TÜRKİYE BİLİŞİM DERNEĞİ

YIL 41 • SAYI 158 • EKİM 2013

BİLİŞİM

AYLIK BİLİŞİM KÜLTÜRÜ DERGİSİ

Moda Tekstil ve Bilişim

Barbaros Şansal

Erdem Eren

Yrd. Doç. Dr. Vedat Özyazgan

Prof. Dr. Ersin Töreci

Alper Aydın

TÜRKİYE BİLİŞİM DERNEĞİ

YIL 41 • SAYI 158 EKİM 2013

BİLİŞİM

AYLIK BİLİŞİM KÜLTÜRÜ DERGİSİ

→ TBD YÖNETİM KURULU
Turhan Menteş, İ. İlker Tabak, Lütfi Varoğlu, Levent Berkman, Koray Özer, Erdem Erkul, Ersin Taşçı, İzzet Gökhan Özbilgin, Levent Karadağ, Melih Akyılmaz, Zeynep Keskin

→ TÜRKİYE BİLİŞİM DERGİSİ ADINA
Turhan Menteş Eser ve İmtiyaz Sahibi ve Sorumlusu, Müdür

→ YAYIN YÖNETMENİ
Koray Özer

→ YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Aslıhan Bozkurt

→ EDİTÖRLER
Fatma Ağaç Haber, **İ. İlker Tabak** Genel, **Mehmet Ali Köksal** Hukuk, **Selçuk Özdemir** Eğitim, **Talat Postacı** KOBİ, **Mesut Orta** Kamu BİB, **Erdem Erkul** E-Devlet, **İzzet Gökhan Özbilgin** Güvenlik, **Nihal Sandıkçı** Müzik, **Arzu Kılıç**.

→ YAZI KURULU
Atilla Yardımcı, Coşkun Dolanbay, Levent Karadağ, Makbule Çubuk, Nezih Kuleyin, Serdar Gunizi, Veysi İşler, Serdar Biroğul, Ersin Taşçı, Ayfer Niğdelioğlu, Ebru Altunok.

→ GÖRSEL TASARIM
Mehmet Pektaş

BİLİŞİM DERGİSİ'NDE YAYINLANAN YAZILARDAN YAZARLARI SORUMLUDUR. YAYINLANAN YAZILAR KAYNAK GÖSTERİLMEKSİZİN BAŞKA BİR YERDE YAYINLANAMAZ.

TÜRKİYE BİLİŞİM DERNEĞİ
Ceyhun Atuf Kansu Caddesi 1246. Sokak No:4/17 Balgat/ANKARA
Tel: +90 (312) 473 8215 (pbx) Faks: +90 (312) 473 8216
e-posta: tbd-merkez@tbd.org.tr

İÇİNDEKİLER

06...Yayın Yönetmeninden- Koray Özer
08... İnovasyon, girişimcilik ve bölgesel kalkınma, 11. GLOBELICS'de konuşuldu
14... Endüstriden Haberler-Silikonun sonuna doğru- Eylem Cülcüloğlu
18... Endüstriden Haberler- Robotlaşan dünya- Eylem Cülcüloğlu
22... Dijital oyunlar ve oyuncuların güncel sorunları-Yelda Gizem Ünal
28...Türkçesi Varken - Ayı yalasın -Hülya Küçükaras
30... CeBIT 2013'te "girişimcilik" tartışılacak
32... Simge-E-Kimlik - İ. İlker Tabak
36...Ufkun Ötesi- Bugünden geriye-Nezih Kuleyin

DOSYA: MODA-TEKSTİL VE BİLİŞİM

38... Tekstil ve hazır giyim, siyasi muhatap, teknoloji, know-how ve girişimcilik desteği bekliyor–Aslıhan Bozkurt
46... Barbaros Şansal: Moda, insanların cinsel, dinsel, fiziksel, ekonomik ve siyasi haberleşme biçimidir
54... Moda Hukuku Enstitüsü Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Eren: Hukuken korunmayan bir marka ve tasarım, katma değer yaratma sürecine ciddi zararlar verir
60... Vizyon 2023, Teknoloji Öngörüsü (Tekstil Sektörü)
72...Türk tekstil sektörü sorunları ve çözümü üzerine bazı düşünceler Yrd. Doç. Dr. Vedat Özyazgan
86... Türkiye'nin ünlü moda blog ve blogger'ları

88... Bir kitap (Yeni Medya ve Etik)
90... İnternet Etiği: Sosyal Medya Ortamlarında İnternet İletişiminin Etik Kuralları Prof. Dr. Ersin Töreci
98...Üç soru üç cevap-"Arazi Sanatı", insanların ve doğanın sömürülmesine karşı mesajlar veriyor-Arzu Kılıç
110... 2023 genişbant İnternet abone hedefi, 45 milyon-Fatma Ağaç
114... Türkiye'nin ilk uluslararası SEO Konferansı yapıldı
116... 2 milyonu aşkın esnafa bedava Web sitesi
118... Google, 15 yaşında

Merhaba
Geçen ay yayın kurulunda bilişimde modaları konuşurken başladık modada bilişimi konuşmaya... Nano-teknolojik kumaşlar, beden sıcaklığı ölçen elbiseler, hastalık teşhis eden şapkalar, nü-gözlükler derken, gazetelerde çıkan yarı gerçek, yarı fantezi haberler değişim sırasının artık tekstil/giyim dünyasında olduğunu gösteriyor çünkü. Tekstil dünyası da "herşeyin interneti" kavramından ("the internet of things") payına düşeni almak zorunda... Bu ayki dosya konumuz tekstildeki bilişimi araştırmak ve bu sektörün durumunu, geleceğini soruşturmak oldu. Tekstil Türkiye'nin üçüncü büyük sektörü. Moda blogları, internet üzerinden alış-veriş, fırsatlar, zayıf yanlar, marka ve tasarım hakları, tekstil bilişimi, makine üretimi derken bu konuyla ilgili pek çok şey öğrendik ve sayfalarımızda sizlerle paylaştık.

Moda hukukçusu Erdem Eren, Yrd. Doç. Dr. Vedat Özyazgan, "terzi yamağı" ve her zaman zekice bir dobralıkla konuşan Barbaros Şansal da bu dosyamızda bilgi kaynaklarımız oldular. Yrd. Doç. Dr. Vedat Özyazgan, bu janjanlı sektör için tehlike çanlarının çaldığını, Barbaros Şansal da "Fason Hamalı" diye nitelediği tekstilcilerin geleceğinin kara bulutlarla kaplı olduğunu söyledi. Tekstil, meslek örgütsüz, sigortasız ve sendikasız bir sektör ve kuşkusuz bu durumda kalifiye olunamıyor ve bu da ürününün kalitesine yansıyor... Ülkemiz için lokomotif sektörlerden biri olan tekstilde yapılan hataları incelemek, büyümeğe çalışan bilişim sektörü için de bazı dersler çıkarabilir, diye düşünüyorum.

Gezi olaylarından sonra sosyal medya etiği üzerine çok konuşuldu, çok yazıldı. Ancak yazılanlar genellikle karanlıkta tespit edilmeye çalışılan fil tarifinden öteye gidemedi. Bilişim etiği konusunda ülkemizdeki en yetkin kalemlerden biri olan Prof. Dr. Ersin Töreci dergimiz için sosyal medya etiğini yazdı. Yazı, bu konuda bir başvuru kaynağı olacak...

"Yaşasın" diyesim geliyor, Hülya Küçükaras bizlerle! TBD'li olup da sanırım Hülya'yı tanımayan yoktur. Derneğin her kadamesine büyük emek vermek dışında Bilişim Dergisi'nin de uzun yıllar yayın kurulu başkanlığını yaptı Hülya Küçükaras. Ben TBD'li olmadan önce onun bilişimle edebiyatı, duyguyla aklı harmanlayan yazılarını büyük bir hayranlıkla okurdum. Sonra bir kurultayda onunla sohbet ettik ve çağrısı üzerine ben Bilişim dergisi yayın kuruluna adım attım. Atış o atış... Bu aydan başlamak üzere sevgili Hülya "Türkçesi Varken" adlı köşesinden bize seslenecek ve dil yanlışlarımız konusunda bizi bilgilendirecek. Hoş geldin Hülya!

Sanat sadece kentte mi sergilenir? Sanat eserinin müzede, galeride, müzeayede salonları dışında sergilenme olanağı yok mudur? Sanatın ticarileşmesine karşı çıkılamaz mı? İşte Arazi sanatı, doğanın göbeğinde sanat yapılıp sergilenebileceğini kamıtlayan yeni bir sanat türü. Ülkemizdeki temsilcisilerinden biri de Alper Aydın. Alper Beyle arazi sanatını konuştuk... Herkese iyi okumalar diliyorum...
Saygı ve sevgilerimle
Koray Özer

Koray Özer
koray.ozer@tbd.org.tr

İnovasyon, girişimcilik ve bölgesel kalkınma, 11. GLOBELICS'de konuşuldu

GLOBELICS

45 ülkeden üç yüze yakın araştırmacı ve politikacının bir araya geldiği konferans, 11-13 Eylül 2013 tarihleri arasında düzenlendi. İnovasyon, girişimcilik ve bölgesel kalkınma olmak üzere 7 özel ve 50 paralel oturum yapılan konferansta yaklaşık 170 akademik bildiri sunuldu.

"Artan Küreselleşme Çağında Girişimcilik, İnovasyon Politikası ve Kalkınma" konulu 11. Uluslararası GLOBELICS (The Global Network for the Economicsof Learning, Innovation and Competence Building Systems) Konferansı, 11-13 Eylül 2013 tarihleri arasında ODTÜ Bilim ve Teknoloji Politikaları Araştırma Merkezi (ODTÜ-TEKPOL) ev sahipliğinde Türkiye'de gerçekleştirildi.

10 yılı aşkın bir süredir düzenlenen ve bugüne kadar Çin, Rusya, Hindistan, Senegal, Arjantin gibi geniş bir coğrafyada organize edilen GLOBELICS konferansının 11.'si; ODTÜ TEKPOL, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Rekabet Araştırma Merkezi (REKMER), GLOBELICS ve Ankara Kalkınma Ajansı ortaklığıyla yapıldı.

Gelişmiş ülkelerde ve gelişen ekonomilerde, inovasyon ve teknolojik değişim süreçlerinin ekonomik ve toplumsal yapıya yansımalarını araştırmak amacıyla, dünyanın çeşitli bölgelerindeki akademisyenlerce oluşturulmuş bir ağ olan GLOBELICS'in düzenlediği konferansa, Avrupa, ABD, Güney Amerika, Ortadoğu ve Afrika'daki 45 farklı ülkeden konusunda uzman üç yüze yakın araştırmacı, politika yapıcı davetli katıldı.

Konferansın açılış konuşmaları; ODTÜ TEKPOL Müdürü Prof. Dr. Erkan Erdil, GLOBELICS Başkanı Jose Eduardo Cassiolato, ODTÜ Rektörü Prof. Dr. Ahmet Acar, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Metin Doğan, Ankara Kalkınma Ajansı Program Yönetim Birim Başkanı Süleyman İslamoğlu ve TUBİTAK Başkanı Prof. Dr. Yücel Altunbaşak tarafından yapıldı.

Bilginin içinde kaybettiğimiz bilgelik nerede?

GLOBELICS Başkanı Cassiolato açılış konuşmasında, GLOBELICS Konferansı'nın ilk başladığı günden bugüne ara vermeden devam ettiğini belirterek konferansı, çok önemli bir tecrübe paylaşım platformu olarak gördüklerini vurguladı. Cassiolato, konuşmasında T.S. Eliot'un 1930 yılında yazdığı bir şiirden alıntı yaparak bugünkü durumumuza göndermede bulunup "Bilginin içinde kaybettiğimiz bilgelik nerede?" diye sordu.

ODTÜ Rektörü Acar açılışta, ODTÜ'nün dünya üniversiteleri arasındaki yerinden söz etti. Avrupa ve Orta Doğu'dan birçok öğrencileri olduğuna değinen Acar, üniversitelerine yabancı öğrenci talebinin yüksekliğine dikkat çekti. 2/3 fen bilimleri 1/3 sosyal bilimler eğitimi verdiklerini belirten Acar, Türkiye'de en yoğun teknoloji üreten bölge olan ODTÜ Teknokent'in de kendi kampüslerinde olduğunu anımsattı.

Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Rektörü Doğan da, üniversite olarak özellikle yüksek lisans ve doktora programlarına yoğunlaştıklarını belirtti. Doğan, çok yeni bir üniversite olarak ODTÜ gibi köklü bir üniversite ile GLOBALICS gibi önemli bir konferans organizasyonunda işbirliği yapmaktan dolayı mutlu olduklarını dile getirdi.

Konferanstaki tartışmaları heyecanla beklediklerini ifade eden TÜBİTAK Başkanı Altunbaşak, "Konferansta eğer iyi fikir görürsek uygulamaya hazırız" dedi.

TÜBİTAK'ın üniversiteleri sadece akademik olarak değil girişimcilik ve inovasyon boyutlarında inceleyerek sıralama yaptığını belirten Altunbaşak, üniversiteler arasında rekabeti ve duyarlılığı arttırmak istediklerini belirtti. Her yıl 10 üniversiteye 5 milyon dolar destek verdiklerini bildiren Altunbaşak, endüstri ve üniversitenin bir araya gelmesinin son derece önemli olduğunu söyledi. Sadece üniversite ve endüstriye değil bunun finansal boyutuna da destek sağladıklarını ifade eden Altunbaşak, girişimcilik, inovasyon ve kişisel gelişim alanlarına yönelik üniversitelerde sertifika programı düzenlemeye başladıklarını ve programın masraflarının kurum tarafından karşılandığını anımsattı.

Ankara Kalkınma Ajansı Genel Sekreter Vekili İslamoğlu ise Ajansın inovasyon ve girişimcilik konularında yoğunlaştığını söyledi. Başkentte 21 üniversite, 6 teknopark, 10 sanayi bölgesi, güçlü sektörel kurumlar ve uluslararası kuruluşların bulunduğuna işaret eden İslamoğlu, bu nedenle etkinliğin Ankara'da düzenlenmesinin önemli olduğunu belirtti.

7 özel ve 50 paralel oturum, toplam 170 civarı akademik bildiri

Konferans açılış konuşmalarının ardından sunumlar ve yapılan paralel oturumlarla 3 gün devam etti. İnovasyon, girişimcilik ve bölgesel kalkınma olmak üzere 7 özel oturum ve 50 paralel oturumun gerçekleştirildiği konferansta yaklaşık 170 akademik bildiri sunuldu. Konferansta; bilim, teknoloji ve inovasyon politikaları, finans kurumları, fikri mülkiyet hakları, inovasyon ve kalkınma, sektörel inovasyon sistemleri, sanayi politikası ve bölgesel kalkınma, ulusal ve bölgesel inovasyon sistemleri, girişimcilik ve inovasyon yönetimi gibi alt temalar işlendi.

ASUS BM6875 Kurumsal Masaüstü Bilgisayar Serisi ile

En Güvenilir KURUMSAL Çözümler

Akılı Yönetim Çözümleri

Windows 8 Pro: Kurumlar İçin Yapıldı, Hayatınızla Uyumlu

Windows 8 Pro kurumlar için tasarlandı ve sizin kendi hayatınız ile uyum içerisinde çalışıyor. Windows 8 Pro işinizi ve bilgilerinizi Trusted Boot ve BitLocker ile güvence altına alıyor. Domain'e katılım ile kurum ağlarınıza bağlanmak, kullanıcıların farklı cihazlarına, tabletlerden masaüstü ayarları olsun, bunların kontrolü ve yönetimi Windows 8 Pro ile artık daha kolay.

Intel® vPro™ Teknolojisi

ASUS BM6875 kurumsal masaüstü bilgisayarlarda yer alan Intel vPro teknolojisi, sistem yöneticisinin tüm bilgisayarlara kolay ve hızlı şekilde erişmesini sağlar ve bu sayede olası problemlere kolayca çözüm getirilebilir. Bu da bilgi işlem departmanının iş yükünü hafifleterek, maliyetlerin düşmesini sağlar.

Modüler Tasarım, Dahili COM ve Paralel Portlar

ASUS Kurumsal masaüstü bilgisayara, sabit disk, DVD yazıcı gibi bileşenleri alet kullanmadan kolayca ekleyebilir, sistem bakımını kolayca yapabilirsiniz. Anakartın üzerinde yer alan COM port ve isteğe bağlı konulan Paralel port sayesinde PCI slotlarını başka kartlar için kullanabilirsiniz.

Ön Panelde USB 3.0 Portları

Ön kısımda yer alan USB 3.0 girişleri, USB 2.0'a göre 10 kat daha hızlı veri aktarımı yapmanızı sağlar. USB 3.0 aynı zamanda bütün USB 2.0 cihazlarınızla da uyumludur. USB 3.0, telefon ve tablet gibi cihazlarınızı daha kısa sürede şarj etmektedir.

Enerji Tasarrufu Her Yerde

ASUS EPU ile Benzer Masaüstü Bilgisayarlara Oranla %40 Enerji Tasarrufu

ASUS'a özgü EPU, (Energy Processing Unit) dünyanın ilk bilgisayar enerji tasarruf kontrol yongasıdır. EPU, işlemci, ekran kartı, sabit disk, RAM ve kasa fanının yük durumunu tespit ederek sistem voltajını ve güç dağılımını en verimli şekilde ayarlayarak, %40'a varan güç tasarrufu sağlar

Verileriniz Güvence Altında

F9 Tek Tuşla Geri Yükleme

Sisteminizde karşılaşabileceğiniz olası problemler artık size zaman kaybettirmeyecek. Sadece tek tuşla sisteminizi ilk günkü haline geri getirmeniz mümkün.

Üst Düzey Güvenilirlik

%100 Katı Kapasitörler

ASUS kurumsal masaüstü bilgisayarlar %100 katı kapasitör kullanılan ASUS anakartlarını barındırmaktadır. Yüksek kaliteli bileşenleri ile üst düzey dayanıklılık, uzun ömür ve gelişmiş termal performans sunmaktadır.

Sıkı Kalite Kontrol Testleri ve Uluslararası Standartlar

ASUS kurumsal masaüstü bilgisayarlar, en katı uluslararası standartların üzerinde zorlu testlere tabi tutulmaktadır. Bunlar arasında düşme, gerilim, gürültü, darbe, titreşim ve -40 ile 60 derece gibi uç sıcaklık değerlerinde çalışabilme testleri bulunuyor.

İş için hazır Windows 8 Pro

ASUS Masaüstü ve All-in-One Bilgisayarlar – Müşteri Memnuniyeti ve Güvenilirlikte Öncü

PCWorld USA okuyucuları arasında düzenlenen 2012 teknoloji memnuniyeti, güvenilirlik ve servis anketi sonuçlarına göre

"Siber güvenlik strateji belge ve eylem planı güncellenmeli"

ODTÜ'de 20-21 Eylül'de gerçekleştirilen 6. Bilgi Güvenliği ve Kriptoloji Konferansı'na katılan uzmanlar, 2012'de kurulan Siber Güvenlik Kurulu'nun hazırladığı strateji ve eylem planının tüm paydaşların görüşüyle güncellenmesi gerektiğine dikkat çektiler.

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (UDHB) himayelerinde, Bilgi Güvenliği Derneği (BGD) tarafından Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK), Gazi Üniversitesi ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) işbirliği ile düzenlenen 6. Uluslararası Bilgi Güvenliği ve Kriptoloji Konferansı (Information Security and Cryptology -ISCTurkey 2013),ODTÜ Kültür ve Kongre Merkezi'nde 20-21 Eylül 2013'te yapıldı. Ana teması "Bulut Bilişim ve Güvenlik" olarak belirlenen konferansta, 3 panel ve başta siber güvenlik ile savunma eğitimi olmak üzere farklı konularda 65 bildiri sunuldu.

Konferansın açılışında BGD Başkan Yardımcısı ve Konferans Düzenleme Kurulu Eşbaşkanı Prof. Dr. Mustafa Alkan, bütün dünyada hızla gelişen bilgi güvenliği konusunda toplumu bilgilendirip bilinçlendirmeye çalıştıklarını belirtti. Türkiye'nin siber güvenlik ve siber savaşlar konusunda çok ciddi tehdit altında olan ilk 10 ülke arasında olduğuna dikkat çeken Alkan, Türkiye'nin Siber Güvenlik Stratejisi ve Eylem Planı'nı yayınladığını kurumsal altyapısını oluşturduğunu anımsattı. Daha sonra konuşan ODTÜ Rektörü Prof. Dr. Ahmet Acar, bilim dünyasında disiplinler arası iletişimin arttığına değinip Uygulamalı Matematik ve Enformatik Enstitüleri ile Kriptoloji Laboratuarı hakkında bilgi verdi.

UDH Bakanı Binali Yıldırım'ın telekonferans yöntemi ile yaptığı açılışta, Bilgi Güvenliği Derneği II. Başkanı Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü Prof. Dr. Şeref Sağıroğlu'nun moderatörlüğünü yaptığı "Türkiye'nin Siber Güvenlik Strateji Belgesi ve Eylem Planı" paneli yapıldı. Panelde TÜBİTAK Siber Güvenlik Enstitüsü Müdürü Dr. Hayretdin Bahşi, UDHB'dan Daire Başkanı Gündüz Şengül, BTK'dan Daire Başkanı Sacit Sarıkaya ve Aselsan'dan Daire Başkanı Ali Yazıcı tarafından Ekim 2012'de kurulan Siber Güvenlik Kurulu ve ilgili Karar gereğince hazırlanan Eylem Planı ele alındı. Konuşmacılar, 2013-2014 döneminde gerçekleştirilmesi öngörülen işleri kapsayan mevcut Eylem Planı'nın Türkiye ilk defa ve kısa bir sürede hazırlandığı için eksiklikleri olduğunu belirleyip öneriler doğrultusunda güncellemelerinin gerçekleştirilmesini istediler. 2015'teki strateji ve Eylem Planı'nın özel şirketler, üniversite ve derneklerin görüşünün alınarak zenginleştirilmesi; Siber Güvenlik Kurulu'nda başta sosyal bilimciler olmak üzere sektör STK'ları, üniversite ve özel sektör temsilcilerinin de yer alması önerildi. Ayrıca eylemlerin sadece kısa vadeli olmaması orta ve uzun vadeli eylemlerin de belirlenmesi gerektiği vurgulandı.

Moderatörlüğünü Türkiye Bilişim Derneği (TBD) Başkanı Turhan Menteş'in yönettiği "Bulut Bilişim Güvenliği" paneline Türksat'tan Selçuk Şahin, Havelsan'dan Bünyamin Karadeniz, Turkcell'den Cenk Taştan, Vodafone'dan Ömer Köker, Avea'dan Cem Akoymak ve Netaş'tan Necmi Ön katıldı. Konferansta "Sosyal Medya" konusu da tartışıldı. ODTÜ'den Prof. Dr. Nazife Baykal'ın yönettiği panelde BTK Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı (TİB) Başkan Vekili Osman Nihat Şen, İnternet Kurulu Baikanı Serhat Özeren, UDHB Bakan Danışmanı Cabir Bilirgen ve Yaşar Üniversitesi'nden Doç. Dr. Ferah Onat'ın konuştu. Panelde bireylerin sosyal ağlardaki hesaplarının güvenliği konusunda yeterince dikkatli davranmadığı ve alınması gereken bazı önlemler üzerinde duruldu.

Eylem CÜLCÜLOĞLU
eylem@bilisimdergisi.org

Silikonun sonuna doğru...

1971 yılından bu yana kullanılan silikon tabanlı işlemciler bir kaç sene içinde tarih olabilir. 427GHz işlemci hızlarına olanak tanıyan grafen materyali bilim dünyasının umudu oldu.

Intel mühendisleri 1971 yılında ilk mikro işlemciyi ürettikleri zaman geliştirdikleri teknolojinin 42 sene boyunca kullanılacağını öngöremezlerdi. 4bit'lik Intel 4004'den bu yana bilişim dünyasında çok şey değişti ama değişmeyen tek şey silikon oldu. Sene 2013 olmuş, hala silikon tabanlı işlemciler kullanıyoruz. Hepimizin bildiği üzere silikon kumdan elde ediliyor ve kum dünyada en kolay bulunan maddelerden birisi. Ayrıca tüm endüstri silikon mimarisi üzerine kurulduğu için devrimci yaklaşımlar sektörde kolay kolay kabul görmüyor. Bir işlemci fabrikası kurmak yaklaşık 3 milyar dolara mal oluyor ve 1971 yılından beri yapılan tüm teknolojik ar-ge silikon üzerine kurulmuş durumda.

Parlatılıp satılan eskimiş teknoloji

Mevcut durum aslında otomobil endüstrisine çok benziyor. Otomobiller de hala 1900'lü yıllarında başında geliştirilmiş içten yanmalı motorları kullanıyorlar. Otomobil teknolojilerinde yüzyılın başından bu yana bir çok inovasyon gerçekleşmiş olsa da motorların temel işleyiş prensipleri değişmedi. Elektrikli otomobiller daha yeni yeni pazarda yerini almaya başladı. Tek amacı sadece kar maksimizasyonu olan otomotiv endüstrisi, çevreyi kirletmek, petrol yüzünden savaşlara yol açmak pahasına içten yanmalı motorlardan ve petrolden vazgeçmedi. Aynı şekilde işlemci endüstrisi de aşırı ısınmasına ve aşırı elektrik kullanmasına rağmen silikonu bırakamadı. Günümüzde geldiğimiz noktada silikonun limitlerine yaklaşmış durumdayız. Mikro işlemci endüstrisi de sonunda bunun farkına varmış durumda. Pazarın lideri Intel, 2012 Intel Developer Forum'da ilk kez üstü örtülü bir şekilde silikondan başka materyallerin de kullanabileceği sinyalini vermişti. Intel 2015 yılında 10nm transistörlere sahip işlemcileri üretmeyi planlıyor. Bundan sonra 7nm ve 5nm denenecek. Intel'in geliştirici bölümünün önemli isimlerinden biri olan Mark Bohr'a göre Intel 7nm ve 5nm seviyelerine inebilecek teknolojik donanıma sahip. Şu an piyasadaki en gelişmiş işlemci de bile 22nm transistörler kullanıyor. 5nm çok iddialı bir ölçek. Bu ölçeklere indiğiniz zaman aşırı ısınma, aşırı elektrik kullanımı ve elektron atlamaları gibi sorunlarla karşılaşılacak. Silikonun mevcut fizik limitlerine gelinecek. İşte bu noktada alternatif madde arayışlarına gidilebilir.

Umut ışığı grafen

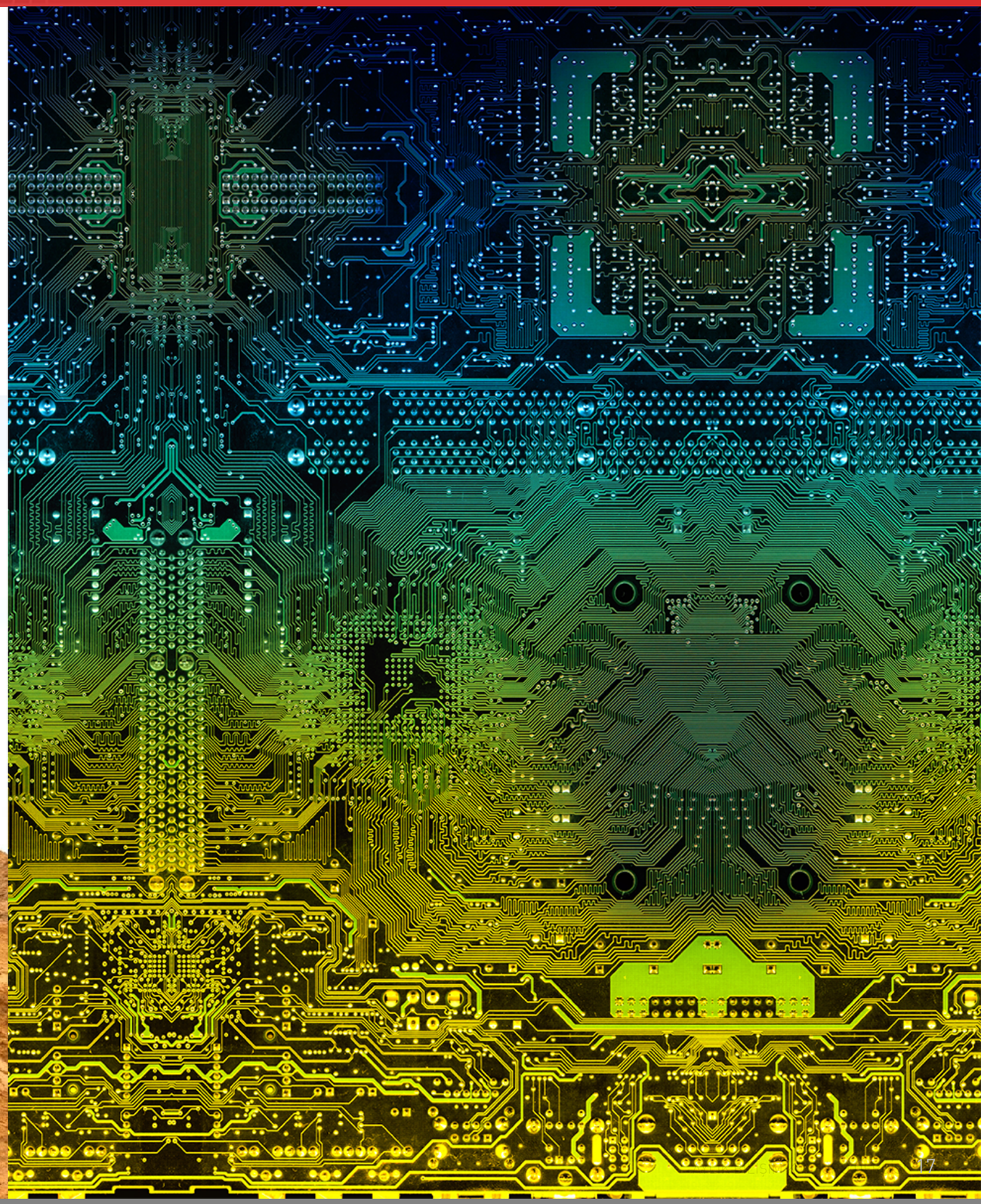
Silikona alternatif olarak ise galyum arsenid ve grafen materyalleri öne çıkıyor. MIT uzun yıllardır bu iki materyal üzerine çalışmalar gerçekleştiriyor. En son olarak geçtiğimiz Ağustos ayında MIT bilim adamları grafen ile 427 GHz hızında işlemci üretmenin mümkün olduğunu açıkladı. Bu rakam günümüzdeki mevcut işlemci hızlarının 100 katı anlamına geliyor. Bir karbon bileşeni olan grafen transistörler maddesel özellikleri gereği silikon transistörlerden çok daha hızlı çalışabiliyor.

MIT'deki bilim insanları son bir kaç senedir grafen tabanlı transistörler üzerinde yoğun bir şekilde araştırma yapıyorlardı. Bilim insanlarının grafen ile yaşadıkları en büyük sorun: transistörün bir kere açık konuma geldiği zaman bir daha kapalı konuma gelmemesiydi. Ağustos ayında ise ters akım kullanılarak bu transistörlerin açık kapalı konumunda kullanılabileceğini kanıtlandı. Bilim dünyasında büyük coşkuyla karşılanan bu gelişme ile grafen tabanlı işlemcilerin önü açılmış oldu. Şu an henüz laboratuvar aşamasında olan bu teknoloji önümüzdeki on yıl içinde silikonun yerini alabilir.

Yüksek maliyetli paralel mimariler

Mevcut silikon teknolojisi 4GHz'in üzerinde hızlara olanak tanımıyor. Bu yüzden yüksek işlemci gücü gerektiren uygulamalarda paralel mimariler kullanılıyor. Paralel mimarilerin en büyük dezavantajı ise yüksek maliyetleri ve kullandıkları enerji miktarları. Paralel mimarilerde son dönemin popüler sunucuları Blade sunucular bile yüksek hızlar istenildiğinde astronomik fiyatlara ulaşabiliyor. Örneğin ABD'in en popüler Blade sunucularından biri olan Cisco UCS B420 M3 Server'ın 4 adet Xeon işlemcili fiyatı 25 bin dolar. Bu sunucunun bu kadar pahalı olmasının en büyük nedeni kullanılan CPU'ların maliyeti. Intel'in en güçlü Xeon işlemcisi X5690'nın ABD satış fiyatı 1666 dolar. Sunucuya bu işlemcilerden dört adet koyduğunuzda maliyet 6664 dolar oluyor. X5690, Intel'in en güçlü Xeon işlemcisi olmasına rağmen saat hızı 3.46 GHz ile sınırlı. İşlemci mimarileri ne kadar gelişmiş olsa da saat hızına takıldığı için yüksek hız gerektiren işlerde illa paralel sistemler kullanmak mecburi oluyor. Paralel sistem kullanımı da daha fazla maliyet ve daha fazla tüketim anlamına geliyor.

