benimsetmek amacıyla çalışıyor. FLOCERT'in ana hedefleri ile Keçi'nin var olma amacının bu denli örtüşmesi, kaliteli ve sürdürülebilir adil ticaretin gerçek olduğunu gösteriyor. Seri üretim algısının yoğunlaştığı bu dönemde, tüketicilerin aldıkları her kahveyi (ve her şeyi) sorgulamaya başlaması önemli bir farkındalık.

Tüketim kültürünün, israf politikaları ile paralel ilerlemesinin yanı sıra üretici haklarının gasp edilmesinin de önüne geçilebilmesi için adil ticareti hedefleyen emekçilerle çalışılmalıdır. Bir işte asıl üreticinin desteklenmesi her zaman daha adil ve eşit olan bir yoldur. Bu nedenle Keçi Geçti'nin aldığı adil ticaret sertifikası ile tüketiciler; küçük işletmelerin değişim alanları yaratacağına yönelik yeni bir bakış açısına itiliyor.

Sürdürülebilir tüketim anlayışı için öncelikle sürdürülebilir üretim ve ticaret yapılması gerekir. Adil ticaret sertifikası

ise bu noktada konuya dahil olup eşit olmanın en önemli unsur olduğunu tekrar ediyor. Kaynakların hiç tükenmeyecekmiş gibi kullanılmasının yanlış olduğu ve bu yüzden eşit ve sürdürülebilir ticarete ihtiyaç duyulduğu bilinen bir gerçek. Keçi Geçti, aldığı adil ticaret sertifikası ile bu gerçeğe sahip çıkıyor.

**Sitede gördüğüm kadarıyla atölye Eskişehir Odunpazarı'nda. Hikayesi nedir?**

2016'da iyi kahve, iyi müzik ve fikir üretimi üzerine sergi, atölye ve kahve olarak ilerleyişine başlayan bir mekân. Ara sokakları renklendirmek, tımlarla doldurmak, kafeinle neşe katmak için bohem bir çekirdek olarak yola çıktı. Keçi, dünyanın güneyinden gelen yöre kahvelerini Eskişehir'de kavurur ve kahveye saygı kuşakları oluşturma niyetindedir. Orta Anadolu'yu kurak, köhne ana içerisinde çok büyük zenginliklerin olduğu büyük bir okyanus gibi görüp küçük bir keçi gemisinin ilerlemesi için kolektif, paylaşımcı ve ilerleyici çalışmaya devam eder. ○



## Hidrojen Enerjisi Projesinde Türkiye'ye Birincilik Geldi

FCHgo! Projesinde Türkiye'yi 15-18 yaş kategorisinde temsil eden Ankara Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, FCH 101 projesi ile birinciliğe layık görüldü.

**Dünyanın** dört bir yanından öğren-cileri yenilenebilir enerji için aksiyon almak ve ekolojik farkındalık kazandırmak üzere teşvik etmeyi amaçlayan FCHgo! (Fuel Cell & Hydrogen) Projesi, Türkiye'de Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı tarafından yürütüldü.

Horizon2020 kapsamında finanse edilen FCHgo projesi "Okullar için Yakıt Hücreleri & Hidrojen Eğitim Modeli"nin amacı; ekolojik farkındalık kültürünü teşvik etmek ve bu kilit teknolojiler hakkında artan bilgiye dayalı olarak gelecek nesiller arasında çevre dostu davranışları yaymak.

Bu kapsamda FCHgo projesi 8-18 yaş arası öğrencileri ilham verici ve eğlenceli aktiviteler yoluyla yakıt pili ve hidrojen teknolojisinin gündelik uygulamalarını keşfetmeye davet ediyor.

Avusturya, Danimarka, Almanya, İtalya, Polonya, İsviçre ve Türkiye'den katılım gösterilen yarışmada ülkeler öncelikle 8-11, 12-15 ve 15-18 yaş kategorilerinde ulusal değerlendirmelerini yaparak ulusal kazananlarını belirledi. Yarışmaya Türkiye'nin çeşitli şehir ve okullarından ilkokul, ortaokul ve lise düzeyinde toplam 86 başvuru gerçekleşti.

Türkiye'de Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı'nın yürüttüğü FCHgo Proje Yarışmasında ulusal birincileri belirlemek üzere bir değerlendirme yapıldı. Doç.



Dr. Canan Acar, Nilgün Avcı Engüdar, Deniz Dinçel ve Serra Titiz'den oluşan jüri "inovasyon ve yaratıcılık", "öğretici değer ve projenin aktarılabilirliği" ve "derinlemesine analiz ve bilimsel yaklaşım" kriterlerine göre değerlendirmelerini yaptı. Değerlendirme sonucu aşağıdaki projeler kendi kategorilerinde ulusal birinciliğe hak kazandılar:

■ 8-11 yaş kategorisinde Hidroplanet, Çevre Dostu Yaşam Oyunu Projesi ile Bahçeşehir Koleji İzmir Ellinci Yıl İlkokulu

■ 12-14 yaş kategorisinde Hidrojenin Gücü Köy Okullarında Projesi ile Bahçeşehir Koleji İzmir Ellinci Yıl Ortaokulu

■ 15-18 yaş kategorisinde FCH 101 Projesi ile Ankara Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

### Uluslararası Değerlendirmede Birinci Türkiye'den

Yarışmanın bir sonraki aşamasında ulusal birinciler uluslararası değerlendirme sürecine dahil edildiler. Çeşitli ülkelerden uzmanlar tarafından yapılan jüri değerlendirmesinde 15-18 yaş kategorisinde Ankara Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi FCH 101 projesi ile uluslararası birincilik ödülünü kazandı.

Yaş kategorilerine göre uluslararası kazanan ekipler sırasıyla şu şekilde oldu:

■ 8-11 yaş grubu, Primary School La Carovana Modena (İtalya)

■ 12-14 yaş grubu, Szkoła Podstawowa nr. 13 (Polonya)

■ 15-18 yaş grubu, Ankara Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (Türkiye)

Projenin yarattığı farkındalık ve kazanımları FCH 101 projesi ile 15-18 yaş kategorisinde uluslararası birinciliği kazanan Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri Atilla Büyükgüler, Sercan Deniz Bayramoğlu ve öğretmenleri Selçuk Yusuf Arslan anlattı. Selçuk Arslan, "Öğrencilerin bu tür yarışmalarla daha kolay motive edilebildiğini ve okulda öğrendikleri teorik bilgileri uygulamaya dönüştürdüklerini defalarca tecrübe ettim. Konusu dünyamızın içinde bulunduğu duruma çok uygun olan FCHgo! yarışması öğrencilerin enerji kavramına farklı bir perspektiften bakmasını sağladı" dedi. Atilla Büyükgüler, "Hem ulusal hem uluslararası yarışmayı kazanmak gurur verici. Ödül sonrası da çok güzel geri dönüşler alıyoruz." şeklinde konuştu. Sercan Deniz Bayramoğlu ise "FCHgo! yarışmasına katıldığımızda önce hepimiz çok heyecanlandık. Günlerimizi alan bu çalışma sonucunda hem birinci olduk hem tecrübemize tecrübe ekledik" diyerek duygularını ifade etti. ○



"Sherry Colb, billur gibi net bir mantık ve empatik bir söylemle meraklı, şüpheli ya da düpedüz muhalif olan herkes tarafından okunması gereken bir kaynak hazırlamış. Bu kitabın kaderinde, yeni yeni gelişmekte olan vegan külliyyatın bir klasiği olmak var."

Jonathan Balcombe, Ph.D., The Exultant Ark'ın yazarı

"Sherry Colb her veganın karşılaştığı sıkça sorulan sorulara düşünceli, ifade gücü yüksek ve zeki cevaplar veriyor. Colb, bilgi, gerekçe ve kendi kişisel deneyimini birbirine bağlayarak hem soruları soranlara hem de onları cevaplayanlara değeri ölçülemez bir yardım sağlıyor. Mükemmel bir el kitabı!"

Colleen Patrick-Goudreau Çok satan eser The 30-Day Vegan Challenge'ın yaratıcısı ve yazarı

- Peki ya bitkiler?
- Peki ya insan sağlığı?
- Sadece vejetaryen olsam yetmez mi?
- Tanrı'nın gözünde diğer hayvanlardan daha değerli değil miyiz?
- Peki ya şefkatle yetiştirilmiş hayvanlardan elde edilen ürünler?
- Hepimiz vegan olursak çiftlik hayvanları yok olmaz mı?

Sherry Colb sevgi, mizah ve zarafetle veganların yeme alışkanlıkları ve yaşam şekillerini neyin güdülediğine dair net ve hoş açıklamalar sunuyor. Vegan Olmak İçin Bahaneler, veganlara ve veganlığa karşı en yaygın, kafa karıştırıcı ve genellikle meydan okuyan tepkilerin birçoğunun dikkatli analizleriyle dolu; tutku ile mantık, idealizm ile faydacılığın nadir bir birlikteliği ve ağızdan söz sanatları yerine gerçek diyalog yoluyla hayvanları yemenin etiğine değinmeyi hedefleyen savunucular için devrimci bir rehber.

Üstelik kullandığı dil hem veganları hem de naveganları cezbedecek nitelikte!

## “Sürdürülebilirlik Kriterlerine Uyum Sağlayamayan Kurumlar Ayakta Kalamayacak”

Polyester iplik üretimi alanında önemli bir yere sahip olan Korteks Genel Müdürü Barış Mert, iş yapış biçimlerini çevresel, sosyal ve yönetim prensipleriyle kurduklarını belirtiyor ve “Sürdürülebilirlik kriterlerine uyum sağlayamayan, fabrika ve operasyonlarını dijitalleştirmeyenler ayakta kalamayacaklar” diyor.

 Burcu GENÇ

Yeni şekillenen dünya ile sürdürülebilir Kalkınma Amaçları bağlamında şirketlerin sorumlulukları ve etkilerini yönetmesi bir zorunluluk. Şirketler, bu 17 amaca ulaşmak için kendi etkilerini izliyorlar ve entegre bir şekilde raporluyorlar. Bu kapsamda, Korteks’in sürdürülebilirlik stratejisinden bahsedebilir misiniz?

Avrupa’nın en büyük entegre polyester iplik üreticilerinden biri olan Korteks çatısı altında gerçekleştirdiğimiz tüm faaliyetlerimizi Zorlu Grubu’nun sürdürülebilirlik stratejisi olan Akıllı Hayat 2030 doğrultusunda yürütüyoruz. Bu çerçevede gelecek nesillere hayatlarını refah içinde sürdürebilecekleri yaşanabilir bir dünya devretmenin bilinciyle hareket ediyoruz. Bu anlayışla yürüttüğümüz sürdürülebilirlik çalışmalarına büyük bir önem veriyoruz. Sürdürülebilirliği, aynı zamanda kurumsal önceliklerini destekleyen ve gelecekteki hedeflerimizi gerçekleştirme yönünde kilit önem taşıyan bir iş stratejisi olarak da kabul ediyor ve ekonomik çevresel ve sosyal sürdürülebilirliği bir



bütün olarak ele alıyoruz. Verimli, kârlı ve sürdürülebilir bir ekonomik büyümeyi gerçekleştirirken çevresel, sosyal ve yönetim (ÇSY/ESG) prensiplerini bunun ayrılmaz bir parçası olarak konumlandırıyoruz.

