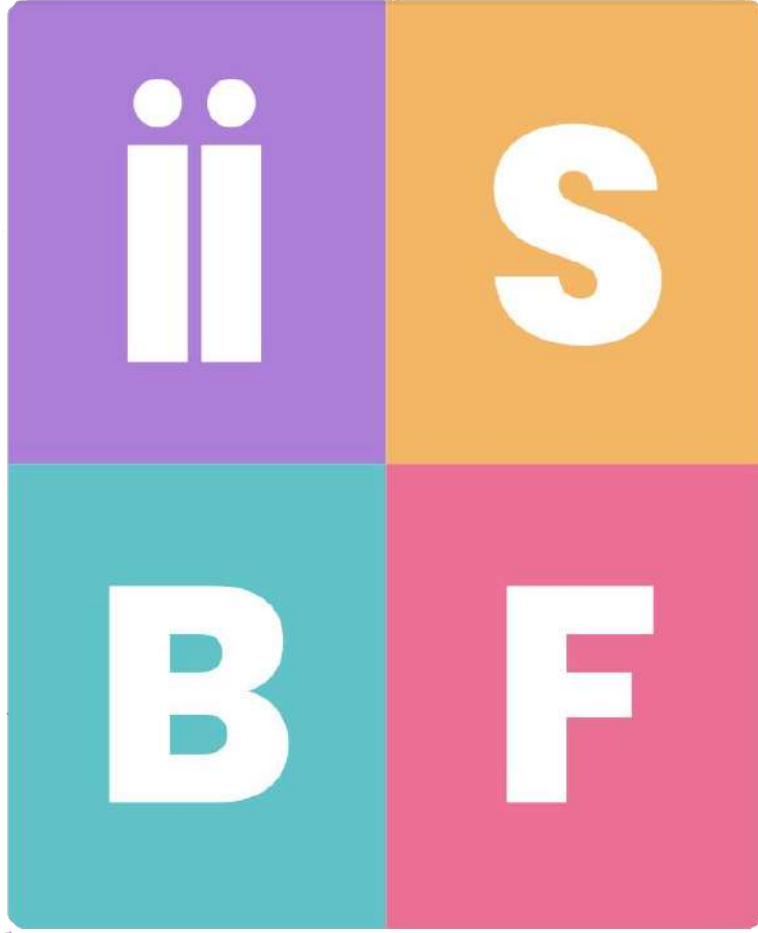


İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ



SosyoCom

AYLIK ETKİNLİK VE HABER BÜLTENİ

ŞUBAT 2022 | SAYI 14

İÇİNDEKİLER

TEKNO-GÜNDEM..... 3

- 2022'de İş Dünyası Trendleri Neler Olacak? 3
- Akıllı Depolar..... 4
- Meta İşletmelere Doğru..... 5

EKO-GÜNDEM..... 6

- Son Yıllarda Yeni Nesil İşgücü Planlamasında "İşgücü Ekosistemi" Kavramı..... 6
- NFT Varlıklar ve Muhasebe Sistemi..... 7
- Aile Şirketlerinin Önemi, Güçlü ve Gelişmesi Gereken Yönleri..... 8
- Sürdürülebilirlik Bilincine Sahip Tüketici Olmak..... 10

YENİ MESLEKLER..... 11

- Sanal Emlak Uzmanlığı..... 11
- Metaverse: Ekosistem Geliştiricisi..... 12

KÜLTÜR-SANAT-EDEBİYAT..... 13

- 10 Dakikada Avrupa'dan Asyaya..... 13
- Ayın İngilizce Deyimi..... 14
- Akademik Playlist..... 15

SOSYOCOM RAF..... 16

- BİR KİTAP: Michael Kohlhaas..... 16
- BİR FİLM: Şirket..... 16
- BİR DİZİ: Devils..... 17
- AYIN KİTAP İNCELEMESİ: Eril Tahakküm..... 18
- AYIN FİLM İNCELEMESİ: Tepenin Ardı..... 19

EĞİTİM-ARAŞTIRMA..... 20

- Veri Analizinde En Çok Kullanılan Programlar..... 20
- Türk Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Aşma Stratejileri..... 21
- Kimdir Bu Foucault?..... 22

GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON.....23

- Lüks Pazarlamada Sürdürülebilirlik Uygulamaları..... 23
- 3D Yazıcılar ile Neler Yapabilirsiniz? İkea'nın Meşhur İsveç Köftesi..... 24

SİYASİ GÜNDEM..... 25

- Hakikat-Sonrası (Post-Truth) Siyaset Anlayışının İzdüşümleri..... 25
- Rusya-Ukrayna Krizi ve Olası Ekonomik Sonuçları..... 26



SAĞLIK-PSİKOLOJİ..... 27

- İşyeri Kıskançlığının Bireysel Öncülleri..... 27
- Duygusal Bulaşma..... 28
- Sağlıklı Bireylerle Başarıya Doğru: Wellness ve Wellbeing..... 29

SOSYO-GÜNDEM..... 31

- Döngüsel Moda: Kiralama ve İkinci El Alışveriş Platformları..... 31
- E-Postalarımızdaki Casus Pikseller. Biri Bizi Gözetliyor Mu?..... 33
- Toplumsal Cinsiyete Dayalı Sanal Taciz: Metaverse..... 34
- Spotify: Konuşma Özgürlüğü Mü Yanlış Yönlendirme Mi?..... 35

SOSYALLEŞME ZAMANI..... 36

- Etkinlik İstanbul..... 37
- İstanbul'da Mart..... 38
- Sokak Lezzetleri Serisi: Pide Mi Yesek?..... 39
- İGÜ-Mezun..... 40

AKADEMİK YAŞAMA DAİR..... 41

- Yayınlarımız..... 41
- Atama & Yükseltme..... 41

KÜNYE..... 42

2022'DE İŞ DÜNYASI TRENDLERİ NELER OLACAK?

TEKNO-
GÜNDEM



Dr. Öğr. Üyesi Metin YILDIRIM
Lojistik Yönetimi Bölümü

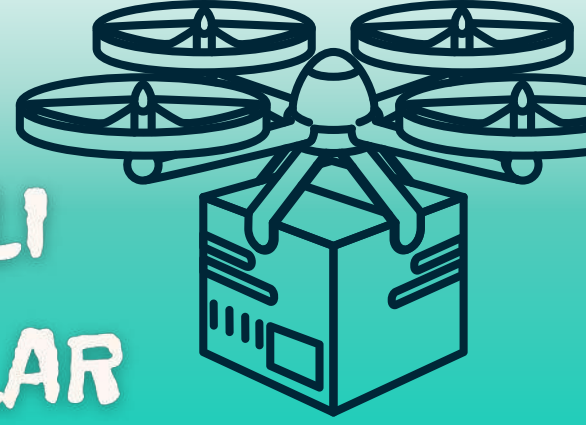
Resmî olarak Covid-19 olarak bilinen Koronavirüs, ilk olarak Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde tespit edildi. Bu tarih, iş dünyası için bu yüzyılın önemli kilometre taşlarından biri olarak kabul edilebilir. Ekonominin tüm sektörleri küresel salgının yıkıcı etkisinden farklı düzeylerde etkilendi. İş dünyasının yaşadığı temel sorunların belli başlıları arasında tedarik zincirlerinde yaşanan problemler, dalgalı talep, girdi kıtlığı ve zorunlu kapanmalar gelmektedir. Öngörülemelik, Covid-19 küresel salgınının anahtar kelimelerinden biridir. İş dünyası yoğun bir belirsizlik ortamında operasyonlarını ve üretimini başarıyla yönetmiştir. Eğitim, ulaşım, inovasyon, iş birlikleri ve çalışma ortamındaki değişiklikler sayesinde başarı sağlanmıştır. Bu durum, iş dünyası trendleri hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Dijitalleşme, sanallaştırma, sürdürülebilirlik, bilgi güvenliği ve ana veri yönetimi; 2022 yılında trend olma ihtimali yüksek başlıklar arasındadır. Yapay zekâ teknolojilerinin alt disiplinleri ile birlikte 2022 yılında da popülerliğini koruyacak teknolojilerin başında gelmesi beklenmektedir.

Google'ın CEO'su Pichai, yapay zekânın insanlık üzerindeki etkisinin ateş ve elektrik üzerinde olacağı öngörüsünde bulunmuştur. Yapay zekâ 2022 yılında önemli bir etkiye sahip olacaktır. Yapay zekâ ile alakalı bir dizi trendi 2022 yılında göreceğiz. Bunlardan ilki, geliştirilmiş iş gücüdür. İş gücünün makine ve robotlarla desteklenmesi bir dizi operasyon için temel gerekliliktir. Robot ve makine destekli iş gücüne olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Bir başka konu başlığı ise dil modellemesidir. Makine – insan iletişimde dil modellemesi, gerek duyulan unsurların başında gelmektedir. Yazılım ve donanımdaki gelişmeler, daha iyi dil modellemesine imkân vermektedir. Bir diğer trend ise siber güvenlidir. Siber suç ve siber saldırılarda önemli yükseliş olduğu bilinmektedir. İş dünyasında siber güvenlik, kritik görev süreçlerinden biri hâline gelmiştir. Siber güvenlikte yapay zekâ, kullanılan önemli teknolojilerin başında gelmektedir. Otonom araçlar ise bir diğer trend başlığıdır. Otonom araçlarda yapay zekâ kullanımı ile trafik kazalarında meydana gelen ölüm ve yaralanma sayılarının önemli ölçüde azaltılabileceği düşünülmektedir. Kod gerektirmeyen yapay zekâ sistemleri, yaratıcılıkta yapay zekâ uygulamaları ve Metaverse gibi bir dizi başlık 2022 yılının trend listesine eklenebilir. 2022'deki trendlerin ana belirleyicisi küresel salgın ve salgın sonrası ortam olacaktır. Dileğimiz, salgının bir an önce bitmesi ve Covid-19'un yarattığı belirsizlik ortamının son bulmasıdır.





AKILLI DEPOLAR



Arş. Gör. Orcan ÇETİNKAYA
Lojistik Yönetimi Bölümü

21. yüzyılda küreselleşme kavramının ortaya çıkması, hızla gelişmesi ve bununla birlikte gelişen teknolojilerin sonucu olarak artan rekabet ile müşteriler artık ürünleri için zaman, yer, kalite ve fiyat faydalarını artırma çabasındadırlar. Bu çabanın karşılığında ise işletmeler tüm bu faydaları sağlarken rekabet edebilme güçlerini artırmanın veya korumanın yollarını aramaktadırlar. Tüm bu değişim nedeniyle işletmeler müşterilerinin hızla değişen talep ve beklentileri doğrultusunda kendi hizmetlerinde düzenli olarak ayarlama yapmaya gitmektedirler (Aylak vd., 2020: 75).

Küreselleşme ve gelişen teknolojilerin sonuçları arasında bulunan bu değişimlerin endüstrideki yansıması olarak 2011 yılında Hannover fuarında Almanya'nın ortaya koyduğu yeni sanayi akımı olan "Endüstri 4.0" kavramını yaratması ve bu kavramın diğer sektörlerle birlikte lojistik sektörünü de etkileyerek bir dönüşüm başlatmasının nihayetinde bugün akıllı depolar, otomatik yönlendirmeli araçlar, drone, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik, siber fiziksel sistemler, nesnelerin interneti, giyilebilir endüstriyel akıllı varlıklar, bulut lojistik varlıklar vb. unsurlardan oluşan "Lojistik 4.0" anlayışını geliştirmiştir (Bakan ve Şekkeli, 2018; Karlı ve Tanyaş, 2020: 614).



Günümüzde modern ekonominin yapı taşlarından biri olduğu ve dinamik olarak geliştiği görülebilen lojistiğin "Lojistik 4.0" kavramı dahilinde ortaya çıkan akıllı depolar, otomatik yönlendirmeli araçlar vb. unsurlara ilişkin uygulamaların sadece üretici işletmelerle kısıtlı kalmadığı bilinmektedir (Wagner ve Włochowicz, 2021: 3185). Pek çok üretici işletmeyle birlikte ihracat - ithalat yapan işletme de depolarında ya da ürünlerini sakladıkları alanlarda otomasyona gitmektedir. Fiziksel aktivitelerin tahminlenmesi, veri toplama, veri işleme gibi işlemlerin gerçekleştirilmesi açısından düşünüldüğünde depoların otomasyonu yüksek düzeyde uygulanabilir olmaktadır. Depo iş süreçlerinde tam otomasyonun sağlanmasıyla ulaşılan akıllı depo evresindeyse artık çok ciddi anlamda kaynak kullanımının artışı, kişiselleştirilmiş ürünlere ilişkin depolama ve dağıtım çevrimlerinin azalmasıyla birlikte müşteri talep ve ihtiyaçlarının karşılanması düzeyini oldukça fazla artırmaktadır.

Fiziksel varlıklarla sanal ortamın bütünleştirilerek insan gücü kullanımının ve bundan doğan hataların ortadan kaldırılmasını amaçlayan akıllı depoların günümüzde Deloitte, DHL, Amazon vb. şirketler tarafından kullanıldığı bilinmektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler açısından tam otomasyon kullanımı ne depolama faaliyetlerinde ne de diğer faaliyetlerde henüz mümkün olmamakla birlikte, yakın veya uzak gelecekte bu teknolojik değişimi gerçekleştirmeye itildikleri gerçeği de gözlemlenebilmektedir.

Kaynaklara ulaşmak için tıklayınız.



META İŞLETMELERE DOĞRU



Dr. Öğr. Üyesi Aslı DİYADİN Lenger
İşletme Bölümü

Gözlüğünüzü takıp koltuğunuzda otururken arkadaşınızla buluşup bir kahve içmek ya da alışverişe gitmek ister misiniz? Yakın zamanda mümkün olacağı düşünülen bu konforun adı Metaverse. İngilizce "universe" yani evren kelimesinden türeyen Meta-verse, "meta-evren" anlamında kullanılmaktadır. İlk kez Snow Crash isimli bilim kurgu kitabında bahsi geçen Metaverse, içinde avatarlar ile var olabileceğimiz bir dünyanın kapılarını açmaktadır. Bu üç boyutlu dünyada örneğin avatarımız aracılığıyla arkadaşlarımızla kahve içebilmemiz, fiziki mekânlara ihtiyacımızın azalacağı anlamına gelmektedir. Bu tarz işletmelerin dönüşümü zorunlu görülmektedir. Metaverse'e taşınabilecek bu işletmelerin, bugünden altyapı yatırımlarına başlamaları gerekliliği doğmuştur. Nike, H&M gibi firmalar bu türden yatırımlara başladılar bile. Öte yandan, bu dünyaya dâhil olabilmek için sanal gerçeklik gözlükleri gibi araçlara ihtiyaç duyacağımız söylenmektedir. Bu bağlamda, tüm tedarik zincirini etkileyecek bir değişim söz konusu olacaktır. Değişen tüketim alışkanlığı ile değişecek üretim şekline, ihtiyaç duyulan ham maddeden ham maddenin işleniş şekline, dağıtımdan pazarlamaya kadar tüm işletme faaliyetlerini etkileyecektir. Yakın zamanda geleceği söylenen bu devasa değişim tüketici taleplerini, dolayısıyla da işletmeleri derinden etkileyecektir. Bugün Instagram hesabı olmayan işletme sayısı yok denecek kadar az ise yarın da Metaverse'de yer almayan işletme sayısı benzer şekilde olacaktır. Buradaki fark, Instagram'da yer almak için sadece internet ve bilgisayar gibi bir cihaz yeterliyken, Metaverse için ekipman ve altyapı yatırımlarının yanında çalışanların eğitilmesi gibi beşerî yatırımlar da gerekli olacaktır. Bu bağlamda Metaverse'e bugünden hazırlanmaya başlayan firmalar, bu hazırlığın beraberinde çok farklı bir deneyim getirdiğini ifade etmektedir.



SON YILLARDA YENİ NESİL İŞ GÜCÜ PLANLAMASINDA “İŞ GÜCÜ EKOSİSTEMİ”

EKO-
GÜNDEM

KAURAMI

Dr. Öğr. Üyesi

ECE ZEYBEK YILMAZ

Turizm Rehberliği Bölümü

Geçmişte özellikle mevsimlik işçi çalıştırılan sektörlerde, personel temini hususunda dış kaynak kullanımı uygulamalarına sıklıkla rastlanmaktaydı. Dış kaynak kullanımı, günümüz iş gücü istihdamında etkinliğini sürdürmektedir. Ancak geçmişin aksine bugün iş gücünün dışarıdan temin edilmesinin altında yatan tek faktör personel maliyetlerini düşürmek değildir. MIT (Massachusetts Institute of Technology) ve Deloitte'un araştırmalarında 5 bin 118 profesyonelle yapılan anketlerin % 87'sine ve 27 üst düzey katılımcı ile yapılan görüşmelere göre dış çalışanlar, iş gücünün bir parçası olarak görülmektedir. Ayrıca artık çalışan tanımında değişikliklerin olduğunu söylemek de mümkündür. Yükleniciler, hizmet sağlayıcılar, uygulama geliştiriciler, kitle kaynaklı katkıda bulunanlar dâhil olmak üzere farklı aktörlerin iş hayatında etkin rolleri olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle liderler, organizasyonları için değer yaratacak işçi gruplarını tanımlamada konuya çok boyutlu bakabilmeli; coğrafi geçişlilik, bir dizi süreklilik ve eş merkezlilik sağlayabilmelidir. Böylelikle çalışanlara da farklı bir bakış açısı getirilmiş olacaktır. Çalışanlar aslında işletmede beyin gücü olarak kullanılabilir iş birlikçiler hâline dönüşmektedir.

