

# Sanatta Eşitleyelim

GÜNEŞ YILMAZ

1804012041

1804012041/İletişim Tasarımı



Engelleri aşıyoruz, sanatta eşitliyoruz!



## İÇİNDEKİLER

Çalışmanın Türü, Çalışmanın Türü, Çalışmanın Amacı,Vizyon- Misyon	<b>1</b>
Çalışmanın Hedef Kitlesi, Çalışma Takvimi, Tarihçe	<b>2</b>
Tarihçe,	<b>3-4</b>
Pazar Payı, Rakipler	<b>5</b>
Slogan	<b>6</b>
Logo	<b>7</b>
KAYNAKÇA	<b>8</b>



## Çalışmanın Türü

Sosyal sorumluluk projesi.

## Çalışmanın Teması

Engelliler ve sanat.

## Çalışmanın Amacı

Genel olarak engelli insanların hayattaki durumlarını eşitlemek amaçlanmaktadır. Engelli insanların hayatını sosyalleştirmek, onlara aktif olarak ilgilenebileceği bir alan oluşturmak, oluşturdukları eserleri sergilemek, var olan eserleri onlara tanıtmak, sanatın her alanın da onların da yer alabileceğini ve eser verebileceğini onlara ve diğer insanlara göstermek hedeflenmektedir.

## Vizyon- Misyon

Sanatta Eşitleyelim projesinin vizyonu, sanatla birlikte engelli insanların hayatını aktifleştirmek onları eşit hale getirmek. Sanatta Eşitleyelim hayattaki eşitsizliklerimizin daha çok farkına varmayı ve bu farkındalığı diğer insanlara da kazandırmaya hedefliyor. Engelli insanlara eğitimler vermeyi, onlara ekipman,

malzeme desteği vererek yeteneklerini durumları eşitlemeyi amaçlıyor. Bütün bu çalışmalar sonunda oluşacak olan eserleri sanal hem de fiziksel olarak sergileyip daha fazla insana ulaşmayı ve farkındalık oluşturmayı hedeflemektedir.



## **Çalışmanın Hedef Kitlesi**

Engele sahip ve genel olarak imkânı olmayan insanlar. Sosyo-ekonomik durumu C2, D ve E olarak belirlenmiştir.

Bu statüye sahip olan kişilerin özellikleri şunlardır:

Saygı ve kabul görmeyi arzularlar, iyi vatandaş olarak görülmek isterler.

Dine önem verirler ancak dini bir hayat tarzını onaylamazlar.

Kazançlarını genelde tüketim yönlü kullanırlar.

Ev, araba, tatil sıralamasına önem verirler.

En büyük sosyal sınıftır.

Güvenlik içinde olmaya, sigortaya ve sendikaya önem verirler.

En büyük hayalleri bir ev satın almaktır.

En büyük eğlenceleri televizyondur.

Çocuklarının okumalarını arzu ederler.

Evde baba mutlak söz sahibidir.

## **Çalışma Takvimi**

01.11.2021- 7.11.2021: Konu belirleme ve araştırma yapma.

7.11.2021-14.11.2021: Tarihçeyi araştırma, rakip firmaları analiz etme.

14.11.2021-21.11.2021: Rakip analizine devam edilmiştir.

21.11.2021- 30.11.2021: Logo tasarımı ve slogan bulma.

## **TARİHÇE**

### **Vodafone: Geleceğe İlk Adım**

Türkiye Vodafone Vakfı ve AÇEV 2009 yılında eğitimde erişimin düşük olduğu yerlerde, okul öncesi eğitime katkıda bulunmak için çocukları ve velileri eğitmeyi amaçlamış. 2012-2013 yılı sonunda toplam 92.941 kişiye ulaşmıştır. (Pembe, 2015: 99)

## Vodafone: Düşler Akademisi

Türkiye Vodafone Vakfı, engelli bireylerin sosyal yaşam kalitelerini artırmayı amaçlamıştır. Atölyelerden mezun olan öğrencilere gelir elde edebilecekleri meslek edindirmişlerdir. Düşler Akademisi projesi 1720 gencin hayatını kolaylaştırmıştır. ( Pembe, 2015: 99)

## İlk6Yıl Uygulaması

Türkiye Vodafone Vakfı işbirliğinde geliştirdikleri İlk6Yıl mobil uygulama ile, gelişen iletişim teknolojileri sayesinde bilgiye erişimde fırsat eşitliği sağlamayı amaçlamışlar. İnternet erişiminin yaygınlaştığı, uzaktan eğitim süreçleriyle birlikte akıllı telefon ve tablet kullanımının hızla arttığı ülkemizde, ailelerin bu teknolojik araçları kullanarak, çocuk gelişimi ve anne-babalık becerileri konusunda bilgi alabilmeleri hedeflemişlerdir.



