



BUGÜN BAĞLANALIM. YARINI YARATALIM.

#2030ŞİMDİ



İçindekiler

Açılış Konuşması Fatih Türkmenoğlu	5	Sosyal Girişimcilik: Moda mı, Elzem mi? Ayşe Sabuncu Karen Cirillo	51
UNDP İstanbul Bölgesel Merkezi Adına Hoş Geldiniz Konuşması Rastislav Vrbensky	6	%100 Spor: Taraftarın Gücünden Yararlanmak Cenk Gönen Bağış Erten	55
UNDP Türkiye Adına Hoş Geldiniz Konuşması Kamal Malhotra	8	İyi Müziği Sosyal Fayda için Derlemek Ozan Sakin	59
#2030Şimdi: Küresel Hedefler ve Onlara Ulaşmamızı Sağlayacak Teknolojiler Mert Başar	11	Mülteciler: Yeni Bir Ülkeye Yerleşmenin Rotası Selin Ünal	61
Dünyanın Yapılacak İşler Listesi için Ağ Kurmak: Önümüzdeki 15 Yılın Hedefleri Naomi Larsson Nicolas Douillet	14	Dünyaya İnovasyon Gözlüğüyle Bakmak Elizabeth Mearns Thomas Hannen	63
Teknolojinin Gücünü Daha İyi Bir Yarın için Kullanmak: Kurumsal Dijital Sorumluluk - Vatandaşları Dijital Olarak Güçlendirmek Cenk Kıvılcım Burak Aydın Murat Kansu Mert Başar	18	Yeni Sorunlar, Yeni Çözümler Suat Özçağdaş	66
Sosyal Fayda için Mobil Gazetecilik Başak Çubukçu Sulanç Şükrü Oktay Kılıç	22	Muz Kabuğu Dünyayı Değiştirebilir: İlham veren İnovasyonlar Elif Bilgin Faik Uyanık	68
Çocuklar ve Müzik Yoluyla Kapsayıcılık Gülsin Onay	25	Her Şeyi Değiştirmek için Daha Fazla Zaman Lazım Ali Ercan Özgür Ercan Gümüş	71
Sosyal Fayda Koruyucuları: İyiliği Desteklemek Uygar Özemesi Mete Meleksoy Ali Ercan Özgür	26	Kalkınmayı Yeniden Düşünmek: Afetlerle Kalkınma Murad Tiryakioğlu	73
Fayda için Facebook: Sadece bir oyuncak mı? Nilay Erdem Emre Kızılkaya	30	Fayda için İletişim Burcu Kayımtu	75
Su ayak izi: Su Kaşifleri Serra Titiz ve Su Kaşifleri	33	Sürdürülebilir Moda: Bir Oksimoron mu? Hatice Gökçe Şölen Kıpöz	77
Kadınlar ve Çevrimiçi Eylem Meral Güzel	35	İyilik için Gönüllü Olmak: Heves Yönetimi Başak Yalvaç Monica Prisacariu Hakan Dulkadiroğlu Suat Özçağdaş	81
Sürdürülebilir bir STK'yı Fonlamanın Yolları Bülent Özcan Özgür Mehmet Kütküt Aysun Sayın Barış Doğru	37	Kitleler için Çevrimiçi Eğitim Alp Köksal	86
Dijital Dönüşüm: Yeni bir Çağın Kıyısında - Akıllı Şehirler Serdar Sayar Mert Başar Hansın Doğan	42	İhtiyacımız Olan Harita Mert Fırat	88
Küresel Eğitimde Bir Sonraki Adım Ahmet Eti Fatih Türkmenoğlu	45	İşletmeler Herkesi Kapsayabilir mi? Deniz Yılmaz Zeynep Gürhan Canlı	90
Derinlerdeki Gerçekler: Karanlık Taraf ile Snapchat Yusuf Omar	48	Facetime her şeyi değiştirebilir mi? Hande Fırat Faik Uyanık	93
		İstedığımız Gelecek: Videonun Gücü Gülnur Karakuzu Mehmet Karakuzu Saba Tümer	96



Açılış Konuşması

Fatih Türkmenoğlu

(Sunucu, TV Gazetecisi ve Yapımcısı, Yazar)



Merhaba değerli katılımcılar, hoş geldiniz. 2030 yılında nasıl bir dünyada yaşamak istediniz? Daha çok varmış gibi gözüküyor değil mi? Emin olun eğer iyi bir gelecek istiyorsak, bir şeyleri değiştirmek istiyorsak, daha güzel bir dünyada yaşamak istiyorsak bu soruya şimdi cevap bulmak için milyonlarca nedenimiz var. Bugünkü konuşmacılarımız bize bu milyonlarca nedeni anlatacaklar ve hep beraber ortak geleceğimizi konuşacağız.

2030'da nasıl bir dünya istiyoruz? Türk Telekom Grubu'nun katkılarıyla Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı UNDP tarafından düzenlenen Sosyal Fayda Zirvesi İstanbul buluşmasına hoş geldiniz. Ben Fatih Türkmenoğlu sizlerle beraber olduğum için büyük mutluluk ve gurur duyuyorum.

Sosyal Fayda Zirvesi bu sene dünyada 7. kez yapıldı, Türkiye'de ise 4. kez düzenleniyor. ve 100'den fazla ülkede düzenlenen küresel diyalogun bir parçasını oluşturuyor.

Bugün teknolojinin ve yeni medyanın sosyal faydayı nasıl etkileyeceğini, inovasyonun küresel kalkınma hedeflerinin gerçekleştirilmesine nasıl katkı sağlayabileceğini konuşacağız.

Neden #2030Şimdi diyoruz? 25 Eylül 2015'de kabul edilen 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi; yoksulluğu, açlığı ve eşitsizlikleri sona erdirmeyi, iklim değişikliği ve çevre için harekete geçmeyi, sağlık ve eğitime erişimi artırmayı ve çok daha fazlasını amaçlıyor. 1 Ocak 2016'dan itibaren de kalkınma gündeminde 2030'un sonuna kadar sürecektir olan yeni bir 15 yıllık dönem başladı. Böyle büyük işler yapmak için ise güçlü bir planınızın olması gerekiyor. İşte bizim de bir planımız var. Bu sene İstanbul'da zengin bir konuşmacı profiliyle karşınızdayız.

Şimdi hoş geldiniz konuşmasını yapmak üzere UNDP İstanbul Bölgesel Merkezi Yöneticisi Rastislav Urbensky'i sahneye davet ediyorum.

UNDP İstanbul Bölgesel Merkezi Adına Hoş Geldiniz Konuşması

Rastislav Vrbensky

(UNDP İstanbul Bölgesel Merkez Yöneticisi)



So, good afternoon to everyone. It's a great pleasure to greet you on behalf of United Nations Development Program regional hub, which is actually collocated in this building. It's a great pleasure to be associated with this event already for the fourth time. I'm very glad to see so many people in the room. Room is full of talent. We have some fantastic leaders, innovators, and grassroots workers.

We are going to discuss, as you know, sustainable development goals. They were introduced very well through the film. They vary from poverty to inequality issues of governance. They've been agreed by leaders of the world last September. But of course, it's a massive task to achieve agenda 2030 to achieve sustainable development goals. And I would like to share with you three aspects, in my view, are extremely important.

The first one is partnership and engagement. No one can do this alone. Neither government, nor civil society, nor private sector. They have to work together.

Today we have been asked the question what kind of world we would like to see in 2030. It's not the first time we are asking this question. In preparation for sustainable development goals, UN led a campaign which was called "Future We Want" and they engaged with 2.5 million people asking them what are the priorities, which were later reflected in sustainable development goals. That time I was in small country of Montenegro. We were able to mobilize 2% of the population. If it would be Turkey, it would be 1.5 million of people. We cannot simply let those people down. We have to continue engaging with them. They said how the future should look like, we need to engage with them. Civil society, private sector, government, others— Ask them for solutions and also show them how the goals are being implemented.

So, first one is partnership and engagement. The second is innovation. Development is not business as usual, and sustainable development is definitely not business as usual. We need a new solution. And I'm very proud that the team I lead is a frontrunner in innovation in UNDP. In just a couple of weeks we are going to have a global event, Istanbul Innovation Days for UNDP, where we are bringing officers from all around the world to share their best practices. Such as, for instance, in Macedonia, where in Prespa Lake, we help to design SMS system which notifies farmers when to irrigate their crops based on real data. It led to drop of a use of water by 30% and significantly increased the crop. Or, for instance, in Moldova where through social innovation hub we are co-designing together with the citizens how the police station should look like in future to encourage transparency and interaction between people and police. Or for instance in

Belgrade, through our innovation, you, through your app, can everyday choose the safest road to the point you want to get depending on the time of the day or weather, using big data.

So, second one is innovation. And the third one is financing. Some estimations show that to achieve sustainable development goals, every year, between 3.3 and 4.5 trillion US dollars need to be invested. It's much more than it's invested right now. Official development assistance is only around 150 billion. So, it's, by magnitude, more. So, we need to look for new innovative ways of financing. For instance, crowd-funding. World Bank estimates that crowd-funding in 2025 is going to be 100 billion. Already now, it's around 37 billion. And half of it comes from Diaspora through investing remittances. Or, social impact investment where the goal is not only to generate profit but also to have a social impact. Estimates are that in couple of years it's going to be 2 trillion. So, there are ways how to achieve these staggering numbers.

So, these are the three aspects which I believe are very important to achieve SDGs. There are many more and we are looking forward to your presentation to get inspired and to get some of those other aspects identified.

Concluding I would like to thank, of course, Turk Telekom, representative of private sector who is supporting this event and showing the way how private sector should be contributing to the achievement of the sustainable development goals.

So, once again, great to see you all and I wish you a fantastic and inspiring couple of hours together. Thank you very much.

UNDP Türkiye Adına Hoş Geldiniz Konuşması

Kamal Malhotra

(BM Mukim Koordinatörü ve UNDP Mukim Temsilcisi, Türkiye)



Hoş geldiniz. Günaydın. Merhaba.

Dear colleagues, dear friends, ladies and gentlemen, it is my pleasure to welcome you all to the Social Good Summit 2016 in Istanbul.

Today, we would like you to visualize the year 2030 and tell us about your views on how new technologies, social media, and innovation could support development efforts or the social good between now and 2030.

As you know the United Nations and UNDP stand for the social good. The UN Charter represents, I think, the biggest social good that we have and have had for over 70 years. The Social Good Summit has been a unique platform for seven years during which time global citizens around the world have united to unlock the potential of technology to make the world a better place.

This year's Social Good Summit is the most globally-connected yet, I'm told. With around 100 nations taking part in local discussions around the globe. It is the fourth time that Turkey is joining this global community and I must say that I'm very pleased I'm here today because the last 2 or 3 times I've not been able to join this summit. And I'm very happy that I was able to do so this year.

The discussions around the world have brought together everyone from citizens and doctors to activists and ministers of government to discuss how digital technology can be used to make the world a better place by 2030. Along with discussions around the world, the discussions in Istanbul today will focus on the impact of technology and new media on social good initiatives and solutions to address the greatest challenges of our time. We will try and answer one simple question: What type of world do we want to live in by 2030? And I'm sure the answer is not the world that we have today.

This discussion builds on the UN's 2030 sustainable development agenda and the 17 sustainable development goals, the so-called SDGs, which were agreed by UN member states in New York as part of the sustainable development agenda in September 2015, almost exactly one year ago. Starting from the 1st of January 2016, we have entered a new 15-year period with a new global development agenda. The SDGs will be the UN's global goals for sustainable development, which were identified after an unprecedented global consultation process, which included a survey conducted in 83 countries involving more than 7 million people.

A diverse set of stakeholders including vulnerable groups, women, young people, people with disabilities and the private sector as well as many governments around the world were consulted. The key messages from the reports on the SDGs, which summarize the findings from this global conversation, are clear.

People want to be a part of delivering this new agenda and to hold governments and businesses accountable for their promises and commitments. The people consulted also stressed the importance of participation, inclusion as well as strengthened capacities and partnerships.

As a result, I would like to challenge you to imagine the world you want to live in by 2030 by sharing your views and lessons learned about how technology and social media can help create such a world by then. Ladies and gentlemen, this is why our event's hashtag, which you can use in social media, is #2030now. I will now share my tweet with you for the Social Good Summit Istanbul Meetup. So, I've just shared my tweet with you.

Before concluding, I would like to thank the Turk Telekom Group for being our main partner for this event. I would also like to thank our other valuable supporters for their contributions to this event and to all the UNDP and UN staff who have worked very hard together with everyone else and all our partners to make this possible.

We hope to enjoy your continued support for our concerted efforts to tackle development challenges and connect people around the world.

I wish you a very fruitful meeting. I thank you.

**SOSYAL
FAYDA
ZİRVESİ**

2016

İstanbul

#2030Şimdi: Küresel Hedefler ve Onlara Ulaşmamızı Sağlayacak Teknolojiler

Mert Başar

(Türk Telekom, Kurumsal Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı)



Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı değerli yöneticileri, değerli misafirler, çok değerli basın mensupları hepiniz hoş geldiniz. Güzel bir gün ve burada olmak çok güzel.

21 yıldır teknoloji sektöründeyim ve çok mutluyum. Yaptığım işle ilgili çok basit bir testim var; altı yaşındaki oğlum bana ne iş yaptığımı sorduğunda ona bunu anlatabiliyorsam, açıklayabiliyorsam, aynı işi yapmasını önerebiliyorsam, sattığım, sunduğum ürünleri kullanmasını istiyorsam bundan büyük mutluluk duyuyorum. Bu nedenle teknoloji sektöründe çalışmak beni mutlu ediyor ve çok şanslı olduğumu düşünüyorum.

Üstelik Küresel Hedefler doğrultusunda 2030 yılında dünyanın nasıl bir yer olmasını istiyoruz sorusuna vereceğimiz cevapların pek çoğu teknoloji ile doğrudan ilintili. Türk Telekom olarak da biz de elimizden geldiğince buna katkıda bulunmaya çalışıyoruz. Artık hepimizin elinde akıllı telefonlar var, hepimiz en son teknolojileri kullandığımızı düşünüyoruz, yüzlerce, binlerce takipçimiz var ama her zamankinden daha yalnız gibiyiz. Çünkü gerçek ilişkilerin yerini giderek gerçek olmayan sanal ilişkiler alıyor. Büyük şehirlerde yaşıyoruz ve bu şehirlerde yaşamaktan çok mutluyuz diyoruz ama çoğumuzun hayali bir gün bu şehirden kaçıp başka bir yerde yaşamak. Böyle baktığınızda bir şeylerin yetmediğini görüyorsunuz, ne kadar uğraşırsanız uğraşın tek başınıza bir yere kadar ulaşıyorsunuz. İşte biz o noktada UNDP ile buluştuk. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile birlikte 2015 senesinde hem İstanbul'da hem de New York'da düzenlenen Sosyal Fayda Zirvelerine destek olmaya çalıştık. Bugün burada da birlikteyiz.

Aslında ne yapmaya çalışıyoruz? Öncelikle bir kaç küçük projemizden bahsetmek istiyorum, sonrasında birlikte neler yapmaya çalıştığımızdan da bahsedeceğim. Üzerinde önemle durduğumuz sorular şunlar: Biz teknolojiyi kullanarak fırsat eşitsizliğini ortadan kaldırabilir miyiz? İnsanların bilgiye, eğitime ulaşmasını kolaylaştırabilir miyiz? Kadın-erkek eşitsizliğinde bir fark yaratabilir miyiz? Bölgeler arası eşitsizlikte bir fark yaratabilir miyiz? Ürettiği ürünü ticaret merkezlerine uzak olduğu için satmakta zorlanan insanların satışına destek sağlayabilir miyiz? Bu soruların üzerinde çalışmak işimizin önemli bir parçası.

Diğer taraftan örneğin sanata ya da bilgiye ulaşmakta zorlanan görme engelli arkadaşlarımızın bilgiye, edebiyata, sanata daha kolay ulaşmasını sağlayabilir miyiz diye düşünüyoruz. Telefon Kütüphanesi projemizi bunun için yaptık. Yaklaşık 50 kategoride 1000'in üzerinde kitap var burada. Dileyenler telefonla ulaşabiliyor, sesle kumanda edebiliyor ve istedikleri kitapları dinleyebiliyorlar. Gün ışığı projemiz sayesinde yaklaşık 200 çocuğumuz temel görme eğitimlerini alarak bugün

devletin standart okullarında eğitim hayatlarına devam edebiliyorlar ki bence bu muazzam bir şey. İnşallah bu sayı gittikçe artacak ve beş yüzleri, binleri bulacağız.

Engelsiz Tivibu ile yine görme engelli arkadaşlarımızın sesli betimleme ve sesli kumanda özellikleriyle daha rahat televizyon izlemelerine yardımcı oluyoruz. Sesli Adımlar projemiz ile bir çoğu alış veriş merkezi olan 25'in üzerinde mekânda herhangi bir desteğe ihtiyaç kalmadan sesle yollarını bulabilmeleri ve o mekânı yardımcısız dolaşabilmeleri için çalışıyoruz. Tablolar Konuşuyor sergimiz ile "Çılgılık", "Kaplumbağa Terbiyecisi" gibi çok önemli tabloları sesle betimleyerek yine görme konusunda zorluklar yaşayan arkadaşlarımız için sanatı onlara ulaşabilir kılmaya çalışıyoruz.

Altını önemle çizmek istediğim bir projemiz daha var. Bugün ben sadece cep telefonumdan ayda yaklaşık 12GB İnternet kullanıyorum ama Türkiye'deki hanelerin neredeyse %50'sinde, iş yerlerinin ise %35'inde henüz İnternete erişim yok. Bunun nedenlerini araştırdığımız zaman oldukça çarpıcı sonuçlar elde ettik. İlk sırada yer alacağını düşündüğümüz pahalılık ve maddi gücün yetmemesi durumu dördüncü neden olarak karşımıza çıkıyor. Neden İnternet kullanmıyorsunuz diye sorduğumuzda en çok aldığımız yanıtlar ise şunlar: kullanmayı bilmiyorum, hayatımda hiç bilgisayar açmadım, hiç İnternet kullanmadım, İnternet kullanmak için bir nedenim yok ki! O zaman şunu gördük; fiyatları çok ucuz yapsanız da büyük indirimler uygulasanız da, kalkınmada öncelikli yörelere özel destek olsanız da ki bunların hepsini yapıyoruz İnternet kullanmak için neden yaratmadığınız ve İnterneti kullanmayı öğretmediğiniz sürece başarılı olamayacaksınız. Dolayısıyla bu hedef doğrultusunda "İnternetle Hayat Kolay" projesine başladık. 50 ilde 35 yaş üstü 30.000 kişi 2017 yılının sonuna kadar bizden İnternet kullanımıyla ilgili eğitim alacak. Eğitim alanların çoğunu kadınlar oluşturuyor, çünkü kadınlar bilgiyi aktarmak konusunda erkeklere nazaran daha paylaşımcılar. Eğitimi kadınlara verdiğiniz zaman çarpan etkisi de artıyor.

Şimdi bir canlı bağlantı yapalım. Ordu'ya Emine Öztürk Hanım'a bağlanalım.

Mert Başar: Emine Hanım merhaba, nasılsınız?

Emine Öztürk: Teşekkür ederim, siz nasılsınız?

Mert Başar: Teşekkür ederim. "İnternetle Hayat Kolay" projesi ile ilgili şimdi kulaklarınızı çınlatıyorduk. Neler yaşadığınızı bizimle paylaşır mısınız?

Emine Öztürk: Neler yaşadım... Sizlere Ordu'dan sesleniyorum. 73 yaşındayım. İnternetle Hayat Kolay eğitimi aldım. Ondan sonra işlerimi daha kolay yapmaya başladım. Hastane randevularım düzeldi. Sizlerle yaptığım gibi. kızımın görüntülü konuşma yapıyorum. Sizlerle yaptığım konuşmadan zevk alıyorum. Twitter'da #2030Şimdi'den bütün olanları takip ediyorum. #2030Şimdi'yi unutmayın!

Mert Başar: Çok teşekkür ediyoruz. Çok teşekkürler Emine Hanım.

Emine Öztürk: İyi günler diliyorum.

Bugün teknolojinin hayatımızı nasıl değiştirdiğini, nasıl kolaylaştırdığını, 17 hedefe bizleri nasıl yaklaştırdığını beraberce dinleyeceğiz, tanıklık edeceğiz ve deneyimleyeceğiz. Konuşmamı bitirirken hepinizi, özel sektöru, bütun sivil toplum örgütlerini 2030 hedefler

Dünyanın Yapılacak İşler Listesi için Ağ Kurmak: Önümüzdeki 15 Yılın Hedefleri

Naomi Larsson

(The Guardian)



Nicolas Douillet

(Moderatör, UNDP)



Nicolas Douillet:

Günaydın, I hope everybody can hear me here. Hi, I'm Nicolas Douillet, the Head of Communications for UNDP here in Istanbul.

Naomi Larsson:

I'm Naomi Larsson. I work at The Guardian on the Global Development Professionals Network

Nicolas Douillet:

So, thanks for coming with us here. We're super excited to meet you for the first time and it's great to see the room so full of energy, it's really incredible to see all of you guys here. We're here to talk little bit about the role of journalism in development. You are a content coordinator but you also write for the Global Development Professionals Network at The Guardian, which has a huge role to play in terms of accountability and social justice. Can you tell us a little bit about how the whole project came about?

Naomi Larsson:

So, The Global Development Professionals Network at The Guardian is one of about twelve professional networks, which serve specific communities and different sectors. So obviously, I'm on the development one and there's society, there's education and it's basically to, kind of, explore community-based journalism where we serve the specific professionals and individuals who work in different sectors can come to us and it's to share ideas and experiences and really, kind of, get down to the main issues that they experience.

Nicolas Douillet:

Ok. And how— What's your sense of— How is it actually making a difference? Do you think that it has managed to influence the debate or actually resulted in change on the ground?

Naomi Larsson:

Yeah, I think because we really asked people of the community to come to us and share their stories, we're able to really get to, kind of, things that people wouldn't normally report on, which I think is really important. For example, we have the column called "Secret Aid Worker" where we invite aid workers to come and share their ideas and specific feelings with us. And we have been able to kind of really get down to core issues that they're facing. So, we did a series on mental health of aid workers, and we did a survey and found that it was a serious problem that aid workers were facing.

They weren't getting the right support from the NGOs, the NGOs that they are working for. So, we would, kind of, be able to expose that as a major issue for the aid workers.

Nicolas Douillet:

And how has it been received? I mean do you get reactions of people, do people get annoyed with the stuff that you published?

Naomi Larsson:

They can do but then I think we're open to debate, you know. That's why The Guardian has the comments open so anyone can come and write to us and we're always open to people coming and communicating with us. Our community base has grown so much since we've started. I've got some stats here. So, our membership now is 37,000 people and last year it was 29,000 and we have a really big social media following as well, so this year we've got 40,000 followers and last year it was half of that. So, people are interested and people want to really get the goods on the community as well.

Nicolas Douillet:

And so, can a person get involved, is it organizations that get involved, can anybody get involved? How does that work?

Naomi Larsson:

It's anyone. So, anyone can benefit from it. And we invite— Yes, any development professional can get in contact with us, send us an e-mail, if they have an article that they liked to write. So, a lot of stuff that we do come in pieces and a lot of analysis as well. NGOs can share best practices as well. So, it's anything. We're very much community-based and we want to build that and keep building.

Nicolas Douillet:

The other thing I noticed, I've been just thinking about this now, is that some of the aid workers that contribute publish anonymously.

Naomi Larsson:

Yes.

Nicolas Douillet:

Is that just for safety reasons or how does that work?

Naomi Larsson:

It depends on what they are writing about. Some of the stuff is really really sensitive. So, I mean— Look at the stuff of South Sudan this summer. We've had quite a few people coming to us and also talking about when they experienced sexual assault as working as an aid worker. And we obviously publish that [unintelligible] anonymously. It's really important, I think, to have a space where you can share really horrific experiences and very personal issues but have anonymity as well.

Nicolas Douillet:

Okay. And do people just come to you and they propose something and it's up to you to review it as an editorial—?

Naomi Larsson:

Yeah, that's how it works. And we offer— If someone's writing a comment piece for us, we will obviously, kind of, guide them and edit it and help them in any way that they need. But I think, you know, we are always looking for really good stories with a really good human interest angle. That's what people care about. That's what we want them to read.

Nicolas Douillet:

What do you think is the kind of most effective story that has come out recently?

Naomi Larsson:

I should really say what I've done last week. I did a big feature on a campaign stock institutionalization and that is something we had so much feedback from. People that were just really horrified by the abuses being committed in the orphanages around the world and I think that was something that wasn't really talked about before. You know, SDGs leave no one behind. These kids are being left behind, so it's the hope that after this article there will be more to follow it up and then we can change something.

Nicolas Douillet:

Good. I've one last question. When you look at way that stories being told now, how do you see the stories being told, let's say, 5-10 years? What's the direction this whole thing's going into?

Naomi Larsson:

I think, a lot of it will be— We're looking at, kind of, short and very digital-based storytelling and through pictures. I think it's really important as well. We publish quite a lot of galleries and if you can tell a story through pictures and with peoples' faces there, that's really important as well. Because we all have quite short attention spans, the things like that you can read quickly. That will be the future.

Nicolas Douillet:

Good. Thank you so much, thanks for taking part.

Naomi Larsson:

Great.

Nicolas Douillet:

Thank you so much.

Teknolojinin Gücünü Daha İyi Bir Yarın için Kullanmak:

Kurumsal Dijital Sorumluluk - Vatandaşları
Dijital Olarak Güçlendirmek

Cenk Kıvılcım

(Cisco Türkiye Genel Müdürü)



Burak Aydın

(Intel Türkiye Genel Müdürü)



Murat Kansu

(Microsoft Türkiye Genel Müdürü)



Mert Başar

(Moderatör, Türk Telekom,
Kurumsal Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı)



Mert Başar:

Çok şanslı olduğumuzu söylemek isterim. Türkiye'deki IT endüstrisinin en iyi adamları şu anda sahnede benimle beraber. Burak Aydın, sizinle başlamak istiyorum. İki önemli projeniz var; bir tanesi "Çözüm Kumbarası", diğeri de "Türkiye'nin Hayal Haritası". Biliyorsunuz Türkiye olarak 2030 hedeflerini nasıl yakalayacağız, teknolojiyle bunu nasıl başaracağız konusu üzerine odaklanıyoruz. Sizin projeleriniz bu konuyla nasıl eşleşiyor?

Burak Aydın:

Çok teşekkürler. Öyle değilmiş gibi görünse de bugünün dünyasında sosyal projeler ve teknoloji birbirleriyle çokalakalı. Teknoloji kişisel hayatımızın önemli bir parçası oldu. Sosyal fayda anlamında da kullanıyoruz ama daha fazla kullanmamız lazım. Biz uluslararası şirketlerin yöneticileri olarak yurt dışında sunum yaptığımızda Türkiye'den bahsederken, genç nüfusumuz ve bu nüfusun sosyal medyayı nasıl kullandığı ile övünüyoruz. Facebook'ta Twitter'da ilk onda olmak bir gurur kaynağı ama teknolojiyi sosyal fayda için yeterince kullanıp kullanmadığımız büyük bir soru işareti. Bu kadar genç nüfusu olan bir ülkenin, teknolojiyi bu kadar seven ve her 9-10 ayda bir cep telefonunu değiştiren bir nüfusun sosyal fayda için teknolojiyi daha fazla kullanmasını bekleriz. Dolayısıyla umarım bu ve benzeri toplantılar sosyal fayda sağlamak için teknolojiyi daha fazla kullanılmasına vesile olur.

Biz Intel olarak iki tane proje yaptık. Bir tanesi Çözüm Kumbarası'ydı. Çözüm Kumbarası toplumun sorunlarına toplumun kendisinin çözüm üretmesi fikriyle ortaya çıktı. Bütün çözümleri devletten beklemeden, özel sektörün kısıtlı kaynaklarına ihtiyaç duymadan toplumun bir bütün olmasını sağlayacak bir platform oluşturmak, bu platformda fikri olan sosyal girişimcilerle fikre destek olmak isteyenleri buluşturmak istedik. Başarılı olduğumuzu söyleyebilirim ama biz bu projeyi sürdürürken Bahçeşehir Üniversitesi'nde öğrenci olan 19 yaşında genç bir sosyal girişimci "Sosyal Ben" projesi ile müthiş bir başarıya ulaştı. Bizim şirket olarak ulaştığımız başarının çok ötesine geçerek 10.000 kişinin hayatına dokundu ve onların hayatında pozitif bir değişiklik yarattı.

Çözüm Kumbarası'ndan bir sonraki adımda ise Türkiye'deki gençleri ve girişimcilik ekosistemini daha iyi anlamak istedik. Bu noktada da Türkiye'nin hayal haritasını ve girişimcilik DNA'sını çıkarttık. Bu proje kapsamında 2000 kişiye ulaşıp hayallerinin ne olduğunu ve nasıl şekillendiklerini sorduk. Burada bizi bir miktar şaşırtan şey şu oldu; hayal kurmaktan korkuyoruz ve büyük hayallerimiz yok. Çocuklukta dahi hayal kurmak yerine belirli hedeflere doğru koşuyoruz. Oysa bilgiye erişimin, hayalleri hayata geçirmenin çok kolay olduğu bugünün İnternet dünyasında hayallerimize daha fazla vakit ayırmamız lazım. Araştırmamız gençlerin daha çok hayal kurduğunu ama yetişkinlerin bu hayalleri baskıladığını bize gösterdi. Bu baskıyı ortadan kaldırmamız gerektiğini, çocuklara büyüyünce doktor mu yoksa mühendis mi olacaklarını sormak yerine hayallerini, neleri değiştirmek istediklerini sormanın daha doğru olduğunu düşünüyoruz.

Mert Başar:

İntel Türkiye Genel Müdürü Burak Aydın'a teşekkür ediyoruz. Murat Bey, Microsoft Türkiye olarak kodlama konusunda önemli çalışmalar yapıyorsunuz. Bize "Minik Parmaklar Geleceği

Programlıyor” projesinden bahseder misiniz?

