

# İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ



## SosyoCom

AYLIK ETKİNLİK VE HABER BÜLTENİ

AĞUSTOS 2023 | SAYI 32

# İçindekiler



## Tekno - Gündem

- 4 E-Ticarette Pazar Yerlerinin Artan Önemi
- 5 Muhasebede Yapay Zeka

## Eko - Gündem

- 7 Adli Muhasebe ve Mali Bilgi Güvenirliği
- 9 Tüketim Katedralleri Yaratıcısı Warner Bros.'un Oyunağı: Barbie

## Yeni Meslekler

- 11 Sosyal Medya Uzmanı

## Kültür Sanat ve Edebiyat

- 12 K-Pop Kültürüne Mercek Tutuyoruz
- 13 Cöbeklitepe: Antik Sırları ve Manevi Önemine Yolculuk
- 14 Bir Sergi: Işığın Peşinde

## Sosyocom Raf

- 15 Bir Film: İhtiyarlara Yer Yok
- 16 Ayın Kitap İncelemesi: Dune
- 18 Ayın Film İncelemesi: Oppenheimer
- 19 Akademik Playlist

## Eğitim - Araştırma

- 20 Sosyal Bilimciler İçin Deneysel Araştırma
- 22 Aile Şirketlerinin Önemi, Güçlü ve Gelişmesi Gereken Yönleri

# İçindekiler



## Girişimcilik ve İnovasyon

- 24 Metaverse Öldü Mü?
- 25 İnovasyon Yönetiminde  
Yapay Zekâ

## Siyasi Gündem

- 26 Küresel Isınmaya Karşı Ortak  
Mücadele: Uluslararası İklim  
Değişikliği Anlaşmaları ve  
Oluşturulan Mekanizmalar

## Sağlık-Psikoloji

- 27 Sağlık ve Ruh Sağlığı

## Sosyo-Gündem

- 28 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Mu  
Keyfi Mi? FoMO, JoMO ve Pazarlama  
Stratejileri
- 30 Dijital Okuryazarlık ve Muhasebe  
Yönetimi
- 31 Barbie ve Burger King'in Çelişkili  
Ortaklığı

## Sosyalleşme Zamanı

- 32 Sosyalleşme Zamanı: Kız Kulesi
- 33 Etkinlik İstanbul:
- 34 İstanbul'da Eylül
- 35 İGÜ-Mezun
- 36 Erasmus+ Güncesi
- 38 Muharrem Ayı, Aşure Ayı

## Akademik Yaşama Dair

- 39 Yayınlarımız
- 40 İGÜ İş Bulma Platformu

## Künye

- 41 Künye



TEKNO-  
GÜNDEM

# E-TİCARETTE PAZARYERLERİNİN ARTAN ÖNEMİ

DOÇ. DR. ADNAN DUYGUN

İŞLETME BÖLÜMÜ



Son yıllarda hızlanan ve etkisi gittikçe artan dijitalleşme ile birlikte, pek çok alanda olduğu gibi pazarlama, satış ve dolayısıyla e-ticaret ve online alışveriş faaliyetlerinin de bu durumdan payını aldığını gözlemlemek mümkündür. Şüphesiz Covid-19 pandemisinin de e-ticaret alanında yaşanan gelişmeleri hızlandırdığını unutmamak gerekmektedir. Tüm bunlara bağlı olarak e-ticarette alışveriş için kullanılan pazar yerlerine ilişkin popülerliğin ve önemin de gittikçe arttığını ifade etmek mümkündür. Tüketiciler başta Covid-19 pandemisi sürecinde yaşadıkları evlerinden online alışveriş yapma alışkanlıklarını, pandemi sonrasında da pazar yerlerinden online alışveriş yaparak sürdürmeye devam ettirmektedirler. Evlerinden çıkmadan, sanki bir alışveriş merkezine ya da semt pazarına gidirmiş gibi istedikleri ürünleri istedikleri pazar yerlerinden ve istedikleri miktarda alarak, kapılarının önüne kadar getirebilme imkanına sahip olmak, tüketiciler açısından önem arz eden bir durumdur. Bu durumun farkına varan girişimciler, daha fazla pazar yeri açabilmekte ve bunları tüketicilerin hizmetine sunabilmektedirler. Hâl böyle olunca da bilinen tanınan ve tüketiciler açısından güven teşkil eden popüler pazar yerlerinden alışveriş yapmak, tüketiciler açısından ön plana çıkmaktadır.

Alışveriş yapan tüketiciler her ne kadar kendi açılarından popüler pazar yerlerinden alışveriş yapmayı tercih etseler de genel olarak popüler pazar yerlerini, genel tüketici eğilimlerini anlamak amacıyla bilmek ve öğrenmek istemektedirler. Bu noktada tüketicilere yardımcı olan e-ticaret ve alışverişe dair pazaryerlerinin popülerlik sıralamasını yapan internet siteleri devreye girmektedir. Bunlardan birisi similarweb.com sitesidir. En popüler web sitelerinin sıralamasını yapan similarweb.com'a göre Haziran 2023 itibarıyla dünya genelinde pazaryeri kategorisinde en çok ziyaret edilen üç pazar yeri web sitesi amazon.com, ebay.com ve amazon.co.jp (<https://www.similarweb.com/tr/top-websites/e-commerce-and-shopping/marketplace/>, erişim tarihi: 18.07.2023) olarak sıralanırken, Türkiye genelinde ise en çok ziyaret edilen üç pazar yeri web sitesi trendyol.com, hepsiburada.com ve amazon.com.tr (<https://www.similarweb.com/tr/top-websites/turkey/e-commerce-and-shopping/marketplace/>, erişim tarihi: 18.07.2023) şeklindedir.

Dijitalleşmenin etkisi göz önüne alındığında e-ticaret ve online alışveriş için pazar yerlerine yönelik tüketici eğilim ve taleplerinin artacağını öngörmek çok zor olmayacaktır. Bu durumu fark eden ve satışlarını artırmak isteyen işletmeler de popüler pazar yerlerinde yer almak için çok daha istekli olacaklardır. Dolayısıyla e-ticarette pazar yerlerinin daha da popüler hale geleceğini ve önemlerinin daha da artacağını söylemek mümkündür.

# Muhasebede Yapay Zeka

Dr. Öğr. Üyesi Ali Özbek  
İşletme Bölümü

Geçmişten günümüze kadar uzanan süreçte “Big Data” olarak temelleri oluşturulan yapay zeka kavramı, dünyamızda pek çok alanda yenilik ve değişimler meydana getirmiştir. Bunun yanında birçok meslekte inovatif hareketler ve teknolojik değişimler ön plana çıkmış, değişimlerden etkilenen en büyük mesleklerden birisini de muhasebe meslek mensupları oluşturmuştur. Muhasebe meslek mensupları, mesleklerini icra ederken ve geleceğe dönük stratejilerini tasarlarken yapay zekanın nimetlerinden faydalanması gerekmektedir. Artık pek çok meslekte olduğu gibi muhasebe mesleğinde de dijital ve teknolojik gelişmeleri yakından takip etmek tercih olmaktan ziyade artık bir zorunluluk haline gelmiştir.

Yapay zekaya kavramsal açıdan bakıldığında, tıpkı insanlar gibi çalışabilen ve tepki verebilen akıllı makineleri geliştirmeye dayanan bilgisayar bilim alanının bir dalı olarak ifade etmek mümkündür. Yapay zeka daha çok öğrenebilen ve problem çözmeye dayalı bir sistem üzerine oturtulmuştur. 1956 yılında ilk olarak John Mccarthy tarafından Dortmund’da düzenlenen bir konferansta ifade edilen yapay zeka kavramı o tarihten bu yana günümüze kadar sıklıkla teknoloji ve iş dünyasında her alanda kullanılmaktadır. Yapay zeka karışık problemleri çözebilmesinin yanında yeni kazanım ve öğrenmeler yapabilmesi, değişik ortamlara entegre olabilmesi ve insan tecrübelerine uyum sağlayabilmesi açısından pek çok özgün kavramla eşdeğer olarak kullanılmaktadır.

**BIG  
DATA**





İşletmelerde yaşanan son teknolojik gelişim ve değişimler ister istemez muhasebe departmanlarını etkilemekte dolayısıyla dijitalleşmenin öncülleri muhasebe meslek mensuplarını da etkilemektedir. Bu noktada geçmişte muhasebe meslek mensuplarının elle tutmuş oldukları işletme defterleri yerine, artık yapay zekanın da getirmiş olduğu avantajlarla e-defter, e-arşiv fatura, e-irsaliye, e-müstahsil makbuzu, e-mizan, e-bilanço gibi dijital çözümlerin yanı sıra muhasebe meslek mensuplarının mali analiz tekniklerini işletme üzerinde uygulayabilmesi, yönetim muhasebesi, maliyet muhasebesi sistemlerini işletme içerisinde yürütümünün sağlanması gibi pek çok faaliyetleri sıklıkla kullanabilmektedir. Bu durum hem işletmeler açısından oldukça faydalı olmakla birlikte muhasebe meslek mensuplarının iş yüklerini azaltıp çalışmalarını hızlandırmaktadır.

Yapay zeka teknolojilerinin muhasebe alanında kullanılması pek çok avantajlarının yanında dezavantajları da yanında getirmesi mümkündür. Bu tür teknolojilerin gelişimi ve yaygınlaşmasıyla birlikte muhasebe meslek mensuplarının stres ve endişe düzeylerini artırmakla birlikte gelecekte istihdam kaygıları içerisinde girebilmeleri de mümkündür. Özellikle yapay zekanın gelecekte elinden işini alma ve işini kaybetme korkusu muhasebe meslek mensuplarınca endişe konusu olabilmektedir.

Sonuç olarak geleceğin muhasebe meslek mensupları yapay zekanın dezavantajlarını minimum seviyeye indirmek suretiyle işletmelerde muhasebe sistemlerini doğru bir şekilde okuyup yazabilmesi, karışık problem ve sorunları çözebilmesi, prosedürlerin doğru bir şekilde uygulanıp analiz edebilmesi, iş sürecinin çıktılarını sağlıklı ve güvenli bir şekilde yapılabilmesi için yapay zekanın gelişim ve değişim rüzgarından faydalanmaları gerekmektedir.

**BIG  
DATA**



# ADLİ MUHASEBE VE MALİ BİLGİ GÜVENİRLİĞİ

**Doç. Dr. Metin UYAR**  
**İşletme (İngilizce) Bölümü**

Mali bilgilerin usul dışı kullanımına dair sürükleyici senaryolar içeren “Sıkıysa Yakala” ve “The Wolf of Wall Street” filmlerini izleyenlerin hatırlayacağı üzere işletmeye ait iktisadi kıymetlerin ve mali bilgilerin bireysel veya kurumsal olarak suistimal edilmesi kaliteli ticaretin ve yatırımın yapılmasını zora sokmaktadır. Özellikle muhasebe ve bankacılık sistemine dair yasal düzenlemelerde bulunan boşlukların veya eksiklerin de varlığıyla dünya genelinde hileli ticari işlem hacminde ve mali suçlarda dramatik artış görülmektedir. Hileli mali işlemler, takip eden aşamada hileli finansal raporlamaya yol açmakta ve işletme varlıklarının gerçek değerinden farklı olarak resmedilmesine neden olmaktadır.

Hileli mali işlemlerin yapılmasında temel saikler işletmeden işletmeye ve kişiden kişiye farklı olabilmektedir. Kredi dolandırıcılığı, usulsüz varlık satışı, şirket varlıklarının izinsiz kullanımı, vergi kaçırma, rızasız alış veya satış yapma, mali belgelerde sahtecilik, karşılıksız çek yazma, kart kopyalama, bilanço makyajlama, şirket sınırlarının satışı, içerden öğrenenlerin ticareti, kara para aklama, borsa manipülasyonu gibi birçok yasadışı eylem beraberinde binlerce kurumun ve bireyin mağdur edilmesine yol açmaktadır. Bu bağlamda mali bilgilerin güvenirliliği, ticaretin ve yatırım devamlılığında kilit etken olmaktadır. Mali bilgilerin güvenilir olması hem muhasebe sisteminin hem de bağımsız denetim faaliyetlerinin yeterliliği ile doğru orantılıdır. Muhasebe merkezli hata ve hilelerin tespitinde bağımsız denetim birincil tespit mekanizmasıdır. Ancak denetim faaliyetleri, tek başına bireysel veya kurumsal suistimallerin belirlenmesi veya önlenmesi için yeterli değildir. Mali nitelikli suçlar, dijitalleşmeyle birlikte nitelik değiştirerek maddi ve sanal unsurları içeren bir yapıya dönüşmüştür. Denetçinin, dijital suçları tespit edebilmesi zor olabilmektedir. Bu noktada hem maddi hem de soyut hileli işlemlerin ve illegal ticari faaliyetlerin belirlenmesinde ve engellenmesinde adli muhasebe ve adli muhasebecilik kavramları öne çıkmaktadır.

Adli muhasebe, çeşitli yöntem ve beceriler kullanarak mali nitelikli işlemlerdeki karmaşık ilişkileri çözümlenme, dolandırıcılık veya sahtecilikle ilgili iş akışını ortaya çıkarma, meydana gelen zararın ekonomik değerini ölçme, adli makamlara bilirkişi ve tanık olarak katkı yapma gibi birçok işlevi içeren bir uzmanlık alanıdır. Adli muhasebe faaliyetleri, muhasebe ve ticaret nosyonuna sahip uzmanların ihtisaslaşmaya giderek dolandırıcılık veya sahtecilik gibi konularda derinlemesine bilgi sahibi olmaları ve bu bilgileri soruşturmalarda kullanmasını içerir. Bu ekseninde adli muhasebe, uzman kişiler marifetiyle yürütülen, mali suçlarla ilgili kanıt toplamaya ve görüş belirtmeye dönük faaliyetlerin bütünüdür.



Adli muhasebe, mali denetimden farklı özellikler içerir. Denetim çalışmalarında amaç, yasalara uygunluk, performans hedeflerine ulaşıp ulaşılmadığını ölçmek ve mali verilerin doğruluğunu belirlemektir. Denetim, önceden belirlenmiş bir takvime göre ortada mali bir suç olmaksızın rutin biçimde periyodik olarak gerçekleştirilebilir. Adli muhasebede ise, soruşturmanın yapılabilmesi için ortada dava aşamasına geçmiş ve geçmesi muhtemel somut bir olayın veya suçun varlığı gerekir. Adli muhasebe, somut bir suçun veya kuvvetli şüphe içeren bir mali işlemin incelenmesini içerir. Bu bağlamda adli muhasebe, denetim faaliyetlerinden farklı olarak periyodik bir faaliyet değildir. Adli muhasebecinin kanaati, cari bir incelemede hukuki tavsiye niteliği taşıyabilir. Adli muhasebe, sadece ekonomik suçların tespitinde kullanılmaz. Dolaylı olarak diğer adli davaların sonuçlandırılmasında da kullanılabilir. Örneğin bir darp veya fiziki kavga durumunda, kavganın nedeni olarak parasal bir sebebin olup olmadığını incelerken gereken delillerin toplanmasında ve analiz edilmesinde adli muhasebeden yardım alınır.