Eğer günün birinde silikondan kurtulursak bu maliyet kalemleri büyük ölçüde azalacak. Tek bir işlemcide 427GHz gibi yüksek hızlara ulaşmak tüm yazılım ve donanım sektörünün yeniden yapılanmasına yol açabilir. Şu zamana kadar sadece hayal olan insansı bilgisayarlar dönemi bu gelişmelerle başlayabilir. Tek gereken bilişim sektörünün, otomotiv sektörünün düştüğü hantallığa düşmemesi....



Robotlaşan dünya

Oxford Üniversitesi'nin araştırmasına göre 20 sene içinde ABD'deki tüm işlerin yüzde 47'sini robotlar yapacak. Robotlar yüzünden milyonlarca insan işsiz kalacak.

İnternetin 1993 yılında ticari kullanıma açılmasıyla beraber dünyada çok hızlı gelişimler oldu. İnternetin etkilerini hem bilim dünyasında hem de iş dünyasında açık ve net olarak gözlemleyebildik. Bilişim teknolojilerinin etkin olarak kullanılması hayatımıza bir çok pozitif anlam katsa da, bazı negatif etkileri de olmadı değil... Dünya genelinde artan büyük bir işsizlik bu negatif etkilerden birisi. Bazı akademisyenlere göre gelişmiş ülkelerde artan işsizliğin arkasında bilişim ve internetle beraber gelen robotlaşma yer alıyor.

Tehlikenin farkında mısınız?

Oxford Üniversitesi'nden Dr. Carl Frey ve Dr. Michael Osborne'un yayınladığı son araştırma robotlaşan dünyayla beraber bizi nasıl bir tehlikenin beklediğini gözler önüne seriyor. Araştırma verilerine göre 20 sene içinde ABD'deki tüm işlerin yüzde 47'si otomatik olarak yapılır hale gelecek. Bu zaten çok yüksek olan işsizlik ordusuna milyonlarca yeni işsizin katılacağı anlamına geliyor.

ABD'de özellikle son 10 yılda işsizlik oranları rekor seviyede arttı. İşsizliğin artmasındaki en önemli etkenlerden birisi ucuz işgücünün yurtdışından dış kaynak kullanılarak alınmasıydı. ABD zaten uzun yıllardır üretimin büyük bir kısmını kendi içinde yapmayı bırakmış Çin'den sağlıyordu. Bunun üzerine bir de İnternet ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle beraber hizmet alanında da dış kaynak kullanımı başladı. Çoğu firma çağrı merkezini Hindistan ve Pakistan gibi ülkelere taşıdı. İnternetin getirdiği esneklik ile bir çok firma yazılım geliştirme konusunda da üçüncü dünya ülkeleri ile çalışmaya başladı. Bu gelişmeler adım adım işsizliğin artmasına yardımcı oldu. Diğer taraftan normalde insanlar tarafından yapılan kasiyerlik, otopark görevliliği, gişe memurluğu gibi işler otomatik sistemler tarafından yapılmaya başlanmasıyla çoğu kişi işini kaybetti.

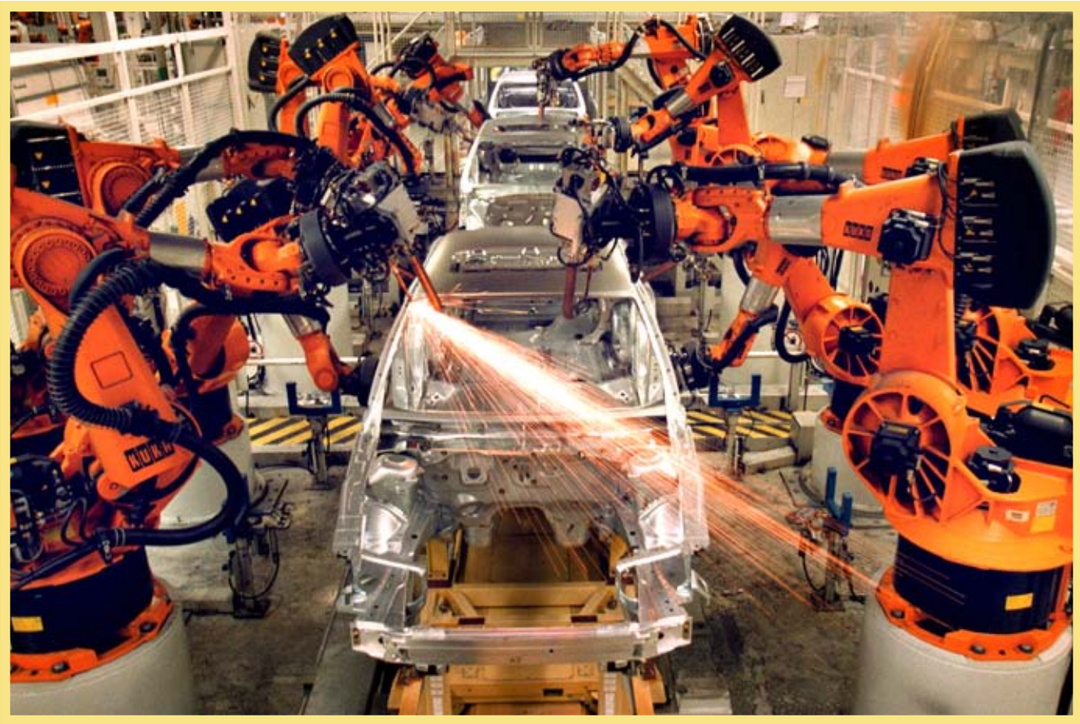
Robot her zaman karlıdır

İş verenler için insan yerine teknoloji çalıştırmak her zaman karlı olmuştur. Robotlar ve bilgisayarlar asla şikayet etmezler. Onlar hiç bir zaman yorulmazlar. Tatile gitmezler. İşe geç gelmezler. Ve herşeyden önemlisi insan yerine robot veya bilgisayar kullanmak her zaman daha az maliyetlidir.

Dr. Carl Frey ve Dr. Michael Osborne'un araştırmasına göre önümüzdeki yıllarda robotlaşma çok daha hızlı bir şekilde artacak. Bu artış ise iki aşamada olacak. Birinci aşamada ulaşım, lojistik, üretim, yönetim asistanlığı, hizmet sektörü ve satış sektörü robotlaşmadan nasibini alacak. İkinci aşamada ise yapay zekanın devreye girmesiyle beraber yönetim, bilim, mühendislik ve sanat alanında işlerimizi robotlar elimizden alacak.

Doktor robotlar

Geçtiğimiz ay Bloomberg'de çıkan "doktor robotlar" haberi Frey ve Osbourne'un araştırmasını destekler nitelikte. Habere göre Johnson & Johnson firması kolonoskopi gibi basit operasyonlarda anestezi uzmanlarını devre dışı bırakacak bir cihaz geliştirmiş. Geçtiğimiz ay ABD hükümeti tarafından onaylanan bu teknoloji sayesinde bir çok anestezi uzmanı



işini kaybedebilir. Johnson & Johnson firması bu ürünü hastanelere anestezi başına 150 dolardan kiralamayı planlıyor. Normal bir anestezi uzmanı ise anestezi başına 600 ila 2000 dolar arasında bir ücret alıyor. Cihazın yaygın olarak kullanılmasına karşı olan anestezi uzmanları bu cihazın tehlikelerinden bahsediyor. Johnson & Johnson firması ise yapılan 1700 deneme anestezisinde hiç bir negatif durum yaşanmadığını belirtiyor.

Robotlaşma lojistik alanında çalışanlar için de bir risk taşıyor. Frankfurt'taki otomobil fuarında IBM ve Continental bir anlaşma yaptıklarını duyurdular. Bu anlaşmaya göre iki dev kendi kendine giden otomatik araçlar geliştirme konusunda çalışacaklar. Belki beş belki 10 sene sonra ABD yollarında sürücüsüz araçlar görmeye başlayacağız. Peki bu olursa hayatını kamyon şoförü olarak kazanan 3.1 milyon Amerikalı ne yapacak? Bu insanların çoğu işsiz kalınca ne olacak?

Teknolojiyi sonuna kadar desteklemek ilk başta çekici gözükebilir ama teknoloji desteklenirken onun getireceği sosyo-ekonomik değişimlerin de izlenmesi gerekiyor. Robotlaşma bu değişimlerden bir tanesi. Türkiye'nin de bu değişim süreçlerini inceleyip ona göre stratejiler belirlemesi gerekiyor. Biz hala andımızı ve kamudaki türban meselesini tartışırken gelişmiş batı ülkeleri bu tür sorunlara kafa yoruyor...

Dijital oyunlar ve oyuncuların güncel sorunları

Avukat Yelda Gizem Ünal
yeldagizem@gmail.com

Sorunun olduğu her yerde çözüm vardır. Ancak Türk hukuk disiplininde çözüm aranan sorunlar için evvela sorunun tanımlanabilir olması gerekmektedir. Bu sebeple de sorun, hukuki statü sahibi olmalıdır. Türkiye'de yakın zamanda oyun çağı adına önemli bir gelişme yaşandı. Dünyada bir ilk olan, Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu (TUDOF), 2011 yılında Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesindeki 61. Federasyon olarak dijital oyuanları tek çatı altında topladı. Bu sayede bir tanıma kavuşan dijital oyun; "oyuncunun elektronik bir sistem veya bilgisayarla kurduğu etkileşim neticesinde oluşan sonucun, ekran veya benzeri bir görüntü sistemi aracılığı ile gösterilmesi" olarak belirlendi.(1) Tanımlanan dijital oyunun hukuki statüsü ile ilgili ise pek çok farklı görüş mevcut.

TÜDOF
Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu

Dijital oyunlar, hukukun neresinde?

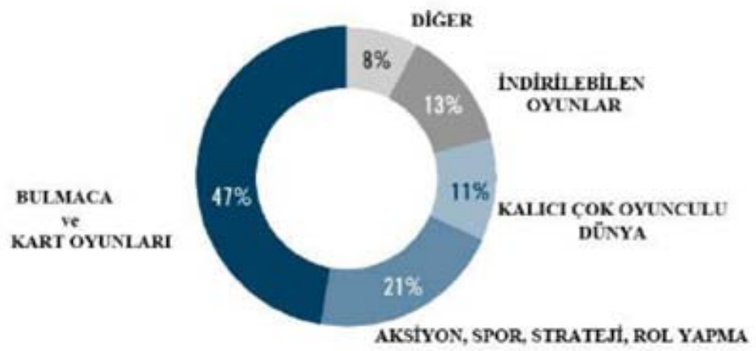
Dijital oyunlar, Kültür Turizm Bakanlığı'nın Sinema Eserleri Genel Müdürlüğü'ne bağlı eser
niteliğindedir. "Belli bir mizansen veya senaryo çerçevesinde hareketli ve sesli görüntüleri içermesi nedeniyle sinema eserlerini içeren yapımlar gibi bilgisayar oyunları da hak sahiplerince, sahip olunan hakların belirlenmesi ve haklara ilişkin ispat kolaylığı sağlanması amacıyla kayıt ve tescil yaptırılır." (2) Ancak bilindiği üzere dijital oyun pratiği, interaktif ortamlarda hayat buluyor. Bu şekli ile bakıldığından sinema eseri ile aynı alt yapıda olmamakla birlikte Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) kapsamında bir yere sığdırılması gerekse en uygun yer "sinema eserleri"nin çatısıdır.
Dünyanın farklı hukuk disiplinlerine bakıldığında, dijital oyunlar nihayetinde bir yazılım olduğundan bilgisayar programları çerçevesinde de korunabilmektedirler. Başlı başına bir eser olarak sınıflandırılması önerileri ile birlikte, bazı ülkelerde multimedya eser olarak korunmaktalar. Örneğin Amerikan hukukunda yazılımların herhangi bir donanımla birlikte kullanıldığı haller için, yazılımın patent edinmesi mümkün.
Oyunun çoklu bir ortam olması sebebi ile oyunu oluşturan bileşenler (müzik, yazılım, grafik, tasarım vs) koruma altına alınmalıdır. Ancak böyle çok yönlü bir koruma ile hak sahipliğinin ayrıntılarına değinilmiş olabilir.

Türkiye'de gelişen dijital oyun sektöründe sıklıkla karşılaşılan hukuki sorunlar nelerdir?

- Kopya üretim ya da içerikten etkilenen telif hakları,
- Oyun kaynak kodlarının ticari sır oluşu,
- Entegre reklam ile artan haksız rekabet,
- Oyun sahibinin oyun üzerindeki maddi manevi haklarının ihlali,
- Oyun oynarken suça konu olan oyuncular,
- Oyun üyelikleri sırasında oluşabilen bilgi güvenliği ihmalleri ve buna bağlı mağduriyetler, olarak belirlemek mümkün.

Burada akla gelen; oyuncunun "tüketici" olarak kabul görmesi ve yetkisinin sadece oyunu kullanması, tüketmesi sorunudur. Aşağıdaki tablo ile de açıkça görülmektedir ki, ülkemizde her türlü oyun pratiğinin ilgilisi hiç de azımsanacak oranda değildir. Bu yüzden oyuncuların oyunu kuralına göre oynama yükümlülüğüne katlanırken, kendi hak ve menfaatlerinin de korunduğunu bilmeleri gerekir.

Tablo 1: Çevrimiçi oyunların türlerine göre oynanma oranları [3]



Korsan ürün sorunu;

Ülkemizde korsan ürün üretimi ile mücadele bir türlü kesin sonuç veremediğinden, oyun piyasası da hukuka aykırı olarak çoğaltılan kopyalardan payını almaktadır. İki kollu ilerleyen kopya üretim, internet üzerinden kopya içerik ile oyun sunucusunu işleten veya CD & DVD şeklinde oyun kopyalayıp satanlara ciddi bir iş kapısıdır. Türkiye'de yasal süreç çoğunlukla satıcılar üzerinden ilerlemekte, yazılımsal boyut ikinci planda kalmaktadır. Şirketler, kaçınılmaz olarak afişe olan ihlallere ve çalışanlarının kişisel bilgilerine sızan elektronik ortamdaki davetsiz misafirlere karşı fikri mülkiyetlerini koruma konusunda ne kadar iyi olduklarını ise bilmek isterler.(4)
Sektörde tanınan oyun yazılımcılarının, şirketlerin ticari kayba uğraması ile son yıllarda haksız rekabete ilişkin ciddi tazminatlara konu olan korsan yazılımlar hala mevcuttur. Korsan oyun oynatan siteler ise erişim engeline takılmaktadır. Yasalar, işlemlerinde yasal süreci takip eden üreticilerin rekabet gücünün zayıflamaması için korsan üretimle ciddi savaş içindeler. Sadece hukuki rekabet değil, cezai sorumluluk anlamında da korsan oyunlar bilişim suçlarına zemin hazırlamaktadırlar.

Ancak bu durum hukuken korunan eser niteliğindeki oyun sahibinin maddi ve manevi haklarını çiğnemekle birlikte, cezai anlamda da sorumluluk doğurur. Yargıtay'a göre; "Bandrol yükümlülüğüne aykırı ya da bandrolsüz olarak bir eseri çoğaltıp satışa arz eden, satan, dağıtan veya ticari amaçla satın alan ya da kabul eden kişi bir yıldan beş yıla kadar hapis ve 5000 güne kadar adli para cezasıyla cezalandırılır."

Oyuncunun oyun üzerindeki geliştirmelerinden hak sahipliği sorunu;

Sıklıkla karşılaşılan sorunlardan bir tanesi de, oyuncuların oyun üzerinde kurdukları mekanizmaları, orijinal karakter yaratımları ile aralarındaki manevi bağlar meselesi. Bu konu hukukçular tarafından manevi bağ olarak değerlendirilebilmekte, zira oyuncunun bu yaratımlar üzerinde herhangi bir hak kazanımı söz konusu değil. Oyun bir bilgisayar programı olduğundan, yazılım kodları ile evvelce zaten tüm ihtimaller belirlenmiştir. Zira oyun yazılımı ile önceden belirlenmiş sayıda bir ihtimal, yazılım kodlarında oyuncu henüz o aşamaya ilerlememişken de mevcuttur. Oyuncunun, bu kodlardan birini kullanarak eriştiği statü oyuncunun telif hakkı iddiasında bulunması sonucunu doğurmaz.

Oyunlarda ücret sorunu;

Oyuncuların bir mağduriyeti de ücretsiz olarak üye oldukları oyunların daha sonradan ücretli hale gelmesi meselesi. Küresel pazarda, oyuncu yaşının artması ile birlikte entegre reklam seçenekleri de çoğaldı. Ücretsiz oyunların beraberinde reklam ile sunulması elbette ki oyuncu için ücretsiz olan oyuna bir ekonomik varlık kazandırmaktadır. Bu hali ile oyuncuya yine tüketici sıfatı atfedilmektedir. Geçtiğimiz günlerde sosyal medyada fazlaca yer alan Twitter kurucusu Biz Stone'un

Facebook'taki reklamların kullanıcıya ücretsiz site kullandığı için katlanmak zorunda kalınan bir reklamcılık olduğu eleştirisi de ücretsiz kullanım - reklam ilişkisini özetler niteliktedir...
Ücretsiz olan oyunların, daha sonra ücretli hale gelmesinin etik boyutu bir yana, oyuncunun kabul etmek zorunda bırakıldığı ve aleyhine hüküm doğuran maddelerin teoride kabul edilmediği bilindiğinden; şayet oyuncu, oyunun hangi aşamasında ücretleneceği hakkında bilgilendirilmekte ise bu durumda hukuken bir açık oluşmamaktadır. Ne yazık ki sektörde dev oyun firmaları karşısında oyuncu, salt "oyuncu" olduğu için ayrı bir korunma altında değildir.

Oyun oynarken mağdur olmayın;

Dijital oyun fanlarının her daim takip ettiği site ya da forumları, bu oyunlara ulaşmak için en önemli sosyal platformlar. Malumunuz olduğu üzere pek çok oyun giriş ücretleri, kayıt giderleri, silah alımı gibi zaruri gerekçelerle ticari kazanç elde etmektedir. Günümüzde banka kredi kartı hırsızlığına ilişkin alınan önlemler gitgide artmakta iken oyuncuların siteler için kullandıkları banka hesapları kötü niyetli üçüncü kişiler için adeta çocuk oyuncağı.
Sadece oyun hesabınızı ele geçirerek pek çok bilişim suçu işlenebilir. Mağdur ya da fail olmak an meselesi... Bu sebeple, oyun hesabı çalınan oyuncu, konuya sadece "oyun hesabının elden gidişi" olarak bakmayıp mümkünse en kısa zaman içinde adli mercilere başvuruda bulunmalıdır. Zira, hesaplarda yer alan oyuncu bilgiler ile pek çok hukuki girdaba kapılan oyuncular olduğu bilinmektedir.
Ayrıca; güvenlik zincirindeki en zayıf halka olunmamalı, bilgi güvenliği silsile halinde her adımda korunmalıdır.
İnternet güvenliğinin sağlanması için öngörülen; kişisel işletimci bilgisayar güvenliği, sunucu güvenliği, veri akışının sağlandığı işlem güvenliği, korunması gereken üç esaslı noktadır. Özellikle on-line oyun kanallarında pek çok yurtiçi ve yurt dışı sunucudan aynı anda bağlanılan oyunlar için sistem arızası muhtemeldir. On-line konuşma, şarkı paylaşımı, kamera görüntüsü gibi ikincil unsurların aktif olduğu sitelerden zafiyetlerinizin suiistimaline sebep olmamak için yukarıda sayılan üçlü korunmayı sağlamamız önemlidir. Türk Ceza Kanunu açısından bakıldığında kişisel bilgi güvenliği ile ilgili iki önemli husus vardır:

Kapsamı son derece dar olan 135. Maddeye göre;

(1) Hukuka aykırı olarak kişisel verileri kaydeden kimseye altı aydan üç yıla kadar hapis cezası verilir.

(2) Kişilerin siyasi, felsefi veya dini görüşlerine, ırki kökenlerine; hukuka aykırı olarak ahlaki eğilimlerine, cinsel yaşamlarına, sağlık durumlarına veya sendikal bağlantılarına ilişkin bilgileri kişisel veri olarak kaydeden kimse, yukarıdaki fıkra hükmüne göre cezalandırılır.

Ayrıca 136. maddeye göre de;

Kişisel verileri hukuka aykırı olarak bir başkasına veren, yayan veya ele geçiren kişi, bir yıldan dört yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

Sonuç;

Dijital çağın getirdiği en büyük sorun, her an yenilenen teknoloji pratiklerinin hızına yetişmekte zorlanan kanuni düzenlemelerdir. Büyük bir hızla gelişip dönüşen İnternet teknolojileri gerek doktrinde gerekse yasalaşma süreçlerinde karışıklığa neden olmaktadır.
Bununla birlikte, içeriğinde pek çok hukuki ve cezai kuram barındıran dijital oyunlar hukuku da oyun dünyasının dinamizmine cevap vermekte gecikmektedir. Yukarıda genel olarak değinildiği üzere dijital oyun hukuku; rekabet hukukunu, fikri hukuku, tazminat hukukunu, tüketici hukukunu kapsamakla, aynı zamanda cezai olarak da geniş bir yelpazeyi bünyesine almaktadır. Bu nedenle, hâlihazırda klasik hukuk normları kalıbına sığdırılan dijital oyun hukuku esasen gelişen teknolojik altyapılara tam hizmet verememektedir. FSEK tasarısı ile giderilmesi amaçlanan bu eksikliklerin, TUDOF'un kurulması ile birlikte sektörde gelişmelere yol açacağı umudundayım. Mevcut tasarı ve geliştirilen teknik ve hukuki alt yapıların birlikte işlemesi ile yakın zaman içinde oyun geliştiricilerden, satış – pazarlama sektörüne, dağıtımdan, oyuncuya her adımında dijital oyun hukuku, hak ve menfaat korunması arası dengeleri sağlamlaştıracaktır.

1 TUDOF Ülkemizde ve Dünyada Dijital Oyunlar Sektörü Hakkında Genel Rapor 2011
2 Fikir ve Sanat Eserlerinin Kayıt ve Tescili Hakkında Yönetmelik 5. md
3 TUDOF Ülkemizde ve Dünyada Dijital Oyunlar Sektörü Hakkında Genel Rapor 2011
4 Mitninck, Kevin D. Sızma Sanatı sy 157

Ayı yalasın

Hülya Küçükaras
Dil Derneği Genel Yazmanı – Özenli Türkçe Çalışma Grubu Başkan Yardımcısı

"*İyi yalanmamış ayı*" ya da birebir çevirisiyle "*kötü yalanmış ayı*" bir Fransız atasözü ("*ours mal lèché*"). Fransızlar bu sözü, yaramazlık yapan, dediğim dedik çocukları betimlemek, yermek için kullanırmış. Eski bir inanışa göre ayılar, bir yağ yığını olarak doğan yavrularını yalayarak biçimlendirirmiş. Fransızlar da "*yalamak*" sözcüğünün "*dil*"le bağlantısından yola çıkarak küçük çocukların eğitiminde dilin önemini bu atasözüyle vurgulamışlar.[1]

Dil, böyle engin bir güç işte! Binlerce yılın birikimi, öğretisi gelecek kuşaklara masallar, söylenceler, atasözleri, deyimler, yeri geldiğinde tek bir sözcükle aktarılıverir. Dil ustamız Tahsin Yücel'e kulak verelim: "*Yaşamımız süresince edindiğimiz bilgilerin, kazandığımız deneyimlerin çok küçük bir bölümünü dolaysız deneyler sağlar bize, üst yanını hep dille birlikte ve dil aracılığıyla özümler, sürdürür, geliştiririz; dille birlikte ve dil aracılığıyla kendi zamansal ve uzamsal çevremizin çok ötelerine açılır, dolaysız biçimde görüp işitebildiklerimizin çok ötelerine uzanırız.*"[2]
Dil, sevgi işidir öte yandan. Sözvarlığımıza yeni bir sözcük katarken, o pırıl pırıl sözcüğü dile dolayıp günlük yaşamın sıradan bir öğesine dönüştürürken, sevginin emekle yüceleşen, doruklara ulaşan coşkusudur yaşanan. Gönül dolusu saygılar, dilimizi oya gibi işleyip varsıllaştıranlara; Türkçemizin düşün, bilim, sanat, uygulayım (teknik/teknoloji) dili olması için gecesini gündüzüne katan aydınlarımıza!

Bu yazı, "Türkçesi Varken" köşesine bir giriş, bir başlangıç olsun diye kaleme alındı; bu köşeyi besleyen duyguyu, düşünceyi paylaşabilmek için... Kimi kez yeni, kimi kez unutulmaya yüz tutan ya da unutturulan (!) sözcükleri konu edeceğiz; dileğim odur ki arı duru dilin tadını çıkaracağız.
Sözün kısası yeğdir ya bu köşenin gizi, Türkçenin gücü de yazının başlığında saklı. Ne dersiniz, o görkemli atasözünü birebir çevirseydim aynı çağrışımı yaratabilir, aynı etkiyle dokunabilir miydim yüreklerinize, belleklerinize?

1-Barry Sanders, Öküzün A'sı – Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi, Ayrıntı Yayınları, 1999, s. 111

2-Tahsin Yücel, Dil Devrimi ve Sonuçları, Can Yayınları, 4. Basım-Nisan 2007, s. 23

CeBIT 2013'te "girişimcilik" tartışılacak

"Gelecek bilişim ile gelecek" sloganıyla düzenlenen CeBIT Bilişim Eurasia, 24-27 Ekim 2013 tarihleri arasında İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi'nde 14. kez kapılarını açacak.

CeBIT Bilişim Eurasia Fuarı'nda CeBIT Sinerji Zirvesi ve CeBIT Global Konferans'la birlikte bu yıl birçok yenilik olacak. "Gelecek bilişim ile gelecek" ve "Herkes için bilişim" sloganlarıyla, 24-27 Ekim 2013 tarihleri arasında İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi'nde 14. kez kapılarını açacak olan Fuar'da, Türkiye'nin ihracatçılığını artırmaya yönelik "girişimcilik" bir tam gün tartışılacak. "Bilişimde Girişim" oturumunda Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Ali Babacan da bir konuşma yapacak.

CeBIT Bilişim Eurasia ile ilgili 19 Eylül 2013'te Ankara Hilton Oteli'nde düzenlenen basın toplantısına, Türkiye Bilişim Derneği (TBD) Başkanı Turhan Menteş, SEMOR A.Ş Yönetim Kurulu Başkanı Nezih Kuleyin ve Hannover Messe Uluslararası Fuarcılık A.Ş Direktörü Murat Özer katıldı.

Murat Özer, Almanya'da gerçekleştirilen CeBIT Global Konferans'ın, Avrasya ayağının CeBIT Sinerji Zirvesi ile birlikte ilk kez İstanbul'da düzenleneceğine değinerek, seminer, konferans ve panellerin yer aldığı 3 tam gün sürecek olan etkinliğin büyük bir bölümünün interaktif olarak canlı yayınlanacağını ve dünyanın dört bir yanından izlenebileceğini belirtti. Özer, kamu, özel sektör, akademisyenler, uluslararası ve ulusal sivil toplum kuruluşlarını (STK) bir çatı altında toplayacak olan konferansa, tüm paydaşların katılımının sağlanacağını bildirdi.

Türkiye'nin geleceği için hayati önem taşıyan ve geleceğimizi etkileyecek olan inovasyon ve girişimcilik konularının, CeBIT Sinerji Zirvesi içerisinde özel bir bölümde gündeme geleceğini paylaşan Nezih Kuleyin, Türkiye'de girişimciliğin sorularından, çözüm önerilerine, başarı-başarısızlık hikâyelerinden girişimci-melek yatırımcılık buluşmalarına kadar çok zengin içerikli bir paylaşım platformu olacağını vurguladı.

Menteş: VEDOP ve MERNİS'i satmamız lazım

TBD Başkanı Turhan Menteş konuşmasında, Ekim 2013 içerisinde yaklaşık 10 tane etkinlik düzenleneceğine değinerek, TBD olarak, bilişim kültürünün yayılması için tüm bu etkinlikleri desteklediklerini söyledi. Bu etkinliklerde konuşulacak konuların hepsinin TBD toplantılarında daha önce tartışıldığını açıklayan Menteş, TBD olarak gelecek öngörülerini aktardıklarını ve geriye dönük toplantı düzenlemediklerini kaydetti. 2023 hedeflerinden olan "Türkiye'nin dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına girebilmesi" için yüzde 8.5'lik büyümeyi yakalaması gerektiğini vurgulayan Menteş, bunun ancak bilişim sektörünün önceliklendirilmesi ile olacağını belirtip "Şunu üretemeyiz, şunu yapamayız" komplekslerinden kurtulmamız gerektiğinin altını çizdi. Türkiye'de yazılım sektörünün büyüdüğüne ve birçok Avrupa ülkesinde olmayan uygulamalara sahip olduğumuza ancak bunları pazarlayamadığıma işaret eden Menteş, "VEDOP ve MERNİS'i satmamız lazım" dedi. Menteş, kamu sektörü ve bankacılık sektörü yazılımlarımızın dünya çapında olduğuna ve hatta bu yazılımları hibe etmemiz halinde bile milyarlarca dolar kazanabileceğimize dikkat çekti.

Aynı gün öğlenden sonra CeBIT Bilişim Eurasia 2013'ün tanıtımı ve "Anadolu Bilişim"le buluşuyor toplantıları kapsamında "Veri Güvenliği'nden Siber Savunmaya" konulu bir toplantı düzenlendi. Toplantıda, Türk Standartları Entitüsü'nden (TSE) Yazılım Belgelendirme Müdürü Mariye Umay Akkaya, Trend Micro Güvenlik Danışmanı Murat Songür ve BT Eğitim Network Danışmanı Cumhur Kızıları bir sunum yaptı

E'KİMLİK

Kişilerin kimlikleri olduğu kadar ülkelerin de kimlikleri vardır. Ülkemizin kimliğinin belirlendiği bazı önemli olaylar ekim ayı içinde gerçekleşmiştir.

İ. İlker Tabak*
ilker.tabak@bilisim.com.tr

90 yıl önce, 13 Ekim 1923 günü Ankara Başkent oldu. 29 Ekim 1923 günü Cumhuriyet'in ilanı ile, ülkemiz Türkiye Cumhuriyeti kimliğine kavuştu. TBMM'deki oylamada Mustafa Kemal Atatürk oy birliği ile ilk cumhurbaşkanı seçildi.

Ülkemizin kimliğinin oluşmasında önemli yer tutan, ekim ayındaki bazı olayları anımsayalım [1]:

23 Ekim1840 günü Posta ve Telgraf Teşkilatı (PTT) Genel Müdürlüğü kuruldu (iletişim). 20 Ekim 1903 tarihinde Türkiye'nin ilk futbol kulübü olan Beşiktaş Jimnastik Kulübü kuruldu. Galatasaray SK de 1905 yılı ekim ayında kurulan diğer kulübümüz oldu (spor).

6 Ekim 1907 yılında İstanbul'da ilk otomobil Beyoğlu'nda görüldü. Bundan tam 19 yıl sonra, 1926'da Türkiye'nin ilk uçak fabrikası Kayseri'de açıldı (sanayi). Uçak fabrikasının açılmasından 10 yıl sonra ise, 1936'daki Cumhuriyet Bayramı kutlamalarında, tayyareci Vecihi'nin kızı Eribe Hanım paraşütüyle yere çakılarak yaşamını yitirdi.

Çağdaş ülke kimliğine kavuşma yolunda atılan bazı yasal adımlar da ekim ayı içinde gerçekleşmiştir: 4 Ekim 1926'da "Türk Medeni Kanunu" yürürlüğe girmiş; aynı yıl 10 Ekim günü "Kıyafet Kanunu" kabul edilmiştir (yasama). 4 Ekim 1931 günü T.C. Merkez Bankası kuruldu; 15 Ekim 1937'de yeni harflerle basılan ilk kağıt paralar tedavüle çıktı (ekonomi). Üzerinde Atatürk'ün resmi bulunan 100 liralık banknotlar 1942'de tedavülden kaldırıldı.

Ankara Gar binası törenle açıldı (30 Ekim 1937), ODTÜ'nün temeli atıldı (2 Ekim 1957), Bilkent Üniversitesi kuruldu (20 Ekim 1984).
Türkiye Demiryolu Makinaları Sanayii A.Ş. (TÜDEMSAŞ), TCDD'nin kullanmakta olduğu buharlı lokomotif ve yük vagonlarının onarımını yapmak amacıyla 22 Ekim 1939 yılında "Sivas Cer Atelyesi" adı altında işletmeye açıldı. 29 Ekim 1961'de Türk yapımı ilk otomobil "Devrim", Cumhurbaşkanı Cemal Gürsel'e armağan edildi. 7 Ekim 1966 günü seri üretim yapılan ilk otomobilimize "Anadol" adı verildi (sanayi). 30 Ekim 1973 günü, Boğaziçi Köprüsü, Cumhurbaşkanı Fahri Korutürk tarafından açıldı (ulaşım). 21 Ekim 1981 günü Atatürk Barajı'nın temeli atıldı (enerji).