Bilgi teknolojileri alanında dış kaynak kullanımı yaygın olsa da finans, insan kaynakları, AR-GE gibi çeşitli departmanlarda da dış kaynak kullanımı özellikle Covid-19 küresel salgını sonrasında daha da önem kazanmıştır. Böylelikle farklı coğrafyalarda, farklı becerilere sahip kişiler özellikle proje tabanlı ya da belirli süreli işlerde ve bazen birden fazla işletmede daha etkin olarak çalışabilmektedir. Tabii ki tüm avantajlarının yanı sıra örgüt kültürünün gelişmesi ve çalışanların yasal haklarına ilişkin düzenleme esaslarının henüz belirlenmemesi dezavantaj olarak kabul edilebilir. Ancak çalışma hayatındaki son değişiklikler, yöneticilerin işletmelerin iç ve dış iş gücünü nasıl yönetecekleri konusunda da yenilikleri zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda ya çalışanlar dış çalışanların tamamlayıcısı haline getirilmeli ya da iki iş gücü birbirinden bağımsız ancak paralel sistemler olarak yönetilmelidir. Bu nedenle kurumsal sınırların doğru belirlenmesi, iç ve dış iş gücü katkılarının doğru tanımlanarak bütünsel bir yaklaşım geliştirilmesi önem arz etmektedir. Kısaca gerek küresel anlamda uzaktan çalışmanın yaygınlaşması gerekse yeni neslin daha dinamik ve işleri uzaktan idare etme eğilimine yönelik olarak “iş gücü ekosistemi” yaklaşımının stratejik ve uzun vadede olumlu sonuçlar doğuracak bir sistem olduğu söylenebilir.

NFT VARLIKLAR VE MUHASEBE SİSTEMİ

Doç. Dr. Metin UYAR
İşletme (İngilizce) Bölümü

Muhasebe sistemi, elektronik veya fiziki ortamda yapılan ticari işlemleri çift taraflı kayıt veya basit usulde kayıt sistematığı içerisinde takip etmekte ve değerlemektedir. Dijitalleşmenin ve internet ekosistemindeki genişlemenin bir ürünü olarak ortaya çıkan NFT (Non-Fungible Token) varlıkların edinimi, satışı ve vergilendirilmesi boyutları da muhasebe sistematığı içerisinde incelenmeli ve takip edilmelidir. Blok zinciri olarak ifade edilen bir dijital defterde depolanan NFT varlıklar, sabit veya değişken fiyata ve iktisadi kıymete sahip olabilir. İktisadi kıymete sahip olma niteliği, NFT varlıkların ticarileşmesine ve mülkiyet değişimine olanak verir.

Muhasebe sisteminde bir ticari varlığın alım ve satımının muhasebeleştirilmesi; ulusal ve uluslararası standartlara, kurallara ve ilkelere göre yapılır. NFT varlıklar bilanço üzerinde stokların bir kalemi olarak düşünülebileceği gibi, uzun vadeli bir duran varlık olarak da değerlendirilebilir. NFT varlığın mülkiyetini elde tutan işletme, bu varlığın alım-satım yoluyla ticaretini yapmayı hedeflemişse *UMS (Uluslararası Muhasebe Standardı) Stoklar* standartlarına göre değerlendirebilir. Bu durumda NFT varlık, *Ticari Mallar* hesabının bir alt hesabı olarak kayıt altına alınabilir. İşletme, varlığı yurt dışında faaliyet gösteren bir müelliften veya içerik üreticisinden satın almışsa muhasebe standartlarıyla birlikte gümrük mevzuatı ve gümrük vergileri de dikkate alınmalıdır. İşletme, varlığı elden çıkardığında ise bir hasılat unsuru olarak *UMS-Hasılat* standardına göre takip etmeli ve kaydetmelidir. NFT varlığın, kısa vadeli al-sat amacı yerine uzun vadeli yatırım unsuru olarak işletme tarafından elde tutulması hâlinde ise bilançoda duran varlıkların içerisinde patent, lisans, telif ücreti, isim hakkının bir benzeri olarak değerlendirilmeli ve *Satış Amaçlı Elde Tutulan Duran Varlıklar* standardına göre muhasebe kaydı yapılmalıdır.

İşletme tarafından satın alınan NFT varlığın üreticisi (tedarikçisi, satıcısı, müellifi, eser sahibi, içerik üreticisi) açısından muhasebeleştirme süreci ve vergi yönü ele alındığında ise satıcının vergi mükellefiyeti ve vergi sorumluluğu durumu öne çıkmaktadır. İşletme, NFT varlığı bir başka işletmeden satın almışsa bu durumda stoklardaki veya duran varlıklardaki muhasebeleştirme süreci ve vergilendirme takip edilebilir. Ancak işletmenin, NFT varlığı bir işletmeden değil de bireysel olarak kâr amacı gütmeyen NFT varlığı üretmiş olan bir gerçek kişiden alması hâlinde vergi sorumlusu olarak stopaj hesaplaması ve belgelendirmesi de gerekebilir.

NFT varlıkların muhasebeleştirilmesi ve vergilendirilmesi oldukça yeni ve sıcak bir gündem maddesidir. Dijital yaşamın ve internet ekosisteminin giderek artan oranda iktisadi etkiye sahip olduğu düşünüldüğünde bireysel içerik üreticilerinin ve sanatçıların desteklenmesi için dijital ürün ve içeriklerin muhasebe sisteminde daha doğru ve gerçekçi değerlerle yer alması ve kayıt altına alınması önem taşımaktadır. Dünyadaki uygulamalar ve düzenlemelerin bu eksende geliştiği ve dijital dünyada üretilen varlık ve içeriklerin muhasebe sistemiyle hızla entegre edildiği görülmektedir.

AİLE ŞİRKETLERİNİN ÖNEMİ, GÜÇLÜ VE GELİŞMESİ GEREKEN YÖNLERİ



Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖCAL
İşletme (İngilizce) Bölümü

Aile şirketleri serbest ekonomilerde çok önemli roller üstlenirler. Yapılan istatistik çalışmaları aile şirketlerinin Amerika'da gayrisafi millî hasılanın %49'unu ve diğer birçok ülkede %75'ini oluşturduğunu, dünya çapında çalışan nüfusun en az %75'ini istihdam ettiğini, Fortune 500 firmalarının %37'sinin ve Amerika'da borsaya kayıtlı şirketler toplamının %60'nın aile kontrolü altında olduğunu göstermektedir. Aile işletmelerinin Türkiye ekonomisi ve diğer ülke ekonomileri içinde önemli bir payı vardır. Yapılan çalışmalar Türkiye'deki tüm işletmelerin yaklaşık %95'inin aile işletmesi olduğunu; sadece sosyal ve ekonomik anlamda değerli küçük ve orta ölçekli işletmeleri kapsarsa da bu oranın %98,8 seviyelerine çıktığını göstermektedir.

Aile şirketlerinin performansları, aile şirketi olmayan şirketlerle karşılaştırılmış ve Amerika'da aile şirketlerinin yıllık %6,65 daha iyi varlık getiri oranına sahip olduğu görülmüştür. Avrupa'da ise durum bundan farklı değildir. Yine aile şirketleri diğer şirketlere göre %8 ile %16 (sermaye getiri oranı bazında) arasında daha iyi performans göstermektedir. Aslında bu rakamlar, aile şirketlerinin dünya ekonomisine yaptığı katkıyı iyi bir şekilde özetlemektedir.

Aile şirketleri yeni iş kollarının yaratılmasında da çok ciddi bir rol üstlenmektedir. Tüm dünyadaki politika yapıcılar, küresel kriz neticesinde oluşan yüksek işsizlikle baş etmek istiyorlarsa aile şirketlerine önemle yaklaşmalarında ve aile şirketlerinin yatırım yapmalarını kolaylaştıracak teşvikleri uygulamaya koymalarında ciddi yararlar vardır.

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

Şirket sahibi ile yönetici sorumluluğunun aynı kişide olması, ürünü pazara sunma hızında ciddi bir avantaj sağlamaktadır. Ortaklık yapısındaki yoğunlaşma yani şirket hisselerin bir veya birkaç kişinin elinde toplanması, şirketin verimliliğini artırırken yeniliğe ve insana yatırım hususunda daha uzun vadeli bakış açısını benimsemeye neden olmaktadır. Aile şirketlerinin müşteri odaklı olması ve niş piyasalara hizmet vermeleri, yaptıkları yatırımların getirisini artırmaktadır. Aile ismini ve itibarını koruma isteği, daha kaliteli ürün ve servise dönüşürken yatırımın getirisine de olumlu katkı yapmaktadır. Sebatkâr sermayeyi destekleyen aile yönetimi ve aile ortaklığı etkileşimi, nesilden nesile bilgi birikimi aktarımına ve değişen piyasa koşullarına hızlı uyuma yol açmaktadır. Aile şirketleri daha çabuk karar vererek diğer şirketlerin kaçırdığı fırsatlardan yararlanabilmektedir. Birbirine bağlı aileler iş hayatında hızlı hareket etmekte 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 yönetiminde kalmaktadır. Türkiye'de de durumun bundan 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 düşürebilir ve yukarıda sayılan avantajları azaltabilir. 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 sahiplerinin birden fazla rolü olduğundan zaman zaman duygular ile hareket edildiği görülebilmektedir. Birbirine 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 kısa ömürlü olmasında en sık görülen sebep yeni neslin bir plan çerçevesinde yetiştirilmemesi ve yönetimin zamanında yeni kuşağa devredilememesidir. Eğer aile şirketinin amacı uzun yıllar yaşamak ise yeni kuşağın yönetici gelişim süreci planlanmalı ve uygulamaya konmalıdır.

Aile şirketleri başarılı ve uzun ömürlü olmayı amaç ediniyor ise başarısız ve işini yapmaya ehil olmayan aile üyesi yöneticileri ve çalışanları işletmeden uzaklaştırılabilir. Katma değer yaratabilecek, aile dışından olan yetenekli profesyonel yöneticilerin istihdamı sağlanabilir. Bu şekilde şirketler hem sağlıklı olurlar hem de aile kontrolünde yönetilirler. Aile dışından olan başarılı yöneticilerin işletmeye katılımının sağlanması ve bu profesyonellerin şirketten ayrılmasını engelleyecek teşvik edici yöntemlerin uygulamaya konması, kurumsallaşma açısından önem arz etmektedir.

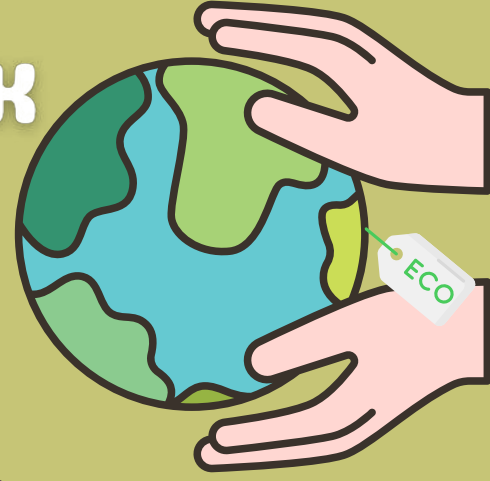
Günümüzde rekabet ortamı hızla değişmektedir. Bu değişime hızla ayak uyduran ve bir stratejisi olan işletmeler başarılı olacak ve ayakta kalabilecektir. Türkiye'de yapılan bir araştırmada aile işletmelerinin yarısından biraz fazlasının yazılı vizyonu ve stratejisi olduğu belirtilmektedir. Değişen rekabet 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 sürecinin 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 etkili bir şekilde yönetilmesinde yatmaktadır.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BİLİNCİNE SAHİP TÜKETİCİ OLMAK



Doç. Dr. Adnan DUYGUN
İşletme (İngilizce) Bölümü

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı çerçevesinde, sürdürülebilirliğin üç boyutu olarak ifade edilen çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarının ve 17 adet olan Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nın, tüm dünyayı ilgilendiren önemli konular olduğunu söylemek mümkündür. Bu konuda tüm insanlığa çeşitli görev ve sorumluluklar düşmektedir. Tüketiciler açısından duruma bakıldığında, bilinçli hareket etmek ve dolayısıyla bilinçli tüketici olmak da bu görev ve sorumluluklar kapsamındadır. Genel olarak sürdürülebilirlik için bilinçli tüketici olmak adına çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan farkındalığın ve bilincin oluşması, tüketici davranışlarının da bu doğrultuda gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Kısacası, sürdürülebilirlik bilincine sahip bir tüketici olmak gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik bilincine sahip tüketici olmayı çevresel, sosyal ve ekonomik açılarından tüketicilerin nasıl davranabileceğine örnekler vererek açıklamak mümkündür. Bu konuda çalışan Balderjanh, Buerke, Kirchgeorg, Peyer, Seegebarth ve Wiedmann 2013 yılında "Consciousness for Sustainable Consumption - Sürdürülebilir Tüketim Bilinci" üzerine bir ölçek geliştirme çalışması ve 2018 yılında Balderjahn, Peyer, Seegebarth, Wiedmann ve Weber ise "Sustainability-Conscious Consumers - Sürdürülebilirlik Bilincine Sahip Tüketiciler" üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan her iki çalışmada da kullanılan boyutlar; çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlara dayandırılmıştır. Söz konusu çalışmalara dayanarak aşağıdaki örneklerle yer vermek mümkündür:

- Çevresel boyut için verilebilecek örnekler; geri dönüştürülmüş malzemelerden yapılmış, çevre dostu olacak şekilde paketlenmiş ve iklim dostu olacak şekilde üretilmiş ürünleri satın almayı tercih etmek ya da satın almaktır.
- Sosyal boyutta bir ürünü satın almayı tercih etmek ya da satın almak için verilebilecek örnekler; insan olarak işçilerin haklarına saygı duyulduğuna, işçilere karşı ayrımcılık yapılmadığına ve yapılacak işlerin adil ve hakkaniyetli bir şekilde işçiler arasında tazmin edildiğine inanılması şeklindedir.
- Son olarak ekonomik boyuta ise gönüllü sadelik (ürüne gerçekten ihtiyaç varsa ve ürün faydalı ise satın almak), borçsuz ve imkânlar dâhilinde yaşamak (ürün aşırı finansal yük getirmeyecekse ve gelecekte yapılacak harcamaları azaltmayı ya da harcamalardan vazgeçmeyi gerektirmeyecekse satın almak) ve ortak tüketim (ürünü satın almak yerine ödünç almak ve ürünü sahiplenmek yerine başkalarıyla paylaşmak) örneklerini vermek mümkündür.

Görüldüğü üzere sürdürülebilirlik bilincine sahip tüketici olmak, hem çevresel hem sosyal hem de ekonomik açıdan birçok fayda sağlamaktadır. Hepimizin sürdürülebilirlik bilincine sahip tüketiciler olması dileğiyle...





SANAL EMLAK UZMANLIĞI

YENİ MESLEKLER

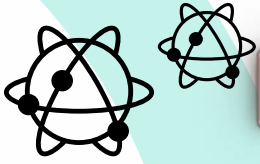
Arş. Gör. F. Burcu ÇOLAKOĞLU
Havacılık Yönetimi Bölümü



Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg'in "fizikselleştirilmiş internet" olarak tanımladığı Metaverse, 2021 yılının en çok konuşulan konularından biri olarak öne çıktı. Birden fazla sanal dünyanın bir araya gelmesi ile oluşan, çevrim içi ve 3 boyutlu bir dünya konsepti olarak tanımlanabilen metaverse ile birlikte gelecekte hayatımıza gireceği öngörülen mesleklerden biri de sanal emlak uzmanlığıdır.

Kullanıcıların, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerini (sanal gerçeklik gözlüğü, akıllı bileklik vs.) kullanarak üç boyutlu şekilde yer alabileceği bu sanal evrenin iş toplantılarından eğlenceye çeşitli amaçlarla kullanılması hedefleniyor. Metaverse, insanların sadece sosyalleşmelerine imkân tanımayacak, aynı zamanda insanların ve şirketlerin sanal arsa, ev, dükkân gibi ihtiyaçlarına da cevap verecektir. Metaverse'deki sanal araziler bir çeşit emlak ekonomisi oluşturacaktır. Bu durum sanal emlak uzmanlığı gibi yeni bir iş tanımını beraberinde getirecektir. Metaverse ile birlikte emlak dünyasının da tamamen kabuk değiştireceği öngörülmektedir.

2021 yılının son günlerinde arsa satışları ile bir hayli popüler olan Metaverse, Sandbox, Ovr gibi birçok platformda milyon dolarlık parsel alımları gerçekleştirildi. Metaverse adı verilen bu sanal toplumsal düzleme ilk giriş yapan şehir ise Seul oldu. Türkiye'de ise, 15 bini İstanbul'da olmak üzere, 30 bin parsel satışı gerçekleştirildi. İstiklal Caddesi, İstanbul Boğazi'nin çevresi, tarihi camiler sanal alıcıların satın aldığı ilk yerler oldu. Ortaköy ve Boğaz hattındaki parseller 500 lira iken Bağcılar ve Esenler'deki parseller yaklaşık 135 liradan satılıyor. Bu teknolojinin, gelecek yıllarda daha etkin olması bekleniyor. Stadyum, saray, cami, köprü gibi sembol alanlar çoktan tükendi. Arsa satışı yapılan platformlarda satışlar kripto paralar ile yapılabiliyor. Aynı arsaların farklı platformda farklı bir sahibi olabiliyor. Bu arsaların değeri, platformların popülerliğine göre değişiklik gösteriyor. Bu açıdan bakıldığında da öngörülemez bir durum ortaya çıkıyor. Hangi platformlardaki Metaverse evrenlerinin başarılı olacağı, hangilerinin ise revaçta olmayacağı şu günden öngörülebilir olmadığı için bireyler farklı platformlara yatırımlar yapıyorlar.



METaverse: EKOSİSTEM GELİŞTİRİCİSİ

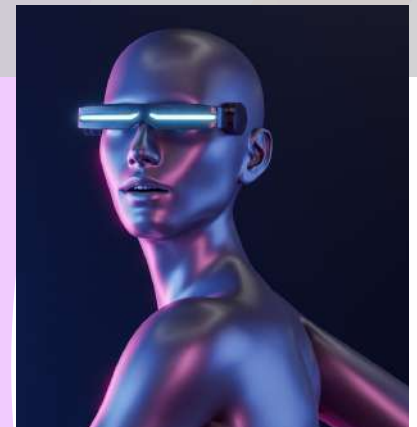


Arş. Gör. Fatih AVCILAR
İşletme Bölümü

Popülaritesi günden güne artan Metaverse'ün yapay özelliğinden dolayı kendi kendini inşa edemeyeceği bir gerçek. Bu yapay evrenin geliştirilmesi, inşa edilmesi ve kullanışlı bir hâle gelmesi için bütünleşik vaziyette çalışan yeni bir ekosistemin oluşturulması gerekiyor. Çeşitli işlemler, algılayıcılar ve sensörler, veri depoları, yeşil elektrik üretimi, hesaplamalar, kodlar, yasalar ve sınırlamalar gibi birçok karmaşıklığın içerisinde bulunan dünyamızın yapay bir hâlini dijital ortama aktarmak hiç de kolay olmayacak gibi görünüyor.