Mali bilgi güvenilirliğini tehdit eden suçların ve edimlerin tespit edilmesi, önlenmesi ve azaltılması sağlıklı ticarete ve yatırıma destek sağlayacaktır. Adli muhasebe, suçların engellenmesinde, suçluların cezalandırılmasında ve suistimallerin azaltılmasında değerli bir görev üstlenmektedir. Bu bağlamda gelecek yıllarda adli muhasebeye yönelik ilginin artması ve kullanım alanının genişlemesi de öngörülebilir.







## TÜKETİM KATHEDRALLERİ YARATICISI WARNER BROS.'UN OYUNCAĞI

# Barbie

Arş. Gör. Eslem BÜYÜKARSLAN  
Gümrük İşletme Bölümü

Barbie: Tüketiciliğin pembe, mükemmel dünyasına hoş geldiniz.

Margot Robbie (Barbie) ve Ryan Gosling'in (Ken) başrollerini paylaştığı, senaryosunu Gerwig ve Noah Baumbach'ın yazdığı Barbie filmi dünya çapında büyük yankı uyandırdı. Aynı zamanda kapitalizmin tüketici algısını yönetiminde Barbie'nin payının büyük olduğu rahatlıkla söylenebilir. Aktivizm adı altında kapitalizm ile tüketim toplumunu besleyen ve tüketim kültürünü sembolize eden bir katedral Warner Bros.; yarattığı Barbieland'teki Barbie ise bu katedralin oyuncacıdır. Barbieland, her ne kadar Londra sınırları içerisindeki, Leavesden'de bulunan Warner Bros. Studio'da kurulsada gerçekte artık her bireyin kendi Barbieland'ine sahip olduğunu söylemek mümkün. Son dönemde, Barbie'nin kırılmaz kalıpları yıkılırken Barbieland'in pespembe muhteşemliği bir gerçeklik olarak pazarlanıyor. Bu nedenle ki, son zamanlarda her yerin "Barbie pembesi"ne boyandığını fark etmemek mümkün değil. Peki Barbie, bu çarpıcı geri dönüşü nasıl başardı?

Barbie, geçmişten günümüze hem kadınlar için hayal ettikleri her şey olabileceklerini vaat eden bir meta hem de idealize ettiği gerçek dışı güzellik algısı ve her şey olabilme yeteneği ile ulaşılamayacak bir standardı tanımlamaktadır. Bu nedendir ki küçük kızların hayallerini süsleyen Barbie, büyüdüklerinde oyuncaktan daha fazlasını temsil etmekte; öfke besledikleri bir tema haline gelmektedir. Bu bağlamda Barbie'nin, imkansız güzellik standartlarını temsil etmesi ve yarattığı Barbieleşme sendromu nedeniyle 2015 yılından itibaren satışları düştüğü görülmektedir. Warner Bros. ise gelen tepkileri ortadan kaldırarak pazar payını yükseltecek yeni stratejiler geliştirmeyi hedeflemiştir. Bu stratejilerden biri; Barbie filmidir. The Conversation makalesindeki yorumlarda da, Barbie filminin geçmişteki yanlışları yeniden icat etmek ve düzeltmek için cesur bir adım ya da yeni bir pazara girmek için zekice bir hile olup olmadığı tartışılmaktadır. Yeni Barbieland'de her ırktan ve vücut tipinden, meslekten, cinsel tercihten kadının bulunmaktadır. Fakat Barbie filmindeki Klşe Barbie'nin (Robbie) hala sarı saçlı, mükemmel vücutlu bir kadını temsil ettiği de gözden kaçmamaktadır.



Mattel, bugün dakikada 100'den fazla bebek satılsa da 1990'ların sonundaki başarılı dönemi yakalayamadıklarını ve bu bağlamda Barbie filminin yapımı kadar pazarlamasına da önem verildiği ifade etmektedir. Filmin yetişkinlere yönelik yapılması ise sadece Barbie'nin satılması amacının güdülmediğini akla getirmektedir. Warner Bros. Barbie'nin yetişkinler ve dolayısıyla çocuklar arasındaki kötü şöhretini temizlemeyi amaçladığı ve aynı zamanda Barbie sayesinde, pazardaki yerini geri almak için her bireyi Barbieland'in bir oyuncakçı yapmayı planlamışa benziyor. Bu sayede Barbie'yi bütün kadınların hayatının içine konumlandırmakta ve "gerçek" kadınlardan kendi Barbieland'ini yaratmaktadır.

Barbie, pazar payındaki düşüşten sonra geri dönüşünü, farklılıklar ve onları birleştiren (güçlendiren) Barbie pembesi üzerinden yapmaktadır. Pazardaki payını geri kazanmak için ses getirirken bir oyuncaktan daha fazlası; pembe bir tüketim çılgınlığı sloganı haline gelmektedir. Warner Bros.'un taktiği, Barbie yerine onu temsil eden pembe renginin hayatın içinde pazarlanmasının daha kolay olduğunu göstermektedir. Tüketicinin her noktasına, Pantone kodu dahi bulunan "Barbie pembesi" rengiyle markasını adapte edebilen Barbie, hem imajının düzeltilmesini hem de pazar payının yükseltilmesini amaçlamaktadır. Bu bağlamda Barbie filmiyle diğer markalar arasında Barbie pembesi odaklı bir pazarlama stratejisi olduğu görülmektedir. Markaların da desteği sayesinde, her birey kendini istese de istemese de pembe bir tüketim çılgınlığının içinde bulmaktadır. Giyilen kıyafetten, yenilen hamburger kadar pembe pazarlamanın bu denli güçlü olması Barbieland'in sınırlarının genişlediğini göstermektedir. Artık her kadın, klişeleşmiş güzellik tanımlamalarına bağlı kalmaksızın, sadece Barbie pembesi tüketerek kendi Barbieland'inin Barbie'si haline gelmektedir. Bu durumda Warner Bros.'un da sinemada gişe hasılatı, pazarda artan pay, diğer markalarla işbirliği getirisini gibi önemli kazanımlarının olduğu ve en önemlisi Barbie'nin imajının düzeltilerek bu kazanımların uzun dönemde sürdürülmesinin planlandığı düşünülmektedir.

Barbie



**Arş. Gör. TUĞÇE TOPÇU**  
İşletme Bölümü

"Sosyal medya uzmanı" günümüzde popüler ve önemli bir meslek haline gelmiştir. Sosyal medya uzmanları, çeşitli platformlarda (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok vb.) şirketlerin veya bireylerin dijital varlıklarını yöneten ve geliştiren profesyonellerdir. İşlerini, marka bilinirliği, müşteri ilişkileri, pazarlama stratejileri ve içerik yönetimi gibi konularda uzmanlaşarak yürütürler. İşte sosyal medya uzmanlarının tipik olarak üstlendikleri bazı görevler:

**Strateji Geliştirme:** Sosyal medya uzmanları, müşterilerin veya işverenlerin hedeflerine uygun olarak hangi platformların kullanılacağı, hangi tür içeriklerin paylaşılacağı, ne sıklıkla paylaşım yapılacağı gibi stratejiler geliştirir.

**İçerik Üretimi ve Yönetimi:** Uzmanlar, ilgi çekici ve etkili içerikler üretir veya içerik üretimi ekibini yönlendirir.

**Takip ve Analiz:** Sosyal medya uzmanları, paylaşılan içeriklerin performansını izler ve analiz eder. Bu sayede hangi içeriklerin daha etkili olduğunu ve hangi stratejilerin işe yaradığını belirleyebilirler.

**Müşteri İlişkileri Yönetimi:** Sosyal medya uzmanları, müşteri ve takipçilerle etkileşimde bulunarak soruları yanıtlar, geri bildirimleri dikkate alır ve olumlu bir diyalog sürdürür.

**Reklam Yönetimi:** Sosyal medya platformlarının reklam araçlarını kullanarak markalar için hedeflenmiş reklam kampanyaları oluştururlar.

**Trend ve Teknoloji Takibi:** Sosyal medya alanı sürekli olarak değişiyor ve geliyor. Sosyal medya uzmanları, yeni platformları, özellikleri ve trendleri takip ederek markaların bu alanlarda da etkin olmalarını sağlarlar.

**Kriz Yönetimi:** Beklenmedik durumlar veya olumsuz geri bildirimlerle karşılaşıldığında, sosyal medya uzmanları krizleri yönetme ve olumsuz etkileri en aza indirme konusunda deneyime sahiptir.



You and 389 people liked this.

Leave a comment...

### SNAPSHOTS:







# K-POP KÜLTÜRÜNE MERCEK TUTUYORUZ

Arş. Gör. TUĞÇE TOPÇU  
İşletme Bölümü



Son yıllarda dünya genelinde büyük bir ilgi gören K-pop, Güney Kore kökenli bir müzik türü ve hareketidir. Gençler arasında büyük bir takipçi kitlesi olan bu kültür, müziğin ötesine geçerek bir yaşam tarzına dönüşmüştür. Peki, K-pop kültürü neden bu kadar popüler oldu?

Birinci neden, K-pop'un müzikal çeşitliliğidir. K-pop, çeşitli müzik tarzlarını birleştirerek benzersiz bir ses oluşturur. Hip-hop, R&B, elektronik dans müziği ve geleneksel Kore müziği gibi farklı tarzları bir araya getirerek dinleyicilere çeşitli müzik deneyimleri sunar. Bu müzikal çeşitlilik, gençleri etkiler ve kendilerini ifade etmeleri için bir platform sağlar.

İkinci olarak, K-pop'un sanatsal değeri ve prodüksiyon kalitesi dikkat çekicidir. K-pop grupları, genellikle yoğun bir eğitim sürecinden geçerek dans, şarkı söyleme ve performans becerilerini mükemmelleştirir. Aynı zamanda moda, sahne tasarımı ve videolarında da yaratıcılıklarını ortaya koyarlar. Bu yüksek üretim kalitesi, dinleyicilerin görsel ve işitsel olarak tatmin olmalarını sağlar.

Üçüncü neden, K-pop'un güçlü bir hayran kültürüne sahip olmasıdır. K-pop hayranları, kendilerine verilen isimlerle tanımlanan tutkulu ve bağlı bir topluluktur. Gruplarına olan sadakatleriyle bilinirler ve onları desteklemek için sosyal medyada aktif olarak paylaşımlar yaparlar.

Son olarak, K-pop'un küresel bir fenomen haline gelmesini sağlayan sosyal medyanın gücünü unutmamak gerekiyor. İnternet, K-pop hayranlarının bir araya gelmesini, içerikleri paylaşmasını ve tartışmasını sağlayan bir platform olmuştur. K-pop grupları, sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanarak hayranlarıyla bağlantı kurar ve onlara özel içerik sunar. Bu da K-pop kültürünün dünya genelinde yayılmasını kolaylaştırır.

K-pop, sadece bir müzik türünden çok daha fazlasıdır. Kültürel bir fenomen haline gelmiş olan K-pop, gençler arasında benzersiz bir bağ oluşturur. Müzik, moda, dans ve hayran topluluklarıyla birlikte K-pop, gençlerin kendilerini ifade etmelerine ve ortak bir ilgi alanı paylaşmalarına olanak tanır.

Sonuç olarak, K-pop, müziğin sınırlarını zorlayan ve gençleri bir araya getiren bir kültürdür. Müzikal çeşitlilik, sanatsal değer, güçlü hayran toplulukları ve sosyal medyanın etkisi, K-pop'u küresel bir fenomen haline getirmiştir. K-pop, gençlerin dünya çapında birbirleriyle bağlantı kurmalarını sağlarken, aynı zamanda benzersiz bir müzikal deneyim sunmaktadır. Bu kültür, gelecekte müzik endüstrisinde daha da büyüyecek gibi görünüyor.





# Göbeklitepe: Antik Sırları ve Manevi Önemine Yolculuk

Arş. Gör. Cansu TÜRKER  
İşletme (İngilizce) Bölümü

Göbeklitepe, Türkiye'nin güneydoğusunda, Şanlıurfa şehrinin yaklaşık 12 kilometre kuzeydoğusunda bulunan olağanüstü bir arkeolojik sit alanıdır. Göbeklitepe, modern çağın en önemli ve en merak uyandıran arkeolojik keşiflerinden biri olarak biliniyor.

Tarihi, 11,000 yıl öncesine, yani Pre-Pottery Neolitik döneme dayanan Göbeklitepe, Stonehenge ve Mısır piramitleri gibi diğer anıtsal alanlardan binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Alanla ilgili bir diğer büyüleyici şey ise avcı-toplayıcı toplumlar tarafından inşa edilmiş olan bölgenin eski insan yetenekleri ve toplumsal karmaşıklık konusundaki geleneksel anlayışa meydan okumasıdır.

Göbeklitepe'nin eski ve büyüleyici taş sütunları, sadece arkeolojik olarak değil, aynı zamanda derin manevi bir öneme de sahip. Arkeolojik bulgular, Göbekli Tepe'nin bir ibadet merkezi, muhtemelen eski avcı-toplayıcı kabileler için ortak toplanma yeri olarak hizmet ettiğini gösteriyor. Alanın düzeni ve inşası, sofistike bir planlama, mühendislik ve işbirliği gerektiriyor, bu da kompleks sosyal yapıların ve göçebe yaşamdan yerleşik toplumlara geçişin ortaya çıkışını yansıtıyor. T şeklindeki sütunlar ise genellikle varlıkların veya tanrıların temsili olarak kabul ediliyor. Böylece bu alanda maddi dünya ile manevi dünya arasında bir bağlantı kurulduğu düşünülüyor. Sütunlardaki hayvan tasvirlerinin bolluğu ise alanın hayvanlara tapınma veya şamanik uygulamalardaki rolüne işaret ediyor. Bu erken avcı-toplayıcı toplumlar için, hayatta kalmak için güvendikleri hayvanların muazzam bir manevi öneme sahip olduğu ve bu yaratıkları ritüeller yoluyla onurlandırmak, bol avlanmayı ve ilahi koruyucularının lütfunu sağlamanın bir yolu olarak görülüyor.