Çevreye ve insana olan saygının sürdürülebilir bir kalkınma için önemli olduğumun bilinciyle hareket eden bir kurum olarak, sürdürülebilirlik yaklaşımını doğrultusunda tüm proses ve iş yapış süreçlerimizi sürdürülebilir bir yaşam döngüsü içerisinde kurgulayarak, bu yaklaşımı A’dan Z’ye tüm faaliyetlerimizin bir parçası haline getiriyoruz.

Biz Korteks olarak, aynı zamanda sürdürülebilir bir büyümeye ve başarının devamlılığı için paydaşlarımızla ve toplumla olan işbirliklerimizin uzun vadeli olması gerekliliğine inanıyoruz. Sahip olduğumuz sorumlu iş anlayışı kapsamında enerji ve doğal kaynakların korunması ve yaşam alanlarının güçlendirilmesi için üzerimize düşen görevi yerine getirmek için var gücümüzle çalışıyoruz.

Tekstil sektörünün geleceğini belirle-

yecek temel faktörün sürdürülebilirlik olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. Avrupa Birliği’nde, Yeşil Mutabakat gibi uygulamaların başlayacağı bir dönemde sürdürülebilirlik kriterlerine uyum sağlayamayan, fabrika ve operasyonlarını dijitalleştirmeyenler ayakta kalamayacaklar. Döngüsel ekonomiye uyum sağlamayanların gelecekte var olabilmesi daha da güçleşecek. Biz de Korteks olarak bir yandan sürdürülebilirliği iş yapış biçimi haline getirirken bir yandan da tesislerimizi döngüsel ekonomiye uygun şekilde geliştirmeye devam ediyoruz.

**Diğer yandan Korteks’in de bir parçası olduğu Zorlu Holding, 2030 yılına kadar net sıfır taahhüdünde bulundu. Korteks’in bu bağlamdaki çalışmalarından bahsetmeniz mümkün müdür?**

Zorlu Holding, Akıllı Hayat 2030 stratejisi doğrultusunda 2030 yılına kadar net sıfır emisyonu ulaşmayı ve 2050 yılına kadar bu hedefi tüm değer zincirini kapsayacak hale getirmeyi he-

defliyor. 2030’a kadar kullanılan suyun %50’sini, 2050’ye kadar %100’ünü geri kazanmayı amaçlıyor. Kurulacak insan odaklı ekosistemlerle 2030’a kadar %100 sürdürülebilir tedarik zinciri de hedefleri arasında yer alıyor.

Tüm grup şirketlerimiz bunun uygulayıcısı olacak. Biz de Korteks tarafı olarak bütün çalışmalarımızı bu hedefler doğrultusunda gerçekleştiriyoruz.

Su tüketimiyle birlikte elektrik tüketimini de azaltacak birçok yatırım yapıyoruz. Sürdürülebilirlik Akademisi tarafından düzenlenen Sürdürülebilir İş Ödülleri’nde iki yıldır su ve enerji yönetiminde önemli projelerimizle ödül aldık ve bu alandaki başarılarımızı tescilledik. Daha da iddialı projeler geliştiriyoruz. Fabrikalarımızın enerjisinin önemli bir kısmını güneş enerjisiyle sağlamayı planlıyoruz. Korteks olarak yeşil dönüşüme hazırız ve Türkiye’de tekstil sektörüne bu konuda örnek olabilecek işlere imza atmaya sürdüreceğiz.

**Tekstil bildiğimiz üzere, küresel seragazi emisyonlarının %10’undan sorumluyken denizlerdeki mikroplastiklerin de %35’inden sorumludur. Marmara Denizi’nde müsülaj felaketiyle birlikte çevre kirliliğinin sonuçlarını hep beraber görüyoruz ve yaşıyoruz. Bu sebeple atık konusunda ne gibi çalışmalar yaptığınızı sormak isterim...**

Korteks çatısı altında hammaddeden, iş süreçlerine su ve enerji yönetiminden nihai ürüne kadar tüm aşamalarda sürdürülebilirliği 360 derecelik bir yaklaşımla yönetiyoruz. Zorlu Grubu’nda atıkları 2030’a kadar %50 oranında azaltma ve 2050’ye kadar da sıfır atık noktasına ulaşma hedefimiz var. Bu hedefler doğrultusunda Korteks olarak biz de çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz.

Diğer taraftan sadece atık yönetimini de sürdürülebilir bir gelecek için yeterli görmüyoruz. Mutlaka döngüsel ekonomiye geçmemiz gerektiğini düşünmüyoruz. Bu doğrultuda döngüsel



“Döngüsel ekonomi tabanlı inovasyona dayalı yeni nesil bir tekstil anlayışını adım adım hayata geçiriyoruz. Pandemi sürecinde, daha sürdürülebilir bir yaşama olan inancımızla hayata geçirdiğimiz Polimer Geri Dönüşüm Tesisi bunun en güzel örneklerinden biri”

ekonomi tabanlı inovasyona dayalı yeni nesil bir tekstil anlayışını adım adım hayata geçiriyoruz. Pandemi sürecinde, daha sürdürülebilir bir yaşama olan inancımızla hayata geçirdiğimiz Polimer Geri Dönüşüm Tesisi bunun en güzel örneklerinden biri. Tesiste pet şişe ve diğer üretim fitesi ipliklerden polyester ipliğin hammaddesi olan “RPET Cıps” üretimi yaparak, bunları filament polyester ipliğe dönüştüreceğiz. Bu yatırımla, bir yandan kaynaklarımızı verimli bir şekilde kullanırken bir yandan da her geçen gün daha da büyük bir küresel sorun haline gelen plastik atıkların yarattığı çevresel etkinin azaltılmasına katkı sağlayacağız. 1 ton geri dönüştürülmüş iplik üretimi için doğada biyolojik olarak parçalanamayan, tüketici atığı olan yaklaşık 110.000 adet plastik şişeyi kullanacağız. Plastik şişeler ve polyester bazlı iplik firesini geri dönüştürerek ekonomiye yeniden kazandıracak olan bu yatırım sayesinde döngüsel ekonominin doğası gereği enerji tasarrufu sağlayarak, seragazi emisyonumuzu da azaltmış olacağız.

Korteks’te bio kaynaklı ürünler ile ilgili yapmış olduğumuz pazar araştırmaları neticesinde, şeker kamışı ve mısır gibi yüksek nişasta içeren bitkilerden üretilebilen PLA ipliklerini üretmeye başladığımızı da söylemek isterim. İstanbul Üniversitesi ile PLA üretimi için bir işbirliğimiz var. TÜBİTAK proje başvurusunu yaptık ve bütçemizi aldık.

Farklı polimer elde etmek için çalışmalar devam ediyor. Bu kapsamda batch poly makinemizin montajına başlandı. Önümüzdeki dönemde, mısır, şeker kamışı gibi yüksek oranda nişasta içeren tarım ürünlerinden elde edilen PLA iplikleri ve PET şişelerin hammadde olarak kullanıldığı geri dönüştürülmüş polyester filament iplikler gibi döngüsel ekonomi odaklı ürünlerimizi de geliştirmeye devam edeceğiz. Sürdürülebilirlik odaklı olarak; döngüsel ekonomiyi destekleyen ve teknik tekstil kategorisine giren yatırımlarımızı 2021 ve sonrasında da sürdüreceğiz.

**Pandemi süreci herkesi etkiledi. Küresel çapta, tüm toplumların önemli ve zor bir sınavdan geçtiği bu süreçte şirketlerde bir sınav verdi aslında. Korteks olarak tüm paydaşlarımızla ne gibi çalışmalar yaptınız?**

Pandemi süreci, iş yapma şekillerimiz konusunda ne kadar çevik olduğumuzu test etmemiz açısından önemli bir dönem oldu. Çalışanlarımızın işini ve sağlığını en üst seviyede korumak ilk önceliğimizdi ve bunu başardık. Bununla birlikte, müşterilerimizin ekonomik faaliyetlerini sektöre uğratmamak için onlara kesintisiz bir şekilde ürün sağlamaya devam ettik. Piyasamın güvene en çok ihtiyaç duyduğu bu günlerde hem çalışanlarımızın hem de müşterilerimizin bize olan güvenlerini boşa çıkarmayarak pandemi sürecini başarılı bir şekilde yönetmeye devam ediyoruz. ○

# “Ortak Mal”

**Müsilaj** sorunu ana akım medyanın baş gündem maddelerinden biri olmuş durumda. Son birkaç haftadır hemen hemen her gün ya ilk haber veya ilk üç dört haber içinde muhakkak rastlıyoruz bu konuya. Sanki bu sorun birkaç gün önce başlamış veya bir anda ortaya çıkıp sahillerimizi işgal eden “akut” bir gelişmeymiş gibi. Oysa bilim insanları yıllardır Marmara Denizi etrafındaki sanayi tesislerinden denize bırakılan tehlikeli atıklara ve bu kirlenmenin yol açabileceği çevresel felaketlere dikkat çekmelerine rağmen bu bilimsel çağrılar sadece iklim ve çevreyle ilgili mecralarda kendine yer bulabiliyor, ana akım medyada doğru düzgün haber bile olamıyordu. Müsilaj felaketinin ana akım diye kabul edilen medyada yer bulabilmesi, hatta magazin haberlerini bile geçmeyi başararak ana gündem haline gelebilmesi için bütün Marmara sahillerinin kahverengi bir salyayla kaplanması gerekti.

Böylece ana akım medya, çevresel konularda bilgi ve ilgi eksikliği diye tanımlayabileceğimiz “çevre okuryazarlığı” konusunda bir kez daha sınıfta kalırken, ana akımın diğer bir ucundaysa Marmara Denizi’ndeki müsilajın yanlış çevre ve sanayi politikalarından kaynaklandığını ele alan muhalif bir ses yükselerek Marmara’ya kendince “sahip çıktı”. Sahip çıkmak tabirini özellikle kullanıyorum, çünkü gazetenin manşeti aynen şöyleydi: “Marmara hepimizin ortak malı! Ona sahip çıkalm!”