Ekosistem geliştiricisi ise bu karmaşıklığa bir çözüm olarak geliyor. Ekosistem geliştiricisi; en ufağından en büyüğüne kadar bütün bu karmaşık sistemdeki çarkların sorunsuz bir şekilde ilerlemesini sağlayan bir evrenin mimarı olarak gün yüzüne çıkıyor. Ekosistem geliştiricilerinin temel görevi, Metaverse'ün altyapısıyla ilgili yatırımları gerçekleştirmek için hükümetleri ve özel sektörü bir araya getirecek çalışmalarını yönetmek olacak.

Peki, bir Ekosistem Geliştiricisi olmak için ne yapmanız gerekiyor? Öncelikle diyalogun ve bilginin hâkim olduğu bir ekip anlayışına sahip olmanız gerekiyor. Sistemin büyük ölçekli hâle getirilmesi için paydaşları koordine etmekle yükümlü olan geliştirici, güçlü bir çevreye de sahip olmalı. Altyapı yatırımları yapmaları için paydaşları ortak bir hedefe yönlendirebilecek bir ikna kabiliyetine sahip olmalı ve sahip olduğu teknoloji bilgisini sürekli güncel tutmalı. Odaklanmaları gereken en önemli şeylerden biri birlikte çalışılabilirlik anlayışıdır; yani Metaverse paydaşlarının sanal öğeleri farklı ortamlarda kullanmalarını sağlayabilmelidir. Bu nedenle ekosistem geliştiricisi olabilmek için devletin belirli kademelerinde görev almış, şirketlerle etkileşim hâlinde olmuş ve gerçeğe yakın sanal dünyaların mantığını keskin bir şekilde kavramış olmanız gerekmektedir.



KÜLTÜR- SANAT- EDEBİYAT



Prof. Dr. Anton Abdulbasah Kamil
İşletme (İngilizce) Bölümü

10 DAKİKADA AVRUPA'DAN ASYA'YA (ARNAVUTKÖY - ÇENGELKÖY)

Geçen sene Emirgan Parkı'na giderken çocukluk anılarımı hatırlatan özel bir yer gördüm. Görünüşü fiziksel olarak çok farklı olsa da orada hissettiğim, çocukluğumdaki hisle aynı idi. Arnavutköy civarında renkli bir ev burası. Arnavutköy, İstanbul'un Avrupa yakasında yer almaktadır.

Geçen hafta en sonunda bu evi ziyaret edebildim. Ev, Arnavutköy İskelesi'nin karşısında yer alıyor. Bu ev üç-dört kattan oluşuyor ve çok lüks görünüyor. Eminim ev pahalıdır. Evin önündeki deniz suyu çok berrak ve önünde demirlemiş küçük bir kano mevcut. Evin etrafında uçan martıların görünümü ile manzara daha da güzelleşiyor. Denizin çağlayan suları ve kuşların civıltısı aklımı başımdan alıyor.

Çocukluğumu hatırladım. Doğduğum yer, Endonezya'nın Bandung kentinden çok uzak olmayan bir dağda bulunan bir köyde geleneksel bir evdi. O ev basit görümlü ve aşağısında bir balık göleti ile çevrili. Bu havuz suyu, dağ kaynaklarından geliyor. Aniden kuşların civıltıları beni rüyamdan uyandırdı. Konağın diğer tarafını görmek için yolculuğuma devam ediyordum. Görünüşe göre bu lüks evin iki yüzü var. Bir yüzü Fransa Caddesi'nde yer alıyor. Ev bir kafeymiş ve çevresinde de birçok kafe var. Ne yazık ki bölgedeki diğer kafelerle karşılaştırıldığında fiyatlar biraz pahalı.

Arnavutköy'ü severek gezdikten sonra İstanbul'un Anadolu Yakası'na doğru yolculuğuma devam ettim. Oraya gitmek için Arnavutköy İskelesi'nden vapura bindim. İstanbul Boğazı'nı kullanarak Avrupa'dan Asya'ya sadece 10 dakikada seyahat etmenizi size de tavsiye ederim. Vapur oldukça rahat. Bu nedenle boğazın etrafındaki manzarayı görmeyi kolaylaştırıyor. Ne güzel bir manzara bu... İstanbul'u çevreleyen çok sayıda tepe var. Manzaraya doyamayan vapur, Çengelköy Limanı'na yanaştı. Limandan çok uzakta olmayan, zarif görümlü bir bina var. Bina, Kuleli Askeri Lisesi. Ne yazık ki içine giremiyorum. Bu yüzden sadece dışarıdan fotoğraf çekebiliyorum. Saat geç olduğundan ve çok yağmur yağdığından dolayı yolculuğumu burada sonlandırdım.



Ayın İngilizce Deyimi

IF MUSIC BE THE FOOD OF LOVE, PLAY ON

Arş. Gör. Ercan Tugay AKI
İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü

Müzik Ruhun
Gıdasıysa,
Çalın Gitsin

“Müzik ruhun gıdasıysa, çalın gitsin.” cümlesi, Shakespeare’in en iyi bilinen komedilerinden biri olan *On İkinci Gece*’nin ünlü açılış sahnesinin dizeleridir. Shakespeare’in *On İkinci Gece*’si sahip olduğu meta-drama, karşı cinsin kıyafetlerini giyme ve eşcinsellik gibi nitelikler sebebiyle zamanının ötesinde bir oyundu.

Bu deyim, İliya sarayında müzik dinleyen ve Kontes Olivia hakkında düşüncelere dalan Dük Orsino tarafından oyunun hemen başında söylenmektedir:















Müzik ruhun gıdasıysa, çalın gitsin!
Yüreğimin açlığını bastırın.
Gözü doysun arzularımın,
doysun da biraz durulsun.
Şu baygın şarkıyı çalın.
Hani, mor menekşe tarlasından
esip gelen yel gibi,
Boram boram, insanı bayıltan, ninniler
gibi ruhu uyutan.
(Shakespeare, 1.1. 1-7)



Dük Orsino, bu sözleri Kontes Olivia ile olan moral bozucu ilişkisinden doğan aşk acısı nedeniyle söylemektedir. Dük Orsino’ya göre müzik dinlemek, karşılıksız aşkı sebebiyle çektiği acıyı hafifletecektir. Bu dizelerde müzik ile yemek arasında yapılan kıyaslama, çok yemek yemenin açlığı gidereceği gibi aşırı müzik dinlemenin de Dük Orsino’nun aşk hastalığını gidereceği yönünden bir anlamı ifade etmektedir. Elbette bahsi geçen bu deyim, Shakespeare’in oyununda geçmekte olduğundan sahip olduğu bağlam bakımından özgündür. Fakat deyimın özünde ifade ettiği anlam, “Müzik ruhun gıdasıdır.” sözünün genel olarak ifade ettiği anlamdan farklı değildir.

AKADEMİK PLAYLIST



- ▶  **Al Asad**
A-WA
- ▶  **Más allá del Sahara**
La Logia Sarabanda
- ▶  **L'amour à la plage (with Alice on the roof)**
Suarez, Alice on the roof
- ▶  **Goldene Zukunft**
Das Paradies
- ▶  **Nuestra Historia De Amor**
Claudia De Colombia
- ▶  **Bosa Noga**
Fatima Spar Und Die Freedom Fries
- ▶  **Μια θάλασσα τον Ιανουάριο**
Pan Pan, Nefeli Walking Undercover
- ▶  **Karaköy**
Brazilian Girls
- ▶  **Jaya Shiva Shankara**
Namaste
- ▶  **Mwambieni**
Zuchu
- ▶  **M' Bife**
Amadou & Mariam
- ▶  **Zina**
Babylone
- ▶  **Alabass**
Haris Hamza, CHAAMA
- ▶  **Lik**
Oum

Arş. Gör. Cansu TÜRKER İşletme (İngilizce) Bölümü

Bahar döneminin başladığı Şubat ayı çalma listesi, hem yumuşak tonlu melodilerden hem de baharın gelişini müjdeleyen hafif kıpırtılı şarkılardan oluşuyor. Toplam 14 şarkıdan oluşan listenin dinleme süresi ise yaklaşık bir saat.

Üniversitemizin çok kültürlü yapısını yansıtması adına şarkıların her biri özenle seçildi. Çalma listesi Fransızca, İspanyolca, Türkçe, Yunanca, Arapça, İngilizce, Hintçe, Almanca, Nyanja ve Derija dillerinde şarkılardan oluşmakla birlikte elektronik, akustik, pop, hiphop türleri ve farklı kültürlerin geleneksel ezgilerini içermektedir.

Keyifli dinlemeler...



SOSYOCOM RAF



HEINRICH VON KLEIST

MICHAEL
KOHLLHAAS
ESKİ BİR VAKAYINAMEDEN



vcan

Arş. Gör. Kemal ÇINKO
Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü

BİR KİTAP

MICHAEL KOHLHAAS – HEINRICH VON KLEIST

Alman yazar Heinrich Von Kleist'in ünlü novellası *Michael Kohlhaas*, ilk defa 1810 yılında yayımlanmıştır. Eser, adalet kavramını odağına almaktadır. Adaletin ne olduğuna, kimler için olduğuna ve kimlere göre şekillendiğine dair önemli değerlendirmeler sunan kitap, okuyucusunu bu kavram üzerinde düşünmeye sevk ederek adaletsizliğin ne büyüklükte sonuçlar doğurabileceğini gözler önüne sermektedir.

Eski bir vakayinamede geçen bir olaya dayanan *Michael Kohlhaas*'ın hikâyesi, 1530'lu yılların Alman topraklarında geçmektedir. Michael Kohlhaas kendi hâlinde yaşayan, dürüst, hak ve adalet düşkünü bir at tûccarıdır. Kohlhaas bir gün özenle yetiştirdiği iki kara yağız atı satmak üzere Leipzig Panayırı'na götürürken bölgenin kontu olan Sakson soylusu Junker Wenzel von Tronka'nın adamları tarafından durdurulur ve kente girebilmesi için kendisinden usulsüzce pasaport talep edilir. Daha önce on yedi kere pasaportsuz geçtiği bu yolda böyle bir uygulamaya hiç şahit olmayan Kohlhaas'ın yanında pasaport yoktur. Bunun üzerine asilzade, Kohlhaas'ın atlarına yasa dışı bir şekilde el koyar. Kohlhaas, uşağını atların yanında bırakıp pasaport çıkarmak üzere geri döner. Birkaç gün sonra uşağını neredeyse ölü vaziyette bulur. Uşağı orada feci şekilde dövmüşler, atları da tarlalarda çalıştırmışlardır. Zayıflayıp çelimsizleşen atları o şekilde teslim almayı reddeden Kohlhaas, uğradığı bu haksızlık karşısında mahkemeye başvurup asilzadeye dava açar. Ancak Kohlhaas'ın hakkını gasbeden Tronka'nın yüksek mevkilerde pek çok tanıdığı vardır. Kohlhaas, başvurduğu tüm yasal yollardan geri çevrilir. Ona atlarını bu vaziyetleriyle kabul ederek teslim alması ve meseleyi büyütmemesi söylenir. Ancak haksızlığa uğrayan Kohlhaas bunu kabul etmez. Kohlhaas'ın karısı, uğradıkları haksızlığı anlatan dilekçeyi hükümdara iletmek üzere Berlin'e gider. Ancak kadın, hükümdara çok fazla yaklaşınca nöbetçilerden birinin mızrak darbesiyle yaralanır ve eve döndükten kısa bir süre sonra ölür. Karısını da kaybeden Kohlhaas, çocuklarını başka bir kasabadaki akrabalarının yanına gönderir, çiftliğini ve diğer tüm mallarını satar. Kaybettiği onca şeyle birlikte adaletin yerini bulacağına olan inancını da yitiren Kohlhaas, artık kendi adaletini bizzat kendisi sağlayacaktır.

Opera ve tiyatro gibi türlere de aktarılan ünlü kitap 2013 yılında Fransız yönetmen Arnaud des Pallières tarafından sinema filmine uyarlanmıştır. Mads Mikkelsen'in Kohlhaas'a hayat verdiği film, ülkemizde "Adalet İçin" ismiyle sinemaseverlerin beğenisine sunulmuştur. Kohlhaas'ın adalet arayışına ve adalet uğruna yaptıklarına şahit olmak isteyenler için kitabın yanında film de iyi bir alternatif olmaktadır.

BİR FİLM

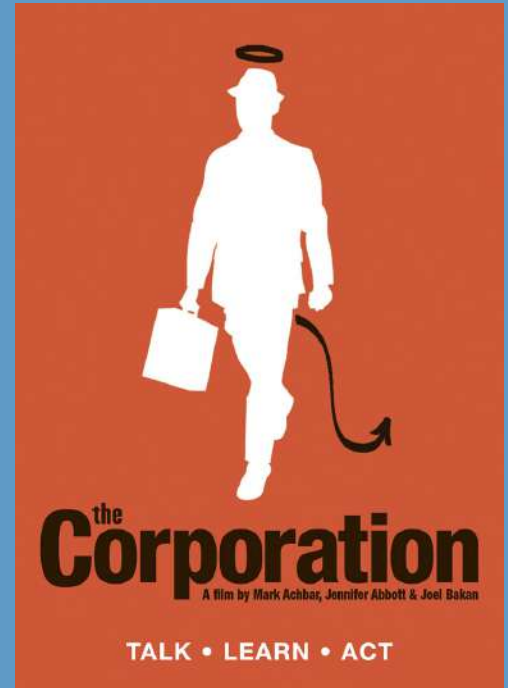
ŞİRKET

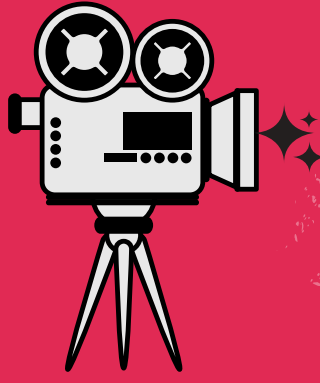
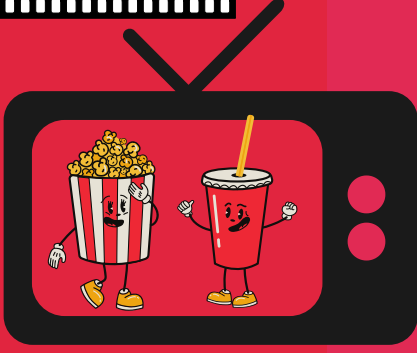
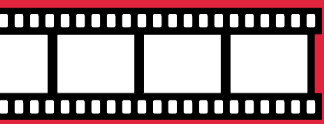
Arş. Gör. Ceren DEMİR

Uluslararası Ticaret ve Finansman (İngilizce) Bölümü

Yeni dünyanın merkezinde işletmeler önemli bir yere sahip. 21. yüzyılın en önemli kavramlarından biri olan işletmeler, 2003 yılında bir belgesel-film konusu olarak yakından incelendi. IMDb puanı 8 olan Kanada yapımı belgesel-film, akademi kökenli kişilerce hazırlandı. British Columbia Üniversitesi Hukuk Profesörü Joel Bakan tarafından yazılan film, günümüz şirketlerinin sistematüğünün arka planını göstermektedir. Profesör filmin çekimleri sırasında "The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power" isimli kitabını da yazdı. Bir devam filmi olarak "The New Corporation: The Necessary Sequel" ise uzun yıllar sonra 2020'de gösterime girdi.

Filmin temelinde tüzel kişiliğe sahip çağdaş işletmelerin gelişimini göreceğiz. Belgesel, çoğunlukla Kuzey Amerika'daki şirketlere odaklanıyor. Konunun temeli tarihsel olarak Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Güney Pasifik Demiryolu Şirketi'nin 1886 tarihli bir davası sonucunda, şirketlerin insanlarla aynı haklara sahip "kişiler" olarak değerlendirmesine dayanmaktadır. Film, iş uygulamalarını röportajlar aracılığıyla inceliyor. Filmde işletmelerin değerlendirmesi, insanlardaki gibi tanı kriterleriyle açıklanıyor. Bu sebeple film, çağdaş kârlı ticari şirketin profilini klinik olarak teşhis edilmiş bir psikopatınkiyle karşılaştırılıp, şirketlerin sistematik olarak davranmaya zorlandıklarını DSM-IV'ün tanılarıyla incelemeyi ima etmektedir (Mental Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı Dördüncü Baskı, Amerikan Psikiyatri Birliğinin resmî el kitabıdır). Örneğin diğer insanların duygularını umursamama, insan ilişkilerini sağlıklı şekilde sürdürmemeye, başkalarının güvenliğini önemsememe, çıkar sağlamak için yalan söyleme ve yasalara uymama bunlar arasındadır. Şirketlerin işleyişini psikoloji kriterleriyle farklı bir perspektiften incelemek istiyorsanız, bu filmi izlemenizi şiddetle tavsiye ederiz.