Göbeklitepe, sadece arkeolojik açıdan değil, aynı zamanda insanların sonsuz manevi ifade ve bağlantı arayışlarına dair bir tanıklık olarak da öne çıkıyor. 2018 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilmesiyle olağanüstü tarihsel önemi tanınan Göbeklitepe, araştırmacılar, arkeologlar ve dünyanın dört bir yanından turistleri kendine çekiyor; hepsi bu eski mucizenin sırlarını çözmek ve insan medeniyetinin kökenleri hakkında anlayış kazanmak için bu antik alanı ziyaret ediyor.



# Bir Sergi

Arş. Gör. Asel Ataoğlu  
İşletme (İngilizce) Bölümü



# Işığın Peşinde

Meşhur Britanyalı ressam ve tasarımcı John Craxton'ın (1922-2009) yaşamını ve eserlerini tanıtan Türkiye'deki ilk kişisel sergisini, 5 Nisan-23 Temmuz 2023 tarihleri arasında ziyaretçilerle buluşturuyor. Sanatçının biyografisinin yazarı ve arkadaşı Ian Collins'in küratörlüğünü üstlendiği John Craxton: Işığın Peşinde sergisi, Craxton'ın uzun kariyerine yayılan çeşitli eserlerinden bir seçki sunuyor. Sergide anıtsal bir duvar halısı, tablolar, çizimler, baskılar, kitap tasarımları ve kişisel eşyaları da dahil olmak üzere Craxton'ın geniş yelpazedeki 200'e yakın eseri yer alıyor. Savaş zamanının karanlığından aydınlığa ve tek renkten parlak renklere doğru ilerleyen keyif dolu ve yaratıcı bir yaşamı anlatan serginin vitrininde ise ziyaretçileri, sanatçının kullanmayı çok sevdiği klasik motosikletlerden bir örnek karşılıyor. John Craxton: Işığın Peşinde sergisinde, çeşitli koleksiyonlardan ödünç alınan eserlerin yanı sıra John Craxton Estate'ten sonra en fazla sayıda Craxton eserine sahip olan Ömer Koç Koleksiyonu'ndan 44 eser yer alıyor ayrıca Amerikalı fotoğrafçı Robert McCabe ile Londra doğumlu ressam Nicholas Moore'un fotoğrafları sergiyi zenginleştiriyor. McCabe'in fotoğrafları, John Craxton'ın resimleriyle büyük benzerlikler taşıyor; Ege'yi ilk defa 1954'te ziyaret eden fotoğrafçı da Ege manzarasına ve insanına odaklanıyor. Nicholas Moore'un fotoğrafları ise 1985'te Craxton'la İstanbul'a yaptıkları seyahatten sahneler sunuyor. İstanbul'u sıkça ziyaret eden ve çok seven Craxton'ın bu ilham verici sergisi, onun sanatını ve yaşamını en sevdiği topraklarda keşfe açıyor.

Craxton erken dönemlerinde Picasso ve Miró'dan etkilendi. Daima en sevdiği sanatçı olan El Greco'nun Alegori (Fábula) adlı eserini ilk defa 14 yaşında yakından inceledi. Craxton'ın Yunanistan ve Türkiye gezilerinden kaynaklanan Ege kültürü ve manzarasına duyduğu sevgi, yetişkinlik dönemindeki çalışmalarını şekillendirdi. Renklerle oluşturduğu güçlü kompozisyonlar, ince ve son derece kişisel bir sembolizmin yanı sıra güneşin altındaki duyusal bir yaşamı da yansıtıyor. Mitoloji ve arkeoloji, özellikle de Bizans mozaikleri, Türk halıları ve Osmanlı mimarisi Craxton'ın çalışmalarına etki etmiş önemli unsurlardı. Craxton yaklaşık elli yıl boyunca en iyi eserlerinin çoğunu, memleketi olarak benimsediği Girit'in Hanya şehrindeki Osmanlı mirası stüdyosunda yarattı. Ünlü dostları da olmasına rağmen denizciler, çoban aileler, taverna ve kafelerdeki arkadaşları gibi sıradan insanları resmetmeyi tercih etti.



# İHTİYARLARA YER YOK

Arş. Gör. Merve TOSUN

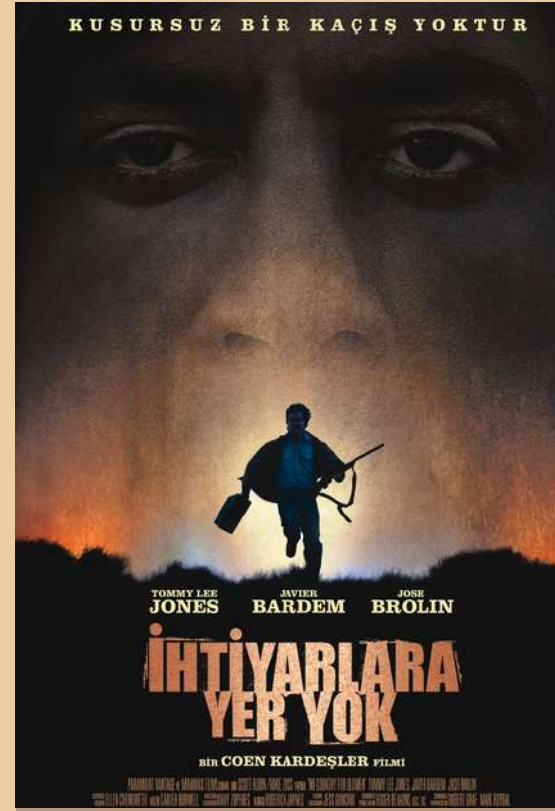
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü

"İhtiyarlara Yer Yok" filmi, Cormac McCarthy'nin ünlü romanından uyarlanmıştır ve en iyi kitap-film uyarlamalarından biri olarak kabul edilmektedir. Coen Kardeşler tarafından yönetilen film, şiddet, yozlaşma ve insanların birbirlerine uygulayabilecekleri açıklanamaz kötülükler de dâhil olmak üzere insan doğasının karanlık yönlerini ele alıyor. Hikâye, yanlış giden bir uyuşturucu anlaşmasına rastlayan ve iki milyon dolarla kaçan Llewellyn Moss'un etrafında dönüyor ve Moss amansız tetikçi Anton Chigurh tarafından ölümcül bir takibe alınıyor. Filmin temaları, kadere karşı tesadüf ve insanların içinde yaşadıkları şiddet dolu dünya üzerinde sahip oldukları kontrol eksikliği etrafında dönüyor.

Filmin Chigurh, Moss ve Şerif Ed Tom Bell gibi karakterlerinin her biri kendi kader ve kendi kaderini tayin etme anlayışlarıyla yüzleşir. Chigurh kendisini kurbanlarının kaderini belirlemek için yazı tura atan bir kader aracı olarak görürken, Moss kötü seçimleri nedeniyle bir şiddet ağına yakalanır. Ahlaki açıdan dürüst bir karakter olan Şerif Bell, içinde yaşadığı şiddet dolu dünyaya sadece tepki verebileceği, onun acımasızlıklarını önleyemeyeceği gerçeğiyle yüzleşir.

"İhtiyarlara Yer Yok", izleyiciye başta Chigurh rolündeki Javier Bardem olmak üzere oyuncuların olağanüstü performanslarıyla şiddet ve insan doğası üzerine güçlü ve acımasız bir keşif sunmaktadır. Film, kasvetli ve nihilist bir dünya görüşü sunduğundan naif duygulara sahip insanları rahatsız edebilir. Çarpıcı sinematografisi ve gerilimi tırmandıran yönetmenliğiyle film, alışlagelmiş bir Hollywood sonu sunmak yerine grinin tonlarına inen dramatik bir gerilim olarak öne çıkıyor.

Genel olarak, "İhtiyarlara Yer Yok" karmaşık ahlaki sorularla yüzleşen ve izleyicisi üzerinde kalıcı bir etki bırakan, düşündürücü ve sürükleyici bir film.



Yönetmen: Joel Cohen ve Ethan  
Cohen

Yıl: 2007

IMDb: 8.2

Süre: 122 dakika

Tür: Dram / Gerilim / Suç



## Ayın Kitap İncelemesi

FRANK HERBERT  
DUNE

Arş. Gör. Demet TAÇ  
Ekonomi ve Finans Bölümü

# KUMUN ALTINDAKİ EVREN: "DUNE"UN DERİNLİKLERİNE YOLCULUK

*"Korkmamalıyım. Korku katilidir aklın. Korku, mutlak yıkım getiren küçük ölümdür. Korkumla yüzleşeceğim. Onun etrafımdan ve içimden geçip gitmesine izin vereceğim. Ve geçip gittiğinde, onun izlediği yolu görmek için iç gözümü kullanacağım. Korkunun geçtiği yerde hiçbir şey olmayacak. Yalnızca ben kalacağım."*

Bilim kurgu edebiyatının altın çağlarında parlayan ve döneminin ötesine geçmeyi başaran nadir eserlerden biri olan "Dune," adeta zihinleri kumlarla kaplanmış bir düş dünyasının kapılarını aralar. Frank Herbert'in kaleminden doğan bu modern klasik, sadece bir hikayeden çok daha fazlasını sunar. İnsan doğasının derinliklerine, evrensel temalara ve karmaşık karakterlere dair bir yolculuğa davet eder. Hikayenin yüzeyindeki baharatın tozu altında, güç mücadelelerinden dini kehanetlere kadar uzanan derinlemesine bir düşünce evreni gizlidir.



Roman, ana temasını güç, politika, din, kader ve insan doğasının karmaşıklığı oluşturur. Baharat, sadece fiziksel güç sağlamakla kalmaz, aynı zamanda geleceği görmeyi ve insan potansiyelini açığa çıkarmayı temsil eder. Kum ve çöl manzaraları, karakterlerin içsel yolculuklarına paralellik çizer ve kırılmalıyı yansıtarak temaları derinleştirir.

Doğu kültüründen esinlenen semboller ve temalar, esere derinlik katar. Ana karakter Paul Atreides'in içsel gelişimi, zihinsel ve fiziksel güç üzerindeki kontrolü ile Doğu felsefesinin öğretileri arasında benzerlik taşır. Fremen savaşçılarının hızlı ve etkili savaş teknikleri, Doğu savaş sanatlarına bir selam niteliğindedir.

Kitap aynı zamanda karakterlerin kaderleri ve gelecekleri üzerinde derinlemesine düşünmeye teşvik eder. Bu, Doğu felsefesinin karma ve kader kavramlarına benzerlik taşır. Ayrıca, Paul Atreides'in kahraman ve kurtarıcı olarak kabul edilmesi, Doğu ve Batı mitolojilerindeki benzer temalara işaret eder.

Herbert, eserde dini ve felsefi yönleri ustalıkla işler. Budizm ve Taoizm gibi Doğu felsefelerinin etkisi, iç huzur, denge ve evrensel bağlantı gibi kavramlarda görülür. Fremen kültürü ve Paul'un yetenekleri, Doğu düşüncesindeki birlik kavramını yansıtır.

Eser, karakterlerin içsel yolculukları ve gelişimleri etrafında döner. Paul'un güç ve sorumluluk arasındaki çatışması, Jessica'nın Bene Gesserit öğretileri arasında denge kurma çabası karakterlerin derinliğini artırır. Zıt karakterler, eserin zenginliğini daha da öne çıkarır.

Arrakis gezegeni, yalnızca bir mekân değil, aynı zamanda insanlığın derinliklerini ve potansiyelini temsil eder. Kumun altındaki izler geçici olabilir, ancak etkileri kalıcıdır. Paul Atreides'in kumların arasında yürüyüşü, sadece kendi kaderini değil, tüm evrenin dengesini değiştirir. Herbert'ın dili, sayfaların ötesine geçip evrenin sonsuzluğuna açılan bir pencere gibidir. Okuyucuları düşünmeye, hayal etmeye ve kitabın altında yatan derin düşüncelere dalıp sonsuzluğun kumlarına doğru bir yolculuğa davet eder.

"Dune," her anlamda bilimkurgu edebiyatının sınırlarını zorlayan ve derin temaları işleyen bir başyapıttır. Eser, güç, kader, din ve insan doğasının karmaşıklığı gibi evrensel temaları zengin semboller ve karakterler aracılığıyla aktarırken, Doğu kültüründen esinlenmiş öğelerle daha derin bir anlam katmaktadır. "Dune," sadece bir kitap değil, bir dünya, bir yolculuk ve bir düşüncedir.



# Ayın Film İncelemesi

Arş. Gör. TUĞÇE TOPÇU  
İşletme Bölümü

## OPPENHEIMER



"Oppenheimer" yönetmenliğini ünlü yönetmen Christopher Nolan'ın üstlendiği bir biyografi-drama filmidir. Film, 20. yüzyılın en önemli figürlerinden biri olan fizikçi J. Robert Oppenheimer'in hayatına odaklanmaktadır. Oppenheimer, nükleer fizik alanındaki çalışmalarıyla II. Dünya Savaşı sırasında Amerika Birleşik Devletleri'nin Manhattan Projesi'ne liderlik etmiştir. Bu proje, dünyanın ilk atom bombasının geliştirilmesini amaçlamıştır.

Filmin hikâyesi, Oppenheimer'in kariyerine, kişisel hayatına ve zorlu görevine odaklanırken, aynı zamanda nükleer silahların etkileri ve insan doğasının karmaşıklığına da değinmektedir. Oppenheimer'in bilimsel dehasıyla birlikte içsel çatışmaları ve ahlaki sorumluluğu da filmde derinlemesine işlenmektedir. Bu şekilde, seyirciler Oppenheimer'in iç dünyasına ve düşüncelerine daha yakından tanıklık ederken, atom bombasının yıkıcı gücünü ve etkilerini de sorgulama fırsatı bulurlar.

Ayrıca, Oppenheimer'in hayatını canlandırmak için seçilen oyuncu kadrosu da dikkate değerdir. Başrolde yer alan deneyimli ve yetenekli bir oyuncu, Oppenheimer karakterini gerçekçi bir şekilde yansıtmaktadır. Yardımcı oyuncular da, Oppenheimer'in çevresindeki diğer bilim insanlarını, politikacıları ve ailesini canlandırmak için seçildikleri rollerde başarılı performanslar sergilemektedir.