Murat Kansu:

Dünyada özellikle dijital alanda büyük bir dönüşüm var. Eskiden buhar makineleri nasıl kas gücünün yerini aldıysa artık beyin gücünün yerini de dijital dönüşüm, bilgisayarlar, otomatikleşme alıyor. Bu beyinle yaptığımız şey nedir? Dünyayı görmek, yaşantımızı değiştirmek, daha iyi yaşamak. Artık dijital dönüşümle birlikte bunları bilgisayarlar yapıyor ve bunun dışında kalmamamız lazım. Olaya böyle baktığımız için elimizden geldiğince bunu Türkiye’de ve dünyada desteklemeye çalışıyoruz.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile çok eskilere dayanan bir işbirliğimiz var. 2000’lerin başında başlayan ve hala devam eden “Bilenler Bilmeyenlere Bilgisayar Öğretiyor” projesi; Türkiye’deki sosyal imkânları kısıtlı gençlere, kadınlara, çocuklara, dezavantajlı bireylere bilgisayar okuryazarlığını öğretmeye çalışıyor. Bu projede yer almaktan çok mutluyuz.

Onun yanı sıra gerçekleştirdiğimiz başka çalışmalar da var. Bazılarında belki sizler de yer alıyorsunuzdur. En önemlisi “Açık Akademi”. Açık Akademi Türkiye’nin en büyük online kod yazmayı öğretme platformu. Şimdiye kadar 190.000 kişi bu akademiden geçti ve bu sayı giderek artıyor. Bu proje neden önemli? Çok istememize ve gerekli olmasına rağmen kod yazma henüz Milli Eğitim müfredatımıza girebilmiş değil. Bu konuda Cisco ile çalışmalarımız devam ediyor. Ancak bu arada yapabileceğimiz bir şey olmalı diye düşünerek Açık Akademi projesini başlattık.

Diğer bir projemiz de “Minik Parmaklar Geleceği Programlıyor”. Habitat ve Finansbank ile yürüttüğümüz projede 8-12 yaş arasındaki çocuklar kod yazarak oyunlar geliştirdiler. 22 şehirde 5000 çocuk bu eğitimlerden geçti ve yaptıkları oyunları bize sundular. Yaklaşık iki hafta önce konularında uzman bir jüri kazananları seçti. Ben gördüğüm oyunlara inanmadım, gerçekten inanmadım. Çok karmaşık, heyecanlı... Bunları yapan, sunan çocuklar sekiz yaşında ve daha doğru düzgün konuşamıyorlar bile. İnanılmaz güzel bir deneyimdi. Bizim için çok önemli olan bu çalışmayı Habitat ve QNB Finansbank ile devam ettireceğiz. Yine Habitat ile beraber yürüttüğümüz ve çok önemsedığımız “Geleceğini Tasarla” programı ise gençlere web tasarımı, programlama gibi becerileri kazandırmayı hedefliyor.

Geçtiğimiz yıl “Teknolojinin Kadın Liderleri” yarışmasını düzenledik. Türkiye’de 5000’e yakın bilgisayar mühendisliği öğrencisi var. Bunların yalnızca %15’i kadın. Dijital teknoloji ağırlıklı olarak erkeklerin hakim olduğu bir sektör. Bunu artırmamız gerektiğine inanıyor ve bu nedenle kadınların daha öne çıkmasını destekleyici çalışmalar yapmaya çalışıyoruz. Yarışmamıza ev kadınlarından lise öğrencilerine kadar geniş bir katılım oldu ve inanılmaz projelerle geldiler. Benzer çalışmalarla kadınlara desteklerimize devam edeceğiz.

Mert Başar:

Teşekkür ederiz Murat Bey. Eskiden erken kalkan yol alır denirdi şimdi erken kodlayan yol alıyor. Cenk Bey, Cisco bu konuda nasıl çalışmalar yapıyor?

Cenk Kıvılcım:

Hepiniz giriş kartlarınızı almak için sıraya girdiniz ve hazırlanmasını beklediniz. Aslında teknoloji bunların hepsini çözebilir. Sisteme kayıt olurken bir fotoğraf yükleyebilirdiniz ve yüz tanıma sistemi sayesinde siz gelir gelmez kartınız hazır olabilirdi. İsmınızı vermenize, kartınızın hazırlanması için beklemenize gerek kalmazdı.

Dört tane CEO buraya gelmek için yaklaşık olarak yolda bir saat zaman harcadık. Geri dönüş için de aynı zamanı harcayacağız. Bir kişi için iki saatlik, dört kişi için hesaplarsak sekiz saatlik bir verim kaybından söz edebiliriz. Neredeyse bir iş günü. Teknoloji bunu da çözebilir. Telekonferans, telepresence koyarak hepimiz kendi ofisimizden bağlanabilirdik. Asıl gelmek istediğim nokta şu ki dijital dönüşüm her sektöre her yere dokunmaya başladı.

Cisco olarak yaptığımız araştırmaya göre önümüzdeki on senede dijital dönüşümden tam 19 trilyon dolar değerinde bir katma değer çıkacak. Türkiye olarak biz bunun neresinde olacağız? Önemli endüstrilerimiz nelerdir, bunlara doğru dijital dönüşüm yaptırabilecek miyiz? Hepimizin bu konular üzerinde düşünmesi lazım. Önümüzdeki üç yıl içinde her 10 market liderinden 4'ü değişecek. Düşünürseniz bu hem bir fırsat hem de bir tehdit. Mesela inşaat sektörüne bakarsak, dünyada Çin'den sonra yurt dışında en fazla inşaat yapan ikinci ülkeyiz. Eğer burada akıllı bina yazılımlarını Türk firmaları değil de başka firmalar yaparsa işin katma değerini yine onlara kaptıracağız. O yüzden biz Türkiye'nin buradan önümüzdeki on sene içinde tahminen 192 milyar civarında bir katma değer çıkaracağını düşünüyoruz. Bu da yetmiyor, çünkü % 1, zaten dünya gelirinden bu kadar bir pay alıyoruz. Bizim mutlaka bu konularda daha aktif çalışmamız lazım.

Eğitime daha fazla fırsat tanımalıyız. Bizim Cisco Academy adında bir kuruluşumuz var. Belirli bir eğitim programını tamamladıktan sonra IT okur-yazarlığına ve uzmanlığına kavuşuyor ve dünyada geçerli olan bir sertifika sahibi oluyorsunuz. 1997 yılından beri dünyada bu program kapsamında 5.5 milyon kişi eğitim görmüş. Türkiye'de de 2000 yılından beri yaklaşık 53 bin insanımızı eğittik. Eğitim alanların %25'ini kadınlar oluşturuyor. Kadınların bu sektörlere katkısı bizim için çok önemli. Yine Birleşmiş Milletlerle beraber 2005 yılından beri yürüttüğümüz bir program kapsamında da yaklaşık 3000 kişiyi eğittik. Her şeyin başı eğitim. İkincisi ise odaklanma. Hangi alanlara odaklanacağımıza çok iyi karar vermemiz gerekiyor, çünkü veri artık yeni petrol. Veriyi doğru toplamak, değerlendirmek ve gelecek için doğru analiz etmek çok önemli bir hale geldi. Önümüzdeki yıllarda "data mining", "data processing" ve "predictive analyse" olarak adlandırdığımız bu alanlarda çok iş fırsatı çıkacak. Okullarımızda, üniversitelerimizde bu yönde eğitim verebiliyor muyuz, akademisyenlerimiz derslerini bu yönde hazırlıyorlar mı, teknoloji firmaları olarak nasıl katkıda bulunuyoruz? Bunlar bizim sürekli üzerinde durduğumuz ve çalıştığımız konular. Genç nüfusumuzu doğru kullanabilirsek Türkiye önümüzdeki 15-20 sene içinde gerçekten hedeflediği noktalara gelebilir. Ancak bu dönemi verimli kullanamazsak bu avantajımızı kaybederiz.

Mert Başar:

Teşekkür ederiz.

Sosyal Fayda için Mobil Gazetecilik

Başak Çubukçu Sulanç

(Al Jazeera)



Şükrü Oktay Kılıç

(Al Jazeera)



Başak Çubukçu Sulanç:

3D YearBook For Blind Students” – “Görmeyen Öğrenciler için 3 Boyutlu Yıllık” videosunun yayınlanmasından hemen sonra Illinois Üniversitesi’nde doktora yapan bir akademisyenden mail aldım. Kendisi engelli öğrencilerin eğitimi konusunda eğitim veriyordu ve lisans öğrencilerine bu videoyu göstermeyi istedi. Önemliydi çünkü dünyada eşi benzeri yoktu. Haberi yapmak çok güzel, ama inanın bir gazeteci olarak bu dönüşler çok daha güzel. Sosyal medya yaklaşık 10 yıldır hayatımızda olmasına rağmen böyle video içerikler son iki yıldır önem kazandı. Bu tarz içerikleri oluşturmanın kendi doğası, refleksleri, dinamikleri ve kendine ait bir dili var. O dili bize Oktay anlatacak.

Şükrü Oktay Kılıç:

Merhaba! İkimiz de Al Jazeera Türk’de çalışıyoruz. Görmeyen Öğrenciler için 3 Boyutlu Yıllık videosunu da Başak Çubukçu sadece akıllı telefonunu kullanarak çekti. Sosyal videolar 2014’de bir haber anlatım tekniği olarak hayatımıza girdi. Dünya bu içerik türüne alışkın ama Türkiye’de ana akım medya ve sivil toplum kuruluşları sosyal videoya henüz yeni yeni ve daha düşük yoğunlukta girdiler.

Sosyal video aslında kullanıcılara içeriği yoğunlaştırılmış bir şekilde aktarmaya çalıştığımız bir metin. Arkasında bir müzik ya da bir sunucu olabilir, bir ses olabilir. Biz bir buçuk yıldır insan hikayelerinde bu içerik türünü kullanıyoruz ve sosyal videolar sayesinde Türkiye pazarında çok büyük kitlelere ulaşma şansımız oldu..Haberlerimiz milyonlarca insana tarafından izlendi.Haberlerini yaptığımız insanların hayatlarına da çok olumlu katkılar sağladı. Yayınladığımız videolardan sonra bu insanlara yardım etmek için gönüllü vatandaşlar bir araya geldiler, kampanyalar düzenlediler, onlara sürprizler yaptılar, hediyeler gönderdiler. Onları harekete geçirmeyi başardık. Örneğin

Mehmet Kadir Karamanlı yılbaşı gecesinde -üstelik o gün onun doğum günüydü- Eminönü'nde kar altında atık kağıt topluyordu. Daha sonra İstanbul'da bir grup genç bir araya geldi ve sürpriz yaparak onun doğum gününü kutladılar, pasta kestiler. Diyarbakır'dan Yeter, daha bebekken geçirdiği bir hastalık yüzünden iki bacağını da kaybetmişti. Yine haberimizden sonra protez bacakları takıldı. Aydın'da demiryollarında çalışan yol bekçisi İbrahim Çivici "Makinistler yandan geçerken bana selam vermiyor" dedi haberin videosunda. Hemen ertesi gün haberi izleyen bir makinist koca treni durdurup ona selam verdi. İnsanlar change.org'da kampanyalar başlatıp onu tatile gönderdiler. Peki bu videoları üretebilmek için illa büyük medya, haber medyası olmanızı mı gerekiyor? Hayır gerekmiyor, az önce dediğim gibi biz bu videoların çoğunu sadece akıllı telefonlar kullanarak yapıyoruz. Bir bilgisayarınız ve bir video edit programınız varsa siz de bu tür içerikler üretebilirsiniz. Üretim kısmını Başak Çubukçu anlatacak bize.

Başak Çubukçu Sulanç:

Mobil gazetecilik dediğimizde aslında akıllı telefonları kullanıyoruz. 22 yıllık televizyoncuym. Bugüne kadar hep kameramanla işe gittim ama sosyal medya ve video içerik üretirken sahada tek başınızdasınız. Elbette ki tripod ve ses mikrofoni kullanıyorum. "Filmic Pro" adında profesyonel çekime uygun, fokus ve diyafram konusunda büyük rahatlık sağlayan bir uygulama ile kendi video içeriklerinizi üretebilirsiniz.

Ben bugüne kadar Al Jazeera'da yaptığım hikayelerimi, insan hikayelerimi telefonumla çektim, tek tabanca olarak sahaya çıkıyorum. Üretim çok önemli. Biz insanların hikayelerini toplamaya çalışıyoruz. İyi de topladığımızı düşünüyorum. Herkesin gördüğü ya da her zaman karşılaşmadığımız, burnumuzun dibinde olup da aslında neden ve nasılına inmediğimiz hikayelerin biraz daha derinine iniyoruz. Al Jazeera Türk'ü insan hikayelerinde bu kadar farklı kılan bence bu. Herkesin gördüğüne odaklanmamak, herkesin görmediğine bakmak. Haber detayda gizli, siz bu detayı yakaladığınız anda farkınızı da ortaya koyuyorsunuz diye düşünüyorum.

Konya'da kırmızılı bir kadın vardı, herkesin deli gözüyle baktığı... Tam üç gün harcadım. Hikayesi görünenden çok daha başka olmalı diye düşünüyordum. Kıpkırmızı giyiniyor, kırmızı rujlar sürüyordu. Üçüncü gün bana güvendi ve bir çay bahçesinde taburelerde otururken anlattı hikayesini. Aslında herkesin deli gözüyle baktığı Sultan Özcan, şiddet mağduru, sırf çocuğu olmadığı için eşi tarafından terkedilmiş bir kadındı. Haberi bu şekilde yaptım. Bu bir tercihtir. Hikayenizin odağına insanı koymak haberinizi ve sizi çok başka yerlere götürüyor. Önemli olan hikayenin gücünün onu anlatanın gücüyle birleşmesi. O zaman sizi yarı yolda bırakmıyor. Teşekkür ederim.

Şükrü Oktay Kılıç:

Türkiye'de bu tür içeriklerin yaygınlaşması adına medya ve sivil toplum kuruluşlarının yapabileceği çok şey var. Bunlardan biraz bahsetmek istiyorum. Özellikle kâr amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşları için söylüyorum çünkü sosyal medya platformlarının hepsi her geçen gün daha ticari yapılar haline geliyor. Burada oluşan ekonomi de geleneksel ekonomiden çok farklı gelişmedi. Bir pazarlama tanıtım bütçeniz yoksa bu platformlarda organik olarak büyümeniz, işinizin milyonlara

ulaşması zor. İstisnaları var. Çok az takipçisi olan sayfalardan milyonlara ulaşan işler çıkıyor ama bu noktada en önemli şey içerik ortaklığı konusunda medya ve sivil toplumun yağıcağı iş birliği olur.

Türkiye’de çok fazla rastlamıyoruz ama dünyada çok güzel örnekleri var. Bu tür bir işbirliği ile kurumlar arasında hem teknik bilgi aktarımı olur hem de sosyal medyada organik büyüme gerçekleştirilir, ulaşılan insan sayısı artar, işlerin yarattığı etki daha büyük olur. Küçük bir kız çocuğı olan Janna Jihad, Filistin’de Batı Şeria’da küçük bir köyde yaşıyor ve kendisi gazeteci olarak nitelendiriyor. Kendine göre haber niteliğı taşıdığını düşündüğü işlerini kayda alıp Facebook sayfasında yayınlıyor. Biz de onu Facebook’daki sayfasından gördük, o zaman otuz bine yakın takipçisi vardı. Janna Jihad ile İnternet üzerinden bir röportaj yaptık, sonra onun kendi sayfasına yüklediğı videolarla bunu birleştirip bir sosyal video oluşturduk, şimdi takipçi sayısı 220 bine ulaştı.

Her ne kadar bu platformlar giderek ticari hale gelse de hala ara yollarla buralara sızmaya çalışıyoruz.

Bir hafta kadar önce UNICEF’in yerlerinden edilen çocuklarla ilgili bir kapsamlı bir raporu yayınlandı. Yüz sayfalık bir raporu sizin milyonlara ulaştırmanız pek mümkün değil, ama UNICEF, yerlerinden edilen 10 milyon çocuktan üçüyle bir video röportaj hazırlayarak medyadaki içerik ortaklarıyla paylaştı. Onlar bu haberi kendi formatlarına göre şekillendirerek milyonlarca kişiye ulaşmasını sağladılar. Böylece araştırmanın tamamı olmasa bile bilgisi ve genel amacı milyonlarca kişiye ulaştı. İlgilenenlerin raporu daha kapsamlı olarak incelemesinin yolu açıldı. Teşekkür ederim.

Çocuklar ve Müzik Yoluyla Kapsayıcılık

Gülsin Onay

(Piyanist, UNICEF Türkiye İyi Niyet Elçisi)



Video Mesajı

Merhaba sevgili dostlar. Ben Gülsin Onay. Geçtiğimiz yıl Sosyal Fayda Zirvesi İstanbul Buluşması'nda sizlerle olmanın güzelliğini yaşamıştım. Bu sefer yanınızda değilim ama teknolojinin imkânlarını kullanarak karşınızdayım. Eminim bugün İstanbul'dan tüm dünyaya yarını yaratmak üzerine çok değerli mesajlar verilecek.

2030 yılında barışın egemen olduğu, bireysel ve toplumsal sınırlara saygı duyulan doğal kaynakları korunan insanoğlunun evrensel değerleri ve teknolojinin en son olanaklarını kullanarak evrildiği, elbette müziğin en güçlü birleştirici güç olduğu bir dünyada yaşamak istiyorum. Çok zor değil. Niyet edersek, zorluklar ve engeller karşısında yılmadan çalışmaya devam edersek ve bunun mümkün olduğuna tüm varlığımızla inanırsak gerçekleştirebiliriz.

Haydi Şimdi 2030! Hepinize kucak dolusu sevgilerimi, saygılarımı ve teşekkürlerimi gönderiyorum.

Sosyal Fayda Koruyucuları: İyiliği Desteklemek

Uygar Özesmi

(Good4Trust)



Mete Meleksoy

(TEGV)



Ali Ercan Özgür

(Moderatör, IDEMA)



Ali Ercan Özgür:

Sosyal fayda ve iyilik iki temel meselemiz. Bu konuyu da Türkiye’de anlatabilecek birbirinden değerli iki konuğum var. Eski bir TEGV çalışanı olarak Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı’nın Türkiye’de sivil toplum alanında bir okul olduğunu düşünüyorum. Uygar Özesmi ise sosyal girişimcilik denince benim için akla ilk gelen isimlerden birisi.

İlk olarak Good4Trust’ı daha iyi tanımak, sosyal fayda nereye gidiyor, ne yapmak gerekiyor sorularına yanıt aramak için sözü Uygar Özesmi’ye bırakıyorum.

Uygar Özesmi:

Bugünkü bağlamda iyilik ya da sosyal fayda dediğimiz zaman şöyle düşünebiliriz: Küresel hedeflere katkı koyan her şeye iyilik ve sosyal fayda diyebiliriz, çünkü bu hedefler insanlık için bir doğrultu sağlaması açısından çok önemli.

Sosyal fayda aklımıza öncelikle bir gönüllülük projesinde ya da bir sivil toplum örgütünde çalışmayı getiriyor aklımıza. Halbuki yapmamız gereken şeylerin başında sosyal faydayı ve iyiliği

içselleştirmek geliyor. İçselleştirmeyi sosyal girişimler vasıtasıyla yapıyoruz. Her sabah kalkıyor akşama kadar çalışıyor sonra eve dönüyoruz. Bu çalışma saatlerinin içerisinde dünyaya dair bir katkı sağlıyoruz ama küresel hedeflere nasıl bir ekleme yapıyoruz? İşte bunu düşünmemiz gerekiyor. Bunu yapabilmek için de ekonomik bir dönüşüme ihtiyacımız var, çünkü herkes bir şekilde ekonomik çarkın içerisinde. Geçimini sağlıyor, para kazanıyor, çocuklarını okutuyor. Bizim esas meselemiz işte o ekonomik etkinlikleri doğa ve toplum için faydalı hale getirmek.

Bu amaçla son dönemde Good4Trust.org adına bir sosyal girişim projesi üzerinde çalışıyorum. Burada ne yapıyoruz? Hangi sektörden olursa olsun ekolojik ve sosyal açıdan adil üretim yapan ve hizmet sunan insanları Good4Trust platformunun altında bir araya getiriyoruz ve üretimlerini bizlerle, sizlerle, toplumla buluşturmasını sağlıyoruz. Böylece bir topluluk oluşturuyoruz. O topluluktaki insanlar ekolojik ve sosyal açıdan adil ürünleri satın alarak hem onların kazanç elde etmelerini hem de küresel hedeflere katkı sağlayan ekonominin gelişmesini ve güçlenmesini sağlıyor. Ekonomiyi yavaş yavaş tabandan dönüştürerek toplumla buluşturuyor, bir sosyal hareket olarak bizim ekonomiyi ve dolayısıyla doğayla olan ilişkimizi, toplumla olan ilişkimizi yeniden tanımlamamıza olanak sağlıyor.

Dolayısıyla benim ana mesajım şu: Küresel hedeflere yönelik sosyal faydadan bahsediyorsak yapmamız gereken ilk iş o sekiz, on, on iki saatte ne yapıyorsak onu dönüştürmek, onu iyileştirmek ve hayatımızı kazandığımız her şeyi sosyal faydaya yatırım olarak planlamak. İşte o zaman dönüşümü gerçekleştirip yeni bir dünyaya doğru hareket etme şansımız olur.

Ali Ercan Özgür:

Sosyal faydayı zaman ve değer anlamında tanımlamak çok önemli. Peki bütün bu konuştuğumuz konuları eğitim alanında nasıl değerlendirmeliyiz. Bu anlamda TEGV'nin eğitim ve geleceğe dair öngörülerini çok değerlidir. Mete Bey, yeni eğitim süreçleri oluşturmak, resmi olmayan eğitim alanları konusunda yeni bakış açıları ve çocuklara beceriler kazandırma söz konusu olduğunda neredeyiz? Dünya nereye gidiyor?

Mete Meleksoy:

Bizim bir ilan-ı aşk beklentimiz var. OECD Daha İyi Bir Yaşam Endeksinde Türkiye

sondan üçüncü, Birleşmiş Milletler İnsani Gelişmişlik Endeksinde eğitimdeki performansı nedeniyle Trinidad Tobago ile yarış halinde, PISA değerlendirmesinde çocuklarımız temel Matematik, Fen, okuma becerilerinde en sonlarda. Dünyada da farklı değil. UNESCO'nun taptaze bir raporu var. Eğitimin her bir sürdürülebilir kalkınma hedefini nasıl etkilediğini ortaya koyuyor fakat hemen karşısında orta ve düşük gelirli ülkelerin daha temel eğitimi bile tamamlamaktan çok uzak olduğunu görüyoruz.

Zenginlerin dünyasında hadron çarpıştırılıyor, yapay zeka, uzay araştırmaları, bilimde ve sanatta son akımlar konuşuluyor. Ticarete, finasta, sanayide, iletişimde bütünleşerek küreselleştik ama tüm gezegeni ve insanlığı ilgilendiren sorunlarda fena halde ayrı düştük. $62=2.5$ milyar denklemini

biliyor musunuz? Dünyanın en zengin 62 insanının geliriyle en fakir 2.5 milyar insanının toplam geliri birbirine eşit. Bu böyle gitmez.

Nobelli iktisatçı Joseph Stiglitz “3 Trilyon Dolar” adında bir kitap yazdı. Bahsedilen 3 trilyon dolar 2008 yılında FED’in piyasalar sakinleşsin diye bastığı nakit rakamdır. Kitap rafa geldiğinde bu rakam 4 trilyon dolar olmuştu. 12 trilyon dolara vardığında ise ben takip etmeyi bıraktım. Bugün dünyada temel eğitime yapılan yardım ise beş milyar dolar. Bu yalan dünyada bu bir gerçek ve sivil toplum gerçek bir iş yapıyor. Yine OECD’nin aynı çalışmasından Türkiye özelinde de sivil toplumun umut vaat eden tek parametre olduğunu, umudun kalesi olduğunu görüyoruz.

TEGV “Nitelikli eğitim bazı çocukların değil her çocuğun hakkıdır” diyor. Türkiye’nin 72 noktasında faaliyetleyiz. Milli Eğitim Bakanlığı’ndan sonraki en yaygın yapıyız. Eğitim parklarımız, öğrenim birimlerimiz ve ateş böceklerimiz, gönüllülerimiz çocuklarımıza matematik, fen, okuma ve sanat eğitimleri veriyor, çok çeşitli sosyal etkinlikler düzenleniyor. Çocuklar eğlenerek, yaparak yaşayarak öğreniyor. Eğitim dediğimiz şeyin temeli de sevgi, ilgi ve özen. Biz TEGV’de özgüvenli, mutlu, meraklı, yeniliklere açık hayal kurabilen ve topluma duyarlı insanlar yetiştiriyoruz.

Harvard’da da ders olarak okutuyorlar TEGV’i. Gönüllülüğün ve kurumsal bağlılığın yani örgütlü bağlılığın dipte olduğu Türkiye’de 70.000 gönüllü ve 600.000 bağışçının desteğiyle 2.5 milyon çocuğa ulaştık. Mardin Savur’da 21 yıldır varız. Civar köyler dahil dokunmadığımız çocuk yok. Şayet Aziz Sancar’ın çocukluğunda TEGV kurulmuş olsaydı bugün bir TEGV çocuğu Nobel almış olacaktı. Bizim heyecanımız bu. Coğrafyamız Türkiye ama hizmet insanlığı.

Teknoloji, İnternet ve sosyal medya dediğimiz zaman bildiğimiz fizik kuralları değişti. Yani bir kişi milyonlarca kişi ile beraber aynı anda çok sayıda yerde olabiliyor ve çok çeşitli hamle yapabiliyor. Türkiye’de 42 milyon kişi her gün iki buçuk saatini sosyal medyada geçiriyor. TEGV’de gönüllü ile çocuk haftada iki saat buluştuğunda ortaya bu olağanüstü tablo çıkıyor. Bugün aklınızda kalmasını istediğim tek ve en önemli mesaj şu: Beğenmek, “like etmek” çözmeye yetmiyor, uzaktan sevmek aşların en güzeli değil. Bu nedenle medya ve faydayı sosyal parantezine alarak $2 \times 2 = 9$ etkisini yaratacağız. Siz de aşkınızı ilan edin. Lütfen aylık 5-10 lira bile olsa düzenli bağış yapın, haftada iki saat bile olsa sahada gönüllülük yapın ama yapın. Eylem şart! Bugüne kadar bunu Türkiye’de kime söylesek imkânsız dedi. O zaman tam zamanıdır ve hepimize yararlıdır.

Ali Ercan Özgür:

Son derece ufuk açan bir konuşma oldu. Çok teşekkürler. Uygur Özemesi; siz Good4Trust’dan başka siz change.org’unda Türkiye kurucusu ve temsilcisisiniz. Good4Trust’a herkes üye olabiliyor mu?

Uygur Özemesi:

Bundan dört yıl önce change.org’u kurduğumuz zaman adı sanı duyulmayan bir oluşumdu. Bugüne baktığımızda Türkiye’deki her dört İnternet kullanıcısından bir tanesinin change.org platformu üzerinde imza atar hale gelmiş olduğunu ve atılan her üç imzadan bir tanesinin de gerçek anlamda bir değişim yarattığını görüyoruz. Demek ki Mete Bey’in söylediği gibi beğenmek yetmiyor, harekete geçmek, bir eylem yapmak gerekiyor.

Good4Trust yeni bir oluşum ve daha yeni harekete geçmeye başladı. Herkes üye olabilir. Good4Trust.org'a giriş yapınca "türetici" oluyorsunuz. "Türetici" ne demek? Doğayı, insanları tüketen, yok eden, içini boşaltan değil tam tersi türeten, değer katan, artıran bir kavram. Türetici olarak öncelikle yaptığınız bütün iyilikleri yazıyorsunuz, ama en önemli iyilik ne? Ekolojik ve sosyal açıdan adil bir ekonomiyi desteklemek. Yaptığı işin sosyal fayda üretmediğine, doğaya ve insana bir miktar zararı olduğuna inanan herkes, bu platformu kullanarak kazandığı para ile ekolojik ve sosyal açıdan adil bir fayda üretecek bir işletmenin ürünlerini ve hizmetlerini satın alabilir, onları destekleyerek, sosyal girişimciliğin büyümesine katkı sağlayabilir.

Good4Trust temelde bunu yapıyor, yani bugünkü teknolojileri kullanarak bir gelecek hayali kuruyoruz. O gelecek hayalimiz ise Küresel Hedefler. Küresel Hedeflere ulaşmak için bir araya geleceğiz, birlikte hareket edeceğiz, yatırımlarımızı -ki bu zaman ya da para olur- bir araya getirerek sivil toplumu güçlendireceğiz. İşte bunu yaptığımız zaman sosyal fayda ortaya çıkıyor.

Ali Ercan Özgür:

Mete Bey, kapanışı sizinle yapalım.

Mete Meleksoy:

Kültürümüzde imece diye bir şey var. Tespitlerimize göre insanlar her ay yapılan 5TL, 10TL'lik tutarların fark yaratacağına inanmıyor, yaptıkları bağış küçük görüyorlar. Oysa TEGV'in Ankara'dan asgari ücretli olup ayda beş lira düzenli ödeme yapan bağışçısı var. Yani bizim kitlelere ulaşmamız gerekiyor. Burada önemli olan yapılan bağışın büyüklüğü değil, çok küçük bile olsa bağışçı aslında önce gönlünü sonra parasını veriyor. Çevre, çocuk, eğitim... ilgilendiği dava ne olursa olsun onu sahipleniyor ve takip ediyor.

Ali Ercan Özgür:

Konuşmacılarımıza çok teşekkür ederiz.

Fayda için Facebook: Sadece bir oyuncak mı?