BİR DİZİ

DEVILS

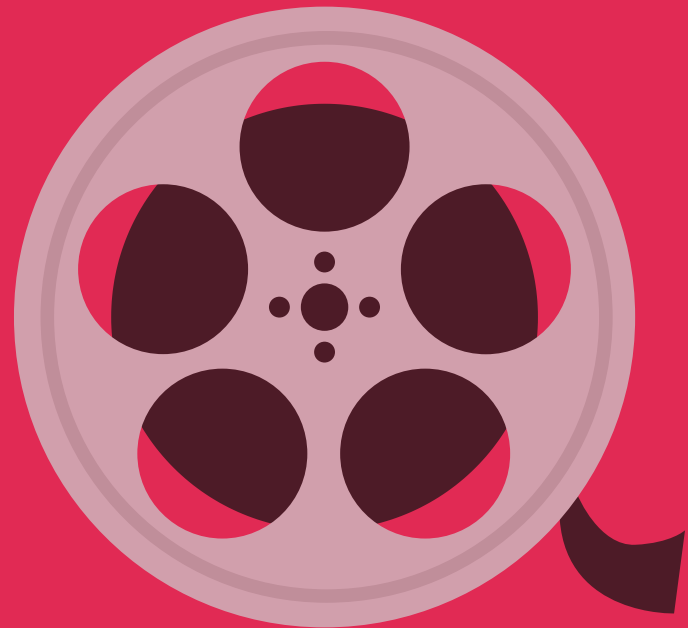
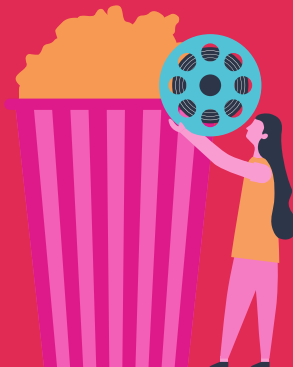
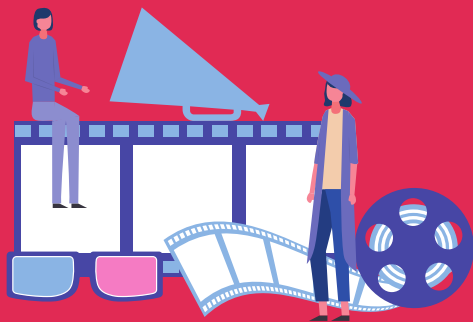
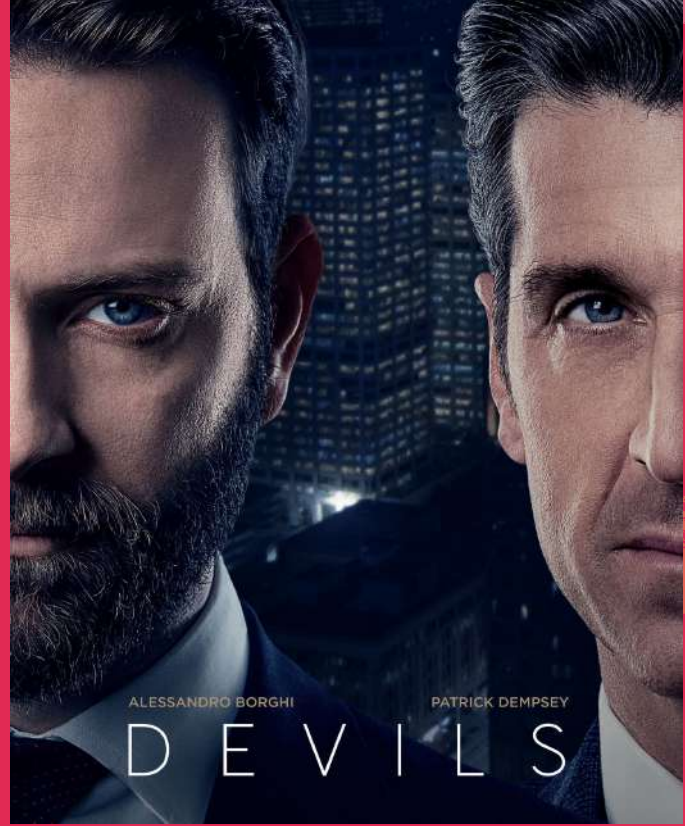
Arş. Gör. Zülal SEZİCİ
İşletme (İngilizce) Bölümü

Haksızlığa karşı çıkmak ve haksızlığa uğradığında bundan rahatsız olmak doğaldır. Ancak dengeler değişirse ve kendinizi daha güçlü tarafta bulursanız, yine de adaletsizliğe karşı durabilecek misiniz? İşte, CW'nin *Devils* adlı yeni dizisinde Massimo'nun hikâyesi, izleyiciyi bu konuda gıdıklıyor.

Guido Maria Brera'nın *I Diavoli* adlı romanından uyarlanan *Devils*, dünyanın en büyük yatırım bankalarından birinin (NYL) Trade Müdürü Massimo Ruggero (Alessandro Borghi) ile akıl hocası Dominic Morgan arasındaki psikolojik bir savaşı konu ediyor. CEO Dominic Morgan Dominic'in (Patrick Dempsey), bir İtalyan trader olan Massimo Ruggero'nun yerine başka bir meslektaşı olan Edward Stuart'ı atmasının ardından gelişen olayları anlatıyor dizi. Avrupa mali bir krizin ortasındaiken Massimo spekülasyon yoluyla NYL için yüz milyonlarca dolar kazanmayı beceriyor.

Massimo, ayrı yaşadığı karısının kullanıldığı acı verici bir skandala yanlışlıkla karışınca Dominic bu olayı bahane ederek Massimo yerine Edward Stuart'ı tercih edip terfisini reddeder.

Massimo akıl hocasının da ona sırtını döndüğünü öğrendiğinde şaşırır. Massimo, içine düştüğü skandali birilerinin bilerek onun başına sardığına inanır ve gerçeği ortaya çıkarmaya kararlıdır. Ancak Edward beklenmedik bir şekilde ölünce Massimo daha büyük bir tehlikenin içinde olduğunu fark eder.

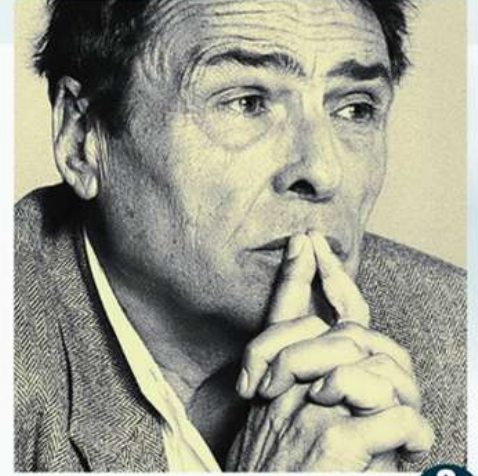




Ayın Kitap İncelemesi

ERİL TAHAKKÜM

PIERRE BOURDIEU



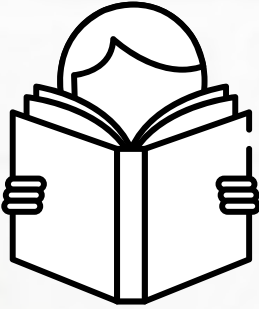
Teorik
BAĞLAM

2.
BASIM

ERİL TAHAKKÜM - PIERRE BOURDIEU

Arş. Gör. Banu DEMİRBAŞ

Sosyoloji Bölümü



BASIM YILI: 2015
SAYFA SAYISI: 160
YAYINEVİ: BAĞLAM YAYINLARI
ÇEVİREN: BEDİZ YILMAZ



Fransız sosyolog, antropolog ve felsefeci Pierre Bourdieu'nun kaleme aldığı *Eril Tahakküm* çalışması, etnografik bir saha araştırması olup Kabil Berberileri'nin kadın ve erkek ilişkileri üzerine detaylı bir analizini içermektedir.

Kitap, "Büyütülmüş Bir Resim", "Saklı Sabitlerin Hatırlanması", "Süreklilik ve Değişim" olmak üzere üç ayrı bölümden oluşmaktadır. Ele alınan bölümlerde beden kavramının toplumsal olarak inşa edilmesi, tahakkümün bedenleşmesi, sembolik şiddet, erkeklik ve şiddet, soyluluk olarak erillik, eril bakış açısına kadının bakışı, tahakküm ve aşk üzerine notlar gibi başlıklar bulunmakta olup konu ekte yer alan, gey ve lezbiyen hareketi üzerine bazı sorunlar başlığıyla desteklenmektedir.

Bourdieu bu çalışmasında, eril iktidarının ve egemenliğinin öne çıkarılmasının yanında toplumsal cinsiyet eşitsizliğine odaklanmakta; bireylerin hayatlarında kurulan tahakkümün kabullenilmiş görüntüsünü okuyucuya sunmaktadır. Özellikle kitabın giriş bölümünde Bourdieu'nun (2015:11) eril tahakkümü "*en tahammül edilemez varoluş koşullarının çoğunlukla kabul edilebilir hatta doğal olarak görülmesi*" üzerinden değerlendirmesi, konuyu itaatin en iyi örneği olarak ortaya koyması açısından oldukça önemlidir. Bunun yanında Bourdieu sosyolojisinde anahtar kavramlar olan alan, habitus, doxa, sembolik şiddet gibi kavramlarıyla beslenen çalışmanın kadın - erkek eşitsizliği ve cinsiyetçi tahakküm yaklaşımını görünür kılmak ve mücadele alanı yaratmaya çalışmak anlamında okuyucuya fikir sunduğu görülmektedir.

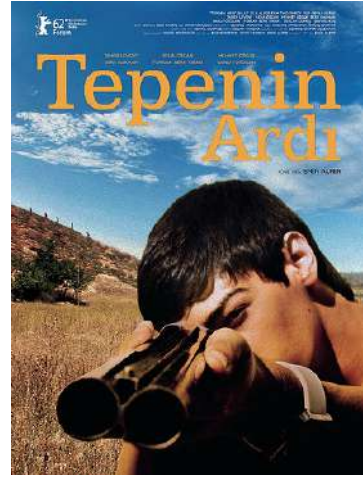
Bourdieu, yüzyıllardır bilinç dışımıza işlenen ve sembolik şiddet yoluyla sürekli olarak yeniden inşa edilen eril tahakkümün kavranmasına yönelik akıcı ve anlaşılır bir üslupla ele aldığı çalışmasında toplumsal cinsiyet sosyolojisine yönelik kendinden sonra yapılacak olan çalışmalara referans olmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma; kadınlık, erkeklik, toplumsal cinsiyet ve beden sosyolojisi alanlarında çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için bir başucu kitabı olma özelliği taşımakta ve okuyucularını beklemektedir.

Ayın Film İncelemesi

ERKEK EGEMEN KÜLTÜRÜN ELEŞTİRİSİ: TEPENİN ARDI FİLMİ

Arş. Gör. Aysun KÖRLÜ TOPAN
Sosyoloji Bölümü

YILI: 2012
SÜRE: 1 SAAT 34 DAKİKA
YÖNETMEN: EMİN ALPER
OYUNCULAR: TAMER LEVENT, REHA
ÖZCAN, MEHMET ÖZGÜR, BERK
HAKMAN



Yönetmenliğini Emin Alper'in üstlendiği 2012 yapımı *Tepenin Ardı* filmi; bir adamın birisi deli fişek, diğeri bunalım yaşayan iki oğlunu alıp babasının çiftliğine götürmesiyle gelişen olayları anlatıyor. Ailenin büyüğü olan dede Faik, çiftliğinde olan biten her olumsuzluğu keçi sürülerine ve onların çobanlarına bağlamaktadır. Nereden geldiği belli olmayan bir silah patlamasıyla olaylar, dedenin yönetiminde kontrolden çıkar. Carl Schmitt'in dost/düşman ayrımına bolca referans veren film, sorunlarıyla yüzleşmek yerine bir düşman yaratan erkek egemen kültürü, aile trajedisi üzerinden eleştirmektedir.

Paranoya ve Düşman

Filmde hiç görülmeyen ya da görüldüğü sanılan düşman bir paranoyanın ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Tepenin ardındaki Yörükler tarafından evinin tehdit altında olduğunu düşünen Faik, bu tehlide o kadar inanır ki ailesinin erkeklerini bu tehdit etrafında örgütler. Faik'in paranoyası etrafında eylemleri ile hikâyenin farklı noktalarında görev alan karakterler, bir otorite figürü olan Faik'i sorgulamadan düşüncelerini kendilerine saklarlar. Bu şekilde filmin kendisini üzerine kurduğu düşman ve ötekileştirme, filmin mekânından ve ülkesinden bağımsız olarak evrensel bir mesaj vermektedir. Dayanışmanın, kontrolün, düzenin ve kimliğin kurulmasında düşmana olan ihtiyaç evrenselidir. Filmde tehdit karşısında karakterlerin söylemleri somut ve belirli nedenlere dayanmadan sadece erkeklikle ilgili görevlere gönderme yapmaktadır. Düşmanla savaş, Faik'in liderliğinde erkekliği sınanmasıdır.

Filmin Mekânı ve Çekimleri

Filme konu olan mekân taşradır. Geniş ve dağlık bir coğrafyanın ortasındaki bir köy evi Meryem'in mekânı, evin dışı ise erkek karakterlerin mekânı olmaktadır. Her karakter, mekânı farklı deneyimlemektedir. Faik için burası mülkiyeti ve mirası iken Mehmet için iş, Sülü için kaçış, Caner için macera, Zafer içinse bir fantezi mekânıdır. Mekânın odak noktası tepenin ardıdır. Tepenin ardı, düşman ile ev arasındaki çizgiyi oluşturmaktadır. Karakterler tepenin ardında ne olduğuna ilişkin sadece Faik'in bakış açısını kullanmaktadır. Seyirci de bir şüpheyle birlikte özellikle filmin başlarında bu bakış açısıyla filmi izlemektedir. Filmde hem geniş çekimler hem de karakterlerin arkasından takip eden kamera ile çekimlerin yapıldığı görülmektedir. Geniş çekim, mekâna ilişkin algımızı beslerken karakterlerin sırtından yapılan çekimler ise tehdit unsurunu beslediği söylenebilmektedir.

Erkeklik ve Kadın

Filmdeki tek kadın karakter Meryem, erkek bakış açısı ile verilmektedir. Kadın hep evin içindedir; evden çıktığında ise görüşlerine değer verilmemekte, sadece yemek ve cinsellikle özdeşleştirilmektedir. Hem Faik hem de Nusret karakterleri Meryem'e sadece kadınlığı üzerinden yaklaşmakta ve Meryem ile konuşmalarında cinsel göndermelerde bulunmaktadır.

Sonuç olarak film, gerçekliğin insan tarafından nasıl inşa edildiğini ve bunun için her zaman somut kanıtlara ihtiyaç olmadığını anlatmaktadır. Düşmanın kim olduğunu belirleyen, ötekinin yaptıklarından ziyade ona bakış açısı olabilir. Filmde bu kabul, iktidar ve yönetmek ile ilişkilendirilmiştir. Tek bir liderin düşman yanlılığı, somut sonuçlar doğurmuş ve karakterlerin suskunluklarıyla besledikleri hikâye tek bir yöne, intikama yönlendirilmiştir.

Kaynaklara erişmek için lütfen tıklayınız.

Veri Analizinde En Çok Kullanılan Programlar



EĞİTİM
ARAŞTIRMA



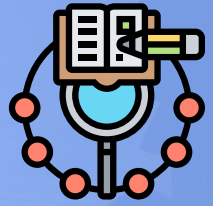
Arş. Gör. Süreyya İMRE BİYİKLİ
Yönetim Bilişim Sistemleri
Bölümü

1.R

Veri analizinin daha da önem kazandığı bugünlerde R adından sıkça söz edilen bir programlama dili hâline gelmiştir. İstatistiksel hesaplamalar ve grafikler için kullanılan bir programlama dili olan R, Yeni Zelanda'daki Auckland Üniversitesinden Ross Ihaka ve Robert Gentleman tarafından 1993 yılında geliştirilmiş ve adını bu iki geliştiricinin baş harflerinden almıştır. Yazılım ise 2010 yılında geliştirilmeye başlanmış ve ilk beta sürümü Şubat 2011'de piyasaya çıkmıştır.

R genel bir tabirle istatistiksel hesaplama, grafik ve veri analizi için kullanılan açık kaynaklı bir yazılım dilidir. Özgür bir yazılım dili olması nedeniyle kullanıcılarını da geliştirme sürecinin bir parçası hâline getiren R, şimdilerde R Core Development Team adı verilen bir ekip tarafından geliştirilmeye devam etmektedir ve bugün yaklaşık 12 bin paketi kullanıcılarına sunmaktadır.

R, çok geniş istatistiksel sonuçlar (doğrusal ve doğrusal olmayan modelleme, klasik istatistik testleri, zaman serileri ve panel veri analizi, sınıflandırma, kümeleme ve karar ağaçları vb.) ve grafik teknikleri sunmaktadır. Bu nedenle veri bilimcileri ve analistler arasında oldukça popülerdir. Kullanıldığı popüler alanlar, makine öğrenmesi ve büyük veridir.



2.Python

Python, 1990 yılında Guido van Rossum tarafından Amsterdam'da geliştirilmiştir. Adını Monty Python adlı grubun *Monty Python's Flying Circus* adlı gösterisinden almıştır. Bu program, günümüzde Python Yazılım Vakfı çabalarıyla geliştirilmeye devam etmektedir. Geniş kütüphanelere sahip bir yazılım ve kodlama dili olarak kullanılan Python, diğer programlama dillerinden daha basit bir algoritmaya sahip olması ve açık kaynaklı olması nedeniyle kullanıcılara büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Dünya üzerinde en fazla kullanılan programlardan olan Python her geçen gün gelişmektedir. Veri bilimi alanında büyük dataların işlenmesinde kullanılan Python programlama dili ile Web tasarımı, mobil oyunlar, veri analizi, makine öğrenmesi ve matematik ile ilgili uygulamalar yapılabilmektedir. Özellikle geniş kütüphanelerinden biri olan Django ve Pygame ile birlikte Web yazılımında ve oyun motoru olarak da kullanılmaktadır. Python programlama dilini kullanan kuruluşlardan bazıları Wikipedia, Google, Yahoo!, NASA, Facebook, Amazon, Instagram ve Spotify şeklinde sıralanabilir.

R ile Python'ın kullanım alanı benzer olmasına rağmen Python'ın kullanım alanı R'a göre daha geneldir. Python hem istatistiksel hesaplamaları hem yazılım geliştirmeyi içinde barındırmaktadır. R'ın temel amacı ise istatistiksel analiz yapmaktır ve bu nedenle Python'a göre daha çok paket sunmaktadır. R daha çok akademik alanda kullanılırken Python yazılım geliştirme alanında kullanılmaktadır.