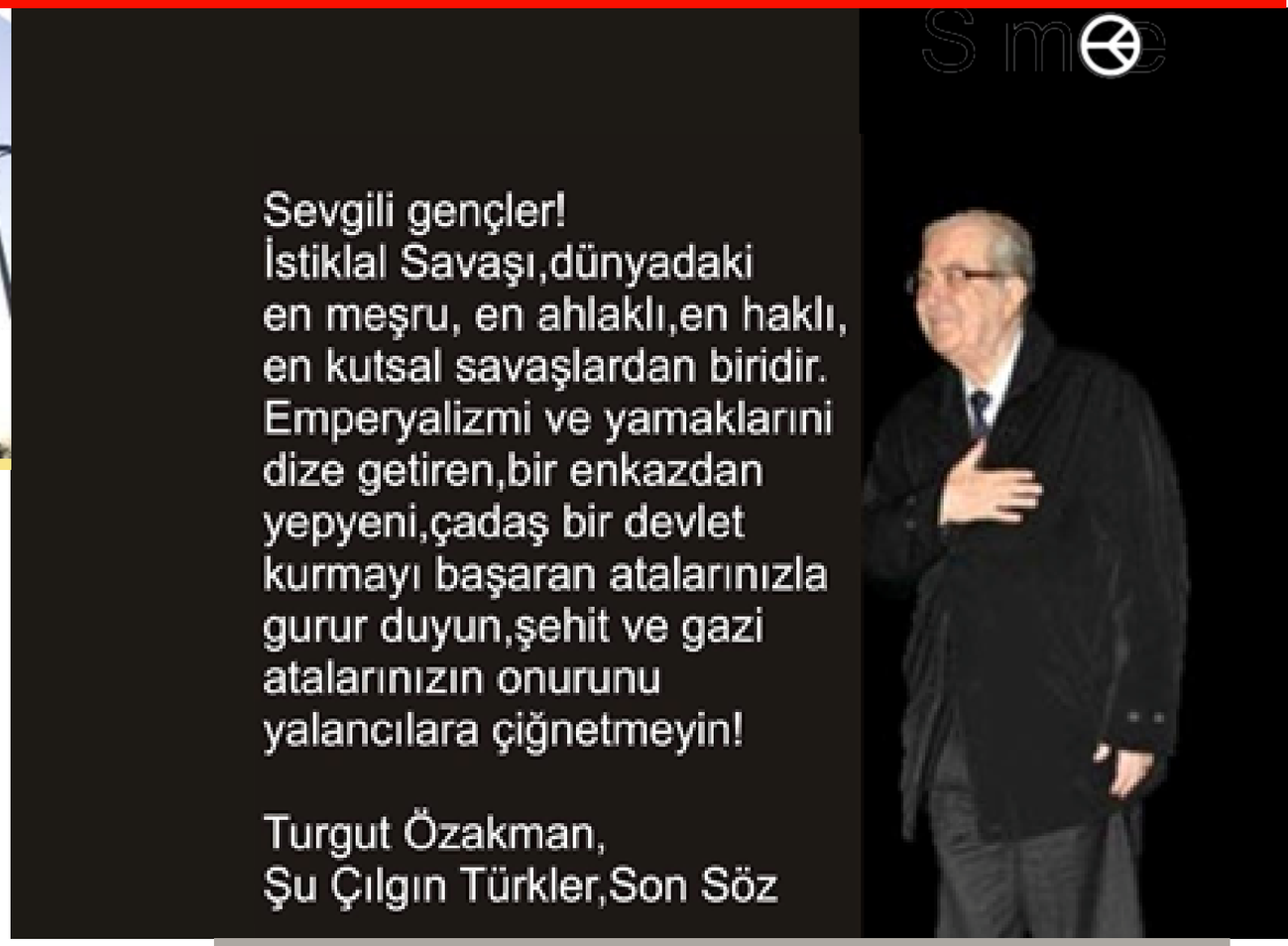
"İstikbâl Göklerdedir" görüşüne uygun biçimde yapılanlar havacılık ve uzay alanındaki kimliğimizin olgunlaşmasına katkı vermiştir: 29 Ekim 1987'de, Cumhuriyet'in 64. yılında yerli yapım F-16 uçağı uçtu, 27 Ekim 2008 günü Türksat 3A Uydusu devreye girdi (havacılık-uzay).

Bütün bunları gerçekleştiren yurttaşlarımızın ilk nüfus sayımı 28 Ekim 1927 günü yapıldı. Türkiye'nin nüfusunun 13 milyon 648 bin 270 kişi olduğu açıklandı.
Dünya ülkesi kimliğine kavuşmamız için uluslararası arenada atılan adımlar arasında önemli bir yer tutan Türkiye'nin NATO'ya katılmasıyla ilgili protokol, 17 Ekim 1951 günü Londra'da imzalandı. 5 Ekim 1953'te Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'ne 40 oyla üye olarak seçilen Türkiye, 17 Ekim 2008 tarihinde, aynı konseye 151 oyla bir kez daha (2008-2009) üye olarak seçildi. 3 Ekim 2005 günü Avrupa Birliği ile Türkiye arasında üyelik görüşmeleri başladı (dış ilişkiler).
Gazi Mustafa Kemal Paşa 15 Ekim 1927 günü, CHP Kurultayı'nda "Büyük Nutuk"u okumaya başladı. Nutuk'un okunması 6 gün sürdü. 29 Ekim 1933 günü ise, Cumhuriyet'in onuncu yılı kutlamalarında tarihi Onuncu Yıl Söylevi'ni verdi (kuruluş, kurtuluş).

Birçok genel seçim de ekim ayı içinde yapılmıştır (demokrasi). Hükümetlerin kurulması da bu ay içinde gerçekleşmiştir.

Ülkemizin çağdaş Türkiye Cumhuriyeti kimliğini korumak ve yaşatmak için kendi bireysel kimliğimizin, benliğimizin ne olduğunu bilmemiz gerekir. Ekim ayında resmen bu kimliği kazanan ülkemizin, tarihte ekim ayındaki olaylarla bunu pekiştirdiği görülmektedir.

Ekim ayı yalnızca ülkemize değil dünyaya da farklı bir kimlik kazandırmıştır.
İki bilgisayar arasındaki ilk bağlantı da, dünyamıza küresel köy kimliğini kazandıran ve İnternet'in öncüsü olan ARPANET üzerinden 29 Ekim 1969 günü gerçekleştirildi.



"Şu Çılgın Türkler" adlı eseriyle cumhuriyeti en iyi biçimde anlatan tarihçi ve yazar Turgut Özakman'ı bugün son yolculuğuna uğurladık. Mekânı cennet olsun.
O, Türkiye Cumhuriyeti kimliğinin oluşmasında bireylere düşen görev ve sorumlulukları tarihsel gerçeklerle bizlere ulaştırdı.
Kimliğimizi doğru algılamamızı sağladı: Türküm, doğruyum, çalışkanım...

[1] Yararlanılan kaynak: http://tr.wikipedia.org

(*) Bs. Müh., Bilişim Ltd. Paz. ve Satış Md.
Türkiye Bilişim Derneği Yönetim Kurulu II. Başkanı

Bugünden Geriye

Nezih KULEYIN
nezih@semor.com.tr

Bu kez de derginin ana temasından farklı bir yazı yazmaya karar verdim. Disiplinsizliklerimin sonucu yayın kurulundan beni atarlar mı? Bilmem. Ama çok aklıma takılan bir soru vardı ona çözüm aramaya çalışıyorum. Soru şu: Cumhuriyetin kuruluşundan on-on beş yıl sonra Türkiye nasıl bir kültürel birikim yapmayı başarmıştı. Daha doğrusu yazınımız ne durumdaydı ve Türk aydını neyi okuma şansına sahipti.

Cumartesi günleri sahafları dolaşırım bu tarihler denk düşen kitapların listesini çıkartmaya çalıştım. Yaptığım çalışmayla tüm çıkan yayınlara erişme olanağım şüphesiz olanaksızdı ama bulgularımın çarpıcı olduğunu belirtmek istiyorum. İsterseniz 1930'larda kitapçıları gezmeye çıksak ne görürdük bir bakalım.

O tarihte yayınlanan çevirilerden bazıları şunlardı. Alexandr Dumas Fils in Kamelyalı Kadın'ı, Anatole France'in Mavi Sakalın Yedi Karısı ve Meleklerin İsyanı, Lamartin'in Rafael'i ve Greziella'sı, Andre Gide'in Dar Kapısı, Göte'nin Genç Verter'in Acıları, Abbe Prevost'un Manon Lesko'su, Moliere'in Cimri, Hastalık Hastası ve Zerafet Budalaları, Shakespare' Hamlet'i ve Othello'su Corneille'nin Nikomed'i, Siid'i, Sinna'sı hatta kitapçılarda Mouren Fleming'in İmparotiçe Elizabet'in hayatını bile satın alma olanağınız vardı.

1938 yılında Suhunet kitabevi yayınlarının listesini ünlü tarihçimiz Ahmet Refik'in hayatını ve şiirlerini anlatan Reşat Ekrem Koçu'nun düzenlemesinin arkasına basmış. Yayınevinin yüzden fazla kitabı piyasaya çıkmış bunların arasında yok, yok. Şiir Kitapları basılmış Ahmet Haşim'in Behçet Kemal Çağlar'ın Cahir Sıtkı'nın Faruk Nafiz'in ve Necip Fazıl'ın kitaplarının yanında Nazım Hikmet'in Benerji Kendini Niçin Öldürdü'de bu kitaplar arasında.

Cumhuriyet bir roman zenginliği yaratmış aslında. Kitapçılar vitrinlerini; Aka Gündüz'ün Çapraz Delikanlı'sı, Zekeriya Sofrası, Üvey Ana'sı, Aysel'i ve Hicran'ıyla; Yakup Kadri'nin Erenlerin Bağından'ı, Kiralık Konağı; Halide Edip'in Ateşten Gömleği ve Zeyno'nun Oğlu; Güzide Sabri'nin Ölmüş Bir Kadının Evrakı Metrukesi, Yaban Gülü, Hicran Gecesi ve Nedret'iyle; Reşat Nuri'in Acımak'ı; Peyamı Sefa'nın Gençliğimiz, Bir Tereddütün Romanı, Çalınan Gönül ve Sözde Kızları'yla; Mükerrem Kamil'in Istranca Etekleri, Dinmez Ağrı ve Bu Kalp Duracak'ı; Esat Mahmut'un Dağları bekleyen Kız'ı, Allahaısmarladık'ı, Ölünceye Kadar'ı, ve Son Gecesi'yle, Vala Nurettin'in Leke'si ve daha saymakla bitmez romanlarla doldurmuşlardı.

Tarih kitapları saymakla bitemeyecek kadar çoktu. Namık Kemal'in, Ahmet Rasim'in La Martin'in Genel Osmanlı Tarihi kitapları yanında Ahmet Refik'in Üç ciltlik Kadınlar Saltanatı'nı Kabakçı Mustafa'sını, Sokullu'yu hata küçük çocuklar için yazılmış Kanije Gazileri, Vaşington ve Amerika İstiklali, Yirmi Beş Sene Siper Kavgası gibi çok sayıda basitleştirilmiş tarih kitabını vitrinlerde görebilecektik.

Biliyorum ki belirleyebildiklerim belirleyemediklerimin yüzde yirmisi bile değil. O kadar çok yayın birçok yayınevi tarafından basılmış ve okuyucuya sunulmuş. Bu devrin çok ünlü kadın yazarları var Güzide Sabri gibi, Nezihe Yaşar gibi adları bizim tarafımızdan çok az bilinen ama çok başarılı romancıları var Burhan Cahit gibi Fahrettin Sertelli gibi...

Bir geriye bakma yazısı olsun istedim ileriye daha güçlü bakabilmek için.

Tekstil ve hazır giyim, siyasi muhatap, teknoloji, know-how ve girişimcilik desteği bekliyor

2023'te dünya tekstil ticaretinin 550, hazır giyimin 740 milyar dolara ulaşması hedeflenirken Türkiye, hazır giyimde 52, toplam tekstilde de 100 milyar dolar ihracat öngörüyor. Tekstil ve hazır giyimin, katma değeri yüksek, yenilikçi, "bilgi bazlı" ürünleriyle dünya ticaretinden daha fazla pay alması için, siyasi bir muhatap ile kısa, orta ve uzun vadeli strateji ve hedeflerin belirlenmesi, kamu-özel sektör işbirliğinin hızlanması gerekiyor.

Aslıhan Bozkurt

Giyinme, insanoğlunun en eski ve en temel ihtiyaçlarından biri. İnsanlık var oldukça bu ihtiyaç da hep var olacak. Bu nedenle, bu temel ihtiyacı karşılayan tekstil ve hazır giyimin, tüm dünya ekonomisindeki yeri ve önemi, hiçbir zaman azalmayacak. İnsanların giyinme ihtiyacını karşılayan tekstil ve hazır giyim, yüzyıllardır çok önemli değişikler yaşayıp sürekli çeşitlendi.

Gelişmiş ülkelerin 18. yüzyılda gerçekleştirdikleri sanayileşme sürecine önemli katkısı olan tekstil ve hazır giyim sanayi, günümüzde de ülkelerin ekonomik kalkınmalarında benzer rolü oynuyor. Tekstil ve hazır giyim, gayri safi yurt içi hâsıla (GSYH), imalat sanayi, sanayi üretimi ve ihracat gelirleri içindeki pay, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdam, yaratılan katma değer ve yatırım gibi makroekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin kalkınmasında en önemli sektör olarak görülüyor. Ürün kalitesi, moda ve trendleri belirleme gücüne sahip tasarımları ve yüksek teknolojisiyle dünyada önemli bir yere sahip olan sektör, ülkenin GSYH'sının yüzde 10'undan fazlasını ve imalat sanayiinde yaratılan katma değerin yüzde 16'sını sağlıyor.

Tekstil ve hazır giyim sektörü, genel anlamda dokuma ve örme kumaşlardan kadın, erkek ve çocuklar için gerek iş hayatında gerekse normal günlük hayatta giyilmek üzere üretilmiş tüm dış giysiler ile iç giysileri, bunların aynı malzemelerden olmasa da aksesuarlarını içeriyor. Ayrıca yatak örtüsü, nevresim takımı, mutfak bezleri gibi ev tekstili ürünleri ile kamp eşyası gibi hazır eşyalar

da sektör içerisinde değerlendiriliyor. Elyaf ve ipliği kullanım eşyasına dönüştürecek süreçleri kapsayan işlemleri içeren tekstil ve hazır giyim sektörü, elyaf hazırlama, iplik, dokuma, örgü, boya, baskı, apre, kesim, dikim üretim süreçlerini kapsıyor. Elyaftan iplik ve mamül kumaşa kadar olan kısım "tekstil"; kumaştan giyim eşyası elde edilene kadar olan süreç ise "hazır giyim" şeklinde tanımlanıyor. Sektörde kullanıma yönelik ürünler, genelde hazır giyim, hazır eşya ve teknik tekstiller olarak gruplandırılıyor. Ekonominin temel taşlarından, ülke ihracatının lokomotifi olan tekstil ve hazır giyim sektörü, hem üretim hem de ihracatta geçmişte olduğu gibi bugün de büyük potansiyel barındırıyor. Türkiye, dünyada pamuk üretiminde 7'nci, pamuk tüketiminde 4'üncü, organik pamukta 2'nci, elyaf ring iplik üretiminde 5'inci, Open-end iplik üretiminde 4'üncü, Avrupa Birliği (AB) ülkelerine tekstil ve hazır giyim ihracatında 3'üncü sırada yer alıyor. Ülkemiz sanayinin bel kemiği olan tekstil (ve hazır giyim/konfeksiyon), toplam istihdamın yaklaşık yüzde 20'sini oluşturuyor.

TBD BİLİŞİM Dergisi olarak (Ekim 2013 158. Sayı), Moda/Tekstil/ Konfeksiyon ve bilişim konusuna yer veriyoruz. "Tekstil/Moda ve Bilişim"ana temalı "Dosya" sayfalarımızda "Moda ve tekstilde bilişim ne kadar kullanılıyor? Bilişimin sektörde kullanımı süreci nasıl gelişti? Moda ve tekstilde bilişim teknolojilerinin kullanımı neler sağlıyor, bu kullanım nasıl olmalı? Nanoteknoloji, akıllı kumaşlar Türkiye'de mi üretiliyor, ithal mi ediliyor? Bilgisayarlı kalıp hazırlama, üretimde, lojistikte bilişim teknolojilerinin kullanımı, Pazar, öngörüler, hedefler, sıkıntılar ve çözüm önerileri.." sorularının yanıtlarını sektörün aktörlerinden almaya çalıştık. Ancak bu sorularımızın birçoğunun yanıtını almak mümkün olmadı. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Vakko ve basında "akıllı kumaş" üretimiyle ilgilendiğine ilişkin haberler çıkan Altınyıldız firması ilgilileri bütün iletişim çabalarımızı yanıtsız bıraktı. Dosya sayfalarımıza, kendisini "Terzi yamağı" olarak tanımlayan, yazar ve televizyoncu, Barbaros Şansal ile Moda Hukuku Enstitüsü Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Eren sorularımızı yanıtlayarak, İstanbul Aydın Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Tekstil Mühendisliği Öğretim Üyesi Yardımcı Doçent Doktor Vedat Özyazgan ise Türk tekstil sektörü sorunları ve çözümü konulu değerlendirme yazısı ile katkı verdi.
Bu arada Moda Blogları Platformu adına kendisine ulaştığımız Eda Yılmaz Gil, yaklaşık 2 yıl önce kurulduklarını, 150 kadar blogu bünyelerinde topladıklarını söyledi. Moda blogu yazmaya başladığında böyle bir platformun eksikliğini fark ettiğini ve moda bloglarının tek bir çatı altında toplanarak birbirleriyle iletişim halinde olmalarının yararlı olacağını düşündüğünü bildiren Yılmaz Gil, Moda Blogları Platformu üzerinden henüz bir etkinlik düzenlenmedikleri için dergimizin diğer sorularını yanıt vermeyi uygun bulmadı. Öte yandan İnternet'e damga vuran ünlü moda blog ve bloggerlarına İnternet'ten ulaşıp dergimizde yansıtmak üzere bilgi almaya çalıştık. Ancak hiçbirinden bilgi alamadık. Ayrıca dosya sayfalarımızda Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun (BTYK) Haziran 2002'de aldığı kararla TÜBİTAK koordinatörlüğünde Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. yılında (2023) 12 sektörde dünya ve Türkiye'de olan değişimler, Vizyon 2023 Teknoloji Öngörü Projesi kapsamında 2003'te tamamlanan tekstil sunumuna da yer verdik. 2023'e kadar bilgi, bilim ve teknolojinin bireysel ve toplumsal refahı belirleyen temel itici güç olacağına dikkat çeken raporda, tekstil sektörünün konumunu sürdürüp geliştirebilmesi için eğitim, araştırma, geliştirme (Ar-Ge) desteğine gereksinim duyacağı ve gelecekte, çok işlevli akıllı tekstil ürünlerinin üretim ve kullanımının gelişeceği öngörülüyor. Bunun için tekstil sektörünün, "teknik tekstiller" ve "çok işlevli, akıllı tekstiller" olarak tanımlanan bilgi, "know-how" ve yenilik yoğun, yüksek katma değerli ürünler geliştirip dünya pazarlarına sürmesi öneriliyor.

Sektörün 2013–2023 projeksiyonu

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın 2011 - 2014 yılları için hazırladığı Sanayi Strateji Belgesi'ne paralel yürütülen yeni strateji çalışmalarında "Tekstil, hazır giyim, deri ve deri ürünleri sektörünü katma değeri yüksek, yenilikçi, bilgi ve ileri teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile rekabetçiliğini arttırarak dünya ticaretinden daha fazla pay alan sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmak" hedeflendi.

Devlet Planlama Teşkilatı'nca (DPT) 2006'da yayınladığı Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Tekstil, Hazırgiyim ve Konfeksiyon Alt Komisyon Raporu'nda Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) verileri analiz edilerek hazırlanan 2013 projeksiyonunda, Türk tekstil sektörü için 7,6 milyar, hazır giyim sektörü için 25,2 milyar Dolar ihracat öngörüldü.

2023 yılında dünya tekstil ticaretinin 550 milyar, hazır giyim ticaretinin ise 740 milyar dolara ulaşmesı bekleniyor. Türkiye'nin 2023 yılı için 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilmesi için ihracatçı birlikleri tarafından hazır giyimde 52 milyar, hazır giyim dahil tekstil sektörü için toplam 100 milyar dolar ihracat hedefi belirlendi.

Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda ise, "tedarikçi ülkeden piyasa yapıcı ülkeye dönüşüm" ve "bilgi bazlı ürünlerin üretimine yönelme" yolunda kamu-özel sektör işbirliği ile çalışmaların hızla yürütülmesi gerektiğinin altı çizildi.

2012'de 11,69 milyar dolar ihracat yapan sektör, muhatap bulamıyor

Bölgenin en büyük üretim kapasitesine sahip olan Türkiye'de, tekstil sektörü ihracatı 2012 yılında bir önceki yıla göre yüzde 1,6 artış göstererek 11,69 milyar Dolara yükseldi. Tekstilde ihracatın artmasına karşın hazır giyim sektöründeki kârlılık düşüyor. Küresel pazarda sektörün, katma değeri yüksek, yenilikçi, bilgi ve ileri teknoloji içeren ürün ve hizmetleriyle ihracat kapasitesi yüksek sanayiler olmayı hedeflemesi öneriliyor. Bunun için tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin tasarım, moda, Ar-Ge ve inovasyona odaklanması gerektiği vurgulanıyor. Hibe ve desteklerin yaygınlaştırılıp kolaylaştırılmasını bekleyen sektörün en önemli sorunlarından biri de devlette muhatap bulamama. Sektör, bir bakanlık veya müsteşarlık kurulmasını istiyor.

Yüksek teknolojiyi yakından izleme, modaya yönelik, yüksek kaliteli ve performanslı özel ürünler gerçekleştirilebilecek yapının oluşturulması gerektiğine işaret eden uzmanlar, firmalara teslimat sürelerini kısaltacak (renk numunesi gönderme, renk ölçümü, renk kontrolleri ve teyitlerini elektronik ortamda gerçekleştirecek) altyapı ve bilgiye sahip olacak yatırımlar yapılması gerekliliğine işaret ediyor.

İşlem ve süreçleri kısaltan teknoloji, üretimi artırdı

Temelleri Osmanlı İmparatorluğu döneminde atılan tüm tekstil, konfeksiyon fabrika ve atölyeleri, Cumhuriyetin kuruluşundan sonra Sümerbank çatısı altında toplandı. 1950'li yıllarda başlayan özel sektör yatırımları zaman içinde gelişince kamunun bu alanda üretici rolü azaldı. 1980'den sonra uygulanan, serbest piyasa ekonomisine dayalı dışa açılma ve ihracatı teşvik politikaları ile birlikte tekstil ve hazır giyim, ihracatın en önemli kalemi haline geldi. Ve günümüzde bilgisayar destekli tasarım, model hazırlama, kalıp çıkarma, pastal çizimi, serim ve kesim yapılarak hazır giyim üretimi belli bir oranda otomasyona geçip zamana ayak uydurdu. Tekstil ve hazır giyim, özellikle son 40-50 yıldır teknoloji sayesinde artık çok farklı şekillerde üretilip kullanır oldu.

Emek yoğun bir sektör olan tekstil ve hazır giyim, günümüzde Bilgisayar Destekli Tasarım (CAD-Computer Aided Design) sistemleri ile model ve kalıp çıkartmada kolaylık ve hızı yakaladı. Otomatik kesme makineleri, yaka veya gömlek atletlerinde iki-üç işlemi birlikte yapabilen otomatik makineler, süreçleri kısaltan yeni teknolojiler olurken üretimde etkinliği, bölümler arasındaki koordinasyonun artmasını sağlayan teknolojik yenilikler de gerçekleşti.

Henüz Türkiye'de yeterli bir düzeye erişemeyen nanoteknoloji, 2025'te hayatın her alanına gireceği tahmin ediliyor. Nanoteknolojinin tekstilde kullanılması ürünlere farklı özellikler kazandırılabilecek. Çorap ipliğinin, nano parçacıkları ile katkılandırılması, çorapta bakteri ve mikrop barınmasını engelleyip kokmasını önleyecek. Suyu sevmeyen (iten) kumaşlardan üretilerek tekstilde kirlenme engellenecek. Esnek ve yıkanabilen nano sensör ve aygıtların, kumaşa aktarılmasıyla üretilecek akıllı elbiseler görecek, duyacak ve hissedecek.

Yakın bir gelecekte, kendini temizleyebilen, kırışmayan giysiler kullanıma sunulacak. Ayrıca tekstil ürünleri, bilgisayar, müzik çalar, cep telefonu ve İnternet bağlantısı

gibi fonksiyonlara sahip olacak. Vücut fonksiyonlarını kontrol edebilen; gerektiğinde ilaç veren, yaraları tedavi eden tekstil ürünleri piyasaya sürüldü bile.

İstatistiki verilere erişmek zor

Küresel rekabet deneyimi olan Türk tekstil sektörünün, konfeksiyon teknolojileri, bilişim teknolojileri, sensörler, polimerler, örme teknolojileri, hava ve su jeti teknolojisi, nonwoven teknolojileri, plasma yöntemi, iyon implantasyonu, nanoteknolojiler, kompakt eğirme teknolojileri, hava jeti teknolojisi ve kontrol teknolojilerindeki durumuna ilişkin istatistiki verilere erişilemiyor.
Tekstilde üretim süreçlerinde ne kadar son teknolojik ürün kullanıldığı, özellikle hazır giyim sektöründe tasarım ve markalaşma; perakende de stratejik karar alma süreci; lojistik, pazarlama, müşteri ilişkileri gibi hizmetlerde bilişim teknolojilerinden nasıl yararlanıldığı bilinmiyor.
Vizyon ve strateji eksikliği olduğu ifade edilen sektörde; devlet, ticaret ve sanayi odaları, üniversite, ihracatçı birlikleri ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının yardım ve katkısıyla öncelikle kısa, orta ve uzun vadeli strateji ve hedefler belirlenip sektöre aktarılmalı.
Genç nüfusun yarattığı rekabetçi işgücünü yeterince kullanamayan sektör, girişimci ruh ve yetişmiş elemana yeterli düzeyde yer veremiyor. Sektörün istihdama dayalı bir sanayiden teknoloji, know-how, yaratıcılık ve girişimcilikle desteklenen bir sanayi haline gelmesi gerektiği vurgulanıyor. Bu kapsamda sektörün, siyasi muhatabının kararı ile konumunu güçlendirip sürdürmesi, teknoloji ve bilgiyi yoğun kullanarak katma değeri yüksek ürünlere yönelmesi için devletin kaynak, destek ve teşvikler vermesi bekleniyor.
Tekstil ve hazır giyimcilerimiz hâlâ yüksek katma değerli, teknolojik ürün üretiminde örnek gösterilebilecek seviyelere erişemezken sektörün, ihracat gelirlerinin en az yüzde 15'ini ileri teknoloji içeren mamullerden sağlanması hedefine de yaklaşamadığı bildiriliyor. Tekstil teknolojilerinin araştırılması, uyarlanması ve kullanımı; bilgi alış veriş ağı ve işbirliklerinin güçlendirilmesinde eğitim önemli rol oynuyor.
Halen Afyon Kocatepe, Uşak, Çanakkale On Sekiz Mart, Çukurova, Dokuz Eylül, Ege, Erciyes, Fırat, Gazi, Gaziantep, Hacettepe, İstanbul Teknik, Kahramanmaraş Sütçü İmam, Marmara, Mersin, Mimar Sinan, Pamukkale, Süleyman Demirel, Trakya, Uludağ, Yüzüncü Yıl üniversitelerinin tekstil ve tekstil mühendisliği bölümü bulunurken; Fırat, Gazi, Marmara, Muğla, Pamukkale, Selçuk ve Süleyman Demirel üniversitelerinin hazır giyim programları var. Bu arada birçok özel üniversitede de tekstil ve tekstil mühendisliği, hazır giyim programları veriliyor.

Kendisini "Terzi yamağı" olarak tanımlayan, yazar ve televizyoncu, Barbaros Şansal:

Moda, insanların cinsel, dinsel, fiziksel, ekonomik ve siyasi haberleşme biçimidir

Dünyanın hiçbir yerinde moda eğitimi olmadığına işaret eden Şansal, Türkiye'deki birkaç tasarım fakültesi dışında moda adına açılan okulların, para tuzağı olduğunu iddia etti. Sektör çalışanlarının sigortasız, sendikasız, meslek örgütsüz olduğuna dikkat çeken Şansal, pamuk, keten ve ipek üretimi olmayan İsviçre'nin dünyanın en yüksek teknolojik tekstil ürünlerini ihraç ettiğini, Türkiye'nin ise kefen bezini bile polyester yaptığının altını çizdi.

TBD BİLİŞİM Dergisi olarak "Moda/tekstil/ konfeksiyon ve bilişim" ana temalı "Dosya" sayfalarımız için, açık sözlü, sivri dilli, kültürel olarak donanımlı, aykırı ve renkli kişiliği ile tanınan "modacı", yazar ve televizyoncu Barbaros Şansal ile sanal bir söyleşi gerçekleştirdik. Şansal, sorularımızı sözünü esirgemeden, içten, düzgün Türkçesi ve kendine has anlatımıyla yanıtladı.

Marmara Üniversitesi İktisadi Ticari İlimler Akademisi İşletme Fakültesi'nde eğitim gören Şansal, eğitimini Londra'da Royal Academi'de tamamladı. Yurda döndüğünde Yıldırım Mayruk atölyelerinde asistan olarak çalışmaya başladı. Yaklaşık 50 yıldır "terzilik" yapıp kendisini "Terzi yamağı" olarak tanımlayan, birçok üniversite ve çeşitli sivil toplum örgütlerince düzenlenen seminerlere katılan, televizyonlarda program yapan, gazetelere yazan, tiyatrolarda sahneye konulan oyunlarda rol alan Şansal, yoğun programı arasında sorularımızı yanıtlayarak sayfalarımıza katkı verdi.

"Modacı diye bir meslek yoktur. Biz terziyiz. Hayallerimizi çizer, biçer, diker, nakde çevririz" diyen Şansal, moda için tüm sanat dalları gibi atölye geleneğinin gerekli olduğunu söyledi. Dünyanın hiçbir yerinde moda eğitimi olmadığını, işletme, pazarlama ve yönetim eğitimi verilerek sanat, bilgi ve görgü ile harmanlandığına değinen Şansal, Türkiye'de ise birkaç tasarım fakültesi dışında moda adına açılan okulların para tuzağı olduğunu düşünüyor. Tekstil fakülteleri ve mühendisliklerinin eğitim ve laboratuar açısından geride olduğunu ileri süren Şansal, Türkiye'nin tekstilde sigortasız, sendikasız, meslek örgütsüz olduğunu belirtip "Fason hamalı olmaktan öteye geçemiyoruz" dedi.

Şansal, hurda makinelerle, doğal elyaf fakirliği içinde gelişmenin zor olduğunu vurgulayıp KDV indiriminin tekstile ayrı bir darbe vurduğunun altını çizdi. "Türk kadını giyinmiyor. Sahne ve ekranlarda soyunuyor, protokolde örtünüyor" diyen Şansal, pamuk, keten ve ipek üretimi olmayan İsviçre'nin yüksek teknolojik tekstil ürünlerini ihraç ederken Türkiye'nin kefen bezini bile polyester yaptığına dikkat çekti.

Teknolojinin "Dikmen Vadisi'nde değil Silikon Vadisi'nde" olduğunu vurgulayan Şansal, iyi bir kreatörün; yatırım, istihdam ve KDV'yi bilen, sabır ve sebat tanıyan, çalışkan, dürüst ve donanımlı olmak koşuluyla en geç 15 yaşında eğitimine başlamasıyla yetişeceğini bildirdi. Şansal, genç modacı ve tasarımcıların, sponsorsuz, yardımsız hiçbir ürünleri bulunmadığı ve marka olamadıkları için eriyip gideceklerini söyledi.

-Kaç yıldır moda sektöründesiniz? Başlangıçtan bugüne siz, atölyeniz ve moda sektörü ne gibi değişiklikler yaşadı? Atölyenizde bilişim teknolojilerinden yararlanıyor musunuz?

-50 yıla yakın süredir mesleğimdeyim. O günden bugüne atölyeler, biçki ve dikiş teknikleri nedeni ile ekolleşirken maalesef moda sektörü kopyacılık, eğitim ve eleman eksikliği ile moda eleştirmeni yokluğundan büyük bir erozyon yaşadı. Terzilik, iletişim dışında zaten teknolojiye ihtiyaç duymaz.

-Türkiye'de Yıldırım Mayruk Modaevi yıllardır faaliyette. Reklam, tanıtım, dükkân ve hazır giyim ürünleriniz yok. Sırrınız nedir?

-Yıldırım Mayruk moda laboratuarı 50 yıldır faaliyette. Ürünlerini herkesin elleyebileceği raflarda sergilemedi. Yani nicelik, değil nitelik önde oldu. İşletmelerinde çek, senet, kredi kartı kullanmadı. Nakit ticareti yaptı. Buluşları kalitesi ve özgünlüğü ile hep keşfedilen oldu.

-Prensipleriniz ve sahip olduğunuz birikim hakkında bilgi verebilir misiniz? Diğer modacılarla farkınız nedir?

- Moda bir sosyal olgudur ve modacı diye bir meslek yoktur. "Cı"lı, "ci"li işler meslek olmaz. Biz terziyiz. Hayallerimizi çizer, biçer, diker ve nakde çevririz. Prensiplerim ise para ödenen kadınlar, ödeme konusunda namus fakiri oldukları için aileler ile çalışmayı yeğliyorum.

