



Dijital Biz

EYLÜL 2022 SAYI: 29 / FİYAT: 20 TL

ISSN : 2757-7309

dijitalbiz.com

Bilişim, Ekonomi, İş Dünyası Dergisi

Startup'ları Dünyaya Açıyoruz



Yapay Zekalı Avatarınız ve Hologramınız Sizin Adınıza Çalışacak

Metaverse Evreninde Kişisel Verilerin Korunmasının Önemi

Z kuşağı kişisel avatari ile iletişim kuruyor

Daha Akıllı Bir Yaşam ve Sürdürülebilir Bir Gelecek

Türkiye Güvenlik Çözümleri Pazarı İvmeli Büyümesini Sürdürüyor

“44. Küresel Mahremiyet Konferansı Türkiye’de Yapılacak”

GökhanSAY
CyBridge Capital
Kurucu ve CEO

Prof. Dr. Faruk BİLİR
Kişisel Verileri Koruma Kurumu
Başkan

BENGÜ TÜRK

Milletin Televizyonu

/benguturktv
f/benguturktv
/benguturktv
/tvbenguturk
/tvbenguturk

D-SMART
152.KANAL
tīvibu
48.KANAL
KabloTV
49.KANAL
TURKCELL TV+
123.KANAL
VODAFONE TV
52.KANAL

TURKSAT 42 E
12685
Yatay (H)
27500

benguturk.com

Dijital Biz

DİJİTAL BİZ DERGİSİ
EYLÜL 2022 SAYI: 29 / FİYAT: 20 TL
ISSN : 2757-7309

VATANSEVER BİLİŞİM A.Ş. ADINA
İMTİYAZ SAHİBİ
Şenol Vatansever
senol.vatansever@dijitalbiz.com

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
(SORUMLU)
Şenol Vatansever
senol.vatansever@dijitalbiz.com

EDİTÖR
Sema Vatansever
sema.vatansever@dijitalbiz.com

GÖRSEL YÖNETMEN
Gökhan Ünü
gokhan.unlu@dijitalbiz.com

SOSYAL MEDYA
Arzu Tufan
arzu.tufan@dijitalbiz.com

BARINDIRMA
Vatansever Bilişim & Bulutistan

REKLAM VE PROJE
reklam@dijitalbiz.com

ABONELİK
www.dijitalbiz.com/abone
abone@dijitalbiz.com

BÜLTEN GÖNDERİMİ
bulten@dijitalbiz.com

YAYIN TÜRÜ
Aylık, Süreli Yayın

Dergide yayınlanan yazılardan kaynak gösterilmesi koşuluyla alıntı yapılabilir. Dergide yayınlanan makale ve röportajlarda yer alan fikirler yazarlarına ve röportaj veren kişilere aittir, dergimiz için bağlayıcı değildir.

dijitalbiz.com

Eylül 2022 Dijital Biz

Editörden



Metaverse'ün Potansiyel Ekonomik Değeri 5 Trilyon Dolar Olacak

Metaverse alanında 2021 yılında 57 milyar dolar, 2022'nin ilk 5 ayında 120 milyar dolar yatırım yapıldı. Bu yatırımlar büyük teknoloji şirketleri, risk sermayesi (venture capital - VC) ve özel sermaye (private equity - PE) tarafından yapıldı.

Metaverse alanında kritik hamleler:

- Meta, Microsoft, Nvidia, Apple, Alphabet dahil olmak üzere büyük teknoloji şirketleri Metaverse'ü şekillendirmeye yönelik aksiyonlar alıyor.

- Facebook adını Meta olarak değiştirdi.
- Microsoft, video oyun şirketi Activision Blizzard'ı satın aldı.
- Nvidia, Omniverse gerçek zamanlı 3D grafik platformu ile iddiasını ortaya koydu.
- Sony, PlayStation VR2 sanal gerçeklik gözlüğünü bu yıl sonunda piyasaya sürecek.
- Apple'ın 2023 yılında Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality - AR) alanına girmesi olasılığı konuşuluyor.

Metaverse alanında önemli yatırımlar:

- Adreessen Horowitz; oyun stüdyolarına, Metaverse'e, oyunlara yatırım yapmak için 600 milyon dolarlık Games Fund One risk sermayesini başlattı.
- NFT pazar yeri OpenSea, Paradigm ve Coatue liderliğindeki C serisi finansman turunda 13,3 milyar dolar değerleme üzerinden 300 milyon dolar yatırım aldı.
- Bored Ape Yacht Club yaratıcısı Yuga Labs, sanal bir dünya yaratmak için 4 milyar dolar değerleme üzerinden 450 milyon dolar yatırım aldı.
- Pokémon Go oyununun geliştiricisi Niantic, Coatue'den 300 milyon dolar yatırım aldı.
- Metaverse teknoloji şirketi Improbable, Andreessen Horowitz ve SoftBank liderliğinde 150 milyon dolar yatırım aldı.
- The Sandbox, SoftBank'tan 93 milyon dolar yatırım aldı.

Metaverse alanında önemli gelişmeler:

- Roblox günlük 55 milyondan fazla aktif kullanıcıya ulaştı. Roblox reklamveren ve iş ortağı olarak Nike ve Gucci ile anlaştı.
- Fortnite günlük 20 milyondan fazla aktif kullanıcıya sahiptir. Fortnite'taki Travis Scott konserine 27 milyonun üzerinde tekil kullanıcı katıldı.
- LEGO; Fortnite'ın yapımcısı Epic Games'e yatırım yaptı. Epic Games, son koleksiyonunu Metaverse'e taşıyan lüks marka Balenciaga ile iş birliği yaptı.
- Asya'nın en büyük Metaverse platformu Zepeto, 300 milyondan fazla küresel aboneye sahiptir. Zepeto, Samsung ile iş ortaklığı anlaşması yaptı.
- The Sandbox'ta Snoop Dogg'un sanal konutu "Snoopverse"nin yanındaki arsaya anonim bir kullanıcı 450.000 dolar ödeyerek satın aldı. The Sandbox'taki kurumsal yatırımcılar arasında Adidas, Samsung, HSBC yer aldı.

Tüketiciler Metaverse'te sosyal, eğlence, oyun, seyahat, alışveriş gibi aktivitelerden heyecan duyuyor. Şirketlerin Metaverse'te uyguladığı kullanım örnekleri arasında pazarlama kampanyası ve girişimleri, çalışanlar için öğrenme ve gelişim, toplantılar, etkinlikler ve konferanslar, ürün tasarımı ve dijital eşleştirme yer alıyor.

McKinsey raporunda, 2030 yılında Metaverse'ün potansiyel ekonomik değerinin 5 trilyon dolar olması beklendiği belirtiliyor. E-ticarete 2-2,6 trilyon dolar, akademik sanal eğitime 180-270 milyar dolar, pazarlamaya 144-206 milyar dolar, oyuna 108-125 milyar dolar potansiyel etkisi olacağı tahmin ediliyor. Aynı raporda yer alan anket sonucunda, günlük aktivitelerini Metaverse'te geçirme heyecanı olan tüketicilerin oranı %59, Metaverse'ü benimseyen şirketlerin oranı ise %57.



Startup'ları Dünyaya Açıyoruz

- 14 Yapay Zekalı Avatarınız ve Hologramınız Sizin Adınıza Çalışacak
- 28 Metaverse Evreninde Kişisel Verilerin Korunmasının Önemi
- 30 Sanal dünyanın varoluşsal gerçeklikleri: Metaverse
- 32 Metaverse, GameFi'nin düşüşünü tersine çevirmenin anahtarı olabilir
- 34 Z kuşağı kişisel avatari ile iletişim kuruyor
- 36 Dijitalleşen moda sektöründe gençler için fırsat var
- 38 Blockchain dünyasının ilk holdingi Bitci'den
- 40 6 ayda 6,4 milyar TL kombine yatırım
- 42 Daha Akıllı Bir Yaşam ve Sürdürülebilir Bir Gelecek
- 48 Sürdürülebilir değişim için inovasyon çağrısı
- 52 Dünya genelinde IoT standartlarının oluşmasına destek

- 54 Türkiye Güvenlik Çözümleri Pazarı İvmeli Büyümesini Sürdürüyor
- 56 Veri ve yapay zeka temelli teknolojiler sağlık ve bakım hizmetlerini yeniden inşa edecek
- 60 En yüksek verim için donanım en uygun yazılımı bulmak gerekiyor



44. Küresel Mahremiyet Konferansı Türkiye'de Yapılacak

BENGÜ TÜRK



TEKNOLOJİ VE GELECEK

ŞENOL VATANSEVER
DİJİTAL BİZ DERGİSİ
GENEL YAYIN YÖNETMENİ

(CANLI YAYIN)
HER PAZAR
SAAT 20:00

www.TeknolojiVeGelecek.com

Yunus Emre Yılı Görsel ve İşitsel Medyada Doğru Türkçe Kullanımı "Teknoloji" kategorisinde RTÜK Seçici Kurulu tarafından 1. seçildi.

Startup'ları Dünyaya Açıyoruz



Gökhan SAY
CyBridge Capital
Kurucu ve CEO

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Mevcut Şirketler ve Görevler

- CyBridge Capital Kurucu ve CEO
- Govern ID ve MacKolik Yönetim Kurulu Üyesi
- Multiversera ve CyberCyte Danışma Kurulu Üyesi
- SOC Radar Stratejiden sorumlu Başkan Yardımcısı
- Plexal Cyber Security Hub Mentör

İş hayatıma 1990'da İş Bankası'nda başladım. 1995-1999 yılları arasında Dünya Bankası Sağlık Projesi'nde görev yaptıktan sonra Symantec Ülke Müdürü ve Güney Doğu Avrupa Direktörü olarak siber güvenlik dünyasına geçiş yaptım.

2015 yılında 2 ortağımla beraber Türkiye'nin en büyük Güvenlik entegratörüne dönüşen Innovera'yı ve hemen ardından Güvenlik orkestrasyonu yazılımı geliştiren AtarLabs'i kurduk.

AtarLabs, arka arkaya önemli başarılar kazanarak yatırımcıların dikkatini çekti ve Diffusion Capital Partners'dan 3 milyon dolar yatırım aldı. Bu kaynakla yurt dışı pazarlara açıldı ve 2020 yılında, dünyanın önemli yazılım üreticilerinden Micro Focus tarafından satın alındı.

Bence, bu exit, iki yönüyle çok gurur vericiydi. Micro Focus, AtarLabs'in yazılım geliştirmesini bizim önemli çabalarımızla Türkiye'de devam ettirmeye karar verdi, son derece başarılı yazılımcı kardeşlerimizi yurt dışına kaybetmeden onlara bu tecrübeyi kazandıracak olmak beni çok mutlu etmişti.