Nilay Erdem

(Facebook)



Emre Kızılkaya

(Moderatör, Hürriyet)



Emre Kızılkaya:

Aslında Facebook'un sadece bir oyuncak olmadığını sosyal faydaya hizmet ettiğini hepimiz biliyoruz. Bunu hem kendi gündelik hayatlarımızdan hem de dünyanın dört bir yanından gelen haberlerden görebiliyoruz. Kendi hayatımdan örnek verirsem; geçenlerde bir gazeteci arkadaşımın Facebook üzerinden yaptığı kan bağıışı duyurusu gördüm. Hemen haberdar olduğum için gidip akrabasına kan verebildim. Dünyaya baktığımızda Brezilya, Endonezya gibi ülkelerde özellikle yolsuzlukla mücadelede halkın Facebook'u daha etkin bir şekilde kullanması sayesinde hükümetlerin daha şeffaf olduğunu, daha hesap verebilir hale geldiklerini görebiliyoruz.

Biz de Hürriyet olarak tüm dünyada Facebook üzerinden düzenli canlı yayınlara başlayan ilk gazetelerden biriyiz. Son 6 ayda yaptığımız 50 program yaklaşık 12-13 milyon kişiye ulaştı. Sosyal fayda açısından baktığımızda Facebook'un bize ekstra katkısı şu oluyor; biz sadece okurları bilgilendirmiyoruz, onlarda bizi bilgilendiriyorlar ve yaptıkları geri bildirimler sayesinde yayınlarımızı daha üst bir noktaya taşıyabiliyoruz. Biz Facebook üzerinden her gün farklı formatlarda canlı yayınlar yapıyoruz. Geçtiğimiz Mayıs ayında Ertuğrul Özkök ile yazarlarımızı ve okurlarımızı bir araya getirdiğimiz "Soru Hürriyeti" formatında yaptığımız yayında, okurlarımız Kilis hakkında o kadar çok soru sordu ki biz sadece yanıtlamakla kalmayıp Kilis'e gittik ve içinde 360 derecelik bir videonun da olduğu ve çok beğenilen bir dosya hazırladık. Facebook'un 3600 Video Player uygulaması üzerinde de bunu yayınladık. Haberle ilgilenen okura doğrudan ulaşabiliyorsunuz. Bu anlamda 1.7 milyar kişiye erişebileceğiniz ve bir sosyal fayda yaratacak bu kadar büyük başka bir platform yok. Facebook'un gazetecilere ve okurlara yansımaları böyle. Peki Facebook'un kendisi STK'lara, şirketlere nasıl ulaşıyor Nilay Hanım?

Nilay Erdem:

Çok teşekkürler Emre Bey. Gerçekten Hürriyet çok aktif kullanıyor Facebook'u. Facebook'un misyonu insanlara paylaşım gücü vermek, dünyayı daha açık ve bağlantılı bir hale getirmek. Sizin de belirttiğiniz gibi 1,71 milyardan fazla insan Facebook kullanıyor. Türkiye'de de 43 milyonun üzerinde kullanıcımız var. Dolayısıyla sosyal fayda ile ilgili sivil toplum amaçlarının kişilerle paylaşılması ve insanların da aynı şekilde önemsedikleri sivil toplum amaçlarıyla bir araya gelmeleri için çok önemli bir platform.

Bu konuda yaptığımız çalışmaları iki farklı açıdan anlatmak isterim. Öncelikle kendi bünyemizde oluşturduğumuz ve birlikte çeşitli ürünler geliştirdiğimiz bir sosyal fayda ekibimiz var. Bu ekibimizin geliştirdiği uygulamalardan birisi "Safety Check - Güvenlik Durumu Kontrolü". Hem doğal afetlerde hem terör gibi insan eliyle gerçekleşen durumlarda kişilerin güvende olduklarını sevdiklerine belirtmelerini sağlıyor. Türkiye'de de maalesef çeşitli kereler kullandık Safety Check uygulamasını. Bunun dışında örneğin seçimlerde oy verdiğinizizi belirtebileceğiniz "Oy Ver" butonunu da Türkiye'de kullandık. Son dönemde kullanmaya başladığımız "Cultural Moments" uygulamamız da ilginizi çekmiş olabilir. Önemli günlerle ilgili küçük kutlamalar yapmamızı sağlıyor.

Bunun dışında STK'lar bizzat kendi amaçları ile ilgili Facebook platformunu kullanabilirler. Biz bir yandan bununla ilgili araçlar, ürünler geliştirirken bir yandan da bunları nasıl kullanabilecekleri ile ilgili STK'lara bilgi vermeye çalışıyoruz. Bu konu ile ilgili yakın dönemde ortaya çıkan nonprofits. fb.com adında bir portalımız var. Son derece etkin biçimde kullanabilecekleri bir portal. STK'ların Facebook sayfası açmaktan başlayarak, nasıl gönüllü toplayabileceklerine, onları nasıl harekete geçirebileceklerine, "Etkinlikler", "Gruplar", "Canlı Yayın" gibi farklı uygulamaları nasıl kullanabileceklerine dair bilgileri bu sayfada paylaşıyoruz. Bunun yanı sıra ilham alabilecekleri, başarılı STK uygulamalarına da ulaşmalarını sağlıyoruz.

Emre Kızılkaya:

Facebook hem gazete okurları hem sivil toplum örgütleri hem de şirketler için sosyal faydanın çok üst düzey kullanılabileceği bir platform.

Nilay Erdem:

Oldukça yeni olduğu için özellikle bahsetmek istediğim bir uygulama daha var. Olimpiyatlarda da kullandığımız "Profil Fotoları Çerçevesi" adında bir çalışmamız var. Facebook bu uygulamayı dünyadaki bütün STK'lara da açtı. Dolayısıyla mesela siz kadınlarla ilgili çalışan bir STK iseniz 8 Mart'ta bir çerçeve koyabilir, insanların doğrudan profil fotoğrafları üzerinden o fayda ile ilgili bir paylaşımında bulunmasını sağlayarak farkındalığı artırabilirsiniz.

Emre Kızılkaya:

Facebook bir yandan da önemli bir eşik bekçisi haline geldi. Bu durumun sosyal faydası olduğu şüphesiz ama nasıl daha ileri götürebileceğimiz üzerinde belki hep beraber kafa yormamız

gerekiyor. Algoritma da bunlardan birisi. Facebook'un algoritması her haberi herkese göstermiyor. Seçerek, belli kriterlere göre gösterim yapan gizli bir algoritması var. Facebook üzerinde yalan haberlerin yayılması da mümkün oluyor. Daha sonrasında bir düzeltme yapılsa bile daha az paylaşıldığı için yalan habere göre daha az yayılıyor. Belki sadece paylaşılma sayıları yerine aynı zamanda Facebook'un herkese açık olan yayın ilkelerine göre bu haberin gerçekliği üzerine bir tespit yapılabilir.

Geçenlerde Norveç'te yaşanan örnek var mesela. Vietnam'daki Amerikan bombardımanından kaçan küçük kızın meşhur tarihi fotoğrafı, kız çocuğu çıplak olduğu için Facebook tarafından çıkarıldı, daha sonra geri alındı. Facebook algoritmasını, yayın ilkelerini belki biraz da eski gazeteciliğin denenmiş ilkeleriyle yeniden yorumlamayı düşünüyor mu?

Nilay Erdem:

Biraz önce de bahsettiğim gibi Facebook'u milyarlarca insan kullanıyor. Bu da her gün milyarlarca içerik üretildiği anlamına geliyor. Hem ifade özgürlüğünü korumalı hem de insanların Facebook'u güvenle kullanmasını sağlamalıyız. Bunun için de topluluk standartlarımız var. Topluluk standartları yaşayan bir şey. Facebook her konuda olduğu gibi kullanıcılarından aldığı geri bildirimlerle bu konuda da kendisini sürekli yeniliyor. Az önce bahsettiğiniz olay da aslında bunun bir örneği. Çıplaklık Facebook topluluk standartlarına aykırı olmakla birlikte, biz topluluktan gelen tepkileri tekrar değerlendirdikten ve fotoğrafın tarihi önemini de göz önüne alarak tekrar platforma yükledik. Topluluktan gelen geri bildirimlerle hem topluluk standartlarını hem de ürünlerimizi yenilemeye, geliştirmeye devam ediyor ve insanlara önemsedikleri içeriği göstermeye çalışıyoruz.

Emre Kızılkaya:

O zaman sosyal fayda için hepimizin katkısı ve geri bildirim çok önemli.

Nilay Erdem:

Kesinlikle öyle. Bu toplantılar da büyük önem taşıyor.

Emre Kızılkaya:

Çok teşekkürler.

Su ayak izi: Su Kaşifleri

Serra Titiz ve Su Kaşifleri

(Sosyal Girişimci)



Serra Titiz:

Bir şirket düşünün sosyal fayda için kurulmuş olsun. Mikado özel sektör şirketleri, sivil toplum örgütleri ve akademik kurumlarla işbirlikleri geliştirerek sürdürülebilir kalkınma için modeller geliştiren ve kâr amacı gütmeyen bir sosyal girişim.

Bir web platformu düşünün sosyal fayda için çalışıyor olsun. "gelecekdaha.net", gençlerin kendilerine uygun meslekleri erken yaşta bulmalarına yardımcı olan online bir platform. Bu platformda gençler, 1200'den fazla şirket gönüllüsü ile görüşerek kendilerine uygun alanları yer ve zaman kısıtı olmadan, bilgiyi ve tecrübeyi eşit şekilde ve ücretsiz olarak kendi hayatlarını çizebiliyorlar.

Bir proje düşünün sosyal etkisi çok yüksek olsun. "Su Kaşifi". Su Kaşifi 11 ülkede "Global Action Plan" tarafından geliştirilmiş, küresel olarak HSBC Su Programı tarafından desteklenen ve çocuklarda su bilincini geliştiren bir proje. İki senedir Türkiye'de yürütüyoruz, üçüncü senesi başlıyor. Bugüne kadar 200 okulda binlerce öğrencide su bilincini bu proje ile yarattık. Öğrenciler, aileleri ve içinde buldukları yerel toplum su bilinci kazandı ama bununla kalmadı. Bu gençler, bu çocuklar aynı zamanda özgüvenlerini geliştirdiler, liderlik becerilerini artırdılar, sosyal ilişkileri kuvvetlendi ve halk su bilinci hakkında bilgi edindi. Bu proje sayesinde aynı zamanda 500 olimpik yüzme havuzunun suyuna eş değer su tasarrufu yapılmış oldu. Çok küçük hareketler aslında büyük değişimler yaratabiliyor. Su Kaşifi projesini yürüten okullar buldukları yerlerle su festivalleri düzenlediler ve bu su festivalleri halkta gerçekten bilinç artırdı. Hatta televizyonlara bile haber oldular.

Su Kaşifleri şimdi aramızdalar. Su Kaşifleri, siz aynı zamanda Su Kuşlarıysanız değil mi? Okulunuzda bu projeleri yürütüyorsunuz. Peki Su Kaşifi olmak nasıl bir şey? Ezo sen söyle istersen.

Ezo:

Çok eğlenceli. Tasarrufu daha da eğlenceli bir hale getiriyoruz.

Serra Titiz:

Öğrenmesi daha kolay değil mi?

Ezo:

Evet.

Serra Titiz:

Peki Uğur, sence nasıl bir şey Su Kaşifi olmak?

Uğur:

Su Kaşifi olmak, tasarrufu öğrenmek okuldakilere göre daha eğlenceli. Su Kaşifi projesinde atık yağları lavabolara dökmemeyi öğrendik.

Serra Titiz:

Bir sürü etkinlik yapıyorsunuz değil mi? Aileleriniz de sizinle birlikte bilinç kazanıyor.

Uğur:

Evet.

Serra Titiz:

Mercan senin söyleyeceğin bir şey var mı?

Mercan:

Banyoda daha az kalıyoruz ve suyu tasarruf ediyorum.

Ezo:

Ailelerimiz de artık bu bilgileri çok iyi değerlendiriyorlar.

Serra Titiz:

Harikasınız. Çok teşekkürler. İyi ki varsınız.

Kadınlar ve Çevrimiçi Eylem

Meral Güzel

(UN Women - www.empowerWomen.org)

Merhabalar. Meral Güzel. I'm the Central Asia and European Coordinator of the EmpowerWomen program of UN Women.

The UN EmpowerWomen program is a global online platform to advance with a specific mission, to advance women's economic empowerment. And why women economic empowerment? To explain the business case in best way, there is a very short animated movie that we will show. So, EmpowerWomen is a global platform as you can see here. And what you will see while I speak, please keep your ears on me and your eyes on the screen. Because there will be a short movie going on muted. It's a compilation of our members who we call "ordinary extra-ordinary people." We just asked them to send us their testimonies because when I was asked to speak 5 minutes on a platform it was quite impossible. So, we put this movie together and please listen to me but keep your eyes there please.

So, EmpowerWomen is a global platform and our mission is to empower men and women globally all over the world, and also institutions and to give them the tools and knowledge and learning and all the capacity-building instruments so that they can be change-makers and leaders in their communities as ordinary people but also as institutions. So, what are our tools? First of all, it's the biggest digital library in the world containing more than 3000 learning and capacity-building materials and also research materials. So, it's not that you can learn and look at and search by company, by country, by region, but it's also important to say that local NGOs and local research institutes and local people can upload the materials—and of course we are clearing them out—however it's a way to contribute to the general global knowledge. The knowledge shouldn't come only from up to down but from bottom to top also. So, the library is the biggest thing.

Then we have webinars. It could be expert-led webinars and you can participate in discussions and e-forums, capacity-building programs. The webinars can be led by institutions. For example, La Roche last month. The HR Director of La Roche led a webinar on female leadership. Each time there is between 500-1000 people participation and we record them and you can also watch them back.

We also have some launch of important reports. For example, our collaboration with the World Bank. The report that— Maybe you know Law and Business and Women Report. It has been launched by the World Bank and through our platform. And then UN staff can also present some webinars. Then the capacity-building programs, they are mainly recorded videos. It could be, for

example, how to prepare a CV according to different countries and résumé according to different continents, or how to negotiate your salary.

As you know, women are paid all over the world around 30% less than men. So, we also have to increase this. And how to make your first interview— That type of things.

And the third part is the “iLearn” modules that we are doing in collaboration with Facebook. It’s one of our partners. And those are the modules for woman entrepreneurs. Those are our biggest capacity-building materials.

Then, there has been some demand from our partners all over the world and from our members, women, asking for more established, more structured e-learning materials. You cannot find these today in our website, on our platform. However, we are developing a big project on virtual school. So, virtual school project, virtual skill schools, we build up on the persistent gap that women and girls all over the world, they are having after-elementary school. So it will be a second chance for them. And plus, there will be 21st century skills gap also.

So, who are those people? First of all, we have individual members. There are more than 16,000 individual members like you and I urge you also to be a member today. It’s very bad manners to listen to me and look at your screens. However, you can just go to the Facebook and you can like EmpowerWomen and you can be a member from there.

Or you can just go to our website www.EmpowerWomen.org and you can be a member there.

So why people are becoming members? So, first of all, it gives you a page. I can say, it’s a mixture of Facebook with LinkedIn. It’s your footprint on gender equality. You can participate in learning programs and you can put a comment, the same thing as you do on Facebook or LinkedIn. Or you can develop a discussion or you can ask to be a champion. Our champion programs, we are doing twice a year. As of today, we have more than 250 champions all over the world and those champions become our staff members. I call them “extended staff.” They all come with a project and we mentor them. And last year from Turkey, maybe you have heard, “Kadının Adı Var” programs of Ebru Üzümcü. She was one of our champions. My own champions that I’m mentoring, they are from Scotland and till Nepal.

So, we are urging all the participants here to apply and to register and to engage on EmpowerWomen. And for those institutions also, please talk with your HR departments and you can become also an Empowering institution in your local community. Thank you.

Sürdürülebilir bir STK'yı Fonlamanın Yolları

Bülent Özcan

(AB Bakanlığı)



Özgür Mehmet Kütküt

(TechSoup Türkiye, Google 4 Nonprofits)



Aysun Sayın

(Boyner - Buluşum)



Bariş Doğru

(Moderatör, EKOIQ)



Barış Doğru:

Çok faydalı ve verimli bir zirve oluyor. Bizim başlığımız Sürdürülebilir Bir STK'yı Fonlamanın Yolları. Çok nazik bir dilde ifade edilmiş. Aslında meselemiz iyi işlere, güzel işlere nasıl para bulunur? Ben EKOIQ dergisinin kurucularından biriyim. Biz bir STK değil ama STK gibi çalışan bir savunuculuk dergisiyiz. Yaklaşık altı yıldır bu konuda kaynak yaratmak için çok çaba harcadık. Sanırım benim de buradan öğreneceğim şeyler var. Kamudan, sivil toplumdan ve özel sektörden gelen ve hepsi kendi konularında son derece uzman olan üç önemli konuşumuz var. Ben sivil toplumdan başlamak istiyorum. Özgür Mehmet Kütküt, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi İletişim Direktörü.

Özgür Bey bize Sivil Toplum Geliştirme Merkezi'nin kapsamında yürüttükleri Google 4 Non-Profits'i yani Google'ın sivil toplum kuruluşlarına kaynak yaratmak için geliştirdiği programı anlatacak. Bir de sivil toplum için yazılım bağıışı konusunda çalışan Tech Soup var. Bu nasıl oluyor, anlatabilir misiniz?

Özgür Mehmet Kütküt:

STGM 2004 yılından beri Türkiye'de hak temelli sivil toplum örgütlerini destekliyor. Biz STGM'i bir efervesan tablete benzetiriz. Suyun içine atarsınız, suyun içinde erir, suyun rengini değiştirmez, suya koku vermez ama bir şifa verir. Yani biz de sivil toplum içinde çözünmeye ve verdiğimiz desteklerle onu güçlendirmeye çalışıyoruz. Onunla birlikte biz de öğreniyoruz, biz de güçleniyoruz.

Bu kapsamda geçtiğimiz iki üç yıl içinde biz artık rotamızı gelenekselleşen desteklerimizin yanında dijital desteklerle de güçlendirmeyi düşündük ve sivil toplum örgütleri için dijital kapasite güçlendirme çalışmalarına başladık. Yolumuz Tech Soup Global ile kesişti. Tech Soup onlarca ülkede yazılım bağıışı yapan bir kuruluş. Biz STGM bünyesinde TechSoup Türkiye'yi oluşturarak yazılım bağıışına başladık ve tabi bu yazılım bağıışı kapsamında dünyada pek çok ülkede yürüyen Google 4 Non-Profits'de Türkiye'ye girmiş oldu.

Google 4 Non-Profits'in bizim konumuzla yani fon kısmıyla ilgili olan bölümü AdGrant yani reklam bağıışlarından oluşuyor. Bu her sivil toplum örgütü için ayda 10 bin dolarlık reklam yapma şansı var anlamına geliyor. Türkiye'de kayıtlı olan ve Google'ın öne sürdüğü şartlara uygun olan dernekler ve vakıflar bu olanaktan yararlanabiliyor.

Barış Doğru:

Bu konuda bir denetim yapıyor mu?

Özgür Mehmet Kütküt:

Evet bazı global standartlar var ve bu standartlara göre denetim yapılıyor. Bu denetim sonucunda bir uygunluk onayı veriyoruz ve Google Apps'e yani Google 4 Non-Profits'e erişim hakkına sahip oluyorlar. Böylece Drive gibi ortak dosya uygulamalarına, Google Takvim'i sivil toplum örgütü için de kullanmaya, YouTube kanalına Google Analytics'e ve AdWords olarak bilinen ama sivil toplum ayağında AdGrants yani reklam bağıışı olarak adlandırılan programa erişim hakkı kazanıyorlar.

Bu kapsamda özellikle TEMA'nın son dönemde çok başarılı yürüttüğü bazı çalışmalar var. Hepimizin bildiği düğün davetiyesi bağıışları ya da fidan dikme kartları gibi kendi yürüttükleri programları ve kampanyalarını Google AdGrants reklam bağıışları ile hem geniş kitlelere duyuruyor hem de ciddi maddi kaynak elde oluşturuyorlar.

Türkiye'de şu an 60 civarında sivil toplum örgütü Google 4 Non-Profits'i yani Google ile Sivil Toplum Kuruluşları programını kullanıyor ve bu sayıyı artırmaya çalışıyoruz. Özellikle teknik konularda kendini yetersiz hissedilen sivil toplum örgütleri varsa onları da hem Google işbirliği ile hem STGM'nin bugüne kadar biriktirdiği deneyimle destekleyerek ihtiyaçları olan konularda

bilgi aktarmaya çalışacağız. Ayrıca Tech Soup Türkiye olarak sivil toplum örgütlerinin gönüllü bulmasında, savunuculuk kampanyalarında onları desteklemeye çalışacağız. Google 4 Non-Profits bütün bunlar için çok kapsamlı ve işlevsel bir paket.

www.techsoupturkiye.org adresinden Tech Soup Türkiye'ye ulaşarak erişebilirsiniz. Zaten kullandığınız arama motoru olan Google'a da Google 4 Non-Profits yazarsanız ilk sırada karşınıza çıkacaktır. Her zaman e-postalarınızı telefonlarınızı bekleriz.

Barış Doğru:

Çok güzel, çok faydalı bir çalışma olduğunu düşünüyorum. İkinci konuşmacımız, Avrupa Birliği Bakanlığı'ndan Sn. Duygu Yardımcı. Duygu Hanım; sivil toplum kuruluşlarının en büyük hibe ve fon kaynaklarından birisi Avrupa Birliği mali kaynakları. Bunlara erişme konusunda siz ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Duygu Yardımcı:

Öncelikle burada olduğum için çok mutluyum ve burada bugün yapacağım konuşmanın aslında bundan sonraki görüşmelerimize vesile olacağını umut ediyorum. Bugün size anlatacaklarımı üç temel başlıkta topladım: Bugüne kadar neler yaptık? Önümüzdeki dönem neler yapacağız? Kimlerle birlikte çalışabiliriz?

Avrupa Birliği mali yardımlarıyla sivil toplumun geliştirilmesine yönelik çok uzun yıllardır çalışıyoruz. 2002 yılından başlayan ve bugüne kadar gelen süreçte 100 milyon Avro'nun üzerindeki bir kaynağı Türkiye'deki sivil toplum örgütleriyle AB üyesi ülkeler arasındaki sivil toplum diyalogunun geliştirilmesine ve sivil toplum örgütlerimizin kapasitelerinin artırılmasına aktardık. Bu aktarımı yaparken desteklediğimiz harika projeler var.

Bir kaç örnek vermem gerekirse; mesela cezaevlerinde anneleriyle birlikte yaşamak zorunda kalan çocuklarımızın daha iyi koşullarda çocukluklarını yaşamaları, anneleriyle daha iyi diyalog kurmaları için desteklediğimiz projelerimiz var. Koruyucu aileyi geliştiren projelerimiz var. Suriyeli mülteci çocukların eğitim imkânlarından faydalanmasına katkı sağlayacak projeler, tüketici haklarının iyileştirilmesine, daha iyi bir çevrede yaşamamıza yönelik farkındalık artırmaya, alternatif enerji kaynaklarına ait farkındalığı artırmaya yönelik, hatta boz ayıların nüfusunun AB standartlarında yönetilmesine ilişkin projelerimiz var. Su parkurları, endemik bitki türlerinin korunması, nesli tükenen hayvanların korunması, insan haklarına ilişkin standartlarımızın AB standartlarına yükseltilmesi yani Avrupa Birliği ile müzakere ettiğimiz tüm başlıklarda bütün tematik alanlarda sivil toplumun yaptığı bütün çalışmaları bugüne kadar destekledik. Bundan sonra da desteklemeye devam edeceğiz. Hatta bundan sonra kaynağımız daha fazla.

2002'den bu yana 100 milyon Avro'nun üzerinde kaynak ayırdık, bugünden 2020'ye kadar elimizde Avrupa Birliği tarafından sivil toplum sektörüne tahsis edilen 200 milyon avroluk bir kaynağımız var. Bu 200 milyon avroluk kaynağı sivil topluma dört öncelik çerçevesinde dağıtacağız. Aramızda sivil toplumdan katılımcılar olduğunu biliyorum, umarım bu vesile ile görüşeceğiz. İlk önceliğimiz olarak elimizdeki bu 200 milyon avroluk bütçeyle yine sivil toplumun kuruluşlarımızın kapasitesini

güçlendirmeye devam edeceğiz. İkinci önceliğimiz ise daha önce yaptığımız gibi Türkiye'deki sivil toplum örgütleriyle AB üyesi ülkelerdeki sivil toplum örgütleri arasındaki diyalogun geliştirilmesine katkıda bulunmak. Üçüncü öncelik alanımız sivil toplum kuruluşlarıyla kamu kuruluşlarının daha yakın çalışması, daha gelişmiş bir işbirliği içinde olmasını destekleyeceğiz. Dördüncü önceliğimiz de aktif vatandaşlığı yani daha aktif katılımı destekleyecek projeleri destekleyeceğiz. Sivil toplum kuruluşlarının bu dört önceliğimiz altında geliştirdikleri projelere 2020 yılına kadar 200 milyon avro düzeyinde bir kaynak aktaracağız.

Biz bu projelerle sivil toplum örgütlerinin sosyal faydaya ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine doğrudan katkı yaptığını biliyoruz çünkü desteklediğimiz başlıklarla kalkınma hedefleri örtüşüyor. Bu öncelikleri belirlerken yalnız çalışmayacağız. Özel sektör, sivil toplum örgütleri, kamu kurumları ve üniversiteleri bir araya getiren bir danışma mekanizması, iş birliği platformu oluşturmaya çalışıyoruz. Elimizdeki kaynağı daha etkin kullanabilmek, özel sektörün tecrübelerinden yararlanmak, üniversitelerin süreçte yer almasını sağlamak amacıyla projemizi Temmuz ayında başlattık. Sivil toplum üniversiteler tarafından da ciddi biçimde ele alınması gereken bir konu ve bu alanda yüksek lisans programları da açılmaya başlandı. Sadece AB mali yardımları ile değil kendi ulusal kaynaklarımızla sivil toplumu destekleyen bir çok kamu kuruluşu da var. Bütün bu tecrübeyi bir araya getirecek bir işbirliği, bir ortak akıl, bir danışma mekanizması oluşturmak için hazırlıklarımıza başladık. Önümüzdeki iki ay içinde ulusal ve yerel toplantılar yapacağız. Önümüzdeki dönemde UNDP ile ortak çalışmalarımız da olacak. Bu kaynağın programlanmasında ve projelerinde sizleri de aramızda görmek istiyoruz. Umarım desteklediğimiz projelerden bazıları bu salondan çıkar.

Barış Doğru:

Çok güzel ve heyecan verici şeyler anlattınız Duygu Hanım, teşekkür ederiz. Son konuğum ise özel sektörden. Aysun Sayın, Boyner Holding Kurumsal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Yöneticisi. Bize Boyner Holding bünyesinde geliştirdikleri, sosyal girişimcilerin desteklediği hibrid kaynak yaratma platformu olan Buluşum'u aktaracak.

Aysun Sayın:

Size yaptığımız diğer sosyal sorumluluk projelerini değil ama sivil toplum kuruluşları, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ya da sosyal fayda için çalışan kuruluşlarla nasıl bir diyalog içerisinde olduğumuzu, stratejik olarak onları nasıl desteklediğimizi bir iki örnekle anlatayım ve Buluşum'a gelen yolu size göstermiş olayım.

Biz bir perakende grubuyuz, en iyi bildiğimiz şey satış ve pazarlama. Dolayısıyla ilk yaptığımız işlerden bir tanesi morhipo.com'da sivil toplum kuruluşlarının kendilerine kaynak yaratmak için geliştirdikleri ürünlerin satış ve pazarlaması oldu. Bir diğer işimiz ise en yaygın mağaza operasyonumuz olan Boyner ve YKM'de çok uzun zamandır birlikte çalıştığımız Lokman Hekim Sağlık Vakfı ile son kullanıcının tekstil atıklarını iyiliğe dönüştürdük. "Recycle-upcycle" yaptık ve vakıf bundan bir gelir elde etti. Son üç aydır "Askıda İyilik" projesini yürütüyoruz. Lokman Hekim Vakfı'nın ana harcama kalemini yoksul bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak oluşturuyor. Bu proje

sayesinde bugün itibariyle 57 bin adet ürüne ulaştık ki 18 bin kombin anlamına geliyor.

Size "Yuvarla" dan da bahsetmek istiyorum. Yuvarla; tüketicilerin online alışverişlerdeki kusurlarını yuvarlayarak, sivil toplum kuruluşlarına aktardığı bir platform. Yuvarla'nın sosyal girişimcileri ile tanıştıktan sonra uygulamaya İnternet satış platformlarımızın tamamında ev sahipliği yapmaya başladık.

Bir Boyner Vakfı projesi ve aynı zamanda vakfın kurulma nedeni olan "Buluşum" bir buluşma platformu. Kimleri buluşturuyoruz? Dernek, vakıf, sosyal girişimci... Sosyal fayda sağlamak istiyorum diyen herkesi buluşturuyoruz. Türkiye'de hala statüsü düzenlenmemiş yapılar var, dolayısıyla sosyal fayda yaratmak istiyorum, kendim için kurumsal olarak da sürdürülebilir bir model dizayn ettim diyenler Buluşum'a gelerek fikrini gerçekleştirecek kaynağı bulsun istiyoruz. Uygulamakta olduğum bir projem var ama geliştirilmesi gerekiyor diyenlerin Buluşum'a gelerek ihtiyacı olan kaynağa ulaşmasını istiyoruz. Sosyal girişimlerle onlara el vermek isteyenleri bir araya getirmeyi hedefliyoruz. Ne yazık ki ülkemizde el vermek isteyenler çok değil. TÜSEV'in Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik Raporu yayınlandı Bakma fırsatınız oldu mu bilmiyorum ama hala çok bir şey değişmedi hayatımızda. Hayırseverlik yapıyoruz ama kurumlara ya da sosyal girişimlere bağış yapma oranımız, birbirimize ve kurumlara olan güvenimiz çok düşük. Dolayısıyla Buluşum'daki bir derdimiz de yurttaşların, bu memleketteki bütün bu sosyal sorunların çözümünü isteyen arzulayan herkesin el vermesini sağlamak. Bir kitlesel fonlama aracı var. Aslında hibrid bir model. Kitlesel fonlamanın yeterli gelmediği durumlarda sosyal girişimlerin hayata geçebilmesi için Boyner Grup şirketlerinin de kurumsal sponsorlukları ile destek verdikleri bir platform. Dolayısıyla sürdürülebilir projelerimiz, fikirlerimiz var diyenlerin geldiği ve sadece "şikayet etmeyeceğim", "like etmeyeceğim", "forward etmeyeceğim", "ben bunlara el vereceğim" diyenlerin buluştuğu; buluşma yetmezse bizim takviye koyup projeyi hayata geçirdiğimiz bir yapı Buluşum.