-Yurt dışında moda eğitimi aldığınızı biliyoruz. Türkiye'de böyle bir eğitim almak mümkün mü?

-Yurtdışında moda değil, sanat eğitimi aldım. Moda için, tüm sanat dalları gibi atölye geleneği gereklidir. Dünyanın hiçbir yerinde moda eğitimi yoktur. İşletme, pazarlama, yönetim eğitimi vardır. Sanat ve bilgi, görgü ile harmanlanır. Türkiye'de ise birkaç tasarım fakültesi dışında moda adına açılan okulların para tuzağı olduğunu düşünüyorum.

- Yurtdışındaki bazı modeller sizin diktiğiniz elbiseleri giyiyor. Kimlere elbise dikiyorsunuz?

-Tüm dünyadan müşterilerimiz var. Birçok ünlü modelin dışında Kongo Cumhurbaşkanı eşi, eski Suudi Arabistan Petrol Bakanın ailesi gibi ticaret sanat ve siyaset dünyasında öne çıkmış çeşitli isimler, Yıldırım Mayruk'u tercih edenler arasında bulunuyor.

- Türkiye'nin ilk moda eğitim stüdyosunu siz kurmuşsunuz. Stüdyo neler yaptı? Halen aktif mi? Moda alanında ilerlemek isteyen gençler için eğitim neler sağlar?

-Stüdyo, faaliyetlerine bakanlığın her 12 kız öğrenci için gerekli tuvalet sayısı ve her 20 öğrenci için gerekli pencere metrekaresini sağlayamadığı için işlemini durdurmuştu. Ancak 1 yıllık sürede bile birçok kreatörün feyz almasına olanak sağladı.

-Tekstil teknolojilerinin araştırılması, uyarlanması ve kullanımı; bilgi alış veriş ağı ve işbirliklerinin güçlendirilmesinde eğitim ve öğretim altyapısının güçlendirilmesi kapsamında "Tekstil Fakülteleri"nin kurulması ne gibi rol oynar? Üniversitelerin Moda-Tasarım Bölümlerindeki eğitim, tekstil sanayinin ihtiyacını karşılıyor mu?

-Tekstil fakülteleri ve tekstil mühendislikleri, maalesef eğitim ve laboratuar açısından çok geriler. Tekstil sektöründe çalışanlar sigortasız, sendikasız, meslek örgütsüz. Fason hamalı olmaktan öteye geçemiyoruz. Hurda makineler, doğal elyaf fakirliği içinde ve sentetik elyaflarla gelişmek çok zor. Üstelik KDV indirimi tekstile ayrı bir darbe vurdu. Milyarlarca dolarlık ihracat, yedi milyon çalışanı ile Türkiye'nin turizm ve inşaattan sonra 3 lokomotifi olan tekstilin hangi bakanlığa bağlı olduğunu sormak lazım.

-Türkiye ve dünyada beğendiğiniz tasarımcılar kimler?

-Türkiye'de ustam Yıldırım Mayruk, Cemal Bürün, Enver Baki, Maksut Varol, Bülent Erbaşar, Lütfiye Arıbal, Mualla Özbek isimlerini sayabilirim. Dünyada ise, Yves Saindt Laurent, JPG, Balenciyaga, MME, Gres Stefan Roland.

-Sizce Türk kadını nasıl giyiniyor?

-Türk kadını giyinmiyor. Sahnede ve ekranlarda soyunuyor, protokolde örtünüyor. Terzilik, meslek liseleri ve kız teknik öğretimlerin içi boşaltıldıktan, zengin adamların metresleri modacı olduktan sonra ancak kredi kartına taksitle çaput giyinme haline geldi. Elbette Türkiye'de güzel giyinen kadınlar da var ama onlar magazin dergilerinde mastürbasyon malzemesi olmazlar.

-Türk halkı sizi seviyor, birçok üniversite sizi konuşmacı olarak çağırıyor, Facebookta 30 bine yakın takipçiniz var. Televizyon programlarınız (Toplu İğne, Çengelli İğne) ve kitaplarınız var. Yeni televizyon programı ve kitap projeniz var mı?

-Facebook 10 kere kapatıldı hâlâ 30 milyon, twiter ise 250 bin kullanıcısı var. Öğrenciler bu ülkede en keriz müşteri yapıldığı için artık üniversitelere gitmiyorum. Forumlar, paneller, sokak gösterileri çok daha ilgimi çekiyor. Zaten Aydınlık Gazetesi'nde yazıyorum. Bu yıl yeni kitabım "Dike dike" çıkacak. Televizyona gelince siyasi baskılara boyun eğmeyen birkaç kanal dışında hiçbiriyle işim kalmadı. Çünkü onlar güneşli havaları sever. Halkın sevgisine gelince, vatanperver yurttaş sayısı azaldı mı yoksa?

-Rekabet edebilme açısından Türk tekstil firmalarının önündeki en büyük sorunlar nelerdir?

-Bilinen çok ünlü eşarp firması bile Hindistan'da 10 dolara çizilen desenleri, 500 dolara İtalya'dan alıyor. Türkiye, 0.2 polyester çekerken Japonlar, "Juma" adını verdikleri elyafta 0.02 ye ulaşabiliyor. Cübbe ile pardesü, taytla fanila arasına sıkışırsanız metrekareye 3 modacı düşer.
Katma değer yüzde 8'e düşünce, ithalat, ihracatı aşınca ve eğitimin içi boşalınca biz dinsel olmaya başladık. Bizden artık mucit çıkmaz ama başımıza cehalet icat olur. Bugün İsviçre, dünyanın en yüksek teknolojik tekstil ürünlerini ihraç ediyor. Oysa orada ne pamuk, ne keten, ne de ipek üretiliyor. Biz ise kefen bezimizi bile polyester yaptık.

-Günümüzde moda blogları moda dergilerinden, moda bloggerları da moda yazarlarında çok daha okunup izlenmeye başladı. Bu nedenle İnternet'teki moda bloglarında büyük bir artış ve rekabet yaşanıyor. Sizin de (moda blogu olmasa da) kişisel bir blogunuz var. Son zamanlarda Türkiye'de giderek artan moda blogları hakkında ne düşünüyorsunuz?

-Bana göre, sanal kanal sonu anal. Birkaç tanesini okumaya çalıştım. Çoğu içi boş, yetersiz, çıkar ve reklam kokan nesirler. Adı yabancı olan her şeye bir hayranlık var. Adeta çakma Ajda Pekkanlar. Ben şu an 1841'de Torino'da basılan, dünya kostüm, sosyoloji ve din atlasını taş baskıları ile birlikte orijinal ciltlerinden okuyorum.

- Türkiye'nin tekstildeki durumunu nasıl değerlendirebilirsiniz?

-1968'de Adana Çırçır'ın kapatılmasından sonra zehirli elyaf üretimi başladı. Kraliçe Elizabet'e Bursa Kozahan'da Çin'den ithal ipek armağan edildi. Angutlar, angus ithal etti. Sümerbank, Kula, Karamürsel Mensucat tarih oldu, gitti. Yerine ya parti malı, ya da outlet satan AVM'ler inşa edildi. Teknoloji Dikmen Vadisi'nde değil Silikon Vadisi'nde.

-Sürdürülebilir moda Türkiye'de çok yeni bir kavram. Bu noktada Türk tekstilcileri için önerileriniz nelerdir?

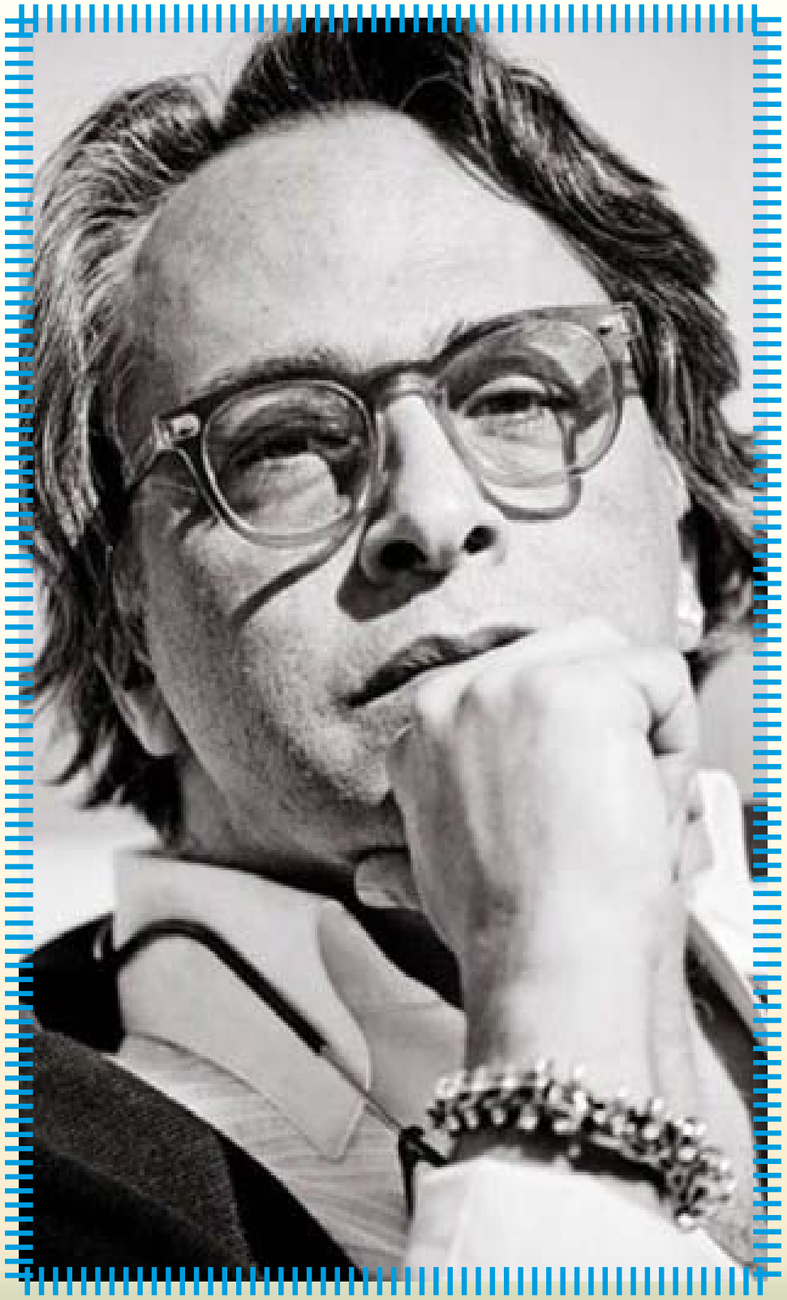
-Sürdürülebilir moda için şunu hatırlamak lazım. Moda, insanların cinsel, dinsel, fiziksel, ekonomik ve siyasi haberleşme biçimidir. Sürdürülebilir hoşgörü, sevgi, saygı, güvenli ve homojen bir beşeri yapınız yoksa sürünürsünüz.

- İyi bir modacı ve tasarımcı nasıl olunur?

-İyi bir kreatör; yatırım, istihdam ve KDV'yi bilen, sabır ve sebat tanıyan, çalışkan, dürüst ve donanımlı olmak koşuluyla en geç 15 yaşında eğitime başlayarak yetişir.

-Genç modacı ve tasarımcılara güveniyor musunuz?

-Genç modacı ve tasarımcıların hiçbiri, adam olamayacak. Sabun gibi eriyip gidecekler. Sponsorsuz, yardımsız hiçbir ürünleri yok, marka olamıyorlar. Çünkü istihdam yerine öğrencilere bulaşık ve temizlik yaptırmak için staj sağlıyorlar. Üstelik son derece hadsizler. Saygıdan yoksun ve şişmiş hayalleri var. Tabii bunu yapan, aslında öğrenciyi keriz yerine koyan eğitim sistemimiz.



Moda Hukuku Enstitüsü Yönetim Kurulu Başkanı Avukat Erdem Eren:

Hukuken korunmayan bir marka ve tasarım, katma değer yaratma sürecine ciddi zararlar verir

Moda ürünlerinin ömürlerinin kısa; stil, renk gibi özelliklerinin önemli; çeşitlerinin fazla ve bunları satın alacakların sayısının tam olarak belirlenemediğine işaret eden Eren, İnternet'ten yapılan faaliyetlerin her geçen gün arttığını söyledi. Eren, küreselleşen moda endüstrisinde, rekabet üstünlüğünün kazanılması için markalaşma, tasarım, üretim, satış-pazarlama, dağıtım ve lojistik stratejilerinin kurgulanması ve yönetilmesinde moda hukukunun önem taşıdığının altını çizdi.

"Moda/tekstil/ konfeksiyon ve bilişim" ana temalı "Dosya" sayfalarımız için Moda Hukuku Enstitüsü ile görüştük. Sorularımızı Moda Hukuku Enstitüsü Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Eren yanıtladı.

Moda hukukunun geleneksel moda pazarları gelişen ülkelerde oturup pratik zeminini bulduğuna değinen Eren, Türkiye'de ise yeni geliştiğini söyledi. Eren, moda hukukunun moda sektörünün değer zincirinin her aşamasında (tasarım, üretim, satın alma, dağıtım ve tüketim gibi) moda endüstrisinin yapısal sorunlarına çözümler getirmek için birçok farklı hukuk disiplinini içinde barından bir hukuk dalı olarak karşımıza çıktığını bildirdi.
Enstitü, mesleki birikim ve deneyime sahip uzman, avukat ve akademisyenlerin önderliğinde moda sektörünün hukuki zeminin sağlamlaştırmak için moda hukuku alanında eğitim ve sertifika programları düzenliyor. Eren, küreselleşen moda endüstrisinde, rekabet üstünlüğünün kazanılması için markalaşma, tasarım, üretim, satış-pazarlama, dağıtım ve lojistik stratejilerinin kurgulanması ve yönetilmesi aşamasında moda hukukunun büyük önem taşıdığına dikkat çekti.
Moda ve buna bağlı hazır giyim ve tekstil sektörlerinin, post modern tüketim pazarının en büyük aktörlerinden biri olduğunu belirten Eren, sektörün küresel endüstride ekonomik ve kültürel zeminini sağlamlaştırmasına karşın, gelişim ve küresel pazarda rekabet üstünlüğünün kazanılması için büyük bir öneme sahip olan hukuki zeminini tam anlamıyla oluşturamadığını vurguladı.

Moda ürünlerinin ömürlerinin kısa, stil, renk gibi özelliklerinin önemli, çeşitlerinin fazla ve bu ürünleri satın alacakların sayısının tam olarak belirlenemediğine işaret eden Eren, pazarlama ve satışın, moda sektöründe çok önemli olduğunun altını çizdi.

Ürünlerin hedef tüketiciye doğru yer ve doğru zamanda akışının gerçekleştirilmesinde İnternet üzerinde yapılan faaliyetlerin her geçen gün arttığını anlatan Eren, hukuken korunmayan bir marka ve tasarımın, katma değer yaratma sürecine ciddi zararlar vereceğini vurguladı. Eren'e göre, marka ve tasarım taklitçiliğinin ekonomik değerinin milyar Avro'yu geçtiği moda endüstrisi pazarında, ciddi zararlara uğramamak için korunma stratejileri iyi belirlenmeli, moda endüstrisinin değer zincirinin her aşamasında, taraflar arasındaki sözleşmeler, küresel pazardaki rekabet etme gücüne katkı sağlayacak şekilde düzenlenmeli.

-Moda hukuku nedir?

-Moda hukuku, her ne kadar Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Fransa ve İngiltere gibi geleneksel moda pazarlarının geliştiği ülkelerde oturmuş ve pratik zeminini bulmuş bir hukuk disiplini olsa da Türkiye'de birçok moda disiplininde olduğu gibi yeni gelişmekte ve sektörün hukuki ihtiyaçlarına yanıt vermeye çalışıyor.

Moda Hukuku, başta Fikri Mülkiyet Hukuku olmak üzere, Sözleşmeler Hukuku, Uluslararası Ticaret Hukuku, Reklam Hukuku, Rekabet Hukuku ve Bilişim Hukuku gibi birçok hukuk disiplinini içinde barındırıyor.

Moda Hukuku, moda endüstrisi pazarında, bir ürünün kavramsal tasarım aşamasında bu ürün üzerindeki fikri ve sınaî hakların korunmasından, üretim, pazarlama-satış, tüketim ve sonrası aşamalarına kadar ki süreçlerde belirlenen stratejilerin hukuki zeminini oluşturma noktasında değer zincirinin tüm aşamalarında pratik zeminini bulan yeni bir hukuk dalı olarak karşımıza çıkıyor.

Türkiye'de ilk defa Moda Hukuku Enstitüsü tarafından, sektörün aktörleri olan, tekstil şirketlerine, tasarımcılara, tasarım ofislerine, tasarım dernek ve birliklerine küresel moda pazarında rekabet üstünlüğünün kazanılması, sektörde yaratıcı ve katma değer yaratmaya odaklı bilincin gelişmesi ve sektörün değer zincirinin yönetim stratejilerin yönetilmesi için eğitimler veriliyor.

-Moda hukuku neden var?

-Moda tasarım sektöründe bir ürünün ve hizmetin, kavramsal tasarımından tüketiciye erişimine kadar gerekli olan tüm faaliyetleri içeren değer zincirinin iyi kurgulanması ve yönetilmesi gerekiyor. Küreselleşen moda endüstrisinde, rekabet üstünlüğünün kazanılması için bu süreçlerdeki markalaşma, tasarım, üretim, satış-pazarlama, dağıtım ve lojistik stratejilerinin kurgulanması ve yönetilmesi aşamasında moda hukuku büyük bir önem taşıyor.

Söz konusu değer zincirinin yönetim stratejilerinin sağlıklı bir şekilde belirlenmemesi ve yönetilmemesi, amaçlanan rekabet üstünlüğünün elde edilememesine neden olur.

Moda hukuku, bu süreçlerde değer zincirinin her aşamasında söz konusu stratejilerinin belirlenmesi ve yönetilmesiyle yaratıcı ve katma değer yaratmaya odaklı bilincin gelişmesine ve bu sayede de küresel pazarda rekabet üstünlüğünün elde edilmesinde büyük bir öneme sahip.

Birleşmiş Milletler Yaratıcı Ekonomiler Raporu'na göre, 2005 yılında "moda" başlığı altında, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin dünya ihracatındaki payı yüzde 53,02 olduğu görülüyor. Türkiye'nin bu alanda dünya ihracatındaki payı ise, sadece yüzde 0,9'da kalıyor.

MODA HUKUKU ENSTİTÜSÜ

-Moda Hukuku Enstitüsü olarak neler yapıyorsunuz?

-Post modern tüketim pazarının en büyük aktörlerinden biri olan moda ve buna bağlı hazır giyim ve tekstil sektörleri, küresel endüstride ekonomik ve kültürel zeminini sağlamlaştırmasına rağmen, sektörün gelişimi ve küresel pazarda rekabet üstünlüğünün kazanılması için büyük bir öneme sahip olan hukuki zeminini tam anlamıyla oluşturamadı.

Rekabetin arttığı ve küresel ağlarla değer zincirinin biçimlendiği günümüzde, dünyada moda ve tekstil sektörlerinin yapısal özellikleri de dikkate alındığında, rekabet üstünlüğünün kazanılması, katma değer yaratmaya odaklı yaklaşımların gereği ve markalaşma, tasarım ve pazarlama stratejilerinin önemi yapısal değişimi kaçınılamaz hale getiriyor.

İşte bu noktada moda hukuku, moda sektörünün değer zincirinin her aşamasında (tasarım, üretim, satın alma, dağıtım ve tüketim gibi) moda endüstrisinin yapısal sorunlarına çözümler getirmek için birçok farklı hukuk disiplinini içinde barından bir hukuk dalı olarak karşımıza çıkıyor.

Moda Hukuku Enstitüsü olarak, işbirliği içerisinde olduğu üniversiteler ve akademilerle birlikte konularında gereken akademik ve mesleki birikim ve tecrübeye sahip uzman avukat ve akademisyenlerin önderliğinde moda sektörünün hukuki zeminin sağlamlaştırmak için moda hukuku alanında eğitimler ve sertifika programları düzenliyoruz.

-Günümüzde moda endüstrisinde, İnternet üzerinde yapılan elektronik yayıncılık, sosyal medya platformları, elektronik ilan ve reklam faaliyetleri, İnternet yazılımları, elektronik mal ve hizmet ticareti ve benzeri faaliyetler her geçen gün artıyor. Söz konusu bu faaliyetlerin hukuki zemini oluşturuldu mu? Bu anlamda ne gibi hukuki sorunlar gündeme gelebilir?

-Pazarlama ve satış, moda sektöründe diğer sektörlerden daha fazla öneme sahip. Çünkü moda ürünlerinin ömürleri kısa, stil, renk gibi özellikleri önemli, çeşitleri fazladır ve bu ürünleri satın alacak olan alıcı sayısı tam olarak belirlenemiyor. Moda ürünlerin hedef tüketiciye doğru akışını, doğru yer ve doğru zamanda gerçekleştirilmesi gerekiyor.

Günümüzde moda endüstrisinde, İnternet üzerinde yapılan elektronik yayıncılık, sosyal medya platformları, elektronik ilan ve reklam faaliyetleri, İnternet yazılımları, elektronik mal ve hizmet ticareti ve benzeri faaliyetler her geçen gün artıyor. Söz konusu bu faaliyetlerin hukuki zeminin oluşturulması ve bu doğrultuda hareket edilmesi oldukça önem taşıyor.

Örneğin, mesafeli alım-satım sözleşme örnekleri hazırlanması, abonelik sistemlerinin kurulması, tüketicilerin haklarının korunması, telif ve fikri ve sınai hakların

İnternet üzerinden kullanımı için hukuki altyapı kurulması, kişisel verilerin korunması ve kişisel bilgi kullanımı amaçlı teyit sitemlerinin oluşturulması, reklam amaçlı ya da diğer önemsiz e-posta trafiği, kişisel ya da kurumsal sistemlere yönelik haksız fiiller (hacking) ile mücadele edilmesi, alan adı ve hizmet sağlayıcı edinme işlemlerine hukuki destek sağlanması, erişim engelleme kararlarına karşı önlem ve kararların uygulamaya konulması, altyapı hizmetleri ve standartları ile diğer benzeri konularda planlama, tip sözleşme hazırlığı, uyuşmazlıkların çözümü gibi sürelerin sağlıklı bir şekilde yönetilmesi şirketlerin sürdürülebilir rekabet üstünlüğünü kazanma süreçlerinde oldukça önemli.

-Rekabet edebilme açısından Türk tekstil firmalarını, diğer ülkedekilerle kıyasladığımızda ne tür avantaj ve dezavantajlar gözlemliyorsunuz? Sektörünün önündeki en büyük sorunlar sizce nelerdir?

-Sektörün en önemli sorunlarının başında, değer zincirinin sağlıklı bir şekilde kurgulanmaması ve katma değer yaratmaya odaklı bilincin gelişmemesini sayabiliriz. Sektörde değer zinciri olarak bilinen faaliyetlerin (pazarlama ve satış, lojistik, insan kaynakları yönetimi,satış sonrası hizmetler vb..) uluslararası pazardaki rakiplerine kıyasla daha etkin ve farklılık yaratacak bir şekilde gerçekleştirebilmesi gerekiyor. Rekabetin arttığı ve küresel ağlarla değer zincirinin biçimlendiği günümüzde, değer zincirinin ilk basamağı olan tasarım aşaması olmak üzere diğer tüm aşamalarda başta hukuki zeminin sağlamlaştırılması gerekiyor. Bu süreçlerde markanın, tasarımın ve tüm fikri hakların hukuken korunmasını sağlamak büyük önem taşıyor.
Hukuken korunmayan bir marka ve tasarımın katma değer yaratma sürecine ciddi zararlar vereceği çok açık. Marka ve tasarım taklitçiliğinin ekonomik değerinin milyar Avro'yu geçtiği moda endüstrisi pazarında, ciddi zararlara uğramamak için korunma stratejileri iyi belirlenmeli. Bunlara ek olarak, moda endüstrisinin değer zincirinin her aşamasında taraflar, aralarında söz konusu hak ve yükümlüklerini içeren birçok sözleşmeyi imzalıyorlar. Bu sözleşmelerin de küresel pazardaki rekabet etme gücüne katkı sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerekiyor. Tekstil ve hazır giyim, bugün Türkiye'de, en fazla dış ticaret fazlası veren sektörlerden biri. Türkiye'de, 2012 yılında gerçekleştirilen 152,7 milyar dolarlık ihracat içinde tekstil ve hammaddeleri yüzde 5'lik bir payla 7,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Hazır giyimde ise yüzde 10,5 pay ile 16 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilerek sektör, Türkiye ekonomisi içindeki yerinin önemini ortaya kondu. 2023 yılında 20 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşması öngördüğümüz pazarda yukarıda altını çizdiğimiz konuların dikkate alınmasının söz konusu bu hedeflere ulaşmada büyük bir önem taşıdığını düşünüyoruz.

-Sürdürülebilir moda Türkiye'de çok yeni bir kavram. Bu noktada Türk tekstilcileri için önerileriniz nelerdir?

-Bir moda tasarımcısı için, kendi bireysel deneyimleriyle biçimlendirdiği, yeniliği ve estetiği bünyesinde barındıran düşünceyi ya da imajı ürüne dönüştürme sürecini zihninde kurgulaması ve yönetmesi yani bir tasarımı ortaya çıkartması oldukça basit. Ancak bir tasarımcı için, oluşturduğu tasarım ürünlerle sektöre nasıl gireceği ve burada nasıl kalıcı olacağı oldukça zorlu bir süreç. Tasarımcının, sektörde sürdürülebilir bir rekabetin parçası olacak şekilde hangi ölçekte bir şirket kurması gerektiği, şirketin finansman, vergilendirme, hukuki altyapısının ve buna benzer süreçlerin boyutlarının ne şekilde olacağını bilmesi gerekiyor.

Tekstil şirketleri de şirketin nasıl rekabet edeceği, hedeflerinin neler olması gerektiği ve bu hedefleri gerçekleştirmek için hangi politikaların uygulanması gerektiği konularında genel bir formül geliştirmek zorunda. Başka bir ifadeyle, rekabet etme şeklini (tasarım koruma stratejisi, ürün stratejisi, konumlandırma stratejisi, markalaşma, fiyatlandırma stratejisi, küresel strateji, üretim stratejisi, satış-pazarlama, dağıtım stratejisi, vb...) ve nerede rekabet edildiğini (rekabet sahası, pazar ve rakiplerin seçilmesi) iyi kurgulamalı ve yönetmeli. Değer zincirinin tüm aşamalarının iyi kurgulanması ve yönetilmesi kadar, katma değer yaratmaya odaklı bilincin gelişiminin de söz konusu rekabet üstünlüğünün kazanılması açısından büyük bir öneme sahip olduğu görülüyor.

Vizyon 2023,
Teknoloji Öngörüsü Tekstil

2003'te düzenlenen panelle açıklanan "Vizyon 2023, Teknoloji Öngörüsü Tekstil" raporu, tekstil ve konfeksiyonda hızla ilerleyen ülkelerin büyük teknolojik yatırımlar yaptığına dikkat çekti. Raporda Türkiye'nin bu alanda kısa zamanda büyük ilerlemeler göstermesinin "hayalcilik" olacağı vurgulanırken tekstil ve hazır giyimin, istihdama dayalı bir sanayiden teknoloji, know-how, yaratıcılık ve girişimcilikle desteklenen bir sanayi haline gelmesi gerektiği öngörüldü.

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun (BTYK) Haziran 2002'de aldığı kararla TÜBİTAK koordinatörlüğünde Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. yılında (2023) 12 sektörde dünya ve Türkiye'de olan değişimler, Vizyon 2023 Teknoloji Öngörü Projesiyle belirlendi. Temmuz 2003'te tamamlanan proje kapsamında Vizyon 2023, Teknoloji Öngörüsü Tekstil Paneli'nin sunumu yapıldı. Türk iş dünyasının duayen isimlerinden Mehmet Şuhubi başkanlığında gerçekleştirilen çalışma, yaklaşık yüzde 60'ı özel sektör üst düzey yöneticileri, yüzde 40'ı ise TÜBİTAK ve DPT gibi kamudaki farklı disiplinlerden uzman ve üniversite öğretim üyelerini katkısıyla hazırlandı. Panel raporunda, tekstilin sosyo-ekonomik faaliyet alanının teknolojik, ekonomik ve yapısal durumunun (Türkiye ve dünyadaki) değerlendirilmesi; 2003-2023 dönemindeki gelişme ve değişimleri belirleyecek temel eğilimler ve itici güçler ile bu alanda Türkiye'nin güçlü ve zayıf yanları, tehdit ve fırsatlar (SWOT çözümlemesi) ayrıntılı bir şekilde sunuldu. "Vizyon 2023, Teknoloji Öngörüsü Tekstil" raporu, önümüzdeki yirmi yılda bilgi, bilim ve teknolojinin bireysel ve toplumsal refahı belirleyen temel itici güç olacağına, tekstil ve konfeksiyonda hızla ilerleyen ülkelerin büyük boyutlu teknolojik yatırımlar yaptığına dikkat çekti.

Dünya liginde rekabet gücüne sahip olduğumuz ender sektörlerden biri olan tekstil sektörünün konumunu sürdürebilmesi ve geliştirebilmesi için teknolojisini çağın önünde tutabilecek olgunlukta eğitim, araştırma, geliştirme (Ar-Ge) desteğine gereksinim duyacağı vurgulanıyor. Gelecekte, çok işlevli akıllı tekstil ürünlerinin üretimi ve kullanımının gelişeceği, uzun vadede ciddi boyutlu pazar payı alacağına işaret ediliyor. Raporda yer alan bazı ayrıntılar şöyle:

"Avrupa'nın en büyük üretim kapasitesi ile yirmi yıldır ülke ihracatının lokomotifi olan Türk Tekstil (ve Hazır Giyim / Konfeksiyon) Sanayi, sağladığı milli hasıla ve yarattığı istihdam bakımından ülke ekonomisinin temel direklerindendir. Halen dünyanın önde gelen tekstil ve konfeksiyon üreticilerinden biri olan Türkiye, AB'nin de Çin'den sonra en büyük hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçisi; tekstil sanayinin en önemli ham maddelerinden olan (yıllık

800 bin ton) pamuk üretimi ile dünyanın altıncı büyük pamuk üreticisi konumundadır.

Bu bakımlardan, tekstilin kısa ve orta vadede Türkiye'nin öncelikli sanayilerinden biri olarak tanımlanması kaçınılmazdır. Elyaf ve iplikten üretilen, genellikle esnek (bazı durumlarda esnek olmayabilen) malzemelerin üretim teknolojileri ile bu malzemeleri şekillendirme ve mamul hale getirmede kullanılan tekstil teknolojilerin geliştirilmesi ve etkin kullanılması ile sektörün ülke refahına katkısı artacaktır.

Özellikle 2005'ten sonra dünyada oluşacak serbest rekabet ortamında Türk tekstil sektörünün rekabet gücü moda/marka, eğitim ve teknoloji ile sağlanabilecektir. Tekstil teknolojisindeki hâkimiyet ağırlıklı olarak gelişmiş Batı ülkelerindedir. Bu alanda kısa zamanda büyük ilerlemeler beklemek hayalcilik olacaktır. Ancak bu alanda çalışmaların artması ilerde oluşacak rekabet şartlarına uyum sağlamamızı kolaylaştıracaktır. Bu alanlardaki ilerlemeler ölçüsünde tekstil ve hazır giyim sanayimiz topluma refah sağlayacak; istikrarlı bir sosyo-ekonomik ortamda, Türk girişimcileri önemli başarılar sağlayabilecek; istihdama dayalı bir sanayiden - esas olarak - teknoloji, know-how, yaratıcılık ve girişimcilikle desteklenen bir sanayi haline gelecektir.

Türkiye'deki durum

İplikten başlayarak, geniş ve güçlü bir üretim yelpazesi ve kapasitesine sahip olan Türk tekstil sektörü, ülkenin en önemli ihracatçısıdır ve dünya tekstil arenasının en önemli oyuncuları arasındadır. Türkiye'nin, iplikten başlayarak tekstil üretim kapasitesinde dünya ölçeğinde önemli payı vardır. Sınır, bavul ve turist ticareti ayrı tutulduğunda dahi, 10 milyar Doları aşan tekstil ve hazır giyim ihracatıyla Türkiye, tekstilde Avrupa'nın en büyük (birinci), dünyanın on dördüncü; hazır giyim ürünlerinde Avrupa'nın ikinci, dünyanın yedinci büyük tedarikçisidir. İğ sayısı itibarı ile dünyada altıncı, rotor sayısında dördüncüdür; dokuma ve örgü kapasitesi AB kapasitesinin dörtte biri, terbiye (boya, baskı, apre) kapasitesi Avrupa Birliği (AB) düzeyindedir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yarıştığı bu zorlu pazarda Türkiye sağlam, kalıcı bir yer edinmiştir. Şimdiden teknoloji düzeyi, ürün kalitesi, yetkin yönetim ve yaratıcı pazarlama becerisi, eğitilebilir genç çalışanlar kaynağı ile dünya liginde rekabet gücüne sahip olduğumuz ender sektörlerden biri olan tekstil sektörünün bu konumunu sürdürebilmesi ve geliştirebilmesi için teknolojisini çağın önünde tutabilecek olgunlukta eğitim, araştırma, geliştirme (Ar-Ge) desteğine gereksinim duyacaktır. Eğitim, Ar-Ge, makine, malzeme kesimleriyle bu bağlamda bir etkileşim sağlandığında, bu etkileşimin yaratacağı sinerji sadece tekstil sektörünü değil destekçisi olan eğitim, Ar-Ge, metal, malzeme, kimya kesimlerini de çağın önüne çıkaracak, Türkiye'yi marka yapabilecektir.