Diğeri ise, AtarLabs'in, Türkiye'den yurt dışına satışı gerçekleştirilen ilk Siber Güvenlik şirketi olması oldu, fakat ne yazık ki aradan 2 yıl geçmiş olsa da henüz ülkemizde yeni bir yurt dışı siber güvenlik exit'inin yapılamamış olması işin üzücü tarafı.

AtarLabs'den yaklaşık 6 ay sonra da diğer şirketimiz Innovera da Cyberwise tarafından satın alındı.

Her iki şirketimin de başarılı şekilde exit'lerini tamamladıktan sonra CyBridge Capital'ı kurarak startup'lara yatırım yapmaya ve aynı zamanda startup'ların Danışma Kurullarında da görev yaparak yurt dışı pazarlara açılmalarına yardımcı olmaya ve bununla birlikte İngiltere'nin en büyük Siber Güvenlik Hub'ı Plexal'da mentör olarak startup'lara yardımcı olmaya başladım. Ayrıca Türkiye'de "Entrepreneur in Residence" göreviyle Diffusion Capital Partners'a ve İngiltere'de Gresham House'a yatırım kararlarında yardımcı oluyorum ve birlikte yatırım yapma fırsatları üzerine çalışıyoruz. Oldukça yoğun ve yorucu bir tempoda çalışıyorum ama yaptığım işin ülkemize büyük başarılar kazandırabileceğine inandığım için de büyük bir heyecanla koşmaya devam ediyorum.

Şirketiniz, sektörünüz ve faaliyet alanlarınız ile ilgili bilgi verebilir misiniz?

CyBridge Capital'ı kurma amacımı, startup'ların özellikle yurt dışı pazarlarda büyümesini sağlayarak ülkemizden yeni unicorn'lar çıkarmak olarak özetleyebiliriz. CyBridge klasik bir yatırım şirketi değil, sadece yatırım yapmıyoruz, aynı zamanda startup'ların yurt dışı pazarlarda başarılı olabilmesi için Pazar Stratejilerinin hazırlanmasına ve uygulanmasına, bununla birlikte Girişim Sermayelerinden, bizden sonraki round'larda yatırım almalarına yardımcı oluyoruz.

Son iki yılda dört şirkete yatırım yaptım, bununla birlikte değerlendirdiğim birçok startup var ve yaptığım yatırımların sayısının giderek artacağını görmek zor değil. Bununla birlikte her yatırım sonrasında verdiğim yoğun desteğin daha stratejik bir metodolojiyle yapılması ve sadece bana bağımlı olmayıp ekibimle beraber yardımcı olabilmek için uzun yıllarda geliştirdiğim ve V-SPEM adını verdiğim metodolojimi yaklaşık 200 sayfalık bir playbook'a dönüştürdüm. Bunu bir olgunluk analizi yapmak ve yol haritasını buna göre çizmek noktasında da çok önemsiyorum.

Çünkü Türkiye Teknoloji Startup'larının potansiyellerine ve dünya çapında büyük başarıları

daha sık kazanabileceklerine çok inanıyorum, bunu her ne kadar yeterli olmaktan uzak olsa da özellikle yurt dışından yapılan yatırımların artışı da kanıtıyor.

Başarıyı şansa bırakmamak bence öncelikle doğru analizler yapmak ve buna göre bir strateji oluşturmakla başlıyor. Bu noktada son iki yılda yüzün üzerinde startup'ın derinlemesine analizini gerçekleştirdik ve gerçekten dünyada ses getirebilecek son derece başarılı pek çok fikri de dinledik. Bu analizlerin bence en kritik tarafı startup'ların güçlü ve zayıf yönlerini anlamak idi.

Bu noktada "Startup'ların %95'i batıyor" dediğimde ne yazık ki kimse şaşırıyor ama startup'ların %100'ü o batmayan %5'de olduğuna inanmak istiyor, muhakkak kimse şirketi batırmak için kurmaz ama %95'te olmamak için ne yapmanız gerektiğini bilmek ve buna göre aksiyon almak neredeyse dev bir şirketi yönetmek kadar zor ve bilimsel bir konu.

Bu şekilde davranmayınca başarınız şansa kalıyor. Benim görevim bir diğer anlamda başarıyı şansa bırakmamak.

Bununla birlikte Start up'ların zorlu günlerinden biri de yatırımcıların karşısında olduğu gün malum. Şirketlerini en iyi şekilde anlatmaları çok önemli. Bu noktada hikâye anlatımına özellikle dikkat çekmek istiyorum, çünkü genelde gördüğüm startup'lar hikâyelerini karşılarındaki Girişim Sermayesinin başarı kriterlerini anlamadan kendi bakışlarıyla anlatıyor ve çok başarılı ürünler tek tip hikayeye vasatlaşıyor, buna dikkat edilmesi bence çok önemli.

Ben yatırım toplantılarında startup'ları 4T+1P kuralı dediğim kriterlerime göre değerlendiriyorum. Birlikte iş birliği yaptığım pek çok Girişim Sermayesinin de benzer değerlendirmeleri olduğunu görüyorum. Bu nedenle biraz daha detaylı bilgi vermenin faydalı olabileceğini düşünüyorum.

4T'nin ilki Takım. Bundan önemli hiçbir şey yok, çünkü muhteşem ekipler işler kötü de

gitse bir çıkış yolu bulurlar. Oldukça iyi ekipler görüyorum, ama sıkıntılı durumlar da yok değil. Kurucuların liderlik konusunda kendilerini sürekli geliştirmesi çok önemli. Özellikle de şirket büyürken eski alışkanlıklarından vazgeçip her şeyi kendinde toplamadan işleri devretme ve ekibin önünü açmak konusunda çok çaba sarfetmeleri son derece kritik.

İkincisi "Timing" yani pazarın durumu. Köşe başları tutulmuş bir pazarda başarılı olmak neredeyse imkânsız günümüzde, ama çoğu zaman pazara erken girmek de geç kalmak kadar tehlikeli, çünkü pazarı eğitirken sürenin uzaması ve nakit akışı sıkıntılarının başlaması son derece olası ve bu durumun tadını hep doğru zamanda gelenler çıkartıyor ne yazık ki, zamanlamanın doğru olması çok önemli.

Üçüncüsü Teknoloji, bu noktadaki en kritik konu, diğer rakiplerinizden nasıl farklı olduğunuzu kanıtlamanız. Özellikle de yurt dışındaki rakipleriniz pek çok ülkeye penetrasyonunu gerçekleştirmiş ve on hatta yüz milyonlarca dolarlık yatırım almışken sizin de benzer bir ürün hikayesi anlatmanız çok da çekici bir durum değil. Muhakkak onların göremediğini görmeniz gerekiyor bence.

Dördüncüsü ise "Traction", yani pazarın ürününüze tepkisi ve büyümeniz. Bu "seed"den çok Seri A ve sonrasındaki yatırımlarda daha da kritik oluyor muhakkak ama malum büyümenin hep yukarı olması ve pazarın size ilgisinin hep artması çok önemli.

Ve son kriter Plan, yani aldığınız yatırımı muhteşem şekilde kullanıp nasıl büyük bir başarıya dönüştüreceğinizin stratejisi ve adımları. Bu olası başarının ihtimalinin son derece yüksek olduğunu ve başarı adımları konusundaki planınızın hem tutarlı hem de heyecan verici olduğunu kanıtlamadan yatırım almak pek de mümkün değil. Çok açık ki yatırımcılar startup'lardan muhteşem bir exit yapmalarını bekliyor ama gördüğüm çok az startup ne zaman ve ne büyüklükte bir hedefle exit gerçekleştireceği üzerine net vizyonlar oluşturmuyor, o zaman haliyle bunu başarmak için neler yapması gerektiğini de anlatamıyor.



Bu vizyona sahip olanlar ise Stratejik Plan hazırlama konusunda ev ödevlerini çok iyi yapmadan çıkabiliyor karşınıza, bu da başarısız olacakları şeklinde bir değerlendirmeye neden olabiliyor.

Bunlarla birlikte yaptığım analizlerde gördüğüm start up'ların birçoğunun iki kritik konuda zayıf olduğu.

Birincisi yurt dışına açılma. Çünkü farklı pazarlardaki çok farklı müşterilere ulaşmak için tecrübe sahibi değiller. Segmentasyondan, ideal Müşteri profillerine, pozisyonlamadan, müşterilerine verdiği mesaja ve anlattığını hikayeye kadar hemen her şeyin farklı kurgulanması gerekiyor çoğu zaman. Bunu başarmakta ciddi anlamda zorlanıyorlar.

İkincisi, herkes muhteşem bir exit yapmak istiyor ama bu konuda ilk günden çalışmaları ve son derece net bir stratejileri olması gerektiğini bilmiyorlar. Ben, "Ürününe kim ihtiyaç duyar, hangi problemi çözer?" diye sorduğumda herkes uzun uzun anlatıyor, ama "Şirketini bir ürün olarak kabul edersek kim sana ihtiyaç duyar, neden satın alır, bu

müşteri potansiyelleri için nasıl bir çalışma yapıyorsun?" sorularını neredeyse kimse cevaplayamıyor. Çünkü ürünümüzü çok sayıda satarsak birileri bizi keşfeder diye düşünüyorlar, ancak bu, iyi bir ürün geliştirdikten sonra hiç satış, pazarlama aktivitesi yapmadan onlar bizi bulsun demekle neredeyse aynı. Çünkü bugün hemen her segmentte, yüzlerce hatta belki binlerce şirket rekabet ediyor, başarılı bir exit için aralarından sıyrılmak gerekiyor. Bu gerçekten son derece stratejik ve üstüne yatırım yapılması gereken bir çalışma.

Bunları benim için bugün anlatmak belki çok daha kolay, çünkü bir startup'ta yapılabilecek neredeyse olası tüm hataları yaptım ve bunlardan çok şey öğrendiğimi düşünüyorum. Ama hepsinden önemlisi exit'lerden öğrendikleriniz. İşte o noktada pek de hataya yer yok, stratejinizin tüm adım taşları hazır olmalı ve satır satır uygulamalısınız, tabii buna rağmen ortaya çıkacak milyon tane krizi de yönetmelisiniz.

Ben her türlü hatadan sonra öğrendiklerimle iki exit yapmayı başarmış bir yatırımcı olduğum için startup'lardaki kardeşlerimin neler yaşadığını, neler hissettiğini, nerelerde



tıkandıklarını anlayabildiğime inanıyorum ve bu yüzden tam tabiriyle basılabilecek her mayına basmış bir ağabeyleri olarak genç kardeşlerime yardımcı olmayı, benzer mayınlara basmalarını engellemeyi ve başarıları için çalışmayı çok önemsiyorum.