"Oppenheimer", sadece tarihsel bir biyografi olmanın ötesine geçerek, insan doğasının derinliklerine inen bir film olarak öne çıkmaktadır. Atom bombasının yıkıcı gücünün yanı sıra, bilim, ahlak, sorumluluk ve insanın kendi yaratıcılığındaki karmaşıklığa da odaklanır. Bu film, izleyicilere tarihi bir olayı anlamalarını sağlamakla birlikte, insan doğasının sınırlarını sorgulamaları için de düşündürücü bir deneyim sunmaktadır.



# AKADEMİK PLAYLIST



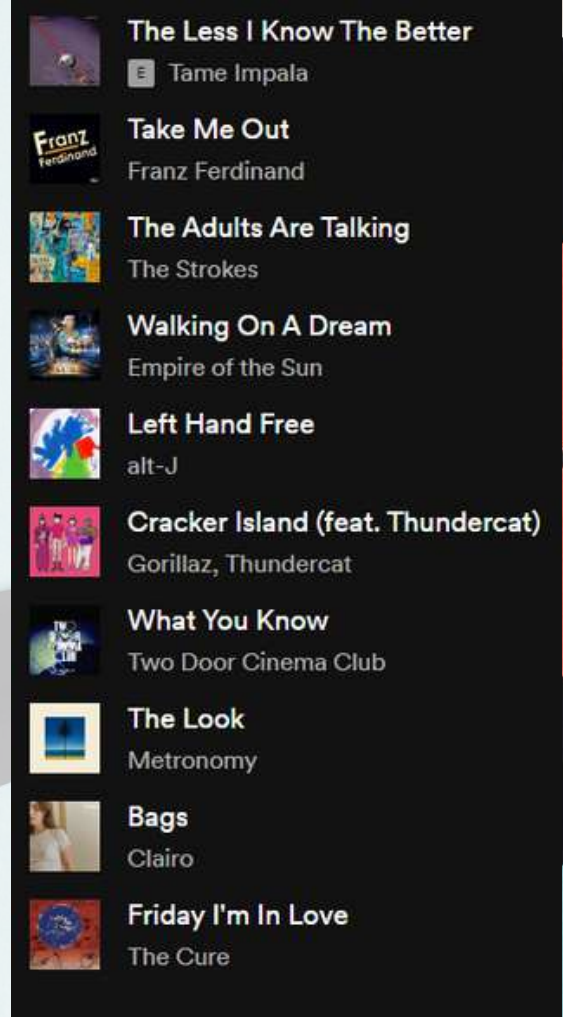
Arş. Gör. Tuğçe Gül BABACAN  
İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü

## Indie Road Trip: Sakin Yolculuklar için Ferahlatıcı bir Koleksiyon

Ağustos ayı yaz dönemi için tam bir tatil ayı diyebiliriz. Güneşin, denizin ve kumun tadını çıkarmak isteyenlerin yollara düştüğü Ağustos ayını daha eğlenceli bir hale getirmek için sizler için mükemmel bir çalma listesi hazırladık. Araba yolculuklarında sizlere eşlik edecek olan Indie Road Trip listemizle seyahatlerinizi müziğin tadını çıkararak geçirmenizi sağlamak istedik. İster arkadaş grubunuzla, ister ailenizle birlikte olun, bu liste tam da sizin için. Yapmanız gereken tek şey listemizi takip edip, müziği oynatmak kadar basit. Gerisini müzikler sizin için halledecektir.

Ağustos sıcaklarında araba yolculuklarının ne kadar boşucu ve sıkıcı olacağını tahmin edebiliyoruz. Seçtiğimiz şarkıların güneşin sıcaklığıyla ısınan aracınıza bir nebze de olsa serinlik katacağına eminiz. Listemizdeki şarkılar sizi eğlendirip modunuzu yükseltecek ve bir yandan da ruhunuzu besleyerek pozitif enerji ile dolmanızı sağlayacak. The Cure, Tame Impala, Alt-J, ve Gorillaz gibi müzik gruplarından derlediğimiz Akademik çalma listemiz sizler için hazırlanmıştır.

Keyifli dinlemeler dileriz.





# EĞİTİM ARAŞTIRMA

Arş. Gör. Melih YILDIZ  
İşletme Bölümü

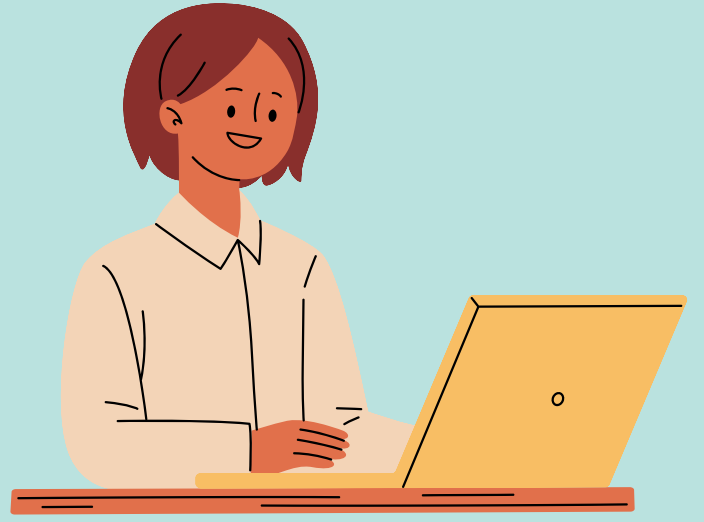
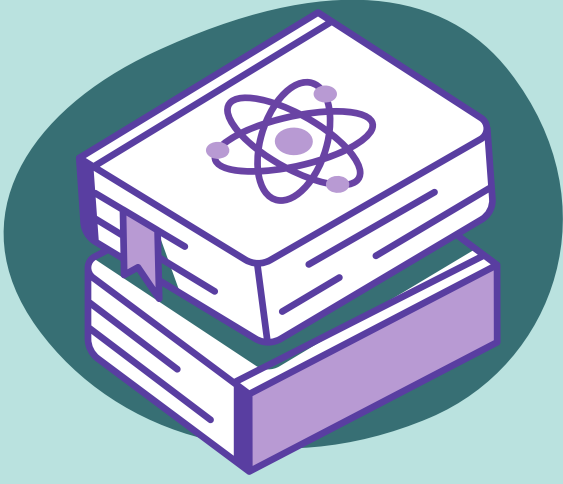
## SOSYAL BİLİMCİLER İÇİN DENEYSEL ARAŞTIRMA

Su kaç °C'de kaynar? Dünyanın merkezi neresidir? Atom nedir? Bu soruları dünyanın neresine giderseniz gidin, kime sorarsanız sorun alacağınız cevap aynıdır. Su 100 °C'de kaynar. Dünya bir küre olduğu için merkezi de çekirdeğidir. Atom, bir elementin kimyasal özelliklerini taşıyan en küçük yapı taşıdır. Peki, insanlar kendilerini duygusal olarak zayıf hissettiklerinde ne tür bir tüketim gerçekleştirirler? Kadınlar erkeklere göre daha mı fazla hedonik tüketim gerçekleştirirler? Tüketim demografik özelliklerden etkilenir mi? Bu gibi soruların net bir cevabı yoktur. Cevap insandan insana coğrafyadan coğrafyaya değişkenlik gösterebilmektedir. Biz sosyal bilimciler fen bilimcilerin aksine gri alanlarda çalışırız. Bizim için çoğu zaman kesinlik yoktur. Buna rağmen yürüttüğümüz çalışmalarda topladığımız veriler doğrultusunda iki değişken arasında ilişkiye (korelasyon) ve etkiye(regresyon) bakarız. Elde ettiğimiz istatistiksel sonuçlar bize incelediğimiz değişkenler arasındaki ilişki ya da etki hakkında ipuçları vermektedir. Bunun sonucunda yapacağımız yorum şu şekilde olur:

- Tüketiciler kendilerini duygusal olarak zayıf hissettikleri durumlarda (güçlü oldukları durumlara kıyasla) faydacı tüketim gerçekleştirme eğiliminde olabilmektedir.
- Kadınlar (Erkeklere kıyasla) daha fazla hedonik tüketim gerçekleştirme eğiliminde olabilmektedir.
- Demografik özellikler tüketimi etkileyebilmektedir.







Yukarıda görüldüğü gibi fen bilimcilerin aksine sosyal bilimcilerin ifadelerinde kesinlik yoktur. Kesinliği ifade edebilmek için bir dizi deneye ihtiyaç duyulmaktadır. Yukarıdaki örneğe geri dönecek olursak suyun kaynamasının nedeni sıcaklığının 100 °C'ye ulaşmasıdır. O halde nedenselliği ifade edebilmek için dizi deneye ihtiyaç duyulduğu çıkarımını yapmak mümkün olmaktadır. Peki, sosyal bilimciler için deneysel süreçler nasıl işlemektedir? Aşağıdaki reçeteyi takip ederek bir sosyal bilimci olarak siz de deneyinizi gerçekleştirebilirsiniz.

#### Sosyal bilimciler için deneysel tasarım reçetesi

1. Deneyinizi gerçekleştirebilmeniz için deney ve kontrol grupları oluşturmalsınız. Bu gruplar kullanacağınız manipülasyonun seviyelerine göre değişkenlik gösterecektir. Kontrol grubu genellikle hiçbir uyarının olmadığı yalnızca ölçümlenmenin yapıldığı gruplar olmaktadır.
2. Manipülasyondan bahsetmişken deneysel tasarımlarda bağımsız değişken ölçümlenmekten ziyade manipüle edilir. Deneysel tasarımın en önemli noktasını bu durum oluşturmaktadır. Bu nedenle her zaman bağımlı değişkeni değil bağımsız değişkeni manipüle etmelisiniz.
3. Manipülasyonun kontrolü de en az manipülasyon kadar önemlidir. Siz katılımcıları manipüle ettiğinizi düşünürken aslında onlar sizin verdiğiniz uyarınları almamış olabilir. Doğru ve temiz bir sonuç elde etmek istiyorsanız, manipülasyonunuzun doğru algılanıp algılanmadığını soracağınız küçük bir soru ile test etmelisiniz.
4. Bazı çalışmalar için işbirlikçilere ihtiyaç duyabilirsiniz. Bu noktada lisans veya lisansüstü öğrencileri arasından gönüllüler seçebilirsiniz.
5. Deneysel tasarım sürecinde ihtiyaç duyacağınız bir başka şey ise yaratıcılıktır. Biz fen bilimciler gibi deney tüpleri kullanmak yerine çeşitli senaryo, işbirlikçi ya da görsellerden faydalanırız. Tüm bunların oluşturulması titizlik ve yaratıcılık gerektirmektedir. Siz kendinizce dünyanın en iyi kurgusunu yaptığınızı düşünebilirsiniz ama bu gerçekte böyle olmayabilir. Bu nedenle minik bir örnekleme ön-test yapmak her zaman hayat kurtarıcı olacaktır.
6. Tek bir deney nedensel çıkarım için yeterli değildir. Manipülasyonunuzu farklı tekniklerle tekrarlayarak ölçümlemelisiniz.

# AİLE ŞİRKETLERİNİN ÖNEMİ, GÜÇLÜ VE GELİŞMESİ GEREKEN YÖNLERİ

Doç. Dr. Üyesi HÜSEYİN ÖCAL  
İşletme (İngilizce)

Aile şirketleri serbest ekonomilerde çok önemli roller üstlenirler. Yapılan istatistikî çalışmalar, aile şirketlerinin gayri safi milli hasılanın Amerika'da %49 ve diğêr birçok ÷lkede %75 ini yarattığını, dünya çapında çalışan nüfusun en az %75 ini istihdam ettiğini, Fortune 500 firmalarının %37'sinin yine Amerika'da borsaya kayıtlı şirketlerin toplamının %60'nın aile kontrolü altında olduğunu göstermektedir. Aile işletmelerinin Türkiye ekonomisi ve diğêr ÷lkelerin ekonomileri içinde önemli bir payı vardır. Yapılan çalışmalar Türkiye'deki tüm işletmelerin yaklaşık %95'i aile işletmesi olduğunu ve sadece sosyal ve ekonomik anlamda değerli küçük ve orta ölçekli işletmeleri kapsarsa bu oranın %98,8 seviyelerine çıktığını göstermektedir.

Aile şirketleri performansları aile şirketi olmayan şirketlerle karşılaştırıldığında; Amerika'da aile şirketleri yıllık %6,65 daha iyi varlık getiri oranına sahip olduğu gözüküyor. Avrupa'da ise durum farklı değil. Yine, aile şirketleri diğêr şirketlere göre %8 ile %16 (sermaye getiri oranı bazında) arasında daha iyi performans gösteriyor. Aslında bu rakamlar aile şirketlerinin dünya ekonomisine yaptığı katkıyı iyi bir şekilde özetlemektedir.

Aile şirketleri yeni iş yaratılmasında da çok ciddi bir rol üstlenmektedir. Tüm dünya politika yapıcılarını küresel kriz neticesinde oluşan yüksek işsizlikle baş etmek istiyorsa aile şirketleri üzerine titremelerinde ve aile şirketlerinin yatırım yapmalarını kolaylaştıracak teşvikler uygulamaya koymalarında ciddi yarar vardır.

Aile şirketlerinin yapısında olup rekabet avantajı yaratan birçok özelliğı mevcuttur. Bu özellikler doğru kullanıldığı takdirde aile şirketleri uzun ömürlü olabilmektedir. Zira her olumlu özelliğın olumsuz yan etkileri de mevcuttur. Önemli olan olumlu özellikleri benimserken olumsuz etkileri ortadan kaldıracak iyi yönetim mekanizmalarını işler hale getirmektir.

Şirket sahibi ile yönetici sorumluluğı aynı kişide olması (özellikle küçük şirketlerde) ürünü pazara sunma hızında ciddi bir avantaj sağlamaktadır. Ortaklık yapısındaki yoğunlaşma yani şirket hisselerinin bir veya birkaç kişinin elinde toplanması şirketin verimliliğini artırırken, yeniliğê ve insana yatırımda daha uzun vadeli bakış açısını benimsemeye neden olmaktadır. Aile şirketleri müşteri odaklı ve niş piyasalara hizmet vermeleri yaptığı yatırımların getirisini artırmaktadır. Aile ismini ve itibarını koruma isteğı daha kaliteli ürün/servise dönüşürken yatırımın getirisine olumlu katkı yapmaktadır. Sebatkâr sermayeyi destekleyen aile yönetimi ve aile ortaklığı etkileşimi, aile birliğı, nesilden nesile bilgi birikimi aktarımına ve değışen piyasa koşullarına hızlı uyuma yol açmaktadır. Aile şirketleri daha çabuk karar vererek diğêr şirketlerin kaçırdığı fırsatlardan yararlanabilmektedir. Birbirine bağılı aileler iş hayatında hızlı hareket etmektedirler ve çabuk karar verebilmektedirler.