Nedense Marmara’yı sahip çıkılması gereken ortak bir mal olarak nitelendirilen bu başlığın bende yaptığı çağrışım, her kadın cinayetinden sonra kadınları ana-bacı-eş ekseninde görüp, güya onlara sahip çıkan yaygın eril hadsizlik oldu. Bir denizi “mal” olarak görmek, üstelik bunu manşetlere “ortak mal” diye çıkararak bir çevre savunması yap-

mak kadar yanlış bir iletişim yöntemi göremiyorum. Her şeyden önce hatırlatmak gerekir ki, Marmara kimsenin ortak malı değildir, zira Marmara, mal değildir. Ashında o yazımın devamını okuyunca, manşeti atanların iyi niyetli olduklarını görüyordunuz. Ovaların “arsa”, dağların “taş ocağı”, ormanların “altın madeni” olarak görülmesini yeren ve Marmara Denizi’ne de bu gözle bakılmasını eleştiren, iyi niyetli, ilgili, fakat bilgisiz bir itiraza sahiptirler. Ancak artık iyi niyetli olmak, bizleri kurtarmıyor. Maalesef yaşadığımız çevre felaketleri dünyayı artık öylesine yaşansal bir dönemece getirdi ki, gelen bu noktada “iyi niyet” yetersiz kalıyor, hatta çoğu kez kötü niyetle aynı sonucu veriyor. Marmara’nın bir mal/meta olarak görülmesi, bir aşama sonra onun bir rant/getiri kaynağı olarak görülmesine neden olan, nihai aşamada da kirlilik ve salyanın kapısını açan problemin kendisi zaten.

Kelimeler önemlidir çünkü dünya vizyonumuzun ipuçlarını ele veren şifreler gibidir. Yaşamı ve tüm evreni kelimelerle anlatır, medeniyeti kelimelerle kurarız. İşte bu yüzden, yeni bir vizyon inşa etmek ve değişmek için önce dili ve kelimeleri düzeltmek ve değiştirmek gerekir. Şöyle başlayabiliriz belki; Marmara mal değildir, denizdir. İçinde binlerce canlı türü yaşar, bazıları endemiktir, yani dünyada (ve muhtemelen koca kâinatta) sadece bu denizde yaşarlar. Bu denizin kıyılarındaki deltalar binlerce canlı türüne ev sahipliği yapar. İçinde sayısız bitki ve hayvanın olduğu, iki anakara ve iki büyük deniz arasında sağladığı geçişle, belki de dünyanın en ilginç ve özel denizlerinden biridir. Bir denize mal gibi değil, bir deniz gibi muamele edebilmek, belki de bu olayda öğrenilmesi gereken birinci başlıktır. Belki de böylece medyanın çevre okuryazarlığı edinmesinde bir milat

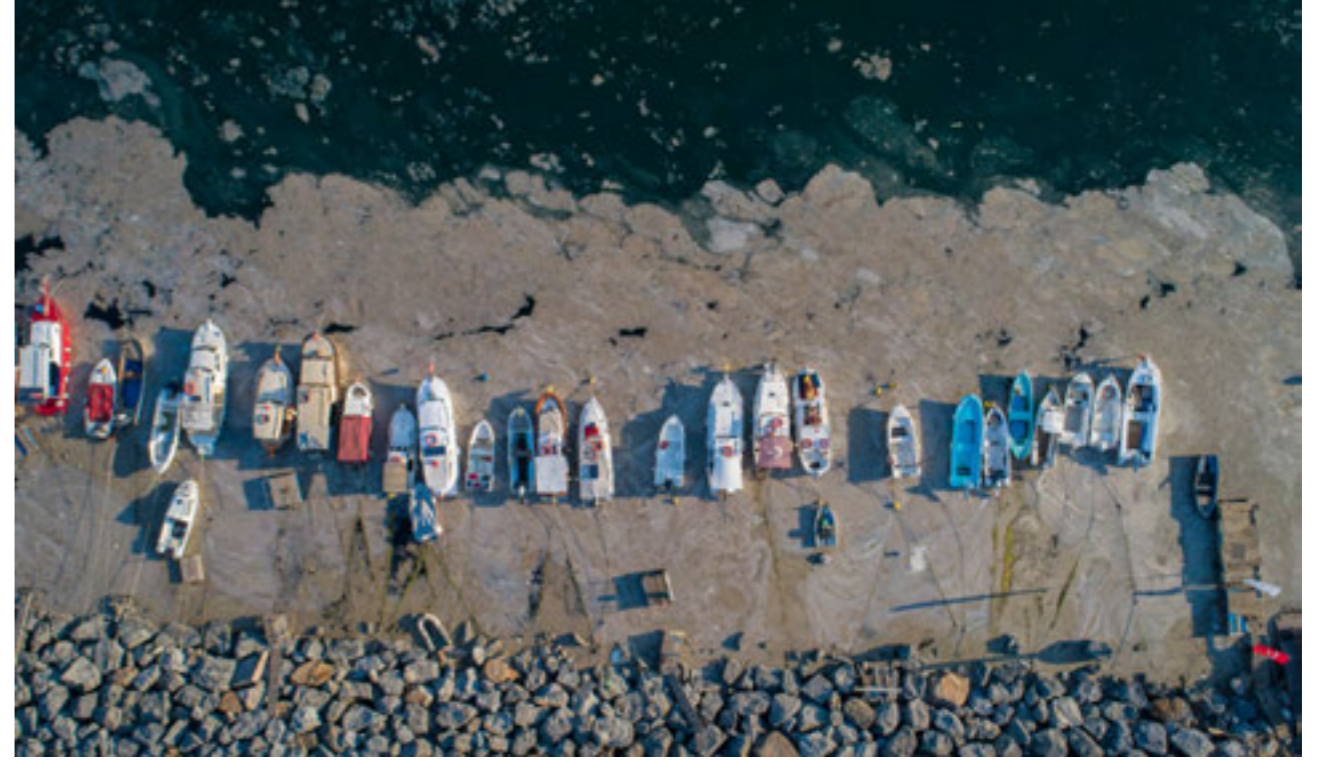


**Arif ERGİN**  
Sürdürülebilir Ekonomi ve İklim Değişikliği Uzmanı  
arif.ergingturseff.org

olur ve en azından hayırlı bir işe vesile olmuş olur, kim bilir.

## İklim Değişikliği Medyada Görünür Değil

Hemen hemen her çevresel olayda karşılaştığımız, ana akım medyadaki iklim ve çevre okuryazarlığı problemi-ne daha önce de pek çok yazımda ve konuşmamda değinmiştim. Hatta değişimle kalmayıp TEDx’in İklim Değişikliği davetlisi olarak katıldığım etkinliğinde yaptığım [konuşmamın](#) önemli bir kısmını medyadaki çevre ve iklim krizi okuryazarlığı eksikliğine ayırmıştım. 2019 yılında yaptığım bu TEDx konuşmasına hazırlanmak için bir medya takip ajansına son iki yıla ait “Medyada İklim Değişikliği” araştırması yaptırınca durumun vahameti daha da açığa çıkmıştı. Araştırmamıza göre, 2017 yılında ana akım medyada yer alan trend başlıklar arasında ilk 100 haber içinde İklim Değişikliği yer almıyordu. 2018 yılı açısından da durum önceki yıldan pek farklı değildi. Aynı araştırmayı bugün yaptığımızda, COVID-19 küresel salgınının yarattığı etkiyle İklim Değişikliği kavramının ana akım medyanın ilgilendiği başlıklar arasında ilk 100’e girmeye başladığını, hatta biraz daha üst sıralara doğru tırmanmaya başladığını görüyoruz. Çevre okuryazarlığının ilk unsuru olan “ilgi” yavaş da olsa böylece gerçek-



leşmeye başlıyor. Peki ya diğer unsuru olan “bilgi”?

Örneğin, Google’a girip “Konya’da obruk felaketi” gibi bir arama yaptığımızda bu konuyla ilgili yerel medya ve ana akım medyada yüzlerce haber yapılmış olduğunu görüyorsunuz. Bununla birlikte, bu haberlerin pek azında sorunun yeraltı sularının bilinçsizce tüketilmesi nedeniyle olduğu yazarken, hemen hemen hiçbirinde İklim Değişikliği veya İklim Krizi gibi bir ibare halen yer almıyor. Ancak ve ancak, haberin içinde bir uzman görüşü alındığı zaman bu ibarelerin metne yansıtıldığını görüyoruz. Yani konu medyanın ilgisini çekiyor ama halen konuyla ilgili yeterli bilgi düzeyi yok.

Antalya’da sel olduğunda veya İzmir’i hortum vurduğunda ana akım medyanın bunları tam sayfa yayınlıyor. Kadıköy’de elma büyüklüğünde dolu yağdığına da, Şanlıurfa’da 58 derece sıcaklık yaşandığında da bu, ana akım medya için haber değeri taşıyor ve haliyle manşetleri dolduruyor. Fakat böylesi binlerce haber içinden sadece bir-



kaç tanesinde konunun makro açıdan ele alındığını ve yaşanan iklim krizinin bir sonucu veya göstergesi olduğu gerçeğine pek değinilmediğini görüyoruz. Çoğu kez yaşanan bu anormalliklerle iklim krizi arasındaki bağ es geçiliyor. Oysa Konya’daki obruk da, Antalya’yı vuran sel ve İzmir’i karıştıran hortum da ortak bir makro nedene dayanıyor: İklim Krizi. Fakat bu bağlantıyı kuracak iklim okuryazarlığı maalesef medyada henüz oluşmamış durumda. Ana akım medyanın içinde kuskusuz çok değerli uzmanlar ve çevre yazarları var, ancak kurumlarının yaygın politikalarına, haber içeriklerine ve

“Araştırmamıza göre, 2017 yılında ana akım medyada yer alan trend başlıklar arasında ilk 100 haber içinde İklim Değişikliği yer almıyordu. 2018 yılı açısından da durum önceki yıldan pek farklı değildi”

manşetlerine karar veren makamlarda olmadıkları için, bu durum çevre okuryazarlığı olmayan bir ana akım medya ile sonuçlanıyor.

## İklim ve Çevre Okuryazarlığı

Sadece medya da değil, birçok farklı sektörün de iklim krizi ve çevre konusunda gerekli okuryazarlığı kazanması gerekiyor. Hem de acilen gerekiyor, çünkü büyük iklim felaketini yavaşlatılmak ve etkilerini azaltabilmek için çok az bir zamanımız kalmış durumda. Ülke için acilen yapılması gereken ilk hamle, etkili bir iklim okuryazarlığı kampanyası başlatmak ve çevre bilin-



cini daha küçük yaşlarda, ilkokullardan itibaren aşlamaya başlamak.

Bu konuda beni en çok etkileyen örnek, bir gün konuşmacı olarak davet edildiğim bir ilkokulun duvarında gördüğüm Enerji Haritası'ydı. Haritanın başlığı "Ülkemizin Enerji Kaynakları" idi, herkesin görebilmesi için okulun ana girişindeki duvara asılmıştı ve coğrafyamızdaki kömür ve linyit madenlerinin yerlerini gösteriyordu. Bu kadar büyük güneş ve rüzgar enerjisi potansiyeli olan bir ülkenin eğitim sisteminin 2020 yılında ilkokul çağındaki çocuklara verdiği mesajın kömür ve linyitten ibaret olması, çevre vizyonunun neden henüz istenen seviyede olmadığını da bir ipucu aslında.