Dijital Dönüşüm konusunda görüşleriniz nelerdir? Sizce Türkiye dijital dönüşümde hangi aşamada? Şirketiniz hangi aşamada, planlarınız nelerdir?

Dünyanın her yerinde olduğu gibi Covid19'la beraber ülkemizde de ciddi bir dönüşüm başladı ama hala dijital dünyayı doğru kullanma noktasında yolun başında olduğumuzu düşünüyorum. Veri Analitiği ve Yapay Zekâ alanında daha yapılması gerekenler çok bence.

Bununla birlikte Metaverse çok daha da büyük bir dönüşümü başlatmış durumda. Uzmanlar bu büyük değişimi Dijital değil Kognitif Dönüşüm olarak adlandırmaya başladılar. Yani Yapay Zekâ pek çok diğer teknolojinin olduğu gibi, Metaverse'ün de tam anlamıyla omurgasını oluşturacak.

Yapılan araştırmalar şirketlerin müşterilerinin yaşadıkları müşteri deneyiminden yeterince memnun olmadığını ortaya koyuyor, bu CEO'lar için büyük bir stres noktası. Metaverse ile bu konuda önemli gelişmeler sağlanacağını görmek çok da zor değil bence. Bu globalleşme adına bir yandan büyük bir fırsat, ama yatırımlar zamanında yapılmazsa, yurt dışındaki rakiplerin pazarı ele geçirmesi şeklinde büyük bir tehdide de dönüşebilir. Ülkemizin bu fırsatı çok iyi kullanması gerektiğine inanıyorum.

Dünyada ve Türkiye'de bilişim sektörünün geleceği hakkında öngörüleriniz nelerdir?

1960'lardan sonra dünya büyük bir teknoloji geliştirme yarışına girdi malum, özellikle internetle bilginin paylaşımaya başlanması inanılmaz bir katalizör oldu tabii ki. Öyle gelişmeler yaşıyoruz ki, "Yeni bir çağ başlıyor" her 10 yılda bir kullandığımız bir klasiğe dönüştü. Verinin, Yapay Zekâyla beraber gelen analitik yetenekleri sayesinde petrolden bile kıymetli hale gelmesi bence bu gelişimin en kritik dönüm noktası oldu.

Önümüzdeki dönemde Yapay Zekâ alanında Generative AI, Edge AI, Emotional AI gibi pek çok gelişme arka arkaya yaşanacak, bu gelişmeler özellikle IoT'lerin gücüyle birleşince hemen her sektördeki otomasyon 10 yıl önce tahmin bile edilmesi mümkün olamayacak noktalara ulaşacak.

Tüm uzmanların birleştiği konu, bu gelişmelere zarar verebilecek ve dikkat edilmesi gereken en büyük iki risk, Verilerimizin Güvenliği ve Mahremiyeti.

Siber Suçların dünyaya maliyeti 6 trilyon dolara ulaştı ve önümüzdeki 5 yılda 10 trilyon doları geçmesi bekleniyor. Siber Suç örgütleri ne yazık ki iyilerden daha inovatif olduklarını bir kere daha kanıtladılar ve Yapay Zekâ kullanarak saldırılarını gerçekleştirmek ve yasal Yapay Zekâyı hack edip zehirlemek konusunda çok büyük yol kat ettiler. Bugün bile Yapay Zekâ, Yapay Zekâyı karşı savaşır durumda. Bu savaşı kazanmak dijital dünyanın geleceği adına çok önemli. Bu nedenle Etik Yapay Zekâyı yapılacak yatırımları çok önemsiyorum.

Bununla birlikte Kurumların, kişisel verileri sahiplerinin haklarını gözetmeksizin işlemesi ve bunun inanılmaz bir hızla yaygınlaşması, tüm dünya genelinde devletlerin, son derece katı kanunlar ve yaptırımlarla harekete geçmesine neden oldu malum. Gartner, KVKK, GDPR, CCPA, PIPEDA ve benzeri birçok Kişisel Verilerin Korunmasına yönelik kanunun yürürlüğe girmesinin ardından 2023'e kadar dünya nüfusunun %75'inin benzeri kanunlar kapsamında korunacağını ve yaptırımların giderek daha da katılaşacağını öngörüyor. Söz konusu ihlaller bir yandan kurumların milyarlarca dolarlık cezalar ödemesine neden olurken, diğer yandan da bireylerin kişisel verilerinin gizliliği konusuna giderek daha çok önem vermesine neden olmuş durumda. 2026 itibarıyla, kişisel verilerinin yanlış amaçlı kullanılması nedeniyle bireylerin açtığı toplu davalar sonucu hükmedilecek cezaların, Kişisel Verileri Koruma Kanunları aracılığıyla verilecek cezalara göre 3 kat daha fazla olacağı ön görülüyor. Bununla birlikte kişisel

verileri saygılı kullanmanın ciddi bir rekabet avantajı yarattığı da göz ardı edilemez bir gerçek. Dünyanın önde gelen birçok araştırma şirketi, bu tarz saygılı şirketlerin %20'ye varan gelir artışları kaydettiğini ifade ediyor.

Çok açık ki günümüzde Kurumların veri analizi yapmadan ve müşteri bilgilerini kullanmadan başarılı olma ihtimali yok, ancak milyonlarca kişiden toplanan ve birçok farklı proje için kurum içinde ve dışında, veri merkezinde veya birçok bulut teknolojisiyle büyük bir hızla yayılan petabyte'larca verinin bir yandan güvenliğini, diğer yandan kanunlara uyumlu bir şekilde işlenmesini sağlamak yönetilmesi inanılmaz derecede zor ve maliyetli bir süreç.

Kurumlar, Kanun ve Regülatif Uyum konusunda dünya genelinde 75 milyar dolar ve Siber Güvenlik alanında ise 150 milyar dolar üzerinde harcama gerçekleştirdiği halde ne saldırıları ne de maruz kalınan cezaları ve hatta müşteri memnuniyetsizliği sonucu oluşan gelir ve ciddi itibar kayıplarını engelleyemiyor.

Gartner'ın 2022'de yayınladığı 12 Teknoloji Trendi içinde Siber Güvenlik ve Mahremiyet Yönetimi ve Uyumluluk dışında diğer tüm teknolojiler ekonomik büyümeye doğrudan katkı sağlama alanında, ancak bu iki konu bir yol kazası yaşanmadan büyümenin devam edebilmesi için inanılmaz derecede kritik. Bu nedenle her ikisi de yatırımlarımda ön plana çıkan alanlar.

Geleceğe yön verecek bir diğer konu ise Metaverse. Önümüzdeki 10 yılda bu alanda büyük gelişmeler göreceğiz ve her geçen yıl hayatımıza daha fazla gireceğini düşünüyorum. Yakın gelecekte şirketler için Metaverse'deki mağazaları veya diğer mevcudiyetleri, bir web sitesi kadar olmazsa olmazları olacak.

Ancak hala, bazılarına göre gerçekleşmesi imkânsız bir saçmalık, bazılarına göre gelişmesi daha çok uzun yıllar sürecektir bir konsept, ama bana göre ise bildiğimiz hayatın yerini alacak Yaşam 2.0.

Bugün bile yüz milyonlarca insanı oyunlarda, hatta sanal konserlerde buluşturmuş,



2 milyar doların üzerinde sanal arsanın satıldığı, sadece Meta, Google, Microsoft gibi teknoloji devlerinin değil Nike, Louis Vuitton, Balenciaga gibi giyim ve moda devlerinin bile on milyarlarca dolar yatırım yaptığı bir platform, Metaverse. Dünyanın en önemli Pazar Araştırma kuruluşları bugün 40 milyar dolar olan pazar büyüklüğünün 2024'de 800 milyar dolara ve 2030'da büyük bir patlamayla 13 trilyon dolara ulaşacağını öngörüyorlar.

Kısacası son 10 yıldır yaşadığımız inanılmaz dijital dönüşümün, önümüzdeki dönemde Metaverse'ün liderliğinde, Blockchain, NFT, VR, 3D modelleme gibi destekleyici teknolojilerle önünde durulamayacak bir dalgaya dönüşeceğini ve geride kalan şirketlerin oyun dışında kalıp varlıklarını sürdürmeyeceklerini ön görmek çok da zor değil.

Bu nedenle yine yatırımlarım noktasında hem blockchain hem de Metaverse'e yönelik tüm teknolojiler benim için çok önemli.

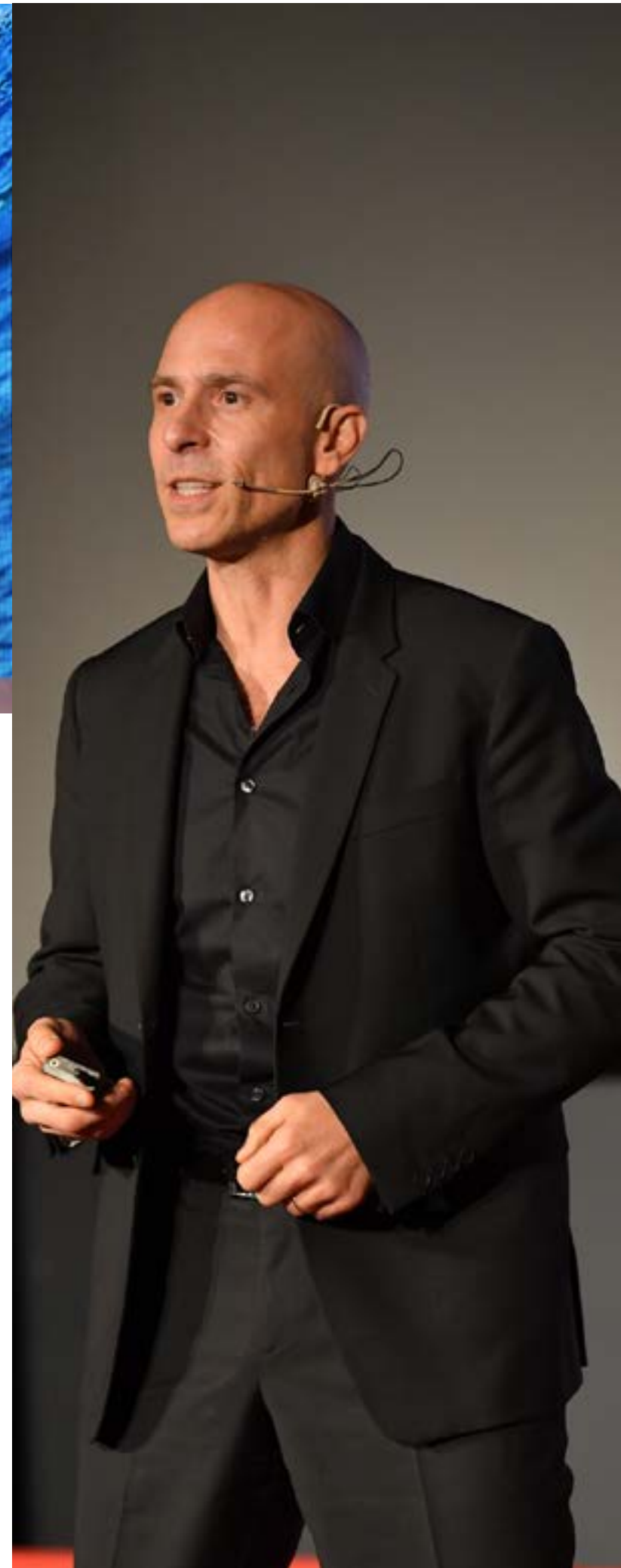
Dünyada ve Türkiye'de ve yatırım sektörünün geleceği hakkında öngörüleriniz nelerdir?