Diğer taraftan, yeni aile şirketi girişimlerinin %85'i ilk beş yılda yok olmaktadır. Yaşayan aile şirketlerinin %30'u başarılı bir şekilde kurucu ailenin ikinci neslinin yönetimine kalmaktadır. Türkiye'de de durumun farklı olmadığı düşünülmektedir. Bu yüksek başarısızlık oranı birçok toplumun iş fırsatlarının ve zenginleşmesinin israf edilmesi anlamına gelmektedir. Aile şirketlerinin başarısızlığının belli başlı nedenleri aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir.

Aile şirketleri hisse sahipliği, yönetim ve aile kökenli rol çatışmaları yaşayabilir. Ailenin, şirketin ve yönetimin amaçları ve prensipleri birbirlerinden farklı olabilir. Bu çatışma işletmenin performansını düşürür ve yukarıda sayılan avantajları azaltır. Bir aile üyesi hem girişimci, hem işleri yöneten yönetici, hem hisse sahibi hem de aile üyesi rollerini üstlenebilir. Aile işletmesinde bu rollerin sınırlarının iyi tanımlanması çatışmayı en aza indirmek için son derece önemlidir. Hangi durumda hangi rolün öne çıkacağı iyi tanımlanmalıdır. İşin başındaki ortağın hangi şapkayı ne zaman takacağını iyi bilmesi gerekmektedir. Şirket yönetiminde mantıklı karar vermek esassen, aile işletmeleri sahipleri birden fazla şapkası olduğundan zaman zaman duyguları ile hareket edildiği görülebilmektedir. Birbiri ile yakından ilişkili hisse sahipliği, yönetim ve aile sistemlerinin birbirinden farklı amaçlarını genel sistemin amacına başarılı bir şekilde ulaşmasını sağlayacak şekilde optimize etmek başarının sırrıdır.

Yeni kuşağın yetiştirilmesi ve yeni kuşağa yönetimin devri aile şirketlerinin hayatında stratejik bir role sahiptir. Bir şirketin başarısız olmasında yüzlerce sebep bulunabilir ancak aile şirketlerinin başarısız ve ömrünün kısa olmasında en sık görülen sebep yeni neslin bir plan çerçevesinde yetiştirilmemesi ve yönetimin zamanında yeni kuşağa devredilememesidir. Eğer aile şirketinin amacı uzun yıllar yaşamaksa, yeni kuşak yönetici gelişim süreci planlanmalı ve uygulamaya konmalıdır.

Aile şirketleri başarılı ve uzun ömürlü olmayı amaç ediniyorsa, başarısız ve işini yapmaya ehil olmayan aileden olan yöneticileri ve çalışanları işletmeden uzaklaştırılabilir ve katma değer yaratan, yetenekli olan aile dışından profesyonel yöneticilerin istihdamını sağlayabilmelidir. Bu şekilde şirketler hem sağlıklı olurlar hem de aile kontrolünde yönetilirler. Aile dışından iyi yöneticilerin işletmeye katılmasının sağlanması ve bu profesyonel kişilerin şirketten ayrılmasını engelleyecek teşvik edici yöntemler uygulamaya konulması kurumsallaşma açısından önemli rol oynamaktadır.

Günümüzde rekabet ortamı hızla değişmektedir. Bu değişime hızla ayak uyduran ve bir stratejisi olan işletmeler başarılı olacak ve ayakta kalabilecektir. Türkiye'de yapılan bir araştırmada aile işletmelerinin yarısından az fazlasının yazılı vizyonu ve stratejisi olduğu belirtilmektedir. Değişen rekabet koşullarına ayak uydurmak hem aile işletmeleri hem de diğer işletmeler için aynı düzeyde önemlidir. Ancak, aile şirketlerinin bir stratejik plan yapması ve başarılı bir şekilde uygulaması daha zordur. Zira aile ve işletmenin hedef ve amaçları çoğu zaman birbirinden farklıdır. Bu farklılıkların giderilmesi durumunda başarılı ve uygulanabilir bir stratejik plandan söz edilebilir.

Esnek, şirket stratejisi ile uyumlu, güçlü kültürü olan şirketlerin uzun vadede yüksek performans gösterdiği doğrudur. Eğer değişim zamanında kültür esnek olamıyorsa güçlü kültür şirketin aleyhine çalışıp yok olmasına sebep olabilmektedir. Aile şirketlerinde kurucuların aile ve işletme üzerindeki gölgesinin ağırlığı dikkate alındığında değişim süreci çok sancılı ve problemlidir. Her neslin bir liderlik görevi vardır. Kurucular şirketi yoktan var ederken, ikinci ve sonraki nesiller ise piyasanın doyuma ulaştığı dönemde değişimi yönetip, işletmeyi büyütürken olası bir aile çatışmasını önleme görevini üstlenirler. İşletmenin sürekliliği için değişim sürecini iyi yönetmek son derece önemlidir.

Sonuç olarak, aile şirketlerinin önemli sayılabilecek olumlu özellikleri mevcuttur. Başarının sırrı olumlu özelliklerin korunmasında ve olumsuz özelliklerin iyi yönetilmesinde yatmaktadır.





## METAVERSE ÖLDÜ MÜ?

Özellikle sosyal medya devi Facebook Ceo'su Mark Zuckerberg'in şirketinin adını 2021 yılında Meta olarak değiştirmesiyle büyük bir çoğunluğumuzun, aslında bir şekilde içinde olduğu<sup>1</sup>, fakat farkında olmadığı bir kavramla karşı karşıya kaldık. Metaverse! Son birkaç yıl içinde büyük bir ilgi gören metaverse kavramı artık pek de yeni bir kavram olarak karşımızda durmuyor. Kavramı incelediğimizde Evren, "universe" ve ötesi "meta" anlamına gelen kelimelerin birleşiminden oluşan "metaverse" kelimesi ilk olarak 1992 yılında Newt Stephenson'ın Snow Crash (Kar Çöküşü) adlı romanında geçtiğini görüyoruz. Bugün ise metaverse'i, artırılmış ve sanal gerçekliğe erişebildiğimiz ve kalıcı avatarlar ile yenilikçi dijital teknolojiyi kullanarak her türlü ortamla etkileşime girebildiğimiz bütünüyle kapsayıcı bir internet olarak tanımlıyoruz<sup>2</sup>. Diğer bir ifadeyle sanal veya artırılmış gerçeklik kullanarak diğer kullanıcılarla, sosyalleşmek, konser izlemek, oyun oynamak ve alışveriş yapmak gibi etkileşime girebileceğimiz dijital bir dünyaya adım atıyoruz. Bu kapsamda Spielberg'in uyarlamış olduğu Ready Player One ve Wachowski kardeşlerin Matrix üçlemesi gibi filmler, bizlere metaverse hakkında örnekler<sup>3</sup> sunsa da yapılan araştırmalar işletme yöneticileri gibi tüketicilerin de metaverse'in ne olduğu ve hayatlarını nasıl etkileyeceği konusunda kafa karışıklığının hüküm sürdüğünü göstermektedir.

Metaverse kavramında öne çıkan tarihsel olayları incelediğimizde 1838'de Sir Charles Wheatstone'ın 3d görüntü elde etmek için "binoküler görüş" kavramını ele aldığını görmekteyiz. Bu girişim bugün kullanmış olduğumuz modern VR başlıkların ortaya çıkmasına katkı sunan stereoskopların gelişimini sağlamıştır. Daha sonraları motosiklet sürme deneyimini 3D video, ses, koku ve titreşimli bir sandalye ile simule eden ilk sanal gerçeklik makinesi, Sensorama Machine'ine şahit oluyoruz. 1970'lerde sanal şehir turu yapılırken, 1990'ların başında da ünlü oyun firması SEGA kullanıcılarının arcade türü oyunlarda VR'ı deneyimlemesi karşımıza çıkıyor. 2010 yılında ise Oculus Rift VR başlığı genç bir girişimci tarafından geliştiriliyor ve 2014 yılında sanal gözlük geliştirme üzerine çalışmaları bulunan Oculus VR firması Facebook tarafından 2 milyar dolara satın alındığını görüyoruz.

Metaverse, iş, seyahat, sağlık ve fitness, eğlence ve oyun, iletişim, eğitim, ibadet, finans, pazarlama ve alışverişin geleceğine kadar hayatın ve iş dünyasının neredeyse her alanında uygulama alanı bulacağı iddiasıyla ilgili yolculuğunda Metaverse'nin başarısız olduğu dile getirilmeye başlandı<sup>5</sup>. Ürün için tutarlı bir vizyonun olmaması, kullanıcıların büyük ve kullanması zor gözlüklere yaklaşımı, günlük hayatta kullanıcıların faydalanabileceği bir Metaverse platformunun yoksunluğu gibi nedenler toplumsal bir kabulün gerçekleşmesinin önüne geçmesi ile ilişkilendirilmektedir. VR ve AR teknolojisinde gelişmeler gün geçtikçe daha iyi bir hal alsa da, Zuckerberg projesinin arkasında durmaya devam etse de şirket 2021 sonunda yaklaşık 10 milyar dolar ve 2023 ilk çeyreğinde 4 milyar dolarlık zarar açıklamış, ABD'de şirketler yatırımlarını askıya almış ve işten çıkarmalar gerçekleşmiştir. Ready Player One ve Matrix filmlerinde, insanların yaşanabilir bir dünyadan uzaklaşıp metaverse adı verilen sanal bir ortama mecbur kaldıklarını görüyoruz. Benzer şekilde Covid-19 pandemi döneminde metaverse yoğun ilgi görmüştür. Bu durum, gerçeklikle kurgunun aynı paydada buluştuğunu göstermektedir. Bu kapsamda şu soru akla gelmektedir: Metaverse öldü mü yoksa örneklerdeki gibi uygun bir zaman dilimini mi bekliyor?



# İNOVASYON YÖNETİMİNDE YAPAY ZEKÂ

Dr.Öğr.Üyesi Arzu SERT ÖZEN  
İşletme (İngilizce) Bölümü

Yapay zekâ teknolojilerinin insanlar tarafından gerçekleştirilen tüm iş faaliyetlerinin neredeyse yarısını değiştirebilme potansiyeline sahip olduğu tahmin edilmektedir. Yapay zekanın organizasyonlarda çalışanlar tarafından gerçekleştirilen geleneksel "insan" görevlerini üstlenme potansiyeli göz önüne alındığında, bir şirketin uzun vadeli hayatta kalmasını ve rekabet avantajını etkileyen en önemli süreçlerden biri olan inovasyonu gerçekleştirirmedi de etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmayacağı sorgulanmaktadır.

İnovasyon yöneticileri gün geçtikçe daha fazla değişen ortamlarda, rekabetçi küresel pazarlar ve rakip teknolojiler ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu tür rekabetçi ve belirsizliklerle dolu bir iş çevresinde, yapay zekanın inovasyon sürecine dahil edilmesiyle birlikte işletmelerde daha yaratıcı karar verme ve yeni ürün geliştirme süreçlerinin gerçekleştirilebileceği yönünde kanıtlar mevcuttur. Bu noktada inovasyon yöneticilerinin ve yapay zekâ sistemlerinin ne zaman, nasıl ve ne ölçüde birlikte çalışabileceği sorusu üzerine düşünülmesi gerekmektedir.

Yeni bir ürün ya da yenilik geliştirmek büyük bir yönetim ekibi tarafından koordine edilen muazzam bir işdir. Bu bağlamda, işletme genelinde yenilik yönetimine ilişkin kararların doğaları gereği karmaşık olmasından dolayı bu kararların hepsinin yapay zekâ tarafından alınması da pek fazla mümkün olmayacaktır. Bununla birlikte, üst yönetim ekibinin daha az aşına olduğu alanlarda yeni ürünlerin piyasaya sürülmesi ya da radikal yenilikler gerçekleştirilmesi gerektiğinde ise yapay zekâ muhtemelen daha faydalı olacaktır. Bu durumda yapay zekanın insan yönetimiyle birlikte çalışması inovasyon sürecinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi açısından mühim görünmektedir.

Yapay zekânın inovasyon sürecine katkılarının yanı sıra işletmelerde uygulanmasına yönelik üstesinden gelmesi gereken birtakım zorluklar da olacaktır. Bu zorluklardan ilki sahip olunan verinin kullanılabilir olup olmamasıyla birlikte bazı çağdaş yapay zekâ uygulamalarının oldukça büyük veri kullanımına ve bilgi işleme yeteneğine olan ihtiyaçlarıdır.

İkinci olarak, teknoloji ve onu uygulamaktan sorumlu insanlar ile yapay zekâ arasındaki ilişkide yer alan bazı zorluklar vardır. Ortaya konulacak çözümler kompleks bir yapıya sahip olduklarından dolayı işletmelerin sıradan olmayan, teknik becerilere sahip çalışanlara gereksinimleri vardır. Ancak her zaman bu becerilere sahip bireyleri istihdam etmek kolay değildir. Ayrıca teknik becerileri yüksek çalışanlara sahip olan işletmelerin de farklı engellerle karşılaştıkları görülmektedir. Yüksek performans elde etmeye yönelik yapay zekâ uygulamaları kullanılıyorsa bunu meydana getirecek olan ekibin gerek teknik yeteneği yüksek olan gerekse de ilgili alan üzerinde tecrübeye sahip olan bireyler tarafından oluşması gerekmektedir.

İşletmelerde yapay zekâ sistemlerinin uygulanmasını sınırlı kılan faktörlerden biri de ihtiyaç duyulan insan müdahalesinden kaynaklanabilmektedir. İşletmelerde yapay zekâ sistemini geliştiren ve uygulayan bireyler aslında yapay zekanın ortaya çıkarabileceği çözüm alanlarına yönelik algoritmaların büyük bir kısmını daha önceden hazır hale getirmektedirler. Çözüm alanının belirlenebilmesiyle birlikte aynı zamanda eksikliklerinde olabileceği ve insanlar tarafından müdahalenin gerekli olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Bu konudaki en büyük zorluk ise ilgili müdahalenin çalışanlar tarafından ne zaman ortaya konulacağına yönelik net bir tutumun belirlenmesidir.

