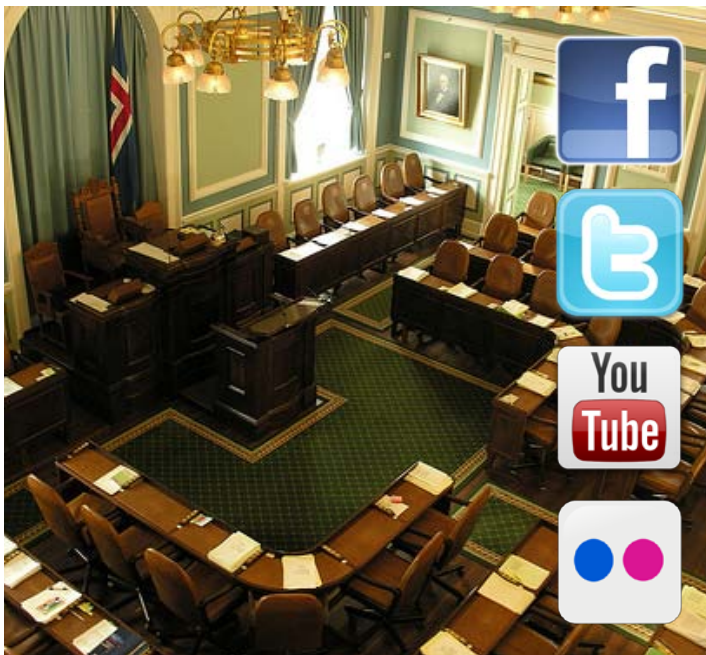


Zamanın ruhunu yakalayan anayasa

Bir şirket ya da marka için gelecek eğilimlerinden yararlanmanın yolları belli: Yepyeni bir ürün kategorisi yaratmak, mesaj yoğunluğu içinden sıyrılacak iletişim platformları geliştirmek, belli bir markanın tasarım dilini ambalajdan başlayarak tümüyle gözden geçirmek ya da daha basit tarafta farklılaşmayı destekleyecek pazarlama projeleri (promosyonlar, sosyal sorumluluk kampanyaları, marka deneyimleri...) için ilham almak. Özetle; bir şirket veya marka için gelecek eğilimlerini işe entegre etmek demek zamanın ruhunu yakalamak demek... Ve bunun doğal sonucu tüketicinin bugünkü isteklerinin ötesine geçen, çekiciliği ve işi büyütme potansiyeli yüksek yenilikler yaratmak demek. Söz konusu şirket veya marka değil de bir devlet ise, gelecek eğilimlerinde nasıl yararlanılabilir? Cevap İzlanda'da.

İzlanda 2008 finans krizinden en fazla zarar gören ülkeler arasında, belki ilk sırada yer aldı. Eylül 2008'de en büyük üç bankanın iflası ile başlayan çöküş sonucunda İzlanda parlamentosu beklenmedik bir karar aldı: Anayasayı baştan yazmak. Parlamento bu iş için genelde örnek aldığı Danimarka'ya yüz çevirdi ve anayasanın halk tarafından yaratılması fikrini benimsedi. Şüphesiz, ülkenin yüksek eğitilmiş küçük nüfusu ve uzlaşma kültürü bu son derece demokratik yaklaşımın sağlıklı bir şekilde yürütülmesini sağladı. Aynı yaklaşımın dünya genelinde işlemeyeceği kesin olsa da, İzlanda'nın yeni anayasası "ortak yaratım" eğiliminin geldiği noktayı göstermesi açısından dikkate değer bir örnek.

İzlanda sürecin en başından itibaren ortak yaratım ile ilerledi. Öncelikle, anayasanın yaratımında liderlik yapacak ve sıradan vatandaşlardan oluşacak bir ekibin kurulmasına karar verildi. 522 vatandaş ekibe katılmak için adaylığını koydu. Aralarında siyaset bilimi profesörleri, eğitimciler, avukatlar ile birlikte ev kadınları da olan adaylar İzlanda'nın 320,000 kişilik nüfusu tarafından oylandı. Sonuçta seçilen 25 kişi Anayasa Konseyi'ni oluşturdu ve işe başladı. Anayasa Konseyi sosyal medyayı ilgilenen herkesin yorumlarını almak, hatta cevaplamak için kullandı. Konseyin [Facebook sayfasına](#) 1,600 kişi yorum yazdı. Konsey tüm toplantılarını YouTube üzerinde yayınladı. Gelişmeleri anında duyurmak ve fotoğraflar ile desteklemek için Twitter ve Flickr'dan yararlandı. Ayrıca yazmakta olduğu tüm bölümleri [internet sitesinde](#) taslak aşamasından itibaren paylaştı. Katılımcı süreç sonunda tamamlanan 700 sayfalık, 117 maddelik anayasa 27 Temmuz 2011 tarihinde parlamento'ya sunuldu ve kabul edildi. Parلمانonun kabulünün ardından referandum ile halkın onayı alındı ve anayasa yürürlüğe girdi.



Zamanın ruhunu yakalaması açısından, anayasanın başarılı bulunan bir diğer özelliği doğayı işin içine katmış olması. Dokuz bölümden biri olan insan hakları "İnsan Hakları ve Doğa" başlığı altında düzenlendi. Bu bölüm içinde çevrenin korunmasına yönelik maddelere yer verildi. Örneğin; özel mülkiyet altındaki doğal kaynakların aslında "sonsuzlukta dek, tüm İzlanda halkına ait" olduğu vurgulandı. Önceki anayasada yer almayan yepyeni bir madde ise siyasi otoritelerin halkı çevre sağlığı ile ilgili sürekli olarak bilgilendirmesini şart koşuyor.

Ortak yaratım, sosyal medya ve sürdürülebilir gelişim ile ilişkisinin ötesinde, İzlanda'nın yeni anayasasının zamanın ruhuna attığı en güçlü çengel belki de özündeki iyimserlik: Şimdi herşey mümkün!