Geçtiğimiz sene Dünya genelinde startup'lara 611

milyar dolar Girişim Sermayesi yatırımı gerçekleşti. Bunun %51'i Amerika'da, %25'i Asya ve %19'u Avrupa'da gerçekleşti. Türkiye bu pastadan sadece %0,25 pay alabildi, hem de 2020'ye göre 10 kat büyüme gerçekleştiği halde. Gayri Safi Milli Hasılamızın dünya payı kur artışlarıyla ciddi anlamda düşmesine rağmen %0,75. Yani yatırımların payı orantısal olarak en az 3 kat daha fazla yani 4,5 milyar dolar civarında olmalıydı bence.

Bununla birlikte, yatırımlar 2020'de 143 milyon dolardan, 2021'de 1,56 milyar dolara zirve yaptı şeklinde başarı hikayeleri anlatılıyor, ancak ne yazık ki çok da gerçekçi değil. Çünkü geçtiğimiz sene toplam 323 şirket yatırım aldı ve bunun 1,1 milyar doları Getir, 200 milyon doları Dream'e yapıldı, sonraki 10 şirket 100 milyon dolar ve sona kalan 311 şirket de yine 100 milyon dolar yatırım aldı. Getir ve Dream inanılmaz büyük başarılar ve bunların sayısını artırmak çok önemli, ancak 311 şirketin şirket başı 300.000 \$ ortalamayla yatırım alması ne yazık ki yurt dışına açılmaları noktasında son derece yetersiz.

2022'nin ilk 6 ayında 1,4 milyar dolar yatırımla geçtiğimiz seneyi neredeyse yakalamış durumdayız.



Bence paranın bu kadar kıymetli hale geldiği bir dönemde bu bir başarı olarak kabul edilebilir ve medyan ise 348.000 dolardan 400.000 dolara çıkmış durumda ama bence en az 2,5 milyon dolar medyayı yakalamak zorundayız ki startup'larımız dünya pazarında daha güçlü bir şekilde yarışabilsin.

Bu kadarı değiştirmek için ülkemize çok daha fazla yabancı yatırımcı çekmemiz şart.

Yapay Zekalı Avatarınız ve Hologramınız Sizin Adınıza Çalışacak!

Global Bilişim Derneği (BİDER) Başkanı Şenol Vatansever:

- “Metaverse’ü beş duyunuzla yaşamınızı sağlamayı hedefliyoruz”

Yeni tip koronavirüsle başlayan küresel salgın sürecinde insanlar teknolojinin desteklediği ölçüde evlerinden çalıştı ve eğitimlerine evlerinden devam etti. Ekonomi ve sosyal hayat ise belirli düzeyde devam edebildi. Yaşanan bu süreç Metaverse’ün gündeme getirilmesi için de zemin hazırladı.

“Çok daha bulaşıcı, çok daha öldürücü bir hastalıkla tekrar yüz yüze kalmamız durumunda hayat nasıl devam edecek?” sorusunun sıklıkla sorulduğu bugünlerde tamamen evlere kapanmak durumunda kalınacak, ekonominin, iş dünyasının, eğitimin, sağlık hizmetlerinin, sosyal hayatımızın devam etmesi gereken zamanlarda “metaverse”e çok daha fazla ihtiyaç duyulacağı fikri ön plana çıkıyor.

Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Global Bilişim Derneği (BİDER) Başkanı Şenol Vatansever, “metaverse”ün daha fazla tartışılması

gerektiğini belirterek, bunun sosyal hayatı ve kişilerin yaşam tarzını nasıl etkileyebileceğini, ekonomisinin nasıl olacağını ve hangi girişimlerin ortaya çıkabileceğini, ülkeler açısından ne anlama geleceğini, ulusal güvenlik ve siber güvenlik risklerinin neler olabileceğini, kişisel verilerin ve mahremiyetin korunması gibi konuların üzerinde çalışmanın şart olduğunu söyledi.

Şirketler ve kurumların hem satış-pazarlama hem de varlık gösterme amacıyla “metaverse”te yer almak istediklerini anlatan Vatansever, şöyle devam etti:

“Hangi metaverse’te ya da metaverse’lerde yer alacaklarına karar vermeleri gerekiyor. Öncelikle hedef kitlelerinin nerede olduğunu belirlemeleri önemli, sonra bu hedef kitlelerine gerekli çalışmaları yaparak ulaşabilmeleri... İşte burada bizim ‘Multiversera’ dediğimiz süreç önem kazanacak. Yani ‘Çoklu Evren Çağı’. Birden fazla evren olduğu için ve sayıları artacağı için ‘Multiversera’da bu evrenlerin seçim süreci önem kazanacak. Yine evrenler arasındaki entegrasyonlar ve geçiş imkanları kritik önemde olacak. İnternet ve sosyal medya yakın

gelecekte dönüşerek metaverse olacak ve günlük yaşamımızın bir parçası haline gelecek. Yani gözümüze takacağımız lensle artık interneti de sosyal medyayı da ‘metaverse’te yaşayacağız. Fiziksel dünyadaki yaşamın bir kısmının buna kaydırılmasıyla insanların trafikte zaman kaybetmemesi, karbon salınımının minimuma indirilmesi ile küresel ısınma probleminin çözümüne katkı sağlanması, stresin azaltılması sağlanacak. İnsanlar mutlu oldukları lokasyonlarda hayatlarına devam ederek iş, okul ve özel yaşamlarının gerekli kısımlarını ‘metaverse’te tamamlayabilecek.”

Vatansever, metaverse alemine girerek hologram olarak dünyanın herhangi bir yerine seyahat etmenin ve dokunma hissini yaşatan kıyafetlerle ortamı normal bir insan gibi yaşayabilmenin mümkün olacağına dikkati çekti.

“Burada yapılan alışverişler gerçek dünyadaki adreslerine gönderilecek. Ülkeler açısından turizm gelirlerinin artması gibi ek faydalar sağlayacak.” diyen Vatansever, kullanıcılarının kendi avatarlarını, yaşam alanlarını inşa edebilecekleri geliştirme ortamları olacağını dile getirdi.

- “Girişimlere kuracağımız fonla yatırım yapmayı planlıyoruz”

Vatansever, kullanıcıların tüm parçaları NFT olarak alıp satabilecek ve kendi cüzdanlarında saklayabileceklerini, NFT’lerin satışının ve ikinci piyasasının olacağı pazar yerleri olacağını vurgulayarak, şunları kaydetti:

“Global Bilişim Derneği (BİDER) ve Multiversera Teknoloji Yatırımları olarak üyelerimizle beraber tüm bu sorulara cevaplar vermeyi, ortaya çözüm önerileri koymayı planlıyoruz. Üniversite ve üye şirketlerimizin Ar-Ge’sini yapacağı VR lens ve VR bandını kullanarak avatarlarınızla Metaverse’e neredeyse gerçek dünyadan ayırt edilemeyecek şekilde girebileceksiniz. Metaverse’ü beş duyunuzla yaşamınızı sağlamayı hedefliyoruz. Görme, işitme, dokunma şu an için teknolojik olarak mümkün. Koklama kısmen mümkün. Tat alma için vücudunuza çip taktırmayı kabul etmeniz gerekebilir. Tabii en önemli tartışma konuları, beyin analizi ile yapay zekalı kopyanızın oluşturulup

avatarınıza ya da hologramınıza yüklenebilmesi, siz dinlenirken Metaverse’te ya da gerçek dünyada sizin adınıza çalışabilmesi, hatta birçok kopyasının çalışabilmesi, vefat durumunda ne olacağı vb. olmaya aday. Metaverse’te avatarınızın ve gerçek dünyada hologramınızın doğru ve yanlış davranışlarının diğer kişiler ve yapay zekâ tarafından puanlanabilmesi, birçok farklı kriterde puanlarının olmasının etkileri de tartışılabilir.

Multiversera Teknoloji Yatırımları tarafından geliştirilecek Metaverse’ün kendi ekonomisi ve token’ı olacak. Şu ana kadar bazı ipuçları vermeye çalıştık, detayları BİDER olarak paylaşmaya devam edeceğiz. Metaverse alanındaki ve blokzincir, kripto teknolojileri, NFT, yapay zekâ gibi tamamlayıcı alanlardaki girişimlerin potansiyeline inanıyoruz. Bu alanlardaki girişimlere kuracağımız fonla yatırım yapmayı planlıyoruz.”

- Metaverse pazar büyüklüğü 2024’de 800 milyar dolara çıkacak

Multiversera Danışma Kurulu Üyesi Gökhan Say ise Metaverse’ün bazılarına göre gerçekleşmesi imkansız bir saçmalık, bazılarına göre gelişmesi daha çok uzun yıllar sürecek bir konsept olduğunu söyledi.

Bu kavramın bazılarına göre ise bildiğimiz hayatın yerini alacak “Yaşam 2.0” olarak nitelendirildiğini ifade eden Say, “Ancak bugün bile yüz milyonlarca insanı oyunlarda, hatta sanal konserlerde buluşturmuş, 2 milyar doların üzerinde sanal arsanın satıldığı, sadece Meta, Google, Microsoft gibi teknoloji devlerinin değil Nike, Louis Vuitton, Balenciaga gibi giyim ve moda devlerinin bile on milyarlarca dolar yatırım yaptığı bir platform. Dünyanın en önemli pazar araştırma kuruluşları bugün 40 milyar dolar olan Metaverse pazar büyüklüğünün 2024’de 800 milyar dolara ve 2030’da büyük bir patlamayla 13 trilyon dolara ulaşacağını öngörüyorlar.” dedi.