Yapay zekâ insan ve teknoloji arasında bir köprü görevi görmekle birlikte yapay zekaya yönelik görülen zorluklardan biri de sisteme yönelik duyulan güvendir. İnsanlar yapay zekâ tasarımından kaynaklanan nedenlerden dolayı bu kavrama hem çok fazla güven duyabilmekte hem de çok az güvenebilmektedirler. Bu durum beraberinde doğal olarak bir ikilemi de yaratmaktadır. Bundan dolayı yapay zekâ kavramıyla ilişkili olacak insanların bu sisteme yeterli seviyede güven duyabileceği bir tasarımın var olması çözülmesi gereken zorluklardan birini ifade etmektedir.



# SİYASİ GÜNDEM

## KÜRESEL ISINMAYA KARŞI ORTAK MÜCADELE: ULUSLARARASI İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ ANLAŞMALARI VE OLUŞTURULAN MEKANİZMALAR

Arş. Gör. Onur Kaya  
Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü

Küresel ısınma, son yüzyılda yaşanan en ciddi çevresel sorunlardan biridir ve dünyanın dört bir yanındaki toplumları ve ekosistemleri olumsuz etkilemektedir. Artan sanayileşme, fosil yakıt kullanımı, ormansızlaşma ve tarım faaliyetleri nedeniyle atmosferde birikmekte olan sera gazları, gezegenimizin ısısını yavaş yavaş artırmaktadır. Bu olumsuz etkiler, tarım üretiminden su kaynaklarının azalmasına, sağlık sorunlarından ekonomik zorluklara kadar geniş bir yelpazede yaşamımızı etkilemektedir. Küresel ısınmayla mücadele etmek, tüm insanlığın ortak sorumluluğudur ve uluslararası işbirliğiyle, sürdürülebilir bir gelecek için atılacak adımlar hayati öneme sahiptir. Uluslararası iklim değişikliği anlaşmaları ve oluşturulan mekanizmalar, bu mücadelede önemli bir rol oynamakta ve küresel ısınmanın etkilerini azaltmaya yönelik çözümleri desteklemektedir. İşte bazı önemli iklim değişikliğiyle ilgili uluslararası anlaşmalar ve mekanizmalar:

1. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC): 1992 yılında Rio de Janeiro'da düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (UNCED) sırasında kabul edilmiştir. Bu sözleşme, iklim değişikliğine ilişkin küresel düzeyde politika oluşturmayı ve üye ülkelerin iklim değişikliğiyle mücadele etmek için çaba göstermelerini teşvik etmeyi hedefler. UNFCCC, Yıllık Taraflar Konferansı (Conference of the Parties - COP) adı verilen düzenli toplantılar düzenler.
2. Paris Anlaşması: 2015'te kabul edilen bu anlaşma, küresel ortalama sıcaklık artışını Sanayi Öncesi Dönem seviyelerine göre 2°C'nin altında tutma ve mümkünse 1.5°C'ye kadar indirme hedefini belirler. Üye ülkeler kendi ulusal katkılarını (Ulusal İyileştirme Taahhütleri - NDC'ler) sunarak sera gazı emisyonlarını azaltmayı taahhüt eder. Paris Anlaşması, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki işbirliğini ve finansal destek sağlanmasını önemser.
3. İklim Finansmanı: Gelişmekte olan ülkelerin iklim değişikliğiyle mücadele ve uyum için finansal destek almasını sağlamayı amaçlayan mekanizmalardan biridir.
4. Karbon Piyasaları ve Offsetting: Karbon ticareti ve denkleştirme mekanizmaları, emisyonları azaltmaya yönelik projelere finansal teşvik sağlamak ve emisyon fazlalıklarını dengelemek için kullanılır.

Bu anlaşmalar, dünya genelinde ülkeler arasında işbirliğini teşvik ederek küresel ısınma ve iklim değişikliğiyle mücadelede önemli adımlar atmaktadır.

# SAĞLIK VE RUH SAĞLIĞI

# Sağlık- Psikoloji



ARŞ. GÖR SİMAY YILMAZ  
PSİKOLOJİ (İNGİLİZCE) BÖLÜMÜ



Sağlık, bireyin bedensel, toplumsal ve ruhsal açıdan bir bütün olarak iyi oluşu anlamına gelmektedir. Ruh sağlığının tanımını yapmak ise biraz daha karmaşık olabilmektedir. Genel hatlarıyla baktığımızda bireyin, kendisi ve çevresindeki diğer kişilerle uyum ve denge içerisinde olabilmesini ruh sağlığı olarak ele alabiliriz. Birey kendisi ve çevresine uyum sağlarken belirli ölçülerde esnek olabilmelidir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'ne göre ise ruh sağlığı: "Sağlık yalnızca kişinin fiziksel anlamda hasta veya sakat olmaması değil, aynı zamanda ruhsal, bedensel ve sosyal açıdan tam bir bütünlük içerisinde olmasıdır." Bu tanımlar bize sağlık kavramının çok boyutlu olduğunu ve her boyutu ile ele alınması gerektiğini göstermektedir.

## Ruh Sağlığının Beden Sağlığına Etkisi

Kişinin negatif duygulara ve kötü zihinsel duruma sahip olması, fiziksel durumunu kötüleştirebilmektedir. Depresyon, kaygı gibi ruhsal sıkıntılar kişinin uykusuzluk yaşamasına, fiziksel ağrılar yaşamasına, sindirim sistemi sorunları veya yorgunluk deneyimlemesine neden olabilmektedir.

Bunun yanı sıra kişi strese maruz kaldığında vücutta salgılanan stres hormonları tansiyonu yani kan basıncını yükseltir. Bu durumda öfke ve saldırganlık gibi olumsuz duygularda artışa neden olabilir. Vücuttaki stres hormonlarının kalıcı şekilde yüksek oluşu devam ederse bu durum beynin kimyasında birtakım değişikliklere neden olabilir. Bunun sonucunda kişi kalp hastalıklarına, uyku sorunlarına veya diğer kronik rahatsızlıklara yatkın hale gelebilir.

## Fiziksel ve Ruhsal Sağlığı Nasıl Dengele Tutabilirim?

Vücudumuz iyi hissetmediğimiz zamanlarda bize sinyal gönderir. Vücudumuzu dinlemek ve bu sinyalleri fark etmek oldukça önemlidir. Fiziksel ve ruhsal iyi iyi oluşumuzu korumak için; 2

- Bizi dinlendiren ve rahatlatan aktiviteler yapmak oldukça önemlidir.
- Hobilerimizle uğraşmak, kitap okumak veya yürüyüş yapmak gibi bize iyi gelen aktiviteler bizi stresten uzaklaştırır.
- Ruhsal iyi oluşumuz fiziksel iyi oluşumuzu da çok fazla etkilemektedir. Bu sebeple negatif duygularımızla başa çıkabilmenin bir yolunu bulmak oldukça önemlidir.



## GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU MU KEYFİ Mİ? FOMO, JOMO VE PAZARLAMA STRATEJİLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Çağla TUĞBERK ARIKER  
İşletme (İngilizce) Bölümü



Günümüzde, pazarlama yöneticileri sosyal medyayı kullanarak ürün, promosyon ve etkinlikleriyle ilgili gerçek zamanlı mesajlar paylaşma ve müşterileriyle etkileşim içerisinde olma avantajına sahiptirler. Benzer olarak, bireyler de sosyal medyada yaşamları hakkında bilgi paylaşabilir, diğer insanları ve işletmeleri takip edebilirler. Kısacası, dijital gelişmeler hem işletmelere hem de müşterilere pek çok fırsat getirmiştir.

Diğer taraftan, gerçek zamanlı bilgi akışı ve bireyin sosyal çevresinde neler olup bittiğinin her an farkında olması sonucunda, FoMO ve JoMO gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır.

İlk kavram, FoMO, İngilizcedeki "Fear of Missing Out" ifadesinin kısaltmasıdır. Türkçe karşılığı, "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu" olarak ifade edilebilir. FoMO "Kişinin yokluğunda diğerlerinin olumlu deneyimler yaşayabileceğine dair yaygın endişe hissetmesi ve bu nedenle, sürekli olarak diğer insanların neler yaptıklarıyla bağlantıda kalmak isteği" olarak tanımlanabilir. Günümüzde cep telefonlarına ve sosyal medyaya bağımlılık genellikle FoMO ile ilişkilendirilir.

İnternet kullanımı istatistiklerine baktığımızda, FoMO'yu anlamının ve markanın online varlığını geliştirmenin, pazarlama yöneticileri için neden önemli olduğunu anlayabiliriz. Zippia Research'ün raporuna göre, ortalama bir Amerikalı her on ila on iki dakikada bir telefonunu kontrol ediyor (bazen telefonunu kaybettiğini düşünerek panik yapıyor) ve günde ortalama 5 saat 24 dakika mobil cihazında vakit geçiriyor.

İstatistiklerin Türk toplumu için de benzer olduğu görülüyor. We Are Social ve Meltwater tarafından yapılan araştırmanın sonuçları, Ocak 2023'de, Türk internet kullanıcılarının ortalama olarak günde 7 saat 24 dakika internet kullandığını, bunun içindeki mobil internetin payının ise 4 saat 26 dakika olduğunu gösteriyor.

FoMO, tüketici davranışlarını etkileyebilir. Bu nedenle, etik tartışmalar konunun başka bir boyutunu oluştursa da, pazarlama yöneticilerinin FoMO'yu değerlendirmek için stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. FoMO güçlü bir trend takip isteğiyle ilişkilendirildiği için, pazarlama yöneticileri iş birliği (influencer) pazarlama, viral pazarlama ve anlık promosyon teklifleri gibi stratejiler kullanılabilir. Ayrıca, FoMO bireyin deneyimlerini paylaşma arzusunu getirdiğinden kullanıcıların içerik geliştirmesini teşvik etmek de etkili olabilir.

İkinci kavram, JoMO, İngilizcedeki "Joy of Missing Out" ifadesinin kısaltmasıdır. Türkçe karşılığı, "Gelişmeleri Kaçırma Keyfi" olarak ifade edilebilir. JoMO "diğer insanlardan veya sosyal taleplerden uzaklaşmanın keyfini yaşama" olarak tanımlanabilir. Kavram, internetin aşırı kullanımına tepki olarak ortaya çıkmıştır ve kaçırmanın heyecanını temsil eder.

JoMO, bilinçli tüketim ile yakından ilişkilidir. Dolayısıyla, pazarlama yöneticileri, özellikle JoMO tipi tüketicileri hedeflemeleri durumunda, bilinçli tüketim, minimalizm ve kişisel gelişimi destekleyen değer odaklı pazarlama stratejilerini uygulayabilirler.

### KISA BİR TEST\*

Aşağıdaki yargılara katılıyor musunuz? O halde, JoMO etkisi altındasınız.	Aşağıdaki yargılara katılıyor musunuz? O halde, FoMO etkisi altındasınız.
Sınırlı bağlantıda veya hiç bağlantıda olmadığımda kendimi daha mutlu hissederim.	Arkadaşlarım ve yaşamlarındaki yeniliklerle ilgili güncellemeleri almak için sık sık telefonumu kontrol ederim.
Tatildeyken akıllı telefonumu kullanmaktan kaçınırım.	Tatildeyken bile, arkadaşlarımla neler yaptığını görebileceğim uygulamaları açık tutarım.
Bağlantıyı kesmek, günlük rutinim içinde dinlenme ve huzur anları yaşamamı sağlar.	İyi bir şey yaptığım ya da iyi zaman geçirdiğimde, detayları online olarak paylaşmam gerekir yani sanal platformlarda durumumu hemen güncellerim.
Bağlantıyı kesmek, hayatımda dengeyi geri kazanmama yardımcı olur.	Bazen, neler olup bittiğini takip etmek için çok fazla zaman harcıyıp harcamadığımı merak ediyorum.

\*Bkz: Rautela, S., & Sharma, S. (2022). Fear of missing out (FOMO) to the joy of missing out (JOMO): shifting dunes of problematic usage of the internet among social media users. Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 20(4), 461-479.



# DİJİTAL OKURYAZARLIK VE MUHASEBE YÖNETİMİ

Dijital okuryazarlık, dijital ortamda sunulan bilgiyi farklı şekillerde anlayıp kullanabilme becerisi olarak ifade edilmektedir. Yani; dijital teknolojileri kullanarak mevcut bilgiye ulaşma ve bu bilgileri etkili bir şekilde kullanarak bilgi üretme becerisidir. Dijital sistemler, muhasebe hayatında son zamanlarda çok hızlı bir eğilim göstermiş; muhasebe bilgisi ve muhasebe verilerinin dijital ortamlarda mükemmel bir şekilde işlenip kullanılması, okunması ve yönetilmesi farklı bir ihtisas alanı olarak gelişmiştir.

Dijital okuryazarlık alanındaki gelişmeler; hizmetler, üretim faaliyetleri, stratejik kararların alınması, yatırımlar, oluşacak risklerin kontrol altına alınabilmesi ve işletmelerin muhasebe işlemlerinin etkin bir şekilde yapılmasında önemli bir yere sahiptir. Ayrıca bilgisayar teknolojileri (BT) ile oluşturulan, e-defter, e-beyanname, e-belge gibi kayıtlar dijital bulut bileşim ile saklanmakta, tahsilatlar, vergisel yükümlülükler, tahakkuk işlemleri ve denetimler kamu otoritesi tarafından anlık olarak tespit edilebilmektedir.

Dijitalleşme sürekli gelişerek ve değişimlere uğramakta ve teknolojileri üretenler kadar onları sonradan takip edenler olmaktadır. Bu kapsamda teknoloji göçü, teknolojilerin transferinde alternatif çözümlerin başında gelmektedir. Teknoloji göçü; dijital nesnelerin bir yazılımdan, bir sonraki bilgisayar nesline transferinin gerçekleştirilebilmesi için düzenlenmiş bir dizi işlem olarak tanımlanmaktadır. Teknoloji göçünün temel hedefi, dijital materyallerin bütünlüğünün korunması ile değişen ve dönüşen teknoloji karşısında bilgi kaynakların gösterim, erişim ve kullanımının sağlanması olarak ifade edilmektedir.

Dijitalleşmenin etkisiyle oluşan rekabet; birçok sektörde olduğu gibi muhasebe programlarının birçoğunun revize edilmesine hatta büyük çapta değişiklikleri zorunlu hale getirmiştir. E-dönüşüm aracılığıyla özel işletmelerin ve kamu kurumlarının dijital ortamları kullanması ile birlikte işlerin hızlanması ve kontrolü açısından önemli kazanımlar sağlamış ve söz konusu sürecin hızlanmasında önemli bir etken olmuştur. Gelişime yönelik süreçler sonucunda, geleneksel muhasebe yazılımları; veri tabanı, işlevsellik ve işletim sistemi açısından "Kurumsal Kaynak Planlaması" [ERP (Enterprise Resource Planning)] yazılımlarına dönüşmüştür. Kurumsal bilgi sistemlerini ifade eden ERP yazılımlarının sayesinde veriler; güvenilir, hızlı ve doğru bir biçimde elde edilmiştir.