Dünyadaki durum

Önümüzdeki yirmi yılda hammadde üretiminin yüzde 75'inin Asya'da gerçekleşeceği, elyaf üretiminin yüzde 80'inin sentetik elyaftan oluşacağı, filament ipliğe talebin artacağı; gelişmiş ülkelerin yeni nesil yüksek performanslı (büyük olasılıkla selülozik bazlı) özel kimyasal elyaf geliştirmeye yönelecekleri öngörülmektedir. Önümüzdeki yirmi yıl içerisinde yeni komposit malzemeler ve çok fonksiyonlu
akıllı (intelligent) tekstil ürünleri ile, pazar

payı halen yüzde 15 olan teknik tekstillerin kullanım ve pazar payının artması beklenmektedir.
Tekstil ürünleri üretiminde meydana gelen ve gelebilecek olan önemli değişiklikler açısından, (konfeksiyon dahil) tekstil ürün yelpazesindeki mevcut konumlanma ve olası gelişmeler - ana hatları ile - aşağıdaki gibi incelenebilir:

1. Modaya yönelik, parti üretimi yapılan ve sağladığı katma değer daha yüksek olan ürünlerin pazar payı yüzde 20 dolaylarındadır.

2. Moda-marka ürünlerinin pazar payı yüzde 5'i geçmese de, sağladıkları katma değerin yüksekliği nedeniyle şu anda bütün tekstilcilerin rüyası olmaya devam etmektedir.

3. Ucuz, sıradan, seri üretilen tekstil ürünleri (commodity textiles) halen hacim olarak pazarın yaklaşık yüzde 55-60 kadarını oluşmaktadırlar. Tekstil sektöründe mevcut kapasite fazlasının hemen hemen tamamı bu gruba aittir.

4. Tekstil pazarının geri kalan, yaklaşık yüzde 20'sini teknik tekstillerin oluşturduğu söylenebilir. Başlangıçta urgan, halat, çuval, yelkenbezi, keçe gibi kısıtlı miktar ve kullanım yeri olan teknik tekstillerin kullanım alanları, ziraatten inşaata kadar her türlü taşıt ve taşıma aracından savunma sanayine, sağlık sektörüne kadar geniş bir alana yayılmaktadır. Önümüzdeki 15-20 yıl içinde teknik tekstillerin miktarının ve öneminin artması beklenmektedir. Buna ilaveten, tekstil elyaf ve malzemelerini diğer polimer ve/veya malzemelerle karıştırılarak oluşturulan komposit malzemelerin önemi büyük ölçüde artacaktır.

5. Gelecekte, giyenlere, kullananlara örtme ve süslemenin ötesinde, başta sağlık, güvenlik ve enformasyon alanlarında olmak üzere, başka hizmetler de sunabilen çok işlevli akıllı tekstil ürünlerinin üretimi ve kullanımı sağlanacak ve gelişecektir.

6. Daha uzun vadede çok işlevli akıllı tekstil ürünlerinin ciddi boyutlu pazar payı alacağı beklenmelidir. Ciddi Ar-Ge çalışmaları sonucu geliştirilecek bu ürünlerin üretimi uzun yıllar güçlü Ar-Ge imkânlarına sahip bilgi toplumu ülkelerin tekelinde kalacak ve dolayısıyla sağladıkları katma değer de yüksek olacaktır.

2003-2023 dönemindeki gelişme ve değişimleri belirleyecek temel eğilimler ve itici güçler

- Bireysel, kurumsal, toplumsal boyutta küresel etkileşimin, işbirliklerinin ve rekabetin artacağı, disiplinler ve sektörler arası yeni çalışma alanlarının ve ürünlerin ortaya çıkacağı,
- Global nüfus artışının yavaşlayacağı; çevre bilincinin ve evrensel değerlerinin önem kazanacağı; demokrasinin ve yönetime katılımın, (gelişmiş toplumlarda) insan yaşamının süresinin ve kalitesinin artacağı; farklı/alternatif düşünce ve yaşam biçimlerinin ortaya çıkacağı; boş zamanın, çok amaçlı seyahatlerin ve klimatize ortamların artacağı,
- Üretim süreçlerinde otomasyonun artacağı, iş gücü talebinin üretimden hizmet sektörüne kayacağı; iş ve üretim süreçlerinin küresel paylaşımının ve uzmanlaşmanın, part-time, ofis dışı, proje bazlı çalışmaların, (deneyimden çok) yaratıcı, yenilikçi ve nitelikli beyin gücü talebinin artacağı,
- Arzın talebi aşacağı, kişiye özgü üretim ve hizmet sağlanacağı, üretim ekonomik ölçek boyutlarının küçüleceği, erişim, dağıtım ve iletişim kanal ve ortamlarının çeşitleneceği, iş ve yönetimde bilgi sistem ve teknolojileri kullanımının artacağı,
- İnsan, ortam, araç, alan, barınak giydirmesinde (diğer disiplinlerin ve sektörlerin de faaliyet ve kullanım alanlarına giren) akıllı, çok amaçlı ve işlevli; kullanım kolaylığı, estetik ve optik zenginliği olan tekstil bazlı ürünlere; bir kere giyilip atılan, geri dönüşümlü, yıpranmayan, buruşmayan, vücut ısısını dengeleyen, teşhis ve tedavi eden, bireysel talebe göre anında üretilen, ultra hafif, dayanıklı giysilere talebin artacağı; formal giyimin azalacağı, genelde sentetik ve suni elyafta talebin, gelişmekte olan ülkelerde elyaf tüketiminin artacağı yönündedir.

Türkiye'nin güçlü ve zayıf yanları, tehdit ve fırsatlar (SWOT çözümlemesi)

Güçlü Yönler

- Yerleşik tekstil geleneği
- Gelişmiş bir tekstil-konfeksiyon alt yapısı ve yeterli deneyim
- Uluslararası rekabet deneyimi
- Hammadde ve malzeme zenginliği
- Uluslararası sosyal şartnameler ve çevre dostu üretim konusunda deneyim
- Kişisel talebe yönelik küçük ölçekli işlere yatkınlık
- Ürün ve süreç çeşitliliğindeki zenginlik
- Lojistik, ulaşım, iletişim konularında altyapı yeterliliği
- Esnek ve hızlı üretim, hızlı karar verebilme yeteneği
- 10 milyar dolarlık ihracatı ile Türkiye ihracatının lokomotifi olma özelliği
- Tekstil konusunda Avrupa'nın birinci, dünyanın on dördüncü; hazır giyim konusunda Avrupa'nın ikinci, dünyanın yedinci en büyük tedarikçisi olma konumundan elde edilen pazar payı
- Tekstil (ve hazır giyim/konfeksiyon) sektörünün ülke toplam katma değerinin yüzde 10'unundan daha fazlasını yaratması
- Teknolojiye ve modaya uyum becerisi
- Toplam üretimin ¾'ünün on yaşından genç makine parkıyla gerçekleştiriliyor olması
- Genç ve eğitilebilir ülke nüfusu
- Gelişmiş ülkelere göre genç nüfusun yarattığı rekabetçi işgücü maliyetleri,
- Yetişmiş işgücü ve girişimci ruh
- Yan sanayi ile birlikte yaklaşık iki milyon çalışanı ile ülke istihdamına büyük katkı

Zayıf Yönler

- Özkaynak yetersizliği, risk sermayesi noksanlığı, işletme sermayesi ve nakit akışı yönetme becerisindeki eksiklikler
- Yüksek girdi maliyetleri, yüksek kamu yükü
- Ülke dışı üretim organizasyonlarının yeterli ölçüde geliştirilememesi
- Global perakende pazarlarında bulunamama, dağıtım kanallarını yönlendirme becerisindeki eksiklik
- Marka yaratılamaması
- Esnek üretime uymayan katı iş mevzuatı
- Bürokratik mevzuatın ağırlığı, hukuki altyapı eksikliği, fikri mülkiyet haklarının korunmasındaki hukuki boşluk
- Kayıt dışı ekonominim büyüklüğü
- Tekstil ve konfeksiyon sanayileri arasında gerekli sinerjinin bulunmayışı
- Ar-Ge eksikliği üniversite sanayi ve meslek kuruluşları arasındaki diyaloğun zayıflığı, uluslararası Ar-Ge fonlarından yeterince yararlanamama
- Sektörle ilgili veri tabanı eksikliği
- Sektörel bilgilendirici ve yönlendirici strateji ve politika eksikliği
- Global entegrasyonun azlığı, global networklara katılım eksikliği
- Kalite, kontrol, süreç otomasyonu ve sanal üretim teknolojilerinin yeterli düzeyde gelişmemiş olması
- Ülke içi ve dışı benchmarking alışkanlıklarının olmaması
- Sektörle ilgili özel bilişim teknolojilerinin olmaması
- Çağdaş bir eğitim sisteminin bulunmayışı, her yaşta eğitim seferberliğinin olmaması
- Teknoloji üretememe, tekstil makineleri ve tekstil kimyası sanayilerinin zayıflığı

Fırsatlar

- Yüksek satın alma paritesine dayalı düşük maliyetli emek ve yönetim giderleri
- Coğrafi konum, AB, Rusya ve Türk Cumhuriyetleri pazarlarına yakınlık, bu ekonomiler ile gelişen ilişkiler
- Hedef pazarlardaki pazar payımızın düşüklüğü
- 2005'den sonra korumacı engellerin ortadan kalkıyor olması ve yeni pazarlar
- Yükselme sürecine hazırlanan ekonomik konjonktür
- Gelişen turizm ve tekstil sektörü işbirliği
- Ülkenin genç nüfus gücü

Tehditler

- Kaynak yetersizliği, kıt, pahalı kısa vadeli ve riskli finansman
- İstikrarsız makro ekonomik yapı ve buna bağlı olarak yabancı sermaye girişi yetersizliği
- Ülke imajının yetersizliği
- ABD ve büyüyen Uzakdoğu pazarlarına uzaklık (dış satım açısından tehdit, iç pazar açısından fırsat)
- 2005 faktörü
- Küresel arz fazlası
- Mevcut ve/veya potansiyel bölgesel entegrasyonlar ve ikili antlaşmalar
- Ulaşım maliyetlerindeki düşüşler, pazara yakınlık avantajının yitirilmesi
- Uluslararası serbest rekabet kurum ve kurallarının gelişmemiş olması
- Siyasi bakımdan istikrarsız bir bölge içinde yer almak
- İhracat ve ilgili mevzuatta tutarsızlık, devamsızlık

Gelecek vizyonu ve sosyo-ekonomik hedefler

Türk Tekstil sektörünün vizyonu; katma değeri yüksek, yenilikçi, rekabetçi ve teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile dünya ticaretindeki payını ve toplumsal refahı arttırmaktır. Bunun için makro hedefler:

• Dünya tekstil ticaretinin yüzde 5'ine sahip olmak
• Ülke ekonomisine sağlanan mevcut katkıyı (GSMH'dan bağımsız olarak) iki misline çıkarmak
• İhracat gelirlerinin en az yüzde 15'ini yüksek teknoloji içeren mamullerden yapmak
• Kaynak verimsizliğini ortadan kaldırmak

Sosyo-ekonomik hedefler:

• Çağdaş bir eğitim ve öğrenim sisteminin toplumun tüm katmanlarında yaygınlaştırılması
• Sosyo-ekonomik istikrarın sağlanması, serbest rekabet kurum ve kurallarının çalıştırılması, yabancı yatırım ve sermayenin teşvik edilmesi.
• Sektörel ve sektörler arası yerel ve global işbirliklerinin, araştırma ve geliştirme faaliyetlerine katılımın artması, yerel ve global Ar-Ge fonlarının etkin kullanımının sağlanması
• Dünya tekstil ticaretindeki lider konumun geliştirilmesi, yüksek teknoloji ve katma değer içeren ürün sunumlarının ihracattaki payının ve ülke ekonomisine olan katkısının artması
• Küresel rekabet gücünü sağlayan uygulamaların ve tekstil teknolojilerinin araştırılması, uyarlanması ve kullanımını; sektörel ve sektörler arası bilgi alış veriş ağının ve işbirliklerinin güçlendirilmesini sağlamak.

• Sektörel eğitim ve öğrenim alt yapısının, araştırma ve geliştirme becerisinin gelişmesi, küresel rekabet gücünü sağlayan uygulamaların ve tekstil teknolojilerinin araştırılması, uyarlanması ve kullanımı; sektörel ve sektörler arası bilgi alış veriş ağının ve işbirliklerinin güçlendirilmesi
• Tekstil Fakültelerinin kurulması
• Küresel eğilimler ve itici güçler doğrultusunda moda/marka ve dağıtım kanalları oluşturulması, çok amaçlı-işlevli akıllı ve katma değeri yüksek ürün ve yenilik sunumlarının, çevreci ve yüksek teknoloji uyarlamasının ve kullanımının artmasının sağlanması

Öncelikli teknolojiler

İplik, nonwoven, dokuma, örme, tekstil terbiyesi ve konfeksiyon olarak altı alt sektörde faaliyet gösteren tekstil sektörümüz orta vadede özgün tasarım, kalite, verimlilik, pazarlama ve dağıtım yeteneklerinin geliştirilmesine, üst sınıf modaya yönelik teknik tekstillerin üretimine; uzun vadede akıllı ve çok işlevli tekstil ürünlerinin araştırılmasına, geliştirilmesine ve üretimine önem vermelidir. Tekstil sektörümüz, orta ve uzun vadede Asya ve Afrika rekabeti karşısında kaybedilmesi olası olan sıradan giysi ve tekstil ürünleri (commodity textiles) Pazar payının yerine, bilgi toplumu ülkelerinde var olması beklenen teknik ve çok işlevli, akıllı tekstiller olarak tanımlanan bilgi, "know-how" ve yenilik yoğun, yüksek katma değerli ürünlerin geliştirilmesine ve dünya pazarlarına sürümüne yönelmelidir.

Önümüzdeki yirmi yıllık dönemde tekstil sosyo-ekonomik faaliyet alanı için öncelikli teknolojik faaliyet konuları (ÖTFK) aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

ÖTFK1: Tekstil terbiyesinde enerji tasarrufu sağlayan / çevre-dostu teknolojilerin kullanılması
ÖTFK2: Tekstilde her türlü veri ve bilgi akışının elektronik ortamlarda sağlanması
ÖTFK3: Bilgisayar destekli örme tasarım ve üretimi
ÖTFK4: Konfeksiyonda tekno-terzilik ve kişiye özel üretim
ÖTFK5: Çok boyutlu / çok işlevli akıllı tekstillerin geliştirilmesi
ÖTFK6: Tekstil üretiminde makine ayarlarının insan müdahalesi olmadan yapılabilmesi

Teknolojik faaliyet konularını içeren teknoloji alanları önceliklendirilmesi, özetle; atık su arıtımı, terbiye maddelerinin geri kazanımı, biyolojik ve ultrasonik terbiye yöntemleri, ısı pompalı kojenerasyon, konfeksiyon teknolojileri, bilişim teknolojileri, sensörler, polimerler, örme teknolojileri, hava ve su jeti teknolojisi, nonwoven teknolojileri, plasma yöntemi, iyon implantasyonu, nanoteknolojiler, kompakt eğirme teknolojileri, hava jeti teknolojisi ve kontrol teknolojileri şeklindedir.

Delfi ifadeleri

D1-Farklı talepleri karşılayacak kullanım özelliklerine sahip yeni tip yüksek performanslı sentetik liflerin geliştirilmesi.
D2-Doğal (selülözik, protein) bazlı yeni sentetik liflerin geliştirilmesi
D3-Teknik tekstiller için polimer ve benzeri malzemeler içeren kompozit liflerin geliştirilmesi
D4-Boyama istemeyen, değişik renklerde lif yapısına sahip pamuk çeşitlerinin geliştirilmesi
D5-Tekstil ve kâğıt sanayiinde kullanılabilecek esrarsız kenevir, keten ve kenaf çeşitlerinin geliştirilmesi
D6-Ring iplikçiliği içinde kompakt eğirme teknolojilerinin yaygınlaşması
D7-İplik eğirmede hava jeti teknolojisinin yaygınlaşması
D8-İplik makinelerinden üretim ve kalite verilerini toplayan sistemlerin yaygınlaşması
D9-Dokuma makinelerinden üretim ve kalite verilerini toplayan sistemlerin yaygınlaşması
D10-Dokuma üretiminde hava jeti teknolojisinin yaygınlaşması
D11-Dokuma üretiminde su jeti teknolojisinin yaygınlaşması
D12-Yuvarlak örme makinelerinde desen, tip ve model değiştirmeyi tamamen otomatik hale getirecek teknolojilerin yaygınlaşması
D13-Düz örme üretiminde "dikişsiz kazak" teknolojisinin yaygınlaşması
D14-Örme makinelerinden üretim ve kalite verilerini toplayan sistemlerin yaygınlaşması
D15-Üç boyutlu dokuma, örme ve dokusuz (nonwoven) kumaş teknolojilerinin yaygınlaşması
D16-Bir kere giyilip atılan, geri dönüşümlü dokusuz (nonwoven) kumaşlardan yapılan tekstil ürünlerinin pratik kullanıma geçmesi
D17-Dokusuz (nonwoven) kumaş üretiminde ultrasonik teknolojisinin geliştirilmesi
D18-Dokusuz (nonwoven) kumaş üretiminde hava jeti teknolojisinin yaygınlaşması
D19-Dokusuz (nonwoven) kumaş üretiminde su jeti teknolojsinin yaygınlaşması
D20-Günümüzde sentetik elyaf üretiminde kullanılan polimer eriyiklerinden, doğrudan tekstil yüzeyleri elde elde edilmesini sağlayacak teknolojilerin geliştirilmesi
D21-Tekstil terbiye atık sularının yeniden kullanılabilecek saflıkta, ters osmoz vb. Yöntemlerle arıtımının yaygınlaşması
D22-Baskı kumaş üretiminde boya püskürtme (ink-jet) teknolojisinin yaygınlaşması
D23-Tekstil ön terbiyesinde başta enzimlerin kullanımı olmak üzere, biyolojik yöntemlerin ve teknolojilerin kullanımının yaygınlaşması
D24-Tekstil mamüllerinin yüzey özelliklerinin iyileştirilmesi uygulamalarında, plazma ve iyon implantasyonu teknolojilerinin geliştirilmesi
D25-Tekstil terbiyesi uygulamalarında ultrason teknolojisinin yaygınlaşması
D26-Tekstil terbiye işletmelerinde ısı pompası destekli kojenerasyon santrallerinin yaygınlaşması
D27-Tekstil terbiye makinelerinden üretim ve kalite verilerini toplayan sistemlerin yaygınlaşması
D28-Poliakrilat, polivinil alkol ve CMC esaslı haşıl maddelerinin sökülmesi sırasında geri kazanılarak yeniden kullanımının yaygınlaşması
D29-Renk ölçümü, renk kontrol ve onaylarını tamamen web ortamında gerçekleştirecek teknolojilerin yaygınlaşması
D30-Tekno-terziliğin ve kişiye özel üretimin (e-terziliğin) yaygınlaşması
D31-Tekstil ve konfeksiyon sanayiinde bilgisayar tümleşik üretim (CIM) sistemlerinin yaygınlaştırılması
D32-Günümüzde sentetik elyaf üretiminde kullanılan polimer eriyiklerinden, doğrudan konfeksiyon ürünleri elde edilmesini sağlayacak teknolojilerin geliştirilmesi
D33-Konfeksiyonda dikiş yerine kaynak sistemi ile birleştirmenin yaygın kullanımı
D34-Kullanıcıya ilişkin bilgi toplayan ve ileten giysilerin geliştirilmesi
D35-Nano-parçacık kaplanmış tekstillerin kendinden ısıtma, soğutma, havalandırma gibi özel özel işlevlerle kullanılmaya başlaması
D36-Dış ortam koşullarına (sıcaklık, nem vb.) uyum sağlayabilen giysilerin geliştirilmesi
D37-Faydalı ömrü tükenen tekstil ürünlerinin geri dönüşüm uygulamalarının yaygınlaşması
D38-Müşteri-tedarikçi zincirindeki işletme içi ve işletmeler arası bilgi akışının İnternet ortamında standart bir dil (yazılım, kodlama, kategorizasyon, vb) kullanılarak yapılması
D39-Makine ayarlarının insan müdahalesi olmaksızın süreç kontrolü ve geri besleme sistemleri ile otomatik olarak yapılmasını sağlayan ileri sensör teknolojilerinin yaygınlaşması
D40-Tüm üretim süreçlerinde kalitenin hassas şekilde izlenmesini ve üretim sürecine anında müdahale olanağı sağlayan ileri sensör teknolojilerinin geliştirilmesi

Teknoloji faaliyet konularında, teknoloji alanlarında (TFK-TA) önem ve yapılabilirlik DELFİ sonuçları

TFK1: Fantezi iplik üretiminde ve özellikle teknik tekstillerde kullanılacak yeni yüksek performanslı liflerin geliştirilmesi
TFK2: Yüksek yüzey düzgünlüğüne sahip ipliklerin üretilmesi
TFK3: Tekstil üretiminde makine ayarlarının insan müdahalesi olmadan yapılabilmesi
TFK4: Çok boyutlu / çok işlevli akıllı tekstillerin geliştirilmesi
TFK5: Bilgisayar destekli örme tasarım ve üretimi
TFK6: Dokuma kumaş özelliklerinde nonwoven ürünler geliştirilmesi
TFK7: Tekstil terbiyesinde enerji tasarrufu sağlayan / çevre-dostu teknolojilerin kullanılması
TFK8: Konfeksiyonda tekno-terzilik ve kişiye özel üretim
TFK9: Tekstilde her türlü veri ve bilgi akışının elektronik ortamlarda sağlanması
TFK10: Dokumada üretim hızının artması
TFK11: Hızlı, kaliteli ve çok renkli baskı üretimi

Türk tekstil sektörü sorunları ve çözümü üzerine bazı düşünceler (*)

Sektörün geleceğini belirleyecek; gelişimini olumlu veya olumsuz yöne sürükleyecek tek faktör, "bilgi"dir. Tekstil sektörü, geliştireceği uzun dönemli stratejilerle teknoloji düzeyini yükselterek, orta ve uzun vadede "sıradan giysi ve tekstil ürünleri" üretimi yerine, "teknik tekstiller" ve "çok işlevli, akıllı tekstiller" olarak tanımlanan bilgi, "know-how" ve yenilik yoğun, yüksek katma değerli ürünlerin geliştirilmesi ve dünya pazarlarına sürümüne yönelmeli. Tekstilde her türlü veri ve bilgi akışının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi sağlanmalı.

Yrd. Doç. Dr. Vedat Özyazgan
İstanbul Aydın Ünv.
Müh-Mim. Fak. Tekstil Müh.
vedatozyazgan@aydin.edu.tr

Tekstil sektörü bütün dünyada sanayinin gelişmesinin itici gücü olmuştur. Genellikle bir ülkede sanayileşme ve sanayi toplumu haline gelme, tekstil sektörü ile gerçekleşmiştir. Tekstil sektörü güç kaybetmeye başlayınca, marka yaratarak ve yaratılan bu markanın daha yüksek fiyatlarla satılması sağlanarak zararı en aza indirmek mümkün olmaktadır. Yani bir ülke tekstil sektörünü geride bırakırken dünya çapında modacılar ve marka bırakması gerekmektedir. Bunu en iyi gerçekleştiren ülkeler sırasıyla İngiltere, Fransa ve İtalya'dır. Ülkemizde sağlıklı ve de gerekli bir fizibiliteye dayanmadan yapılan kapasite yatırımları iç ve dış talebi aşmış durumdadır. Bu nedenle iç ve dış piyasa faktörlerinde küçük bir dalgalanma ya da artan rekabet, fiyatları aşağı çekerek sektörü zarara uğratmaktadır. Tekstil sektörü elyaftan başlayarak iplik, dokuma, örme, boya-baskı gibi işlemleri kapsayan emek yoğun bir sektördür.

Tekstil sektörünün geçmişten günümüze, hem üretim hem de ihracat açısından büyük potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyeli hedef pazarlar ve yenilikçi ürünlerle ileriye götürmek mümkündür. Türk tekstil sektörü teknoloji düzeyi, ekonomik etkinliği ve sosyal etkileşimi itibariyle ülkenin önde gelen sektörlerinden biridir. Tekstil sektörümüzün ürün kalitesi ve üretim teknolojisi çağdaş dünya standartlarındadır.

Sektör yaygın yan sanayi ağı ile birlikte birçok kişiye istihdam sağlamaktadır. Artık bu sektör ürünlerinin bir marka olması ve bir imaj yaratması gerekmektedir. Tekstil sektörünün bugünkü konumunu daha da güçlendirerek sürdürebilmesi için, teknoloji çağını iyi takip edebilmesi, bilgi yoğunluğu ve katma değeri yüksek ürünlere yönelmesi gerekmektedir. Bunun içinde üretim geliştirme (Ür-Ge) ve araştırma geliştirme (Ar-Ge) çalışmalarına önem vermesi, bu çalışmalar için de kaynak ayırması gerekmektedir. Maalesef daha birçok

[1] Yrd. Doç. Dr. Vedat ÖZYAZGAN, İstanbul Aydın Üniversitesi, Mühendislik-Mimarlık Fakültesi, Tekstil Mühendisliği, vedatozyazgan@aydin.edu.tr

firmamızda hiçbir şekilde Ür-Ge ve Ar-Ge çalışmaları yapılmamaktadır.

Bu çalışmalar angarya olarak görülmektedir. Giderek küreselleşen dünya ekonomisinde rekabet yoğunlaşmış, düşük maliyet, yüksek kalite ve verimlilik gibi faktörler ön plana çıkmıştır. Tekstil sanayi, ileri bilgi toplumu ülkelerde öncelikli sanayiler arasında yer almamaktadır. Bununla birlikte bu ülkeler; tekstil teknolojisi geliştirerek ve üreterek, özel koruma önlemleri alarak ayrıca makul faizli bol kredi imkânları, yüksek eğitim ve öğretim düzeyi ve de Ar-Ge çalışmaları ile kendi tekstil sanayilerine yıllardır uygun bir yapı sağlamaktan da geri kalmamışlardır. Diğer taraftan, tekstil sektörü teknoloji ve girdiler açısından önemli ölçüde diğer sektörlere bağımlıdır. Makine, kimya, elektrik-elektronik, mekatronik, bilişim, malzeme ve eğitim alanlarıyla etkileşim içinde sağlanabilecek bir teknolojik gelişimin yaratacağı sinerji ile tekstil sektörünün olduğu kadar diğer sektörleri de etkileyeceği kesindir. Topluma yüksek oranda istihdam sağlayan tekstil sektöründeki gelişmenin, toplumun refahı üzerindeki pozitif etkisi yadsınamaz. Dünyadaki serbest rekabet ortamında, sektörün rekabetçi olması ancak sektörün teknoloji düzeyinin, ilgili alanlardaki eğitimin ve inovasyon yeteneğinin yükseltilmesi, Ar-Ge faaliyetlerinin artırılması ve moda-marka yaratılması ile mümkün olacaktır.

Türkiye'nin coğrafi konumu nedeniyle Avrupa Birliği (AB), Rusya ve Türk Cumhuriyetleri pazarlarına yakın olması ve bu ekonomiler ile gelişen ilişkiler, ülkemizin önündeki en önemli fırsat olarak görülmektedir. (www.dokuipek.com 2011)

Fırsat alanlarını değerlendirmemizi sağlayacak güçlü yanlarımız

- Sektörde gelişmiş bir alt yapı ve yeterli deneyime sahip olma,
- Uluslar arası rekabet deneyimi,
- Yeni teknolojilere ve modaya uyum sağlayabilme,
- Uluslar arası şartnamelere uyum ve çevre dostu üretim konusundaki deneyim,
- Lojistik, ulaşım ve iletişim konularındaki altyapının sağlamlığı
- Gelişmiş ülkelere göre genç nüfusun yarattığı rekabetçi işgücü maliyetleri,
- Sektörün girişimci ruhu ve yetişmiş işgücü mevcudiyetidir.

Üretim süreçleri, kaynaklar ve girdiler açısından güçlü yanlarımız

- Hammadde ve malzeme zenginliği,
- Ürün ve süreç çeşitliliğindeki zenginlik,
- Esnek ve hızlı üretim, hızlı karar verebilme yeteneği,
- Kişisel talebe yönelik küçük ölçekli işlere yatkınlık,
- Toplam üretimimizin yarıdan fazlasının on yaşından genç makine parkıyla gerçekleştiriliyor olması,
- Genç ve eğitilebilir ülke nüfusu olarak sıralanabilir.

Zayıf bulunan ve iyileştirilmesine gerek duyulan yanlarımız

- Öz kaynak yetersizliği, risk sermayesi noksanlığı, işletme sermayesi ve nakit akışı yönetme becerisindeki eksiklikler,
- Yüksek girdi maliyetleri,
- Küresel entegrasyonun ve küresel ağ-yapılara katılımın yetersizliği,
- Marka yaratılamaması,
- Kayıt dışı ekonominin büyüklüğü,
- Teknoloji geliştirme ve Ar-Ge eksikliği,
- Uluslar arası ve ulusal Ae-Ge fonlarından yeterince yararlanılamaması,
- Bilişim teknolojilerinin sektördeki uygulamalarının yeterli düzeyde gelişmemiş olması,
- Tekstil makineleri ve tekstil kimyası sanayilerinin zayıf olması,
- Kalite kontrol, süreç otomasyonu ve sanal üretim teknolojilerinin yeterli düzeyde gelişmemiş olması,
- Ülke içi ve dışı benchmarking (Kıyaslama veya başkalarından öğrenmek anlamları ile ifade edilen benchmarking; bir kuruluşun, kendi sektöründen yada dışından başarılı bir kuruluşu referans alarak performansını mümkün olan tüm şekillerde karşılaştırıp mevcut olan durumdan daha iyisini oluşturmaya çalışmak için geliştirme ve iyileştirme sürecidir ve güçlü bir yönetim aracıdır.) alışkanlıklarının olmaması,
- Bilgilendirici ve yönlendirici sektörel strateji ve politikaların eksikliği,
- Üniversite-sanayi-meslek kuruluşları arasında diyalog zayıflığı,
- Tekstil ve konfeksiyon sanayileri arasında gerekli sinerjinin yaratılamaması,
- Hukuksal altyapı eksikliği ve fikri mülkiyet haklarının korunmasındaki hukuki boşluklar.

AB üyesi, bugünün bilgi toplumu ve de yeni sanayileşmiş ülkeleri, sanayileşmeye tekstil ile başlamışlardır. Zaman içinde tekstil sanayi tekstil makineleri ve tekstil kimyasalları üretimine dönüşmüş, oradan da makine, elektrik-elektronik ve kimya sanayilerinde hızlı büyümeyle gerçek sanayi ülkeleri konumunu almışlardır.
Bu anlamda öncelikle tekstil sektörünün eksiklikleri ve sorunları biran önce giderilmeli, sektöre ulusal ve yerel bazda sağlıklı bir yapı kazandırılmalıdır. Tekstil sektörü hem büyümeli hem de güçlenmelidir. Ülkemizin sorunu olan ve henüz aşamadığımız markalaşmayı gerçekleştirebilmek için büyük yatırımlar gerçekleştirmek gerekmektedir.
Markalaşmak için belli bir süre karlılığı unutmak ve reklam giderlerine yüksek pay ayırmak gerekmektedir. Tekstilde rakibimiz olan Çin'e karşı bizim sahip olduğumuz birçok avantajda söz konusudur. Örneğin bizim bir iletişim sorunumuz yok iken Çin'in diğer ülkelerle aşamadığı bir iletişim problemi vardır. Türk tekstil sektörü çok esnek ve hızlı çalışarak küçük parti mal yapabilmekte fakat Çin şimdilik sadece büyük parti çalışabilmektedir. (www.butekom.com 2011)
Kriz iplik fabrikalarını, baskı fabrikalarını ve konfeksiyon atölyelerini vurmuştur. İplik fabrikalarının yarısı kapanmıştır. Finans gücü olan firmalar kurtuluşu Mısır, Sudan, Etiyopya gibi Afrika ülkelerinde veya Türkmenistan, Özbekistan gibi orta Asya ülkelerinde aramışlardır. AB'ye üye olan balkan ülkelerine yatırım yapan firmalar, bu ülkelerde işçiliğin artması üzerine fabrikalarını kapatmışlardır. Gücü olmayan firmaların makinelerinin yenileri Suriye,

İran ve Orta Asya'ya müşteri bulamayan makinelerse hurdaya gitmiştir. Bundan sonra büyük üretim kapasitesine sahip boyahanelerin kurulamayacağını söyleyebiliriz. Yapılacak yatırımlar daha çok entegrasyona gitme, eksik makine tamamlama, eskiyen makinelerin daha verimli makinelerle değişimi olacaktır.
Artan küresel rekabet ve Asya kökenli düşük fiyatlı ithalat akışı ile küresel ekonomide meydana gelen dalgalanmalar ve krizler, tekstil ve hazır giyim sanayi üzerindeki baskıyı artırmakta ve değer zincirine yönelik stratejik kararlara hayati önem kazandırmaktadır. Bu doğrultuda, Türkiye'de değer zincirinde rekabet gücü üzerinde etki oluşturan operasyonlar imalat aşamasından perakendeye doğru kaymakta ve hizmet operasyonlarının stratejik önemi artmaktadır.