TÜRK KADIN YÖNETİCİLERİN CAM TAVAN AŞMA STRATEJİLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Yeşim KAYA
İşletme Bölümü

İş dünyasında kadın çalışanların sayısı her geçen gün artıyor olsa da kadınlar yöneticilik pozisyonlarında hâlâ dezavantajlı durumda olmakta ve kurumsal liderlik pozisyonlarında önemli ölçüde temsil edilmemektedir. Nitelikli kadınların üst düzey yönetim pozisyonlarına ilerlemesini engelleyen, çok ince ve şeffaf ancak gerçek olan engel literatürde "cam tavan" olarak kavramsallaştırılmıştır. Kaya ve Tamer (2022) tarafından yürütülen çalışmada, kadın yöneticilerin cam tavanı aşmak üzere iş - yaşam ve aile dengesi, iş hayatı ile kariyer yolculuğu olarak kavramsallaştırılabilecek üç alanda farklı stratejiler uyguladıkları tespit edilmiştir.

Kadın yöneticiler iş - yaşam dengesi ve aile konusunda aile kültürüne, çocuk bakım ve sosyal destekler ile kendi bireysel çabalarına vurgu yapmışlardır.

İş hayatında ayrımcılık, ön yargılar ve engellenmelerle baş etmek üzere kadın yöneticilerin ortak ve açık iletişim, fazla çalışma ve kusursuz olma, seviyeli iletişim, sabır ve tepkisizlik, kılık - kıyafet kısıtlaması, çatışmadan kaçınma, gruba dâhil olmak için ortak bir hobi geliştirme ve özel hayata saygı gibi stratejileri uyguladıkları ortaya çıkmıştır. Kabul görmek için uygulanan bu stratejiler arasından kadınların kendi kendilerine kılık - kıyafet kısıtlaması getirmeleri, erkek çalışma arkadaşlarının iş ağılarına dâhil olabilmek amacıyla ortak hobi geliştirmeleri ve aile hayatı açısından zararsız bir kadın olduğunu kanıtlamak için özel hayata saygıyı vurgulamaları oldukça dikkat çekicidir. İş hayatında karşılaşılan diğer güçlüklerle baş edebilmek için ise kadın yöneticilerin bazen kadına özgü tepkiler ortaya koyma, bazense özellikle kadına özgü bazı tepkileri bastırma, işten vazgeçme/kendini durdurma, potansiyelini farklı alanlara yönlendirme ve psikolojik dayanıklılık gösterme gibi stratejiler uyguladıkları tespit edilmiştir.

Kadın yöneticilerin kariyer yolculuğu ve örgüt içinde kadının terfisi konusunda hakim olan görüş, yönetici etkileri ile kendi bireysel çaba ve özelliklerine vurgu yaptıkları ortaya çıkmıştır. Kadın yöneticiler, rakiplerine fark atarak kariyer yolculuğunda ilerleyebilmiş olmalarında uzmanlık gücü, kişisel özellikler, analitik zekâ, disiplin ve çalışkanlık, holistic yaklaşım, detaycılık, çözüm odaklılık, ilişki odaklılık, duygusal zekâ ve eğitim gibi kişisel özellik ve çabaların önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Kendi bireysel çaba ve özellikleri temelinde, kadının terfisi konusunda kurum desteğinden yararlanıp diğer yöneticilerin olumsuz etkileriyle mücadele ederek kariyer yolculuğunda ilerleyebildikleri anlaşılmaktadır.

Bu stratejiler, her yönetim kademesinde bulunan kadınlar için kariyer yolculuğunda ilerlemek üzere uygulayabilecekleri ilham verici stratejilerdir. Bu stratejiler arasında örgüt tarafından desteklenebilecek stratejiler de insan kaynakları yönetimi uygulayıcıları, yönetici ve liderler ile örgüt yapı ve kültürü tasarlayıcıları için yol gösterici nitelikte olacaktır.



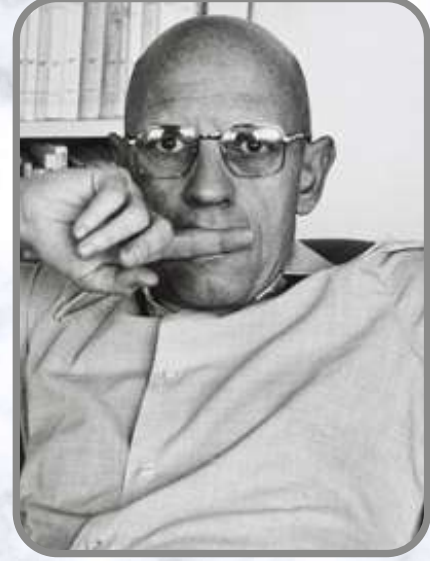
KİMDİR BU FOUCAULT?

Arş. Gör. Zülal SEZİCİ İşletme (İngilizce) Bölümü

Herhangi entelektüel hatta yarı-entelektüel bir felsefi sohbetin ucu mutlaka Michel Foucault'ya dokunur. Filozoflar genelde toplumun genelinden farklı düşünürler, aykırıdır. Foucault bir filozofa göre, yani aykırıları içinde de aykırıydı bana kalırsa. Bu sebeple dönemin büyük filozoflarından Jean Paul Sartre'ın da dikkatini çekmişti. Neyse, kişisel yorumlarımı çok uzatmadan Michel Foucault'nun elli sekiz yıllık hayatını ve kim olduğunu çok kısa bir şekilde anlatmaya çalışayım.

Foucault, 15 Ekim 1926 Poitiers Fransasında, tıp bilimiyle meşgul burjuva bir ailenin çocuğu olarak dünyaya geliyor. Ailesi, Foucault'nun da bir tıp doktoru olmasını arzu etse de onun için böyle bir seçenek mevcut değil. Farklı bir çocuktu aslında Foucault; tıp değil felsefe ve tarih okumak istemesinin ötesinde bir farklılık taşıyordu. Mesela acı çekiyordu, çok fazla... Gençlik döneminde de bu acı bir yere gitmedi. Aksine arttı ve Foucault sürekli intiharı düşünmeye başladı. Sonunda henüz 22 yaşındayken intihar girişiminde bulundu. Bu olayın neticesinde babası onu, o dönem Paris'in en ünlü psikiyatristlerinden olan Jean Delay ile görüşürdü. Bu görüşmeler Foucault'nun zihnini sakinleştirdi. Kendisiyle yüzleşti. Yine de herkesin tanıdık olduğu Paris entelektüel camiasından bir süre uzak kalması gerektiğine kanaat getirip İsveç, Almanya ve Polonya'da eğitimine devam etti. 27 yaşındayken bir yaz tatili sırasında Nietzsche'nin "The Uses and Abuses of History for Life" başlıklı bir makalesini buldu. Burada tarihin, sadece geçmişte olan olaylar şeklinde değil, ona bakılıp derslerin çıkarılması gereken bir şey olduğu anlatılıyordu. Bu yazının ardından Foucault felsefi bir tarihçi olmaya karar verip bundan sonra geçmişe bakarak zamanın önemli sorunlarını çözmeye çalıştı. 1961 yılında ilk şaheseri olan *Delliliğin Tarihi*'ni yayımladı. Bu kitapta, modernizmin etkisiyle deliliğe yönelik bakışın olumsuz anlamda değiştiğini, önceki çağlarda deli/farklı olanın aslında bir tür bilgeliğe sahip olduğunun düşünüldüğünden bahsediyor. Oysa modernizmden sonra, deli olan kişi toplumdan farklı hareket eden aslında klasik homo economicus tanımına uymayan kişi olduğu için bir nevi hapsedilmek istenmiştir. Modern psikiyatrinin bizim mental sağlığımızı tedavi etmeye çalışmasının amacı, bizleri tekrar üretime katmaktır. Bu hastaların tekrar üretime katılabileceklerine dair umutlarını tamamen yitirdiklerinde de aslında bir nevi hapsedilme olan akıl hastanelerine onları tikiyorlar.

Kliniğin Doğuşu kitabında buradaki felsefeyi görebiliriz. 18. yüzyılda profesyonel doktorun doğup insana bir insan olarak değil, organlar kümesi olarak baktığını söylüyor. Foucault'nun bir sonraki kitabı *Disiplin ve Cezalandırma* 1975 yılında yayınlandı ve bu kitapta Foucault devletin cezalandırma sistemini eleştirdi. Geçmişteki cezalandırmalar kamusal alanlarda yapıldığından halkı tetikleyici bir etkiye sebep olabiliyorlardı. Oysa modern hapisanenin doğuşuyla cezalar her ne kadar daha az vahşi hâlde gelmiş gibi görünse de kapalı kapılar ardında verilen cezalar devletin egemenliği için çok daha az tehlikeli ve sansürlü hâlde geldi. Aslında ne müebbet hapis cezaları ne de akıl hastaneleri toplumdaki sıkıntıları, suçları çözüyor, insanları iyileştirmiyor; sadece o anki egemen düzeni koruyor, diyor Foucault. Yine *Cinselliğin Tarihi* kitabında da 18. yüzyıldan beri cinselliği özgür yaşadığımızı sanıp aslında onu cinsellik bilimi altında kısıtlı yaşadığımızı söylüyor. Foucault, geçmişte olan her şey doğrudur ve en iyisidir demiyor ama her zaman her konuda insanlığın ileri gittiği safatasını bırakıp geçmiş zamandaki iyiliği görebilmek için "iyimser ukalalığımızdan" vazgeçmemiz gerektiğinin vurguluyor.

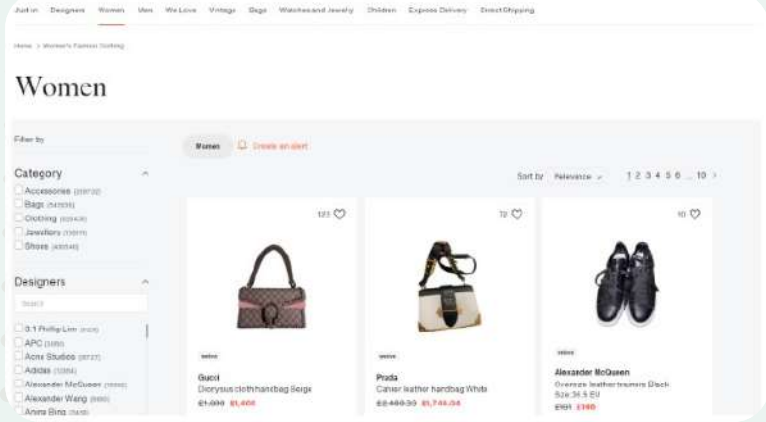


Lüks Pazarlamada Sürdürülebilirlik Uygulamaları

GİRİŞİMCİLİK VE İNÖVASYON

Dr.Öğr. Üyesi Alpaslan KELLEÇİ
İşletme Bölümü

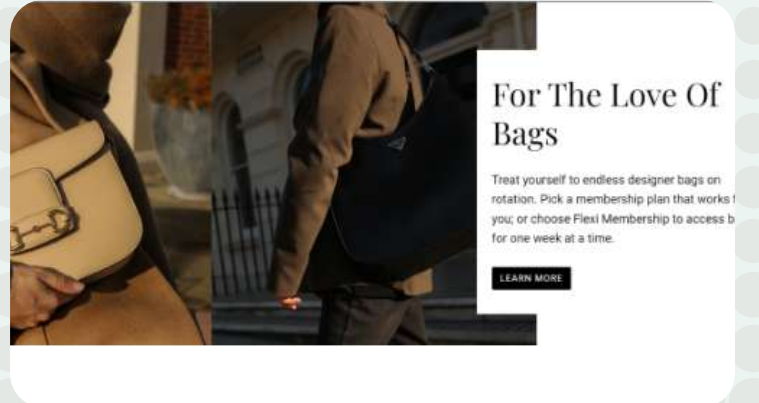
Günümüzde ikinci el lüks ürünlere yönelik artan talebin yanı sıra, çevrim içi ikinci el ve lüks kiralama platformlarının yükselişi nedeniyle lüks tüketimin yeni biçimlerine ilgi artmaktadır. Lüks tüketim kalıplarındaki son gelişmelerle bağlantılı olarak Fransız lüks ürün grubu Kering (Gucci'nin sahibi), ikinci el giysi ve el çantaları için Paris merkezli lider yeniden satış platformu Vestiaire Collective'e 2021 yılında yatırım yaptı. Kering'e göre ikinci el lüks pazarındaki büyüme, ağırlıklı olarak genç tüketicilerin sürdürülebilirliğe odaklanması, sosyal alışveriş ve çevrim içi topluluklar için artan bir eğilim tarafından tetiklendi.



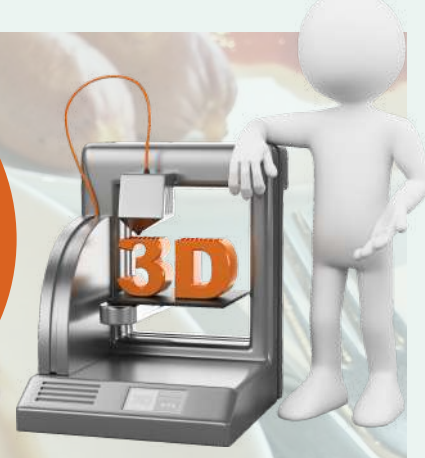
Tüketiciler sahiplik ile her zamankinden daha az ilgilendikleri için lüks endüstrisi de "kullandıkça öde" veya "kiralananabilir lüks" iş modeli yönünde ilerlemektedir. Yakın zamanda Burberry, Birleşik Krallık'ta çağdaş ve lüks kadın giyim modasını kiralamak ve satın almak için önde gelen pazar yeri My Wardrobe HQ (MWHQ) ile ortaklaşa bir kiralama iş modeli başlattı. MWHQ, lüks modayı sürdürülebilir bir şekilde tüketmedeki çözümün lüks kiralamadan geçtiğine inanıyor. MWHQ, kullanıcıların ve müşterilerin web sitesinde beden ve kiralama süresini seçmelerine olanak tanıyor. Örneğin bir Burberry trençkot, bir günlüğüne yaklaşık 20 dolara kiralanabiliyor. Kullanıcıların MWHQ platformunda erişebildiği öğeler, hem yeni hem de geçmiş sezonların bir karışımı şeklinde sunuluyor.



Kiralanabilir lüks için başka bir örnek, Kering'in lüks çantalar için üyelik - abonelik hizmeti sağlayan Cocoon'a yaptığı yatırımdır. Cocoon, kullanıcıların farklı koleksiyonlar arasından seçim yapmalarına olanak tanıyan üç farklı üyelik planına (premium, deluxe ve flexi) sahip. Kering, abonelik iş modelini, lüks grubun sürdürülebilirlik tutkusunu ile iyi bir şekilde örtüştürüyor için çok önemli bir strateji olarak görüyor.



3D YAZICILAR İLE NELER YAPABİLİRSİNİZ? IKEA'NIN MEŞHUR İSVEÇ KÖFTESİ



Arş. Gör. Melih YILDIZ
İşletme Bölümü

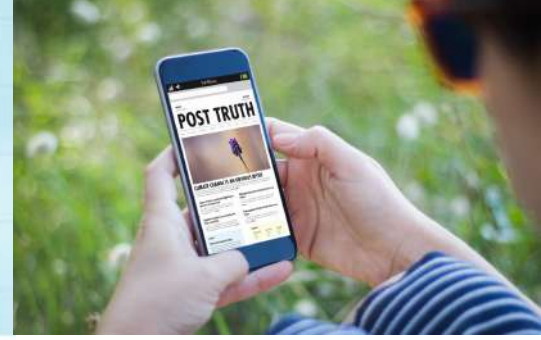
IKEA



IKEA denilince akla genellikle iki şey gelir: karmaşık talimatlara ve zarif tasarıma sahip mobilyalar -özellikle beyaz renkli olanlar- ve ağız sulandıran leziz İsveç köftesi. Bu yazıda mobilyadan çok köfteden bahsedeceğiz. Yani aklınıza gelen ikinci şeyden. Ancak bazılarınız için köftenin bir numara olduğunu biliyorum. IKEA, bu ayın başlarında üç boyutlu yazıcılarla vegan köfte üreteceğini açıklamıştı. SosyoCom ailesi olarak biz de bu önemli haberi sayfalarımıza taşıdık.

"Taste a Future" projesi kapsamında üretilen bu üç boyutlu köfteler işe alım mülakatlarında kullanılacak. IKEA'nın Grup Bilişim Kurulu Başkanı Pascal Pauwels, bu 3D köfteleri "çok kanallı bir ortamda daha uygun fiyatlı, erişilebilir ve sürdürülebilir hâle getirmek için veri ve teknolojinin somutlaşmış hâli" olarak tanımlıyor. Bu uygulama ile etin protein yapısının üç boyutlu yazıcılar aracılığıyla kopyalanarak üretilmesi planlanıyor ve bu yapay ürünlerin sürdürülebilirlik ve vegan beslenme için geniş bir alan oluşturacağı düşünülüyor. IKEA henüz bu üç boyutlu köfteleri müşterilerine sunmayı düşünmüyor; fakat tüm restoran menülerini 2025 yılına kadar %50 bitki temelli yapmak için bir girişim başlatmayı ve diğer işletmeleri sürdürülebilir gıda seçenekleri konusunda teşvik etmeyi planlıyor.

Bir yıldan biraz fazla bir süre önce IKEA, sürdürülebilirlik hedeflerinin bir parçası olarak 2025 yılına kadar paketlenmiş gıdalarının %80'ini ve restoran menülerinin %50'sini bitki temelli hâle getireceğini söylemişti. Bu girişim bir tutundurma çabası gibi görünse de IKEA'nın önümüzdeki günlerde tüm vaatlerini yerine getireceğine dair önemli ipuçları veriyor. SosyoCom ailesi -özellikle veganlar- olarak biz, bu girişimi tatmin edici bulduk. Peki, siz bu üç boyutlu köfteler hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce bu girişim, göz boyayıcı bir tutundurma çabasının ötesinde bir girişim mi?