Muhasebe yönetimi, dijital okuryazarlıkla; bilgi akışını geliştirip güncellenmesine, yönetimin kolayca bilgi ve verilere erişmelerine, karar alma sürecine ve performans değerlemesine kadar birçok konularında yeni alanlara etkinlik sağlayabilir. Bu bağlamında müşterilerine; çevredeki konjüktörel değişim ve dönüşmelere uyum sağlamayı kolaylaştırabilir ve karar vericilere de önemli olanaklar sağlamaktadır.

BT araçlarının kullanıldığı süreçlerde defterler, hesaplamalar ve belgeler için daha az enerji ve zaman harcanmasına gerek kalmaktadır. Diğer bir ifadeyle, muhasip işlemlerin kaydı, takibi, kontrolü ve düzenlenmesi bilgisayarlar aracılığıyla kolay hale gelmektedir. Günlük işlerin bilgisayar ile yapılması neticesinde muhasebe çalışanları zamanlarının önemli bir bölümünü farklı işlere ayırma fırsatı bulmaktadırlar. Bilgisayarlarla işlemler daha hızlı yapılmakta, sonuçlar istenilen detaylarda ve hızlı bir şekilde alınmaktadır. Bu sayede muhasebe çalışanları denetim ve karar konusunda işletme yöneticilerine destek sağlamaktadırlar.





# Barbie ve Burger King'in Çelişkili Ortaklığı

Yönetmen koltuğunda feminist yönetmen Greta Gerwing'in yer aldığı Barbie filmi 21 Temmuz'da vizyona girdi ve biz tüketicilerin nöronları derin bir oh çekti. Sizin de fark edeceğiniz üzere filmin tanıtım çalışmaları yoğun bir şekilde sürdürüldü ve dünya kısa bir sürede pembe renge bulandı ya da doydular. Kozmetik markaları önde olmak üzere birçok tekstil devi de Barbie'ye özel ürün ve tasarımlar çıkardı. Tüketiciler olarak bu markaları Barbie ile yan yana görmeye ezelden beri alışkın olsak da bizi şaşırtan bir marka var ki bu kaymağı bol pazardan bir dilim almaya talip olmuş görüyor. O marka Burger King.

Barbie'nin son versiyonları aksini gösteriyor olsa da biz eski kuşakta yer alanlar Barbie'yi hep fit ve bakımlı olarak hatırlıyoruz. Bu süreye kadar ne yazık ki pek çoğumuzun bilinçaltına Barbie'nin kusursuzluğu çoktan yerleştirildi. Hepimiz biliyoruz ki Barbie her zaman mükemmeldir ve eğer Barbie gibi görünmek istiyorsak hamburger yememeliyiz!!! Burger King, bu kalıplara meydan okuyarak –ki tahminimce Barbie'nin yeni versiyonlarına dayanarak bu hamle geliştirildi- çıkardığı yeni ürün ile bizi pembe renge boğuyor ve hamburgere özendiriyor.

Burger King'in BK Barbie Combo adını verdiği bu özel menüde; pembe soslu bir hamburger, tatlı Ken patatesleri ve "Barbie shake with Donut" yer alıyor. Her biri yüzde yüz gerçek olan bu ürünler sınırlı sayıda üretilmiş ve 12 Temmuz tarihinden bu yana Brezilya'da burger sevenlerin tercihine sunulmuş. Hem online hem de arabaya servis yoluyla satın alınabilen BK Barbie Combo menüsü Barbieland tasarımlı bir paket ile satışa sunuluyor. Ülkemizde henüz satışa sunulmamış olsa da denemek isteyenler mutlaka olur diye düşünüyorum.

Siz Burger King'in bu hamlesi hakkında ne düşünüyorsunuz? Hamburger'in obeziteyi tetiklemesi ve Barbie yoluyla servis edilen ideal vücut ölçüsü propagandası arasındaki çelişkide sizce filmin yaratmış olduğu sükse markaya kâr getirebilecek mi?

#### Kaynaklar:

<https://www.pazarlamasyon.com/barbie-cilginligina-burger-king-de-katildi>

<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/pembe-burger/>

## Arş. Gör. Melih Yıldız İşletme Bölümü



19. yy

2023

# Sosyalleşme & Zamanı

## KIZ KULESİ

Arş. Gör. Ceren DEMİR  
Uluslararası Ticaret ve  
Finansman (İngilizce)  
Bölümü

Kız Kulesi, Üsküdar'ın Salacak semtinden Boğaz'ın ortasında, Avrupa ve Asya kıtalarını birleştiren bir noktada bulunan tarihi ve köklü yapılardan biridir. Avrupalı tarihçiler tarafından "Leander Kulesi" olarak da bilinen tarihi yapı, İstanbul'un önemli sembollerinden biridir.

Tarihi M.Ö. 7. yüzyıla kadar uzanan Kız Kulesi, çeşitli dönemlerde savunma amacıyla kullanılmıştır. Buna ek olarak, deniz feneri ve karakol olarak da hizmet vermiştir. Kız Kulesi'nin inşa edilmesi sırasında kızına ulaşmasını engellemek isteyen bir kral tarafından kuleye hapsedilen bir prenses hikayesi de efsane olarak anlatılmaktadır.

Tarihi boyunca çeşitli onarımlar, restorasyonlar geçiren Kız Kulesi, günümüzde hem yerli hem de yabancı turistler tarafından sıkça ziyaret edilen turistik bir mekan olarak öne çıkmaktadır. Ziyaretçiler, botlarla kuleye ulaşabilmektedirler. İstanbul Kız Kulesi'ndeki restorasyon çalışmaları sırasında, İTÜ ve FSMVÜ'de görev yapan akademisyenler görev almıştır. 2021 yılında başlanan ve T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminde gerçekleştirilen restorasyon, 11 Mayıs 2023 tarihinde tamamlanmıştır.

Kız Kulesi ile detaylı bilgiler, kulenin resmi web sayfasında yer almaktadır. MüzeKart sahipleri Kız Kulesi'ne ücretsiz giriş yapabilmektedirler.

MüzeKart'ı olmayan ziyaretçiler için bilet fiyatı aşağıdaki gibidir:

Kız Kulesi Giriş Bileti: 400 TL

Kız Kulesi Ulaşım Ücreti: 50 TL

Toplam Giriş Ücreti: 450 TL

Bakanlık tarafından turistlere yapılan davet metni ise resmi sitede şu şekilde yer almaktadır: İstanbul Boğazı'nın incisi Kız Kulesi, gözlerini yeniden açtı. Her akşam saat 21:00'de yapılacak olan ışık ve lazer gösterisine sizleri bekliyoruz. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından aslına yaraşır şekilde restore edilen Kız Kulesi, gelecek nesillere de miras kalsın diye uzman isimlerin de katkılarıyla 2 yılı aşkın süren titiz bir çalışma sonucu güçlendirildi. Anıt eser olarak kapılarını açan Kız Kulesi, sizleri onun gözlerinden İstanbul'u seyretmeye davet ediyor.



# ETKİNLİK İSTANBUL

Arş. Gör. Kadir SAYIN  
Lojistik Yönetimi (İngilizce)  
Bölümü



İSTANBUL  
ROOFTOP  
FESTIVAL  
2023

## HEADLINERS

**KALABRESE XINOBI**  
**MARCEL VOGEL**  
**OCEANVS ORIENTALIS**  
**ALI KURU**  
**PALMİYELER HEADWATERS**  
**MENACHEM 26**

## VENUES

**KLEIN GARTEN**  
**THE ROOF AT THE RITZ-CARLTON**  
**KASTEL TERAS**  
**SWISSÔTEL THE BOSPHORUS 16 ROOF**  
**LOS ALTOS W İSTANBUL SECRET GARDEN**  
**ZOE GARDEN RIXOS PERA SIMONE**

**9 SEPTEMBER 2023 / SATURDAY**

Bu sene dokuzuncusu düzenlenecek olan ve İstanbullular için bir Sonbahar klasiği haline gelen İstanbul Rooftop Festival, katılımcılarının bu zamana kadar yaşadığı eşsiz deneyimlere bir yenisini daha eklemek için 9 Eylül Cumartesi günü şehrin teraslarının kapılarını açıyor.

İstanbul'un eşsiz teraslarında güneşi dans ederek batıracağınız İstanbul Rooftop Festival, birbirinden farklı workshop deneyimleri, mekanların lezzetli mutfakları, yerli ve yabancı müzisyenlerin performansları ile 9. senesinde de dopdolu geçecek. İstanbul'un farklı teraslarında eş zamanlı olarak başlayacak olan etkinlikte, birbirinden değerli sanatçı performansları ile şehrin eşsiz manzaralarında festivalcilere unutulmaz ve sıradışı bir deneyim yaşatacak. İstanbulluların klasikleşen Eylül festivali İstanbul Rooftop Festival ile katılımcılar, tek biletle birden çok terasta dilediği sanatçıları dinleyerek yaza veda edebilecek.

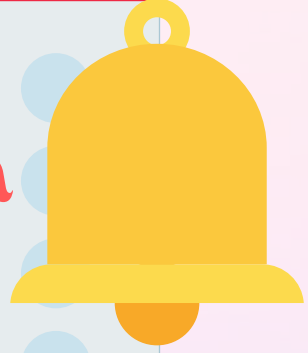
Dünyaca ünlü müzisyenlerin yanı sıra yerli sahnenin de en güçlü isimlerini ağırlayacak olan festivalde, kokteyl atölyelerinden gastronomi atölyelerine, uçurtma yapımından yogaya kadar birçok aktivite gerçekleştirilecek.



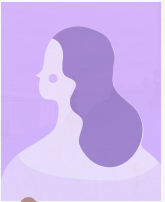
İstanbul, Eylül ayında ilgi çekici etkinliklere ev sahipliği yapıyor. Bunlardan bazılarını sizler için derledik..

Arş. Gör. Ahmet Mecid VERGÜL  
Turizm Rehberliği Bölümü

# İstanbul'da &Y LÜL..



Etkinlik Türü	Etkinlik Adı	Mekan	Tarih
Tiyatro	Doğu Demirkol	Kadıköy Belediyesi Selamiçeşme Sahnesi	02.09.2023
Tiyatro	Mesut Süre İle İlişki Testi	Watergarden PSM	10.09.2023
Tiyatro	Özgür Turhan	Watergarden PSM	15.09.2023
Tiyatro	Yaz Gecesi Müzikali	Cevahir Salon	15.09.2023
Konser	Hande Yener	Kuruçeşme	03.09.2023
Konser	Manga	Harbiye Cemil Topuzlu	04.09.2023



# İGÜ MEZUN

BARIŞ ŞENLİK

İŞLETME (İNGİLİZCE) BÖLÜMÜ ÖĞRENCİSİ

Merhaba, ben Barış Şenlik. İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde İngilizce İşletme son sınıf öğrencisiyim. İstanbul Gelişim Üniversitesi deneyimlerimden yola çıkarak öğrencilere sadece üniversite eğitimi değil aynı zamanda bir hayat deneyimi sunduğunu gözlemliyorum. Üniversitemiz, öğrencilere eşsiz bir deneyim sunan yapısıyla ön plana çıkıyor. Akademik gelişimi teşvik eden bir ortama sahip olmamız da bunun en büyük nedenlerinden biridir. Türk hocalarımızın çoğunun başarılı bir kariyere sahip olmaları, eğitimin kalitesini yükselten bir etkidir. Üniversitemiz sadece akademik gelişime değil, aynı zamanda pratik beceri kazanımına da büyük önem vermektedir. Nitelikli öğretim kadromuz, bu yaklaşımı destekler niteliktedir. Bize araştırma yapmayı, bir bilgiyi bulup aktif bir probleme uyarlamayı ve bu bilgiyi aktif problem çözme konusunda nasıl kullanacağımızı ideal bir şekilde öğretmektedir.

Üniversitemizde çeşitli ve kapsayıcı bir ortam bulunmaktadır. Her kültürden gelen insanlar hoşgörüsüyle karşılanmaktadır. Bu hoşgörü toplumu, üniversitemizin yaratmaya çalıştığı ve desteklediği bir ortamın yansımasıdır. Bu nedenle farklı ülkelerden gelen insanlar, İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde bir çekince yaşamadan eğitim almaktadır. Bu da farklı kültürleri deneyimleme şansını artırmaktadır. Özellikle yabancı öğrencilerle birlikte eğitim alma fırsatı, Türk öğrenciler için organik bir şekilde gelişmeyi kolaylaştırmaktadır. Hatta diğer üniversitelerin İngilizce konuşma kulüpleri aracılığıyla geliştirmeye çalıştığı İngilizce pratik becerileri, İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde doğal bir şekilde gelişir ve günlük yaşamda Türkçeden daha fazla İngilizce konuşma alışkanlığı kazanırız. Bu nedenle mezun öğrencilerin İngilizce seviyesinin diğer üniversite mezunlarına göre daha yüksek olduğunu söyleyebilirim. Ayrıca yabancı hocalarımızın olması, bu avantajı destekleyen başka bir özelliktir. Kaliteli hocalarımız ve özverili araştırma görevlilerimiz, karşılaştığımız sorunlarda bize destek olur ve süreç boyunca yanımızda olduklarını hissettirirler. Üniversitemizde bulunan çeşitli destek ofisleri sayesinde hemen hemen her konuda öğrencilere yardımcı olan bir yapı oluşturulmuştur. Öğrenim görmekten mutluluk duyduğum İstanbul Gelişim Üniversitesi'nin, uluslararası bir ortamda kaliteli eğitim arayan aday öğrenciler için en iyi seçenek olduğuna inanıyorum.





## Emmanuel ESSE İşletme (İngilizce) Bölümü Öğrencisi

Bir Erasmus öğrencisi olarak beni Mondragon Üniversitesi'ne götüren şey, kültür ve yenilikçi çalışma sistemi "*deneyimden öğrenme*" idi, ancak sadece kendi çalışma disiplini için değil, aynı zamanda şehrin özellikleri için de burayı tercih ettim. İspanya'nın kuzeyinde yer alan Bilbao, Erasmus programı için çok uygun bir şehir. Bask şehirleri, rotalar ve fikirlerin merkezinde bulunması, Bilbao'da okumanın beni benzersiz bir insan ve kültür çeşitliliğine maruz bırakacağını ve bana bunu sağlayan bölgede kolayca seyahat etme imkanı sağlayacağını biliyordum.