Üretim sürecinde teknoloji kullanımını öngören ve Ar-Ge yatırımlarında bulunarak inovasyonu hedefleyen firmaların rekabet güçlerinin yükseldiği görülmektedir. Aynı şekilde özellikle hazır giyim sektöründe tasarım ve markalaşma değer zincirinde öne çıkan operasyonlar olmaktadır. Perakendenin stratejik karar alma sürecinde katkı ve etkisinin artması lojistik, pazarlama, müşteri ilişkileri gibi hizmetleri rekabet açısından daha da önemli kılmaktadır. (www.kobifinans.com.tr 2011)

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik stratejilerin başında değer zincirinde markalaşma sürecine yönelik operasyonların geliştirilmesi gelmektedir. İmalatta artan küresel baskılar nedeniyle özellikle, katma değeri düşük malların rekabet gücü düşmektedir. Bununla birlikte katma değeri yüksek olan, tasarım ve yenilikçi ürünlerin küresel rekabet şansları yükselmektedir.

Avrupa'nın tekstil sektöründeki en büyük handikapı ve bu sektörden çıkmasının sebebi hammaddenin (pamuk/keten/yün) ülkelerinde yetişmemesidir. Sömürgeler 1950'lerden sonra hızla "bağımsızlaşınca" Avrupa'nın, Türkiye gibi gelişen ülkelerle rekabeti zorlaşmıştır. Ülkemizin dünya tekstil sektöründe söz sahibi olmasının en başta gelen sebebi "pamuk üreticisi" olmamızdı. Bir zamanlar 900 bin ton üretimle dünyanın sayılı üreticilerindendik. Şimdi GAP devreye girdi, ama pamuk üretimimiz 400 bin tonlara düştü.

Otomotiv sektöründe gördüğümüz kurumsallaşma, kalite, sistem, araştırma-geliştirme, yenilikleri takip gibi kavramlar tekstil sektörümüze çok uzaktır. Sektörde Sümerbank efsanesi sona erdirilmiş, köklü sanayici ailelerin kurduğu sektörün lokomotif firmaları kapanmıştır. Profesyonel sanayici diyebileceğimiz kişi ve gruplar "kayıt dışı" ile rekabet edemeyip sektörden çekilmiştir.

Sektöre hâkim olan iş adamı tipi için şunları söyleyebiliriz: 1990-2000 yıllarında mevcut konjöktörü değerlendirip hızla büyüyen "küçük esnaf" tipidir. Gözü karartıp yatırım yapan bu iş adamları, yapıları gereği her yetkiyi kendilerinde toplamışlardır. Çoğu kökleşmemiş/kurumsallaşmamış bu firmalarda çalışan teknik kadro yukarıda saydığımız fabrikalara göre çok zayıftır. Yeni kuşak "patronlar" çokbilmiş (!) insanlarla çalışmak istemiyorlar!

Sektörün geleceğini belirleyecek; gelişimini olumlu veya olumsuz yöne sürükleyecek tek faktör, "bilgi"dir. Sektör şu an için bilgiye kapalıdır. Ucuz kumaş üretimi doğal olarak Afrika, Orta Asya'ya ve Uzakdoğu'ya kaymaktadır. Pazarlarda birkaç milyona satılan ürünlerle Çin/Hindistan gibi rakiplerimizle rekabet edemeyiz. Çin'e karşı avantajımız olan pazara yakınlık, küçük partileri hızla teslim etmek, pahalı mal üretmek gibi avantajlarımızı kaybetmekteyiz. 2009 yılında AB ülkelerine yaptığımız ihracat hem adet, hem fiyat olarak düşmüştür. Rakibimiz Çin'in ihracatı adet olarak düşmüş, ama fiyat olarak yükselmiştir.

Şimdi AB'deki tekstil üreticileri hammaddesi ülke dışından gelen, çok su tüketen, çevreyi kirleten, boya ve terbiye tesislerini 80'li yıllarda bizim gibi bu sektöre girmeye meraklı ülkelere sudan ucuz sattılar. Sattılar, ama birkaç şeyi kendilerinde bıraktılar. Kendilerinde bıraktıkları; sentetik iplikler, ince pamuklu dokumalar, dokusuz yüzeyler ve teknik tekstilleri, tekstil makine sanayini. Geçen yıllarda sentetik iplik ve pamuklu dokuma üretiminde Uzakdoğu öne çıktı. Hindistan boyada, tekstil sektörüne sonradan giren Güney Kore ve Tayvan makine üretiminde söz sahibi olmuştur. Dokuma makineleri konusunda Japonya önde gelen üretici olma özelliğini korumaktadır. Günümüze gelirsek bizim tekstil ihracatımız 20-25 milyar dolar civarında gezerken, bize "tekstil öldü, boş verin" denilirken, AB'nin ihracatı 150-200 milyar dolar civarındadır.

Sadece İtalya'nın tekstil ihracatı tekstil makineleri dâhil 60 milyar dolardır. Avrupa'nın bu büyük ihracatı makine satışları, teknik tekstiller ve nano teknolojilerde üretilmiş ürünlerden oluşmaktadır.

Sektörün çoğunluğu bilgi isteyen, bilgili teknik insanların söz sahibi olması gereken yeni teknolojilerden uzak durur ve müşterilerin verdiği reçeteleri uygularsa, basic kumaş üreticileri iyice küçülecek, kapanacak veya ucuz işçiliğin olduğu ülkelere taşınacaktır.

Sadece Ar-Ge, Ür-Ge yapan, TÜBİTAK ve üniversitelerle araştırma yapan, nispeten markalaşan firmalar, devletin kısmen destek vermesiyle teknik tekstil, nonwoven, nano teknolojiler konusunda yatırım yapan yabancı sermayeyle ortak şirketler, kurumsallaşmış, araştırmacı şirketler, Anadolu'nun çeşitli yörelerinde Avrupa'ya ucuz mal yapan az sayıda fabrika ayakta kalacaktır.

Devletin özel teşvik planı ile klasik tekstil ürünlerinin yerine teknik tekstiller geliştirilir, nano teknolojiyle üretim yapan firmalar desteklenir, firmalarımız kurumsallaşmalarını hızlandırır, firma sahipleri bilgili yöneticileriyle yetkilerini paylaşır, Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmaları hız kazanır, İstanbul'u dünyanın önde gelen moda merkezlerinden biri haline getirip, modacılarımız dünyanın her tarafında defileler düzenleyip, stilistlerimiz dünyaya yayılarak sektörümüz dünya tekstil pazarındaki payını daha yukarılara taşıyabilir. (www.dtm.gov.tr 2011)

Tekstil sektörünün başlıca sorunları

- Tekstil sektöründe vizyon ve strateji eksikliği vardır. Bu nedenle, sektördeki birçok işletme gelecekte çalışmalarını hangi yöne çevireceği konusunda kararsızdır. Bu durum, tekstil sektörünü gelecekte sorunlarla karşı karşıya bırakacaktır. Strateji belirleme konusunda işletmelere devletin, ticaret sanayi odalarının, üniversitelerin, ihracatçı birliklerinin ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının yardımı ve katkısı gereklidir. Dünyadaki gelişmelere göre, izlenecek stratejiler tespit edilmeli, hedef ve stratejiler sektöre aktarılmalıdır.
- Bilinçsiz yapılan yatırımlar özellikle 1995 yılından sonra devlet yatırım teşviklerinin çarpıklığı ile birlikte tekstil sektöründe kapasite fazlalığına yol açmıştır.
- Yatırımların büyük çoğunluğunun yüksek faizli ve kısa vadeli borçlanma şeklinde yönlendirilmesi işletmelerin mali yapılarını daha da bozmuştur.
- Kriz dönemlerinde plansız davranılarak yatırıma devam edilmesi sektörün genel yapısına zarar vermiştir.
- Sektördeki firmaların büyük çoğunluğunun KOBİ'lerden oluşuyor olması işletmelerin bozuk finansal yapılarının temel nedenini oluşturmaktadır.
- Öz kaynak yetersizliği ve Uzakdoğu rekabeti sektörü olumsuz etkilemektedir.
- Tekstil ürünleri ithalatının, yeterli yerli üretim ve aşırı kapasite fazlalığı olmasına rağmen büyük boyutlarda yapılıyor olması, özellikle hazır giyim sektörünün ihracat şansını azaltmaktadır.

- Sektörde ciddi bir pazar problemi yaşanmaktadır. Dünyada tekstil ve konfeksiyon arzının artacağı ve hatta talepten fazla olacağı dikkate alınarak mal satabilmenin zorlaşacağı, pazarlamanın öneminin daha da artacağı sektör için sorun olarak mutlaka değerlendirilmelidir.
- Tekstil makinelerinin büyük oranda gelişmiş ülkeler tarafından üretiliyor olması ve tekstil üretiminde teknolojinin her geçen gün daha da yenilenerek üretim maliyeti içinde işçilik maliyetlerinin düşüyor olması ve miktar kısıtlamaları avantajının etkisiyle gelişmiş ülkelerin ciddi boyutlarda tekstil üretimi ve ihracatı devam etmektedir.
- Gelişmiş ülkelerin tekstil üretimi ve ticaretindeki etkinliği devam etmekte iken hazır giyim üretim ve ihracatı azalmakta, ithalat ise hızla artmaya devam etmektedir. Bu durum yapılabilecek olan yeni düzenlemelerle ülkemiz lehine çevrilebilecektir.
- Kaliteli üretim için gerekli olan işgücü verimliliği Türkiye' de son derece düşüktür.
- Toplam tekstil ürünleri ihracatımızın 2/3' ü tekstil makineleri ithalatı için döviz olarak yurtdışına geri ödenmektedir. Teknoloji üretmeyen bir ülke olduğumuz bu bağlamda asla unutulmamalıdır.
- Çin tekstilinin aşırı, acımasız ve haksız rekabeti çok önemli bir sorundur. Özellikle temel ve standart tekstil ürünlerinde Çin firmaları ile rekabet etmek mümkün değildir. Gerekli önlemler alınmaz ise, birçok işletme kapanacaktır.
- Yurt dışındaki rakiplere göre, enerji, doğal gaz, işçilik, vergi, sigorta gibi temel girdiler ülkemizde oldukça yüksektir. Dünya fiyatları seviyesine çekilmelidir.
- Diğer ihracatçılar gibi tekstilciler de kur riski ile karşı karşıyadır.
- Sağlıklı bir sektör envanteri çıkarılmalıdır.
- Tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en önemli sorunlarından birisi de kayıt dışılıktır Kayıt dışı çalışan tekstil işletmeleri, rekabet ortamının bozulmasına, makine parkının bilinmemesine, istihdam bilgilerinin yetersizliğine neden olmaktadır. Yetersiz bilgiler, geleceğe ilişkin doğru tahminler yapılmasına imkân vermemektedir.
- Ülkemizde işsizlik çok ciddi boyutlarda olmasına karşın, tekstil sektöründe nitelikli eleman yetersizliği söz konusudur. Bu sektörde de üniversite sanayi işbirliği gerçekleştirilememektedir.
- Sektörün sorunu, tasarım yapamamak, marka olamamak ve moda yaratamamaktır.
- Tekstil şirketleri bir araya gelip sorunlarını ilgililere iletmemekte ve birlikte hareket edememektedirler. Bilindiği gibi, ortaya konulamayan veya birlikte dile getirilemeyen sorunlar, ilgili kurumlar tarafından dikkate alınmamaktadır.
- Sektördeki firmalar arasında dayanışma yoktur, aynı müşterileri karşısında anlamsız bir rekabet söz konusudur.
- Tekstil firmaları çalışanlarına gereken yatırımı yapmamaktadır.
- Tekstilde Ar-Ge yatırımları yeterince yapılmamaktadır.
- Küreselleşme olgusunun ve küresel etkileşimin etkilerinin, bilgi ve teknoloji üreten, bunu kullanan-satın alan toplumlar arasındaki gelişmişlik ve refah farkının artacağı bir dünyada Türk tekstil sektörünün vizyonu; katma değeri yüksek, yenilikçi, rekabetçi ve teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile dünya ticaretindeki payını ve toplumsal refahı artırmaktır.

Gelecek hedeflerimiz ve genel çözüm önerilerimiz

- İlgili kurum ve kuruluşların, Tekstil Fakülteleri ve Araştırma Merkezlerine katkıda bulunmalarını sağlamak,
- Öncelikle sağlıklı bir sektör envanteri çıkarılmalı ve sorunlar masaya yatırılmalıdır.
- Bu endüstriye ilişkin kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirlenmeli, vizyon oluşturulmalı ve dünyadaki gelişmelere göre izlenecek stratejiler tespit edilmelidir.
- Belirlenen hedef ve stratejiler sektör bünyesindeki firmalara anlatılmalıdır.
- Ar-Ge ve eğitim yatırımları en üst düzeyde yapılmalıdır.
- Küresel rekabet gücü sağlayan uygulamaların ve tekstil teknolojilerinin araştırılması, uyarlanması ve kullanımını; sektörel ve sektörler arası bilgi alış veriş ağının ve işbirliklerinin güçlendirilmesini sağlamak,
- Küresel eğilimler ve itici güçler doğrultusunda moda/marka ve dağıtım kanalları oluşturmak,
- Tekstil sektörünün kayıt altına alınabilmesi için vergi oranları düşürülmeli, denetimler yoğunlaştırılmalı ve kapsamlı bir vergi reformu yapılmalıdır.
- Fiyatı devlet tarafından belirlenen ve sanayide kullanılan enerji giderleri dünya fiyatları seviyesine çekilmelidir.

- Pazar çeşitlendirilmesi amacıyla yeni yöntemler benimsenmeli ve hedef pazarlara ilişkin belirli program yapılmalıdır.
- Hammaddenin sanayiciye dünya fiyatlarıyla ulaştırılması sağlanmalıdır.
- Tekstil hammaddesi ürünlerinde zorunlu standartların uygulanabilmesi gerekmektedir.
- Dünya pazarlarında rekabet edebilmek için kalite oluşturulmalı ve sürekliliği sağlanmalıdır.
- Belirli ürünler konusunda en yüksek teknolojik düzeyde uzmanlaşan küçük ve orta büyüklükteki işletmelere önem kazandırılmalıdır.
- Yüksek derecede kalite isteyen mamullerle teknik tekstil ürünleri üretimlerine ağırlık verilmelidir. Bütün bu çözümler paketinin yanı sıra Türk tekstili kendine özgü tasarımı, kalite, verimlilik, pazarlama ve dağıtım yeteneklerini de daha da geliştirerek yoluna devam etmelidir.
- Çok amaçlı-işlevli akıllı ve katma değeri yüksek ürünlerin ve yeniliklerin sunumunu, çevreyi koruyarak ve yüksek teknoloji kullanımını artırarak sağlamak.
- Tekstil sektörümüzün orta vadede özgün tasarım, kalite, verimlilik, pazarlama ve dağıtım yeteneklerinin geliştirilmesine, üst sınıf modaya yönelik ürünlerin ve teknik tekstillerin üretimine; uzun vadede ise akıllı ve çok işlevli tekstil ürünlerinin araştırılmasına, geliştirilmesine ve üretimine önem verilmelidir.
- Tekstil sektörü, geliştireceği uzun dönemli stratejilerle teknoloji düzeyini yükselterek, orta ve uzun vadede Asya ve Afrika rekabeti karşısında kaybedilmesi olası olan "sıradan giysi ve tekstil ürünleri (commodity textiles)" üretimi yerine, "teknik tekstiller" ve "çok işlevli, akıllı tekstiller" olarak tanımlanan bilgi, "know-how" ve yenilik yoğun, yüksek katma değerli ürünlerin geliştirilmesine ve dünya pazarlarına sürümüne yönelmelidir.
- Tekstil terbiyesinde enerji tasarrufu sağlayan / çevre-dostu teknolojilerin kullanılmasına yönelinmelidir.
- Tekstilde her türlü veri ve bilgi akışının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır.
- Tekstil terbiyesinde kullanılan kimyasalların çevrede yarattığı etkiler nedeniyle dünyada, daha az zararlı terbiye yöntemleri (biyolojik terbiye yöntemleri, plazma ve iyon implantasyonu ve ultrasonik terbiye yöntemleri) geliştirilmektedir. Çevreye zararlı üretim yöntemleri kullanılarak üretilen ürünlere dünya pazarlarında getirilen sınırlamalardan etkilenmemek için, tekstil sektörümüzün bu alternatif terbiye yöntemlerine yönelmesi ve bunlarla ilgili teknolojileri geliştirerek kullanması öncelikli görülmektedir.
- Ayrıca, üretim tesislerindeki atık suların arıtımı ve terbiye maddelerinin geri kazanılması, enerji tasarrufu sağlayan yöntemlerin (ısı pompalı kojenerasyon vb.) kullanılması, çevreyi korumanın yanı sıra üretim maliyetlerini de düşüreceğinden, ülkemiz tekstil sektörünün önemle üzerinde durması gereken teknolojik faaliyet konularıdır.

Türkiye'de tekstil sektöründe gündemde olan sorunlar daha çok nitelikli ve eğitimli işgücü eksikliği ile makine teçhizatlarının AB standartlarına uygun olmaması olarak özetlenebilir. (www.tekstilisveren.org.tr 2011) AB hibelerinden tekstil sektörünün en yüksek payı alabilmesini sağlamak için ilk olarak mevzuata ve amaca uygun projeler üreterek gerekli alt yapı oluşturulmalıdır. Bunun için; ekipman ve makine tedariki sağlamada gerekli yatırımların yapılmasına vesile olacak projeler üretmek esas olacaktır. Maddi olmayan yatırımlar alanında; daha çok eğitim programları düzenlemek ve bu konuda KOBİ'lere danışmanlık hizmeti vermek yer alır. Örneğin kalitenin geliştirilmesi ve yeni ürünlerin üretimi (ürün çeşitliğinin artırılması) için çalışmalar (deneme üretimi, ölçüm, değerlendirme, danışmanlık, eğitim) yapılması proje hazırlanması aşamasında verim sağlayacaktır. Ayrıca sanayide çeşitli kademelerde çalışan elemanlara kurs, seminer, konferans şeklinde eğitim hizmetleri verilen projeler yapılabilmelidir. Tekstilde üretim kapasitesini artırmaya yönelik çalışmalara hız verilmeli, oluşturulan üretim kapasitesinin kalite ve verimliliğini yükseltmek amaçlı girişimler olmalıdır.
Elimizdeki mevcut işletmemizi iyileştirmeye yönelik yenileme ve iyileştirme işlemlerini

içeren projeler geliştirilebilmelidir. Tekstil sektörü için önemli olduğu düşünülen problemler Ar-Ge projesi haline getirilerek daha kapsamlı bir şekilde araştırılabilir. Bu şekilde oluşan proje konularının üniversitelerde yüksek lisans ve doktora tez konuları olarak ele alınmaları teşvik edilerek sektör genelinde bir faydalanma sağlayacak projeler ortaya çıkartılabilmelidir.

İşletme laboratuarlarında rutin ölçme (test ve analiz) çalışmaları yapılarak hatalı üretimlerde hata kaynak ya da kaynaklarının tespiti önem taşıyacaktır. Bu ise, sağlıklı ve güvenilebilir ölçmenin yanında, bulunan sonuçların doğru değerlendirilmesi ve sektör lehinde kullanılması açısından son derece faydalı olacak projeler kapsamına girecektir. İşletmede mevcut uzman kadrosuna ve merkez bünyesinde sürekli olarak istihdam edilecek uzman ve uzman yardımcılarına ilaveten, sanayide uzun yıllar çalıştıktan sonra emekli olmuş başarılı yönetici ve teknik elemanlardan oluşacak bir uzman ekibin projeye katkısı da faydalı olacaktır. (www.itkib.gov.tr 2011)

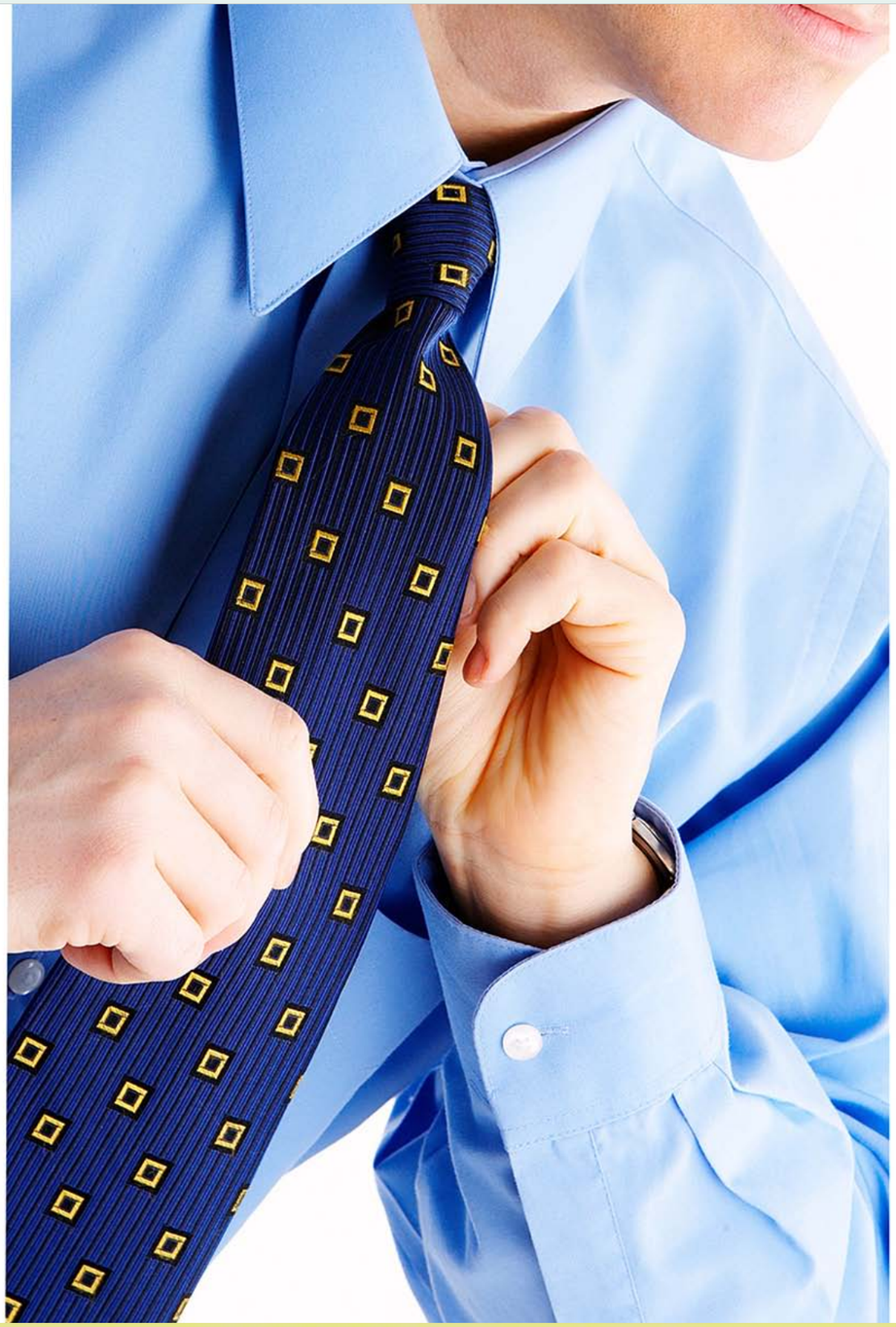
Tekstil ürünlerinin kalitesini artırmaya yönelik "ürün kalitesini geliştirme laboratuarları" gibi laboratuarlara sahip işletme kurmaya kaynak ve destek sağlayacak projeler yürütülmelidir. Üretilen ürünün markalaşmasını sağlayacak projeler mutlaka desteklenmelidir. Marka yaratmaya yardımcı olacak nitelikli elemanların yetişmesi için üniversiteler ile işbirliği kurularak bu kapsamda projeler üretilmelidir. (www.tubitak.gov.tr 2011)

Sonuç olarak; sektörümüz bilgiye, Ür-Ge ve Ar-Ge'ye gerekli yatırımı yoğun olarak yapmalıdır. İşverenlerimizin tüm yetkiyi ellerinde tutmaktansa konusunda uzman kişilere yetkilerini dağıtmaları kendi yararlarına olacaktır. Bu şekilde kendileri de firmalarının ileriye atılım yapabilmesi için gerekli konulara yoğunlaşabileceklerdir. Firmalarımız kesinlikle çalışanlarına gerekli eğitimi vererek firmalarının vizyonunu ileriye taşıyabilirler. Sektörümüzdeki çoğu firma KOSGEB ve TÜBİTAK gibi kurumların hibelerini bilmemektedir. Bunun için üniversitelerimizle daha çok etkileşime girmelidirler.

KAYNAKLAR

1) www.dokuipek.com, (27.09.2011)
2) www.butekom.com , (27.09.2011)
3) www.kobifinans.com.tr, (30.10.2011)
4) www.tekstilisveren.org.tr, (03.11.2011)
5) www.dtm.gov.tr, (03.11.2011)
6) www.tubitak.gov.tr, (20.11.2011)
7) www.itkib.gov.tr, (20.11.2011)

(*) Bu makale İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu'nun dergisinin Ocak 2012, 25. sayısında da yayınlanmış ve sayın Özyazgan'ın izni ile TBD BİLİŞİM Dergisi'nde kullanılmıştır.



Türkiye'nin ünlü moda blog ve blogger'ları

Günümüzde modayı İnternet'ten (moda blogları aracılığıyla) izleyenlerin sayısı hiç de az değil. 2006'dan beri yayında olan moda blogları, özellikle gençler ve moda sektöründeki markalar tarafından oldukça ilgi görüyor. Hatta artık modaya, moda bloglarının yön vermeye başladığını iddia edenler de var. Öyle ki, moda blogları moda dergilerinden, moda bloggerları da moda yazarlarında çok daha fazla okunur ve izlenir hale geldi. Bloglarıyla modaya yansıtan bloggerlardan bazıları geleneksel medyanın da dikkatini çekti.

Moda gündemi ve kendi stilini anlatan yazılar yazan fotoğraflar çeken bloggerlardan kimisi geleneksel medyada yer alıp kendisine ait köşesinde modayı yansıtmaya, gazete, dergi ve TV programlarında yer almaya hatta programlar yapmaya başladı. Aralarında beğeni ve tarzına uygun bulduğu ürünlerin satışını yaptığı on-line mağazası olanlar bile var.Ve alışverişi, modayı, indirimi ve güncel bilgileri yansıtan moda bloglarında büyük bir artış ve rekabet yaşanıyor.

Moda bloglarının tamamına yakını özgün görsellerini kendileri çekerken kimisi profesyonel fotoğraf sanatçılarıyla çalışıyor, özellikle mekânları özenle çekiyor. Genellikle metinleri kopyala-yapıştır yapmadıklarından içerik olarak bir zenginlik taşıyorlar. Kendi tasarımlarını yayınlıyorlar. Ancak bazı bloglar, modacıların yeni sezon trendleri ve defile fotolarını kopyala-yapıştır şeklinde vermeleri ve televizyon dizilerindeki oyuncuların kıyafetlerine abartılı yorumları nedeniyle eleştiriliyor.

İnternet'e damga vuran ünlü moda blog ve bloggerlarına İnternet'ten ulaşıp dergimizde yansıtmak üzere bilgi almaya çalıştık. Ancak hiçbirinden geri dönüş sağlayamadık. Onlarca popüler moda blogundan bazılar şunlar:

- **Off Ne Giysem** - http://www.offnegiysem.com
- **IconJane** - http://www.iconjane.com
- **Moda Cadısı** - http://modacadisi.blogspot.com
- **Zet Fashion** - http://www.zetfashion.com
- **Nil Ertürk** - http://www.nilerturk.net
- **Salıncakta İki Kişi** - http://www.salincaktaikikisi.com
- **Alışveriş Cini** - http://www.alisveris-cini.com
- **StyleBoom** - http://style-boom.blogspot.com
- **Fashion By Siu** - http://www.fashionbysiu.com
- **Deniz Baran** - http://www.denizbaran.net
- **Fashion4u** - http://www.fashion4-u.blogspot.com
- **Styleseeking Zurich** - http://styleseekingzurich.blogspot.com
- **Ozan Alçın** - http://www.ozanalcin.com
- **Stil Direktörü** - http://www.stildirektoru.com
- **Nur Karaata** - http://nurkaraata.blogspot.com
- **Kanka Nerdeyim Ben** - http://kankanerdeyimben.blogspot.com
- **Yeliz'in Dünyası** - http://www.yelizindunyasi.com
- **Hesionka** - http://www.hesionka.com
- **Dilay Kemer** - http://www.dilaykemer.com
- **Jojik Moda** - http://jojikmoda.blogspot.com
- **Nice Things For Nice Boys** - http://nicethingsforniceboy.blogspot.com

“Yeni Medya ve Etik”, raflarda

Kapak: Kemal Akay,
Yayın Evi: Kalkedon Yayınları,
Yayın Yılı: 2013

Medya ortamlarındaki etik sorunların saha çalışması bulgularıyla değerlendirildiği kitap, yayında.

TÜBİTAK-SOBAG (Sosyal ve Beşeri Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Destek Grubu) destekli araştırma projesi sonuçları yayınlandı. Mutlu Binark ve Güneli Bayraktutan'ın yazdığı “Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik” adlı kitap, Ortadoğu'daki gelişmeler ve Gezi Parkı Direnişi'nin de gösterdiği, siber uzamdaki sorunları ele almada yetersiz kalan geleneksel medyaya ilişkin etik tartışmasını, yeni medya bağlamında yeniden ele alıyor. Medya ortamlarındaki etik sorunların saha çalışması bulgularıyla değerlendirildiği araştırma kitabı, yeni medya profesyonelleri, sivil toplum kuruluşları, kamu ve meslek örgütlerinin temsilcileri, akademisyenler, hukukçular gibi çok sayıda kişinin düşünce ve deneyimlerini içeriyor.
Araştırmacılar Binark ve Bayraktutan amaç ve hedeflerini şu şekilde açıklıyorlar:
“Temel amacımız, sürekli değişen ve gelişen, çeşitlenen ve neredeyse bir biçimde hepimizi dâhil eden sosyal medya araç ve ortamlarının ortaya çıkardığı -elbette kullanıcı dolayımlı- etik sorunların kaynağını öğrenmek, bunları tespit edip örneklendirmek, belki de sürekli değişen, farklılaşan, yenilenen bir ‘yeni’ dünyada var olan olumsuzlukları da unutmamak üzerine bir kayıt düşmekti.”

Çalışmanın önsözünü kaleme alan Ruhdan Uzun ise, şu ifadeleri kullanıyor:
“İletişim alanının düzenlenmesinde gözden kaçırılmaması gereken en önemli konu ise alanın özgürlüklerle iç içe olması. Kişilerin ifade özgürlüğü hakkı ve bilgi edinme hakkı gibi temel haklarını kullanabilmeleri için sorunlar karşısında kısıtlayıcı, sınırlandırıcı, baskıcı yasalara başvurmak yerine etik bilincin yerleştirilmesi yeni medya alanında daha bir önem kazanıyor. Öte yandan, yeni medyanın siber suçları ve gözetimi artırma gibi tehlikeli yanlarına ilişkin hukuksal düzenlemeler için de moral panik yaratmak yerine kişi hak ve özgürlüklerinin, kişisel bilgilerin, mahremiyetin korunmasında yasalara rehberlik edecek etik ilkelerin geliştirilmesi gerekiyor.”

İnternet Etiği: Sosyal Medya Ortamlarında İnternet İletişiminin Etik Kuralları

İvmesi çok hızlı bir dönüşümün içinde etik değerlerin yitip gitmesine göz yumamayız. Tersine belki de daha uygulanabilir bir duruma getirilmeleri gerekiyor. Yoksa etik değerler konusunda büyük bir boşluğa düşme tehlikesi görülmektedir.

Prof. Dr. Ersin Töreci

Gezi olaylarında ortaya çıkan kimilerince olumlu, kimilerince olumsuz biçimde algılanan İnternet'teki sosyal medya ortamlarının bireylerce kullanımı bu konuda etik kurallar gerektiği yorumlarını da beraberinde getirdi. Oysa bilişim sektörümüzün bütün katmanlarının katılımı ile yıllar önce özenli bir çalışma yapılmış ve "İnternet İletişiminin Kuralları" başlığını taşıyan bir metin ortaya konmuştu. Acaba adı "İnternet Etiği" olmadığı için mi "Sosyal Medya Etiği" gibi bir tanımın aranmasına yol açıldı?