HAKİKAT-SONRASI (POST-TRUTH) SIYASET ANLAYIŞININ İZDÜŞÜMLERİ

Arş. Gör. Elif ŞAHİN

Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler (İngilizce) Bölümü



2016 yılında Oxford Dictionaries tarafından yılın uluslararası sözcüğü ilan edilen "post-truth" (hakikat sonrası) "İnsanların gerçeklerden çok duygu ve inançla hareket ettiği durumlara yapılan niteleme." olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde, duyguların gerçeklere daha özgür bir biçimde ve eskisinden daha fazla bir dirençle galip geldiği bir siyasetin yükselişine dair güçlü vakalar bulunmaktadır. Kavramın siyasal pratik olarak izdüşümleri, Amerika Birleşik Devletleri'nde 2016 yılında başkanlık seçimleri sonrasında Donald Trump'ın siyasi söyleminin "abartılı ve kışkırtıcı" bulunup hakikatle bağının zayıf olduğu çeşitli durumlar ve Brexit (İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılması) örneğidir. Örneğin; Trump'ın Washington Post, The New York Times ve CNN de dâhil olmak üzere ana medya kuruluşlarına yönelik aralıksız sahte haber suçlamaları, gerçeği küçümseyen tutumunu yansıtmaktaydı. Aynı şekilde, kanuna aykırı davrandığı gerekçesiyle başlatılan görevden azil işlemlerini bir "karmaşa" ve "cadı avı" olarak reddetme stratejisi, nesnel gerçeklerin kamuoyunu şekillendirme hususunda daha az etkili olduğu ve belirli olayları anlamlandırmak için gerekli çerçevelerin küçümsendiği bir ortam olarak da nitelendirilebilir.



Trump örneğine ek olarak Brexit'in de hakikat-sonrası siyasetin önemli bir örneği olduğu tartışılmaktadır. Örneğin Marshall ve Drieschova (2020) Post-Truth Politics in the UK's Brexit Referandum başlıklı çalışmalarında Brexit'in hakikat-sonrası siyasetin önemli bir sonucu olmasını iki kilit role bağlamaktadır:

- 1) Sosyal medyayla ilişkili teknolojik değişiklikler bağlamında, toplumun önemli bir kısmı haberi internetten almakta ve bunun sonucunda da iddiaların doğruluğunu kontrol etmeden internete herhangi bir şey yazılabilmektedir.
- 2) Demokratik kurumlara, siyasi elitlere, uzmanlığa ve geleneksel medya bekçilerine karşı artan güvensizlik, toplumu şüpheli kaynaklardan gelen bilgilere güvenmeye istekli hâle getirmektedir. Marshall ve Drieschova, politikacılara ve uzmanlara duyulan güvendedeki bu düşüşün, sosyal medyaya duyulan güvenle birleşimi sonucunda İngiliz kamuoyunu eskisinden daha fazla duygusal ve değer temelli kararlar vermeye ittiğini, bu durumun da hakikat sonrası siyasetin gerçekten yeni bir şey olduğu iddiasını desteklediğini belirtmektedir (Marshall ve Drieschova, 2020).

Siyaset insanlık tarihiyle ne kadar yaşıt ise güçler çatışması da siyaset içerisinde bir o kadar eskidir. Şu anda bazı politikacıların gerçeklikle zayıf bağlantı içindeki söylem biçimleri neticesinde yaratabilecekleri yıkım, endişe verici olarak adlandırılabilir. Bu devam ederse toplumun sorunlarını çözme aracı olarak var olan siyasetin, gerçeğin gücünü kalıcı olarak azaltabileceği de kaygı verici bir öngörü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kaynaklara erişmek için lütfen tıklayınız.

RUSYA-UKRAYNA KRİZİ VE OLASI EKONOMİK SONUÇLARI

Dr. Öğr. Üyesi Onur ÖZDEMİR
Uluslararası Ticaret ve Finansman
(İngilizce) Bölümü



Ekonomik süreçlerde meydana gelen değişimlerin başlıca etkenlerinden birini oluşturan politik faktörler, Rusya ve Ukrayna arasındaki gerilim ile önemini bir kez daha göstermektedir. Sorunların içeriği ile boyutu ve mevcut sorunların ülkelerin iktisadi güçleri ile bağlantısı temelinde ortaya çıkabilecek ekonomik sonuçların kavranabilmesi için çok boyutlu bir analize gereksinim duyulmaktadır. Bu bağlamda, her ne kadar Rusya'nın Ukrayna'ya karşı ekonomik olarak gücü tartışılmaz bir konumda yer alsada küresel boyutlu yaptırımların bu gücü zayıflattığı ve olası sorunların uzun vadeli etkiler sonucunda şiddetlenebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Rusya ve Ukrayna arasında yaşanan gerilim ve savaş ihtimallerine karşı başta Amerika Birleşik Devletleri ve NATO ülkelerinden yapılan ekonomik yaptırım hamleleri Rusya'nın uzun vadeli sorunlar ile yüz yüze kalabileceği ihtimalini güçlendirmektedir. Amerika Başkanı Joe Biden'ın yaptığı açıklamalar çerçevesinde Rusya'nın savaş hamlesine karşı Rus bankalarının finansal kaynaklara ulaşmada kısıtlamalara maruz kalacağı ve iktisadi süreçlerde büyük öneme sahip Amerikan ileri teknoloji bileşenlerinden mahrum bırakılacağı ekonomik yaptırımların en temel öğelerini oluşturmaktadır. Buna ek olarak, çoğu yatırımcının yurt dışında harcama yapmasının ve tasarruf etmesinin engelleneceği de mevcut yaptırımlar arasında bulunmaktadır. Bu hamlelere karşı Rusya'nın bel bağladığı en önemli kaynak ise yaklaşık 600 milyar dolar rezervi bulunan Rusya Merkez Bankası. Ancak burada da Rusya'nın üzerinde durduğu nokta, olası savaş sonrasında siyasi kazanımlar ile ekonomik yaptırımlar sonucunda ortaya çıkacak zararlar arasındaki dengenin hangi yöne kayacağıdır. Ayrıca Batı ülkeleri ile Rusya arasındaki ilişkilerin zedelenmesinin uzun vadeli ekonomik sonuçları da göz önünde tutulan başlıklardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Rusya'nın Merkez Bankası rezervlerini kullanarak oluşabilecek ekonomik sorunları önleme stratejisine ek olarak bir diğer ekonomik avantajı ise doğalgaz hacmi. Herhangi bir yaptırıma karşı Rusya'nın doğalgaz dağıtımını durdurması özellikle emtia piyasalarında fiyatları artıracığı ve bunun küresel bir sorun olarak çoğu ülkede üretim giderlerini yükseltebileceği nedeniyle Batı'nın yaptırımlarına karşı bir kalkan görevi sergilemektedir. Ayrıca Ukrayna'nın jeostratejik konumu ve dolayısıyla Avrupa Birliği ile Rusya arasında bir köprü vazifesi görmesi nedeniyle küresel boyutlu bir iktisadi etkinin ortaya çıkabilme ihtimali güçlenmektedir. Özellikle emtia fiyatları üzerinden ortaya çıkabilecek bu sorunlar, çoğu ülkede yaşanan mevcut enflasyon artışını daha şiddetlendirebileceği ve reel üretim seviyelerinde ülkelerin sert düşüşlerle karşılaşabileceğini göstermektedir.



Sağlık- Psikoloji



İŞ YERİ KISKANÇLIĞININ BİREYSEL ÖNCÜLLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Yeşim KAYA
İşletme Bölümü

Çevre ve teknolojik değişimlerin yarattığı rekabet ortamında işletmeler, varlıklarını sürdürebilmek için iç ve dış kaynaklara oldukça önem vermekte ve bu kaynaklarla örgütsel performansı istenilen düzeye çıkarmayı hedeflemektedirler. Örgüt içinde çalışanlar tarafından hissedilen duyguların dengelenmesi de örgütsel performans açısından son derece önemlidir. Bu nedenle tedirginlik, stres, korku, ürkme gibi bazı olumsuz his ve duygulardan biri olan kıskançlığın öncüllerini, bireyler ve ilişkiler üzerindeki olumsuz etkisini anlamak gerekir. Ancak bu sayede dengelemeye yönelik önlemler alınabilir.

Kıskançlık kavramı haset ve gıpta olarak adlandırılan iki eğilimi de içinde barındırmaktadır. Haset, başkasında var olan ve özenilen bir şeye kişinin kendi yetersizliği ve çaresizliği nedeniyle ulaşamayacak olmasını bilmesinden kaynaklı, paranoyaya yol açarak zehirli hâle gelebilecek duygu durumunu ifade ederken gıpta, başkalarının sahip olduklarını kıskanmadan aynı şeyleri elde etme arzusudur. Aleyhe olan sosyal kıyaslamadan kaynaklanan olumsuz düşünce ve inançlar (negatif biliş) ile olumsuz duygu boşalmasının bir kombinasyonu olarak iş yeri kıskançlığı ise, kişinin kendisini üstün kaliteli, başarılı ve herhangi bir rakibin sahip olmasını istemediği diğer varlıklara sahip bir başka kişi ile kıyasladığında geride olduğunu farkına varmasını içermektedir.

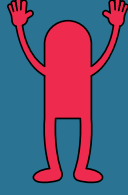
Sosyal Kıyaslama Kuramı ve Benlik Kuramı temelinde kıskançlığın öncülleri bireysel, örgütsel ve ilişkisel (etkileşimsel) faktörler olmak üzere üç grupta sınıflandırılmaktadır. Yapılan çeşitli araştırmalarda, bireysel faktörler bağlamında kıskanç insanlar örgüt içinde taşıdıkları özellikler bakımından incelenmiştir. Bu insanların kötü niyetli mizaç, duygusal dengesizlik hâli (nevrotiklik), düşük sorumluluk ve öz yeterlilik düzeyi, aç gözlülük, karamsarlık, bencillik, kompleks, empati yoksunu, aşırı rekabetçi, kıdemli, hırslı, dedikoducu ve güç odaklı olma gibi özelliklere sahip oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır.

İşyerinde haset ve kıskançlığın bir başka nedeni de cinsiyet içi rekabettir. Kadınlar en çok fiziksel olarak çekici olan kadın rakiplerini kıskanırken erkekler en çok fiziksel olarak çekici olan bir duygusal partneri kendilerine çeken erkek rakiplerini kıskanmaktadır. Ayrıca saldırıların türü de cinsiyete göre farklılaşmaktadır. Kadınlar daha nispetçi-kindar görünürler, başkalarının arkasından konuşurlar ve rakipleriyle alay ederler. Tipik erkek taktikleri ise diğerlerini kalıcı olarak yeni görevlere atamak, konuşmayı kesmek veya diğerlerinin öz güveni ile uyumsuz görevler vermektir.

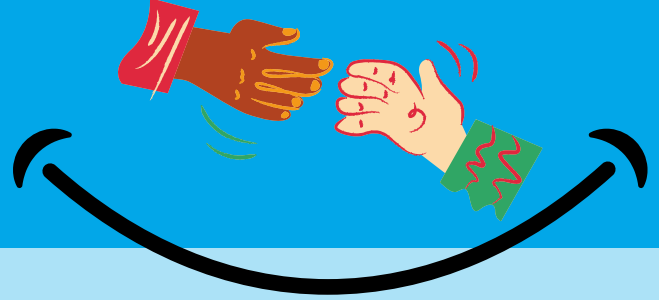
Hem kadınların hem de erkeklerin aynı cinsteki diğer çekici insanları rakip olarak atadıkları, aynı cinsiyetten çekici diğerlerinin başarısı tarafından tehdit edildiklerini hissettikleri ve bu başarının önemini azaltmanın bir gereklilik olduğuna inandıkları açıkça görülmektedir.



DUYGUSAL BULAŞMA



Dr. Öğr. Üyesi Seda MUMLU KARANFİL
Havacılık Yönetimi Bölümü



Duygular diğer bireylerle olan ilişkilerimizde, algılarımızda, tutumlarımızda ve davranışlarımızda önemli bir yere sahiptir. Duygular içsel olarak ortaya çıkmakta ve davranışlara dönüşmektedir. Duygular ile ilgili yapılan araştırmalar, bireyin sahip olduğu duyguların diğer kişiler ile kurdukları iletişim şeklini ve diğer kişilerin duygularını etkileyebileceğini ifade etmektedir. Bu bağlamda duygusal bulaşmayı, bireyin diğer bir kişinin duygularından etkilenmesi ve o kişinin duygularını yakalama eğilimi olarak tanımlamak mümkündür. Bir örnek ile duygusal bulaşmayı açıklamak gerekirse size gülümseyen birini gördüğünüzde gülümseniz ya da ağlayan birini gördüğünüzde duygusallaşmanız buna örnek olarak verilebilir.



Duygusal bulaşmada duygu aktarımı otomatik ve bilinçsiz gerçekleşmektedir. Duygular bir bireyin, diğer bir bireyin mimiklerini, yüz ifadesini ve beden dilini okuması ve otomatik olarak o insanı taklit ederek o kişi ile senkronize olması ve duygusal olarak aynı noktada birleşmesidir. Çalışma yaşamı açısından duygusal bulaşma incelendiğinde bireyin işe yönelik tutum ve davranışlarının kişiler ile etkileşimi sonucunda, diğer çalışanların işe yönelik tutum ve davranışlarını etkilemesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu etkileme sürecinde ise bazı bireyler diğer kişilerin duygularından daha fazla etkilenirken bazıları ise daha az etkilenebilmektedir. Bu yönü ile duygusal bulaşmanın bireyden bireye farklılık gösterebileceğini söylemek mümkündür. Ayrıca yapılan araştırmalarda kadınlarda duygusal bulaşma düzeylerinin erkeklere oranla daha fazla görüldüğü tespit edilmiştir. Kadınların daha merhametli ve şefkatli olmalarının ve yaşamda sahip oldukları rollerin buna neden olabileceği söylenebilirken; erkeklerin yetiştirilme tarzlarının, dış dünyaya karşı daha mantıklı ve soğukkanlı tepkiler verme konusunda eğitilmelerinin bu duruma neden olabileceğini söylemek mümkündür.



Son olarak duygusal bulaşmanın bireysel ve örgütsel sonuçlarına göz attığımızda ise bireysel anlamda kişisel başarı, benlik saygısı, dışa dönüklük, sosyal arzu edilebilirlik gibi olumlu; tükenmişlik, işe ve çevreye yabancılaşma, stres düzeylerinin artması gibi olumsuz sonuçlara neden olduğunu söylemek mümkündür. Örgütsel düzeyde duygusal bulaşmanın sonuçlarına bakıldığında ise takım çalışması, iş birliği, iş performansı, örgütsel bağlılık, örgüt kültürü gibi konularda olumlu; duygusal tükenme, duyarsızlaşma, mesleki bağlılığın azalması ve iletişimde geri bildirim azalması gibi olumsuz sonuçlara neden olduğu söylenebilir.

SAĞLIKLI BİREYLERLE BAŞARIYA DOĞRU: WELLNESS VE WELLBEING

Arş. Gör. Fatih AVCILAR
İşletme Bölümü



Günümüzde iş ortamında çalışan bireyler düzensiz beslenme, stres, uyku ve spor eksikliği gibi birçok sorunla karşı karşıya kalıyor. Bireylerin karşılaştığı bu sorunlar bireysel olarak çalışanın sağlığını bozmakla sınırlı kalmıyor, iş ortamında çalışanların farkındalıklarını ve yaratıcılıklarını etkileyerek bireyin verimliliğini de azaltıyor. Son zamanlarda bu problemleri ortadan kaldırmak ve daha sağlıklı bir yaşama adım atmak için şirketler Wellness programlarına çokça ilgi duymaya başladılar. Wellness programları ile şirketler, iş yerinde sağlıklı ve mutlu bir yaşam için zorlanan çalışanların olduğu bir kültürün değil, sağlıklı ve mutlu bir yaşam tarzına sahip olmayı seçen çalışanların olduğu bir Wellbeing (iyilik, esenlik) ortamının sağlandığı iş yeri kültürünün oluşmasını teşvik ediyorlar. Bu yazımızda ise şirketlerde sağlıklı ve mutlu bir iş yeri ortamı için teşvik edilen uygulamalara göz atacağız. Fakat bu uygulamalara geçmeden önce Wellness programlarının ve Wellbeing'in ne olduğuna bakalım.

Öncelikle kısa bir sağlık tanımıyla başlayalım. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre sağlık, yalnızca bir hastalığın veya sakatlığın olmayışı değil; fiziksel, zihinsel ve sosyal yönden tam bir iyilik hâlini (wellbeing) ifade etmektedir. Dolayısıyla sağlıklı olmak (wellness), geleneksel olarak kabul edilen sadece "hastalığın olmaması" anlamına gelmez. Sağlıklı yaşam (wellness), yalnızca kötü sağlığın olmamasından daha fazlasını ifade eder ve iyilik hâli (wellbeing) ise bu sağlıklı olma kavramını birkaç adım daha ileri götürür.

Wellness, sağlıklı olma durumunu veya kalitesini ifade eder. Ancak wellness, mutluluktan ziyade özellikle sağlıkla ilgilidir. Sağlık kavramınız bir başkasınınkinden farklı olabilir; ancak sağlıklı olma durumu (healthy), genel sağlık durumunuzu (wellness) etkileyen şeydir. Bu nedenle de birçok şirket, çalışanların fazla kilo vermelerine, kronik tıbbi durumları ve rahatsızlıkları ele almalarına ve sigarayı bırakmak gibi yaşam tarzı değişiklikleri yapmalarına yardımcı olan sağlıklı yaşam programlarına (wellness programs) yatırım yapmaktadır.



İyilik hâli veya esenlik (wellbeing) ise sağlıklı, mutlu veya başarılı olma durumudur. Sağlık, genel olarak mutluluk seviyesinde veya başarılı olma yeteneğinde bir rol oynayabilir; ancak bu sağlık, iyilik hâlini (wellbeing) kapsayan bir faktör değildir. İyilik hâli veya esenlik (wellbeing), beden ve zihin de dahil olmak üzere bir bireyin bütününe dikkate alır. Esenlik, birçok açıdan çalışanların mutlu edilmesini sağlayan, zihinsel ve fiziksel olarak iyiliği ve dolayısıyla bütüncül bir sağlık ve mutluluk hâlini hedefleyen uygulamalar bütünü olarak tanımlanabilir. Örneğin; tatmin edici ve istikrarlı bir iş ortamı, konforlu yaşam koşulları gibi konular bireyin esenliği (wellbeing) için esastır.