Say, son 10 yıldır inanılmaz bir dijital dönüşümün yaşandığının altını çizerek, şunları kaydetti:

“Önümüzdeki dönemde bu dönüşümün, Metaverse’ün liderliğinde, Blockchain, NFT, VR, 3D modelleme gibi destekleyici teknolojilerle önünde durulamayacak bir dalgaya dönüşeceğini ve geride kalan şirketlerin oyun dışında kalıp varlıklarını sürdüremeyeceklerini ön görmek çok da zor değil. Fakat diğer yandan birçok şirket bu alandaki gelişmeleri takip etmek ve bu paralelde doğru yatırımlar yapmak konusunda ciddi sıkıntılar yaşıyor. Bu nedenle Multiversera Teknoloji Yatırımları’nın kurumların bu büyük fırsatı yakalarken en az riskle doğru adımlar atmasına yardımcı olmasının ve bu zorlu dönüşümü kolaylaştırmasının çok kritik bir fayda yaratacağına inanıyorum.”

44. Küresel Mahremiyet Konferansı Türkiye’de Yapılacak

Prof. Dr. Faruk BİLİR
Kişisel Verileri Koruma Kurumu
Başkan

6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu 7 Nisan 2016 tarihinden beri yürürlükte. Bu Kanun hayatımızda neleri değiştirdi?

Kanunla birlikte, ülkemizde kişisel veri işleme faaliyetlerinin disiplin ve düzen altına alınması amaçlanmıştır. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, kişisel verilerin gelişigüzel işlenmesi veya paylaşılması yerine; kişisel verilerin hukuka uygun işlenmesini, bilinçli paylaşılmasını veya gerektiğinde paylaşılmasını düzenleyen bir kanundur. Kanunla, bireylere verileri üzerinde denetim hakkı getirilmiştir. Kişiler, kanunla birlikte sahip oldukları haklar vasıtasıyla bu denetimi yapabilmektedirler.

Kişisel verilerin korunması, temel hak ve özgürlüklerin güvence altına alınmasında bireylere üst düzeyde koruma sağlayan araçlardan biridir. Bu açıdan kişisel verilerin korunmasını isteme hakkı, ülkemiz ve insanımız açısından büyük bir kazanımdır.

Kanunun amacı yalnızca kişisel verilerin korunması mıdır? Bunun dışında başka bir amaç söz konusu mudur? Bu konuya açıklık getirebilir misiniz?

Aslında Kanunun temel amacı, verinin korunması aracılığıyla verinin ait olduğu kişinin korunmasıdır. Dolayısıyla Kanuna göre kişisel verilerin korunması araç, kişinin temel hak ve özgürlüklerinin korunması ise amaçtır. Buradan hareketle Kanunun amacını iki başlıkta ele alabiliriz. Bunlar; temel hak ve özgürlüklerin korunması ve kişisel verilerin işlenmesinde usul ve esasların düzenlenmesidir.

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, insan haklarının korunmasına hizmet eden araçlardan biridir. Kanun, gelişigüzel veri işlemeye ve veri işlemede keyfiliğe son vererek kişisel verilerin belirli kurallar dahilinde; yani hukuka uygun şekilde işlenmesini öngörmektedir.

Kanunun uygulanması bakımından gelen noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kurumumuz, kamu ve özel sektör ayrımı

gözetmeksizin Kanunun doğru uygulanmasına ve kişisel verilerin korunmasına yönelik birtakım çalışmalar yürütmekte. Bu anlamda, veri koruma bilincinin her geçen gün arttığını gözlemliyoruz ve kişisel veri işlenen tüm sektörlerde Kanuna uyum noktasında gayret gösterilmesini memnuniyet verici bir gelişme olarak değerlendiriyorum.

Elbette kişisel verilerin korunması uzun soluklu bir yolculuk. Kurum olarak bu yolculuğu sürdürürken kişisel verilerin korunması anlayışını daha üst noktalara taşımayı amaçlıyor, bu bilinçle hareket ediyoruz.

Kanunda, kişisel verilerin analiz edilmesi suretiyle kişinin kendisi aleyhine bir sonucun ortaya çıkmasına itiraz etme hakkı bulunmaktadır. Bu hakkın kapsamı nedir?

Günümüzde kişisel veriler çoğunlukla otomatik sistemler vasıtasıyla işlenmektedir.

Elde edilen farklı nitelikteki veriler birleştirilerek kişiye ait veriler kategorize edilmekte, analizler yapılmakta ve bunun sonucunda kişiye ait bir profil oluşturulabilmektedir. Profillemeye işlemi neticesinde kişinin kendisi aleyhine bir sonucun ortaya çıkması durumunda sonuca itiraz edebilme hakkı tanınmıştır.

İtiraz hakkının kullanılabilmesi için kişisel verilerin yalnızca otomatik sistemler vasıtasıyla işlenmesi ve bu işleme sonucunda kişi aleyhine sonuç çıkmış olması şartlarının birlikte sağlanması gerekir. Yalnızca otomatik sistemlerle veri işleme dediğimizde, herhangi bir insan müdahalesi bulunmaksızın otomatik sistemlerin kendiliğinden sonuca ulaşması aranmaktadır.

Örneğin, çevrimiçi kredi başvurusunda bulunan bir kişinin yanlış analiz edilmesi nedeniyle başvurusunun reddedilmesi halinde, kişi bu düzenleme kapsamında itiraz hakkına sahip olacaktır.

Bilindiği gibi Kişisel Verileri Koruma Kurulunun unutulma hakkına yönelik almış olduğu bir karar mevcut. Söz konusu kararın alınması ihtiyacını ortaya çıkaran gelişmelerden söz edebilir misiniz?

Kuruma gelen birçok başvuru sonucu, kişilerin ad ve soyadı ile arama motorları üzerinden yapılan aramalarda çıkan sonuçların indeksten çıkarılması taleplerinin “unutulma hakkı” çerçevesinde ele alınmasına ve bu kapsamda bir değerlendirme yapılmasına yönelik çalışmalar yapıldı. Kurulun büyük bir titizlik içerisinde sürdürdüğü çalışmalar sonucunda konuyla ilgili bir karar yayımlandı. Kararda, Kanunda yer alan silme ve anonim hale getirme işlemlerinin unutulma hakkının tesis edilmesine yönelik bir araç olduğu belirtildi.

Karara göre arama motorları veri sorumlusu olarak kabul edildi. Arama motorları tarafından gerçekleştirilen faaliyetler ise “kişisel veri işleme” faaliyeti olarak değerlendirildi. Karar üzerine sıklıkla kullanılan bazı arama motorları, Türkiye’den yapılacak başvurular için başvuru kanalları oluşturmuştur.

Peki unutulma hakkı kapsamında indeksten çıkarılan bilgiler artık erişilemez hale mi gelmektedir?

Unutulma hakkı, genel olarak bireylerin kişisel verilerine erişimin engellenmesini talep edebilmesi hakkını ifade etmektedir. Dolayısıyla bireylerin itibarlarını kötü etkileyecek haber, yorum ve içeriklere erişimi azaltma taleplerini yerine getirmek adına unutulma hakkı uygun bir araç sağlamaktadır.

Unutulma hakkı kapsamında internetten ulaşılan verilere ilişkin içerik kaldırma işlemi yapılmamakta, söz konusu bilgiler internet ortamında tamamen yok olmamaktadır.

Bu çerçevede, arama motorlarında konuya ilişkin farklı kelimelerle arama yapıldığında ortaya çıkan sonuçlarda, ilgili içeriğe erişilebilmesi mümkündür. Dolayısıyla ilgili kişinin talebi üzerine bir arama sonucunun bağlantısının kısmen kaldırılmış olması, yayımlanan içeriğe hiçbir şekilde erişim sağlanmayacağı anlamına gelmemektedir.

Bahse konu verilere farklı kombinasyonlarla yapılan aramalarda ya da doğrudan kaynaktan

erişilebilecektir. Bununla birlikte unutulma hakkı ilgili kişiler tarafından her koşulda ileri sürülebilen mutlak bir hak olmayıp istisnai bir hak niteliğinde olduğundan, her somut olay özelinde kriterler çerçevesinde değerlendirme yapılarak karar verilmektedir.

Kanuna göre kişiler yalnızca kendileri ile ilgili mi şikayette bulunabilir? İlgili kişi kendi verilerini ilgilendirmeyen fakat birçok kişinin verisinin ihlal edildiğine şahit olduğu takdirde bu konuyu Kurula nasıl iletebilir?

Kanunun 11. maddesinde, herkesin veri sorumlusuna başvurarak kendisiyle ilgili, bu maddede sayılan hakları ileri sürebileceği düzenleme altına alınmıştır. Dolayısıyla üçüncü bir kişi adına temsil yetkisi bulunmayan bir kişi tarafından Kurula şikayet mümkün değildir. Ancak kişiler toplumun genelini ilgilendiren bir ihlale şahit oldukları takdirde kanıtlayıcı nitelikte bilgi ve belgelerle 3071 sayılı Kanuna uygun bir dilekçe ile Kurula ihbarda bulunabilirler.

Kanun’un 15’inci maddesinin birinci fıkrasında yer alan “Kurul, şikayet üzerine veya ihlal iddiasını öğrenmesi durumunda resen, görev alanına giren konularda gerekli incelemeyi yapar” hükmü gereğince Kurul şikayet veya ihbar üzerine inceleme yapabilir.

Kurula iletilen şikayetlerde genel olarak yapılan hataları dikkate aldığınızda, kişiler haklarını kullanabilmeleri için şikayet oluştururken nelere dikkat etmelidir?

İlgili kişinin hak arama yöntemleri Kanunun 13 ve 14’üncü maddelerinde belirlenmiştir. Şikayet yoluna başvurulabilmesi için ilk olarak; kişinin veri sorumlusuna yapmış olduğu başvurunun reddedilmesi, verilen cevabın yetersiz bulunması veya otuz gün içinde başvuruya cevap verilmemiş olması gereklidir. İlgili kişinin Kurula şikayette bulunmasında öngörülen süre, veri sorumlusunun cevabını öğrendiği tarihten itibaren otuz ve her hâlde başvuru tarihinden itibaren altmış gündür. Dolayısıyla kişilerin öncelikle “Veri Sorumlusuna

Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Tebliğe” uygun bir şekilde veri sorumlularına başvuru da bulunmaları gerekmektedir.