"İnternet İletişiminin Kuralları" başlığını taşıyan metin, 1999'da tanımlandı ve 2000 yılında çeşitli biçimlerde duyurulmaya çalışıldı. Genelde etik değer ve kurallara duyarlığımız ölçüsünde önemsendi. "Yeterince önemsendi mi?" sorusuna sanıyorum olumlu bir yanıt vermek zor. Genel olarak etik değerler konusunda toplumumuz ne kadar duyarlıysa o kadar önem verildiği söylenebilir. Ancak belli bir rahatsızlık ortaya çıkınca ve başkaca akla gelen anlamlı bir düşünce olmayınca, kendi başına sanki bir çözüm olacakmış gibi "Sosyal medya etiğimiz yok" denebiliyor.

Bilişimciler olarak hepimiz günümüzde ilgili olduğumuz teknolojilerin çağımıza yepyeni bir devingenlik getirdiği, dünyayı küreselleştirdiği, her türlü işte yeni anlayışları ortaya çıkarttığının eminim bilincindeyiz. Bu yeni durumun ortaya çıkarttığı canlılık ile örtüşen uğraşıları göstermek zorunda olduğumuz çok açık. Duyarlığımızı etik konusunda arttırarak başka zamanlarda önemsenmeden yaklaşılan bir konuda sanıyorum daha verimli olabiliriz.

İnternet ortamının bireylere kazandırdığı özgürlük ortamında sansürsüz deyişlerin artması bireylerin etik değerlere duyarlığının da artması gerektiğini düşündürüyor.

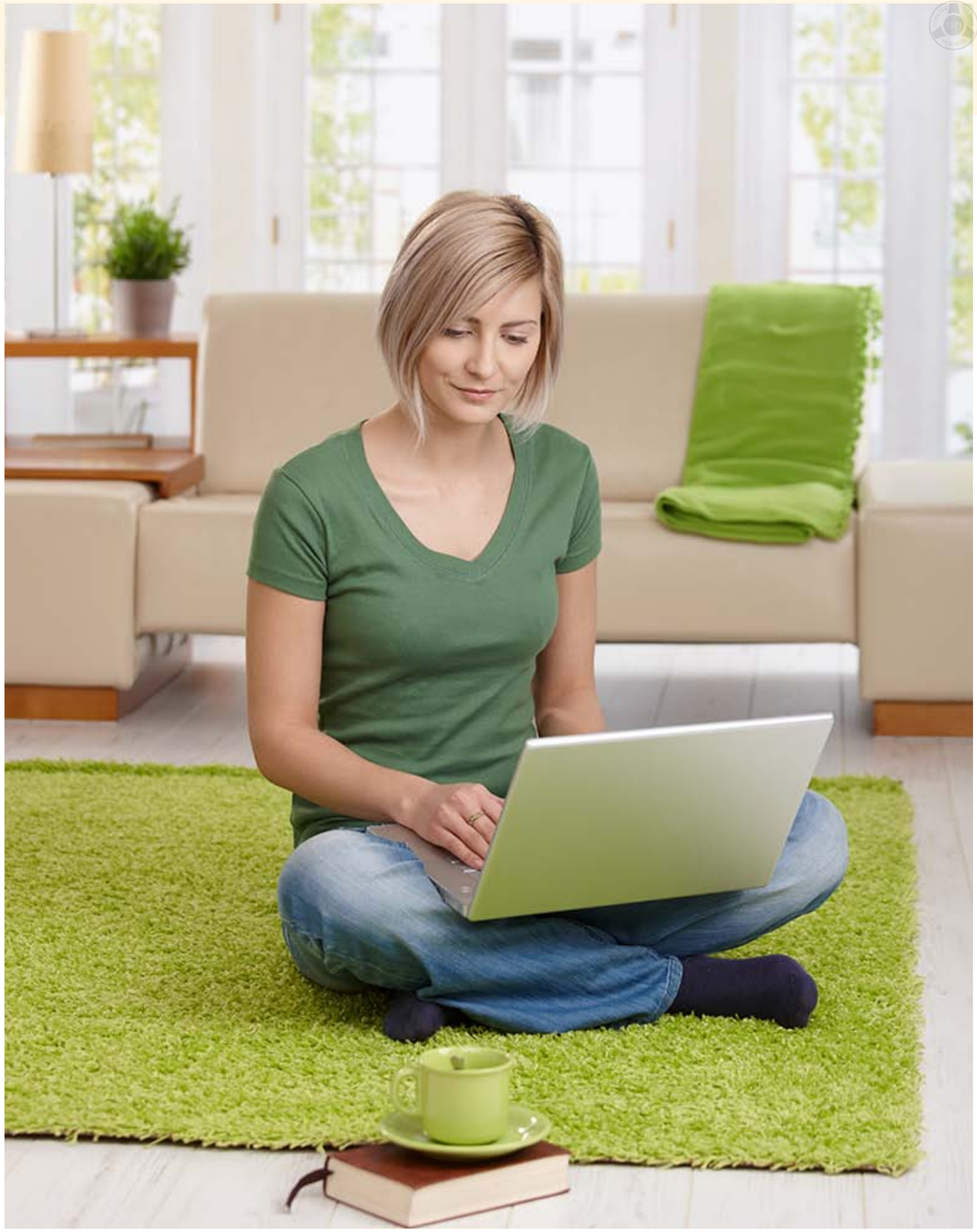
İnternet kullanımı ile iyice küreselleşmiş yeni dünyada belirleyici etken, bireylerin bilincidir. Yeteneklerini İnternet gibi özgür ortamlarda ortaya koyan bireylerin yaratıcılıklarını arttırabilmeleri, bizce düşüncelerine sınırlama getirmeden söylemlerini rahatsızlık verici olmaktan çıkarmaya özen göstermelerinden de geçiyor.

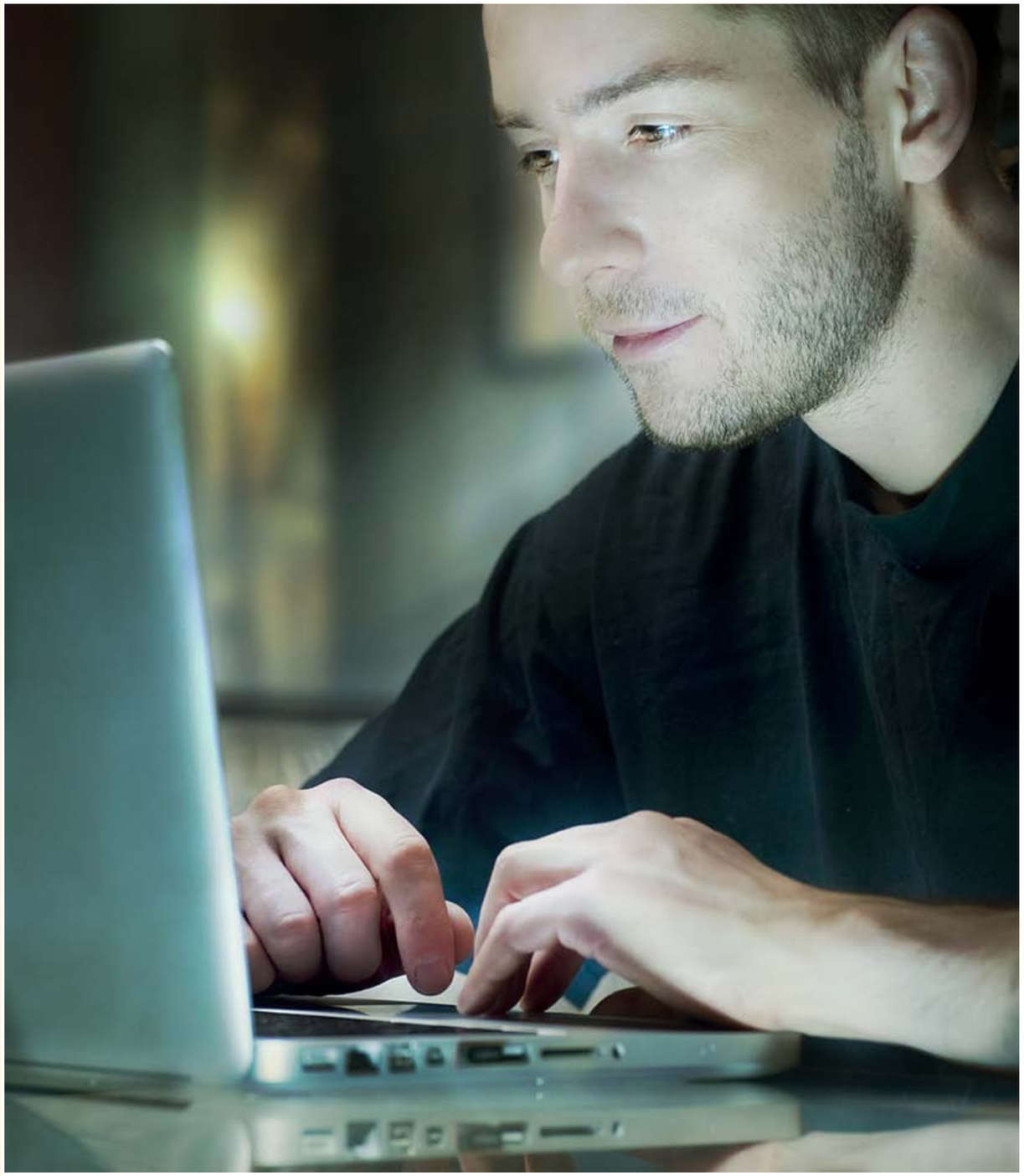
İnternet etiği tanımlamanın amacı, özgür bir düşünce aktarma ortamı olan İnternet'te her düşünce rahatça sergilenirken her türlü olumlu fikrin ortaya çıkmasını sağlamaya yönelik olmalıdır. Kişilerin kendilerini geliştirici bir ortam olarak İnternet'ten yaralanabilmesi bu ortamın uygun kullanımını gerektiriyor. "İnternet Etiği" için yapılacak tanımların sosyal paylaşımı verimli ve etkin kılarken olumsuzlukları önleyici etken ise yine bireylerin kendi sağduyuları olacaktır. Umudumuz "İnternet Etiği" olarak anılan metnin herkesi olumlu yönde ikna edici olabilmesidir.

Bilişim teknolojileri ile birlikte yaşanmaya başlanan hızlı toplumsal değişimlerin kolayca sindirilememe tehlikesi var. Her alana aynı anda yansıyan dönüşümlerin olumlu olduğu kadar olumsuz yönleri de olabileceği görülüyor. Bu yüzden bir yerde insani değerlerin öne çıkarılması demek olan etik ilkelerin gelişmesi için daha çok uğraş vermek gerekiyor. İvmesi çok hızlı bir dönüşümün içinde etik değerlerin yitip gitmesine göz yumamayız. Tersine belki de daha uygulanabilir bir duruma getirilmeleri gerekiyor. Yoksa etik değerler konusunda büyük bir boşluğa düşme tehlikesi görülmektedir.

Günümüzde bilişim toplumuna giden yolda aykırılıkların giderilerek nasıl başarılı olunacağı geniş olarak araştırılmaktadır. İnsanoğlunun, değişen dünyadan kopmadan, kendisine de yabancılaşmadan düşüncesini yeni duruma nasıl ayarlayabileceği, insani duygularını nasıl geliştirebileceği merakla beklenmektedir. Etik değerlerin rolü belirleyici olacaktır diye düşünebiliriz.

Etik değerlerin pek fazla önemsenmediği ülkemizde sorunun evrensel standartlarda ele alınmasına devam etmeliyiz.





Etik değerlerin her bireye, her duruma uygun geliştirilebilmesinin güçlükleri olsa da yararlı bir girişim, yapılması gereken bir çalışma olduğu, sürdürülebilmesi gerektiği konusunda geniş bir görüş birliğinin sağlanabileceğini umuyoruz.
Aşağıda metni verilen "İnternet İletişim Kuralları" her ne kadar adında etik sözcüğü geçmese de özü olarak "İnternet Etiği" olarak nitelendirilebilecek bir içerik taşımaktadır. İlgili metne yüzeysel olarak bile göz atılsa bu durum kolayca anlaşılabilir. Önerimiz bu metnin başlığını öncelikle "İnternet Etiği: Sosyal Medya Ortamlarında İnternet İletişiminin Etik Kuralları" olarak değiştirmektir. Daha sonra bu gözle metnin bütününde yapılabilecek değişiklikler, başka bir deyişle ifadelerdeki düzeltmeler ve eklemelerin yapılmasıdır. Hiçbir değişiklik yapılmadan bile niyetler iyi olduğunda bu metnin geniş anlamda yeterli bir "İnternet Etiği" tanımladığına inanıyoruz.

İNTERNET ETİĞİ: Sosyal Medya Ortamlarında İnternet İletişiminin Etik Kuralları

Burada söz konusu edilen etik kuralların amacı İnternet gibi sınırsız ortak bir iletişim ve etkileşim ortamını kullanırken birey olarak rahatsız olmamak ve kimseyi de rahatsız etmemek için bireylere dönük sezgisel anımsatıcı uyarılarda bulunmaktır. Düzensizliklere düşülmeden İnternet ortamının etkin ve yararlı kullanımının bu uyarılara uyulması oranında artacağı inancını hepimizin paylaşacağını umuyoruz. Bu uyarıların ya da kuralların ezberlenmesi gerekmez, özenli bir okunuş ile elde edilecek izlenim uygun davranışların sergilenmesini sağlayacaktır. Akılda yer etmeyen ezberlenerek uygulanacak kurallar koymanın İnternet kullanımında bir yararı olmayacağı çok açıktır.

Pek çok kişinin katkıları ile derlenip sunulan aşağıdaki görüşlerin daha etkileyici başka biçimlerde dile getirilmesi her zaman olanaklıdır. Lütfen bu metinde amacı doğrultusunda eksik gördüğünüz önerilerinizi bildiriniz. İletilen önerilerin metnin geliştirilmiş bir sonraki sürümünde değerlendirilerek yer alacağından emin olabilirsiniz.

Başkalarına Karşı Saygı

1. Toplum karşısında kendinize yakıştırdığınız tavrı İnternet'in sanal ortamında da sürdürünüz, kimliğinizi saklayabileceğinizi umarak gerçek yaşamınızda benimsemediğiniz davranışları sergilemeyiniz.
2. Başkalarına karşı saygılı olunuz, bunun kendinize olan saygınızın ve size başkalarının göstereceği saygının ön koşulu olduğunu unutmayınız.
3. Düşüncelerinizi dile getirirken olumlu yaklaşmanın ve nazik bir ifade kullanmanın sağ duyunun gereği olduğunu hatırlayınız.
4. Tartışmaların özelleşmesine ve kişiselleşmesine yol açmayınız.
5. İnsanları duygusal yönden zedeleyici ve rahatsız edici iletilerin yayılmasına olanak vermeyiniz (örneğin amansız bir hastalığı olanların son isteği gibi sonuç alınması olasılığı çok kuşkulu iletilerin yayılmasına aracılık etmek ya da inançlar üzerinde yorumlar yapmak gibi).

6. İstenmeden yapılan yanlışları hoşgörü ile karşılayıp, anlayışla yardımcı olmaya çalışınız.
7. Kişilerin istemleri dışında iletiler alarak rahatsız olmalarını elinizden geldiğince önleyiniz, buna neden olmayınız.
8. Size gelen bir iletiyi, başkasına aktarmak istediğinizde, bu iletiyi size gönderenin bunu isteyip istemediğinden emin olunuz.

Altyapı ve Zamanı Verimli Kullanma

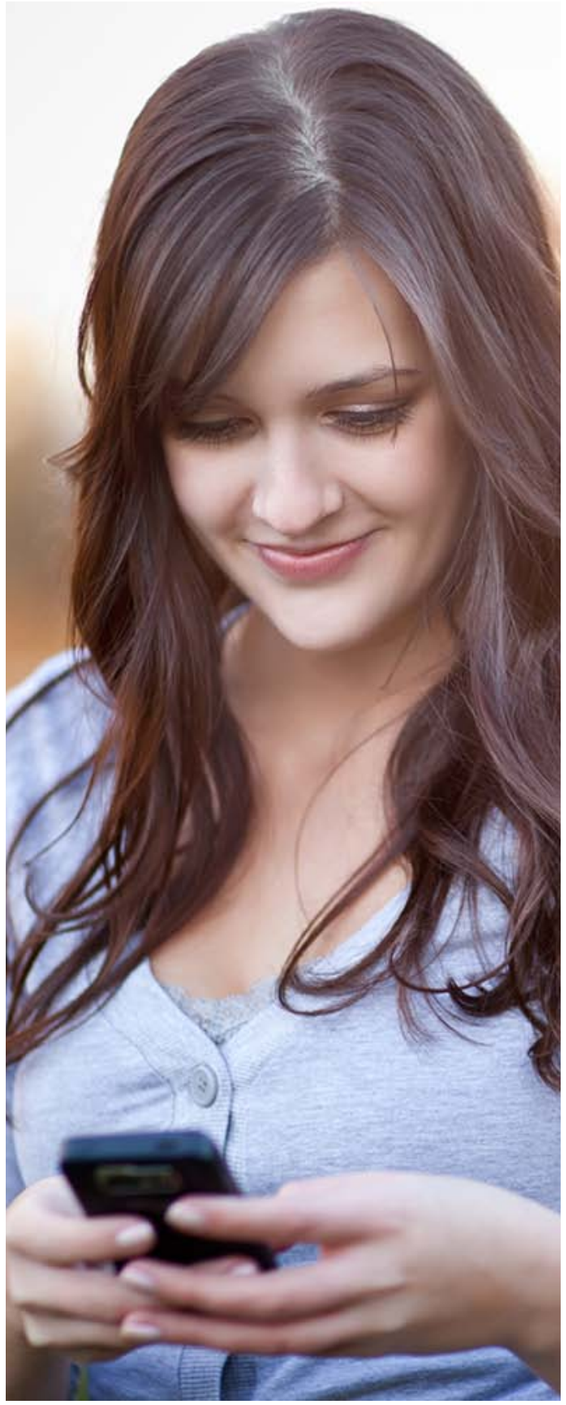
9. İletişim kurarken anlamsız sayılacak gereksiz iletiler göndermeyiniz.
10. Hiç kimsenin zamanının küçük bir bölümünü bile boş yere almamaya özen gösteriniz.
11. Ulaşmadığı kaygısı ile olsa bile aynı iletileri ardı ardına göndermeyiniz.
12. Bilgilendirmek ve gelişmelerden haberdar etmek için sürekli bir elektronik bülten göndermek istediğinizde, gönderdiğiniz kişinin bu dağıtım ya da duyuru listesinde kalıp kalmama isteğini ilk duyurunuzda belirtebilmesini sağlayınız, kalma isteğini belirtmeyenleri bir daha rahatsız etmeyiniz.
13. Bir web sitesinde yer alan uzunca bir metin ya da belgeyi e-posta ekinde göndermeyiniz, bu metin ya da belgenin adresini ve konusunu belirtip, buraya erişilip bakılabilmesi için sanal adresini vermekle yetininiz, e-posta ekinde dolaştırmak istediğiniz bir metni de olanaklı ise önce bir web sitesine yerleştiriniz.
14. İleti trafiğini yoğunlaştıran gönderimlerde bulunanları uyarınız, ısrarcı olanlara karşı alınması gereken yasal önlemlerin oluşmasına katkı veriniz ve yaptırımların uygulanmasına destek olunuz, teknik yollarla alınabilecek önlemler konusunda da yardımcı olunuz.

Biçimsel Özen

15. Açık kimliğinizi geçerli bir gerekçeniz olmadıkça gizlemeyiniz, her iletinizde açık kimliğinizin net olarak belli olduğundan emin olunuz.
16. Kimliğin önem taşımadığı durumlarda görüş ve düşüncelerinizi anonim olarak açıklamayı uygun buluyorsanız bunu kötüye kullanmadan özenli yapınız.
17. Konu kısmı yeterince açık olan (iletinin içeriğini göz atıldığında belli eden açıklıkta), dili anlaşılır, özlü kısa iletiler ile iletişim kurmaya ve etkileşmeye özen gösteriniz.
18. Eğer herkesi değil de bir kişiyi ilgilendirdiğini düşündüğünüz bir ileti var ise genele hiç duyurmadan doğrudan ilgili kişiye iletilerinizi yönlendiriniz.
19. Her zaman yanıtladığınız iletinin konu başlığını koruyarak yanıt veriniz.

İçerik İle İlgili Özen

20. Ne demek istiyorsanız ona karşılık olan, yanlış anlaşılmalara yol açmayacak düz ve yalın deyişlerle düşüncelerinizi aktarmaya çalışınız.
21. İletilerinizin yalnızca eleştirici olmasından kaçınarak her zaman yapıcı ve ufuk açıcı olmasını gözetiniz.
22. İletileri yanıtlamadan önce bir kere daha özenle okuyunuz, verdiğiniz yanıtı da göndermeden önce aynı özenle bir kere daha gözden geçiriniz.
23. Özellikle tartışma listelerinde daha önce değinilmiş konuları ek bir katkıya yol açmayacaksa üstelemeyiniz, ortaya çıkmış bir sonucu görmemezliğe gelerek kendi düşüncenizi kabul ettirmede ısrarcı olmayınız.



24. Gereksiz yere büyük harfler ile yazışmaktan, sık sık özel simgeler kullanmaktan, esprili ya da alaycı anlatımlardan kaçınınız, jargon sayılacak farklı bir söyleşi biçimi ile herkese açık ortamlarda iletişimde bulunmayınız.
25. Olanaklı olduğunca uzun alıntılar yapmaktan ve ek göndermekten kaçınınız, gönderdiğiniz eklerin çok yer kaplamamasına, virus gibi alıcısının bilgisayar ortamını bozucu içerik taşımamasına özen gösteriniz.
26. Virüslü iletiler ile karşılaştığınızda en kısa zamanda kağnağını ve geçikmeden etkileneceğini umduğunuz kişileri uyarınız.

Öteki Konular

27. İyelik haklarını zedelememeye özen gösteriniz, başkasının veri kaynaklarını, düşüncelerini ve yazılımlarını kendinizinmiş gibi sahiplenmeye kalkışmayınız.
28. Başkalarının kişilik haklarına ve özel yaşamına saygılı olarak kişilerle ilgili karalayıcı yorumlarda bulunmayınız.
29. İnternet ortamının sağladığı olanakların yasa dışı biçimde insanlara zarar verme, başkalarının işlerini engelleme, gizli ve kişisel bilgilerini ele geçirip yararlanma, her türlü sahtekarlık, yolsuzluk, dolandırıcılık ya da hırsızlık gibi kötü amaçlı kullanımına yol açmayınız ve göz yummayınız.
30. Uygunsuz davranışlar sergilemekte ısrarlı olanları ölçülü bir tepki içinde elbirliği ile uyarmaya çalışınız.
31. Size gelen bir iletiyi başkalarına aktarırken ileti üzerindeki e-posta adres bilgilerinin gerekmiyorsa aktardığınız kişinin eline geçmemesine özen gösteriniz.
32. Kendinizin ya da temsilcisi olduğunuz ürün ve hizmetlerin reklamını yapmayınız.
33. Güvenlik zedeleyici ve bozucu girişimlere karşı alınması gereken önlemlere uymaya özen gösteriniz, bu konuda bir kuşku duyduğunuzda doğrudan İnternet servis sağlayıcınıza ya da kurum sorumlunuza durumu bildirerek önlem alınmasına yardımcı olunuz.
34. İnternet üzerinde denetim ve düzenleme yetkisi olanların konumlarını kötüye kullanmalarına karşı duyarlı olunuz ancak gerektiğinde de işlerini kolaylaştırıcı her türlü desteği veriniz.

“Arazi Sanatı”, insanların ve doğanın sömürülmesine karşı mesajlar veriyor

Arzu Kılıç
arzu.kilic@tbd.org.tr

Değerli okurlar merhaba,
Bu ay sizleri sanatın çok farklı bir dalı olan “Arazı Sanatı (Land Ard)” ile tanıştıracağım. Arazi Sanatı, batıda çok eski, ancak ülkemizde yeni olan bir sanat dalı. Bu sanatta “*Sanat doğa içindir*” ilkesi benimseniyor. Sanatçılar, muhteşem doğa ve tarihe sahip coğrafyada yaratılıcılıklarını sergiliyorlar. Bu sanat için, “Doğanın geniş alanlarına insan müdahalesi” diyebiliriz. Bu çalışmalar kent ortamına meydan okuyor. Sanatın uygulama alanını genişletmek isteyen, sanat pazarına karşı çıkan, galeri ve müzelerin dışında etkinlik gösteren bir sanat.

Türkiye'de bu sanat dalıyla uğraşan az sayıda sanatçı var. Zaten çok zor bir sanat dalı. Ankara'da yeryüzü sanatıyla uğraşan genç ve başarılı sanatçı Alper Aydın ile bir söyleşi gerçekleştirdik.
Genç sanatçıyla "Araz Sanatı" ve çalışmaları hakkında konuştuk. Söyleşide çok ilginç bir projeden söz etti. Arkadaşlarıyla birlikte "PELESİYER adlı projeyi hayata geçirmişler. Bu proje ile, terk edilmiş ve hikâyesi olan mekânlara müdahalede bulunuyorlar. Örneğin Ankara Nallıhan'da kan davası yüzünden terk edilmiş bir çiftlikte yolun tamamını kırmızıya boyamışlar. Amaç, insanları bu kötü olaya şahit ederek, beyinlerinde hayatları boyunca unutamayacakları bir imaj yaratmak. Çok ilginç ve bir o kadar da anlamlı olan bu proje için Alper Aydın'ı ve arkadaşlarını kutluyorum.

Alper Aydın, kimdir?
1989 yılında Ordu'da doğan Alper Aydın, 2007'de Ordu Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi, Resim Bölümü'nü bitirdi. Aynı yıl, Gazi Üniversitesi Resim İş Öğretmenliği Bölümü'nü kazandı ve Heykel Ana Sanat Dalı'nda heykel dersleri aldı. 2009'da Ankara Üniversitesi Biyoloji Bölümü'nde İskoç Kraliyet ailesi botanik ressamı Gülnur Ekşi ve Serkan Çıtak'ın "bilimsel illüstrasyon" derslerine katıldı. 2010-2011 güz döneminde Erasmus programıyla Accademia di Bella Arti Macerata'ya gitti. Orada bulunduğu altı ay boyunca performans sanatçısı Franko B'den heykel dersleri aldı ve karma sergiye katıldı. 2011'de Gazi Üniversitesi'nden mezun olan Aydın, 2011 2012 yıllarında Hacettepe Üniversitesi Heykel Bölümü'nde özel öğrenci olarak yüksek lisans dersleri aldı, halen Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Resim Bölümü'nde yüksek lisans yapıyor. 2012'de ilk kez düzenlenen FullArtPrize, Türkiye'nin ilk güncel sanat yarışmasında 300'e yakın katımcı arasında ilk 13 sanatçıdan biri olmaya hak kazandı. 2013 yılında ilk sergisini gerçekleştirilen PELESİYER PROJE'nin kurucularından biri. Aydın'ın sanat pratiği, heykel, enstalasyon ve yeryüzü sanatı üzerine yoğunlaşıyor.

!

Geçenlerde bir yazı okudum; Avustralyalı heykeltıraş Andrew Rogers, yedi kıta ve 13 ülkede yaptığı 48 eserle dünyada en büyük çağdaş arazi sanatı projesine imza atmış. Sanatçının eserleri uzaydan bile görünüyor. Rogers'in Nevşehir'in Göreme Beldesi'nde de çalışmaları bulunuyor. Kapadokya'ya bayram tatili için gidecek olanlara duyurulur.

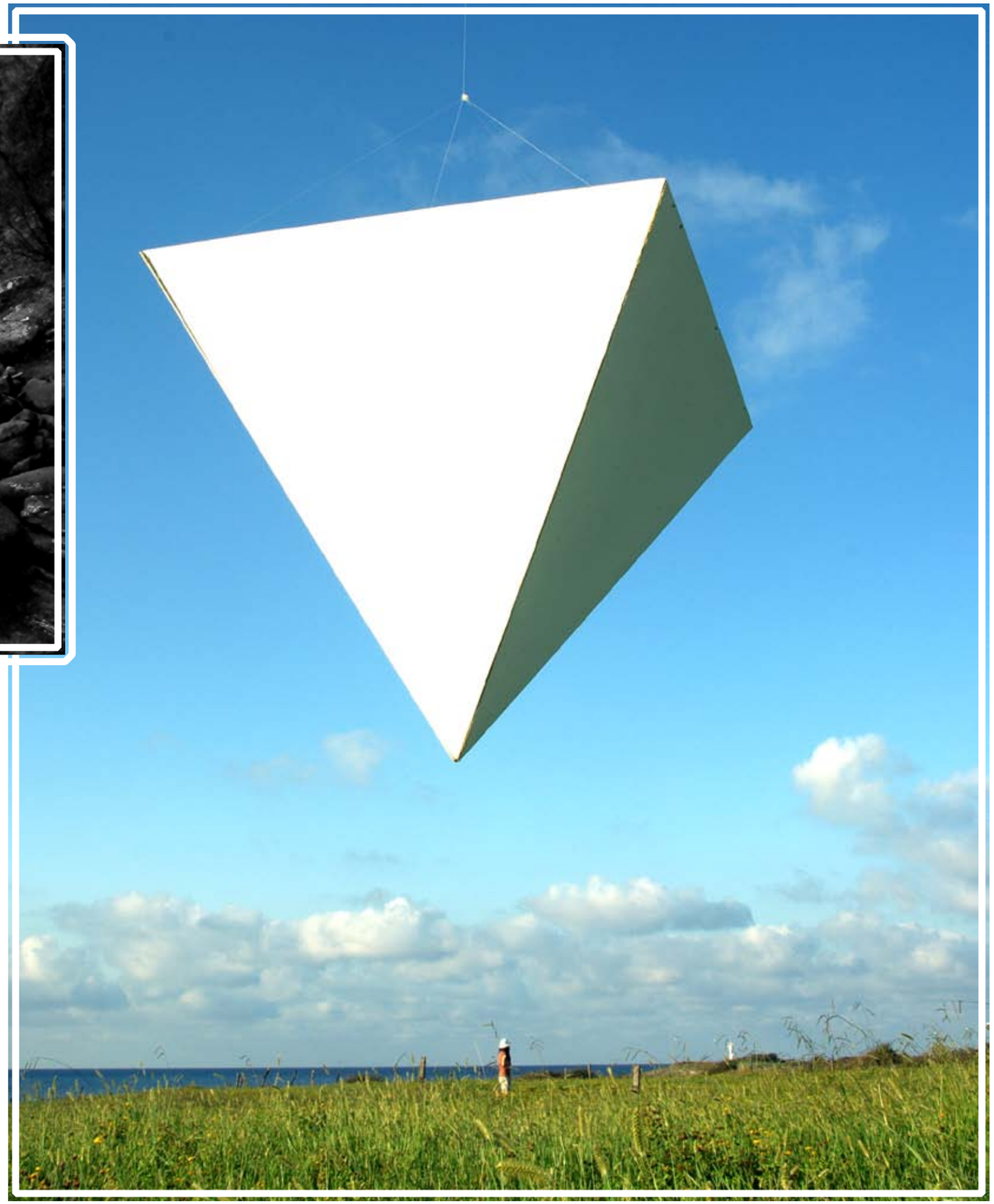
Doğada, insan ve bütün canlıların geçiciliğini ve değişimi simgeleme istediği

Arazi Sanatı çalışmalarının kalıcı olmadığı, sanatçısının eserini doğaya armağan ettiğini vurgulayan Aydın, bunu "bir insanın öleceğini bilerek büyük bir özveriyle yaşamaya devam etmesi ve sonunda bir şekilde toprağın bir parçası olması"na benzetiyor.

-Batı'da "Land Art", Türkçe'de ise "Arazi Sanatı" olarak adlandırılan yeryüzü sanatı nedir, tarihi gelişimi hakkında bilgi verir misiniz? Bu sanatın dünya ve Türkiye'deki öncüleri kimlerdir?

- Doğanın bir başka biçimde keşfi ya da doğanın bizzat kendisinin zaman içerisindeki etkileşimi ve değişimini konu alan, sanatçıların müdahalesi ile anlamlanan çabalar, insanın evrenin sonsuz mekânı karşısındaki durumunun bir simgesi yaşamın ve sanatın başlangıç materyalidir. İnsanların ve maddelerin sömürülmesine karşı; 20. yüzyıl kentinin hemen tanınan özelliği olan inşa etme ve yıkmaya karşı; doğa ve zaman önünde insanın küstahlığına karşı duyulan bir tepkidir "Arazi Sanatı". Kentin varlığına duyulan nefretin ve kuşkunun doğal ve kaçınılmaz sonucu olarak, bu çalışmalar kent ortamına meydan okuyan çalışmalardır.