Başta medyada, sonra da tüm toplumda dönüşümü sağlamanın yolu işte tam olarak buradan geçiyor. İlkokuldan itibaren çocuklara çevre bilincinin, temiz enerjinin, israfın ve geridönüşümün ne olduğu anlatılmalı, bu konular ders kitaplarına yerleştirilmeli, ödevlere konu olmalı, hatta müfredata çevre bilinci ile ilgili dersler konulmalı. İşte ancak bu yapıldığı zaman hem toplumun geniş katmanlarında hem de medyada çevre ve iklim okuryazarlığı yaygınla-

"Doğanın mal olmadığını, ovaların arsa olmadığını, ormanların maden olmadığını, dağların taş ocağı olmadığını toplum olarak o zaman fark edeceğiz. Dünyanın insanlara ait olmadığını, aksine, insanların dünyaya ait olduğunu ancak o zaman özümseyeceğiz"

şabilecektir. Bu adımı bir atarsak, sihirli bir değnek değmiş gibi birkaç sene içinde bütün toplum dönüştüğüne ve bilinçlendiğine tam olabiliriz. Yaygın kanımın aksine, eğitime yapılan yatırımlar sanıldığı gibi çok uzun vadede sonuç almayan yatırımlar değil artık. Çünkü ilkokullara iklim değişikliği ve çevre ile ilgili dersler koyarak sadece çocukları değil, onların anne babalarını da eğitmiş oluyorsunuz.

Bu yeni yeni fark etmeye başladığım bir durum. Artık çocuklar ailelerini eğitiyorlar. Örneğin okulunda İklim Değişikliği hakkında proje ödevi verilen bir çocuk, konuyu bilmediği için ilk önce

anne babasına soruyor ve anne babası da çocuklara yardımcı olabilmek için konuyu araştırmaya başlıyor ve böylece öğreniyorlar. Son zamanlarda anne babaların bana e-posta atarak çocuklarının ödevleri hakkında fikrini aldıklarına ve daha da ötesini öğrenebilmek için başka sorular sorduklarına tanık oluyorum. Öyle tahmin ediyorum ki son bir yıl içinde pek çok uzmana böylesine e-postalar ve bilgi edinme talepleri gelmeye başlamıştır, çünkü giderek artan bir talep olduğunu gözlemleyebiliyorum. Basit proje ödevleriyle bile bu değişimi sağlayabiliyorsak, yapılacak bir müfredat değişikliği ile tahmin ettiğimizden de hızlı sonuçlar alabilir, toplumdaki çevre algısını ve çevre okuryazarlığını kolaylıkla düzeltebiliriz. Yeter ki bu adımı atalım. İşte o zaman, çevreyi savunmak için yazı yazan gazeteci, tüm iyi niyetle "Marmara ortak malımız" demeyi bırakacaktır. Doğanın mal olmadığını, ovaların arsa olmadığını, ormanların maden olmadığını, dağların taş ocağı olmadığını toplum olarak o zaman fark edeceğiz. Dünyanın insanlara ait olmadığını, aksine, insanların dünyaya ait olduğunu ancak o zaman özümseyeceğiz. ○

SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞ ÖDÜLLERİ  
SUSTAINABLE BUSINESS AWARDS

8. yıl

SUSTAINABLE  
BUSINESS  
AWARDS  
2021

## FİNALİSTLER YAKINDA AÇIKLANIYOR!





## G7 Ülkeleri 1,5 Derece Hedefinden Uzakta

**Bilim** Bazlı Hedefler Girişimi (Science Based Targets initiative - SBTi), BM Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact) ve CDP ile birlikte Haziran ayında “[Dereceyi Almak](#)” (Taking the Temperature) adlı bir rapor yayımlayarak, G7 ülkelerinin en büyük halka açık şirketlerinin Paris Anlaşması’ndaki 1,5 derece hedefine ne kadar yakın olduklarını ortaya koydu. Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, ABD ve Birleşik Krallık’ın oluşturduğu dünyanın en büyük yedi ekonomisine sahip olan G7 ülkeleri, aynı zamanda küresel GSYH toplamının yarısını oluşturuyor. Bu ülkelerdeki birçok şirket de, **ülkelerinin** Paris Anlaşması’na destek vermesine paralel olarak, net-sıfır karbon salımı taahhüdü veriyorlar. **Fakat ne yazık ki** bu rapor G7 ülkelerinin en büyük borsa endekslerindeki şirketlerin 1,5 derece hedefinden çok geride kaldıklarını ortaya koydu. **Ülke olarak verilen 1,5 derece artış sözüne,** şirketler bazında bakıldığında ulaşmak imkansız. Halihazırda yedi ülkenin en büyük şirketleri ancak 2 ila 4 derece artışı sağlayabilecek taahhütler vermiş. Yani

G7 ülkeleri arasında, 1,5 derece hedefine yaklaşan bir ülke yok. Rapora göre toplamda G7 ülkelerinde alınan endekslerdeki şirketlerin sadece %38’i taahhütlerini şeffaf bir şekilde kamuoyu ile paylaşıyor. Bu taahhütlerin ise sadece %50’si Paris Anlaşması hedefine uygunluğu bakımından resmi geçerlilik alıyor. Ve maalesef, incelenen şirketlerin sadece %50’sinden azı bilim bazlı hedef / taahhüt belirliyor. Yapılan analize göre, Fransa’nın CAC 40 endeksi, Almanya’nın DAX 30 endeksi, Japonya’nın Nikkei 225 endeksi ile İngiltere’nin FTSE 100 endeksindeki şirketlerin yarısından fazlasının taahhütleri 3 derecenin altında ama yine de 2 derecenin üstünde kalıyor. ABD’nin S&P 500 endeksi, İtalya’nın FTSE MIB endeksi ile Kanada’nın SPTSX 60 endeksindeki şirketlerin %70’inin taahhütleri ise 3 derecenin bile üstünde kalıyor. **İncelenen tüm şirketler arasında sadece %30’u 2 derece hedefinin altına erişebiliyor. Ülkelerin 2030 yılında kadar karbon** salımlarını yarı yarıya düşürme taahhütlerine karşılık, şirketlerin



verdiği taahhütler neticesinde 20 ila 23 GtCO<sub>2</sub>e kadar geride kaldıkları hesaplanıyor. Raporda, Kapsam 1 ve Kapsam 2 salımları dikkate alındığında, daha iyimser sonuçlar ortaya çıkarken, Kapsam 3 salımları eklendiğinde tabloların **bir anda kötüleştiği görülüyor. Örneğin, Fransa CAC 40 endeksine bakıldığında,** sadece Kapsam 1 ve 2 salımları dikkate alırsa, şirketlerin %40’ından fazlası 1,5 derece hedefine ulaşabiliyor. Fakat Kapsam 3 salımları da eklenince, bu oran %10’a düşüyor. Raporda ayrıca ülke bazlı en baskın sektörler de listelenip, sektör taahhütleri de karşılaştırılıyor.

### 7. Hedef: Enerji’de Son Durum

Uluslararası Enerji Ajansı (International Energy Agency - IEA), Uluslararası Yenilenebilir Enerji Ajansı (International Renewable Energy Agency - IRENA), Birleşmiş Milletler İstatistik Bölümü (United Nations Statistics Division - UNSD), Dünya Bankası (World Bank) ve Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization - WHO) Haziran ayında yedi numaralı Sürdürülebilir Kalkınma Amacı’nın gidişatını ortaya koymak üzere yedi senedir yayımladıkları [Enerji İlerleme Raporu](#)’nun (The Energy Progress Report) 2021 sayısını Haziran ayında yayımladı. Raporda hem küresel olarak gidişat değerlendirilirken, ülke bazlı sonuçlar da ayrı raporlar ile ortaya çıkarıldı. Bilindiği gibi, yedi numaralı hedef, evrensel enerji erişiminin sağlanması, enerji verimliliğindeki ilerlemenin iki katına çıkarılması ve yenilenebilir enerji payının belirgin şekilde yükselmesi olarak detaylandırılıyor.



Türkiye raporuna baktığımızda, evrensel elektrik erişimi konusunda %100 enerji erişimini sağlamayı başarmış gözüküyoruz. Ülkemizde temiz pişirme olanaklarına erişim ise %95 oranında. Yenilenebilir enerjinin toplam enerji tüketimindeki payı ise %12 seviyesinde kalmış. Enerji verimliliğinde ise 2.6 puan olarak küresel ortalama olan 4.8’den biraz uzağız. Kişi başı yenilenebilir enerji kapasitemiz ise 534.4 watt seviyesinde gerçekleşmiş.

## Dev Şirketler STK’ların Merceği Altında

Kurumsal Hesap Verilebilirlik (Corporate Accountability), Küresel Orman Koalisyonu (Global Forest Coalition) ve Uluslararası Yeryüzünün Arkadaşları (Friends of the Earth International) adlı sivil toplum kuruluşları tarafından hazırlanan ve 60’tan fazla sivil kuruluşun da desteğini alan “[Büyük Hile: Büyük Kirleticiler Net-Sıfır Gündemini Nasıl Geciktiriyor, Kandırıyor ve İnkâr Ediyor?](#)” (The Big Con: How Big Polluters Are Advancing a “Net Zero” Climate Agenda to Delay, Deceive, and Deny) adlı rapor Haziran ayında yayımlandı. Raporun amacı, bazı şirket ve ülkelerin karbon nötr hedeflerinden ne kadar uzak ve bu hedeflerin ne kadar şüpheli olduklarını, Kasım ayında gerçekleşecek BM İklim Değişikliği Konferansı öncesi ortaya koymak. Raporda bazı şirketlerin anlamlı, kısa vadeli ve seragazi salımlarını azaltmaya yönelik hedefler koyup uygulamadıkları; sadece çevre koruma konusunda “yeşil badana” (greenwashing) yaptıkları iddia ediliyor.

Rapor, yeşil badana yapan şirketlerin özellikle çevre koruma konusunda en yüksek ses çıkaran, fakat gerçek net-sıfır hedefi için anlamlı şeyler yapmayan şirketler olduklarını; bu şirketler arasında BP, Shell, Total gibi petrol devlerinin, Microsoft ve Apple gibi teknoloji devlerinin, Amazon ve Walmart gibi perakendecilerin, HSBC ve Bank of America gibi finans kuruluşlarının, United Airlines ve Delta gibi havayolu devlerinin ve JBS, Nestle ve Cargill gibi gıda devlerinin olduğunu iddia ediyor.