Kurula şikayet oluşturulurken ise; sürelerle riayet edilmesi, veri sorumlusuna yapılan başvuruların, alınan cevapların ve bu belgelere dair gönderi belgelerinin tarihlerinin açık ve anlaşılır olması, şikayete konu edilen iddiaları tevsik edici belgelerin eklenmesi, Kurumun görev alanı dışında taleplere yer verilmemesi, 3071 sayılı Dilekçe Hakkının Kullanılmasına Dair Kanun gereğince yazılı başvurularda mutlak surette ad, soyad, imza, iş veya ikametgah adresine yer verilmesi ve vekil aracılığı ile yapılan başvurularda; başvuru ekinde, ilgili kişiye ait vekâletnamenin eksiksiz bir şekilde ve süresine dikkat edilerek sunulması usule uygun bir başvuru için önem arz etmektedir.

Veri sorumlusu ve veri işleyenin tespitinde göz önünde bulundurulması gereken hususlar nelerdir?

Veri sorumlusu, kişisel verilerin işleme amaçlarını ve vasıtalarını belirleyen, veri kayıt sisteminin kurulmasından ve yönetilmesinden sorumlu olan gerçek veya tüzel kişiyi ifade eder. Yani işleme faaliyetinin “neden” ve “nasıl” yapılacağı sorularının cevabını verecek kişidir.

Veri sorumlusu kişisel verilerin toplanması ve toplama yöntemi, toplanacak kişisel veri türleri, toplanan verilerin hangi amaçlarla kullanılacağı, hangi bireylerin kişisel verilerinin toplanacağı, toplanan verilerin paylaşılıp paylaşılmayacağı, paylaşılacaksa kiminle paylaşılacağı, verilerin ne kadar süreyle saklanacağı gibi hususların kararını veren taraftır.

Veri işleyen ise, veri sorumlusunun verdiği yetkiye dayanarak veri sorumlusu adına kişisel verileri işleyen, veri sorumlusunun organizasyonu dışındaki gerçek veya tüzel kişiler olarak tanımlanmaktadır.

Açık rızaların Kanuna aykırı olmaması için nelere dikkat edilmelidir?

İlgili kişilerin açık rızasının alınacağı hallerde açık rızanın tanımı üzere; rızanın belirli bir konuya ilişkin olması, bilgilendirmeye dayanması ve özgür iradeyle açıklanması gerekir.

Veri işlemek üzere verilen açık rızanın geçerli olması için, açık rızanın öncelikle belirli bir konuya ilişkin ve o konu ile sınırlı olarak verilmesi ve veri sorumlusu tarafından açık rıza beyanının hangi konuya ilişkin olarak istenildiğinin açıkça ortaya konulması gerekir.

Bununla birlikte açık rıza bir irade beyanı olduğundan, kişi özgür bir şekilde rıza verebilmek için neye rıza gösterdiğini bilmeli ve sadece konu üzerinde değil, aynı zamanda rızasının sonuçları üzerinde de tam bir bilgi sahibi olmalıdır.

Bu sebeple bilgilendirmenin veri işleme ile ilgili bütün konularda açık ve anlaşılır bir biçimde mutlaka verinin işlenmesinden önce yapılması, açık rızanın geçerlilik kazanabilmesi için kişinin yaptığı davranışın bilincinde ve kendi kararı sonucunda olması ve açık rızanın özgür iradeyle açıklanması, herhangi bir hususun ilgili kişi tarafından açık rıza verilmesi şartına bağlanmaması ve ayrıca tarafların eşit konumda olmadığı veya taraflardan birinin diğeri üzerinde etkili olduğu durumlarda rızanın özgür iradeyle verilip verilmediğinin dikkatle değerlendirilmesi gerekecektir.

Sadakat kart programı kapsamında alınan açık rızalar için açık rızanın hizmet şartına bağlanmasından söz edilebilir mi?

Açık rızanın hizmet şartına bağlanmasından bahsedilebilmesi için açık rızanın koşul olarak dayatılması ve ilgili kişinin açık rızasının bir ürün veya hizmetin sunulmasının ya da yararlandırılmasının ön şartı olarak ileri sürülmesi gerekir.

Ancak veri sorumlusu tarafından sunulan ürün ve hizmetlerin erişiminin herkese açık olduğu ve belirlenen fiyatlar üzerinden herkesin temin edebildiği durumda açık rızanın hizmet şartına bağlanmasından bahsedilemeyecektir. Ürün veya hizmetlerde sadakat



Kurulumuz, sadakat kart programlarının kişisel verilerin korunması mevzuatı kapsamında incelenmesine ilişkin rehber çalışması yürütmektedir. Çalışma tamamlandığında bu konuyla ilgili bir rehber yayınlanacaktır.

Biyometrik veriyi nasıl tanımlarsınız? Biyometrik verilerin işlenmesinde açık rıza alındığı takdirde, “hukuka uygun bir veri işleme faaliyetidir” denilebilir mi?

Kanun ile özel nitelikli kişisel veriler arasında sayılan biyometrik veriden bahsedilebilmesi için kişinin fizyolojik, fiziksel veya davranışsal özellikleri gibi ayırt edici özellikleri veri işleme sonucunda ortaya çıkarılması, ortaya çıkarılan özellikler kişinin kimliğini tanımlamaya yarayan ya da kişinin kimliğini doğrulayan kişisel veriler olmalıdır. Biyometrik veriler kişiye özgü, benzersiz ve tektir.

Biyometrik verilerin işlenmesinde, biyometrik veri işleme şartlarının mevcudiyeti ve Kanunun 4’üncü maddesinde düzenlenen genel ilkelere riayet edilmesi önem arz etmektedir. Kanunun 6’ncı maddesinin üçüncü fıkrasına göre, sağlık ve cinsel hayat dışındaki kişisel

veriler, kanunlarda öngörülen hallerde ilgili kişinin açık rızası aranmaksızın işlenebilir. Bu çerçevede, biyometrik veriler açık rıza yoksa kanunlarda öngörülen hallerde işlenebilecektir. Söz konusu hükmün şüpheye yer bırakmayacak kadar açık olması gerektiği değerlendirilmektedir.

Biyometrik verilerin işlenmesinde her zaman Kanunun 4’üncü maddesinde düzenlenen genel ilkelere uyulması gerekmektedir. Daha önce yayımlanmış olan Kurul kararlarında açık rıza ve ölçülülük hususuna ilişkin değerlendirmeler yer almaktadır. Açık rıza alınmış olsa dahi genel ilkelere uygun olmadığı takdirde, hukuka uygun bir veri işleme faaliyetinden söz edilemeyecektir.

Çerezler aracılığı ile kişisel veri işleme faaliyetlerinde dikkat edilmesi gereken unsurlar nelerdir?

Çerezler yoluyla kişisel verilerin işlenmesinde öncelikle veri sorumluları tarafından tüm veri işleme faaliyetlerinde olduğu gibi genel ilkelere uygun hareket edilmelidir. Çerezlere dair aydınlatma metninin hazırlanması

gerekir. Açık rıza alınmasını gerektiren çerez uygulamaları söz konusu ise açık rızanın üç unsuruna uygun olarak “kabul et” ve “reddet” seçeneklerinin bulunduğu açık rıza metnlerinin sunulması gerekir.

Veri sorumluları kadar verileri işlenen ilgili kişilerin de dikkat etmesi gerekenler bulunmaktadır. Ziyaret edilen internet sitelerinde aydınlatma metnlerinin okunması, açık rıza metnlerinin kendilerine sunulan bilgilendirme doğrultusunda değerlendirilmesi önemlidir.

Kurumumuz, çerezler yoluyla kişisel verileri işleyenlere pratik tavsiyeler sunmak amacıyla “Çerez Uygulamaları Hakkında Rehber” yayımlamıştır. Söz konusu rehberde, çerezlere dair iyi ve kötü uygulama örneklerine yer verilmiştir. Bu sayede çerezler yoluyla kişisel verileri işleyenlerin doğru hukuki sebeplere dayalı olarak veri işlemeleri, uygulamada eksiklikler varsa bu eksiklikleri gidermeleri amaçlanmaktadır.

Çerezlere ilişkin aydınlatma ve açık rıza metinlerini daha çok e-ticaret sitelerinde görmekteyiz. Çerezler yoluyla kişisel veri işleme faaliyeti yalnızca e-ticaret siteleri için mi geçerlidir?

Hayır, çerezler yalnızca e-ticaret sitelerinde değil, kişilerin ziyaret etmiş olduğu birçok masaüstü ve mobil web siteleri veya web uygulamalar tarafından kullanılabilir.

E-ticaret siteleri gibi web siteleri çerezleri kullanan sitelerdir. Bazı çerez türlerinin kullanımı web sitelerinin düzgün çalışması için zorunludur. Genel olarak bu çerez türleri için açık rıza gerekmez. Bu nedenle bazı sitelerde çerezlere ilişkin yalnızca aydınlatma metnlerinin sunulması yeterlidir. Örneğin Kişisel Verileri Koruma Kurumu’nun resmi web sitesi gibi...

Veri sorumluları tarafından çerezler vasıtasıyla kişisel veri işlenmesinde, her durumda açık rıza alınması gerekli midir?

Farklı çerez çeşitleri ve bu çerezlerin farklı kullanım amaçları bulunmaktadır. Veri sorumlusunun çerezler yoluyla kişisel veri işleme faaliyeti özelinde yapacağı değerlendirme neticesinde, Kanun’un 5’inci ve 6’ncı maddelerinde sayılan diğer veri işleme şartlarını da göz önünde bulundurması gerekmektedir.

5’inci veya 6’ncı maddelerdeki işleme şartlarının uygulanması kapsamında, kişisel veri işlemenin Kanun’da bulunan açık rıza dışındaki şartlardan birine dayanması halinde, ilgili kişiden açık rıza alınmasına gerek bulunmamaktadır. Çerez Uygulamaları Hakkında Rehber’de, açık rıza dışındaki diğer işleme şartları dahilinde çerez kullanım senaryoları ve açık rıza işleme şartı dahilindeki çerez kullanım senaryoları mevcuttur.

Bazı internet sitelerine giriş yapıldığında çerezlere ilişkin yalnızca “kabul et” seçeneğinin olduğu ve kabul edilmediği takdirde sitede ilerlemeye izin vermeyen “çerez duvarları” ve rıza alımları söz konusu. Bu yönde bir uygulamanın doğru olduğundan bahsedilebilir mi?

Bir ziyaretçinin internet sitesinde yer alan tüm çerezlerin kullanılmasına onay vermedikçe internet sitesinin içeriğini görüntülemesini engelleyen uygulamalar, her şeyden önce Kanunun temel ilkeleriyle bağdaşmamaktadır.