Barış Doğru:

Son cümlelerinizi alabilirim.

Duygu Yardımcı:

Bahsettiğim bu mali kaynağın 2017 sivil toplum kuruluşlarına dağıtılması ile ilgili Avrupa Birliği Bakanlığı'nın bir çok hibe programları olacak. Büyük sivil toplum kuruluşlarının küçükleri desteklemesine ve sivil toplum diyalogunun geliştirilmesine yönelik çalışmalarımızla 2017 yılına çok hızlı giriyoruz. Bizi İnternet sitemizden mutlaka takip edin.

Aysun Sayın:

Bizi de!

Barış Doğru:

Hem dünyada hem de Türkiye'de iyi şeylere para bulmak zor bir şey ama bu projelerle ben biraz umutlandım. Çok teşekkür ediyorum.

Dijital Dönüşüm:

Yeni bir Çağın Kıyısında - Akıllı Şehirler

Serdar Sayar

(Hitachi Data Turkey)

Hitachi Data Sys



Mert Başar

(Türk Telekom)



Hansın Doğan

(Moderatör, UNDP)



Hansın Doğan:

Herkese merhaba. Ben Hansın Doğan. Özel sektörden sorumlu yönetici olarak Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nda çalışıyorum. Şimdiki panelimizin konusu "Akıllı Kentler". İki konuğumuz var; Akıllı Kentler konusunda engin deneyime sahip ve konumuzla ilgili teknolojileri üreten ve hizmetimize sunan iki kuruluşun yöneticileri; Hitachi Data Systems'in Genel Müdürü Serdar Sayar ve Türk Telekom'un Kurumsal Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Mert Başar ile birlikteyiz. Panelimize Serdar Bey'le başlayacağız. Kendisi bizi son zamanlarda fazlasıyla duymaya başladığımız "Nesnelerin İnterneti" kavramı hakkında bilgilendirdikten sonra konuyu akıllı kentlere bağlayacak.

Serdar Sayar:

Hansın Bey, öncelikle davetiniz için teşekkür ederim. Böyle bir seminerde bu kadar genç ve güzel bir kitleyi görebilmek insanı motive ediyor. Nesnelerin İnterneti son zamanlarda çok konuşuluyor. Nesnelerin İnterneti aslında bakıldığında bu çağı yeni bir döneme doğru devşirecek olan en önemli teknolojilerden bir tanesi. Hem bu alana ürün üretenler hem teknoloji üretenler başta olmak üzere içerisinde bir sürü paydaşları var. Ama günün sorunda bakıldığında dramatik olarak şu anki yaşam biçimimizi değiştirecek olan bir teknolojiden bahsediyoruz Nesnelerin İnterneti

dediğimizde. Bunu şirketler katmanında uyguladığınızda şirketlerin akıllı şirketler haline gelmesi, bireylere doğru gönderdiğinizde bireylerin daha akıllı servislere ulaşabilmesi, şehirlere doğru döndürdüğümüzde akıllı şehirlere doğru devşirilen bir dünyadan bahsediyoruz.

Nesnelerin İnterneti dünyasına bakıldığında, bizim şu anda bildiğimiz konvansiyonel bilgi işlem teknolojilerinin dışına bir teknolojiden konuşmaya başlıyoruz. Hızın çok önem kazandığı servis yaratılmasının, yeni servislerin piyasaya çıkartılması ile ilgili olarak beklentilerin eskisinden çok daha hızlı olduğu, aylar bazında olan şeylerin günler bazında ortaya çıkmasının gerektiği bir teknoloji bu. Bunun için de alt yapıların çok ciddi şekilde değişmesi; eski sistemlerdeki verilere ulaşarak, yeni servislere devşirebilecek hızlı yapıların kurgulanması ve bununla ilgili olarak öncelikle bir büyük bir havuzun oluşturulması gerekiyor. Neden büyük bir havuzun oluşturulması gerekiyor bundan bahsedelim. Bir bireysiniz; şehirden hizmet almaya, daha yaşanır, daha kaliteli bir yaşama geçmeye çalışıyorsunuz ama bilgileriniz şehrin içerisinde bir çok farklı noktada. Telekom'da bilgileriniz var, ulaşım da bilgileriniz var, su işlerinde bilgileriniz var, elektrik işlerinde bilgileriniz var. Hepsini farklı bir takım alanlarda tuttuğunuz bir yapıdan bahsediyoruz. Dolayısıyla bütün bu farklı alanlardaki bilgilerin birleşmesiyle size daha anlamlı bir şekilde hizmet sunacak bir alt yapının oluşturulması gerekiyor. Biz buna "büyük veri gölü" diyoruz ki son zamanların en önemli başlıklarından birisi. Örneklerle biraz daha açıklamaya çalışayım. Çevrecilik konusunda ileri gelen ve Kyoto'dan sonra anlaşmanın imzalanmış olduğu şehir olan Kopenhag, kendine 2025 yılı itibari ile karbon salınımı olmayan bir şehir olacağı hedefini koydu. Bu çok iddialı bir hedef. Öncelikle ekonomik olarak değeri çok fazla. Karbon salınımı olmadığı için sadece çevreci elektrik kaynaklarının, enerji kaynaklarının kullanılması anlamına geliyor. Ayrıca ülkenin veya şehrin, marka değeri yaratması açısından da çok önemli bir başlık. Hitachi Data Systems olarak bununla ilgili büyük bir veri gölü oluşturduk ve bir sürü kurumun içerisindeki verileri bir havuz içerisinde topladık. Bu veri havuzunun içindeki bilgileri harmanlayarak kurumlara servis çıkartan şirketlerin başında enerji sektörü yer aldı. Enerji şirketleri kişi başına o bölgede yaşayan kişilerin ne kadar elektrik sarfıyatı olduğundan yola çıkarak insanların efektif olarak elektrik sarfıyatı yapıp yapmadıkları ile ilgili verileri sunmaya başladılar. Elektrik yönetimindeki bir sonraki aşama ise evinizdeki elektrik yönetimini artık elektrik şirketlerine bırakmak olacak. Şirket belirlenen bir saat içerisinde çamaşır makinenizi kullanmanıza izin vermeyecek ama bunun karşılığında size para verecek.

Maalesef şehirlerin yaşamlarında deprem gibi felaketler de var. Bununla ilgili olarak Tokyo'da yapmış olduğumuz projede felaket sonrası bir dron uçuşu ile topladığımız yeni verileri eski verilerle karşılaştırarak en fazla yıkımın nerelerde olduğu bilgisini anında oluşturmayı ve o alana en hızlı bilgi akışını sağlayacak hizmetleri oluşturmaya çalışıyoruz. Bunlar akıllı şehirlerle ilgili farklı uygulama. Daha pek çok örnekten bahsedebiliriz.

Hansın Doğan:

Deprem konusundaki örnek gerçekten şu anda içinde bulunduğumuz şehirde ve hatta ülkenin genelinde düşünebileceğimiz önemli bir konu. Umarım burada da benzer çalışmalar yürütülüyordur. Biliyoruz ki Türk Telekom'un önemli çalışmaları var. "Antalya Akıllı Şehir" projesi ile UNDP Özel Ödülü'nü aldılar. Mert Bey, akıllı kentler Türkiye'de nasıl hayatımıza giriyor?

Mert Başar:

Biz teknoloji sektöründe çalışanlar teknolojiyi çok karmaşık anlatıyoruz. IOT'ler, Augmentive Reality'ler, Artificial Intelligence'lar, Endüstri 4.0'lar gibi pek çok kavram havada uçuşuyor, insanların da kafası karışıyor. Aslında yapmaya çalıştığımız çok basit bir şey. İnsan, vücuduna bir iğne battığı zaman bunu milisaniyeler seviyesinde anlar, vücudunun hangi parçasına battığını tespit eder ve oradan uzaklaştırır ki acı ortadan kalksın. Bunun için temelde üç sisteme ihtiyacınız var. Öncelikle battığını hissetmeniz için sinir uçlarına, ikinci olarak bu bilgiyi beyninize bildirecek bir sinir sistemine ve son olarak da hemen aksiyon almanızı sağlayacak bir karar merkezine yani beyne. Dijitalleşme dediğimiz hikâyenin arkasında da aslında bu özellikler var. Bir tanesi Hyper Awareness ya da Hiper Farkındalık dediğimiz, nerede ne olduğunu anında bilmemizi sağlayan sistem. Müşterinde mi oluyor, vatandaşında mı oluyor, şehirde bir sızıntı mı oluyor, bunların anında farkında olmamızı sağlıyor. İkincisi Informed Decision Making ki sinir ucundan aldığınız datayı network vasıtasıyla bir merkeze getirmenizi ve hiç vakit geçirmeden karar almanızı sağlıyor. En önemli kısmı da bu. Bazen bilgileri biriktiriyoruz, aylar sonra çok geç olduktan sonra karar alıyoruz.

Size bununla ilgili örnekler vermek isterim. Türk Telekom olarak IOT dediğimiz sinir uçlarından Wi-Fi şebekesi ya da mobil şebeke üzerinden aldığımız verileri bir merkeze iletiyoruz. Aslında bu bilgi dünyasına her şey bir sinir ucu. Kullandığınız cep telefonları, evlerinizdeki modemler birer sinir ucu. Bugün Türkiye'de bir elektrik kesintisini biz müşteriden ve elektrik şebekesini yöneten şirketten daha önce biliyoruz. Çünkü eğer bir mahallede aynı anda 300 tane evde modem kapanmışsa bunun tek sebebi olabilir, elektrik kesilmiştir. Dolayısıyla bu bilgiyi hemen alıyoruz, enerji şirketinin haritasıyla eşleştiriyoruz ve enerji şirketine diyoruz ki şu mahallede elektrik kesildi, hemen git bak. Belki tüketici gece uyurken, haberi olmadan önce biz bunu öğreniyoruz ve dolayısıyla elektrik kesintisinin hızla ortadan kaldırılmasında etki sahibi oluyoruz. Aslında bahsettiğimiz bütün dijitalleşme hikayesi bu.

Şehir boyutuna getirdiğimiz zaman, takip etmeniz gereken çok şey var. Trafikçi takip etmek istiyorsunuz, çünkü kazayı, trafikte kaybedilen vakti azaltmak istiyorsunuz. Aydınlatmayı takip etmek istiyorsunuz, çünkü ne yazık ki enerji zengini bir ülke değiliz. Dolayısıyla gözümüz gibi bakmak, 1 liralık enerjiyi boşa harcamamak zorundayız. Sulamayı takip etmemiz lazım. Bundan sonra çıkacak dünya savaşının su yüzünden çıkacağı söyleniyor. Bir damla suyu boşa harcamamalıyız. Bunları bir araya getirdiğinizde bütün bir şehri yönetmekten bahsediyoruz. En dolu kavşaklara doğru şekilde kameraları koyarak trafik yoğunluğunu ölçebilir, sulamanızı yağmur yağarken değil toprağın nemine ve havanın sıcaklığına göre doğru zamanda yapabilir, elektriği hava iyice kararmadan açmayabilirsiniz. Bütün bu veriyi şehri yönetenlerin önüne bir yönetim konsolunda indirebilirsiniz. Biz bunu Karaman ve Antalya'da yapıyoruz.

Hansın Doğan:

Çabalarınız için, ürettiğiniz ve sunduğunuz teknolojiler için çok teşekkür ediyoruz.

Küresel Eğitimde Bir Sonraki Adım

Ahmet Eti

(Sebit Eğitim)



Fatih Türkmenoğlu

(Moderatör, Gazeteci)



Fatih Türkmenoğlu:

Acaba küresel eğitimde bir sonraki adım ne? Sebit Eğitim'den Ahmet Eti bu soruyu yanıtlamak için konuşum olacak. Bilgisayara ve bilgiye erişim bu kadar kolayken ve bilgi teknolojilerinde çok ciddi gelişmeler varken beklentilerimiz nedir? Önümüzdeki dönemde eğitim daha etkili bir hale gelebilecek, daha büyük kitlelere ulaşabilecek mi?

Ahmet Eti:

Hepimiz biraz önce Utku'yu piyano çalarken dinledik, çok güzel çaldı ve üç kelime kullandı: "Seviyorum" dedi, "mutluyum" dedi ve "eğleniyorum" dedi. Biz bunu okula giden çocuklara sorduğumuz zaman %95'inden bu cevapları alamıyoruz. Mutlu değiller. Bu mutsuzluğun son yıllarda arttığını görüyoruz. Gittikçe çocuklardan kopuyoruz, daha doğrusu bunu resmi eğitimde daha çok görüyoruz.

Fatih Türkmenoğlu:

Peki bu niye oluyor?

Ahmet Eti:

Bilgi teknolojilerindeki ilerlemelerle aslına bilgiye erişim tabii çok kolaylaştı. Artık bilgiyi aktarmanın bir önemi yok. Ve öyle bir evrimleşti ki bu çocuklar bilgiye ihtiyaç duydukları anda almak istiyorlar. 10 yıl önce değil. Dünyanın genelinde ve bizdeki eğitim anlayışı bu bilgileri onlar daha ihtiyaç duymadan, önceden yüklemeye çalışmak yönünde. Aslında bütün problem buradan çıkıyor. Bilgiyi vermeden ona ihtiyaçları olduğunu hissetmeleri lazım. İhtiyaç hissediyorlarsa zaten ona ulaşır alırlar. Burada önemli olan şey, aslında baktığınız zaman o motivasyonu sağlamak.

Fatih Türkmenoğlu:

Peki o zaman resmi eğitimdeki ana hedef değişti mi? Bundan sonraki hedefi ne olmalı?

Ahmet Eti:

Şimdi biz diyoruz ki, 17 tane küresel hedefimiz var. Bunların bir tanesi diğer 16 tanesinden farklı, o da eğitim. Çünkü diğer 16 taneyi yapabilmemiz için eğitim sorununu halletmemiz gerekiyor. Bu nedenle onu biraz ayrı bir yere almak lazım. Kendisi bir hedef ama aynı zamanda da diğerleri için de bir temel oluşturuyor. Bu nedenle küresel hedeflere götüreceği değerler ışığında bireyler yetiştirip, sorunları çözecek bir yeni jenerasyon yaratmamız gerekiyor. Şu anda bütün dünya müfredatlarında ana omurga burada değil. Peki bunu sağlamak için ne yapmak gerekiyor? Aslında bilgiden ziyade küresel problemler için çözüm geliştirecek bilimsel veya sosyal yetkinlikler neyse onları kazandırmamız gerekiyor. Peki bunu nasıl yapacağız? Aslında burada çok basit teknikler var. Şu anda bizim kullandığımız teknik bilgiyi aktarmak yönünde. Teknolojiyi kullanarak bunu daha da yaygınlaştırırsanız kötü bir modeli herkese taşımış olursunuz. Bu yüzden tekniğimizi düzeltmemiz gerekiyor. Burada çok basit ve etkinliği kanıtlanmış bir örnek var: Oyunlar. Biliyorsunuz çocuklar bilgisayar oyunu oynarken motivasyonları son derece yüksek, mutlular ve eğleniyorlar. Ancak maalesef günümüz oyunları küresel hedeflerin tam tersine doğru götürüyor. O ayrı bir konu ve oraya girmeyeceğim. Ancak eğitim tarafından baktığımız zaman bu durumu nasıl fırsata çevirebileceğimizi düşünmemiz lazım.

Fatih Türkmenoğlu:

Bildiğimiz eğitim sisteminde öğretmen anlatır, öğrenci not alır. Örneğin tarih öğretmeni Çaldıran Savaşı'nı anlatır, not alınır, kitaptan okunur, gerekirse özet çıkartılır, sınava girilir. Bu başka türlü nasıl öğretilir?

Ahmet Eti:

Dikkat ederseniz burada parça parça bilgiler var, bir hikaye yok. Çocuk neden öğrendiğini bilmiyor ama mecbur olduğu için bir disiplin içinde onu almaya çalışıyor, ezberliyor. Müfredat dışı eğitime daha çok kayılacak diyoruz ama resmi eğitim olmaya devam edecek. Aslında sorun resmi eğitimde değil, sorun öğrenmede. Motivasyon faktörlerinden dolayı öğrenme gerçekleşmiyor, tetikleyemiyorsunuz. Teknolojik olarak bakarsak resmi eğitimde oyun tekniğini kullanabiliriz. Ama burada küçük küçük oyunlardan değil, çok büyük oyunlardan bahsediyoruz. Bu amaçla gamification - oyunlaştırma dediğimiz küçük şeyler yapıyor, ancak burada bir sorun var. Siz onu

“oyun-muş” gibi yapıyorsunuz ve çocuk bunu anladığı için işe yaramıyor. Bu duruma “çikolatalı brokoli” diyoruz, çünkü siz çocuğa brokoli vermek istiyorsunuz, çocuk çikolata istiyor, o zaman brokoliyi çikolata ile kaplayalım diyorsunuz ve ortaya rezil bir şey çıkıyor. Şimdi size bir örnek vermek istiyorum. Bir hayal ama gerçekleştirebilir. 10 tane çok büyük prodüksiyonlu oyun olsun. Yüz milyonlarca kullanıcısı olan, milyonlarca dolarlık bütçelere sahip, büyük hikayeler üzerine kurulu prodüksiyonlar. Çocuklar ilk okulda belirli temel yetkinlikleri aldıktan sonra bu oyunlarla büyüseler ve bu oyunlar enerji, çevre, genetik gibi konularda bir dünya yaratmalarına ve orada

ilerlemelerini sağlasa... 12. sınıfa kadar her yıl aynı oyun üzerinde seviye atlayarak ilerleseler, oradaki problemleri çözmek için ihtiyaç duydukları bilgileri alarak öğrenseler...

Fatih Türkmenoğlu:

Teknoloji geliştikçe bu oyun da gelişebilir.

Ahmet Eti:

Kesinlikle ve bu aslında bir topluluk. Peki okullar ne olacak? Okullarda bakın şöyle bir ortam olacak o zaman: Öğretmen mentor olarak sınıfta olacak. Çocuklar sınıf ortamında oyunda karşılaştıkları şeyleri paylaşacaklar, tartışacaklar, sunumlar yapacaklar ve birbirlerine yardım edecekler. Fiziksel bir birliktelik ve öğrenme süreci olmasına rağmen ayrı bir dünyaları da olacak. Bu anlattıklarım şimdi bir ütopya olarak görülebilir ama açıkçası zor bir şey değil. Biliyorsunuz, onlarca oyun var, yüzlerce binlerce oyun var, büyük oyunlar da çok. Evet bugün belki çok büyük bütçeli çok sayıda oyun var ama eğitim sektöründe böyle bir ekonomi yok. Kimse 200 milyon doları bir oyuna yatırıp bunu okullara satmaya uğraşamaz.

Fatih Türkmenoğlu:

Bu ancak gönüllü olarak yapılabilir.

Ahmet Eti:

Aslında şunu söylemek istiyorum. Bahsettiğim bütçeler dünyadaki Milli Eğitim Bakanlığı bütçelerinin binde biri. Birleşmiş Milletler gibi kurumlar küresel hedefler çerçevesinde organize etse, dünyadaki iyi oyun kurucularla, iyi senaristlerle çalışılsa eğitimde fark yaratabiliriz. Ülkeler Kyoto'da çevre için imza atıyorsa, eğitim için de imzayı atmalılar .

Fatih Türkmenoğlu:

Çok teşekkür ederiz Ahmet Bey.

Derinlerdeki Gerçekler: Karanlık Taraf ile Snapchat

Yusuf Omar

(Hindustan Times)



Wow, what a beautiful video! Congratulations for that video. My name is Yusuf Omar and in the program it says I'm going to talk about the "dark side" of Snapchat. It sounds like something from Star Wars, doesn't it?

Actually, it's quite the opposite. I'm going to be talking about Snapchat and social media for social good. How we can improve the world. Just by a show of hands, how many people here have got Snapchat? Wow! The vast vast majority of you. I'm not actually surprised. If you're between ages 15-25, there's a very good chance that you're on Snapchat. It was made famous by young people, by our-age people sharing "nudies." You know what a "nudie" is? A nudie is naked pictures. Because it lasts for 24 hours, and then it would disappear. But one of my favorite features of Snapchat is to do with face mapping technology, have you guys seen that before? Let me give you an idea of what it's like. I'm going to come through here, I'm going to get to my phone. And if I look into this lens— Can you see me? And, it'll map my face— Ok, do it on your face. Let's try them on my lovely wife. And if she holds down her face, we can put a doggy tongue on her and she puts her tongue out, all these weird funny sort of faces, right? What does this have to do with changing the world? Absolutely nothing. But what if we can manipulate this technology and we can use it for social good? That's largely what I'm all about.

About trying to use juvenile childish apps for a better purpose. I was recently climbing a mountain with a group of sexually abused survivors. In Mysuru, which is a town outside of Bangalore. So, we had 50 young girls who have been raped, who have been sexually abused, climbing this mountain. And they were doing it as a metaphor to overcome the sexual abuses both physically and mentally. In India, it's illegal to show the identities of sexual abuse survivors in the mainstream media. Because they get totally alienated from society. They got thrown out of their homes and they're not welcome any more in their communities. So, all these broadcast cameras here, what would they have done? They would have probably silhouetted their faces, they would have probably blurred out their faces. But I thought, using technology, surely there has to be better way to tell these young girls' story. And I use Snapchat to do it. So, these are the face maps. And effectively the young women got to choose exactly how they would be represented. They hold my phone out like a mirror, like a selfie and they got to choose. This gave them the sense of being empowered, of being part of the narrative. But if somebody that's viewing these pieces as well, it wasn't like we were blurring them out and not showing any details. You still got to see their eyes, you got to see their mouth, you got to see expressions.

It helped you as an audience relate to them as a survivor. That's essentially what storytelling is all about. About getting you to relate to somebody else's story.

We're in Punjab, which is an upper state in India. And we get this crazy statistic that 70% of the youth are on drugs, they're consuming drugs. And we said, well, how do we tell the story? Well, let's go undercover and let's go undercover and use a platform that they are using. So we did it on Snapchat.

▶ *Video:* It's pretty scary right now. I've come to Punjab to do a fluff-piece of a new film. But the big talking point in this stage is drugs.

▶ *Video:* Let me go undercover. This looks way too formal. Okay, that's probably a better balance. So, we're leaving the hotel now. The time is—

And finally, we were covering— I've told you about sexual abuse, I've told you about drugs and finally we were covering education.

In Delhi, every year hundreds of thousands of young people like yourselves have to try to get into university and it's really difficult. They need like 99.9 % pass rates and they still don't get in. So every year we do the same stories. We go outside and we say "We are coming to you from Delhi University where this and this and this—" That's boring. So how do we tell the story differently? So, we brought 6 students into a news room and we taught them to Snapchat the most stressful 6 weeks of their lives.

▶ *Video:* Six people, six goals, six ideas, six dreams, but one objective—

At the end, what we ended up with was the most intimate and personal form of communication where they were telling us about their sex lives, they were telling us about their parents, they were telling us about trying to get a place in university. All those micro-stories that we would never ordinarily come across.

For my entire career as a mobile journalist I thought it was about selfie-journalism where I go out and I'm holding my phone and I'm saying "I'm coming to you from Syria or Turkey or whatever it may be—" But now I actually realize selfie-journalism is about equipping other people, empowering them with the skill sets so they can tell their story.

So now, this entire conference is about looking forward to 2030. Where do I think that the news of the future is going to be— Smile! [takes a photo] Where do I think that the news of the future is going to be in 2030?

I think everybody is going to be live streaming everything all of the time through goggles, through phones, through whatever it is. And us, as storytellers, will be sitting looking at thousands of screens, looking at millions of people and trying to work out what is happening at any given time.

By virtue of, what, 5-6 hundred people tweeting that Yusuf Omar is giving a talk in Istanbul right now, we can create an algorithm to say “Therefore, he must be giving it, it must be true.”

We’re going to have to use technology and check it, tick and check, verify what happens. It’s going to be too big of a task for people alone to try and work out what’s happening with all these cameras. But at the same time, if we look at Facebook today, Facebook are using algorithms to try to work out what’s happening and what’s trending and they’re getting it wrong all the time. They’re not deciphering the facts from the fiction. So, I think at the end of the day we’re going to need editors, we’re going to need human beings that are going to be on the top of social media platforms working out what’s happening, what’s relevant, what’s important and deciphering that news.

Since soldiers came back from Vietnam—remember the Vietnam war?—the old maxim on newspapers and on television was “If it bleeds, it leads.” The idea that bad news does very well. People buy newspapers if they have negative news. Increasingly that idea is changing. Our generation are tired of seeing terrorism and fear-mongering and Donald Trump on our headlines. We want positive stories of aspirations and change.

I was recently in Bangalore and I saw a group of people cleaning the streets. It wasn’t an NGO, it wasn’t a company, it was just an idea: “The Ugly Indian.” We are all ugly and it’s our own responsibility to clean up the streets.

I filmed it. We got 4 million views in the first 4 days.

▶ *Video:* That guy is urinating on the wall.

▶ *Video:* Are you an ugly Indian?

▶ *Video:* All of us here are the ugly Indian.

▶ *Video:* This place smells like urine, a lot of urine.

▶ *Video:* This is our problem.

The Ugly Indian is a Facebook group. So, I think editors are going to have to sit on the top of Facebook, on the top of Twitter, because today Facebook, Twitter, Youtube, these are the biggest news companies in the entire world.

Mark Zuckerberg is effectively the most powerful news editor in the world. So, they’re going to have to hire editors to make decisions and I think those decisions are going to have to move away from negative stories and onto positive stories.

Not because it’s the right thing to do, but because they actually will find more views. Because young people want aspirational stories, because quite frankly I think we are all hopeless romantics and we still somehow believe that we can change the world.

Thank you so much.

Sosyal Girişimcilik: Moda mı, Elzem mi?

Ayşe Sabuncu

(Impact Hub)



Karen Cirillo

(Moderatör, UNDP)



Karen Cirillo:

Hi, I am Karen Cirillo from UNDP Eurasia and I'm here with Ayşe Sabuncu who is the co-founder of Impact Hub here in Istanbul. She has a long history of banking and business. And she became interested in social entrepreneurship but got her MBA because she's one of the few people that realized that in order to do good and work in non-profits and work in the social sphere, impact sphere, it really helps to know the business which is, kind of, the core work that she's doing. So, let's start with "Why social entrepreneurship?"

Ayşe Sabuncu:

It's a great question. Why? There are so many social and environmental problems in the world that certain mechanisms are not enough anymore, and the world is going through a period where we need new mechanisms, we need innovation, we need a business mindset that needs to be used to benefit society. And social entrepreneurship is a great mechanism to actually combine innovation, sustainability and some of the business mindsets to benefit the society and create some change. So, we believe that it's going to make a huge difference in the world in addition to other methods.

Karen Cirillo:

So, for those who might not know, what exactly is social entrepreneurship? How do you define it and maybe how do others define it?

Ayşe Sabuncu:

There are a lot of schools of thought in this, so I don't want to create too much argument obviously.

But there are certain things that are essential to the social entrepreneurship field or being a social entrepreneur. In addition to some of the things that make a person an entrepreneur, the special thing about social entrepreneur is the intention that they start with. They want to create change in the world. So, that's what they start with. But they create their ideas and they're trying to make their ideas in a very sustainable way.

And they utilize innovation and a business-like mindset to make that difference and to put emphasis on some of the marginalized communities that they're trying to help out or some of the environmental issues that they're trying to solve.

Karen Cirillo:

Okay. So, social entrepreneurship. This idea has become very popular in recent years.

The session is, you know, "Is it fashion or is it reality? Is it just a buzzword, or is it something that's here to stay in a viable way to do business?"

Ayşe Sabuncu:

It's not. I think this crowd is an example of how big the impact world is growing and that everybody's interested in making a difference in the world, and social entrepreneurship is just a denomination of that along with other methods of doing it. So, it's definitely here to stay and the great thing is, a lot of the younger generation—we are a different type of generation—we are curious, we want to make an impact and the way the technology is growing, everybody's very much seeing the social and environmental problems around the world. And technology is a big factor in the growth of people getting into the social entrepreneurship sector in addition to the impact world.

And you can see, even the UN and the UNDP utilizing some of the technology methods and disseminating that information so that more people get interested in this field.

Karen Cirillo:

So, like anything that, you know, becomes popular or is buzzy, there is always a bit of a negative side, too, which people are skeptical or maybe they have a negative view of this. What are some of those negative views that might exist out there?

Ayşe Sabuncu:

I think, the interesting thing is everybody, some of the people are questioning how social entrepreneurship is— Is it really benefitting? And that's always a question in, you know, in non-profit world and in NGO world as well. And the second part is, people question the social enterprises because they can be non-profits, and they can be for-profits or hybrid mechanisms. So, there is this question around the world: "Are social enterprises really creating a huge change and also making money?" That's a philosophical question that some people say yes, some people say no. So, that's kind of the big discussion that's going on. And even in Turkey with forming

Impact Hub, that's some of the questions that we always get asked. And it's a challenge still. There are different answers to it and different explanations.

Karen Cirillo:

So, just to put this in the context, in case people don't really understand, can you give an example or two of social entrepreneurship, maybe here in Turkey?

Ayşe Sabuncu:

Definitely. So, we can go from the spectrum of for-profit model, for example. There is this new application called "Longi." That is an application towards healthy aging. You log on to the application and it helps you have a healthier life so that you can extend your life period. This is a totally for-profit entity, but intention to start was to create healthy lives and create longevity in your life. So that is a totally for-profit mechanism with an intention to create social impact. And on the other side, there are also some non-profit mechanisms that are more socially-oriented. For example, "Adım Adım" is a social enterprise, which is spreading the philosophy of giving and volunteerism. And it's a huge entity that is creating insane crowds in marathons and people are utilizing running to raise fund for charity. That's a non-profit mechanism but it's an amazing social innovation and the creators are really inspiring social entrepreneurs.