Son yıllarda tüm dünyada 1500’den fazla şirketin kendine karbon salımı konusunda net-sıfır hedefi koyduğu belirtilen raporda, birçoğunun bu hedef için belirsiz veya 2050 gibi uzak bir tarih verdiği söyleniyor. Raporda ortaya konulan bazı çarpıcı iddialar şu şekilde:



- ABD’de fosil yakıt ve havacılık gibi yüksek karbon salımı yapan bazı şirketler, Q45 adı verilen karbon yakalamaya yönelik bir vergi teşvikinin yasalasma için lobi çalışmalarını yapmış. Yasa geçince bu şirketler hazineye uygunsuz şekilde 1 milyar dolar vergi teşviki almış.
- Uluslararası Emisyon Ticareti Derneği (The International Emissions Trading Association) en yüksek salın yapan şirketlerin karbon pazarı oluşturmaları ve ofset yapmalarını sağlamak için lobi faaliyetleri yürütüyor ve bu şirketlerin yeşil badana çalışmalarını uluslararası toplantıların gündemlerine sokuyor.
- En yüksek karbon salımı yapan şirketler, Massachusetts Institute for Technology, Princeton Üniversitesi, Stanford Üniversitesi, ve Imperial College London gibi saygın üniversitelere karbon net-sıfır araştırmaları yaptırmak üzere büyük fonlar sağlıyor ve raporlar son aşamadayken gözden geçirme ve revize etme hakkına sahip oluyorlar.

Raporda, ayrıca şirket adı vererek her şirketin net-sıfır planlarındaki uygunsuzluklar ve yeşil badana taktikleri de yer alıyor.

### Çevrecilerin Yeni Sesi: Tüketim Tercihleri

Doğal Hayatı Koruma Vakfı (World Wildlife Fund - WWF), Economist Dergisi ile birlikte hazırladığı “[Ekolojik Uyanış: Doğa için Farkındalığı, Katılımı ve Aksiyon Almayı Ölçme](#)” (An eco-wakening: Measuring awareness, engagement, and action for nature) adlı raporunu Mayıs ayında yayımladı. Raporda 54 ülkede yapılan çevreye duyarlılık ve sürdürülebilir ürünleri kullanım hakkındaki kamuoyu araştırmasının sonuçlarına yer veriliyor. Bireysel nihai tüketici kararlarının son yıllarda gezegene daha önem verecek şekilde değiştiğine dikkat çekilen raporda, artık çevre aktivistlerinin sadece sesleriyle değil, cüzdaneleriyle ve satın alma alışkanlıklarıyla da duyulduğu ortaya koyuldu. Örneğin, HP’nin sürdürülebilir aktiviteleri sayesinde, şirketin satışları 2019 yılında 1.6 milyar dolar artış gösterdi. NYU tarafından yapılan başka bir araştırmaysa, 2013 ile 2018 yılları arasında, “sürdürülebilir” olarak pazarlanan ürün sayısının diğer ürünlere göre 5,6 kat artış gösterdiğini ortaya koyuyor.

Rapora göre, son beş yılda internet üzerinden sürdürülebilir ürün aramalarında %71 oranında bir artış olduğu ve küresel pandemiye rağmen artışın devam ettiği gözlemlendi. Şaşırtıcı şekilde, sadece gelişmiş ülkelerde değil, gelişmekte olan ekonomilerde de benzer bir eğilimin olduğu gözlemlendi. Örneğin, Ekvador ülkesinde sürdürülebilir ürün aramaları bu dönemde %120 oranında artmış. En yüksek katılım ve farkındalık artış ise Asya’da (%190 ile Hindistan’da, %88 ile Pakistan’da ve %53 ile Endonezya’da) görülmüş.

# KSS ile Dünyayı Kurtarmak Mümkün

*Tüm canlıların esas amacı hayatta kalmak ve türlerini devam ettirmektir. Tüm canlılar yaşama hakkına sahiptir.*

**Yukarıdaki** iki önermeye muhtemelen herkes katılacaktır. Ancak yaşamı sürdürmenin ve korunmanın öncelikli amaç olması gerekliliğine ve hatta belki de bu konuda hemfikir olunmasına rağmen, insanlık olarak buna aykırı bir yaşam sürüyoruz. Ormanları yok ediyor, deniz ve okyanuslar başta olmak üzere sulak alanları kirletiyor, adaletsiz bir ekonomik düzenle insanları açlığa, yoksulluğa ve dolayısıyla ölüme mahkûm ediyoruz. İnsan eliyle yarattığımız iklim krizi, tüm bu sorunları daha da derinleştiriyor. Avustralya'daki orman yangınları, bir buçuk yılı aşkın süredir tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını ve şimdi Marmara Denizi'nde müsülaj... Bunların sadece başlangıç olduğunu biliyoruz. Fakat, mücadele etmek hâlâ mümkün. Bireysel çabalar ve devletlerin rolü bu mücadelede çok değerli olsa da gerçek değişim için özel sektörün de parçası olduğu sorunun çözümünde rol alması gerekiyor. İşte, bu değişimin tek yolu Kurumsal Sosyal Sorumluluktan (KSS) geçiyor.

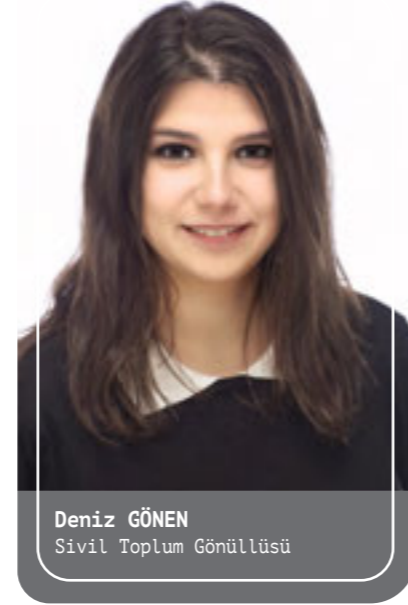
## KSS'de Hangi Alana Odaklanılmalı?

Büyük küçük fark etmeksizin her kurumun artık bir KSS politikasına sahip olması gerektiği konusunda uzlaşmış durumda. Konunun uzmanları tarafından markaların kendilerine yakın buldukları toplumsal ve çevresel sorunlara yönelik faaliyetlerde bulunması öneriliyor. Aynı zamanda iklim kriziyle beraber KSS uygulamalarında çevresel politikaların önceliklendirilmesi gerektiği de bir gerçek. Ancak,

bu KSS projelerinin sadece çevresel konularla ilgili olması gerektiği anlamına gelmiyor. Gerçek bir KSS uygulaması, Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan (SKA) en az bir amacın çözümüne odaklanıyor. Bu durumda, SKA'ların hepsinin birbirleriyle bağlantılı olduğunu belirtmek önemli. Bu bağlantı, bir amaçta başarılı olmamın anahtarının, sorunların hepsinin çözümü için aynı anda harekete geçmek olduğunu ifade ediyor. Dolayısıyla, tüm KSS uygulamaları ve projeleri, doğrudan veya dolaylı olarak iklim kriziyle mücadele çalışmalarına hizmet ediyor.

## Peki, Tüm Amaçlar İklim Kriziyle Mücadeleye Nasıl Hizmet Ediyor?

Tüm SKA'ların birbirleriyle bağlantılı olduğunu söylüyoruz. Bu durumda tüm SKA'lar, İklim Eylemi (SKA 13) ile de bağlantılı ki bu bazı amaçların isimlerinden bile anlaşılıyor: Temiz Su ve Sanitasyon (SKA 6), Erişilebilir ve Temiz Enerji (SKA 7), Sudaki Yaşam (SKA 14) ve Karasal Yaşam (SKA 15). Birkaç örnekle bu bağa değinecek olursak; dünyada her yıl 10 milyon hektar civarında orman alanı kayboluyor. Okyanus ve denizlerde yaklaşık 100 ile 150 milyon ton arasında plastik çöptün yüzdüğü tahmin ediliyor. Buna her yıl yaklaşık 6,5 milyon ton daha ekleniyor. Açık denizlerde kilometre başına ortalama 13 bin plastik düşüyor. Hâlâ kullanmaya devam ettiğimiz fosil kaynakların yol açtığı seragazi emisyonu toplamların içinde %70'in üzerinde ağırlığıyla küresel ısınmada en büyük paya sahip. Dolayısıyla, aslında bu



amaçların çözümünü için atılan adımlar, doğrudan iklim kriziyle mücadeleye katkıda bulunuyor.

## Diğer SKA'lar İklim Eylemiyle Nasıl Bağlantılı?

Şimdi Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı (SKA 9), Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar (SKA 11) ve Sorumlu Üretim ve Tüketim (SKA 12) amaçlarıyla devam edersek, iklim kriziyle mücadelede kentsel alanların sürdürülebilir bir düzene göre planlanması; yenilenebilir enerji, toplu taşımacılık, teknolojik ilerlemeyle enerji verimliliğinin artırılması; kaynakların doğru kullanılması, atıkların en uygun biçimde bertaraf edilmesi ve ekolojik ayak izinin azaltılması büyük önem taşıyor. Böylece bu amaçlara yönelik üretilen çözümlerle bir önceki paragrafta yer alan SKA'larla ilişkili olarak hem fosil yakıt kullanımının yarattığı seragazi emisyonunu azaltabilir hem de sulak alanların kirlenmesinin önüne geçebiliriz.

## İklim Kriziyle Mücadelede Sosyal Adalet

Bununla birlikte iklim krizi, tüm grupları aynı şekilde etkilemiyor. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, bu



Gerçek bir KSS uygulaması, Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan (SKA) en az bir amacın çözümüne odaklanıyor. Bu durumda, SKA'ların hepsinin birbirleriyle bağlantılı olduğunu belirtmek önemli.

ülkelerde bulunan sosyo-ekonomik açıdan dezavantajlı kesimler, mülteciler ve kadınlar gibi dezavantajlı gruplar hem iklim krizinden en çok etkilenen hem de sorunların çözümünde en az temsiliyet hakkına sahip kesimler olarak karşımıza çıkıyor. Bu sebeple, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği (SKA 5), İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme (SKA 8) ve Eşitsizliklerin Azaltılması (SKA 10) iklim kriziyle yakından ilişkili. İklim krizinin ortaya çıkışında bu grupların temsiliyet haklarının olmamasının olumsuz etkileri görülüyor. Sosyal adaletin sağlanması halinde hem iklim kriziyle derinleşecek eşitsizliklerin önüne geçilebilecek hem de iklim kriziyle mücadele bu gruplarla beslenecek. Bu noktada iklim kriziyle mücadelede hayati role sahip bir diğer amaç ise Nitelikli Eğitim (SKA 4). Okullaşma ve kaliteli eğitim eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasını ve iklim kriziyle mücadelede ihtiyacımız olan teknolojik gelişmeleri ve yenilikçi başarıları sağlayabilir.