## İnternetle Hayat Kolay

Türk Telekom, internetin sunduğu olanakları yeterince tanımayan, bu olanaklardan faydalanamayan bireylere internet okuryazarlığı eğitimleri verdiği ve online dünya ile buluşturduğu "İnternetle Hayat Kolay" projesi 2014 – 2019 yılları arasında faaliyet göstermiştir. Türk Telekom'un Habitat Derneği ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) iş birliği ile yürüttüğü proje kapsamında bölgesel ve ekonomik eşitsizliklerin ortadan kaldırılması, herkesin bilgiye erişiminde eşit olanaklardan faydalanması amaçlanmıştır. Projenin hedef

grubunu, kalkınmada öncelikli iller ve başta kadınlar olmak üzere 81 ilde yaşayan, 25 yaş üstü, internet kullanma becerileri olmayan ya da çok sınırlı olan yetişkinler oluşturmuştur. Proje kapsamında katılımcılara güvenli internet kullanımı, e-posta kullanımı, e-devlet uygulamaları, görüntülü haberleşme, online bankacılık ve bilinçli sosyal medya kullanımı konularında yüz yüze eğitimler verilmiş, 5 yılda %61'ini kadınların oluşturduğu 50.000 kişiye ulaşılmıştır.

## Yeni Nesil Gelecek

Türk Telekom, Sanayi 4.0 sürecine Türkiye'nin adaptasyonunu hızlandırmak, ülkemizde yazılım sektörünün büyümesi ve inovasyonun gelişmesine hizmet etmek, aynı zamanda akıllı teknolojiler üretecek insan kaynağına yatırım yapmak amacı ile 2018-2020 yıllarında "Yeni Nesil Gelecek" projesini hayata geçirmiştir.

Habitat Derneği iş birliği ile yürütülen proje kapsamında 14 ilde 35 gönüllü eğitmen tarafından meslek yüksekokulları ve meslek

liselerinde okuyan 426 gence IoT kitleri kullanılarak 16 saatlik yüz yüze eğitimler verilmiştir. Eğitimlerin ardından düzenlenen 'Akıllı Teknolojiler IoT Hackathonu'na Türkiye'nin farklı illerinden, çeşitli bölümlerde okuyan 352 öğrenci, 88 proje ile başvurmuştur. Ön elemeyi geçen 16 takım, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) ev sahipliğinde düzenlenen 48 saatlik Hackathon yarışmasının sonunda projelerini jüriye sunmuş, değerlendirme sonucu seçilen en başarılı ilk 3 proje ödüllendirilmiştir.

## Türk Telekom/ Avea: Özümüzle Üretiyoruz

Fiziksel Engelliler Vakfı ile iş birliği içinde hayata geçirilen bu proje engellilere istihdam sağlamayı ve onları ekonomik olarak bağımsız hale getirmeyi amaçlamıştır. Aynı zamanda bu zaman içinde toplumu engellilik hakkında bilinçlendirmişlerdir. ( Pembe, 2015: 102)

### Türk Telekom: Günışığı

"Türk Telekom, 2014 yılında, sağlık kurulu raporu ile total kör tanısı konulmuş ancak %1 ile %10 arası görme yetisi olan çocuklara erken müdahale eğitimleri kapsamında görme yetilerini kullanabilir hale geldikleri "Günışığı" projesini hayata geçirmiştir." Projeye 1000 çocuk katılmış, 7 aydan kısa bir süre içinde görme yetilerini kullanmayı öğrenmiştir.

### Türk Telekom: Sesli Adımlar

Türk Telekom, görme ve işitme engellilerin AVM, kampüs ve havaalanı gibi karmaşık yapılar- da yardım almadan hareket edebilmelerini sağlamak amacıyla 2014 ile 2019 yılları arasında "Sesli Adımlar" projesini hayata geçirmiştir.