Karen Cirillo:

So, let me talk about for-profit. We live in this world where you feel like either you can make money or you can make change and you can't put those two together. So, I think social entrepreneurship is probably a place where that intersection can happen. But, as a businessperson and someone with a business background, can those two mix?

Ayşe Sabuncu:

I think they definitely can. That is the reason why I got into this field, why I believe in it. Because there are a lot of minds around the world that have received amazing education and they really want to make an impact. But maybe they are not sure that they are at the current job that they're at. But they can actually bring the impact world and the business world together and really make an impact. This is obviously a difficult thing to do, because, like entrepreneurship, it takes spirit, it takes commitment, it takes a huge risk. So obviously, not everyone can get into it. But I think we all have a specific role in this world that we can create an impact with the current life that we have.

Social entrepreneurship is just one way of doing it. And I believe that in order to move towards achieving some of the sustainable development goals by 2030, everybody needs to pitch in and social entrepreneurs are putting their own part into it.

Karen Cirillo:

And how is Impact Hub helping to make that happen here in Turkey?

Ayşe Sabuncu:

We are basically a support mechanism that brings change makers, innovators and everybody who wants to create an impact in the world together. We are a global platform of over 13,000 people spanning across 18 countries and Impact Hub Istanbul is trying to benefit the society and empower people who are trying to benefit the society specifically in Turkey. And the global reach that we have is helping us achieve this in a larger way.

And what do you think, for example, here in Turkey is the biggest stumbling block or biggest hurdle for people to be successful as social entrepreneurs, if there is one?

I think, the term is still not very well-known. We utilize the words “impact entrepreneurs” more. Because the social part of it sometimes has a negative connotation.

So, we just say “entrepreneurs who are trying to benefit the society,” which I think is a much better term because that’s more inspirational and, you know, it helps people understand better. So, once that awareness increases, I think the field of social entrepreneurship is really going to grow. And we are doing our part of it.

Karen Cirillo:

So, in closing, if people are interested in social entrepreneurship, what would your advice be to them?

Ayşe Sabuncu:

There are all sorts of support mechanisms that everybody can look into. Impact Hub is one of them, Ashoka is another great support mechanism that you guys can look into. There are all sorts of events going on, so you can come to us. We are actually opening on Saturday, so everybody is invited to opening party. It starts from 6 PM. So, everybody’s invited.

Karen Cirillo:

Great, thank you.

Ayşe Sabuncu:

Thank you.

%100 Spor: Taraftarın Gücünden Yararlanmak

Cenk Gönen

(Galatasaray SK)



Bağış Erten

(Moderatör, Sokrates)



Bağış Erten:

Herkese merhaba! Bizim konumuz biraz zor, çünkü söz konusu olan sosyal fayda olduğunda fayda mı zarar mı olduğu çok tartışılacak bir konudan, spordan bahsediyoruz. Sporun savaş başlatmışlığı da, durdurmuşluğu da var. Yoksulluğa çare olmuşluğu ya da büyük spor organizasyonlarıyla yoksulluklar yaratmışlığı da... Bu ikisi arasında spora özellikle de futbola bir yön vermemiz, bu mücadele alanından bir fayda çıkarmamız gerekiyor. Bu sosyal faydayı sağlayamadığımız takdirde spor bizim istemediğimiz yönlere gidiyor. Ben gazeteci Cenk ise profesyonel bir futbolcu olarak spor dünyasının bir parçasıyız ve bunun zorluklarını yaşıyoruz. Buradan başlayalım. Bu tip şeyler yapmak, futbolu sosyal fayda alanına çekmek neden önemli? Sen ne düşünüyorsun Cenk?

Cenk Gönen:

Bazı şeyler sizin de dediğiniz gibi nereye çekerseniz oraya gider. Hayatta hiç bir şeyde mükemmellik yok. Futbolda da, sporda da mükemmellik yok. Eğer kötüye çekerseniz zarar verir ama iyiye çekerseniz iyi yönlerinden faydalanabilirsiniz futbolun ve sporun. Sosyolojik bir olgu spor.

Bağış Erten:

Kitleleri arkasından sürüklüyor.

Cenk Gönen:

Evrensel ve kaynaştırıcı yönü çok fazla olan bir eğlence. Bunlardan faydalanmanın gerekli olduğunu düşünüyorum. Nasıl faydalanacağız? Çocukluğunuzda ya da gençlik döneminizde birçok sporcu ve ünlü futbolcu sizin rol modeliniz oluyor. Örneğin ben Taffarel ve Rüşdü Rençber'i

örnek alıyordum. Bu tür insanların aslında sosyal sorumluluk projelerinde daha fazla göz önünde olup insanlara daha fazla katkı sağlamasının gerektiğini düşünüyorum.

Bağış Erten:

Dünyada da pek çok örneği var. Bu konuda en profesyonel, en bilinen ve en fazla etki ve sorumluluk sahibi olan organizasyonlardan bir tanesi de NBA Cares. Farklı alanlarda pek çok çalışma yürütüyorlar. Buna benzer bir örnek de yakın geçmişte Galatasaray SK ile UNDP arasındaki işbirliğine ilham kaynağı olan Barcelona – UNICEF ilişkisiydi. Bize bu işbirliğinden ve amacından söz edebilir misin?

Cenk Gönen:

UNDP küresel kalkınmaya destek olan bir kuruluş, Galatasaray da herkesin bildiği gibi dünya çapında tanınırlığı olan bir spor kulübü. Bu iki kurumun işbirliği yapması büyük ses getireceğini ve fayda sağlayacağını düşünüyorum. O yüzden yansıması çok iyi yönde olacaktır.

Bağış Erten:

Galatasaray uluslararası bir marka olduğu için UNDP açısından etkisi Türkiye ile sınırlı kalmayacak bir durumdan bahsetmiyoruz.

Cenk Gönen:

Dediğim gibi Galatasaray başta Avrupa olmak üzere, yurt dışında pek bir çok taraftara ve seyirci kitlesine olan bir kulüp. 2000'deki UEFA Kupası Süper Kupası, sahip olduğu Avrupa dereceleri, başarıları, hem geçmişte hem de şu anda takımda bulunan yerli yabancı yıldızları ile dünya çapında bir marka. Bu durumun kazan-kazan ilkesi gibi iki tarafa da fayda sağlayacağını düşünüyorum.

Bağış Erten:

Futbol dünyası olumlu ve insanların gönlünü fetheden manşetlerle olduğu kadar pek çok problemle de anılıyor. Profesyonel bir futbolcu olarak bu konudaki yaklaşımını öğrenmek istiyorum, çünkü bir spor takipçisi olarak seni kendini çok iyi ifade edebilen, ağzından çıkan kulağı duyan, gençlere örnek olacak bir spor insanı olarak tanımlayabilirim. Sen bir dilek tutsan ne derdin? Mücadeleyi nasıl olumlu tarafa çekmeye çalışırdın?

Cenk Gönen:

İçinde yaşadığımız topluma, gençlere ve hatta dünya çapında bir kulüpte oynadığımız için dünyaya örnek olmamız gerekiyor. Bu nedenle kendimizi sadece saha içinde değil saha dışında da geliştirmemiz gerektiğini düşünüyorum. Ben de kendi adıma bunu gerçekleştirmeye çalışıyorum.

Bağış Erten:

UNDP ile birlikte neler yapmayı planlıyorsunuz?

Cenk Gönen:

Bugün dünyada benzerleri düzenlenen ya da geçmişte gördüğümüz gibi dünya yıldızlarının bir araya geldiği özel maçlar organize edilebilir. Türk Telekom Arena'nın muhteşem atmosferinde çok özel bir etkinlik düzenlenebilir. Biliyorsunuz geçmişte UNDP'nin yoksulluk adına düzenlemiş olduğu maçlar da var. Bu tip organizasyonlar

artık ülkemizde, bizim stadımızda da çok güzel bir organizasyonla gerçekleştirilebilir. Biz de Galatasaray futbolcuları olarak maç takvimimiz müsait olduğu sürece seve seve katkıda bulunmak isteriz.

Bağış Erten:

Barcelona-UNICEF'den sonra şimdi Galatasaray-UNDP işbirliği futbolda böyle bir akımın başlangıcı olabilir. Popüler kültürün bir parçası olarak futbolun sosyal sorumluluk alanında etki sahibi olan, çok ciddi çalışmalar yapan kuruluşlarla yan yana durması sağlayacağı faydanın yanı sıra futbolun kötü imajını düzeltmesi için de bir fırsat olabilir.

Cenk Gönen:

Sporun topluma olan katkısı o kadar büyük ki ben bir sporcu olduğum için şu an sizin karşınızda oturuyorum. Dediğiniz gibi Barcelona ile UNICEF'in işbirliği tüm dünyadaki kulüplere nasıl örnek olduysa Galatasaray ile UNDP'nin işbirliği de ülkemizdeki ve ülke dışındaki kulüplere de güzel bir örnek olacaktır. Bu tip organizasyonların tüm dünyada devam etmesini diliyorum.

Bağış Erten:

Futbolun farklı bir büyüğü var. Mesela ben şöyle bir proje biliyorum; Osmaniye'nin Karaçam ilçesinde gencecik bir çocuk bundan yedi sene evvel o bölgenin yoksul çocukları ile birlikte Karaçam Gençlik Spor Kulübü bünyesinde U11, U13 takımlarını kuruyor. Burası özellikle uyuşturucu kullanma yaşının çok düştüğü bir bölge. Bu projeye birlikte oradakilerin hayatı değişiyor, çocuklar şu anda önemli turnuvalara katılıyorlar. 13, 15, 17, 19 yaş takımlarının yanı sıra kız takımları da var. Aslında bu hepinizi buraya getiren büyü. Bunu iyi kullanmak lazım değil mi? Sporcunun böyle bir misyonu olmalı.

Cenk Gönen:

Kesinlikle. Dediğiniz gibi futbolun bu şekilde iyi bir misyonu olmalı. Konuşmamım başında dediğim gibi bir şeyi nereye çekerseniz, oraya gider. Yani iyiye çekerseniz iyiyi bulursunuz, kötüyü görmek isterseniz kötüyü bulursunuz. Futbolcular olarak bizim görevimiz insanları iyi tarafa yönlendirmek. Bu da bizim öncelikle kendimizi nasıl geliştirdiğimizle alakalı. Bize düşen görev dediğim gibi kendimizi geliştirip insanları da olumlu yönde etkilemektir diye düşünüyorum.

Başış Erten:

Ben buraya aynı zamanda Socrates dergi projesinin kurucularından biri olarak da geldim. Biz de o yolu seçtik; iyi hikayeler anlatalım, iyi olaylar yaratalım ve başka bir şey olsun.

İyi Müziği Sosyal Fayda için Derlemek

Ozan Sakin

(Sofar)

Herkese merhaba. Global bir müzik hareketi olan Sofar Sounds'un İstanbul'daki iki kurucusundan biriyim. İsmim Ozan. Sizlere bugün Sofar platformunun ne olduğunu, müzisyenlere müzik dinleyicilerine ne anlam ifade ettiğini anlatacağım. Bu arada Sofar, "Songs from a Room" yani "Oturma Odasından Şarkılar" demek. Sanırım ev konserlerinden bahsettiğimizi anlamışsınızdır ve umarım bir gün sizin evinize de misafir oluruz ya da siz konserlerimizden birine gelirsiniz. Çok ilginç bir işimiz var aslında. Biz her ay hiç tanımadığımız insanların salonlarına, evlerine misafir olarak bir sahne kuruyor ve gerçek bir konser düzenliyoruz. Dinleyicilerin hepsi yerde oturuyor. Bu etkinlik aslında dünyada 270'den fazla ülkede düzenlenen bir müzik hareketi. İstanbul ayağı 2012'de kuruldu ve ölçülebilen bütün kriterlere göre bütün dünya içerisinde en büyük oyuncusu İstanbul.

Biraz zor ama ben size önce böyle bir dinleme deneyimini tarif etmeye, anlatmaya çalışacağım. Müzisyen, dinleyici ve müzik sektörü açısından ne anlama geldiğinden bahsedeceğim. Dolayısıyla fayda kısmını beraber keşfetme şansımız olacak.

Yaptığımız şey aslında kurallarla çok bağlı. Oturduğunuz evde müziği dinlerken müzisyenle aranızda hiç bir şey yok ve bunu hiç bir şeyin engellemesine izin vermiyoruz. Konuşmak, yemek yemek, ayağa kalkıp dolanmak yasak. Zaten Sofar'ın kuruluşunun ve kurallarının temelinde yaşanmış tecrübeler yatıyor. Sofar'ın kurucuları 2009 yılında Londra'da bir barda konser dinlerken, müzik hariç her şeyle uğraşmak zorunda kalmışlar. Kalabalık bir ortam, şingirtılar gürültüler, konuşmalar.. Başka bir konser mümkün demişler ve ev konserleri serisi doğmuş. Evin içine tekrar geri geliyoruz. Siz oturduğunuzda müzikle aranızda kesinlikle hiç bir şey girmiyor. Sofar'ın oda içerisinde yaptığı şey sizinle müzik arasındaki bütün bariyeri kaldırmak. Müzisyenle adeta göz gözesiniz. Müzisyen için de çok heyecanlı bir durum.

O dinleme odası deneyimi başka anlamlar da ifade ediyor. Müzik endüstrisinin ilerlediği dünyada bütün kurallara karşı duran, o kurallara tabi olmayan, başka türlü oynayan bir platform ve çok değerli. Bizde Unkapanı yok, bir konser mekânı yok, biz evdeyiz. Çok daha ulaşılabilir, demokratik, herkesin evini açabileceği bir konser salonumuz var bizim. Bizde prodüktörler, şaşaalı video klipler de yok. Önce meşhur olmaya çalışıp ondan sonra bir müzik kariyeri başlatmak yok. Bağımsız müzisyenlerin yuvası aslında. Kendi bestesini yapan, özgün müzik üreten, gerçekten yaratıcı bir kitle bize başvuruyor, biz platforma çıkarıyoruz, ondan sonra yeteneğine göre ve hak ettiği doğrultuda Türkiye'de yayılıyor. Örneğin Gaziantep'te yaşayan 17 yaşında lise öğrencisi bir genç kız kendi müziğini yapıyor ama o kadar güzel ki! Başvurduğunda hemen platforma kabul ettik, video klipi de yayınlandı, o kadar çok sevildi beğenildi ki önce İstanbul'da sonra Türkiye'nin her

yerinde konserler vermeye başladı. Şimdi albüm aşamasında. Sofar İstanbul popüler olmayan, bağımsız, ana akım dışı oyuncular için de popülerleşme ve ana akıma gelme platformu sağlıyor. Türkiye'nin gördüğü en iyi kadın vokallerden birisi olan bu genç kız Deniz Tekin bu arada.

Sofar olarak müzik endüstrisinde hiç bir engel tanımıyoruz, kendi müziğini, kendi bestesini yapan insanlar bize cep telefonu ile kaydettikleri şarkıları ulaştırabiliyorlar ve biz onları evde, ulaşılabilir, müziğin demokratik bir şekilde herkese açıldığı bir ortamda sunuyoruz. Ondan sonra nereye varmaları gerekiyorsa varıyorlar. Hesaplamadığımız çeşitli güzel faydalarımız da var. Çok kısa bir örnek vermek istiyorum. Geçenlerde bir mail aldık. Davul çalmak isteyen bir kadın, bir türlü başlayamıyor. Başlayamamasının nedeni çevresinden “bağetli enstrüman mı olur, kadına yakışmıyor, sen davul çalma” gibi cesaret kırıcı tepkiler alması. Fakat bizim videolarımızdan birinde arkada bir grubun davulcusu olan Nihal'i görüyor, ondan cesaret alıp bateri derslerine başlıyor ve devam ediyor. Dolayısıyla bir çok ilham noktası var ama önemli olan Sofar İstanbul'u bir platform olarak görüp, yaratıcı ile dinleyici-tüketici arasındaki bütün bariyerlerin hem ev içinde hem her yerde kalktığını görebilmek. Biz konuşmaya, diyaloga çok açık bir ekibiz, sosyal medyada her yerde ismimiz Sofar İstanbul, g-mail adresimiz de Sofar İstanbul. Lütfen gelin sohbet edelim, ev konserleri nasıl oluyor, bu platform nasıl işliyor, bu modeli alıp başka yerlere nasıl taşıyabileceğimizi konuşalım, tartışalım.

Çok teşekkür ediyorum.

Mülteciler: Yeni Bir Ülkeye Yerleşmenin Rotası

Selin Ünal

(Moderatör, UNHCR)



Merhaba, Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'ni temsilen aranızdayım. Bugün burada sosyal fayda girişimlerinde teknolojinin ve yeni medyanın etkisini tartışırken, günümüzün en önemli sorunlarına çözüm önerileri ararken, sürdürülebilir kalkınma hedefleri bağlamında 2030 yılında nasıl bir dünyada yaşamak istiyoruz sorusunu kendimize sorarken Mülteciler Yüksek Komiserliği adına ve aslında 60 milyonu aşkın kişi adına demek istiyorum ki; "Hiç bir çocuğun eğitime erişiminin engellenmediği, kimsenin evlerini terk etmek zorunda olmadığı, silah ya da bomba sesleri ya da korkusu altında hayatların geçmediği, denizlerde yitirilen veya kaybolan hayatların olmadığı veya kendi ülkelerinde hayatlarını kurtarmak ve tek çareleri bu olduğu için kaçmak zorunda olan ve başka bir ülkeye sığınan kişilere kapıların kapanmadığı, yani aslında savaşların ve çatışmaların olmadığı bir dünyada olmak istiyorum. 60 milyondan fazla kişi de aslında bunları istiyor.

Bugün dünyada şimdiye kadar görülmemiş düzeyde büyük bir insan hareketliliği gerçekleşiyor. 60 milyon çok büyük bir rakam. Bunların çoğunluğu savaş ve çatışmalardan dolayı evlerini terk etmiş durumdadır. Çözüm için ise tek bir yanıt var, o siyasi kararlılık. Siyasi çözümün ve siyasi kararlılığın olmadığı durumda bizler Birleşmiş Milletler kurumları olarak insani çözümler bulmaya çalışıyoruz ve maalesef yetemiyoruz. Çünkü her gün evlerinden kaçmak ve hayatlarını geride bırakmak zorunda olan kişilerin sayısı gün içinde 10 binlerle ifade ediliyor ve mülteci hayatının ortalama süresinin 20 yıl olduğu bir durumdan bahsediyoruz. Ne yazık ki bugün böyle bir dünyada yaşıyoruz. Birleşmiş Milletler kurumları olarak bizlerin uluslararası fonlar aracılığı ile ancak geçici sürelerle sürdürülebilirliğini etkin kılmak üzere yaptığımız çalışmalar, projeler, programlar büyük ölçüde yetersiz kalıyor.

Bugün teknolojinin ve dijital medyanın faydasını konuşurken, mülteci krizleri durumlarında tek sorumluların ülkeler olmadığını, teknoloji dünyasında yaşadığımız bu dönemde hepimizin özellikle bu bağlamda farklı açılardan mültecilerin hayatlarına kolaylıklar getirebildiğinin altını çizmek istiyorum. Mesela eğitim alanında mülteci nüfusuna baktığımızda nüfusun yarısını çocuklar oluşturuyor. Her biri bir hayat... Umuda yönelik yarınlara tutunmak ve görmek isteyen çocuklar. Eğitime erişimlerine baktığımızda küresel verilerde ilköğretime erişim oranı %90 iken mülteci nüfusunda bu rakam maalesef %50'ye düşüyor. Orta öğrenimde yine küresel veriler %84 oranındayken mülteci çocukların orta öğrenime erişimi %22'ler civarında. Yüksek öğrenime geçtiğinizde küresel veriler %34 iken mültecilerin oranı %1. Çok düşük oranlar, çok zor hayatlardan bahsediyoruz. Çok fazla ve farklı zorlukları var: Dil zorlukları var, finansal zorlukları var, buldukları ülkeye adaptasyon sorunları var. Ama eğitim alanında konuşursak bunların hepsi

bir şekilde teknoloji ile bağlandığında, online kurslarla, eğitimlerle, diploma programlarıyla, burs programlarıyla desteklenebilir durumda. Tabii ki ülke politikaları çok önemli. Bunların da farklı yatırım kanalları ile desteklenmesi gerekiyor.

Biliyorsunuz Türkiye bugün dünyada en fazla mülteciye ev sahipliği yapan ülke. Çok cömert bir politikası var. Ama en başta gene altını çizdiğim gibi uluslararası camianın mültecilere ev sahipliği yapan tüm ülkeleri sadece finansal fonlarla değil, üçüncü ülkeye yerleştirme programları, aile birleştirme programları veya eğitime erişim gibi yatırımlarla farklı açılardan desteklemeleri gerekiyor. Bu bağlamda bugün gerçekleştirilen Sosyal Fayda Zirvesi'nin ben farklı pencereler ve ışık açarak mültecilerin hayatlarına dokunabilmesini ümit ediyorum. Teşekkür ederim.

Dünyaya İnovasyon Gözlüğüyle Bakmak

Elizabeth Mearns

(BBC Media Action)



Thomas Hannen

(Financial Times)



Elizabeth Mearns:

I'm here to introduce you to BBC Media Action. If you don't already know who we are, we're the international development charity of the BBC. We are doing lots of innovative things on digital. We believe that the media and communication can empower people, it can reduce poverty, and it can be very important in a crisis.

We were asked by some humanitarian agencies to look at the refugee crisis in Greece and see if we could tell what people wanted to know and maybe how we can communicate with them. So, we interviewed over a hundred different refugees from Afghanistan, Iran and Syria to write a report. But we decided that alongside the report we would try to do something quite innovative. So, I'm going to ask you now if you can take out your mobile phones, which is normally the opposite of what we ask you to do. But if you got a mobile phone on you, could you possibly take it out and follow this link? bit.ly/bbcrefugeephone

If you could do that for me and try and watch this on your phone that would be really useful. Because this piece of content was one of the first pieces of content films that we made specifically to be consumed on a mobile phone. For all of those who don't have their mobile phones or can't access Wi-Fi, I'm going to play the animation for you now.

The person who made it, my colleague Thomas Hannen has quickly been whisked away to the Financial Times for his efforts. What's really interesting about this crisis is, it's been covered so many times by so many different media outlets. The challenge for Tom was to make it interesting and fresh again. A lot of the research that came out in the report was basically saying that the mobile phones were the method of communication. Refugees felt incredibly dependent upon and intimate with their mobile phones. So, what Thomas was trying to do here was feel like,

when you watch on your mobile phone, your phone has been co-opted and you feel completely helpless, which is how a lot of refugees feel, which is why I was urging you, if you can, watch this on your mobile phone and you'll get that feeling of not-knowing, which would a lot of refugees have almost every day.

Let me just now show you a video from Tom and he will tell you a little about his editorial decisions.

Thomas Hannen  (Video):

[...] my work in BBC Media Action and I've been looking at how to tell stories with data, information and animation visually through storytelling. So, this is a kind of quick explanation of the refugees' video that I made for the Media Action. The important thing to get across in the video was this idea. So, for the next few minutes your phone is a refugee's phone and it actually became a really nice line to put into social media as well, to get people to click on it. So, there are all these, kind of, little design decisions, I guess. The things like whether or not to name the people involved. And so we ended up using that for one of the characters. There are all these kinds of visual cues and, of course, all those sound cues. So, we would use all of the, kind of, authentic sounds people so used to hear on their phone. It's almost like a kind of Pavlovian response to assume that's a real message coming in. And so, we have the kind of idea of "What can you see?" and then we're able to use the camera to show these images. And then there were other bits where we, kind of, broke from the operating system. So here you, kind of, zoom in to these messages just because I thought it was an important point to put. And we had a lot of discussion about using those phrases but I think is valid for what we're talking about.

And then I guess the other thing we used was this idea to the fight. The researchers had been told by lots of people that there were problems with violence in the camps and so we felt completely legitimate to do this as part of the video. And you had this low-battery thing that enables you to go to this moment where the phone is shutting down. You've got this philosophical idea about it: Who can you trust, how can you connect?

Elizabeth Mearns:

So, that just gives you a little idea of all the effort that goes into making a piece of media like that. But I suppose what I'm here today to tell you is this was the reaction we had to this animation and it meant we had almost 200 thousand people reading the report that wouldn't otherwise be reading the report. It was shared millions of times on Facebook and it came to the attention of the international press including the Huffington Post and The Independent. So this is what you can do with innovative digital media: Getting your message out there.

Just let me show you a couple of other things that Media Action have done on the same sort of scale. Here we have a what's called a Dawaween mobile app. It's for refugees, Syrian refugees and Lebanon. And you can download it onto the Android platform, which we did a lot of research to find that the Android platform was the platform that most people were using. And you can see films and those films were about education, the legal process, how to look after your shelter, health, nutrition, all these different messages on this app. But also it uses GPS so you can find

your nearest dropping center. And also there is like a shout-out part of this app where refugees can ask the humanitarian agencies questions and get questions back on the app. So they can ask things anonymously.

That's what this is. And if you're wondering what this is over here, this is our Bangladesh team Amrai Pari.

Actually, we have teams in countries across the world who are making TV and radio but also now digital stuff for their audiences. Because what's happening all over the world, as most of you are probably aware, is that mobile broadband is making a big splash all over the world. And one of the places it's making is in Dhaka in Bangladesh and our Amrai Pari team—Amrai Pari means “working together”—have been the first in the BBC to create what this is called “the 360-degree StorySphere.” And if you follow that link, bit.ly/earthquake360, you will actually get this 360-degree photograph on your phone and you can look all around this particular place in Dhaka.

And this is part of an earthquake campaign. You can see these little notes on the screen. If you touch these notes, you will get different people telling you different things depending where you are on an earthquake, whether you are up in a block of flats, whether you are under a fly, whether you are in a car, whether you are on the street.

So, they've used the 360-degree StorySphere to tell an earthquake story. So, that's another piece of innovation.

I suppose I'll finish on the fact you ask me what I think is going to happen up to 2030 in digital media. Well, I've been working in digital media for the last 15 years and I can tell you 15 years ago there was not much going on at all. And the biggest story of the year was mp3 and people are still calling it the information superhighway. That's how far we've come in 14 years.

So, where are you going to go in the next 14 years? Who knows. But I know one thing that will always be important wherever we go and that's really good content. You need really innovative content and that's what BBC Media Action gives the developing sector, the humanitarian sector. It gives our projects in our countries and in London really innovative content and that will always be needed.

So, thank you.

Yeni Sorunlar, Yeni Çözümler

Suat Özçağdaş

(SİM)



Herkese merhaba, güzel bir gün. Emeği geçen herkese teşekkür ediyorum. Burada olmak harika bir duygu. Sosyal Fayda Zirvesi, bütün sivil toplum ve sosyal aktörleri bir araya getiren güzel bir platform oldu ve neredeyse bir gelenek halini aldı.

Sosyal inovasyon denince SİM olarak biz Türkiye’de bu kavramın yerleşmesi ve daha fazla konuşulmasını sağlamaya çalışıyor; toplumsal, ekonomik ve politik sorunların yenilikçi yöntemlerle çözülmesini anlıyoruz. Neden böyle bir şeye ihtiyacımız var? Çünkü varlığı çok uzun geçmişe dayanan sorunlar olduğu gibi görece yeni olan sorunlarımız da var ve maalesef her ikisini de yenilikçi olmayan yöntemlerle çözmeye becerisine sahip değiliz.

Üzerinde düşünmemiz gereken konular var. Örneğin kalkınma ve büyümenin sınırları, üretim-tüketim ilişkisi, elde etmiş olduğumuz varlığı paylaşım ilişkileri, yerelde uluslararası bir sorunu çözemiyor olmak ya da onların sizin coğrafyanıza yansımaları gibi. Barınma, beslenme, su, sanitasyon gibi çok iyi bildiğimiz sorunları da hala çözebilmiş değiliz. Uzaya roket gönderiyoruz, orada bir hayat arayışı içerisindeyiz ama 800 milyon insana bir bardak temiz su veremiyoruz.

Bunların yanı sıra yepyeni sorunlarla da karşı karşıyayız. Hepsinin çözümü için inovasyona ve bunu başarabilmek için de trendleri anlamaya ihtiyacımız var. Trendler dediğimde neyi kastediyorum? Siz de farkındasınız, kentleşme dünyanın bir gerçeği olarak önümüze net olarak geçmiş durumda. Kırsal kesimlerden ve yüksek bölgelerden kentlere doğru bir akış var. Nüfus artıyor ama artması ile birlikte yaşılanıyor. Bu durum başta sağlığa yönelik harcamaların artması, yaşlı nüfusun aktif tutulması gibi sorunları beraberinde getiriyor. Akıllı teknolojiler hem evlerimizde hem kentlerimizde her geçen gün önümüze yeni fırsatlar çıkarıyor. Bir “sıfır” arayışı içerisindeyiz. “sıfır karbon ayak izi”, “sıfır yoksulluk” ya da “Bin Yıl Kalkınma Hedefleri”, “Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri” gibi yeni bir takım kavramlarla bu sorunları aşmaya çalışıyoruz. Her geçen gün sağlıklı ve iyi olma hali daha çok ajandamıza yerleşiyor. Attığımız adımları, yaptığımız işleri, harcadığımız kalorileri sayıyoruz. Kendimizi ruhsal, bedensel ve zihinsel olarak daha iyi tutmaya çalışıyoruz.

Türkiye sınırları içinde 3 milyondan fazla, dünyada ise yaklaşık 60 milyon mülteci bulunuyor. Bu sorunun tüm dünyada adil ve insanların onurunu gözeterek şekilde çözülmesi gerekiyor. Başarılı olabilmemiz için istihdam, eğitim, psikolojik ve sosyal destekler konularından yeni çalışmalara ihtiyacımız var. Bu konular, bu sorunlar hakkında birlikte düşünebilmeliyiz, düşünme sürecimize yenilikçi teknolojileri de dahil etmeliyiz. Yaşlanan nüfusu sadece bir sorun olarak algılamamalı, onların getirdiği deneyimi sorunların çözümünde kullanabilmeliyiz. Bugün 55 yaşındaki bir birey

sahip olduğu deneyim ve bilgi birikimi ile beraber bir çok sivil toplum örgütüne çok ciddi katkılar yapabilir.