Allianz, Pfizer, Gittigidiyor, Roche, Asana, Google ve Microsoft gibi birçok büyük şirket iş ortamlarında kurumsal Wellbeing'e ulaşmak için çalışanlarına birçok Wellness programları sunuyor. Kurumsal bir Wellbeing'e ulaşmak için şirketlerin uyguladığı yaklaşımlar ve Wellness programlarından bazıları ise şu şekildedir:

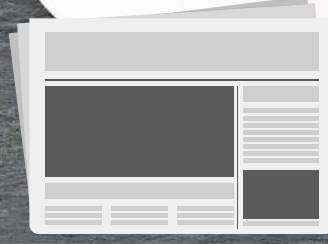
- Duruş bozukluklarının analiz edilmesi ve giderilmesi için düzenlenen Posture Atölyeleri, Sağlıklı Beslenme Atölyeleri, Stres Yogası Atölyeleri, Ofis Egzersizleri Atölyeleri, Masaj Atölyesi, Kahkaha Atölyesi, Psikolojik Danışmanlık ve Diyetisyen İmkânı, Fitness Merkezi İmkânı, Kişisel Bakım ve Eğitim Atölyeleri
- Sosyal yaşam ve iş yaşamı dengesi, ebeveynlik, nefes ve diyabet hakkında verilen seminerler
- Sağlıklı yiyecek yapımıyla ilgili atölyeler
- Spor salonları için kurumsal indirim imkânı

Kurumsal Wellness programlarıyla çalışanların iyiliğine katkıda bulunan bir diğer teknoloji devi Microsoft'ta da her şey sağlık ve iyi hissetmekle ilgili. Şirket; çalışanları için sigarayı bırakma, kilo kontrolü ve fitness konularında eğitimler düzenliyor. Bir diğer örnek ise Asana'dan. Asana'da gün içinde besleyici yiyecekler tüketebilmeniz için her detay düşünülmüş. Şirketin bir de kuralı var: Asla çarşamba günleri toplantı yapılmıyor.





SOSYO- GÜNDEM



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

Döngüsel Moda: Kiralama ve İkinci El Alışveriş Platformları

Döngüsel moda sisteminin temelinde hazır giyim ürünlerinin el değiştirilerek yeniden kullanılabilirliği yatar. Bu döngünün, kıyafetlerin tekrar kullanımları mümkün olmayıncaya kadar devam etmesi amaçlanır. Böylece, üretilen bir hazır giyim ürününün tamamen eskimeden sistemden çıkmaması ve fazla üretim nedeniyle çevreye verilen zararın en aza indirilmesi amaçlanır. Greenpeace'e göre zararlı bitki zehirlerinin %18'i, böcek zehirlerinin ise %25'i pamuk yetiştirmek için kullanılıyor. Bir kilogram pamuğun üretimi 10 – 20.000 litre arasında su tüketimine yol açıyor. Tekstil üretimi, endüstrinin yol açtığı su kirliliğinin %20'sinden sorumlu. Hazır giyim ürünlerinin üretilmesinde kullanılan polyesterin çözülmesi 200 yıl sürüyor; polyester ürünler yıkandıklarında mikro polyester parçaları deniz suyuna karışarak doğal hayatı tehdit ediyor ve her saniye neredeyse 2 bin 625 kilogram kullanılmayan giysi atığı ortaya çıkıyor. Tekstil üretiminin çevreye verdiği zarar düşünüldüğünde, döngüsel moda sisteminin benimsenmesinin önemi açıkça görülebilir.



Döngüsel moda sistemiyle, sürdürülebilir moda tasarımı ve üretiminin yanında bir hazır giyim ürününün paylaşarak kullanılması da amaçlanır. Bu bağlamda, döngüsel moda anlayışını destekleyen ticari platformlar iki ana gruba ayrılabilir: hazır giyim kiralama ve ikinci el satış platformları. Rent the Runway ve Unomoi gibi hazır giyim kiralama platformları, müşterilerine belirli bir dönem için (örneğin bir ayağına) seçtikleri kıyafetleri kiralama hizmeti verirler. Buradaki amaç, tüketicilerin moda markalarına uygun fiyata ulaşabilmeleridir. Bu platformlar, aynı ürünün tekrar tekrar kullanımına olanak sağlayarak döngüsel moda felsefesini de desteklerler. İkinci el satış platformları ise tüketiciden tüketiciye ikinci el kıyafet satışının gerçekleştiği uygulamalardır. Poshmark, Dolap, Gardrops vb. bu uygulamalara örnektir. İkinci el satış platformları, tüketici tarafından artık kullanılmayan bir kıyafetin yeniden değerlendirilmesini sağladıkları için çevrenin korunmasında rol oynarlar. Diğer taraftan yapılan araştırmalar, tüketicileri kiralama ve ikinci el alışveriş davranışına yönlendiren motivasyonların çevre korumayla sınırlı olmadığını, hatta tüketicilerin çoğunlukla ekonomik motivasyonlarla hareket ettiklerini gösteriyor.



Özellikle satın alma gücünün azaldığı dönemlerde, tüketiciler uygun fiyata ürün bulabildikleri bu platformları tercih edebiliyorlar. Bu durum, finansal şartlar iyileştiğinde döngüsel moda anlayışının yerleşmesini tehlikeye atabilecek bir etken olarak karşımıza çıkıyor. Sistem karşıtlığı, bireysel stili yansıtacak farklı bir ürün bulabilme olanağı, pazarlık heyecanı gibi unsurlar tüketicilerin bu platformları tercih etmesinde etkili olan diğer motivasyonlar olarak sayılabilir.



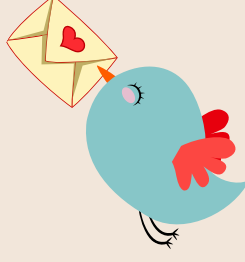
Madalyonun diğer yüzünde ise tüketicileri bir hazır giyim ürünü kiralamaktan ya da ikinci el olarak satın almaktan alıkoyabilecek pek çok unsur bulunuyor. Yapılan araştırmalar, pek çok tüketicinin aklındaki en temel endişenin hijyen olduğunu gösteriyor. Söz konusu ürünlerin daha önce başkaları tarafından kullanılmış olması iğrenme, hastalık kapma endişesi vb. konuları öne çıkarıyor. Tüketiciler ayrıca bu tür platformlardan alışveriş yapmayı öz benliklerine aykırı bulabiliyor, düşük gelirlilerle insanlarla özdeşleşmekten çekinebiliyor, aile ve arkadaş çevrelerinden tepki çekebileceklerini ve utanç duyacaklarını düşünebiliyorlar.

Moda üretiminin dünyaya verdiği zarar düşünüldüğünde, kiralama ve ikinci el satış platformlarının hijyen gibi endişeleri gidermek için tüketicileri ikna edecek bir iletişim geliştirmelerinin çok önemli olduğu söylenebilir. Diğer bir strateji de bu platformların kendilerini "bilinçli tüketicilerin tercih edeceği" markalar olarak konumlandırımları olabilir.



Kaynaklara erişmek için tıklayınız.

E-POSTALARIMIZDAKİ CASUS PİKSELLER: BİRİ BİZİ GÖZETLİYOR MU?

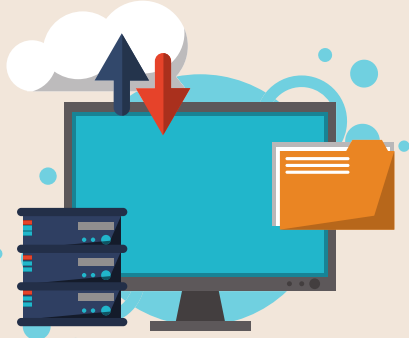


Arş. Gör. Melih YILDIZ
İşletme Bölümü

"Big Brother", George Orwell'in 1984 adlı distopik romanından aşına olduğumuz bir kavram. Eğer bu romanı bilmeyen üç kişiden biriyseniz, yazımı okuduktan sonra bu romana başlamanızı öneririm. Big Brother'ı, toplumdaki tüm bireylerin merkezi bir otorite tarafından sürekli izlendiği bir oluşum, karakter olarak tanımlamak mümkündür. Bu size büyük veriyi hatırlattı mı? Büyük veri; analiz edilen, sınıflandırılan, anlamlı ve işlenebilir forma dönüştürülen bir veri yığını olarak tanımlanmaktadır. Büyük veri, sosyal medya hesaplarındaki etkileşimler, arama motorları ve buralarda arama yapıldığında arkada bırakılan izler, banka hesaplarıyla yapılan hareketler, bloglar, mailler, sensörler ve tekil kullanıcıların internet ile olan tüm etkileşimlerinden beslenmektedir. Bu besin türlerine bir yenisi daha eklendi: casus pikseller.



BIG DATA



BIG DATA

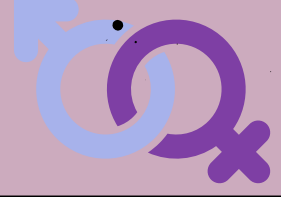
İzleme pikselleri, genellikle bir e-postanın üst bilgisine, alt bilgisine veya gövdesine eklenen 1x1 piksel kadar küçük bir GIF veya PNG dosyasıdır. İçerikle birleşmek ve alıcı tarafından görülmeden kalmak için beyaz veya başka bir renk olabilirler. Alıcıların bir bağlantıya tıklamaları veya onları etkinleştirmek için gömülü oldukları bir e-postayı açmanın ötesinde herhangi bir şey yapmaları gerekmez. Casus pikseller; e-postanın kaç kez açıldığını, kullanıcının konumunu, bağlı olduğu IP adresini ve cihaz kullanımını kaydedebilmektedir.

Pazarlamacılar, belirli bir kampanyadaki toplam kaç e-postanın açıldığını izlemek ve bunları görmezden gelen müşterilere mesaj göndermeyi otomatik olarak durdurmak için casus pikselleri kullanabilirler. Ek olarak tüketicilerin ilgi düzeylerini ölçmek için de casus piksellere başvurabilirler. Eğer casus pikseller tarafından izlenmek istemiyorsanız web tarayıcınızda otomatik görüntü yüklemelerine izin vermeyebilir ya da e-posta ve tarayıcı eklentileri indirerek önlem alabilirsiniz. Gördüğümüz gibi, casus pikseller pazarlamacılar için hayati önem taşıırken tüketiciler için bir gizlilik ihlali olabiliyor. Peki, verilerin oldukça değerli olduğu dijital çağda pazarlamacıların "Big Brother" kılığına girmeye hakkı var mı?



BIG DATA

TOPLUMSAL CİNSİYETE DAYALI SANAL TACİZ: METAVERSE



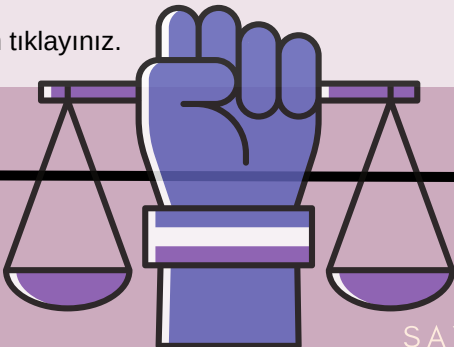
Dr. Öğr. Üyesi Nazar BAL
Sosyoloji Bölümü

İnternet, farklı sosyal medya platformlarında birbirimizle çift yönlü iletişim kurabilmenin olanaklarını açmıştır. Sosyal medya, bizlere sosyalleşme ve para kazanma gibi fırsatlar sunarken dijital şiddet, sözel/fiziksel taciz, alay edilme, küçük düşürülme, sömürü, istismar, mahremiyetin kaybolması, insan haklarının ihlal edilmesi gibi olumsuzlukları da karşımıza çıkarmıştır. Sanal taciz; Instagram, Facebook, Twitter gibi yeni sosyal medya platformlarında fiziksel tehdit, cinsel taciz, ısrarlı takip, cinsel içerikli paylaşımlar olarak gerçekleşebilmektedir.

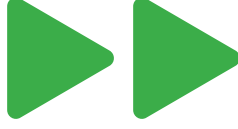
Yapılan araştırmalara göre dijital şiddete en çok uğrayanlar, dezavantajlı grup içerisinde yer alanlar, damgalananlar ve ötekileştirilenlerdir. BM'nin "Kadınlara ve Kız Çocuklarına Yönelik Siber Şiddet-Dünya Geneli Acil Eylem Çağrısı" (1) raporunda kadınların erkeklere göre 27 kat daha fazla çevrim içi şiddete maruz kaldığı açıklanmıştır. Ocak ayında teknoloji endüstrisinde Metaverse'le ilgilenen bir şirkette başkan yardımcısı olarak çalışan Nina Jane Patel, Meta's Horizontal Venues'da üç erkek avatar tarafından sözlü ve cinsel olarak taciz edildiğini açıkladı (2). Patel, sanal gerçeklik gözlüğüyle bağlandığı Horizon'da dokunmaları fiziksel olarak hissedemediğini ama yaşadığı olay nedeniyle tedirginlik duyduğunu, Metaverse evreninin cinsel suçlular ve pedofililer için uğrak yer hâline geleceğine dair korkuları artırdığını (3) söyledi. Kadınların daha fazla sanal tacize uğraması; ataerkil sistemin dayatmasıyla toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden, toplumsal cinsiyet rollerine göre kadınların ikincil konumda görülmesinden kaynaklanmaktadır.

Metaverse'de yaşanan sanal taciz olaylarından sonra Şubat ayında kullanıcıların birbirine temas etmelerini engelleyecek 60 cm'lik sanal kişisel güvenlik çemberi özelliğinin getirildiği açıklandı (4). Her ne kadar mesafe önlemi gelse de dijital platformlarda ayak izleri birileri tarafından takip edildiği için Metaverse'de dijital şiddet kaçınılmazdır. Bu durumun dışlanma, damgalanma, kendini soyutlama, değerlerini kaybetme, stres, kaygı, öz saygı yitirme, korku, endişe, kendini güvensiz hissetme, intihara yönelme gibi sosyal, psikolojik ve sağlık açısından bireylere zarar vereceği söylenebilir. Güvenlik önlemleriyle beraber hukuki yaptırımların ve denetimlerin devreye girmesi gerekmektedir. Metaverse'de yaşanan sanal taciz olayları ile kadına yönelik dijital şiddet konusunda farkındalık kazandırılması için farklı kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenen atölyelerin, kampanyaların, seminerlerin, akademik çalışmaların artacağı düşünülmektedir.

Kaynaklara erişmek için tıklayınız.



SPOTIFY: KONUŞMA ÖZGÜRLÜĞÜ MÜ YANLIŞ YÖNLENDİRME Mİ?



Arş. Gör. Cansu TÜRKER
İşletme (İngilizce) Bölümü



Ünlü podcaster Joe Rogan ile ilgili son tartışmaların ardından, ünlü yayın platformu Spotify büyük bir darbe aldı ve hisselerinin ciddi bir düşüşle karşılaşmasının ardından sürekli büyümesi durma noktasına geldi.

Yapılan bir araştırmada, Spotify kullanıcılarının %19'unun Joe Rogan podcast'i etrafındaki tartışmadan bu yana aboneliklerini iptal ettiği öne sürülmektedir. Online tartışmalarda kullanıcıların bir kısmı bu tavrın konuşma özgürlüğünü zedeleyen nitelikte bir bojkot olduğunu savunurken bir kısmı ise toplumu yanlış yönlendirdiği ve risk oluşturduğu gerekçesiyle bojkota destek vermektedir.

Joe Rogan, çeşitli medya uzmanları ve tıp uzmanları tarafından aşı karşıtı misafirleri ağırladığı ve aşıyla ilgili yanlış bilgileri yaydığı gerekçesiyle eleştirildi. Bu durum, Neil Young ve diğer sanatçılar tarafından başlatılan bojkot dalgasıyla birlikte müzik platformunu zor durumda bıraktı.

Aralık ayında Joe Rogan, ilk çalışmaları mRNA teknolojisine odaklanan ve şu anda mRNA aşılarını eleştiren Amerikalı bir doktor ve biyokimyacı olan Dr. Robert Malone'u ağırladı. Malone, özellikle aşı yaptırmanın Covid-19 hastalarını olumsuz etkileyebileceğini belirterek Covid-19 aşısı hakkında çeşitli temelsiz ve çürütülmüş iddialarda bulundu. Joe Rogan Experience'ın bu bölümü, takip eden dramının da katalizörü oldu. Tepkilerin artması ile Spotify, Covid-19 etrafında dönen herhangi bir podcast bölümü için bir içerik danışmanlığı sağlayacağını belirtti. Bu danışma belgesinin ana rolünün, dinleyicileri Covid-19 hakkında doğrulanmış bilgilerin sağlanabileceği güvenilir kaynaklara yönlendirmek olacağını ekledi. Ayrıca Spotify CEO'su Daniel Ek, şirketin politikayı tek bir yaratıcıya göre değiştirdiğini belirtti. Joe Rogan ise yanlış bilgi yaymadığını ifade edip iddialara özür dileyerek yanıt verdi.

0:24

2:56





Sosyalleşme Zamanı

Arş. Gör. Zeynep ÖZCAN
Reklamcılık Bölümü

Bu ayki bültenimizde Google Arts & Culture'da yer alan müzelerden Toronto'daki Royal Ontario Müzesi'ni, Washington DC'deki Smithsonian Ulusal Doğa Tarihi Müzesi'ni ve Atina'daki Akropolis Müzesi'ni ele aldık. Diğer müzelere erişmek için lütfen tıklayınız.