Kişisel verilerin işlenmesine imkan tanıyan çerezlerin yerleştirilmesinden önce uygun veri işleme şartının tespit edilmesi gerekir. Eğer bu veri işleme şartı açık rıza ise Kurulun yaklaşımı; açık rızaya dayanan kişisel veri işleme faaliyetlerinde açık rızanın hizmet şartına bağlanamayacağı yönündedir.

Açık rızanın hukuken geçerli olabilmesi için “belirli bir konuya ilişkin olma, bilgilendirmeye dayanma ve özgür irade” unsurlarının eksiksiz olarak varlığı gerekmektedir.

Dolayısıyla açık rızanın özgür bir biçimde verilebilmesi kapsamında, çerez duvarlarının



ilgili kişinin rızasını ortaya koyarken gerçek bir seçim yapmasını engellemesi söz konusu olabilir.

Böyle bir durumda kişiye tercih yapma imkanı tanınmadan yalnızca “kabul et” seçeneğinin sunulması kişinin özgür iradesini ortadan kaldıracığından, bu tür uygulamaların Kanuna aykırılık teşkil edebileceğini belirtmek gerekir.

İlgili kişiler çerezleri kabul ettikleri takdirde, söz konusu kişilerin yurt dışına kişisel veri aktarımına da onay verdiklerinden bahsedilebilir mi?

Bu ziyaret edilen internet sitesine göre değişebilir. Türkiye’de faaliyet gösteren internet sitelerinin yurt dışında yerleşik birtakım şirketler vasıtasıyla çerez kullandığı ve bu çerezler aracılığıyla yurt dışına veri aktarımı faaliyeti gerçekleştirdiği durumlarda, bu veri aktarım faaliyetinin 6698 sayılı Kanun’un 9’uncu maddesindeki şartlara uygun şekilde yapılması gerekecektir.

Kişisel verilerin yurt dışına aktarımı Kanun’un 9’uncu maddesinde hükme bağlanmış olup,

söz konusu maddenin birinci fıkrasına göre ilk aktarım şartı, ilgili kişinin açık rızasının alınması hususudur. İlgili kişilerin ziyaret ettikleri internet sitesinde çerezler vasıtasıyla yurt dışına kişisel veri aktarımı söz konusu ise buna yönelik açık rızaların ilgili kişilere sunulması gerekir.

Kişisel Verileri Koruma Kurulunun güvenli ülkelerin ilan edilmesine ilişkin çalışmaları sürmekte midir? Güvenli ülkeler ilan edildiği takdirde veri sorumluları bu ülkelere aktarımı şart gereksiz yapabilir mi?

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’nun 9’uncu maddesinde; kişisel verilerin, ilgili kişinin açık rızası olmaksızın yurt dışına aktarılamayacağı, kişisel verinin aktarılacağı yabancı ülkede yeterli korumanın bulunması veya yeterli korumanın bulunmaması durumunda Türkiye’deki ve ilgili yabancı ülkedeki veri sorumlularının yeterli bir korumayı yazılı olarak taahhüt etmeleri ve Kişisel Verileri Koruma Kurulu’nun izninin bulunması kaydıyla, ilgili kişinin açık rızası aranmaksızın söz konusu verilerin yurt dışına aktarılabilceği düzenlenmiştir. Henüz yeterli korumaya

sahip ülkeler açıklanmamıştır. Kurulun bu konudaki çalışmaları devam etmektedir.

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’nun doğru anlaşılması ve daha etkin uygulanması için çeşitli çalışmalar yapılıyor. Kurum, bu çalışmalar kapsamında bankacılık sektöründe kişisel verilerin korunmasına yönelik iyi uygulamalar rehberi yayımladı. Öncelikle rehberin yayımlanma amacını öğrenebilir miyiz?

Rehber ile bankacılık sektörü tarafından yürütülen kişisel veri işleme faaliyetlerinin Kanuna uygun olarak gerçekleştirilmesi konusunda bankacılık sektörünün yönlendirilmesi ve iyi uygulama örneklerinin oluşturulması amaçlanmaktadır.

Rehber, bankaların kişisel verilerin korunması alanında uyması gereken usul ve esaslar ile yerine getirmesi gereken yükümlülüklerle ilişkin genel açıklamaları içermektedir.

İyi uygulamalar rehberinin kişisel verilerin korunmasında; 6698 sayılı Kanunun daha etkin uygulanmasına, sektör bazında uygulama birliğine gidilmesine, kişisel verilerin korunmasında sürdürülebilirliğin sağlanmasına olumlu katkılar sunması beklenmektedir.

Rehber hazırlanırken sektörün düşünceleri dikkate alındı mı? Sektörün konuya yaklaşımını nasıl buluyorsunuz?

Birçok sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de yoğun bir şekilde kişisel veri işleme faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Kişisel verilerin korunması hakkı bağlamında ilgili kişilerin maruz kaldığı risk derecesi göz önünde bulundurularak; Kurumumuz ile Türkiye Bankalar Birliği bünyesinde çalışma grupları kuruldu. Bu süreçte sektörün yapıcı bir yaklaşımı oldu.

Söz konusu çalışma grupları arasında periyodik toplantılar gerçekleştirildi. Bu kapsamda yapılan ortak çalışmalar sonucunda rehber, sektör ile iş birliği içinde hazırlandı.

Bankacılık sektörü dışında diğer sektörlerle ilgili buna benzer çalışmalar var mı?

Sektör bazlı iyi uygulamalar rehberi çalışmaları yalnızca bankacılık sektörüyle sınırlı değil. Turizm, havacılık, telekomünikasyon ve reklamcılık gibi birtakım sektörlerde kişisel verilerin korunmasına yönelik iyi uygulamalar rehberlerinin hazırlanmasıyla ilgili çalışmalarımız devam ediyor. Bu çalışmalarda da bir hayli mesafe katettiğimizi söyleyebilirim.

Veri sorumlusu nezdinde bir ihlal meydana geldiği takdirde veri sorumlusunun yapması gerekenler nedir?

Bilindiği üzere veri sorumluları veri güvenliğine ilişkin her türlü teknik ve idari tedbirleri almak durumundadır. İşlenen kişisel verilerin kanuni olmayan yollarla başkaları tarafından elde edilmesi halinde, veri sorumlusunun bu durumu en kısa sürede ilgisine ve Kişisel Verileri Koruma Kuruluna bildirmesi gerekir.

Kurula bildirmek için en kısa süre veri sorumlusunun bu durumu öğrendiği tarihten itibaren gecikmeksizin ve en geç 72 saat olarak belirlenmiştir. İlgili kişilere de makul olan en kısa süre içerisinde, ilgili kişinin iletişim adresine ulaşılabiliriyorsa doğrudan, ulaşamıyorsa veri sorumlusunun kendi web sitesi üzerinden yayımlanması gibi uygun yöntemlerle bildirim yapılması gerekir. Kurul gerekmesi halinde kendi internet sitesinde ya da uygun göreceği başka bir yöntemle ihlal bildirimini ilan edebilir.

Veri işleyen nezdinde bir ihlal meydana geldiğinde veri işleyene idari yaptırım uygulanabilir mi?

Veri sorumlusu ile veri işleyen arasında imzalanan sözleşmeler çerçevesinde veri işleyene belirli yükümlülüklerin yerine getirilmesi konusunda yetki verilmesi mümkündür.

Fakat bu tür bir yetkilendirmenin varlığı, veri sorumlusunun Kanun ve ilgili mevzuattan



doğan sorumluluğunu ortadan kaldırmayacaktır.

Kanunda, kişisel veri işleme faaliyetlerine ilişkin hukuki yükümlülüklerin yerine getirilmesinde veri sorumlusu esas alınmaktadır. Veri sorumlusu, kişisel verilerin işleme amaçlarını ve vasıtalarını belirleyen, veri kayıt sisteminin kurulmasından ve yönetilmesinden sorumlu olan gerçek veya tüzel kişidir. Veri işleyen ise, veri sorumlusunun verdiği yetkiye dayanarak onun adına kişisel veri işleyen gerçek veya tüzel kişidir. Buna göre, veri işleyenin veri sorumlusunun talimatlarını yerine getirdiği açıktır.

Kanunda gerek aydınlatma yükümlülüğü gerek veri güvenliğine ilişkin yükümlülükler, veri sorumlusu üzerinden tanımlanmış olup ilgili kişinin, haklarını “veri sorumlusuna” karşı ileri sürebileceği düzenlenmiştir. Kişisel verilerin veri sorumlusu adına başka bir gerçek veya tüzel kişi tarafından işlenmesi halinde veri sorumlusu, söz konusu tedbirlerin alınması hususunda bu kişilerle birlikte müştereken sorumludur.

İdari para cezalarındaki artış miktarı ve uygulanan idari yaptırımların miktarı nasıl belirlenmektedir?

İdari para cezalarına ait rakamlar, Kabahatler Kanununun 17. maddesinin yedinci fıkrası gereği her yıl yeniden değerlendirilerek oranında artırılmaktadır. Cezai yaptırımların miktarına ilişkin öngörülen idari para cezalarının alt ve üst sınırları arasında karar alınırken, Kabahatler Kanunu dikkate alınmak üzere ihlalin boyutu, kabahatin haksızlık içeriği, veri sorumlusunun kusuru ve ekonomik durumu da göz önünde bulundurulur.

Bu kriterlerin yanı sıra, Kurula intikal eden her vaka kendi içinde ayrıca değerlendirilmekte, hukuka aykırılığın gerçekleşme biçimi, bu aykırılıktan geniş bir kitlenin etkilenip etkilenmediği, etkilenen kişisel verilerin niteliği gibi ilave kriterler de göz önünde bulundurulmaktadır. Burada amaçlanan, kabahatlerin farklı ekonomik güce sahip gerçek ve tüzel kişiler hakkında uygulanacak olması nedeniyle, yaptırım uygulanmasında hakkaniyeti sağlamaktır.

Buna göre, küçük ölçekli bir aile şirketiyle ülke çapında faaliyet gösteren bir holdingin Kanun hükümlerini ihlal etmesi durumunda uygulanacak idari para cezasının miktarının belirlenmesinde, kabahatin niteliği de göz önünde bulundurulmak suretiyle, farklılıklar olacağı kesindir.

Kurumun internet sitesi www.kvkk.gov.tr'de yer alan ihlal bildirimlerine bakıldığında ihlallerin genellikle zararlı yazılımlar sonucu olduğu görülmektedir. Siber saldırılara karşı alınabilecek önlemlerden kısaca bahseder misiniz?