Yeni perspektifler geliştirmeliyiz. Çocuklarımızla ilgili düşünmeye ihtiyacımız var. Her geçen yıl daha az oynuyorlar, her geçen yıl daha az doğayla bir araya geliyorlar, her geçen yıl birbirleri ile daha az etkileşim içerisinde oluyorlar. Yoksulluğun, farklı dezavantajlı gruplardan olmanın büyümeye etkisini düşünmemiz gerekiyor. Obezite, diyabet, küresel iklim değişikliği gibi yeni sorunlarımız var. Örneğin 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefinin 7'si çevre ile ilgili. Aslında sorunları bile baştan tanımlamamız gereken bir çağa gelmiş durumdayız. Dolayısıyla Einstein'ın dediği gibi var olan sorunlara yeni çözümler bulmak zorundayız, aksi takdirde bu sorunlara yeni sorunlar eklemeye devam edeceğiz. Hepinize teşekkür ediyorum, sağ olun.

Muz Kabuğu Dünyayı Değiştirebilir: İlham veren İnovasyonlar

Elif Bilgin

(Mucit)



Faik Uyanık

(Moderatör, UNDP)



Faik Uyanık:

"Dünyanın En Büyük Dersi". Emma Watson'un sunduğu bu videoda başrolü oynayan Elif Bilgin, Skype hattının diğer ucunda, Amerika'dan bizlerle konuşuyor. Elif merhaba!

Elif Bilgin:

Merhaba!

Faik Uyanık:

Emma Watson'un sunduğu bu videoda başrolü oynayacağın hiç aklına gelir miydi? Böyle bir hayalin var mıydı?

Elif Bilgin:

Böyle bir hayalim hiç olamadı çünkü hiç düşünmemiştim. Emma Watson çok küçük yaşlarımdan beri en büyük idollerimden biriydi. Kendisiyle aynı projeye bu kadar yakın bir şekilde imza atmış olmak beni çok gururlandırıyor.

Faik Uyanık:

Emma Watson'u Harry Potter'dan mı tanıyorsun?

Elif Bilgin:

Harry Potter'dan tanıyorum ama şu anda genel olarak insan hakları ve cinsiyet eşitliği projeleri üzerinden de takip ediyorum.

Faik Uyanık:

Dünyayı yakından takip ediyorsun. Bu videoda izlediğimiz projeyi yaptığında İstanbul'da Koç Lisesi'nde öğrenciydin. Şimdi Amerika'da Johns Hopkins Üniversitesi'nde okuyorsun ve aramıza oradan katılıyorsun. En başa dönelim, hikâyenin başına... Aklına böyle bir proje yapmak nereden geldi? Muz kabuğundan plastik!

Elif Bilgin:

Açıkçası proje yapmak hep daha sonra gelen bir şey oldu benim için... Hayatım boyunca yaptığım bütün projelerde böyle diyebilirim. Genel olarak öncelikle aklıma ilk gelen bir fikir oluyor. Yani çevremde bir sorun fark ediyorum, o sorunu tanımlıyorum, sonra da çözüm bulma isteği beni bir proje yapma isteğine itiyor aslında. Yaptığım araştırmalar sonucunda konuya bir çözüm bulmaya çalışırken yaptığım şey bir projeye dönüyor. Mesela yaklaşık beş yıl önce, Boğaz'da dolaşırken denizdeki pislikleri, plastik poşet ve şişe gibi çöpleri görmek beni çok rahatsız ediyordu. Bir gün oturup bu nedir, bu kirlilik sadece Türkiye'ye has bir şey mi, yoksa dünya çapına da görülüyor mu diye araştırırken biyoplastik tanımı ile karşılaştım. Biyoplastik'in nasıl yapıldığını, nasıl teknoloji olduğunu araştırırken de bunun çok az gelişmiş olan yeni bir teknoloji olduğunu fark ettim ve bunu geliştirmeye karar verdim.

Faik Uyanık:

Peki sana sordular mı bu videoda seni oynatmak istiyoruz animasyon karakteri olarak diye?

Elif Bilgin:

Böyle bir teklif geldi. "Seni Dünyanın En Büyük Dersi" isimli kampanyamıza dahil etmek isteriz diye. Ben de tabii ki kesinlikle yardımcı olurum dedim. Aslında benden çok bir şey istediler denemez, projemi anlattım.

Faik Uyanık:

"Muz Kabuğundan Plastik" projesini 2013 yılında hazırlamıştın. Seninle bugün konuşuyor olmamızın nedeni senin bu videoda başrolü oynuyor olmanın yanı sıra Türkiye'deki, komşu ülkelerdeki çocuklara, gençlere örnek oluşturacak, ilham verecek bir hikâye ortaya çıkarmış olman. Peki buna benzer çalışmalara devam ediyor musun? Yeni icatlar çıkartacak mısın?

Elif Bilgin:

Aslında tam anlamıyla biyoplastiğe benzer sayılır mı bilmiyorum ama kesinlikle araştırma yapmaya ve icat oluşturmaya devam ediyorum. Örneğin şu anda Johns Hopkins Tıp Fakültesi'nin içerisinde bir laboratuvarında çalışıyorum. Yaptığım projenin detaylarını paylaşabilir miyim bilmiyorum çünkü daha sonuçlandırılmadığı için gizli tutuluyor ama kısaca açıklamam gerekirse; araştırmacıların deneylerde kullanabileceği bir cihaz, yeni bir teknoloji geliştirmekle uğraşıyorum şu anda. Bunun dışında yakın bir geçmişte katıldığımız Hackathon yarışması var. Hackathon; 36 saat süren, ekip olarak yeni bir uygulama, program yazarak ya da web sitesi hazırlayarak dünyadaki bir soruna

çözüm bulmaya çalıştığınız bir organizasyon. Benim katıldığım yarışma tıpla ilgiliydi ve Suriyeli mültecilere ilaç gönderebilme ilgili algoritma geliştirdiğimiz çalışma mansiyon ödülü aldı.

Faik Uyanık:

Annen, baban ne iş yapıyor?

Elif Bilgin:

İkisi de bilgisayar mühendisi. Programcı ve mühendisler.

Faik Uyanık:

Yani biyolog değiller veya tıpla uğraşmadılar. Sen şimdi ne okuyorsun Johns Hopkins’de.

Elif Bilgin:

Bilgisayar Mühendisliği ve Biyomedikal Mühendisliği çift ana dal yapıyorum.

Faik Uyanık:

Peki senin gibi bilim seven insanlara, gençlere tavsiyen ne olur? İstanbul’dan, bölgeden biri senin yolunu izlemek isterse, Google’ın büyük ödülünü kazanmak isterse ve bir gün orada okumak isterse ne yapmalı?

Elif Bilgin:

Eğer günlük hayat içinde onları rahatsız eden bir sorun varsa bu fikrin peşinden koşmalarını kesinlikle tavsiye ediyorum. Bu ilham alma süresinin sonucunda bir proje ortaya çıkarsa Google Science Fair gibi bir yarışmaya katılmalarını kesinlikle öneriyorum, çünkü genç insanların yaratıcılıklarını, seslerini duyurmaları diğer gençlere de ilham veriyor, bu alanlara yönelmelerini daha da destekliyor. Bu açıdan çok önemli bunu yapmaları.

Faik Uyanık:

Google Science Fair’e girip bir baksınlar, Google’dan arasınlar, Elif Bilgin- muz kabuğu yazsınlar, senin ayrıntılarına, hikâyenin ayrıntılarına ulaşsınlar. Elif Bilgin Sosyal Fayda Zirvesi İstanbul Buluşması’na katıldığın için çok teşekkürler.

Elif Bilgin:

Ben çok teşekkür ederim davet ettiğiniz için.

Her Şeyi Değiştirmek için Daha Fazla Zaman Lazım

Ali Ercan Özgür

(HarcananZaman.com)



Ercan Gümüş

(HarcananZaman.com)



Ali Ercan Özgür:

Merhabalar. İsmim Ali Ercan Özgür. Kamu yönetimi üzerine doktora yaptım, sivil toplum ve kalkınma üzerine çalışıyorum. İdema şirketinin kurucularındanım. İhtiyaç Haritası'nın kurucu ekibindeyim.

Ercan Gümüş:

Ben de Ercan Gümüş. Cool Digital Solutions'un yönetici ortaklarındanım. Endüstri Mühendisliği okuyup, üzerine Girişimcilik yüksek lisansı yaptım. Ancak Girişimcilik ekosisteminden aslında misafiriniz sayılırım. Yeni tanıdığım bir ekosistemdeyim.

Ali Ercan Özgür:

Ben kendi hikayemi şöyle anlatmak isterim. Yaklaşık iki yıl önce İzmir'e taşındım. İzmir'e taşınmamın da tek bir sebebi vardı: İstanbul. İstanbul'da doğup büyümeme rağmen gün içerisinde zaman kaybetmem benim için ciddi bir sorun olmaya başladı. Kent yaşamına zaten akademik olarak kafa yoran biriydim ama bunun matematiğini de hesaplamaya başladım. İstanbul'da günde ortalama iki saat zaman kaybettiğimi ve yılda bir ayımın trafikte geçtiğini fark ettim. İstanbul'da yaşamın verdiği bıkkınlıkla İzmir'e taşındım ve İzmir'de de Ercan ile tanıştık.

Biz zaman ileriye doğru yaşanır, geriye doğru anlaşılır bakış açısı ile yola çıktık. Yani önümüzden akıp giden çok değerli bir şey var ama bizler onun farkında değiliz. Ercan'a zamanı nasıl daha verimli kullanabileceğimiz üzerine konuşurken bunu bir mobil uygulamaya nasıl dönüştürebiliriz fikri üzerinde düşünmeye başladık ve harcananzaman.com'u oluşturduk. Bu aslında harcadığımız zamanı kaydettiğimiz bir mobil uygulama. Amacımız sürdürülebilir üretim ve tüketim açısından zamanı iyi kullanmayı öğrenmek.

Ercan Gümüş:

Biz aslında bu projeye başlarken zamanı nasıl daha verimli kullanabiliriz, dolayısıyla hayatımızı daha verimli hale nasıl getirebiliriz diye düşündük. İlk olarak bunu ölçmemiz gerekiyordu. Ölçmediğiniz bir şeyi iyileştiremezsiniz. Bunu ölçmek için hangi araçları kullanabileceğimiz üzerine yoğunlaştık ve Őu anda hepimizin cebinde olan mobil cihazları, akıllı cihazları kullanarak bu sorunu çözebiliriz diye düşündük. Bu en basit anlamıyla günlük hayatta nerede ne kadar zaman kaybettiğimizi kaydedeceğimiz bir uygulama. Daha sonrasında kaybettiğimiz zamanları bir "flow chart" yardımıyla görebiliyoruz. Bir sonraki aşamada ise asıl amacımız olan kaybettiğimiz zamanların verilerine bakarak bunu iyileştirmek. Uygulama çok basit kullanımlı bir arayüzden oluşuyor. Bulduğunuz ortamı seçiyor ve zamanı kaydetmeye başlıyorsunuz. Biz daha sonrasında profilinizde hangi gün ne kadar süre kaybettiğinizi, bir ay içinde nerelerde, ne kadar zaman kaybettiğinizi kaydediyoruz. Bir sonraki aşamada kaybettiğiniz zamanları bir değere dönüőtürmeyi düşünüyoruz.

Ali Ercan Özgür:

Yapmaya çalıştığımız şey herkesin bu konuda olabildiğince farkındalık sahibi olmasını sağlamak. harcananzaman.com'un sosyal fayda yaratacak bir uygulama olarak geçip giden zamanı fark edip takip etmemize yardımcı olacağına inanıyoruz. Bu fikrin benim için ilk çıkış anı aslında bir gün SGK'da bir işlem yapabilmek için üç buçuk saat kaybetmemdir. Etrafımda benimle bekleyen 1000 kişiye bakınca bir baktım ki aslında 3.500 saat gitmiş durumda. Bu bakış açısına sahip olunca trafikte, devlet dairelerinde, bir çağrı merkezini aradığımızda hep beraber kaybettiğimiz zamanı matematiksel olarak hesaplamak akıl almaz rakamlara ulaşıyor bizi. O yüzden sizden boşa harcadığınız her zamanı bu uygulama ile takip etmenizi, kaydetmenizi rica ediyoruz.

Bu konudaki farkındalığımızı artırarak, boşa harcadığımız zamanları sürdürülebilir üretim ve tüketime katkı sağlayabileceğimiz bir hareket başlatabiliriz.

Ercan Gümüş:

Aslında biz sizden bu veriyi toplarken yardımlarınızı rica ediyoruz. Bizim yapmak istediğimiz de bu veriyi anlamlandırıp, size daha iyi bir zaman sunabilmek.

Çok teşekkür ediyoruz.

Kalkınmayı Yeniden Düşünmek:

Afetlerle Kalkınma

Murad Tiryakioğlu

(Afyon Kocatepe Üniversitesi)



Herkese merhaba! Hepinize burada olduğunuz için teşekkür ederim. Günün başında başlangıç konuşmasında Fatih Bey, çok güzel bir açılış konuşması yaptı ve şahsen çok önemli bulduğum, ilk defa tanık olduğum, bu kadar büyük katılımlı bir toplantıda söylenmesi gereken ama ne yazık ki hiç duymadığımız bir şeyi söyledi. Bize acil çıkış kapılarının yerlerini işaret etti, kaç tane olması gerektiğini ve muhtemel bir acil durumda nasıl davranmamız gerektiğine ilişkin bir ayrıntıyı da verdi. Kendisine özellikle teşekkür ederim.

Şimdi sizden sadece üç soruluk bir geri dönüş almak istiyorum, lütfen bu konuda hiç bir çekince duymadan rahat olun, kaldıracığınız eller benim için bir gösterge oluşturacak. Öncelikli olarak aranızda bireysel olarak aile afet planı yapmış olanları görebilir miyim? Şimdi de yaşanması muhtemel bir afet sonrasında, hele ki İstanbul gibi bir metropolde aile bireylerinizle nerede buluşacağınıza dair bir planlama yapanlar var mı? Üçüncü sorum daha basit. Afet ve acil durum çantası olanları görebilir miyim lütfen. Birazcık daha fazla. Hepinize teşekkür ederim.

İşte Afetlerle Kalkınma Platformu'nun yola çıkış hikayesi buradan başlıyor, çünkü kalkınmanın temelini insan oluşturuyor. Ve biz de buradan yola çıkarak aslında size burada bir aşk hikayesi anlatmaya çalışacağız. Ben ve ekibim olarak, ekibim olarak diyorum, biz 2007 yılında bir öğrenci kulübü olarak ortaya çıktık, 2007 yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi bünyesinde Akademi Arama Kurtarma Kulübü'nü kurduk ve o dönemden bu yana büyük bir aşkla afetler konusunda çalışmaya devam ediyoruz. Bu kurduğumuz öğrenci kulübü 2013 yılında Afet Bilinci Derneği'ne dönüştü. Sonra Afetlerle Kalkınma kitabını derlememize vesile olan tecrübeler birikti. Sağlam Kobi'nin destekleriyle, çok değerli 19 yazarın katkısıyla şekillenen Afetlerle Kalkınma kitabı çıktı.

Afetlerle Kalkınma kavramı biraz çelişkili gibi duran ve anlaşılması çok mümkün olmayan bir algı oluştursa da aslında afetlerin ekonomik ve toplumsal kalkınma için çok ciddi bir fırsat olmasının yanı sıra bir o kadar da tehdit oluşturabileceğini gözler önüne seriyor. İkinci kitap 2017 yılının ikinci çeyreğinde yine Fil Yayınevi'nin destekleriyle raflarda yer alacak ve orada da afetlerin sosyal, sektörel ve bölgesel boyutu analiz edilecek.

Dediğim gibi aslında afetlerin temelini insan ve iktisadi açıdan iş sürdürülebilirliği mevzusu oluşturuyor. Bu kitapların verdiği önemli mesajlar var. Dört başlık halinde özetlemeye çalışacağım.

Birincisi afetler her an kapımızda. Bunu çok iyi anlayabiliyoruz. Dün gece otelin 26. katındaki odamdan İstanbul'a baktığımda acaba ne kadar hazırız sorusunu açıkçası korkarak sordum. Son

günlerde Karadeniz’de yaşanan sel felaketi ya da Ege Denizi temelli sarsıntılar aslında afetlerin her an kapımızda olduğunu bize hatırlatıyor. Ancak buna karşın bu ekonomik ve politik gündemde yeterince yer bulmuyor.

İkinci olarak üzerinde durduğumuz konu ise kalkınma planlarımızda ve sanayi stratejilerimizde afetleri yeterince dikkate almıyor oluşumuz. 1999’da yaşanan o acı felaketin izleri hala devam ediyor olmasına rağmen gerek kalkınma planlarında gerekse sanayi strateji belgelerinde sadece o döneme ilişkin belirli vurgular yapıldı, sonra gittikçe düşen bir seyir izledi. Sanayi stratejilerine bakıldığında afetlere yönelik pek bir şey bulamıyorsunuz. Daha çok yeşil ekonomik kalkınma, çevreci üretim vurguları var. Ama bunlar aslında afetleri dikkate almamız gereken bir yaklaşımın eksikliğini de net bir şekilde ortaya koyuyor.

Üçüncü mesajımız kırılganlığın ve yoksulluğun arttığı ya da yoğun olduğu bölgelerde afetlerin ortaya koyacağı etkinin çok daha fazla ve çok daha yıkıcı olması. Az gelişmiş, yoksul ülkelerde yıkım çok şiddetli oluyor ancak yapılanma çok zor oluyor.

Son mesajımız ise afetlerle kalkınmanın öğrenilebilir olduğu. Kitapta bir bölümde de yer aldığı gibi Japonya bunun en güzel örneği. Buradan yola çıkarak kurduğumuz Afetlerle Kalkınma Platformu sizin desteklerinizle hayat bulacak ve farkındalık artışına katkı sağlayacak.

Teşekkür ediyorum, afetsiz günler diliyorum.

Fayda için İletişim

Burcu Kayımtu

(TBWA İstanbul)



Herkese merhaba. Bugün burada olduğum için çok mutluyum. Sosyal fayda konusu her zaman gündemimizde olmuyor ama bu tarz toplantıların olması hepimiz için ufuk açıcı oluyor. Ben sunuma çalışırken biraz şöyle düşündüm; hepimiz çocukken hayaller kurarız, çizgi filmler izleriz, kahramanlarımız vardır, onlara özeniriz ve hayatta bir şeyler değiştirebileceğimize inanırız ve böyle büyürüz. Mesela benim çocukken kahramanım Shee-Ra'ydı. Ona çok özenirdim, dünyayı değiştirmek isterdi, kötülere karşı savaşırdı. Çocukluk hayallerimde kumdan kaleler yapar, çizgi filmler izler, hayal gücümü geliştirirken gerçekten hayatta bir şeyler yapabileceğime de inanırdım.

Yıllar geçti, hayat zorlaştı, bugün küresel konularda hep duyduğumuz engeller ortaya çıktı, açlık var, eşitsizlik var, insanlar küresel ısınma yüzünden çok zor günler yaşayabiliyor ve daha da zorları gelecek. Bunun karşısında biz o çocukken içimizde büyüttüğümüz yaratıcı gücü maalesef kaybettik. Fakat şuna inanıyorum ki eğer hayal kurmayı, inanmayı ve hayatta bir şeyleri değiştirebileceğimizi yeniden hatırlarsak hepimizin içinde hala var olduğuna inandığım o küçük çocukları yeniden yeşertebilir, canlandırabilir, yaratıcılıkla aslında bir çok şeye ilaç olabiliriz.

Hedef kitlelerimizi anlamak, araştırmak, güzel kampanyalar hazırlamak adına güzel işler yapıyoruz ama öte yandan da yaratıcılık ile insanları bir araya getirebileceğimizi, onları bir amaç uğrunda toplayabileceğimizi bazen unutuyoruz. İşte bunu yapmanın vaktinin geldiğine inandık, insanları bir araya getirelim ve onlara dünyayı değiştirebileceklerini hatırlatalım gibi büyük bir vizyonla yola çıktık. TBWA Reklam Ajansı bunu niye yapıyor diyebilirsiniz. Çok temel bir nedeni var. Tam 200 tane içindeki çocuğu kaybetmemiş çalışan var ajansımızda. Eğer biz hep beraber iyi için, iyiyi bulmak için, sosyal fayda sağlamak için bir şeyler yaparsak inanıyoruz ki dünyayı değiştirmek, dünyada bir takım kötü giden şeylere dur demek mümkün. Bu yüzden geçtiğimiz yıl kendimize hedef koyduk ve dedik ki her yıl iki defa Türkiye'deki sosyal fayda sağlayacağımız alanları belirleyelim ve bu konuda bir proje hayata geçirelim.

Bugün sizinle paylaşacağım projelerden ilki "Suriyeli Mülteciler". 4.6 milyon Suriyeli dünyanın farklı yerlerinde barınıyor, 3 milyonu bizde. Maalesef 4 bine yakını bizim karasularımızda hayatını kaybetti. Bu çok acı bir konuydu ve hep üçüncü sayfa haberi olmaktan öte de gidemedi, Bu konu hakkında nasıl farkındalık yaratabilir ve faydaya dönüştürebiliriz diye düşündük ve "Support to Life" ile ortak bir "Mezardeniz – Sea Cemetery" projesini hayata geçirdik. Videoyu izlediğinizde bizi daha iyi anlayacağınızı düşünüyorum.

Ajans olarak bu projeye fayda yaratabileceğimiz alanı seçtik. Önümüzdeki dönemlerde de neler yapabiliriz diye çalışmaya devam edeceğiz. Fakat projeyi hayata geçirdiğimizde iki kritik nokta

vardı. Evet STK'larla doğru iletişim kurmalıyız, onlara doğru desteği vermeliyiz, fikir sunmalıyız, onların ufkunu genişletmeliyiz, onlara yaratıcılık katmalıyız ama bir yandan da markaların dünyasında nasıl pozitif bir değişim yaratabileceğimiz konusuna da odaklanmalıyız. Bu nedenle daha sürdürülebilir bir sosyal fayda projesi oluşturmak için çalışmaya başladık ve adına da "For Good" dedik. Bilmeyenler için açıklamak istiyorum, TBWA New York merkezli uluslararası bir reklam ajansı. En son Afrika'da gerçekleştirilen uluslararası toplantımızda hayata geçen bir proje bu. Markaları önce doğru anlamalıyız, ürünleriyle, yaptıkları servisle hayatta bizden ne alıyorlar bunu analiz etmeliyiz ya da nasıl hayata fayda katarlar bunu görmeliyiz, ardından etki yaratacak doğru strateji ile sosyal medyada ve bütün mecralarda hareket ve fayda sağlayacak bir plan yaratmalıyız. Bu planı yarattıktan sonra doğru bir hikaye ile tüketicilerle, halkla buluşturmalıyız ve son olarak da bunu gerçekten raporlayarak sürdürülebilir bir şekilde her sene üzerine taş koyarak bir projeye dönüştürmeliyiz. Milyon dolarlık kampanyalar yapıyoruz fakat bunun karşılığında sadece projeye ben x lira ayırdım, 5x lira da medyasına ayırdım ve ben sosyal sorumluluk yapıyorum diyen markaların hayatımızda artık olmaması gerektiğine inanıyoruz. Her kuruluşun değerinin bilinmesi gerektiğini ve markaların sosyal sorumluluk çalışmalarını buna göre yönetmeleri gerektiğini düşünüyoruz. Bu modeli en yakın zamanda hayata geçireceğiz ve umarım bir sonraki zirvede yaptığımız projeleri sizinle paylaşacağız. Dinlediğiniz için çok teşekkürler. Sorularınız olursa web sitemizden yönlendirebilirsiniz.

Sürdürülebilir Moda: Bir Oksimoron mu?

Hatice Gökçe

(Argande)



Şölen Kipöz

(Moderatör, Sürdürülebilir Moda)



Şölen Kipöz:

Herkese merhaba, sürdürülebilir moda oksimoron mu yoksa bu gerçek bir sisteme dönüşebilir mi? Bugün bunu konuşacağız. Sürdürülebilirliği üç ayaklı bir tabureye benzetebiliriz. Bir ayağında doğal çevre ve ekoloji varken diğer ayağı insana, sosyal yapıya, üçüncü ayağı da bugün güçlü görünen ekonomik yapıya, pazar ve tüketim olgusuna tekabül ediyor. Ekonomik olarak güçlü görünen moda sistemi, küresel tedarik zincirinin üretim ve tüketim döngüsünde doğal çevreye en fazla zarar veren endüstrilerden biri olmaya başladı maalesef. Ürettiği atık miktarıyla, kimyasallarla neredeyse petrol ve kimya endüstrisinden sonra ikinci sırada. Küresel ısınmanın en önemli sorunlarından bir tanesi olarak karşımıza çıkıyor ki bu galiba benim söylediğim bir şey değil, hepimizin farkında olduğu bir gerçek olmaya başladı.

Atık yönetimi, geri dönüşüm ve iç dönüşüm yöntemleriyle yapılabiliyor fakat altı sezon üretim yapan, yılda 80 milyar giysi üreten bir sektör için bu oldukça güç görünüyor. En etkili yöntem tabii ki atığın önüne geçmek yani atığın oluşmasını engellemek. Bu çevresel faktörün, ekolojik zararın ya da yarattığı etkinin ötesinde sürdürülebilirliğin sosyal ve insan ayağı bizim bugün konuşacağımız proje ile biraz daha ilgili. O yüzden bu konudan biraz daha fazla söz etmek istiyorum.

Sosyal sürdürülebilirlik kavramı emeğe dayalı bir endüstri için kaçınılmaz bir hedef haline gelmeye başladı. Toplumların yaşam kalitesini yükseltmek ve sosyal sermayenin sürdürülebilir dirlik için paylaşıldığı bir yapı olan sosyal sürdürülebilirlikte moda nasıl bir rol oynuyor? Diğer bir değişle bu sermaye nasıl sosyal bir faydaya dönüşebilir? Burada özellikle iki ilkedden söz etmek gerekir. Bir tanesi eşitlik. Moda sisteminin organları olan üretim, tasarım, tüketim, iletişim süreçleri arasındaki eşit, şeffaf, açık iletişim ki bu tüketicinin aldığı ürünün arkasında araması gereken adil ticaret koşullarının sağlanması ile ilgili. Bugün hepimiz gidip bir giysi aldığımız zaman bunun hangi

koşullarda üretildiğini, insanların hangi emekler çerçevesinde ne tür bedellere bu işi yaptığını belki bilmiyoruz. Giysilerimizi seçerken maalesef insan emeğinin ve yaşamının sömürülmeden üretildiği çalışma koşullarına yönelik bir arayış içerisinde olmuyoruz ya da bunun çok bilincinde değiliz. Eşitlik ilkesinin altında yer alan diğer bir konu kuşaklar arası ve aynı kuşaktan kişilerin o topluluktaki eşitliği. Yine bu ilkenin altında yer alan ve Argande projesi ile en çok alakalı olan başlık ise toplumsal cinsiyetler arasındaki eşitlik. Bugün moda endüstrisinde küresel olarak neredeyse 40 milyon insan çalışıyor ve bunun %85'ini kadınlar oluşturuyor. Kadınlar paradoksal olarak dezavantajlı bir grup olarak kabul edilirken bu kolektif üretimin çok önemli bir parçası olarak yer alıyolar.

İkinci ilke yerellik ve zanaat. Yerel değerlerin yüceltilmesi, küresele karşı yerel bir ekonominin yaratılması ve bu toplulukların yerele ait olan toplulukların bir dayanışma kültürü içerisinde kendi emeklerine, kendi değerlerine sahip çıkarak saygınlıkla bu işi yapmaları. Bizim coğrafyamızda bunun çok mümkün olduğunu görebiliriz. Çünkü çok ciddi kadim ve dışı bilgiye sahip bir coğrafyaya sahibiz. Bu unsurlar çerçevesinde modanın sosyal fayda ya da sosyal sürdürülebilirlik yaratması bir oksimoron mu? Bunu tekrar sorabiliriz kendimize ya da gerçekten mümkün olabilir mi? Ya da bu ilkelere sahip çıkan bir modelden söz edebilir miyiz? Bu model bizim çok mu uzağımızda diye sorduğumuzda ise pek çok kişinin tanımadığı bir markadan söz etmek gerekiyor: Argande. Birleşmiş Milletler tarafından desteklenen, zannediyorum sosyal faydaya hizmet eden ilk moda markası olan ve şu anda uluslararası olma yolunda ilerleyen Argande'nin tasarım direktörü Hatice Gökçe size çok daha detaylı bilgi verecek.

Hatice Gökçe:

Argande henüz Argande ismini almadan önce bir sosyal sorumluluk projesiydi. Bölgede bu projeye benzer başka projeler elbette yapıldı fakat modanın içine bu kadar dahil olmuş bir proje olmadı. Bu anlamda bölgede bir ilk olduğu gibi UNDP ve GAP İdaresi için de bir ilk olma özelliğini taşıyor.

Argande, ismini Komagene krallığının tek tanrıçasından alıyor. Bölgeye bir göndermesi var. Bir kadın projesi. Bölgede istihdama uygun yaklaşık 4000 kadın var ve Argande bin kadına ulaşmayı hedefiyle yola çıktı.

Bu proje ile hedeflediğimiz bir kaç önemli konu vardı. Bir tanesi bölgedeki haklı ticareti desteklemek; bir moda projesi olmasına rağmen, genel olarak bilinen sosyal sorumluluk projeleri içerisindeki ajitasyondan uzak bir marka algısı yaratmak, bölgedeki kadınların ürettiği, Türk tasarımcıların tasarımlarının üretildiği bir moda markası olarak yola çıkmaktı.