Sanatın uygulama alanını genişletmek isteyen, sanat pazarına karşı çıkan, galeri ve müzelerin dışında etkinlik gösteren bu eğilim, bölgesel bir ekoloji bilinci ve arkaik kültürlerin yeniden keşfi ile de ilgilidir. Bu yönüyle Minimal Sanat'ın teknolojik biçimciliğine karşı olan "Arazi Sanatı", XIX. yüzyılın romantik manzara ülküsüne bağlanarak doğanın gizemine yeniden dönüşü destekler. Arazi Sanatı kavramı, 1960'lı yılların sonlarında ABD'de gelişmiş ve 1970'li yıllarda Avrupa'ya yayılmış. Birçoğu kuşbakışı kavranabilen biçimlemeleri, primitif zamanlardaki ilkel örneklerinden farklı kılan doğaya insanın kalıcı katkısını amaçlamak yerine doğanın içinde insanın ve bütün canlıların geçiciliğini, doğadaki değişimi simgelemek istediğidir. Bu sanat türünün dünyadaki öncüleri Robert Smithson, Michael Heizer, Richard Long, Christo, ve Andy Goldsworthy'dir. Türkiye'de ise bu sanatçılarla aynı süreçte arazi sanatı çalışmaları yapan Yücel Dönmez olmuştur.



- Arazi sanatı hangi sanat akımlarından etkileniyor? Sanatınızı yaparken etkilendiğiniz sanatçılar var mı, keşke bu nu ben yapsaydım dediğiniz bir eser var mı ? doğada eserlerinizin kalıcılığını nasıl koruyorsunuz?

-Arazi Sanatı Arte Povera, Performans Sanatı ve Mimimalizm den etkileniyor. Günümüzde ise disiplinler arası bir sanat türü konumunda. Evet. Benim de etkilendiğim sanatçılar var. Sanmıyorum ki günümüzde hiçbir sanatçı bu şekilde kişilerin birbirlerine ve bilgilere kolayca ulaşılabilir olduğu bir dönemde birbirinden etkilenmesin ama bu etkileniş benim için sanatçıların çalışmaları açısından değil de o sanatçıların kişilikleri, yaratıcılıkları, hayata bakış açıları yönünden ve yaptıkları çalışmaları yaratım süreçleri açısından oluyor. Bu anlamda sanatçıların hayatlarını incelemeye bayılıyorum. Özellikle sanatçıların birçok insan tarafından bilinmeyen özelliklerini öğrenmek, heyecan verici bir durum benim için. Çünkü bu durum aslında sanatçıların çalışmalarını daha çok anlamamı sağlıyor... Önceden tam anlamıyla bir Albrecht Dürer hayranıydım, onun çalışma konuları, dinine ve ailesine olan sevgisi, inancı ve bu durumu resimlerinde sembollerle ifade etmesi ve bunu çok büyük bir incelikle yapması, derin düş gücü beni çok etkilemiştir. Şimdilerde ise Vik Muniz, Wim Delvoye ve Andy Goldsworthy üzerine araştırmalar yapıyorum. Özellikle Andy Goldsworthy'nin çalışmalarındaki samimiyeti ve derin duyarlılığı beni çok etkiliyor...

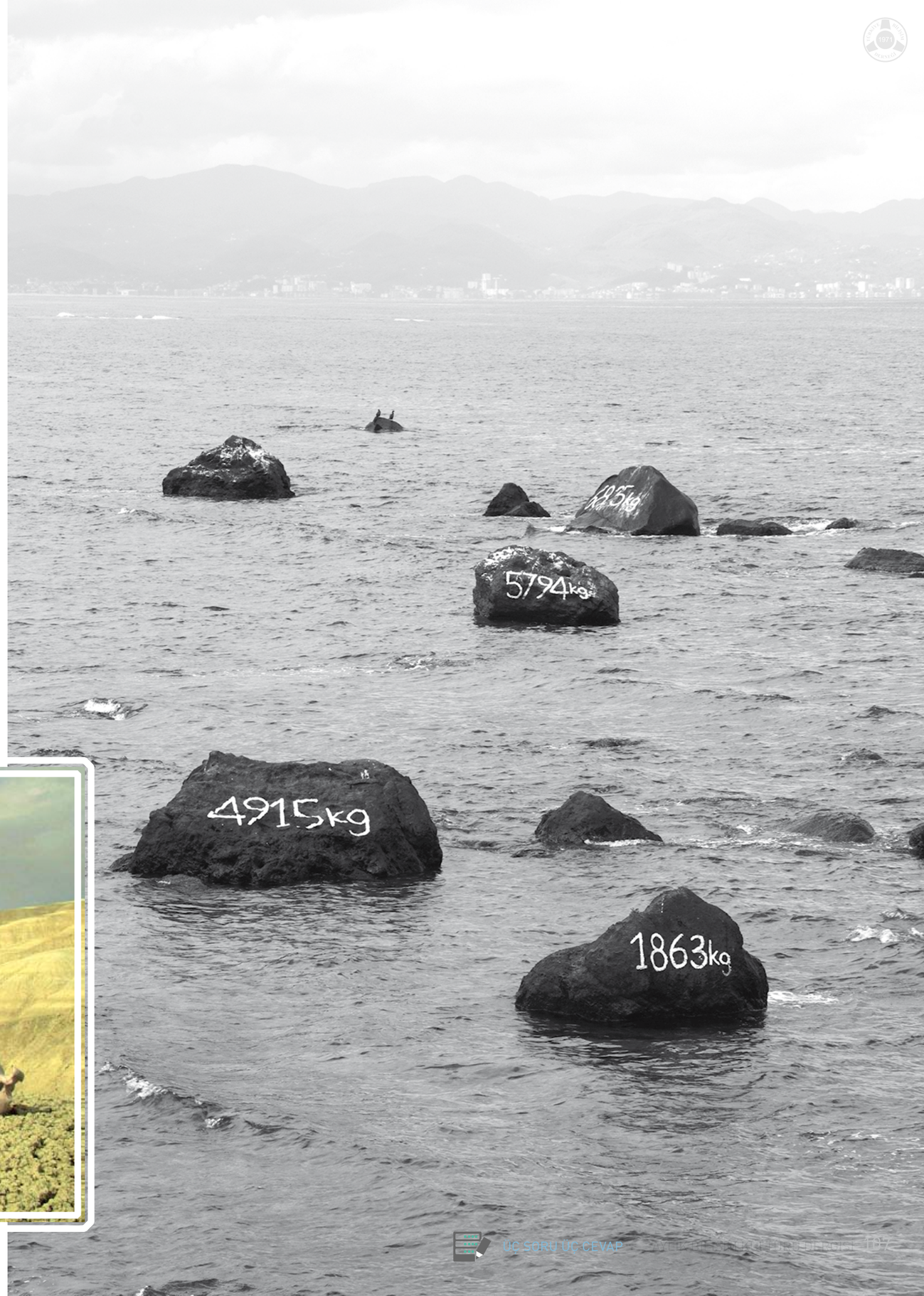
Doğadaki eserlerin kalıcılığına gelince, Arazi Sanatı'nı diğer sanat türlerinden ayıran en önemli nokta ve onu asıl değerli kılan şeydir bu. Arazi Sanatı çalışmaları kalıcı değildir. Onu, sanatçısı doğaya armağan eder. Bu

anlamda bende çalışmalarımı doğaya armağan ediyorum. Bu durum aynen bir insanın yaşamı gibi, öleceğimizi bilerek büyük bir özveriyle yaşamaya devam ederiz ve sonunda bir şekilde toprağın bir parçası oluruz. Arazi Sanatı da böyledir, bir gün yok olacağını bilerek büyük emekler ve maddi meblağlar harcanarak yapılan o büyüleyici çalışma, zamanla arazinin, toprağın bir parçası olur. Böyle bir çalışmanın alınıp satılamaması ve bir yerden başka bir yere götürülememesi, her şeyi satın alıp her şeye sahip olacağını düşünen insanoğluna büyük bir mesaj vermekte...

Bu yüzden çok az insan Arazi Sanatı çalışmalarımla gerçek anlamda karşı karşıya kalıyor, o çalışmanın orada yapılmış olduğunu sadece fotoğraf ve videolarla belgelenmesiyle biliyoruz.

-Arazi Sanatçısı için en önemli şey doğayı keşfetmek olsa gerek. Görünmez hale gelen doğayı tekrar görünür hale getirilmesinde Arazi Sanatı'nın rolü küçümsenemez. Doğanın yanı sıra terk edilmiş binalar, sokaklarda sergi alanlarınız. Amerika'da bir tepki sonucu çıkan bu sanat aslında toplumsal gelişmelere dikkat çekmek için yapılıyor. Bu alandaki ilk eserinizi ne zaman ürettiniz? İlk eseriniz bir tepkinin ürünümüydü, neye tepki verdiniz? Ve hâlâ eserlerinizi üretmeniz bir tepkinin sonucu mu?

- Samimi olmalıyım ki ilk çalışmam bir tepkinin değil bir özlemin ürünüydü. Ordu'da doğanın eşsiz güzelliğine sahip bir yerde doğmuş ve büyümüş biri olarak, Ankara'ya üniversite okumaya geldiğimde büyük bir sıkıntı ve stres yaşadım. Bu durum hem ailemin Ordu'da olmasından hem de şehir yaşamına alışık olmamamdan kaynaklanıyordu. Bu yıl yedinci yılımı dolduruyorum Ankara'da ve hâlâ alışabilmiş değilim bu şehre. Bilmiyorum ama bu şehir, insana bir uzvu eksikmiş gibi hissettiriyor... Sanırım bunun en büyük sebebi denizin olmaması. Ankara'ya ilk geldiğim zamanlarda aklımda hep Ordu vardı. Bu nedenle ilk çalışmamı renkli rüzgârgülleriyle Yason Burnu'nda gerçekleştirdim. Ordu'ya ve doğaya olan özlemimin bir sembolü olarak bu



çalışmayı yaptıktan sonra ise bu konuya daha fazla eğilmeye karar verdim. Araştırmalar, okumalar yaptım bu konu üzerine. Çok az insanın bildiği yeni yerler keşfettim ve doğadan uzaklaşan insanoğlunu doğaya yaklaştırmak doğayı bir odak noktası haline getirmek amacıyla insanlar tarafından yaratılan doğada göremeyeceğimiz, geometrik, renkli formlar ve rakamlarla doğaya müdahalelerde bulundum. Doğa ile bu doğanın parçası olduğunu unutan insanoğlu arasında bir diyalog yaratmaya çalıştım.

Arkadaşım Ali Şentürk ve Hüseyin Arıcı işe bir proje oluşturduk ve adını PELESİYER koyduk. Bu projede de bireysel bir güç ile gündeme getirilemeyecek konuları bir araya gelerek terk edilmiş, hikâyesi olan mekânlara sanatsal müdahalelerde bulunuyoruz. Örneğin ilk çalışmamızı gerçekleştirdiğimiz mekân Ankara Nallıhan'da kan davası yüzünden terk edilmiş bir çiftlik üzerinden güncel sanat çalışmaları gerçekleştirdik. Bu süreç gerçekten çok sıra dışıydı bizim için. Ben orada bu durumun bir yansıtıcısı olarak çiftliğin yolunu tamamen kırmızıya boyadım ve sadece yıkanarak geçecek olan bir boyayla insanları bu kötü olaya şahit ederek, beyinlerinde hayatları boyunca unutamayacakları bir imaj yaratma çalıştım...

2023 genişbant İnternet abone hedefi, 45 milyon

11. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Şurası'nda Türkiye'nin 2023 ve 2035 hedefleri ele alındı. Bakan Yıldırım, 2023 yılı için genişbant İnternet abone sayısı hedefini 45 milyona yükselttiklerini açıkladı. 2023 öngörüleri konusunda Türk halkının önünde önemli engeller olduğuna değinen Menteş ise, bu engelleri aşmanın planlı hedeflerle mümkün olacağını belirtti.

Fatma Ağaç

Türkiye'nin karayolu, demiryolu, denizcilik, havacılık ve haberleşme sektörlerine ait 2023 hedeflerinin yenilenip 2035 yılı hedefleri belirlendi. "Herkes için ulaşım ve hızlı erişim" ana temasıyla düzenlenen 11. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Şurası İstanbul'da yapıldı. İstanbul Kongre Merkezi'nde 5-7 Eylül 2013'te düzenlenen Şura'nın açılış töreni Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ile Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanı Binali Yıldırım, Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı, Milli Savunma Bakanı İsmet Yılmaz, Sağlık Bakanı Mehmet Müezzinoğlu'nun yanı sıra pek çok ülkeden konuk bakan ve bakan yardımcılarının katımıyla gerçekleştirildi.

Konuşmasında her vatandaşın ulaşımı ve erişimini mümkün hale getirdiklerine değinen Bakan Yıldırım, 10. Şûra'da genişbant İnternet abone sayısının bugün 21 milyonu bulduğu ve toplam İnternet abone sayısının 50 milyona ulaştığını kaydetti. 2023 yılı için belirlenen genişbant İnternet abone sayısı hedefini 30 milyondan 45 milyona yükselttiklerini anlatan Yıldırım, 3G kullanıcılarının ise şimdiden 44 milyonu bulduğunu söyledi.

11. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Şurası'nın ana temasının "Herkes için ulaşım, hızlı erişim" olarak belirlendiğini anımsatan Yıldırım, konuşmasını şöyle sürdürdü:

"Burada kastımız ulaşımı yurdun her tarafına yaymak. Hatta bölgesel anlamda ulaşım altyapısının kalitesini standardını aynı düzeye getirmek. Kendi ülkenizde mükemmel ulaşım altyapısı yapabilirsiniz. Ama komşu olduğunuz ülkeden başlamak üzere başka ülkelere giden ulaşım ağları aynı standardı sağlayamazsa, burada amaca erişmiş olmayız. Bunun için uluslararası nitelikte şûra topluyoruz. Bölge ülkelerini, komşu ülkelerini, onların bağlantılı olduğu ülkeleri de bu şûraya özellikle davet ediyoruz ki burada aynı kaliteyi, aynı emniyet faktörlerini, aynı erişebilirliği sağlayalım."

"Ülkemizi bilgi otobanlarıyla donattık. Milli Eğitim Bakanlığı ile yüzyılın projesi FATİH'e başladık" diyen Yıldırım, ulaşım, iletişim altyapısına önümüzdeki 10 yılda da hız kesmeden yatırım yapmaya devam edeceklerini vurguladı.

Şuranın açılışında ilk olarak söz alan Şura Sektör Raporları Koordinatörü Prof. Dr.

Oral Erdoğan ise ulaşım ve haberleşme yatırımlarının ülkelerin gelişimine doğrudan katkı sağladığını ifade etti. Yapılan yatırımlarla vatandaşların çağdaş uygarlık seviyesine çıkmasının hedeflendiğini belirten Erdoğan, "Bin 557 kişilik ekiple 2 bin 500 sayfalık rapor hazırlandı ve 400 sayfalık bir özeti çıkarıldı. Rapor için 100'e yakın yurtdışından gelen uzman da destek verdi" diye konuştu.

Gül: Teknoloji toplumların kimyasını değiştiriyor

11. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Şurası'nın açılışında konuşan Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, sosyal medya dahil olmak üzere teknolojiyi yoğun bir şekilde kullandığını dile getirdi. Cumhurbaşkanı Gül, gelişen teknolojiyle birlikte dünyanın küresel bir köy olarak tanımlanabileceğine dikkat çekerek, insanın zaman ve mekân bağımlılığının ortadan kalktığı bir döneme girildiğini belirtti. Ulaştırma ve haberleşme altyapısının küresel ekonominin parçası olması açısından önemli olduğunu ifade eden Gül, bilim, teknoloji ve inovasyonla ekonomi üst seviyeye çıkabileceğini aktardı. Gül, Türk bilim insanlarının mucit yönüne güvendiğini belirterek, sözlerine şöyle devam etti: "Teknoloji toplumların kimyasını değiştiriyor. Sosyolojik ve siyasi etkileri doğrudan görülüyor. Olumlu etkilerinin yanı sıra bir ilaç gibi yan etkileri de oluyor. İnsanların, ürünlerin ve sermayenin özgürce dolaştığı bir ortam hedefliyoruz. İletişim, bilişim ve ulaşım çağının hayli gelişmiş bir safhasını yaşıyoruz. Bu çağda ulaştırma ve haberleşme herkesin hayat kalitesini yakından ilgilendiriyor."
Bu çağın bir diğer önemli ilkesinin de verimlilik olduğunu söyleyen Gül, iletişim, bilişim ve inovasyonun ortaya çıkardığı verimlilik artışının ekonomik büyümenin de beşeri kalkınmanın da ana lokomotifi olduğunu kaydetti. Bunun için bilgi. Bilgi üretimi ve araştırma geliştirme faaliyetlerine daha fazla yatırım yapılması gerektiğine değinen Gül, "Türkiye'de bu konuda yürütülen çalışmaları yakından takip ediyor ve destekliyorum" dedi.

İnternet kullanıcı sayısı birkaç yılda 4 milyara çıkacak

Şura kapsamında ilk gün öğleden sonra Bakan Yıldırım'ın başkanlığında yapılan konuk ülke Bakanlarının katılımıyla "Ulaştırma ve Haberleşmenin Geleceği ve Ortak Yatırım Olanakları" konulu yuvarlak masa toplantısı yapıldı.

Toplantıda konuşan, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Ticaret Bakan Yardımcısı Lawrence Strickling, İnternet'in yönetim merkezi işlevi gören ve İnternet'in Birleşmiş Milletler'i olarak adlandırılan İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu'nun (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers-ICANN) İstanbul'da faaliyete başlamasına değinerek, "ICANN'in Türkiye'ye gelmesi ve İstanbul'u bir merkez olarak seçmesi takdire şayan bir gelişme" dedi. Strickling, şu anda 2 milyardan fazla kişinin İnternet kullanıcısı olduğunu belirterek, önümüzdeki birkaç yıl içerisinde İnternet kullanıcı sayısının 2 milyar daha artacağını kaydetti. Mevcut ihtiyaç ve zorlukları çok iyi algılamak gerektiğini dile getiren Strickling, "Mevcut fırsatları geliştirmeli ve yeni fırsatlar ortaya koymalıyız" dedi.
Yuvarlak masa toplantısında, Türkiye Cumhuriyeti Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakan Yardımcısı Yahya Baş, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanı Ahmet Kaşif, Kazakistan Ulaştırma ve Haberleşme Bakanı Askar Zhumagaliev, Kosova Altyapı Bakanı Fehmi Mujota, Malta Ulaştırma Bakanı Joe Mizzi, Tunus Ulaştırma Bakanı Abdulkerim Harouni, Makedonya Ulaştırma ve Haberleşme Bakanı Mile Janakiewski, Karadağ Ulaştırma ve Denizcilik İşleri Bakanı Ivan Brajovic, Filistin Haberleşme ve Bilgi Teknolojileri Bakanı Safa Nasser Eldin, Letonya Ulaştırma Bakan Yardımcısı Kaspars Ozolins ile İran, Afganistan, Balerus, Moldova, Bulgaristan, İspanya, Çek Cumhuriyeti, Gürcistan, Litvanya, Moldova, Tacikistan ve Fas bakan ve bakan yardımcıları da birer konuşma yaptılar.

Menteş: 2023 için Türkiye'nin yüzde 8.5'lik büyümeyi yakalaması gerekli

Şuranın ikinci günü gerçekleştirilen "2023'e Doğru Haberleşme Sektörü-STK" konulu toplantıda konuşan Türkiye Bilişim Derneği (TBD) Başkanı Turhan Menteş, 2023'te Türkiye'nin dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasına girebilmesi için yüzde 8.5'lik büyümeyi yakalaması gerektiği uyarısında bulundu. 2023 öngörüleri konusunda Türk halkının önünde önemli engeller olduğuna değinen Menteş, bu engelleri aşmanın planlı hedeflerle mümkün olacağını kaydetti. 2023-2035 ve 2050 için sadece Türkiye'nin hedeflerinin bulunmadığını anlatan Menteş, 2023 için şu an dünyada kullanılacak teknolojilerin üretilmiş durumda olduğuna dikkat çekti. Menteş, Türkiye'nin 2023 yılı için lobi faaliyetlerini yapması gerektiğine işaret ederek, "Ne üreteceğimizi düşünmemiz lazım" dedi. 2023 hedefi için e-Türkiye İcra Kurulu'nun iyi bir model olduğunu savunan Menteş, "2023 hedeflerini birkaç firma ile gerçekleştiremeyiz" şeklinde konuştu.

Menteş, Avrupa Birliği'nin (AB) aralarında, Tek pazar yaratma; Beraber çalışma standartlarının belirlenmesi; Doğruluk ve güvenirliğin sağlanması; Sayısal okur-yazarlığın artırılması gibi 7 ayrı hedef belirlediğini anlattı. Dijital Türkiye Platformu olarak bu çalışmaları başlattıklarına değinen Menteş, İnternet için özel ilgi kurulları oluşturulması gerektiğini vurguladı.
Üç gün boyunca yaklaşık 15 bin kişinin katıldığı Şura'da 7 salonda eş zamanlı olarak, sektör panelleri gerçekleştirildi. Panellerde, 30'u yabancı olmak üzere 100 civarında anahtar konuşmacı, moderatör ve panelist; sunum ve konuşma yaptı.

Türkiye'nin ilk uluslararası SEO Konferansı yapıldı

Bilkent Cyberpark'ın ana sponsorluğunda 21 Eylül 2013'te düzenlenen SEOZONE 2013, dünyanın dört bir yanından gelen SEO devlerini ağırladı.

Arama Motoru Optimizasyonu (Search Engin Optimization –SEO) konusunda Türkiye'de ilk uluslararası konferans olan SEOZONE Konferansı 2013, 21 Eylül 2013'te düzenlendi. Arama motorlarında sitelerin veya sayfaların üst sıralara çıkarılmasına yönelik yapılan çalışmaları kapsayan First International SEOZEO Summit, Bilkent Cyberpark'ın ana sponsorluğunda gerçekleştirildi. Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre Sarayı'nda organize edilen etkinlik, 6'sı yurtdışından olmak üzere 7 ayrı konuşmacının sunumuna sahne oldu. Etkinlikte konuşmacılarla katılımcılar, SEO üzerine güncel ve deneyimleri paylaştılar.

SEOZEO'dan Tuğçe Seven'in kendilerini kısa bir şekilde anlattığı açılışta, daha sonra konuşan dünyanın en büyük SEO topluluklarından MajesticSEO'nun Pazarlama Direktörü Dixon Jones, "Sıradışı Link İnşaası Teknikleri" başlıklı sunumuyla SEO için sosyal medya ve içeriğin önemini vurguladı. Konferans, Bastian Grimm'in "SEO'nun Geleceği ve Semantik Web: Schema ile İleri Seviye Site-içi SEO Teknikleri" sunumu ve dünyanın en popüler SEO ajanslarından Distilled'ın danışman ekibini yöneten Stephanie Chang'ın "İçerik ve Link İnşaası Stratejileri Yönünden E-ticaret Siteleri İçin SEO" sunumuyla sürdü. e-ticaret siteleri için özgün içeriğin önemine işaret eden Chang, video gibi ek unsurların denenmesini önerdi. iAcquire, Inbound Pazarlama Direktörü Michael King'in, "Bilinenin Ötesine Geçmenin Yolları: İleri Seviye SEO Teknikleri"ni anlattığı konferansta Avrupa'nın önde gelen on-line pazarlama ajanslarından biri olan AKM3'ün CEO'su Maik Metzen, "Uluslararası SEO stratejileri"ne değindi. Konferansta, 4 yılın üzerinde Google'da çalışan Kaspar Szymansk'un "Google Cezalarına Eski Bir Google Mühendisi Gözüyle Bakış ve Disavow Links Aracı" sunumu dikkat çekti. Szymansk, özellikle Google'ın hangi durumlarda siteleri cezalandırdığı ve bu gibi durumlardan nasıl korunulacağı gibi konulara değindi. SEOZEO, Kurucu ve Genel Müdürü Yiğit Konur ise, "Yeni Nesil SEO Metrikleri: Co-citation & Co-occurance ile Link Değerlendirme Methotları"ndan söz etti. Bu alandaki bilgi birikimin paylaşacağı, içeriğinin tamamı SEO hakkında olan bu etkinliğe yaklaşık 150 kişinin katıldığı bildirildi.

2 milyonu aşkın esnafa bedava Web sitesi

Esnaf ve sanatkârların rekabetçi gücünü artırıp hayatlarını kolaylaştırmak üzere Türk Telekom ve TESK arasında yapılan anlaşma gereği 2 milyonu aşkın esnaf ve sanatkâr ücretsiz Web sitesine kavuşacak.

Türk Telekom ile Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK) arasında Mayıs 2013'te, Türkiye ekonomisinin can damarı olan esnafları desteklemek üzere bir işbirliği protokolü imzalanmıştı. Bu protokol kapsamında Türk Telekom ve TESK'in birlikte geliştirdiği, 2 milyonu aşkın esnaf ve sanatkârın rekabetçi gücünü artıracak ve hayatlarını kolaylaştıracak yeni hizmet, kampanya ve iş ortaklığının ayrıntıları, 12 Eylül Rixos Grand Ankara Otel'de düzenlenen bir basın toplantısıyla açıklandı.
İşbirliği protokolü gereği, yaşama geçirilecek "Avantajlı Web Kampanyas" ile "Esnaf'a Özel" veya "İş Avantaj" tarifesi üyeleri, bu kampanyayla kendi Web sitelerini ücretsiz olarak kurabilecek ve 12 ay boyunca ücretsiz olarak kullanabilecek. "Esnaf'a Özel" veya "İş Avantaj" tarifelerini kullanan tüm Türk Telekom müşterileri, alan adı ve Web hizmetlerinin de dahil olduğu ücretsiz Web sitesi hizmetinden yararlanabilecekler.
Toplantıda bir konuşma yapan TESK Genel Başkan Vekili M. Burhan Aksak, TESK ve Türk Telekom arasındaki bu işbirliğinin sadece esnaf ve sanatkârlara değil Türkiye ekonomisi ve ticaretine de önemli bir katkı sağlayacağını vurguladı. Aksak, TESK'in diğer pek çok alanda olduğu gibi iletişim alanında da esnaf ve sanatkâarların iletişim masraflarını düşürecek ve günlük ticari işlerini başarı ile yapmalarını kolaylaştıracak önemli çalışmalar yürüttüğünü belirtti.

Türk Telekom Kurumsal Müşteri Başkanı Mehmet Ali Akarca ise bu işbirliği ile esnaf ve sanatkârın sadece iletişim ihtiyaçlarını değil, tüm teknolojik ihtiyaçlarını da karşılayarak, onların işine odaklanmalarını sağladıklarını ve büyümelerine katkıda bulunduklarını söyledi. "BİZ" markası ile esnafın tüm iletişim ihtiyaçları için tek noktadan çözüm sunduklarını anlatan Akarca, telefon ve İnternet'in avntajlarının yanı sıra, sigorta güvenlik paketlerine, sıcaklık ve nem ölçüm hizmetlerine, işlerini geliştirmeye yönelik "Hediye SMS" ve "Web siteleri" gibi çeşitli kampanyalarla esnafa destek verdiklerini kaydetti. Türkiye'de esnaf ve KOBİ'lerin yerinin tartışılmaz olduğunu belirten Akarca, 2013'te yeni hizmetleri anlatmak ve değer yaratmak amacıyla KOBİ Direktörlüğü oluşturduklarını ifade etti.

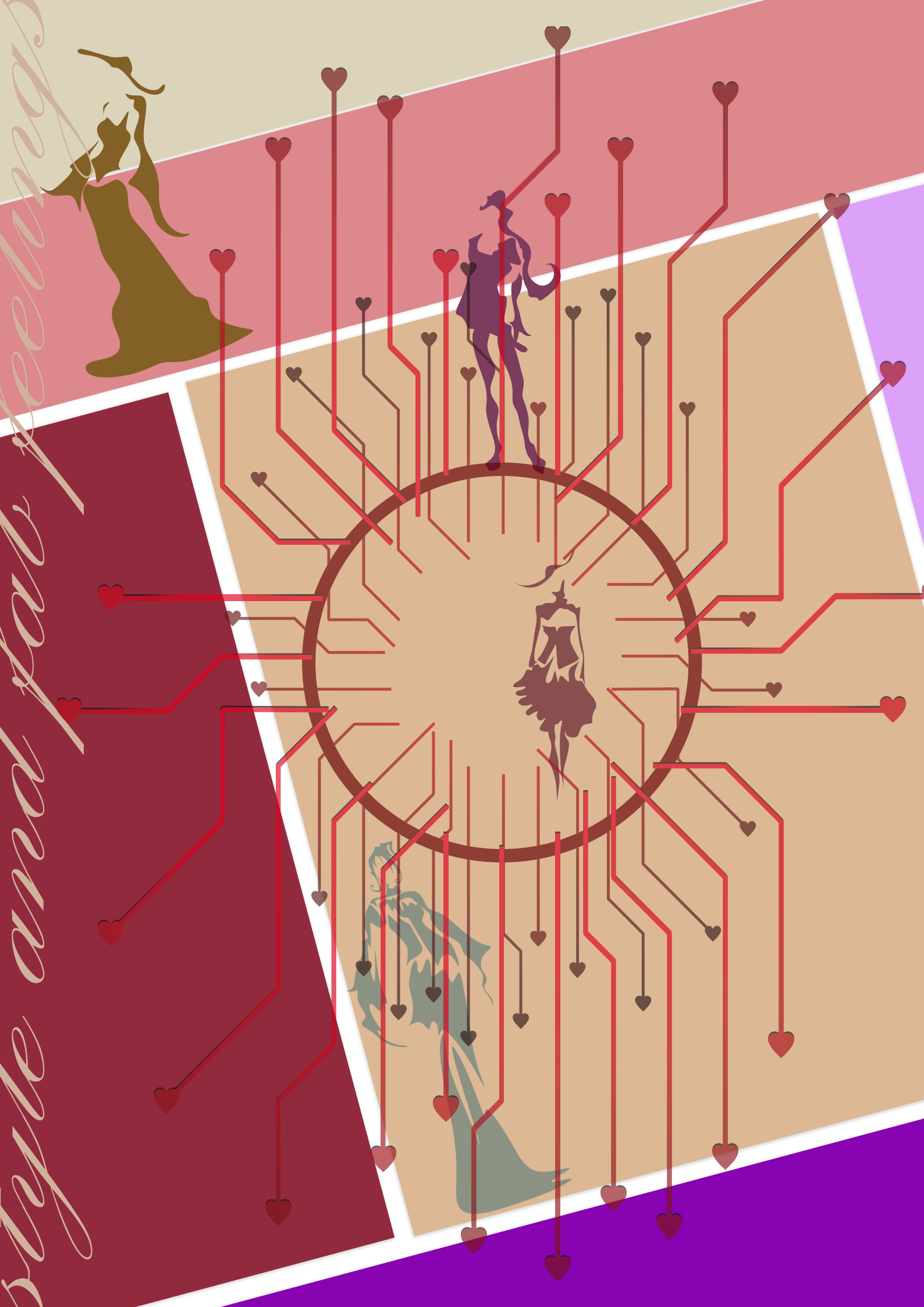
"Esnafa Özel" kampanyalar şunlar:
Esnafa Bayram Kampanyası, Ücretsiz İşyeri Sigortası Kampanyası (Güneş Sigorta ile yapılan iş ortaklığıyla, esnaf ve KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu kapsamlı işyeri sigortası sunulacak), BuluTT Ölçüm (Esnafın karşı karşıya olduğu risklere karşı ısı ve nem ölçen, gerektiğinde uyarı veren BuluTT Ölçüm ürünü de kampanya kapsamında sulunuyor), Esnafa Özel Hediye Online SMS Kampanyası ve Avantajlı Web Kampanyası.

Google 15 yaşında

27 Eylül 1998'de kurulan arama motoru, yıllar içinde İnternet'in de gelişimiyle birlikte sayısız işlev sunmaya başladı.

Stanford Üniversitesi öğrencileri Sergey Brin ve Larry Page tarafından California, Menlo Park'taki bir garajda 27 Eylül 1998'de kurulan Google, bugün dünyanın en büyük teknoloji şirketlerinden biri haline geldi. Google'ın merkezi, kurulduğu garajdan bugün 15 km uzaklıkta, Mountain View'de yer alıyor. Wojcicki, şirketin kurulduğu evi 2006 yılında Googl''a sattı ve ev, Google'ın bir parçası haline geldi.

Bugün ABD'deki İnternet trafiğinin 2/3'sine sahip olan, Avrupa'nın da önde gelen aramam motoru kabul edilen Google'ın yolculuğu 60'tan fazla firmayı toplamda 23 milyar dolara satın alma ve İnternet reklam pazarının da yarısına sahip olmayla devam ediyor.
Şirketin ana ürünü olan arama motoru hizmeti, kullanıcılara daha doğru sonuçlar vermek amacıyla yıllar içerisinde Caffeine, Panda, Penguin adlarını da alarak yeni algoritmalarla yenilendi. Google, son yıllarda sadece on-line hizmetler vermenin ötesine geçen bir şirket oldu. En önemli başarıyı ise Android mobil işletim sistemiyle elde etti. Android, bugün dünya genelinde 1 milyara yakın mobil cihazda ve akıllı telefonların yüzde 80'inde kullanılıyor.
Ayrıca, Nexus tabletleri ve bünyesine kattığı Motorola ile çıkardığı Moto X telefonuyla mobil sektörde de yer alan Google'ın en son ve büyük projesi, giyilebilir teknolojileri temsil eden Google Glass.
Google, kurulduğu 1998 yılından sonra her yıl doğum gününü ana sayfasında farklı doodle'lar ile kutladı.


Style and flair