Royal Ontario Müzesi – Toronto, Kanada

Dünyanın önde gelen doğa tarihi ve dünya kültürleri müzelerinden biridir. Evrensel bir kültür merkezi olan müze, doğal tarih müzesi ile birleşerek dünyanın çeşitli yerlerinden deneyimler sunmaktadır. Doğa ve insanlığın iç içe olduğunu yansıtan çeşitli koleksiyonların yer aldığı müzeyi deneyimlemek için tıklayınız.



Smithsonian Ulusal Doğa Tarihi Müzesi – Washington DC, Amerika Birleşik Devletleri

Washington DC'deki Ulusal Alışveriş Merkezi'nde bulunan Smithsonian Ulusal Doğa Tarihi Müzesi, doğayı ve doğanın içindeki yerimizi anlamlandırmaya yardımcı oluyor. Dünyanın fiziksel, kültürel ve biyolojik çeşitliliğinin yer aldığı bir arşiv sunan müzede toplamda 145 milyondan fazla obje sunuluyor. Müzeyi sanal olarak görmek için tıklayınız.

Akropolis Müzesi – Atina, Yunanistan

Akropolis Müzesi'nde antik kentin en önemli kutsal alanı Atina Akropolü'nden gelen 3 binden fazla eser yer almaktadır. Arkeolojik alana özgü müzenin altında arkeolojik kazı da bulunmakta olup içerisinde restoran, kafe ve müze alışveriş yeri bulunmaktadır. Müzeyi ziyaret etmek için tıklayınız.



Etkinlik İstanbul

SosyoCom ailesi olarak bu ayki sayımızda sizler için Yıldız Sarayı'nı, Rumeli Hisari'nı ve Galata Mevlevihanesi Müzesi'ni seçtik.

Yıldız Sarayı

II. Abdülhamit, Dolmabahçe Sarayı'ndan ayrıldıktan sonra yönetim merkezi olarak Yıldız Sarayı'nı seçmiş ve otuz üç yılını burada geçirmiştir. Saraya yıllar içinde eklenen pek çok yapı ve imalat tesisi bulunmaktadır. Bu yönüyle geçmişte devletin idari merkezi olmanın yanı sıra bir kültür-sanat ve zanaat merkezi olma özelliği de taşımıştır. Bünyesinde basımevi, fotoğraf atölyesi, tiyatro, resim galerisi, ufak müzeler, müzik stüdyosu ve gözlemevi bulunmaktadır. Müze ile ilgili detaylı bilgi için tıklayınız.



Rumeli Hisarı

Fatih Sultan Mehmet tarafından Boğaziçi'nden geçen gemileri kontrol etmek üzere 1452 yılında yapılmıştır. Fetihten sonra önemini yitiren hisar, XVI. yüzyıldan itibaren devlet hapisanesi olarak kullanılmıştır. Tarihsel süreçte çeşitli restorasyonlardan geçen Rumeli Hisarı, 1953 yılında müze olarak ziyarete açılmıştır. İçerisinde başta fetihde kullanılanlar olmak üzere Osmanlı dönemine ait güllerin ve topların yer aldığı müze, döneminin en büyük burçlarına da sahiptir. Ayrıca içerisinde Doğu Roma İmparatorluğu'ndan günümüze ulaşan çeşitli taş eserler ve Haliç zincirinden oluşan koleksiyon da bulunmaktadır. Müze ile ilgili detaylı bilgi için tıklayınız.



Galata Mevlevihanesi Müzesi

1491 yılında Galata'da kurulan bu yapı, Kulekapısı Mevlevihanesi ve Galipdede Tekkesi adlarıyla anılmıştır. 1509 yılında İstanbul'da yaşanan Küçük Kıyamet adlı depremde zarar gören yapı onarıldıktan sonra 1765'te Tophane yangınında da hasar görünce tekrar restore edilmiştir. 1925'te İlk Mektep olarak kullanılan yapı, 1967-1975 yılları arasında Divan Edebiyatı Müzesi olarak açılmıştır. 2008-2011 yılları arasında yapılan yenileme ve çevre düzenlemeleri sonucunda Galata Mevlevihanesi Müzesi olarak hizmet vermektedir. Müze ile ilgili detaylı bilgi için tıklayınız.



İstanbul'da Mart ayında gerçekleşecek olan etkinlikleri sizler için derledik.
<https://www.biletix.com/anasayfa/TURKIYE/tr>
ve <https://kultur.istanbul/> web adreslerinden etkinlik detaylarına erişebilirsiniz.

İstanbul'da Mart...

Etkinlik Türü	Etkinlik Adı	Tarih	Yer
Atölye & Eğitim	İyi ve Üretken Bir Yaşamın Felsefesi - The Philosophy of Well Being	17.03.2022 20:30	Çevrim içi
	Tapas Atölyesi	05.03.2022 17:00	Uluslararası Servis ve Lezzet Akademisi
Konser	Tanburi Cemil Bey'den Nazım Hikmet'e 100 Yıllık Bir Konserin Hikâyesi	07.03.2022 20:00	CRR Konser Salonu
	Arctic Monkeys Tribute	02.03.2022 21:00	Dorock XL Kadıköy
Film Gösterimi	"Ve Perde!"	01.03.2021 30.04.2022	Çevrim içi
	"İdil Biret: Bir Harika Çocuğun Portresi"	01.03.2021 30.04.2022	Çevrim içi
Sergi	Frida Müzesi Sanal Gezisi ve Diego ile Aşk	02.03.2022 20:30	Çevrim içi
	İstanbul'dan Bizans'a: Yeniden Keşfin Yolları, 1800-1955 - Gülrü Tanman - Sergi Turu	01.03.2022 19:00	Pera Müzesi
Söyleşi	Piraye Erdoğan ile Gerçekten Kadın Olmak Seminer Programı	08.03.2022 20:30	Çevrim içi
	Cem İşçiler & Fazlı Polat - Çimen Talk Show - Konuk: Mesut Süre	24.03.2022 21:00	Watergarden Performans Merkezi
Tiyatro	Van Gogh	06.03.2022 16:00	Caddebostan Kültür Merkezi
	Kürk Mantolu Madonna	03.03.2022 20:30	Kadıköy Halk Eğitim Merkezi
Diğer	Erkek Akli Oksimoron	04.03.2022 20:30	Trump Sahne
	Standup Turkey: "English Comedy Night"	13.03.2022 19:00	BKM Mutfak Çarşısı

Sokak Lezzetleri Serisi

Pide Mi Yesek?

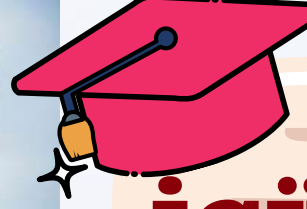
Arş. Gör. Dilek EROL
Yeni Medya ve İletişim Bölümü

Pizza'nın İtalyan mutfağına ait bir lezzet olduğu dünyaca kabul görse de pizza aslında Osmanlılar tarafından Avrupa'ya taşınmıştır. Fatih Sultan Mehmet'in 1480'de İtalya kıyılarına düzenlediği seferler sırasında yeniçerilerin yediği pideden esinlenen bir İtalyan tarafından pizza İtalyan mutfağına girmiştir. Peki, bugün tüm dünyada tüketilen pizzaya ilham olan pide nedir? Pide, Yunanca pita πίτα "yassı hamur ekmeği" anlamına gelirken Aramice/Süryanice pītā ܦܝܬܐ "ekmek parçası, lokma" demektir. Türk Dil Kurumu pideyi "mayalı hamurdan yapılan, isteğe göre üzerine yumurta, kıyma, peynir, pastırma vb. konarak pişirilen, ince, yayvan yiyecek" olarak tanımlamaktadır.

Bazı kaynaklar pidenin tarihçesini 2 bin yıl kadar geriye götürmektedir. Babililer, Mısırlılar ve diğer Orta Doğu halklarının toprak ya da taş fırınlarda pişirdikleri yassı ekmekleri yedikleri bilinmektedir. Kimi zaman zeytinyağı, bal, kekik gibi çeşitli katkılarla zenginleştirdikleri bu ekmeklerin her ne kadar pide olduğu kabul edilse de pide günümüzdeki zengin içeriğine ve çeşitliliğine Osmanlı mutfağında kavuşmuştur. Pide yapımında pastırmadan kuşbaşına, ispanaktan peynire, patlıcandan mantara pek çok malzeme kullanılmaktadır.

Pide ile ilgili ilginç bir bilgi de ilk kez bir tüketiciyi koruma kanununda adının geçiyor olmasıdır. 1502'de Sultan II. Beyazıt tarafından uygulamaya alınan Kanunname-i İhtisab-ı Bursa'da pide yapımında kullanılacak unun özelliklerinden pişirme şekline kadar bir dizi kural belirlenmiştir. Eskiden genelde yuvarlak şekilde pişirilen pide günümüzde hem yuvarlak hem de uzun olarak pişirilmektedir. Uzun olarak pişirilen pidelerde açık ve kapalı pişirme seçenekleri de mevcuttur. İstenirse, pidenin üzerine yumurta kırılması da Osmanlı döneminden gelen bir gelenektir.

Türkiye'de pide denildiğinde Trabzon (Sürmene), Giresun (Görele), Samsun (Bafra), Kastamonu, Aydın (Yenipazar), Kayseri (Develi) ilk akla gelen şehirlerdir. Pek çok şehirde çeşitli şekil ve içeriklerle yöresel pideler yapılsa da pide denildiğinde Karadeniz pidesinin yeri ayrıdır. İstanbul'da çok sayıda pidedici olmasına rağmen, lezzetini genellikle Doğu Karadeniz şehirlerinden gelen doğal tereyağı, peynir, kavurma gibi malzemelerden alan ve Karadeniz şehirleri olan Trabzon, Samsun ve Giresun ile özdeşleşen Karadeniz pidesini İstanbul'da en lezzetli hâliyle bulabileceğiniz yerler sınırlıdır. Fatih ilçesinde bulunan Meşhur Karadeniz Pidedisi, Kadıköy'de bulunan Haçapuri, yine Fatih'te bulunan Karadeniz Pide ve Kebap Salonu, Beyoğlu Nizam Pide ve Sütlaç, Kadıköy Köşem Karadeniz Pide Salonu, Sarıyer Pide Ban ve Şişli Çıtır Pide günün her öğününde ve her yemeğin yerine tüketilebilecek olan pideyi yiyebileceğiniz en tanınmış mekânlar arasındadır.



İGÜ-MEZUN

Merve Çolakel
Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü
2021 Mezunu

Merhaba,

Üniversitemizde eğitime Uluslararası Ticaret Bölümü'nde başladım. İkinci sınıfı okuduğum dönemde, liseden bu yana planım olan ve okulumuz hocalarının da bizi teşvik edip bilgilendirdiği Erasmus+ Öğrenci Hareketliliği için gerekli başvuruları yaparken aynı dönemde okulumuzun ücretsiz olarak sağladığı imkânlardan biri olan ÇAP'a başvurdum.

İki başvurumun da olumlu sonuçlanmasının ardından ilgili olduğum Havacılık Yönetimi Bölümü'nü ikinci ana dalım olarak seçip ertesi dönem iki bölüme kayıtlı olarak devam ettim. Tabii ki içimde çok daha farklı bir heyecan da vardı. Bu dönemde bir yandan da Erasmus+ ile Almanya'ya gitmeye karar vermiştim. İlk yurt dışı deneyimimi yaşamak üzereydim. Burada asıl amaçlarımdan biri daha önce hiç bulunmadığım farklı bir dilin konuşulduğu, bizden çok farklı bir kültür ve yaşam tarzına sahip bir ülkede yapayalnız iken ne kadar var olabileceğimi, ne kadarını başarabileceğimi görüp deneyimlemektir. O yılın bahar dönemini Nürtingen-Geislingen HfWU'da geçirdim. Stuttgart'a oldukça yakın bir şehirde misafir okuluma ait olan yurttaki kalırken aynı zamanda ilk yurt deneyimimi de yaşamış oldum. Açıkça söyleyebilirim ki hayatımın en zevk aldığım, en kendimi geliştirdiğim dönemiydi. Misafir olarak gittiğim okulun bana atadığı yerli öğrenci olan, benimle her anlamda ilgilenen Buddy'm Burcu ise kardeşim gibi oldu. Güney Kore'den tutun da Meksika'ya kadar onlarca ülkeden, kültürden insanla tanışmak, birlikte yaşamak, onların kültürünü paylaşmak, tanımak, aile bağlarıyla kıyaslanabilecek çok kıymetli dostluklar kurmak muhteşem bir duyguydu.

(Çeşitli ülkelerden gelen arkadaşlarıma İstanbul'dan götürdüğüm Mehmet Efendi Kahvesi ve bakır cezve ile hazırladığım Türk Kahvesi sunumu ile yaptığım elçiliğin haklı gururunu yaşıyorum tabii ki 😊)

Üniversite hayatında kesinlikle herkesin cesaretini toplayıp deneyimlemesi gereken bir şey Erasmus+. Bu dönemde okula giderken aynı zamanda 14 ülkeyi ve sayısız şehri gezme ve buraların tarihini, kültürünü, yemeklerini deneyimleme fırsatı da yakalamış oldum. Bu gezileri gerçekleştirirken Havacılık Yönetimi derslerimden öğrendiklerimi de ilk elden kullanma şansım oldu.

Şimdilerde arkadaşlarıma İstanbul'a davet edip bizim güzelliklerimizi deneyimlemelerini sağlıyorum ve biliyorum ki ben de ne zaman ziyaretlerine gitmek istesem o ülkede bana kapıları sonuna kadar açık evlerim, ailelerim var. Ülkeye dönüş yapmak, arkadaşlarımla ayrılmak zorunda kalmak zor olsa da sonrasında iletişiminiz devam ettiği sürece aradaki mesafeler çok da önemli değilmiş diye düşünüyor insan.

2021 itibarıyla 2 bölümümü de bitirerek birer dönem arayla mezun oldum. Şu anda ise uluslararası bir sivil toplum kuruluşunun Türkiye ofisindeki Finans departmanında, hayal ettiğim gibi çok kültürlü bir ortamda Uluslararası Raporlama ve Bütçeleme Uzmanı olarak çalışıyorum.



AKADEMİK YAŞAMA DAİR



YAYINLARIMIZ

Dr. Öğr. Üyesi Onur Özdemir'in "Cue the volatility spillover in the cryptocurrency markets during the COVID-19 pandemic: evidence from DCC-GARCH and wavelet analysis" başlıklı makalesi **Financial Innovation**'da yayınlandı.

Dr. Öğr. Üyesi Festus Victor Bekun'un

- "Synthesizing urbanization and carbon emissions in Africa: how viable is environmental sustainability amid the quest for economic growth in a globalized world?" başlıklı makalesi **Environmental Science and Pollution Research**'de yayınlandı.
- "Does fiscal policy spur environmental issues? New evidence from selected developed countries" başlıklı makalesi **International Journal of Environmental Science and Technology**'de yayınlandı.

Dr. Öğr. Üyesi Andrew Adewale Alola'nın "Inbound tourism demand elasticities of MENA countries: the role of internal and external conflicts" başlıklı makalesi **International Journal of Emerging Markets**'de yayınlandı.

Dr. Öğr. Üyesi Andrew Adewale Alola ve **Uju Violet Alola**'nın "The role of economic freedom and clean energy in environmental sustainability: implication for the G-20 economies" başlıklı makalesi **Environmental Science and Pollution Research**'de yayınlandı.

Dr. Öğr. Üyesi Festus Victor Bekun ve **Dr. Öğr. Üyesi Edmund Ntom Udemba**'nın "Tourism-induced emission in Sub-Saharan Africa: A Panel Study for Oil-Producing and Non-oil-Producing countries" başlıklı makalesi **Environmental Science and Pollution Research**'de yayınlandı.

ATAMA-YÜKSELME



Dr. Öğr. Üyesi Ceylan BEVINGTON İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi'ne Dekan Yardımcısı olarak atanmıştır.



İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü öğretim üyesi **Nezire Gamze ILICAK** Doçent olarak atanmıştır.



İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Havacılık Yönetimi Bölümü öğretim üyesi **Mustafa ASLAN** Doçent olarak atanmıştır.



Doç. Dr. Öğr. Üyesi Gülgün ÇİĞDEM Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü'nde göreve başlamıştır.



İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Hakla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğretim üyesi **Sarp BAĞCAN** Doçentlik unvanını almıştır.



Üniversitemiz İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Uluslararası Ticaret ve Finansman (Türkçe ve İngilizce) Bölümlerine 09.02.2022 tarihi itibarıyla Bölüm Başkanı olarak **Dr. Öğr. Üyesi Ebru Gül YILMAZ** atanmıştır.



Üniversitemiz İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü'ne 07.02.2022 tarihi itibarıyla Bölüm Başkanı olarak **Dr. Öğr. Üyesi Nisa Gülen YILDIRIM** atanmıştır.

KÜNYE

İKTİSADİ İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ

Prof. Dr. Kürşat YALÇINER
İİSBF Dekanı

Dr. Öğr. Üyesi Yeşim KAYA
Dr. Öğr. Üyesi Ceylan BEVINGTON
İİSBF Dekan Yardımcısı

Koordinatör
Arş. Gör. Erdem TÜRKAVCI

İçerik Editörü
Dr. Öğr. Üyesi Yeşim KAYA
Arş. Gör. Fatih AVCILAR
Arş. Gör. Melih YILDIZ
Arş. Gör. Cansu TÜRKER
Arş. Gör. Zülal SEZİCİ

Çeviri Koordinatörü
Dr. Öğr. Üyesi Tuğba AKMAN KAPLAN
Dr. Öğr. Üyesi Tuğba BAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Oliver BEVINGTON
Arş. Gör. Dilek EROL
Arş. Gör. Remzi SOYTÜRK

Grafik Tasarım
Arş. Gör. Erdem TÜRKAVCI
Arş. Gör. Banu DEMİRBAŞ
Arş. Gör. Büşra ÖNLER

Redaksiyon
Arş. Gör. Remzi SOYTÜRK



SosyoCom



[iguiisbf](https://www.instagram.com/iguiisbf)



[iguiisbf](https://twitter.com/iguiisbf)



[iguiisbf](https://www.youtube.com/iguiisbf)



sosyocom@gelisim.edu.tr



SosyoCom