Buradaki yolculuğum 6 Şubat'ta İstanbul'dan Bilbao uluslararası havaalanına gelmemle başladı. Bizkaia otobüsüne binerek Arrasate/Mondragon'a gittim ve burada Biteri rezidansında kaldım.

Bu bölge benim Avrupa'yı ziyaret ettiğim ilk ülke ve aynı zamanda ilk Erasmus katılımım, bu yüzden hayatta kalma korkusu vardı ve bir yeri ilk kez ziyaret eden biri için normal olduğunu düşündüğüm dil engeli nedeniyle ilk zamanlar pek bir şey yapmadım. Yavaş yavaş okulda ve yerel halkta arkadaşlar edinmeye, dili öğrenmeye başladım, ardından kendime güvenimi geliştirdim ve kasabaları ve şehirleri görmeye karar verdim.

Bilbao'daki kapsamlı Erasmus ağları sayesinde Orbea, Fargo gibi bölgelerde etkinlikler, geziler ve topluluklar aracılığıyla yeni deneyimler, yeni insanlar ve yeni düşünce biçimlerini görme şansım oldu. Okuldan kalan zamanlarını en iyi şekilde değerlendirmek isteyen, insanlarla dolu bir ortamla çevriliydim ve benim için bu, kendimi memleketimin sorumluluklarından ve eski alışkanlıklarından uzaklaştırmak ve farklı bir yaşam tarzına uyum sağlamak için eşsiz ve özgürleştirici bir fırsattı. Bu çeşitlilik Erasmus'un sosyal alanıyla sınırlı değildi; akademik yönden de mevcuttu. Ekonomi ve finans fakültesinde bir ana dal olarak, birçok öğretim ve değerlendirme yöntemini ile tanıştım. Temel çalışma disiplinlerimin dışındaki kurslara kayıt olmama izin verildi ve bu da yeni düşünme ve karar verme biçimleriyle de tanışmama olanak sağladı.







Kendi üniversitemdeki büyük konferans salonlarına ve MCQ tabanlı sınavlara alışkın olduğum için, öğretim ve değerlendirmedeki farklılıklar benim için bir öğrenme eğrisi oluşturuyordu. Yine de derslerde İspanyolca ve Bask dilleri ile girdiğim sürekli mücadelenin yanı sıra, grup projeleri, sunumlar, sözlü sınavlar, izleme ve değerlendirme gezileri gibi çeşitlendirilmiş öğretim yöntemlerinden çok şey kazandım.



Hafta sonları Madrid, Barselona, Mondragon, San Sebastian, Victoria-gasteiz, Zarault gibi yerleri ziyaret ettim. Ayrıca Andorra şehriden Fransa'ya geçtim, bir hafta sonu Portekiz'in başkenti Lizbon'da geçirdim. Bilbao Avrupa'nın en özel şehirlerinden biri ve görmemiş olanlara kesinlikle ziyaret etmelerini tavsiye ederim. Tarihin birçok dönemini yaşamış olan şehirde ünlü Guggenheim Müzesi ve Athletico clubb de Bilbao'nun San mames stadyumu gibi önemli noktaları ziyaret ettim.

Erasmus programının sağlamayı amaçladığı ortak bir Avrupa kimliğidir ve Avrupa'daki dil ve kültürel çeşitliliği nedeniyle başlangıçta Erasmus için İspanya'yı seçmiş olsam da, yüksek bir duygu ve açık fikirli bir düşünce tarzıyla ayrıldım.

Biteri Residence arkadaşlarımdan bahsetmeden gezimi tamamlayamam: Anna Belen van Unen, Hugo , Kenny, Laiz, Anna Starhova, Samuel, Zeyned Korkmaz ve Carmen Sanchez Garcia.

Bütün bunlar bölüm koordinatörüm Cansu Türker, Erasmus koordinatörü Hazal Emir ve İspanya'daki Erasmus koordinatörüm Dorleta Agiriano Gorostiza'nın yardımları olmadan gerçekleşmezdi.

7 Temmuz'da İstanbul'a döndüm ve 19 Temmuz'da 2023 Mezuniyet Töreni'ne katıldım.

Bana bu fırsat verdiği için Gelişim Üniversite'sine teşekkür ederim. Bunu okuyanlar için son olarak korkularınızı bir kenara bırakın ve hayat değiştiren bir program olan Erasmus programına katılmayı mutlaka deneyimleyin!







# Muharrem Ayı, Aşure Ayı

Arş. Gör. Dilek Kızılırmak  
Yeni Medya ve İletişim  
Bölümü

Bu yıl 19 Temmuz ve 16 Ağustos tarihleri arasına denk gelen Muharrem ayı ülkemiz açısından önemli bir zaman dilimidir. Muharrem ayının 10'u, Müslümanlar açısından çeşitli anlamlar taşıyan bir gündür. Hz. Nuh'un gemisinin Ağrı Dağı'na oturduğu, Hz. İbrahim'in ateşten kurtulduğu, Hz. Musa'nın kavmini Nil Nehri'nden geçirerek firavundan kurtardığı, Kerbela'da Hz. Muhammed'in torunları Hz. Hasan ve Hz. Hüseyin'in öldürüldüğü gün olması gibi dini anlamlar taşıdığına inanılır. Aleviler 12 günlük Muharrem orucunu bu ay içinde tutar. Bu süreçte yaşamı kutsamak ve ölüme karşı gelmek için et yenmez ve Kerbela'da Hasan ve Hüseyin'in çektiği işkenceleri anlayabilmek için su içilmesi, özellikle kana kana su içilmesi hoş karşılanmaz. Muharrem ayının 10. gününde aşure Alevilerce Hz. Hasan ve Hz. Hüseyin'i anmak; birlik, barış, bolluk ve bereketin simgesi olarak yakınlardan başlanarak çevrelerindeki insanlara dağıtılmak üzere yapılır. Sünnilerce ise Nuh'un gemisinin karaya oturduğunda elinde kalan son erzakı birleştirip pişirerek bu tatlıyı yaptığı ve bereketin simgesi olduğuna inanılır ve dualarla yapılarak tanıdık tanımadık çevredeki insanlara dağıtılır.

Aşure; Balkanlar, Anadolu ve Kafkas coğrafyasında bilinen bir tatlıdır. Bölgeden bölgeye yapımı değişmekle birlikte ana malzemesi aşurelik (kabuksuz) buğday olup nohut, fasulye gibi bakliyatlar; badem, fındık gibi kuruyemişler; incir, kayısı, üzüm gibi kurutulmuş meyveler; tarçın, karanfil gibi baharatlar aşure yapımında kullanılır. Rum kültüründe Koliva tatlısı, Ermenilerin yılbaşı tatlısı Anuşabur, aşure benzeri tatlılardır ve kutsal günlerde tüketilir. Muharrem ayının 10. günü aşure günü olarak bilinse de çoğunlukla tüm hafta, hatta ay içinde aşure yapılarak dağıtılmaktadır. Besin değeri yüksek ve enerji veren bir tatlı olduğu için kışın tercih edilse de soğuk olarak tüketildiğinden yılın her zamanı keyifle yenebilecek bir tatlıdır.



Bu lezzetli ve pek çok kültürel ve manevi değeri barındıran tatlıyı tatmanızı şiddetle tavsiye ediyorum. Anadolu coğrafyasında yaygın olarak sadece Muharrem ayında yapıldığından ve evinizde yapılmadıysa ya da komşunuz getirmediyse nerede yiyebileceğinizi düşünebilirsiniz. Yıl boyunca bu lezzetin tadını çıkarabileceğiniz mekanların başında pek çok şubesi bulunan Alaçatı Muhallebicisi gelmektedir. Kadıköy'de bulunan Beyaz Fırın diğer kaliteli ve lezzetli ürünleriyle de oldukça ünlüdür. Eminönü'nde bulunan Hacı Hafız 1864, Şişli'de Zeynel Muhallebicisi, Fatih'te Topkapı Sarayı Müzesi içerisindeki Konyalı 1987 en çok önerilen mekanlar arasında bulunuyor.



# AKADEMİK YAŞAMA DAİR

## YAYINLARIMIZ

- Dr. Öğr. Üyesi Festus Victor Bekun'un "Synthesizing the role of technological innovation on sustainable development and climate action: Does governance play a role in sub-Saharan Africa?" başlıklı makalesi **Environmental Development**'da yayımlandı.
- Dr. Öğr. Üyesi Festus Victor Bekun'un "New Insights into the Research Landscape on the Application of Artificial Intelligence in Sustainable Smart Cities: A Bibliometric Mapping and Network Analysis Approach" başlıklı makalesi **International Journal of Energy Economics and Policy**'de yayımlandı.
- Dr. Öğr. Üyesi Festus Victor Bekun'un "Machine Learning Applications in Renewable Energy (MLARE) Research: A Publication Trend and Bibliometric Analysis Study (2012–2021)" başlıklı makalesi **Clean Technologies**'de yayımlandı.
- Dr. Öğr. Üyesi Kadir Mersin'in "Comparative analysis of the USA's Washington Ferries and road transport carbon emissions using the Trozzi and Vaccaro and Greatest Integer functions" başlıklı makalesi **Environmental Science and Pollution Research**'de yayımlandı.
- Dr. Öğr. Üyesi Edmund Ntom Udemba'nın "Assessing the human development aspects of CO<sub>2</sub>, PM2.5, PM10, NOX, and SO2 in the United States" başlıklı makalesi **Heliyon**'da yayımlandı.
- Dr. Öğr. Üyesi Festus Victor Bekun'un "Sustainable electricity consumption in South Africa: the impacts of tourism and economic growth" başlıklı makalesi in **Environmental Science and Pollution Research**'de yayımlandı.

## ATAMA & YÜKSELME

- Dr. Öğr. Üyesi Can Burak NALBANTOĞLU Lojistik Yönetimi bölümüne atanmıştır.
- Dr. Öğr. Üyesi İlknur GÜMÜŞ Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümüne atanmıştır.
- Dr. Öğr. Üyesi Bülent TANSEL Psikoloji bölümüne atanmıştır.
- Dr. Öğr. Üyesi Oğuz YILDIZ Havacılık Yönetimi bölümüne yeniden atanmıştır.
- Dr. Öğr. Üyesi Aysun KAYA DENİZ Radyo, Televizyon ve Sinema bölümüne yeniden atanmıştır.
- Arş. Gör. İrem UYAR Psikoloji (İngilizce) bölümüne atandı.
- Arş. Gör. Deniz Mısra GÜROL Psikoloji (İngilizce) bölümüne atandı.
- Arş. Gör. Meryem SARIKÖSE Sosyoloji bölümüne atandı.
- Arş. Gör. Tarık YILMAZ İşletme (İngilizce) bölümüne atandı.
- Arş. Gör. Zehra MAKAR İşletme (İngilizce) bölümüne atandı.

## ARAMIZDAN AYRILANLAR

- Dr. Öğr. Üyesi Esra SAVAŞ Psikoloji (İngilizce) bölümünden ayrıldı.





İGÜ  
**KARYON**  
Kariyer Yönlendirme  
Uygulama ve Araştırma Merkezi



İGÜ  
**MMK**  
Mezunlar ve Mensuplar  
Kordinatörlüğü

Değerli İGÜ mezunları ve öğrencileri,  
iş arayanların nitelikleri ile işverenlerin  
aradığı özellikleri eşleştiren yeni

# İŞ BULMA PLATFORMU

erişime açıldı. Üye olarak açık pozisyonları  
görüntüleyebilir ve başvuru yapabilirsin.

Detaylı bilgi ve  
Başvuru için



[metsis.gelisim.edu.tr](https://metsis.gelisim.edu.tr)

## İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ MEZUN TAKİP SİSTEMİ

Mezun Takip Sistemi (METSİS), mezunlarımızın istihdamı ve mezuniyet sonrası eğitimi gibi güncel durumlarını belirleyerek takip etmek, istatistiki veriler oluşturmak amacıyla açılmıştır. İstanbul Gelişim Üniversitesi, mezunlar ile ilişkilerini kuvvetlendirmek ve mezunların istihdamına katkı sunmak adına METSİS'i faaliyete geçirmiştir. Mezunlarımız, METSİS'e ücretsiz üye olabilmektedir. ([metsis.gelisim.edu.tr](https://metsis.gelisim.edu.tr))

METSİS üye olan mezunlarımız oluşturdukları kişisel profillerini güncelleyerek iş ilanlarımızı takip edebilmektedir.

METSİS'e Nasıl Üye Olurum?

1. [metsis.gelisim.edu.tr](https://metsis.gelisim.edu.tr) platformuna giriş yapınız.
2. Açık pozisyonlar kutucuğundan ilanlar takip edebilirsiniz.
3. İlanlara başvuru gerçekleştirmek için Yeni Aday kutucuğundan hesap oluşturabilirsiniz.
4. Hesap oluşturulduktan sonra üst sekmede yer alan ilanlar sekmesinden iş ilanlarını görebilir ve uygun olan pozisyonlara başvurabilirsiniz.

# KÜNYE

## İKTİSADİ İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ

İİSBF Dekanı  
**Prof. Dr. Kenan AYDIN**

İİSBF Dekan Yardımcısı  
**Doç. Dr. Nezire Gamze İLİCAK**  
**Doç. Dr. Emrah DOĞAN**

Koordinatör  
**Arş. Gör. Demet TAÇ**

İçerik Editörü  
Bölüm Başkanı  
**Dr. Öğr. Üyesi**  
**Çağla TUĞBERK ARIKER**  
**Arş. Gör. Tuğçe TOPÇU**  
**Arş. Gör. Melih YILDIZ**

Çeviri Koordinatörü  
**Dr. Öğr. Üyesi Tuğba AKMAN**  
**KAPLAN**  
**Dr. Öğr. Üyesi Dilbar**  
**GULİYEVA**  
**Arş. Gör. Dilek KIZILIRMAK**  
**Arş. Gör. Remzi SOYTÜRK**

Grafik Tasarım  
**Arş. Gör. Demet TAÇ**  
**Arş. Gör. Ece DEMİRKAPU**  
**Arş. Gör. Hilal BİLGİLİ**

Redaksiyon  
**Arş. Gör. Çağlar KARAKURT**  
**Arş. Gör. Merve TOSUN**



SosyoCom