### Hedefi Olan Kadına İnternetle Hayat Kolay

Türk Telekom, kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri, e-hizmetler ve e-ticaret gibi konularda bilgilerini artırmayı amaçlayarak Eylül 2019'da "Hedefi Olan Kadına İnternetle Hayat Kolay" projesini hayata geçirmiştir.

Türk Telekom'un Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Habitat Derneği iş birliği ile yürüttüğü proje ile iş kurmaya ve kurdukları işleri yaşatmaya çalışan yani hedefi olan kadınlarımızın online platformların sunduğu fırsatlarla tanıştırılması hedeflenmiştir.

Proje ile Haziran 2021'e kadar 81 ilde 5.000

kadın 'Dijital Pazarlama' ile tanıştırlacak, 500 kadın ile "Tasarım Odaklı Düşünme" atölyesi düzenlenecek ve 100 kadına mentorlük desteği sunulacaktır.

Hedefi Olan Kadına İnternette Hayat Kolay projesi ile kadınlara pazarlama, dijital pazarlama, marka, patent, pazar araştırması, sosyal medya araçları, reklam verme ve ödeme sistemleri hakkında eğitimler verilmektedir. Bu eğitimlerle girişimci potansiyeli olan kadınların bilişim teknolojilerini ve dijital platformları etkili kullanma becerilerini artırarak üretim ekonomisine katılmalarının teşvik edilmesi ve desteklenmesi amaçlanmaktadır.

## PAZAR PAYI, RAKİPLER

Türkiye de toplam 47 GSM operatörü var. Kırk yedi firmanın üç tanesi pazarın büyük kısmını oluşturuyor. Turkcell, Vodafone ve Türk Telekom. Pazar geniş ancak bilinir bir marka olmak ve tercih edilir hâle gelmek zor görünüyor



### Vodafone

Global bir marka olan Vodafone, 27 ülkede hizmet veriyor. İnsanların hayatında hem teknolojiyi kolaylaştıran hizmetler sunuyor hem de sosyal olarak fayda sağladığı projeler yapıyor. Web sitelerinde başlattıkları sosyal sorumluluk projelerine kısa ve öz olacak şekilde yer vermişler. Sosyal medya kanallarını aktif olarak kullanıyorlar ancak görüntülenme sayıları pek yüksek değil. Marka kişilik olarak

yenilikçi ve yardımsever görünüyor. Logo renklerinde kırmızı ve beyaz renkleri kullanılmış. Kırmızı rengi enerji vermekte, duyguları uyandırmaktadır. Beyaz rengin ise saflığı ve temizliği temsil ettiği bilinir. Marka bulunduğu sosyal medya mecralarında ve kendi web sitesinde renk uyumunu iyi kullanmış.



### Türk Telekom

Tarihi 1840'lı yıllara dayanan Türk Telekom birçok sosyal sorumluluk projesinde bulunmuş. Web sitesinde bu projeleri detaylıca açıklamışlar. Web sitelerinde müşteri odaklı çalışmalarını vurgulamışlar. Ortak değer ve davranışlarını insan odaklı, cesur, samimi, dürüst, genç ruhlu, yerli ve milli olarak belirtmişler.

Sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanıyorlar. Logolarında yeşil, kırmızı, açık mavi ve lacivert renkleri bulunmakta. Sosyal medya hesaplarında ve web sitelerinde, logolarında bulunan renklere yer verişler. Mavi renginin sakinleştirici, yeşil renginin ise güven veren bir etkisi vardır. Lacivert otorite kırmızı ise hareketlilik ve canlılığı çağırır.

**ENGELLERİ AŞIYORUZ,  
SANATTA EŞİTLİYORUZ!**





LOGO

**SANATTA**

**EŞİTLEYELİM**

SANATTA EŞİTLEYELİM

## KAYNAKÇA

Türk Telekom "Türk Telekom Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri" Erişim:01.12.2021  
<https://www.turktelekom.com.tr/hakkimizda/sosyal-sorumluluk/sayfalar/kss-projeleri.aspx>

Doğan, P. N. (2015) Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin GSM Şirketlerinin İmajı ile ilişkisi: Turkcell, Vodafone, Avea Örnekleri (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü