

Günah çıkarıcı t-shirtler ...

The Global Fund, dönemin Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan'ın himayesinde 2002 yılında kurulduğunda pek az kişi AIDS, tüberküloz ve sıtma ile mücadele etmeyi hedefleyen bu projenin beş-altı yıl gibi kısa bir sürede 10 milyar \$'ın üzerinde bir fon yaratabileceğini öngörüyordu. Bugün 136 ülkede onlarca projeyi destekleyen The Global Fund'ın bu inanılmaz başarısını yaratan sebeplerden biri de, kuşkusuz Batı'nın tüketim çılgınlığını -ihtiyacı olanlar için- çok akıllıca kullanan Kırmızı (RED) Kampanyası'ndan aldığı önemli destek.

Dünya tarihinin ve hayatın akışının Batı'daki tüketicilerin neredeyse artık varoluş sebebi olan "harcama gücü"nü akıllıca yönlendirilmesi ile değiştirilebileceğine inanan bir grup idealist tarafından ortaya atılan (RED) Kampanyası, özünde şirketlerin son kullanıcılarından kazandıkları paranın bir kısmını, ihtiyacı olan Üçüncü Dünya ülkelerine aktarmaları prensibine dayanıyor. (RED) şemsiyesi altındaki ürünlerden herhangi birini satın alan "Batılı bireyler", ödedikleri paranın bir kısmını -kendilerine herhangi bir ek masraf olmaksızın- örneğin Rwanda Sağlık Bakanlığı'nın bir HIV programına göndermiş oluyorlar. (RED) Kampanyası "Biz bunları satın alırken, Afrika'da milyonlarca yarı-aç insan, yokluk içerisinde çırpınıyor" psikolojisinden bir an olsun kurtulmak isteyen "Batılı bireyler" için adeta bir günah çıkarma odası.

Başını American Express'in çektiği (RED) Kampanyası'na şu ana dek katılan markalar ise; Motorola, Emporio Armani, Converse, Hallmark, Dell, Windows Vista, -tabii ki- iPod ve kısa süre önce Türkiye'ye de "giren" günlük giyim markası GAP. GAP'ın Ekim başında ABD'inde piyasaya sunduğu (PRODUCT)RED koleksiyonunda, sınırlı sayıda üretilen müthiş seksi t-shirtler başı çekiyor.



(RED) Kampanyası, özünde şirketlerin son kullanıcılarından kazandıkları paranın bir kısmını, ihtiyacı olan Üçüncü Dünya ülkelerine aktarmaları prensibine dayanıyor.

Mavi Jeans'in bu yıl piyasaya çıkarttığı Sesli Tişörtler koleksiyonu da bir bakıma (RED) Kampanyası'nın Türkiyeli bir versiyonu... Sınırlı sayıda üretilen bu özel koleksiyonda Teoman, Aylin Aslım ve Mor ve Ötesi'nin şarkı sözleriyle tasarlanan 10 farklı tişört yer alıyor. Projedeki müzisyenler Sesli Tişörtler için özel hazırladıkları sloganları ve şarkı sözlerini, Mavi Jeans ise tişört tasarımlarını Toplum Gönüllüsü gençlere hediye ediyor. Bu özel tasarımlı tişörtleri satın alanlar ve giyenler, ek birşey yapmaksızın Toplum Gönüllüleri Vakfı'nın gençlik projelerini desteklemiş oluyorlar.



Bağdat Caddesi'nden veya Collins Avenue'dan alınacak "günah çıkarıcı t-shirtler" ay sonunda gelen kredi kartı ekstremizde, bizi yaptığımız o bütün aslında gereksiz harcamaların ağırlığından biraz olsun kurtarabilir belki de...