## İklim Krizinin Etkilerini Bugünden Öngörebiliyoruz

Eşitsizlikten bahsetmişken Yoksulluğa Son (SKA 1), Açlığa Son (SKA 2), Sağlıklı ve Kaliteli Yaşam (SKA 3) amaçlarına da değinmek gerekiyor. Bu üç amaç, aslında iklim kriziyle farklı bir ilişkililik içinde. İklim krizi sebebiyle su seviyelerinin yükselmesi, iklimlerin değişmesi, hortumlar gibi şiddetli doğa olayları tarım alanlarının ve doğal kaynakların yok olmasına sebep olacak. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından açıklanan tahminlere göre 2030 yılına kadar 100 milyondan fazla insan iklim değişikliği nedeniyle aşırı yoksulluğa düşebilir, 200 milyondan fazla insan ise göç etmek durumunda kalabilir. Aynı zamanda, Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre iklim krizi sağlığın sosyal ve çevresel belirleyicileri olan temiz hava, güvenli içme suyu, yeterli gıda ve güvenli barınak koşullarını da etkiliyor. 2030 ile 2050 yılları arasında iklim krizinin yetersiz beslenme, sıtma, ishal ve ısı stresinden yılda yaklaşık 250

bin ek ölüme neden olması bekleniyor. Dolayısıyla bu amaçlara odaklanmak, iklim krizinin bugünden kendini gösteren gelecekteki daha büyük etkilerini azaltmak için önem arz ediyor.

## Ortaklıklar Çözümün Anahtarı Olabilir

Son iki amaç olan Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar (SKA 16) ve Amaçlar için Ortaklıklar (SKA 17) ise iklim kriziyle mücadelede hayati bir öneme sahip. Barışın ve adaletin sağlanmasıyla eşitsizliklerin önüne geçilebilir ve böylece tüm canlıları ilgilendiren ortak sorun iklim kriziyle topyekûn mücadele edilebilir. Hükümetlerin ve kurumların bir arada çalışması, işbirliği yapması ve ortaklıklar geliştirmesi bu krizle mücadelede en önemli gerekliliklerden biri.

## Şimdi!

Tüm bunlardan yola çıkarak şunu söyleyebiliriz, iklim kriziyle mücadele için bireyler ve hükümetlerin çabalarına ek olarak özel sektörün de elini taşın altına koyması ve bunun için de KSS politikalarını hayata geçirmesi gerekiyor. İklim krizi en öncelikli mesele olsa da aslında kurumların hayata geçirecekleri her KSS uygulaması ve projesi iklim kriziyle mücadeleye katkı sunacak. Dolayısıyla, KSS ile dünyayı kurtarmak mümkün. Önemli olan, şimdi harekete geçmek. ○

## Simidin İçinde Yaşam Mümkün mü?

**Sürdürülebilir** bir kalkınma için, ülkelerin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'larının (GSYH) artmasını yanı sıra insan yaşamının iyileşmesi ve gezegenin kendini yenileme kapasitesine hassas davranılması gerekir. Sürdürülebilir kalkınma; adalet, etik, eşitsizlik gibi sosyal etkileşimler, iklim ve ekosistemler gibi gezegenin karmaşık sistemlerindeki değişimler, devletlerin ve işletmelerin performanslarını da kapsayan yönetim sorunları ile ilgili bir kavramdır. 17 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amacı bu noktada devletlere ve şirketlere yol göstericidir.

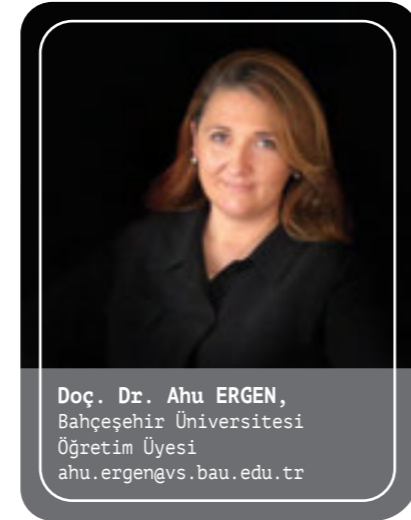
Sürdürülebilir kalkınma insan ve gezegenle ilgili bir kavram. Büyüme ise ekonomik göstergelerdeki olumlu değişimi gösterir. Ekonomik büyümeyi ölçmenin en kestirme yolu GSYH'dir. GSYH, bir ekonomide belirli bir zaman içinde mal ve hizmet üretimi miktarındaki artış gösterir. Örneğin; Türkiye 2021 yılı ilk çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre %7 büyütü. Türkiye, BM İnsani Gelişim Endeksi'nde ise 189 ülke arasında 54'üncü sırada. Ayrıca, ülkelerin karbondioksit emisyonu ve madde tüketim düzeylerinden oluşan iki yeni unsurun daha hesaplamalara katıldığı yeni bir endeks daha var: "Gezegensel Baskılara Uyarlanmış İnsani Gelişim Endeksi" (GİGE). Bu endekste Türkiye 169 ülke arasında 44'üncü sırada yer alıyor.

### Peki Simidin Ortasında Yaşamak Mümkün mü?

Dünya genelinde GSYH'ler artış eğiliminde olsa da fosil yakıt kullanımı, ormanların yıkımı, sentetik gübre kullanımı, bilinçsiz sanayileşme, kontrolsüz nüfus artışı gibi nedenlerle bugün küresel ısınma, biyolojik

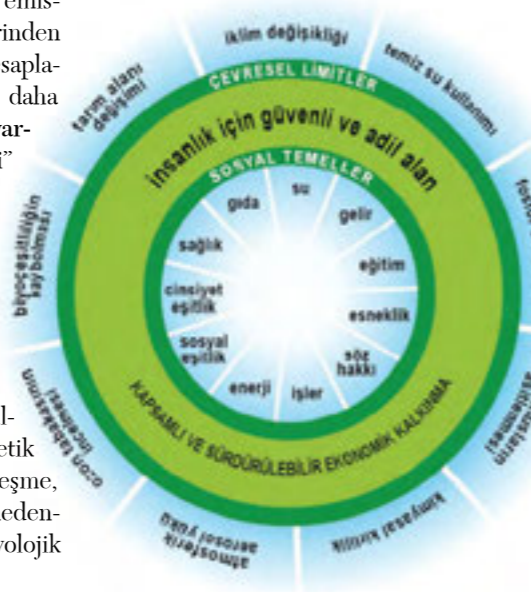
çeşitlilik kaybı ve aşırı hava olaylarıyla mücadele etmeye başladık. Diğer yandan, yaklaşık 700 milyon insan günde 1,9 doların altında gelire sahipken, her yıl 1,3 milyar ton yiyecek çöpe gidiyor. Küreselde yükselen GSYH'lere rağmen, insani eşitsizlikler ve gezegenin tahribatı artıyor. Kısacası, GSYH'lerin artışı tek başına sürdürülebilir bir kalkınma için yeterli değil.

Kate Raworth Oxford'lu bir iktisatçı. Raworth, GSYH'ye saplanmış kalmayı doğru bulmuyor. Pek çok yönüyle eleştiriyor. Örneğin, çevresel zararların GSYH içinde yer almadığını hatırlatıyor. Çözüm önerilerini ise [Simit Ekonomisi](#) ([Doughnut Economics](#)) adlı kitabında paylaşıyor. Simit ekonomisi modeline göre, sürdürülebilir yaşam simidin ortasında olmalı. Yani, kimsenin altına inmemesi gereken bir toplumsal tavanla kimsenin ötesine geçmemesi gereken bir ekolojik tavanın arasında. Herkesin güvenli ve adil bir şekilde yaşayacağı alan bu ikisi arasında kalıyor. Simidin iç halkasında kimsenin eksik bırakılmaması gereken on iki temel ihtiyaç var. Bunlar; yeterli gıda, temiz



su ve sıhhi temizlik, enerjiye ve temiz yemek pişirme imkanlarına erişim, eğitime ve sağlığa erişim, düzgün barınma şartları, asgari bir gelir ve düzgün bir iş, bilgi ve toplumsal destek ağlarına erişimdir. Bu ufuk açan kitabın Türkçesi, Prof. Dr. Mahfi Eğilmez'in sunuş yazısı ve Akın Emre Pilgir'in çevirisiyle Tellekt Yayınları'ndan çıktı.

Gezegenin sınırları içinde tüm insanların ihtiyaçları nasıl karşılanır düşüncesi üzerinden yola çıkan Kate Raworth gibi ana akım ekonomi teorileriyle çelişen başka görüşler de var. "İnsan, maliyet ve fayda hesabı yapan, daima rasyonel karar veren bir canlıdır" kabulünün aksini savunan davranışsal iktisatçılar gibi... Davranışsal iktisat ve tüketici davranışları araştırmaları birbirini tamamlar şekilde, insanın aslında yüzyıllardır sumulduğu gibi rasyonel olmadığını, bir dizi içgüdü, önyargı ve kestirme yollarla karar verdiğini gösteriyor. Artık Antroposen Çağı'ndayız. İnsanın gezegen üzerindeki etkisinin en yüksek olduğu bu çağda önümüzde yoksulluk, küresel ısınma, eşitsizlikler, doğal afetler ve salgın hastalıklar gibi ciddi sorunlar var. Bu sorunlara çözüm bulmada, "Simit Ekonomisi" gibi yenilikçi, insan ve çevre odaklı modellere ihtiyacımız hiç olmadığı kadar fazla. ○



## Sürdürülebilir Gıda platformu

daha iyi gıda için

## Bugün değilse ne zaman?

Gıda sektöründe **"sorumlu üretim - sorumlu tüketim"** için lider markalar çalışıyor

### PLATFORM ÜYELERİ



Sizleri, **Sürdürülebilir Gıda Platformu'na** üye olarak bu sorumluluğu paylaşmaya davet ediyoruz

[surdurulebilirgidaplatformu.org](http://surdurulebilirgidaplatformu.org)

## Sürdürülebilirlik Akademisi & BÜYEM Katkılarıyla 4. Dönem Sürdürülebilir Marka Yönetimi Eğitimi Devam Ediyor!

**Boğaziçi** Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi ve Sürdürülebilirlik Akademisi'nin katkıları ve SDSN Türkiye desteğiyle oluşturulan program bugünün dünyasında markaların karşı karşıya olduğu riskleri fırsata çevirerek, amaç odaklı, toplumsal ve çevresel etkilerini yöneten ve bu şekilde rakiplerine göre katma değer yaratan markaların yol haritaları amacı ile tasarlandı.

Eğitmcileri ulusal ve uluslararası alanda uzman veya akademisyenlerden oluşan program hakkında ayrıntılı bilgiye [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

### Sustainable Brands Turkey Buluşması 15-16-17 Eylül'de!

Sustainable Brands Turkey Konferansı bu yıl, 15-16-17 Eylül tarihlerinde üç gün olarak, yepyeni bir kavramı Türkiye'de tanıtmak ve bu kavramı sahiplenen markalarla bir araya gelmek üzere buluşuyor.

Teması "Regeneration" olan konferansın üçüncü günü olan 17 Eylül'de SB Brands For Good Türkiye inisiyatifinin de ilk buluşması gerçekleşecek.