Sosyal fayda anlamında ikinci önceliğimiz ise eşitlik, yani toplumsal cinsiyetteki eşitliğe destek vermektir. Çünkü kadınlar burada feodal düzende varlar, proje ile iş gücüne katılmaları sayesinde feodal düzenden biraz daha kapitalist düzene doğru adım atmış oluyorlar ve Argande toplumsal cinsiyetteki eşitliğe de katkı sağlayan bir proje olarak devam ediyor.

Bizim markamızı konumlandırırken oluşturmak istediğimiz şeylerden bir tanesi de bölgeye ait değerlerin markanın unsurları olarak yer almasıydı. Bunlardan ilki unutulmaya yüz tutmuş el

sanatlarının bu markada hayat bulmasıydı. Bölgeye ait tüm el dokumalarını, Şelşapik ve Kutlu gibi Gaziantep ve Şırnak bölgesinde üretilen, unutulmaya yüz tutmuş, atölyelerin neredeyse birer tane kaldığı kumaşları bu proje kapsamında hayata döndürdük ve sekiz yıldır projemiz devam ediyor. Yerel değerleri kullanmada ikinci desteğimiz ise bütün katalog çekimlerimizi bölgede gerçekleştirmek oldu. Urfa'da, Mardin'de, Gaziantep'te tamamen tarihi değerleri öne çıkaran katalog çekimleri gerçekleştirdik.

Kadınların iş gücüne katılımları çok önemli. Normal şartlarda masa başında kurulmuş bir moda markasından beklenen çok üretmesi, çok satması ve bunun bir katma değer olarak geri dönmesidir. Evet biz bir marka olarak varız, Türkiye'de 15 Mudo mağazasında ürünlerimiz satılıyor. Ama çok üretmekten ziyade ulaştığımız kadın sayısı ve kullandığımız zenginliklerin değer bulunduğu ortamı yaratabilmeği önemsiyoruz. Buna da ulaşabildiğimizi düşünüyoruz.

Bugüne kadar 16 koleksiyon hazırladık. Türkiye'nin en önemli 30 tasarımcısı koleksiyonlarıyla destek verdi. İstanbul'da düzenlenen moda haftasında koleksiyonlarımızı sergiledik ve bugüne kadar 65 model gönüllümüz oldu. Yaklaşık 300'e yakın kişiden söz ediyoruz, hepsi alanında uzman kişiler ve bütün bunların hepsi bir sosyal sorumluluk projesi başlığı altında verilen destekle gerçekleşti. Sekiz yıldır bu desteğin hiç aksatmadan aynı şekilde devam ediyor olması çok önemli.

Ekonomik açıdan henüz büyük bir hacim yakalayabilmiş değil fakat çarpan etkisi ile ulaştığımız bin kadın bizim için çok değerli. Biz önce Batman'da kurduk atölyemizi, son iki yıldır da Kilis'teyiz. UNDP, GAP İdaresi, İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı'nın destekleriyle, Mudo'nun ve bahsettiğim 300 kişinin katkılarıyla çalışmaya devam ediyoruz. Üreten, destek veren bir projeyiz ama bunun yanında tüketicilerimizin fikirlerini de önemsiyoruz. Ürünlerimizi bir sosyal sorumluluk projesi olduğu için değil, Türk tasarımcılarının uygun fiyatla alabilecekleri parçaları oldukları için satın alıyor olmaları aldığımız en önemli geri bildirim. Bir sosyal sorumluluk projesine destek olduklarını ancak satın aldıktan sonra etiketi okuduklarında fark ediyorlar. Bu nedenle bir markanın ve sosyal fayda çalışmasının bir arada ilerlemesi için gerekli bir model olduğunu düşünüyorum.

Şölen Kipöz:

Bu model bahsetmiş olduğumuz üretim, tasarım, tüketim hatta iletişim süreçleri arasındaki şeffaflığı simgeleyen; üretici, tasarımcı ve tüketici arasında sürdürülebilir kalkınmaya hizmet eden bir sorumluluk duygusu geliştiren bir "yavaş moda" modeli.

Türkiye'de bu tür örneklerin daha fazla olmasını arzuluyoruz. Sürdürülebilir moda bilinci ülkemizde çok yeni gelişen bir kavram. Çok geç kalınmış bir bilinç.

Modanın döngüsünü düşündüğümüzde bu kavrama çok ihtiyacı olduğunu görüyoruz. Şu anda sürdürülebilir olmayan modanın, küçük adımlarımızla ve küçük emeklerimizle insana, kalkınmasına, sosyal yaşam kalitesine daha faydalı bir hale gelmesi, buna hizmet eder bir sisteme dönüşmesi mümkün. Çünkü gıysilerle aramızda çok yakın bir ilişki var.

Umarım Argandé'yi takip eder ve destekçisi olursunuz. Çünkü 1000 kadına dokunan çok önemli bir örnekten söz ediyoruz. Çok teşekkür ediyoruz.

Hatice Gökçe:

Teşekkür ederiz.

İyilik için Gönüllü Olmak: Heves Yönetimi

Başak Yalvaç

(TEMA)



Monica Prisacariu

(UNV)



Hakan Dulkadiroğlu

(Gençlik ve Spor Bakanlığı)



Suat Özçağdaş

(Moderatör, Sosyal İnovasyon Merkezi)



Suat Özçağdaş:

Herkese merhaba. Üç farklı gruptan konuğum var bugün. Hepimizin bildiği bir sivil toplum örgütünden, TEMA Vakfı'ndan Başak Yalvaç bizimle birlikte. Birleşmiş Milletler Gönüllüleri'nden Monica Prisacariu hükümetler arası kuruluşlar perspektifinden gönüllülük meselesini bizlere aktaracak. Hakan Bey'de yine kamuda yapılan güzel bir gönüllülük çalışmasından bahsedecek.

Monica Prisacariu:

Thank you very much. I forgot my translator. Merhaba. İyiyim, teşekkür ederim. This is what I know in Turkish. I hope you also feel OK.

This evening I'm going to talk about onlinevolunteering.org. Have you ever heard about onlinevolunteering.org? No. OK. That's why I'm here today. To present you onlinevolunteering.org.

It's a platform funded by United Nations volunteers, which is the UN agencies promoting volunteers for peace and development. What is an online volunteer? It's a person like you, sitting in front of a computer, a tablet, having a smartphone and using that smartphone for doing good. As an online volunteer, you can work with organizations from across the globe, from Brazil, from Nigeria, from Egypt. You can enter in contact with United Nations agencies or you can enter in contact with small organizations working very locally.

It doesn't matter if you are a student, it doesn't matter if you are a mother or a father of three kids, it doesn't matter if you are director of a UN agency or director of a company, you just have to use your skills for a better world. You can communicate. How is this happening? If you enter onlinevolunteering.org, you can register your profile in the roster and suddenly you become one of the volunteers. And you can use at maximum whatever skills you have. Your skills as a professional, from your job, or your skills from your passions. You can be a photographer, you can be a social media campaigner, you can be a translator. Just use your skills in a creative way.

What are the minimum preconditions? You need to have to 4-6 hours per week to sit in front of your TV, in front of your smartphone, in front of your tablet and to have this time to commit it to a project from the other part of the globe. Using this online platform actually you make the knowledge to travel from Turkey to Nigeria or from, I don't know, Italy to Egypt or you just sit in— It's a couch potato. If you know the couch potato, this image of someone sitting in front of a device and working from the device.

So actually, being a couch potato in the comfort of your house having your favorite snacks in front of you, you can help organizations from across the globe to do that.

In 17 years, through this platform 80.000 volunteers contributed to the projects of 300 UN agencies and 1,700 other organizations. They offer their skills in IT, in graphic designing, in translations, in social media, in whatever you can imagine, in advocacy, in photography, helping these organizations to achieve their projects.

Why are they doing that? Why are the people doing that? One of the main sponsors of this platform is Samsung and actually what they are doing, like the director in Brazil was saying, that "Now my people are much more motivated because they know exactly what's happening in the world. They know they can connect to organizations from across the world and they can contribute in their spare time helping these people to achieve their projects."

United Nations Volunteers in Turkey, it's new. Probably that's why you've never heard about onlinevolunteering.org. It's from 2011 and the platform is still really really unknown. I really really encourage you to enter on this platform to check if you have— We heard today in one of the speeches that 42 million people in Turkey use half an hour per day for social media. If you use that time for an organization from Nigeria, from Egypt or from another country you can become an online volunteer and you can help in achieving sustainable development goals.

Please enter onlinevolunteering.org, register yourself, or if you are a representative of an organization register the profile of your organization so you can ask for the support of online volunteers who are already registered in this roster.

I'll just say like we do in onlinevolunteering.org: The sky is the limit and you really make the knowledge travelling across the globe. Thank you very much.

Suat Özçağdaş:

Monica Prisacariu'ya teşekkür ediyoruz. Hakan Bey'le devam edelim. Benzer bir çalışmayı Türkiye'de Gençlik ve Spor Bakanlığımız da yapıyor.

Hakan Dulkadiroğlu:

Teşekkür ediyorum. Bildiğiniz gibi Türkiye 2016 yılında küresel insani yardım açısından 3.2 milyar dolarla dünyada ikinci durumda ama dünya hayırseverlik endeksine göre resmi gönüllülük dediğimiz bir kurum çatısı altında yapılan gönüllülükte 2012, 2013 ve 2014 raporlarına göre 135 ülke arasında 128. sırada yer alıyor. Maalesef gençlerimizin çok az bir kısmı hayatlarında bir defa ya da daha fazla gönüllülükle buluşuyor.

Gönüllülük çalışmaları farklı mecralarda yapılabilir. Bunlardan bir tanesi de kamu kurumları, sivil toplum, vakıflar. Gençlerimize, parasal yardımı bu kadar fazla yapan bir ülke olarak zaman, bilgi ve emeğini bir başkasına verirken neden zorluk çektiklerini sorduk. Zaman bulamama, üşenme, nerede-nasıl gönüllü olacağını bilememe, kendilerini gönüllülük çalışmalarına yönlendirecek mekanizmaların eksik olması gibi yanıtlar aldık.

Ulusal Gençlik ve Spor Politikası belgemizde de Türkiye'de gönüllülüğün artırılması ve engellerin kaldırılması hedeflerimiz arasında yer alıyor. Bu nedenle bir başlangıç yapalım ve Türkiye'de bir gönüllülük kültürü oluşturalım istedik. Öncelikle gençleri gönüllü çalışmalarından alıkoyan engellerin kaldırılması için bakanlık bünyesinde faaliyet gösteren ama bütün kamu kurumlarına ve sivil toplum kuruluşlarına açık olan gencgonulluler.gov.tr uzantısında bir web sitesi oluşturduk.

Genç gönüllülerimiz afet ve acil durum, eğitim, spor, sağlık ve sosyal bilimler, çevre, kültür ve turizm olmak üzere altı kategoride faaliyet gösteriyor. Sitemiz bu kategorilerde gönüllü çalışmalar yapmak isteyen gençlerimizin gönüllü arayan kurumlarla buluşmasını sağlayan bir platform oluşturuyor. Uzantısında gov. olmasını özellikle istedik, çünkü Türkiye'de hala devlet en büyük marka olarak kabul ediliyor.

Burada bir gönüllülük kültürü oluşturmak için her şeyden önce gençlerimizi yetiştirmeye başladık. Urfa'da, Muğla'da çevre ile ilgili eğitimler düzenledik. Afet ile ilgili AFAD ile ortaklaşa çalışmalar yürütüyoruz. "Afete Hazır Türkiye" projesi kapsamında gençlerimizi yetiştiriyoruz. Dört pilot hastanede Sağlık Bakanlığı ile çalışmaya başladık. "Gönül Elçileri" programı ile gençlerimiz, hasta ve yaşlılarımızla buluşup onların temel ihtiyaçlarını karşılamalarına yardımcı oluyorlar. Hedefimiz Türkiye'deki bütün hastaneleri bu projeye dahil etmek. Yine Kültür ve Turizm Bakanlığımızla Kütüphaneler, Yayınlar Genel Müdürlüğümüzle, Orman Bakanlığımızla, Orman Genel Müdürlüğümüzle, Milli Parklar Genel Müdürlüğümüzle ortak çalışmalar yapıyoruz. 5 Aralık'ta 41 ilde 20 bin 25 bin civarında ağaç dikim kampanyası yaptık. Yine Adalet Bakanlığı'nda Cezaevleri Tevkif Evleri Genel Müdürlüğümüzle ortak çalışmalar yapıyoruz. Denetimli Serbestlik kapsamındaki kişilerin gönüllü olma imkânını geliştirecek projeler hazırlıyoruz. Ankara'da Sincan'da F Tipi Kapalı Ceza Evinde yürüttüğümüz etkin ve güzel çalışmayı bütün cezaevlerine yaygınlaştırmayı düşünüyoruz.

Sitemizi ziyaret ettiğinizde logomuzu göreceksiniz. Ortasında bir dünya var. Hedefimiz ülkemizi gönüllülerin dünyaya dağıldığı bir merkez haline getirmek. Teşekkür ederim.

Suat Özçağdaş:

Çok teşekkür ediyoruz Hakan Bey. Sözü TEMA Vakfı'ndan Başak Yalvaç'a bırakıyorum.

Başak Yalvaç:

Herkese merhaba. Ben konuşmama Ağaç Kardeşliği adında kısa filmimizden bahsederek başlamak istiyorum. Biz bu filmi izleyen, gönüllü olan ya da olmayan herkesin heyecanlanmasını umuyoruz. Doğa için harekete geçmeye heveslenmesini istiyoruz. Bir taraftan da bu filmi izleyen ve bu duygularla harekete geçen 600 binin üzerinde TEMA gönüllüsünün de "Heves Yönetimi"ni yapmaya çalışıyoruz. Sosyal medyada sadece iki gün önce paylaşmamıza rağmen 100 binin üzerinde kişi tarafından izlendi, 700 binin üzerinde kişiye ulaşıldı. Dahası sadece iki günde bizleri proje konusunda ve TEMA'ya destek vermek isteyen bir çok yeni gönüllü ile tanıştırdı. Bu bizim için çok mutluluk verici. Sosyal medya gönüllü yönetimi için en önemli ve etkili araçlardan birisi. Sivil toplum kuruluşları olarak bağışçılarımızı, gönüllülerimizi, destekçilerimizi hesaplarımızın takipçileri olmalarını sağlamalıyız. Filmle ilgili son olarak şunu da söylemek istiyorum. Filmdeki herkes gönüllülerimizden oluşuyor. Çocuklar gerçekten

projede yer alan çocuklar, koşucular gerçekten koşucu, bağışçılar gerçekten bağışçı. Dolayısıyla bu anlamda da bir iyi örnek teşkil ediyor.

Heves Yönetimi konusunu gönüllüler için başarılı motivasyon unsurlarını aktararak paylaşmak istiyorum. Bana göre pek çok unsur var ama bunların içinden en önemli iki tanesi inanç ve katılım. 18 yıldır sivil toplum alanında ve gönüllülerle çalışan bir sivil toplumcu olarak benim deneyimim şu yönde; eğer gönüllülerle bu iki unsur açısından yani inanç ve katılım sağlamak açısından sağlıklı ve sürdürülebilir bir ilişki modeli kurabiliyorsanız, bir kurum olarak o zaman gönüllü yönetiminde verimli sonuçlara ulaşmanız mümkün. Ama bu iki temel unsuru ihmal ederseniz o zaman süreçte pek çok sorunla karşılaşıyorsunuz.

İnançtan bahsedelim biraz. Sevdiğim bir gönüllülük tanımı var. Günlük alışkanlıklarını değiştirip, sosyal amaçlı eyleme dönüştürebilenleri sivil toplum hareketinin gönüllüleri olarak tanımlayabiliriz. Bir bireyin günlük alışkanlıklarını değiştirebilmesi için inanması gerekiyor ve yapılan araştırmalar gösteriyor ki gönüllüler, inandıkları bir amaç için çalışan güvendikleri bir sivil toplum kuruluşunda gönüllülük yapmayı tercih ediyorlar. Bu bakımdan inanç yaratmada kuruma çok fazla rol düşüyor ve güven sağlamakla ancak mümkün olabiliyor. Burada da kurumun şeffaf olması, hesap verebilir olması, katılıma olanak sağlayan bir yönetim yapısının olması ve herkese eşit mesafede olması, ayrımcılık yapmaması gibi unsurlar var. Bunlar kurumların bu anlamda kendilerini geliştirmesi gereken özellikler.

Buradan, sizi TEMA deneyimine götürmek istiyorum. TEMA'nın bu yıl 25. yılı. Kurucularımız Hayrettin Karaca ve Nihat Gökyiğit bundan 25 yıl önce bir yol haritası belirliyorlar. Biz onlara Toprak Dede ve Yaprak Dede diyoruz. TEMA'nın bir halk hareketi olmasını istiyorlar. Bu çok iddialı bir hedef aslında fakat bugüne geldiğimizde 81 ilde 300 ilçede 125 üniversitede yaklaşık 500 noktada ve toplamda 600 bini aşkın gönüllü ile TEMA büyük bir sivil toplum kuruluşu, büyük bir örgütlenme modeli. TEMA'nın bir halk hareketi olması felsefesini benimseyen gönüllülerle birlikte yürüyoruz. Çünkü gönüllülerin sadece tanımlanmış işleri belirlenmiş şekilde yapan gönüllüler olmaktan çıkarak kendilerini bu mücadelenin bir parçası, sahibi olarak hissetmeleri Heves Yönetimi açısından önemli. Biz bütün yönetim modelimizi bu felsefe üzerine kurguluyoruz.

Katılım konusuna gelirse, artık günümüzde hepimizin çok iyi bildiği yöntemler var ama ben katılım konusunda artık dünyada dijital teknolojinin gönüllülere yönelik kullanılmasının çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bizim gibi büyük ve yaygın örgütlerde Skype ya da Hangout üzerinden gönüllülerimizle bir araya gelmek mümkün olabiliyor. Kurumun dijital yöntemlerin gönüllü katılımı için kullanılmasında kararlı olması, zaman ve bütçe ayırması çok önemli.

Hepinize teşekkür ediyorum.

Kitleler için Çevrimiçi Eğitim

Alp Köksal

(Khan Academy)



(Video):

Hepimiz hayata sıfırdan başlarız. Konuşamayız, yürüyemeyiz. Cebirden ise haberimiz bile yoktur. Okuma-yazma, toplama-çıkarma, bisiklete binme. İlk başta hangimiz bunları biliyorduk ki. Einstein bile bir zamanlar ona kadar sayamıyordu. Shakespeare de aynı bizim gibi öğrendi alfabeyi. Ama işin güzel yanı ne biliyor musunuz? Hepimiz öğrenmek için doğmuşuz. Yavaşça ama kendinden emin bir şekilde. Sen deneyebilirsin, kayarsın, düşersin, sürünürsün, başarısız olursun. Yorucudur bazen. Kafa karıştırıcıdır. Uğraştırır. Denersin, boğuşursun. Ve bir gün yürümeye başlarsın. Bir adım atarsın, sonra bir adım daha. Bir fikir diğerini takip eder. Verdiğin her yanlış cevap zihnini biraz daha keskin yapar. Çünkü bazen başarısız olmak başarı için ilk adımı atmaktır. Büyümek demektir. Ve sen yoluna daha güçlü olarak devam edersin. Öğrenirsin. Tüm evrendeki en güzel, en karmaşık kavramların bile temelinde tek bir düşünce vardır: Her insan öğrenebilir. Kim olursan ol, nerede olursan ol tek bir şeyi bilmelisin. Her şeyi öğrenebilirsin.

21. yüzyılın dünyamıza kazandırdığı yeni teknolojiler, her gün her yerde günlük hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olarak karşımıza çıkıyor. Bu teknolojilerden en fazla fayda sağlayabilecek alanlardan biri de şüphesiz ki eğitim. Fakat bir dakika durup da düşünersek ne değişti, ne kadar değişti diye... pek de bir şeyin değişmemiş olduğunu görebiliriz. Belki kara tahtanın yerini beyaz tahta ya da akıllı tahta almış olabilir ama dersi işleyiş biçimimiz hala aynı dar çerçeve içine sıkışmış olarak devam ediyor. Bugün okullarda kullanılan eğitim modeli 18. yüzyıl Rusya'sının bir ürünü ve biz 21. yüzyılda endüstri devriminin şekillendirdiği bir modeli kullanmakta ısrar etmek yerine dijital devrimden faydalanmanın yollarına bakmalıyız. Bu şekilde kitlesel eğitim için de çok daha fazla fırsat çıkacak karşımıza.

Bir öğretmen tahtada ders anlatıyor, öğrenciler not tutuyor, anlasalar da anlamasalar da sınıf devam ediyor, senenin sonu geliyor. Halbuki her öğrencinin kendine en uygun hızda öğrenmesi gerekir, sınıfın ortalama hızında değil. Bugün tüm dünyada eğitim alanında bir reform var. Eğitimde dijital dönüşümü yaşıyoruz. Kişiselleştirilmiş öğrenme yöntemleri hızla yaygınlaşıyor ve eğitim kişiye özel ve veriye dayalı bir deneyime dönüşüyor. Cep telefonumuzdan dünyanın her hangi bir yerinde ders anlatan bir öğretmeni dinleyebiliyoruz ya da zamandan ve mekândan bağımsız olarak bilgimizi milyonlarca kişiyle paylaşma şansı buluyoruz. Eğitim için çok yeni araçlar var. Ama bütün bunları kullanırken eğitimdeki insan faktörünü de unutmamamız gerekiyor. Bugün ders

veren bir çok öğretmen sınıflarında bu yeni teknolojileri kullanmaya başladı ve bu sayede belki bireysel örnekler yerine bunu kitlelere yayarak çok daha fazla fırsat elde edebiliriz.

Eğitimde fırsat eşitliğini güçlendirmek için elimizde çok önemli bir şans var. Ve işte bu noktada sivil topluma da çok önemli bir rol düşüyor. 1980’li yıllarda Steward Brand “Bilgi özgür olmak istiyor” demişti, 2000’li yıllarda Salman Khan da “Bilginin özgürce paylaşılabilmesi için ücretsiz olması gerekir” diye ekledi. Bence bugünün eğitim normları içinde bilginin ücretsiz paylaşılması ve özgürce paylaşılması çok önemli bir yer tutuyor.

Khan Academy 2000’li yıllarda Amerika’da kuruldu. Bir kişinin idealleri ile yola çıktı ve bugün yaklaşık verdiği bir milyar dersle dünyanın en büyük ücretsiz sınıfı, İnternet öğrenim platformu olduğunu söyleyebiliriz. Her seviyede farklı içeriklerle ders videoları, interaktif alıştırmalar ve bireyin seviyesini tespit ederek onu kendine en uygun içeriklere yönlendirebilen bütün bu öğretim verisini raporlayabilen ve bunları yaparken oyunlaştırma mekanizmaları sayesinde sıkmadan yapmayı amaçlayan bir öğrenim kaynağı ve aynı zamanda bir eğitim aracı da diyebiliriz. Her ay 40 milyon öğrencinin yanı sıra iki milyon öğretmen de dünya genelinde bu platformla öğreniyor.

Çok basit bir amacımız var. Herkese, her yerde dünya standartlarında bir öğrenim imkânını ücretsiz olarak sunmayı amaçlıyoruz. 2012 yılından beri Türkiye’de faaliyet gösteriyoruz. Türkiye ofisi Khan Academy’nin ilk uluslararası ofisi olarak faaliyete geçti. Bugün 300’den fazla gönüllünün desteğiyle; öğrenciler, akademisyenler, ses ve seslendirme sanatçıların da yardımlarıyla yaklaşık 5000 ders videosunu tamamen ücretsiz olarak sadece özel okullara ya da büyük şehirlerdeki okullara değil Milli Eğitim bakanlığı ile de yaptığımız bir işbirliği ile Türkiye’deki bütün okullara ulaştırabiliyoruz.

Bill Gates’in kendi çocuklarını için kullanıyorum hatta kendim de öğreniyorum dediği bu platformu bugün tamamen ücretsiz olarak herkese ulaştırmanın mutluluğunu yaşıyoruz ve şu ana kadar 10 milyondan fazla ders verdik. Khan Academy bir kurumsal sosyal sorumluluk ve gönüllülük projesi ve bu tip yöntemleri kullanarak kitlesel eğitime de çok daha fazla katkı sağlayabileceğimizi düşünüyorum. Ben sözlerimi bir noktaya dikkatinizi çekerek toparlamak istiyorum. Eğitim ve teknoloji kelimeleri yan yana gelince bazen acaba insanın yerini robot, robotun yerini makine alır mı, bunlar birbiri ile yer değişebilir mi diye de düşünüyoruz. Öğrenme İnternet üzerinden veya videolarla olabilir fakat eğitimin tam anlamıyla gerçekleşebilmesi için insan faktörü her zaman yerini koruyacaktır. Biz insanlar sosyal canlılarız, paylaşarak, tartışarak, birbirimizle konuşarak öğreniyoruz. Dolayısıyla eğitim teknolojilerini kullanırken ki amacımız da bilgiyi paylaşmak ve bu yöntemlerle hem kendimize hem sevdiğimizimize hatta doğaya daha çok vakit ayırabilmek olmalı.

Değişim başladı, bugün eğitimde dijital dönüşümü yaşıyoruz. Bu dönüşümü doğru yerden yakalayabilen toplumların bir adım öne geçmek için ellerinde çok önemli bir fırsat olacak ve gelecek kuşakları yetiştirmek için de önemli olan bu teknolojilerle barışık olmak ve insan odaklı bir eğitim anlayışını benimseyebilmek. Bu doğrultuda son bir sözle toparlamak istiyorum; bilmemiz gereken tek bir şey var, o da her şeyi öğrenebileceğimiz.

Teşekkür ederim.

İhtiyacımız Olan Harita

Mert Fırat

(Aktör)



Geçen yıl 7 Ekim’de, burada yine bu zirvede, Sosyal Fayda Zirvesi’nde sizlerin karşısına çıkmış ve ilk kez İhtiyaç Haritası’ndan bahsetmiştik. Üzerinden bir sene geçti ve İhtiyaç Haritası bizim için beklediğimizden daha hızlı yol aldı.

İhtiyaç Haritası’nı bilmeyenler için kısaca özetlemek istiyorum. İhtiyaç Haritası ihtiyaç sahibi ile destekçiyi buluşturan bir platform. Biz, sosyal yardımlaşmanın sosyal alanı diyoruz. Amacımız teknolojiyi sosyal yardımlaşma amacıyla kullanmak ve kullanmanın yanı sıra kişileri harekete geçirmek, destekçilerimizi de hayata karıştırmak. Teknoloji şu anda sosyal fayda için hızla ilerlerken, bir çok şeyi kolaylaştırırken bir yandan da bizleri evimizden, ofisimizden dışarı çıkmayacak biçimde edilgen hale getirebiliyor. Oluşturduğumuz platformla kullanıcıyı biraz daha dışarıya çıkarmayı, farkındalığını artırmayı, mahallesinde neler olduğunu, çevresinde neler olduğunu, hayatta neler olduğunu fark etmesini ve sadece İnternette alışıyla değil kendi çabasıyla da bunun için bir adım atarak, çevresinde ne olduğunu farkına vararak, taşın altına elini koyarak bir şey yapmasını hedefliyoruz. Bu anlamda İhtiyaç Haritası tam da bizim için bunu ifade ediyor.

Ali Ercan Özgür, ihtiyaç haritasının fikir babalarından birisi. Ali Ercan ile bizi buluşturan, projenin fikir annesi diyebileceğim Elif Kalamlı ve İlksen Başarır, Güler Altınsoy, Rucan Şen, Hazal Dut, Yağmur Taşdemir, Samiha Köseoğlu. Biz sadece bu kurucu ekipten ibaret değiliz. Bizim için en önemli şey aslında gönüllü ağıımız. Bu yüzden İhtiyaç Haritası’nın destek kısmını güçlendirmek ve bir yandan da doğru ihtiyaca ulaşmak için üniversitelerden, liselere ve hatta ortaokullara kadar neredeyse Türkiye’nin her tarafında örgütlendik. 81 ilden ihtiyaçla karşılaştık. 81 ilden destek gördük bu bir yıl içinde. Şu anda 25.000’in üzerinde gönüllümüz var. Az önce bahsettiğim gibi 7 Ekim 2015’de Sosyal Fayda Zirvesi’nde ekibimizle birlikte sizlerin huzurunuza çıkmış ve sunumumuzu yapmıştık.

Kimlere ulaştık noktasında ise az önce dediğim gibi tam olarak 25.508 gönüllüye ulaştık. Biz ne kadar desteği artırmak istesek de şu anda kadar ihtiyaçlar %85, destekler ise %15 oranında seyrediyor ve biz bunu artırmak için yine elimizden geleni yapıyoruz. Bunu sağlamak için 127’nin üzerinde sivil toplum örgütü ile birlikte çalışıyoruz. Belediyelerle entegre biçimde çalışan bir yapımız var. Kamu kuruluşları, okullar, bireyler, muhtarlar, mahalle birlikleri... Milli Eğitim Bakanlığı tarafından da tanınan bir yapıyız. Yani öğretmenlerin bizler için ihtiyaç girmesinde, öğrenciler ile birlikte çalışmalar yürütüyor olmamızda hiç bir sakınca yok.

Bu süre zarfında 2000 ihtiyaç paketi karşılandı. Bir paketin içinde bazen 100 kalemden fazla ihtiyaç da olabiliyor. Bu paketlerle 20 bin ihtiyaç yararlanıcısı ile buluşmuş oldu. 1500 destekçi

bize aleni desteğini verdi. 20'ye yakın şirketle çalıştık ve dediğim gibi 127 sivil toplum örgütü ile de çalışıyoruz.

Küçük bir hikayeden bahsetmek istiyorum size. Teknoloji her ne kadar işimizi kolaylaştırıyor gibi görünse de kimi zaman duyguyu ortadan kaldırabiliyor. Biz İhtiyaç Haritası olarak o paylaşımı, empatiyi kurmaktan ve başkaları için bir şey yapmaktan ve bu bağı hiç bir zaman kopartmamaktan yanayız ve bunun için çalışıyoruz. Bu anlamda İhtiyaç Haritası'ndan talep edilen ihtiyaçlardan birisi bizim çok dikkatimizi çekti ve çok heyecanlandırdı. Diyarbakır'dan bir köy öğretmeni çocuklara dünyanın sadece Diyarbakır'dan ibaret olmadığını göstermek istiyorum diyerek bir teleskop istedi ve o teleskop en hızlı karşılanan ihtiyaçlardan birisi oldu.

İhtiyaç Haritası'nda kişilerin ihtiyaçlarını kendilerinin giriyor olması bizler için değerli, çünkü kendi cümleleriyle kendi ihtiyaçlarını en doğru biçimde ifade ediyorlar. Bu arada biz karşılanan her ihtiyacı fotoğrafını çekip paylaşıyoruz. Ancak kendileri isterlerse ve gönderirlerse paylaşıyoruz. Böyle bir anlaşmamız var onlarla.

Birlikte neler yapıyoruz? Aslında Hürriyet'le 24 Kasım 24 Hayal projesi kapsamında bir çalışma yaptık. Hayata Destek'le geçtiğimiz aylarda çok ses getiren güzel bir çalışma gerçekleştirdik. "Bana Göz Kulak Ol" ve "Kürkünü Çıkar Vicdanını Giy" kampanyalarını kanaat önderi arkadaşlarımızla destekledik.

Bundan sonra ne yapacağız? Aslında İhtiyaç Haritası'nın yeni bir versiyonu var. Kurumsal yapılarla da çalışmamıza olanak sağlayan ve kurumsal hesaplara sahip olacağımız bu yeni versiyondan size biraz bahsetmek istiyorum. Şu anda İhtiyaç Haritası'nda kişilerin tıpkı Facebook'ta olduğu gibi kendi hesapları var. Yeni versiyonda ise kişilerin kendi hesapları olduğu gibi kurumsal hesabı da olabilecek. Kurumsal hesaplardan illerde neler olduğunu, neler bittiğini, hangi şubelerde neler olduğunu takip edebileceğiz. İhtiyacı ve desteği buluştururken daha güvenli bulduğumuz için halihazırda manuel bir sistemle ilerliyoruz. Bundan böyle TC Kimlik Numarasının eklenmesiyle bu süreci yaklaşık %50 daha hızlı tamamlayacağız. Yeni versiyonda yeni sürprizlerle karşınıza çıkacağız. O zamana kadar hoşça kalın. Çok teşekkür ediyorum.

İşletmeler Herkesi Kapsayabilir mi?

Deniz Yılmaz

(Sosyal Girişimci)



Zeynep Gürhan Canlı

(Moderatör, Koç Üniversitesi)



Zeynep Gürhan Canlı:

Çok teşekkürler. 2030 yılında yoksulluğu yok etmek istiyoruz. Bu hedefe ulaşabilmemiz için de bugün çok değişik şeyler konuştuk. Yaratıcı olmamız gerekiyor, kapsayıcı olmamız gerekiyor. Oturumumuzun konusu da "İşletmeler Kapsayıcı Olabilir mi?". İşletmeler yoksullukla savaşta başarılı olabilir mi, katkıda bulunabilir mi? Bu konu ile ilgili olarak sizlere bir hikaye anlatacağım. Güzel bir hikaye, bir araştırma hikayesi. Ardından üç tane sonuçtan bahsedeceğim ve güzel bir örnek vereceğim. Sonrasında çok güzel başka bir örneği genç bir girişimci arkadaşımızdan dinleyeceksiniz.

Yaklaşık iki yıl kadar önce Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı İstanbul Merkezi ile birlikte bir kapsamlı ve akademik yönü de çok kuvvetli olan bir çalışmaya başladık. Amacımız işletmelerin daha doğrusu özel sektörün yoksullukla savaşındaki rolünü derinlemesine incelemektir. Araştırmamız sırasında ortaya kapsayıcı iş modellerinin çıktığını gördük. Kapsayıcı iş modelleri yoksul, daha doğrusu ekonomik olarak dezavantajlı olan değer zincirini üretici, tüketici, çalışan olarak konumlandıran, genelde işbirliğini öngören, işbirliği içinde yapılan yenilikçi modeller. Araştırmamız sırasında 150 tane iş modelini sistematik olarak inceledik ve bazı sonuçlar bulduk. Ayrıca Türkiye'de yöneticilerle derinlemesine mülakatlar ve anket çalışması yaptık. Başarılı ve kapsayıcı işletmelerin en önemli özelliklerinden birisi çok doğru bir iş modeline sahip olmaları. İş modelini düzgün yürütünce, bir işletme gibi davranınca ve iş hedefiyle beraber sosyal faydayı beraber götürünce çok başarılı sonuçlar alınabiliyor. Araştırma kapsamında 150'den fazla örnek inceledik. Sistematik olarak incelediğimiz bu örneklerin diğer bir özelliği de iş birliğine çok önem vermeleri. Rekabetin çok konuşulduğu iş dünyasında iş birliği kavramının daha çok konuşulduğunu, iş birliği olmadan sosyal ve iş hedeflerine ulaşamayacağımızı artık biliyoruz. Üçüncü özellik de bu kapsayıcı iş modellerinin değer zincirlerinde değişik yenilikçi ürünlerle ve süreçlerle başarıya ulaşmaları. Yani inovasyon, modellerinin başarısını tetikleyen en önemli

unsur. Bu bilgilerden sonra Türkiye'deki duruma baktığımızda kapsayıcı iş modellerini uygulayan güzel örnekler görüyoruz fakat sayıları az. Bunların çoğalmasını diliyoruz. Yaptığımız araştırmada farkındalığın bu konuda çok düşük olduğunu gördük. Bu tip çalışmalar, örneklerin paylaşılması farkındalığı artıracak ve güzel örneklerin çoğalmasını sağlayacaktır.

Verdiğim örnek Türk Telekom ile ilgili. Araştırmamız sırasında incelediğimiz 150 örnekten birisi Türk Telekom'un "İnternetle Hayat Kolay" projesiydi. Yöneticilerle de görüşmeler yaptık. Bu proje ile Türk Telekom 30 bin kişiyi İnternetle tanıştırdı, İnternet okur-yazarı olmalarını sağladı. Projenin sosyal faydası çok açık. Biz İnternet olmadan bir hayat düşünemesek de ona ulaşamayan ya da nasıl kullanacağını bilmeyen çok sayıda kişi var. Bu proje Türkiye'de kalkınmada öncelikli illerde orta yaş ve üzeri kişilere yönelik olarak yürütüldü. Sosyal fayda odaklı bir proje olmasına rağmen aslında Türk Telekom için önemli bir iş hedefi. olarak. Bu sayede pazar geliştirebiliyorsunuz, müşterilerle ilişkinizi kuvvetlendirebiliyorsunuz, çok zor elde edilen bağı yaratabiliyorsunuz, rekabetçi bir avantaj kazanabiliyorsunuz. Bu açıdan Türk Telekom'un bu projesi örnek projeler arasında 20 proje içinde yer aldı.

İkinci örneğimizi ben değil, genç bir girişimci arkadaşımız verecek. Bunu da şimdi hikâyeye bağlamak istiyorum. Araştırma ekibimize bir lise öğrencisi olarak Deniz Yılmaz katıldı. Üniversitemizde lise öğrencilerini araştırmaya teşvik etmek, deneyim kazanmalarını sağlamak için hazırladığımız bir yaz programı var. Bu program sayesinde aramıza katılan Deniz bizimle beraber çalıştı. Ben araştırmayı sevdiğini, ilgilendiğini düşündüm ve çok hoşuma gitti. Daha sonra öğrendim ki Deniz bir de çok güzel bir proje yapmış ve hayata geçirmiş. Çok gurur duydum. Şimdi siz de dinleyince umarım aynı fikirde olacaksınız.

Deniz Yılmaz:

Değerli Zeynep Hocam, değerli misafirler bugün çok güzel bir tesadüf yaşıyorum. Sizlere anlatacağım Koton El Emeği projesi fikrinin tohumları Zeynep Hoca'nın araştırmasına katılmam sayesinde ortaya çıktı. Bu zirvede kendisi ile aynı sahnede olacağım haberini aldığımda gerçekten onur duydum.

El Emeği projesinin ayrıntılarına girmeden önce konuşmamın sonunda sizlerde kalmasını istediğim en önemli mesaj şu: Kapsayıcı iş modelini operasyonlarınızın içine entegre etmeniz için bir dünya devi olmanız gerekmiyor. Bu model her ölçekte yapıya uygulanabilir. Koton gibi Kurumsal Sosyal Sorumluluk tecrübesi az olan bir şirket bile bunu başarıyla gerçekleştirebildiyse bunu amaç edinen her hangi bir şirket de başarabilir.

Konuşmama son zamanların çok popüler bir kitabı olan Drive'dan bir fikir ile başlamak istiyorum. Drive'a göre içsel motivasyonu yaratan faktörlerden ikisi yaptığınız işin özerk ve otonom olması ve de sizden daha büyük bir amaca hizmet etmesi. Bu motivasyon şekli benim jenerasyonumda kendini ödül ve cezalara bağlı olan motivasyondan daha etkili gösteriyor. Yaptıklarımızın dünyada pozitif sosyal etki yaratması bizi çok motive eden bir şey. Koton el emeği projesi de tam da bu motivasyonun yarattığı bir arayışın sonucunda ortaya çıktı. Okulum Robert Kolej'de katıldığım bir topluma hizmet gezisindeki gözlemlerimi Zeynep Hoca'nın araştırmasındaki teorik bilgilerimle

birleştirdim. Okulla Baksı Müzesi'nde, Bayraktar Köyü çocukları için bir yaz kampı düzenlemek için Bayburt'a gitmiştik. Kamp sırasında çocukların aileleri ile birlikte zaman geçirme fırsatı buldum. Bu süre içinde en fazla dikkatimi çeken şey her biri birbirinden güzel tığ işleri, oyalar ve nakışların evlerin duvarlarından kadınların yazmalarına kadar her yerde olmasıydı. En önemlisi ise hepsinde inanılmaz bir emek vardı. Gerçekten çok etkilendim. Onlar için bu kadar sıradan olan ama senelerin kültür ve el işçiliği birikimini temsil eden bu miras bence çok değerliydi. Ayrıca böyle değerli becerilerin kullanılmaması biraz insan kaynaklarının boşa harcanması anlamına geliyordu. Burada kullanılmayan bir iş potansiyeli vardı. Zeynep Hoca'dan dinlediğimiz Koç Üniversitesi'nde kapsayıcı iş modelleri üzerine katıldığım araştırma harekete geçmemi sağladı. Kapsayıcı iş modeli ne diyordu: ekonomik sistemin dışında kalmış dezavantajlı grupların sistemden faydalanmasını sağlayacak, hayat koşullarının iyileştirilmesine sebep olacak şekilde sisteme dahil edilmesi. Yani bu insanları değer zincirinin içine dahil etmek, üretmeyen insanların üretmesini, tüketmeyen insanların tüketmesini sağlamak. Bunu bir sosyal sorumluluk projesinden ayıran en önemli şey de sürdürülebilir olmasıydı. Ailemle konuştum, hatta bir noktada araştırmamın hepsini babama okuttum. Onlar da uzun bir süredir kadınlara destek olacak bir proje arayışı içerisindeydi. Benim fikrim, Anadolu'daki kadınların Koton tarafından tasarlanmış giysilerin üzerine elleriyle işlemler yapmaları ve zamana uygun koleksiyonlardan oluşan bir modaline yaratmaktı.

Burada projemizi uygulayacağımız yöreleri iyi tanıyan bir sivil toplum kuruluşu ile yola çıkmak kritikti. Bize UNDP ve GAP İdaresi'nin ortak kuruluşu olan GAP ÇATOM çok büyük bir lojistik destek sağladı. Hepsine çok teşekkür ediyorum, çok büyük ivme kazandırdılar projemize. Geriye kalan şey ürüne talep yaratmak ve alıcısıyla buluşturmaktı. Talep için ürünün moda olması bizim için en kritik noktaydı. Koton tasarımcıları gerçekten beğeni ile alınabilecek tasarımlar oluşturdular. Bu tasarımlardaki işlemler de normal operasyon olan makinelerle işlenmek yerine kadınların el emeği ile işlendi. Ucuza çıkarmak yerine kâr marjından bir tık düşürerek onları yine Koton fiyatlarının içinde bir fiyatla satmayı başardık. Projenin devamında kâr ve fayda sağlaması önemliydi. Bu tasarımlar Soma, Şanlıurfa, Gaziantep, Adıyaman ve Batman'da ilk etapta 350 kadının sonra da 800 kadının el emeği ile işlendi. Projenin son ayağı ise ürünleri müşteri ile buluşturmaktı. Türkiye'de Koton mağazalarının 45'inde bu ürünler için özel alanlar yapıldı, özel ambalajlar ve etiketler çalıştık. Koton müşterilerini 22 çeşit ve 13 bin adetten oluşan koleksiyonumuzla buluşturduk. Satışlar çok başarılı oldu, çok hızlı satıldı. Bu da doğru bir iş yaptığımızın en önemli göstergesi oldu bizim için.

Projenin imalat noktalarını ziyaret ettiğimde çok iyi tepkiler alıyorum. Konuştuğum kadınların hepsi ekonomik özgürlüklerini kazanmış olmanın verdiği güçten bahsediyor. Bu bizim motivasyonumuzu daha da artırıyor. Başlarken koyduğumuz çitayı şimdiden yükselttik. 2016 senesinin sonunda 10 bin kadına ulaşmayı hedefliyoruz ve satılan mal sayısını da 200'e artıracacağız. Bu tip projelerin elbette bir anda Türkiye'deki kırsal kesimdeki kadınların hepsine yetki ve özgüven vermesini beklemek imkânsız. Ama biz bu büyük hedefe katkı sağlamaktan çok mutluyuz. En büyük destekçilerimiz de her zaman müşterilerimiz. Dinlediğiniz için çok teşekkür ederim.

Facetime her şeyi değiştirebilir mi?

Hande Fırat

(Gazeteci)



Faik Uyanık

(Moderatör, UNDP)



Faik Uyanık:

Sürpriz bir konuğum var şu anda. FaceTime hattının diğer ucunda CNN Türk Ankara temsilcisi Hande Fırat, Ankara'dan bizlerle. Hande merhaba!

Hande Fırat:

Merhaba!

Faik Uyanık:

Öncelikle çok teşekkürler Sosyal Fayda Zirvesi'ne FaceTime üzerinden de olsa katılmayı kabul ettiğin için.

Hande Fırat:

Ben de çok teşekkür ederim ve bütün konuklara merhaba diyorum.

Faik Uyanık:

Şimdi, konuklarımızın hepsi FaceTime'ı ne kadar etkin kullandığını biliyor, bunu ayrıca vurgulamaya gerek yok, herkes bunu gördü zaten. Mobil teknolojilerin gazeteciliğe katkısı ne kadar önemli? Bizim buradan çıkararak anlatmak istediğimiz mesaj aslında biraz da bu.

Hande Fırat:

Çok önemli olduğunu söylemek lazım. Bir defa çok önemli olduğunu hepimiz en azından 15 Temmuz gecesi yaşadık. Cumhurbaşkanı Erdoğan, Marmaris'teydi ve o gece normal bir canlı yayın

ya da 3G aletiyle yayın yapmamıza imkân yoktu. Fakat o gece, o saatlerde fıslıltı gazetesi de harekete geçmişti. Aslında sadece bir telefon bağlantısının ötesinde şu merak ediliyordu: Cumhurbaşkanı hayatta mı, güvende mi ve Türkiye'nin sınırları içinde mi? Dolayısıyla o görüntü tek başına haberdirdi. Bir kaç saniye sonra yönetmenim dedi ki: "Hande, dünyadaki önemli kanallar da CNN Türk yayını üzerinden yayına aldılar ve canlı yayına geçtiler. Yani akıllı telefonla gerçekleştirilen bir FaceTime bağlantısı hem dünya hem Türkiye televizyonlarında ekrandaydı.

Dolayısıyla doğru kullanılması halinde gerçekten akıllı telefonların gazeteciliğe de, kendi hayatlarımıza da çok büyük faydası var. Daha evvel de söylemiştim, ben FaceTime'ı 11 yaşındaki kızım sayesinde kullanmaya başladım. Ben yurt dışına ya da şehir dışına çıktığımda, beni çok özlediğinde anne FaceTime yapalım diyordu bana. Gerektiğinde arkadaşlarıyla da akşamları FaceTime üzerinden birlikte ders bile çalışabiliyorlar. Yani inanılmaz bir teknolojiye doğan bir nesil var ve biz de o nesilden öğreniyoruz.

Faik Uyanık:

Ben de aslında günlük hayatında FaceTime'ı kullanıyor musun ya da ne kadar sıklıkla kullanıyorsun diye soracaktım ama bunun cevabını almış olduk. Ben de açıkçası günlük hayatımda sadece uzakta olduğumda çocukları görmek için kullanıyorum. Şimdi günlük iş akışında, bir haber merkezinde, haber takibinde veya araştırmasında FaceTime gördü herkes ama onun dışında en çok hangi uygulamaları kullanıyorsunuz? Akıllı telefon gazetecilerin hayatında ne kadar önemli şu anda.

Hande Fırat:

Bence çok önemli. Benim iki tane telefonum var, ikisi de akıllı telefon ve biriyle konuşurken, hatta istediğimde görüntülü konuşurken diğerindeki pek çok uygulamadan işlerimi halledabiliyorum. Sadece telefonla konuşmak değil gerektiğinde ben de bağlantılarımı bir buradan yapıyorum. Üstelik sosyal medya kullanımını inanılmaz büyük rahatlık. Ayrıca biz Whatsapp uygulaması i bir ofis yönetiyoruz. Ankara'da Doğan TV Ankara büromuz da yaklaşık 11 muhabir, iki editör, iki haber müdürü, bir de temsilci bulunuyor. Dolayısıyla bütün çalışma Whatsapp grubu üzerinden yürüyor. Bir muhabir arkadaşımızı Whatsapp grubundan sen başbakanlığa geç diye yönlendirebiliyoruz ya da son dakika gelişmelerini, yaptığımız haber kaynakları ile görüşmeleri bu gruptan paylaşıyoruz ki hepimiz daha hızlı hareket edebilelim ve her şeye hakim olalım. Tabii ki Twitter başta olmak üzere bütün sosyal medya hesaplarını da dünyanın neresinde olursam olayım takip edebiliyorum, son dakika gelişmelerini görebiliyorum, dolayısıyla hiç bir şey kaçırmıyorum.

Faik Uyanık:

Yani haber takibinde, araştırmasında veya masa başında hazırlanırken her zaman mobilin rolü var. Bu işin geleceği nereye gidiyor?

Hande Fırat:

Ben muhabirlik yaparken kağıt ve kalemle not tutardım. Bugün rica ediyorum, bakanlar kurulu toplantısında gazetecileri bir izleyin, gazetecilerin hiç biri kağıt ve kalemle not tutmuyor,

ellerindeki cep telefonlarına doğrudan not alıyorlar, toplantı biter bitmez bir dakika içinde o notlar Whatsapp'dan hepimizin önüne geliyor ve sonrasında oradan tık diye haberlerini yazıyorlar. Haber metinleri 10 dakika sonra elinizde oluyor. G gerektiğinde görüntüyü de çekiyorlar kendi cep telefonlarıyla ve bize atıyorlar. Örneğin Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kavgalar.. o kavgalar nasıl çekiliyor? Cep telefonlarıyla çekiliyor!

Faik Uyanık:

Dolayısıyla mobil gazetecilik bir anlamda geleneksel gazetecilikle bir araya geldi, ikisi birbirinin rakibi değil, birbirine karışmış vaziyette, hatta bunlara vatandaş gazeteciliği de eklenmiş denilebilir mi?

Hande Fırat:

Orada bence çok ince bir çizgi var. Çünkü geleneksel gazetecilikle vatandaş gazeteciliğini ya da mobil gazeteciliği ayrı tutmamak lazım. Bunların hepsi tek başına olursa bir takım riskleri içerebilir. Sadece geleneksel gazetecilik yaparsanız, teknolojinin ve dünyadaki bütün haberlerin gerisinde kalırsınız ve hıza yetişemezsiniz. Teknoloji size bir hız getiriyor. Ama sadece sosyal medyada gazetecilik yapmak da çok tehlikeli ve güvenilirliğimize sorun yaratabilir. Vatandaş gazeteciliği dediğimizde sadece salt görüntü üzerine bir takım yanlış anlamalara sebep olabilir. Aslında bu üçünün bir araya gelip ciddi bir harman şekline dönüşmesi lazım. Aksi takdirde bir takım riskleri, bir takım fısıltı haberlerini, bir takım yanlış anlamaları beraberinde getirebilir, geleneksel gazeteciliği bunlardan ayırmamak lazım.

Faik Uyanık:

Hande Fırat, FaceTime bağlantısıyla Ankara'dan CNN Türk Haber Merkezi'nden bağlandın, Sosyal Fayda Zirvesi'nde konuklarımıza seslendin. Bize zaman ayırdığın için çok teşekkürler.

Hande Fırat:

Ben de teşekkür ediyorum, kolay gelsin, iyi günler herkese.

İstedığımız Gelecek: Videonun Gücü

Gülnur Karakuzu

(Eğlence Sokağı YouTube Kanalı Kurucusu)



Mehmet Karakuzu

(Gülnur'un Babası)



Saba Tümer

(Moderatör, Yayıncı)



Saba Tümer:

Biliyorsunuz Gülnur ile babası aramıza Tokat'tan katıldılar. Gülnur'u kendi açtığı YouTube kanalından çok iyi tanıyorsunuzdur. Bugün hem kendisinden hem de babası Mehmet Bey'den bütün bu hikayeyi dinleyeceğiz, nasıl yaptığını, neler yaptığını öğreneceğiz. Gülnur anlat bakalım, kaç yaşındasın sen?

Gülnur Karakuzu:

Ben 11 yaşına girdim.

Saba Tümer:

5. sınıfta mısın?

Gülnur Karakuzu:

Evet.

Saba Tümer:

Nereden geldi böyle bir şey yapmak aklına?

Gülnur Karakuzu:

Ben 5-6 yaşlarındayken mutfakta bulduğum şeyleri, mesela limon suyudur, sıvı sabundur, tuzdur, işte böyle şeyleri karıştırıyordum. Tabii sonucunda bir şey çıkmıyordu.

Saba Tümer:

Annen cinnet geçiriyor muydu sen bunları karıştırırken kızım ne yapıyorsun tuzuma, limonuma diye?

Gülnur Karakuzu:

Bir şey demiyordu. Zaman ilerledikçe babam bana bir tablet aldı. Tableten YouTube videolarını çok izliyordum. Bu videoları izlerken "Acaba ben de YouTube videoları çekebilir miyim? Ben de bu işi yapabilir miyim?" diyordum hep.

Saba Tümer:

Bu soruları size soruyor muydu Mehmet Bey? Siz o tableti alırken bunların olacağını tahmin ediyordunuz?

Mehmet Karakuzu:

Hiç tahmin etmemiştim. Her şey sürpriz oldu. Merakının sonucunda kendince yenilikler yapacağını ve başarılarla imza atacağını ben de bilmiyordum.

Saba Tümer:

Tableti aldın ve ben böyle videolar çekebilir miyim dedin. Peki sonra ne oldu?

Gülnur Karakuzu:

Zaman ilerledikçe artık kendim de bir video çekmek, kanal açmak istedim.

Saba Tümer:

Peki işte de ilerledin mi? İksirlerde?

Gülnur Karakuzu:

Evet ilerledim. Videoları izleyip evdeki malzemelerle kendi çapımda yapmaya çalışıyordum. Sonra ben bir kanal açtım ama kimseye söylemedim.

Saba Tümer:

Kim çekiyor seni videoya?

Gülnur Karakuzu:

İlk başta kendim başladım, sonrasında ablam “Gel ikimiz daha güzel videolar çekelim. Sen kendi başına yapamayacaksın, ben yardım edeyim” dedi. İşte böylece başladık.

Saba Tümer:

Beğendiğini de YouTube’a koymaya başladın öyle mi?

Gülnur Karakuzu:

Evet.

Saba Tümer:

Siz videoyu ilk gördüğünüzde ne yaptınız?

Mehmet Karakuzu:

Bende tabi çocuğun o yaştaki merakı, o yaştaki azmi, hevesi kırılmasın diye kendisini motivasyon noktasında destekledim. Çok fazla da bir şey söylemedim.

Saba Tümer:

Kendi haline bıraktınız.

Mehmet Karakuzu:

Yani ne yaptığının farkına, bilincine varsın, o şekilde diğer YouTube’daki arkadaşları gibi, büyükleri gibi o da o noktadaki doyumunu alsın istedim.

Saba Tümer:

Sonra Eğlence Sokağı adını buldun...

Gülnur Karakuzu:

Evet ablamla ismini kararlaştırdık. Çekmeye devam ettik, böyle 8-9 videomuz oldu. Sonrasında kötü yorumlar gelmeye başladı.

Saba Tümer:

Ne oldu o yorumlar gelince? Niye geldi o yorumlar? Okulda söyledin mi arkadaşlarına, öğretmenlerine ben bir YouTube kanalı açtım, seyredin, abonem olun?

Gülnur Karakuzu:

Zaten benim abonelerim de kanalımı kapatmayı duyunca birden arttı. Birinci gün yedi yüz küsur abone vardı, ertesi gün kalktım, beş-altı bin olmuş. Ben de çok şaşırđım. Ben iki arkadaşına söylemişim. Biri benim babam böyle şeylere kızıyor dedi. Diğeri de Gülnur videolarını izledim diye bana mesaj attı. Sadece iki kişinin haberi vardı.

Saba Tümer:

Sonra bir takım yorumlar yapmaya başladılar senin videolarının altına. Sen de bu yorumlara karşılık kapattın bir dönem kanalını.

Gülnur Karakuzu:

Evet.

Saba Tümer:

Ne oldu o arada?

Gülnur Karakuzu:

Bir baktım herkes beni konuşuyor. Arkadaşlarım Facebook'a bakmam için ben aradılar. Benim hesabım yok, ablama söyledim. O da araştırmış bana anlattı. O anlatınca ben şoke oldum. Ne oluyor dedim! bir bakıyorum İstanbul'a, Antalya'ya, bir sürü farklı yere çağırıyorlar. Akrabalarımız arayıp 4 bin beş yüz doktor sana destek çıkıyor diye haber verdiler.

Saba Tümer:

Şu anda neredeyse 100 bin takipçin varmış. Bayağı bir YouTube fenomenisin.

Gülnur Karakuzu:

Vine fenomenleri, YouTuber'lar geri dönmem için mesaj yolladılar.

Saba Tümer:

Mehmet Bey, takipçi sayısı bu kadar artınca siz ve aileniz neler hissettiniz?

Mehmet Karakuzu:

Her baba gibi çocuğumun merak sonucunda yaptığı araştırmalarla, deneylerle bir yere gelmesinden mutluluk duydum. Ancak kendisinin de ifade ettiği yanlış ve rencide edici yorumlar, kırıcı eleştiriler bizi çok üzdü. Biz onun demoralize olduğunu görünce moral vermeye çalıştık. YouTube kanalını kapatmasına zorlansak da ailece karar verdik.

Saba Tümer:

Bu kararı verince Gülnur ne dedi? O da bu karara dahil miydi?

Mehmet Karakuzu:

Önce kendisi bize “Ben çocuk olduğum ve kız çocuğu olduğum halde ben ne yaptım da bunlar bana bu şekilde davrandılar, karşı cinsten insanların hak etmediğim kötü eleştirilerine maruz kaldım?” diye sordu. Biz de yaptığı işin yanlış olmadığını, doğru olduğunu yenilikçi, deneye yönelik bir çalışma olduğunu kendisine izah ettik. Ama günden güne de o eleştiriler giderek arttığı için biz de aile olarak bu kararı aldık. Doğrusu psikolojik bir travma yaşadık. Bunları ortadan kaldırmak için videolarını çekmesini ama kanalını kapatmasını istedik.

Saba Tümer:

Ama sonra o kadar büyük bir destek geldi ki kanalını tekrar açtı. Hem de daha güzel bir şekilde!

Mehmet Karakuzu:

Ben bütün izleyenlere, abone olan kardeşlere, büyük ablalara, abilere sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Diğer YouTuber’lar gibi kızımı tercih edip izledikleri için. Yalnız bu milyona varan izleyici kitlesi, yüz bine varan bir abone sayısı karşı taraftaki tenkitlerin sayısını da beraberinde artırdı. Kararı biz bundan sonra aldık. Amacımız bu ve benzeri galiz ifadelerin ve kırıcı eleştirilerin son bulmasıydı. Yoksa kızım gene deneylerine, çalışmalarına devam edecekti.

Saba Tümer:

Gülnur, peki bundan sonra ne yapacaksın? Hedeflerin neler, kendini nerede görmek istiyorsun? Çalışmalarına devam edecek misin?

Gülnur Karakuzu:

Bilemiyorum onları daha! Böyle deneylere devam etmek çok istiyorum. Zaten büyüdüğümde de lisede kimya öğretmeni olmayı çok istiyorum.

Saba Tümer:

Mehmet Bey, sizin de ailenizle birlikte bu şekilde kızınıza destek olmanız ne kadar güzel. Ailenin dördüncüsü değil mi?

Mehmet Karakuzu:

Evet en büyüğümüz eczacı, bir küçüğü tıp okuyor, ondan bir küçüğü de lisede.

Saba Tümer:

Evet Gülnur, seni daha çok göreceğiz YouTube'da, ekranlarda, büyüdükçe yapacağın çalışmalarında öyle değil mi?

Gülnur Karakuzu:

İnşallah! Büyüdüğümde öyle şeyler istiyorum ama!

Saba Tümer:

Çok teşekkür ederiz Gülnur.

Gülnur Karakuzu:

Ben teşekkür ederim. İyi ki Gülnur ve Gülnur gibi çocuklar var, iyi ki sizler varsınız.

Çok teşekkür ederiz.

**SOSYAL
FAYDA
ZIRVESİ**

2016

İstanbul

BUGÜN BAĞLANALIM. YARINI YARATALIM.

#2030ŞİMDİ



*Güçlü bireyler.
Güçlü toplumlar.*