Her yıl olduğu gibi bu yıl da değişim



ve dönüşüm lideri markaların buluştuğu Sustainable Brands Turkey 2021 Konferansı için ayrıntılı bilgiye [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

### Sürdürülebilir Gıda Platformu Çalışmaları Devam Ediyor!

Herkes için sağlıklı, güvenilir ve daha iyi gıda hedefi doğrultusunda gıda sistemlerinde değişimi hızlandırmak amacıyla kurulan "Sürdürülebilir Gıda Platformu" çalışmalarına devam ediyor. Gıda sistemlerinin daha iyi gelecek amacı ile sürdürülebilir olmasını hedefleyen kurumların bir araya geldiği platform gıda atığı, sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir gıda ambalajı, izlenebilirlik, şeffaflık ve ge-

leceğin gıda sistemleri olmak üzere 5 ana konuda çalışmalar yapıyor.

Gıda sektörüne, sorumlu üretim-tüketim mottosuyla ve bütünsel bir yaklaşımla öncülük etmeyi amaçlayan platform, gıda ekosisteminin kapsayıcılığı ilkesi ile değer zincirinde yer alan tüm kurumlarla birlikte çalışmayı hedefliyor ve bu kapsamda "10x20x30" global gıda kaybı ve israfını önleme girişiminin Türkiye'de gıda sektöründe yaygınlaştırılmasına liderlik yapıyor.

Sürdürülebilir Gıda Platformu, Dünya Kaynakları Enstitüsü (World Resources Institute - WRI) tarafından global gıda kayıp ve israfını üretim ve tedarik zinciri boyunca ve perakendeci-tüketici nezdinde yarı yarıya indirmek amacıyla başlatılan 10x20x30 girişimini, Türkiye'de de yaygınlaştırma çalışmaları için işbirliği yaptı. 10x20x30, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına (SKA hedef 12.3) ulaşmak için, 80'den fazla ülkede yürütülen ve 2030'a kadar üretim ve tedarik zincirleri boyunca global gıda kaybını ve israfını yarıya indirmeyi azaltmayı amaçlayan bir girişimdir.

Sürdürülebilir Gıda Platformu ve WRI, bu işbirliği kapsamında tüm pe-

rakende ve gıda üreticilerini 10x20x30 inisiyatifine katılmaya davet ediyor. Bu girişim, tedarik zincirinin "üst segmentinde" daha fazla gayret sarf edilmesini sağlayarak, bu amaca yönelik özel sektör katkısını ciddi oranda artırmayı hedefliyor.

Girişime katılan tüm firmalar için Sürdürülebilir Gıda Platformu ve WRI işbirliği ile önümüzdeki günlerde başlayacak çevrimiçi eğitimler, gıda sektöründeki bilincin artırılması, gıda atık ve ölçümlerinin sistematik yapılması, kayıt altına alınması ve gıda israfının ölçülebilir bir şekilde önlenmesini amaçlıyor.

### "Tarım Sektöründe Dijitalleşme" Webinarı

Sürdürülebilir Gıda Platformu, Tarım Sektöründe Dijitalleşme konusunda beşinci webinarı için 27 Mayıs tarihinde bir araya geldi. Tarım sektöründeki dijital gelişmelerin konuşulduğu webinarında Ege Üniversitesi Toprak Bilimi ve Bitki Besleme Bölümü'nden Doç. Dr. Tolga Esetlili, Schneider Electric Gıda ve İlaç Segment Lideri Muhterem Çaylı, Tekfen Tarım Dijital Tarım Dönüşüm ve İnovasyon Lideri Pınar Türkmen, Tarla.io Kurucu Ortağı Kerem Erikçi ve Huma CEO'su Naci Cansun yer aldı.

### Dr. Oetker, Martin Bauer ve Chr. Hansen Sürdürülebilir Gıda Platformu'nun Yeni Üyeleri Oldu

Platforma üye olan markalar arasında; Abaloğlu Yağ, Aromsa, Balparmak, CarrefourSA, Chep Türkiye, Danfoss, Elif Plastik, Eker, Eriş Un, G&T Enerji, Hayat, Hero Türkiye, İntertek, La Lorraine, Lesaffre, Leroy, Kalite Sistem Mérieux NutriSciences, Metro, Migros, Nestle, Muratbey, Pınar, Reis, Tekfen Tarım, Schneider Electric, Signify, Sütaş, Uludağ İçecek ve Ülker yer alıyor. Son olarak platforma katılan Dr. Oetker, Martin Bauer ve Chr. Hansen ile üye sayısı 32 oldu. ○

## Liderlerden Ekosistemi Onarmak için Acil Eylem Çağrısı!

**DÜNYA ÇEVRE GÜNÜ  
KONFERANSI**

**EKOSİSTEMİ ONARMANIN SORUMLULUĞU**

**4 HAZİRAN 2021  
14:00 - 16:30**

**#GENERATIONRESTORATION**

Katılımcılar: BORA TUNCER (Schneider Electric), ALI ÇAĞKAN (Kordsa), SÜTAŞ, BORUSAN OTOMOTİV, NAFİZ KARADERE (Doğuş Yayın Grubu), KUTAY KARTALHOĞLU (CarrefourSA), MURAT SUNGUR BURSA (Sürdürülebilirlik Akademisi), HAKAN TIFTİK (Dünya Gazetesi), ANETTE GALSKJØT (Danimarka İstanbul Başkonsolosluğu), DR. TAMER ATABARUT (WRI), İZZET ERİYAR DALI (Dünya Gazetesi), VEYNE SATIRKILI (Master of Ceremony).

Özel sektörden kamuya, akademiden sivil toplum kuruluşlarına kadar değişimde kilit rol oynayan tüm paydaşlar, Sürdürülebilirlik Akademisi tarafından çevrimiçi düzenlenen Dünya Çevre Günü Konferansı'nda buluştu.

"Bozulan ekosistemi onarmak için iş dünyası neler yapabilir, nasıl önlemler ve aksiyonlar alabilir?" sorularına cevap arandığı konferansın katılımcıları arasında; Schneider Electric Türkiye, Orta Asya ve Pakistan Bölge Başkanı Bora Tuncer, Kordsa CEO'su Ali Çağkan, Borusan Otomotiv İcra Kurulu Başkanı Hakan Tiftik, Doğuş Yayın Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Nafiz

Karadere, Sütaş Yönetim Kurulu Üyesi Duygu Yılmaz, CarrefourSA Genel Müdürü Kutay Kartalhoğlu, Sürdürülebilir Kalkınma Çözümleri Ağı (Sustainable Development Solutions Network - SDSN) Türkiye Direktörü Dr. Tamer Atabarut, Danimarka İstanbul Başkonsolosu Anette Galskjøt ve Sürdürülebilirlik Akademisi Başkanı Murat Sungur Bursa yer aldı.

Konferansta önde gelen marka ve kurumların liderleri bu konudaki kritik tespitleri ve eyleme dönük çözümleri paylaştılar. Konferans kaydına [buradan](#) ulaşabilirsiniz. ○

Enerji konusunda faaliyet gösteren düşünce kuruluşu Ember'in yayınladığı analiz Avrupa'da kömürden elektrik üretimi kaynaklı hava kirliliğinin en yüksek olduğu ülkeleri ortaya koyuyor. Ülke ölçeğinde gerçekleştirilen sıralamada Türkiye ve Ukrayna, tüm kirletici türlerinde ilk üç sırada yer alıyor.

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Fatih Dönmez, bu yıl içinde Karadeniz'de Sakarya Gaz Sahası'nın güney veya batısında bir sahada daha keşif amaçlı sondaj kuyusu açılacağını bildirdi.

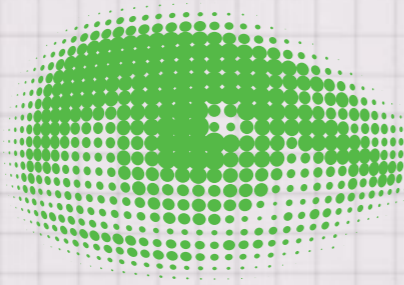
Dünya Doğayı Koruma Vakfı'nın "Akdeniz, deniz ve insan yaşamı için geri dönüşü olmayan değişikliklerle en hızlı ısınan denize dönüşüyor" başlığıyla yayınladığı raporda, "Deniz ve okyanuslardan %20 daha hızlı ısınan Akdeniz, gezegenimizdeki en hızlı ısınan ve en tuzlu deniz haline geliyor. Bu durum da yaklaşık 1000 yabancı türün, Akdeniz'in ısınan sularına göç etmesine ve endemik türlerin yerini almasına neden oldu" ifadelerine yer verildi.

Kazdağları'nda kurmaya çalıştığı altın madeni nedeniyle bölgede protesto gösterilerine yol açan ve madeni kurması için gerekli izinleri yenilenmeyen Kanadalı madencilik şirketi Alamos Gold, Türkiye'den 1 milyar dolar tazminat istedi.

Boris Johnson, Birleşik Krallık'taki kömür enerjisi üretimini 2024 yılına kadar sona erdirmeye sözünü verdi. İngiltere, önümüzdeki yılın sonuna kadar tek bir kömür yakan elektrik santraliyle kalacak ve ülkeyi 2024 yılına kadar elektrik üretiminde fosil yakıt kullanımını sona erdirmeye hedefine yaklaştıracak.

Dünya Meteoroloji Örgütü (DMÖ), Avrupa'nın bu yıl 2013'ten bu yana en soğuk baharı yaşadığını ancak sıcaklıkların özellikle Afrika, Ortadoğu ve Rusya'nın bir bölümünde ortalamanın oldukça üzerinde seyrettiğini bildirdi.

## GÖZÜMÜZDEN



## KAÇMAYANLAR

**Cerattepeli Erzade Nine hayatını kaybetti; Türkiye'de sekiz yılda 513 çocuk işçi öldü; Karadeniz'de sondaj kuyuları açılmaya devam ediyor; Akdeniz %20 daha hızlı ısınıyor; İngiltere 2024'te kömürlü santralleri tamamen kapatıyor; Mayıs ayında atmosferdeki karbondioksit seviyesinde yeni rekor; fosil yakıt finansmanına devam...**

Gözde İVGIN



Artvin Cerattepe madeni karşıtı mücadelesinin sembol isimlerinden olan Erzade Nine hayatını kaybetti. Erzade Nine, Cerattepe bilirkışı keşfinde heyete yaklaşmış "Para gider, altın gider, her şey gider. Geriye buralar kalır, doğa kalır" demişti.

Küresel iklim değişikliğine neden olan atmosferdeki karbondioksit yoğunluğu Mayıs ayında yeni bir rekor kırdı. 2021 yılının Mayıs ayı ortalamasının 419,13 ppm (milyonda bir parçacık) olarak ölçüldüğü belirtildi.

ABD Ulusal Buz Dairesi, eskiden dünyanın en büyük buz dağı olan A68'in eriyerek sayısız ufak parçaya ayrıldığını ve artık takip edilemediğini açıkladı.

İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği (İSİG) Meclisi 12 Haziran Dünya Çocuk İşçiliğiyle Mücadele Günü öncesi yaptığı açıklamada Türkiye'de son sekiz yılda en az 513 çocuğun çalışırken hayatını kaybettiğini duyurdu.

Resmi Gazete'de yayımlanan Cumhurbaşkanlığı kararı ile Antalya'nın Kemer ilçesindeki Çıralı-Yanartaş Doğal Sit Alanı ile İzmir'in Ödemiş ilçesindeki sınırlar ve koordinatları belirlenen alan, "kesin korunacak hassas alan" olarak ilan edildi.

Yayımlanan rapora göre zengin ülkeler küresel güneyde bir fosil yakıt olan doğalgaz projelerini finanse etmek için iki yılda 16 milyar dolar harcadı. Bu miktar rüzgâr ve güneş için ayrılan bütçenin dört katından fazlası.

Sabancı Üniversitesi İstanbul Politikalar Merkezi (İPM) tarafından başlatılan "Salgın ve Toplum" webinar serisinde "Marmara Denizi'nde Neler Oluyor? Kirlilik, Isınma ve Müsilaj Sorunu" başlıklı bir etkinlik düzenlendi. Webinarın konuşmacılarından MAREM (Marmara Denizi'nin Değişen Oşinografik Şartlarının İzlenmesi) Proje Lideri Levent Artüz, Marmara Denizi'ndeki müsilajın ortaya çıkma nedenlerinin 1989 yılı öncesinde İstanbul'da atıkların bertarafı için yapılan projelerden kaynaklı olduğunu söyledi. İPM İklim Değişikliği Koordinatörü Ümit Şahin ise Marmara Denizi'ndeki müsilaj sorununun Kasım ayından beri bilindi-

ğine dikkat çekerek, müsilaj oluşumunun biyoçeşitlilik kaybıyla da ilişkili olduğunu vurguladı.

Libya Paris Anlaşması'nı onaylıyor. Libya'nın kararıyla birlikte Türkiye 197 ülke içinde Paris Anlaşması'nı onaylamayan beş ülke arasında kaldı.

Yeni bir araştırma, okyanusları kirleten plastiğin neredeyse yarısının paket olarak satılan yiyecek ve içeceklerden kaynaklandığını ortaya çıkardı. İspanya'daki Cadiz Üniversitesi'nden bilim insanları, dünya çapındaki sulara bulunan on iki milyon çöp parçasını analiz ettiler.

Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, Kanal İstanbul projesiyle ilgili "Yapıldığında Karadeniz'e akan nehirlerin Marmara'ya karışması söz konusu. Bu da Marmara'daki su kalitesini artırıp deniz salyasını da bitirecek" diye konuştu. Biliminsanları ise bu görüşün bilimsel bir temeli olmadığını açıkladılar.

Birleşmiş Milletler (BM), gezegendeki toprak kirliliğinin insan sağlığını tehdit eder boyuta vardığını uyarısını yaptı. BM Çevre Programı ile BM Gıda ve Tarım Örgütü tarafından hazırlanan raporda, eski çağlardan beri insan faaliyetleri nedeniyle binlerce türde farklı sentetik kimyasal bileşimin ve doğadaki zehirli elementlerin toprağa karıştığı belirtildi.

Rize Valisi Kemal Çeber, İkizdere'de bir aydan beri 41 ton dolgu malzemesinin çıkarıldığını açıkladı.

Amerikan Uzay ve Havacılık İdaresi (NASA), geçen yıl COVID-19 pandemisi nedeniyle dünya çapında uygulanan karantina uygulamalarının küresel nitrojen oksit seviyelerinde %15'lik bir düşüş sağladığını buldu. Araştırmacılar, zararlı gazın salınımının Çin'in bazı şehirlerinde %50'ye kadar düştüğünü ifade etti.



Büyük Okyanus'ta yer alan Kiribati'ye bağlı Banaba Adası'nda halkın içme suyu kalmadı. İngiltere, Yeni Zelanda ve Avustralya'nın 1900'lerde başladığı fosfat madenciliği ile kaynaklarını tükettiği adada toprakların %90'ı çıplak kaldı. Bir yıldan uzun süredir ciddi bir yağışın olmadığı adada halk, içme, banyo yapma ve mahsul yetiştirme için gereken suyu denizden karşılamaya çalışıyor.

İsrail, moda endüstrisinde kürk ticaretini yasakladığını tüm dünyaya duyurdu. Kürk ticaretini yasaklayan ilk ülke olan İsrail'de yasak, altı ay sonra yürürlüğe girecek.

Çevre Mühendisleri Odası (ÇMO) tarafından hazırlanan Hava Kirliliği Raporu'na göre, hava kirliliği kaynaklı ölümler, pandemi kaynaklı olanlardan daha fazla. Raporu göre, Türkiye'de hava kirliliği kaynaklı ölüm sayısı 2018'de 45 bin 398, 2019'da ise 31 bin 476. Mart-Aralık 2020 döneminde COVID-19 kaynaklı hayatını kaybedenlerin sayısı ise 20 bin 881.

Türkiye'nin ikinci büyük gölü ve flamingo cenneti olan Tuz Gölü, kuraklık nedeniyle giderek küçülüyor. Konya Teknik Üniversitesi Kimya Teknolojileri Bölümü öğretim üyesi Dr. Hatice Ünal Ercan, Tuz Gölü'nde bir kilometrelik çekilme olduğunu söyledi.

Araştırmacılar, insan kaynaklı emisyonun ve arazi kullanımının mevcut haliyle devam ettirilmesi durumunda, 2050 yılına dek Afrika'daki büyük insansız maymunların yaşam alanlarının %94'lük bir kısmını kaybedeceğini tahmin ediyorlar. Bu felaket yaşanmadan önce fosil yakıt emisyonunu azaltarak ve ekosistemleri koruyarak hare-

kete geçsek dahi, araştırma modelleri, önümüzdeki otuz yıl içinde gorillerin, şempanzelerin ve bonoboların Afrika'daki yaşam alanlarının %85'ini yitireceğini ortaya koyuyor.

Konya'nın Kulu ilçesinin 5 km doğusunda ve Tuz Gölü'nün kuzeybatısında yer alan, "kuş cenneti" olarak da bilinen Düden Gölü ve yakınındaki Küçük Göl tamamen kurudu.

Avrupa Parlamentosu kabul ettiği bağlayıcı olmayan bir kararla, 2027 yılına kadar hayvan yetiştiriciliğinde kafes kullanımının yasaklanmasını talep etti. Karar çok sayıda tavuğun yanı sıra domuzları ve tavşanları da kapsıyor.

İsviçreliler, çevre kirliliğine yol açan sentetik tarım ilaçlarının yasaklanması için sandık başına gitti ancak referandumdan hayır çıktı. Referandumdan 'evet' çıksaydı, İsviçre bu ilaçları Avrupa'da yasaklayan ilk ülke olacaktı.

Galapagos Adaları'nda bulunan bir kaplumbağanın, 100 yıldan uzun süre önce volkanik faaliyet nedeniyle soyu tükenmiş ilan edilen bir türün üyesi olduğu doğrulandı.

İstanbul 6. İdare Mahkemesi, Adalar'da tarihi dokuyu bozacak yapılaşmanın önünü açan "geçiş dönemi yapılaşma koşulları"nın planlama ilkeleri ve şehirlik esaslarına uygun olmadığına karar vererek, yürütmenin durdurulmasına hükmetti.

**Kaynaklar:** Solar Baba, AA, Sivil Sayfalar, Yeşil Gazete, BBC Türkçe, Deutsche Welle Türkçe, NTV, T24, Diken, Sputniknews, Dünya, Gazete Duvar, Gazete Karınca

## Kazdağları Öyküleri

**Yazar:** Melih AŞANLI

**Yayınevi:** Yeni İnsan Yayınevi

Birbirine bağlı hikâyelerden oluşan Kazdağları Öyküleri, Bayramiç'in sıcak iklimini taşıyor. Anadolu insanının cömertliği, dürüstlüğü ve misafirperverliğini ve insanın doğanın ayrılmaz bir parçası, bir bütünün iki penceresi olduğunu anlatıyor. Köylülerin yöresel ağız özellikleri ile kahvehanelerde, şenliklerde, günlük sohbetlerde konuştukları tüm konular insanlığın dili haline geliyor.



Ekolojik mimarlık ve tasarım gibi konularda yazan Melih Aşanlı, bu kez kurgu ile gerçeğin birleşiminden meydana gelen bir hikaye yazmış. Hüzinlerin, mutlulukların, insana ait tüm duyguların şeffaf bir gerçeklikle aktarıldığı bu eseri okurken, şen bir köyün Arnavut kaldırımlarında yürüyormuş gibi hissediyorsunuz.

## Ekofobi Hipotezi

**Yazar:** Simon C. Estok

**Çevirin:** M. Sibel Dinçel

**Yayınevi:** Kapadokya Üniversitesi Yayınları

Doğal yaşama ilişkin varlık ve nesnelere karşı duyulan mantık dışı korku, Simon Estok'un Ekofobi Hipotezi'nde kavramsal karşılıklarını buluyor. Estok'un ekofobi üzerine güçlü önermeleri, hem kuramsal olarak sağlam temellere dayalı hem de "sahte ekoloji" olarak adlandırdığı, insan reflekslerinin karanlık yönünün duygulanımsal ve bilişsel olarak idrak edilmesine olanak tanıyor. Estok, genetik materyalizmin, hayvan çalışmalarının, ekomedyanın ve ekopsikolojinin keşiften yansımaları aracılığıyla, okuru ekofobi durumunun ekopsikolojik ve ekokültürel salınımları içerisinde dahil ediyor. Bu kitap, insanlığın kaygı veren ekolojik bilinçsizliği gerçeğine birçok insanın dikkatini çekecek ve okuyucuyu bu bilinçsizliğin temsil ettiği varoluşsal sorunlardan kurtaracak.



## Adapting to Climate Change: Markets and the Management of an Uncertain Future

(İklim Değişikliğine Uyum: Net Olmayan Bir Geleceğin Yönetimi ve Pazarlar)

**Yazar:** Matthew E. Kahn

**Yayınevi:** Yale University Press

Southern California Üniversitesi'nde Ekonomi Profesörü ve Dekanı Matthew E. Kahn, yeni kitabında iklim değişikliğinin bireysel ekonomik kararları nasıl etkileyeceğini ve bu kararların geniş etkisinin nasıl olacağını ortaya çıkarıyor. Önümüzdeki yüzyılın, bu yüzyıla göre daha sıcak olacağı ortada, peki insanlık çevremizde şimdiden değişmeye başlayan



şartlara karşı nasıl uyum sağlayacak? Kitap bu sorudan yola çıkarak, bireylerin ekonomik kararlarında iklim değişikliğinin sebep olduğu değişimi ortaya koyuyor. Mikroekonomik araçları kullanarak yazar, nerede yaşadığımız, gıdamızın nasıl yetiştiği ve yeni iş girişimlerinin nerede olması gerektiği gibi sorulara yanıt arıyor. Kahn, kitapta afet yardımı, kamu altyapısı ve gayrimenkul ile ilgili birçok politika önerisi sunuyor.