Siber saldırılara karşı veri sorumluları tarafından alınması gereken teknik ve idari tedbirler bulunmaktadır.

Kişisel veri içeren bilgi teknoloji sistemlerinin internet üzerinden gelen izinsiz erişim tehditlerine karşı korunmasında alınabilecek öncelikli tedbirler, güvenlik duvarı ve ağ geçididir.

Bunlar, internet gibi ortamlardan gelen saldırılara karşı ilk savunma hattı olacaktır. Teknik tedbirlerin yanı sıra idari tedbirlerin de alınması gerekmektedir. Kişisel veri farkındalığı eğitimleri ile çalışanların farkındalığının artırılması da veri güvenliği açısından büyük önem arz etmektedir.

Belediyelerin ödeme ve borç sorgulama hizmetlerine ilişkin verilmiş olan İlke Kararı neticesinde belediyelerden beklenen uygulama nedir?

Belediyeler tarafından emlak vergisi ödeme, hızlı ödeme veya borç sorgulama gibi sayfalar aracılığıyla çevrimiçi olarak sunulan hizmetler kapsamında Kanunun 12'nci maddesinde yer alan veri güvenliğine ilişkin yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve herhangi bir veri ihlalinin önlenmesi amacıyla; çift faktörlü doğrulama için ilk doğrulamanın TC kimlik no, ad soyad, vergi no, sicil no gibi verilerle yapılırken, ikincil düzeydeki doğrulamanın kişiye özel oluşturulmuş SMS ya da e-postaya iletilen şifre gibi bir sistemle

gerçekleştirilmesi, ikincil düzeyde kişiye ait başkalarının da erişebileceği telefon no, doğum tarihi, anne baba adı, sicil no gibi bilgiler yerine sadece kişiye özel olarak belirlenecek ve sadece ilgili kişinin erişebileceği verilerin istendiği sistemler ya da üyelik sistemi ile söz konusu hizmetlerin sunulması uygun olacaktır.

Siber saldırılara ve veri ihlaline karşı veri sorumlularının yanı sıra ilgili kişilerin de alabileceği önlemler var mıdır?

İlgili kişilerin de veri güvenliği noktasında dikkat etmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Kişiler kendilerine sunulan aydınlatma ve açık rıza metinlerini okuyarak bilgileri kimlerin hangi amaçlarla topladığını ve bilgilerin paylaşıldığı takdirde sonuçlarının neler olabileceğini düşünerek veri paylaşımında bulunmalıdır.

Üyelik gerektiren platformlarda büyük-küçük harf, noktalama işaretleri ve sayılar içeren güçlü parolalar oluşturulmalı, parolalar düzenli aralıklarla değiştirilmeli ve aynı parola birçok platformda kullanılmamalıdır. Bağlantılara tıklamadan önce düşünülmeli, web siteleri ve sosyal ağ uygulamaları üzerinde kullanım tercihleri düzenlenmelidir. Ayrıca iki faktörlü doğrulama gibi yöntemler de tercih edilebilir.

Unutulmamalıdır ki; kişiler tarafından alınacak bu önlemler sayesinde ileride doğabilecek zararların önüne geçilebilir.

Gün geçtikçe yapay zekanın kullanımı oldukça yaygın hale gelmekte ve bunun bir sonucu olarak kişisel veriler doğrudan veya dolaylı olarak söz konusu uygulamalar kapsamında işlenmektedir. Yapay zekâ kapsamında veri güvenliği için nele-re dikkat edilmelidir?

Yapay zekâ, bireyler ve toplum için önemli faydalar üretmekle birlikte, bireyin temel hak ve özgürlükleri kapsamında kişisel verilerin korunmasını isteme hakkı bakımından doğru biçimde yönetilmelidir.

Kişisel veri işlemeyi temel alan yapay zekâ çalışmaları ve uygulamaları Kişisel Verilerin Korunması Kanununa ve ikincil mevzuata uygun olmalıdır.

Bu uygulamalar veri mahremiyetini esas alan, temel hak ve özgürlüklere saygı gösteren ve ilk aşamadan itibaren kişisel verilerin korunması mevzuatına uyum sağlayan veri koruma ilkesine göre geliştirilmeli ve yönetilmelidir. Bu konuya ilişkin yapay zekâ alanında yapılacak çalışmalara yönelik tavsiyeleri içermekte olan “Yapay Zekâ Alanında Kişisel Verilerin Korunmasına Dair Tavsiyeler” internet sitemizde yayınlanmıştır.

Sosyal medyada kişilerin diledikleri gibi paylaşımlarda bulunması kişisel verilerin korunması açısından nelere yol açabilir?

Sosyal ağlarda yapılan paylaşımlar istemeden de olsa kişilerin kendilerinin ya da bir başkasının mağdur olmasına yol açabilmektedir. Bu nedenle paylaşımlar yapılmadan önce bir kez daha düşünülmeli ve mahremiyet hakkı göz önünde bulundurulmalıdır.

Sosyal medya paylaşımlarının herkese açık olması, kötü niyetli kişilerin hedefi haline gelme riskini artırmaktadır. Bu da kişilerin mağduriyete uğramalarına neden olabilmektedir. Ayrıca Türk Ceza Kanunu’na göre kişisel verilerin hukuka aykırı şekilde kaydedilmesi, hukuka aykırı olarak verilmesi veya ele geçirilmesi ile yok edilmemesi suç teşkil etmektedir.

Kişisel Verilerin Korunması Kanununda çocuklar için ayrı bir düzenleme bulunmamakta. Çocukların kişisel verilerinin korunması noktasında tavsiyeleriniz nelerdir?

Öncelikle çocukların kişisel verilerin korunması konusunda farkındalık kazanmaları önem arz etmektedir. Yetişkinler gibi çocukların da güçlü parolalar oluşturmaları gerekir. Çocuklar söz konusu olduğunda ailelerin çocukları veri paylaşımına ilişkin bilgilendirmeleri, çevrimiçi ortamlarda yalnız bırakmamalar

ı ve internet tarayıcılarında gizlilik ayarlarının kontrolünü sağlamaları çocukların mahremiyeti için gereklidir.

Diğer yandan veri sorumluları, çocukların kişisel verilerinin işlenmesi söz konusu ise, Kanuna uyum konusunda buna yönelik özen göstermelidir. Çocuklara özel aydınlatmaların yapılması ve çocukların haklarını bilmelerini ve kullanabilmelerini sağlayacak uygun politika ve mekanizmaların geliştirilmesi son derece önemlidir.

Çocukların verilerinin işlendiği durumlarda, teknik ve idari tedbirlerin en üst seviyede alınmasına yönelik bir yaklaşım benimsenmelidir. Ürün ve hizmetlerin sunumunda çocukların kişisel verilerinin işlenmesi gerekli ise veri minimizasyonu ilkesine uygun olarak gereğinden fazla veri işlenmemelidir.

Küresel Mahremiyet Konferansı’na bu yıl Kişisel Verileri Koruma Kurumu ev sahipliği yapacak. Kişisel verilerin korunmasıyla ilgili böylesine önemli bir organizasyonun ülkemizde yapılacak olması, aslında bu alanda ciddi bir ilerleme sağlandığının da göstergesi olarak düşünülebilir. Konferans’tan ve öneminden biraz bahseder misiniz?

Küresel Mahremiyet Asamblesi veya bir diğer ifadeyle Küresel Mahremiyet Konferansı, her yıl 130’dan fazla ülkenin veri koruma otoritesini bir araya getiren, kişisel verilerin korunması konusunda önemli kararlar alabilen, uluslararası bir organizasyon.

Kurumumuz 2017 yılında Konferansa akredite oldu. O tarihten itibaren kişisel verilerin korunmasıyla ilgili yapılan bazı çalışmalara destek verdi. Kurumumuzun 44. Konferans için başvuru yaptığı adaylık süreci olumlu sonuçlandı ve bu yılki Konferansa ülkemiz ev sahipliği yapmaya hak kazandı. Bunun kişisel verilerin korunması adına önemli bir gelişme olduğuna inanıyorum.

Biz de Kurum olarak misafirperverliğimizi en iyi şekilde sergilemeye çalışacağız. Konferansı

25-28 Ekim 2022 tarihlerinde İstanbul’da gerçekleştirmeyi planladık. Bununla ilgili gelişmeleri kamuoyu ile paylaşmaya devam edeceğiz.

Konferansın amacı nedir? Konferansa kimler katılabilecek?

Konferans genel olarak, kişisel verilerin korunmasıyla ilgili güncel gelişmeler ışığında alanında uzman isimleri bir araya getirerek mahremiyet sorunlarına çözüm aramayı, mahremiyetin korunması bakımından öncü ve yol gösterici nitelikte raporlar ve kararlar yayımlamayı amaçlamakta.

Öte yandan Konferans açık ve kapalı otumlardan oluşuyor. Açık oturuma üye otoritelerin ve gözlemci kuruluşların yanı sıra veri koruma alanındaki ilgililer, iş dünyası, akademisyenler, sivil toplum kuruluşları, meslek kuruluşları ve basın mensupları katılabilmekte.

Kapalı oturumlara ise yalnızca üye veri koruma otoritelerinin ve gözlemci kuruluşların temsilcileri katılmaktadır.

44. Küresel Mahremiyet Konferansı’nda başlıca ele alınacak konular nelerdir?

Konferans kapsamında; yapay zekâ, metaverse, büyük veri, blok zincir, sınır ötesi veri transferi ve dijital çağda çocukların kişisel verilerinin korunması gibi birçok konu ele alınacak. Gelişmekte olan teknolojiler, mahremiyet ilkeleri ışığında değerlendirilecek. Aynı zamanda kişisel verilerin kötüye kullanımının önlenmesi adına veri güvenliğinin sağlanması hususunda alınabilecek tedbirler de konuşulacak.

Kişisel Verileri Koruma Kurumu’nun Küresel Mahremiyet Konferansı’na sağladığı katkılardan kısaca bahseder misiniz?

Kurumumuz, Küresel Mahremiyet Konferansı’nın bünyesinde oluşturulan ve kişisel verilerin korunması alanında öncü nitelikte raporlar sunan çalışma gruplarının faaliyetlerini titizlikle

takip etmekte ve aynı zamanda bu çalışmalara katkı sağlamaktadır. Üyesi olduğumuz çalışma gruplarına; “Küresel Standartlar ve Çerçevesel Çalışma Grubu”, “Dijital Ekonomi Çalışma Grubu” ve “Uluslararası Uygulama İşbirliği Çalışma Grubu”nu örnek olarak verilebilirim.

Ayrıca belirtmek isterim ki, “Küresel Mahremiyet Konferansı Uluslararası Uygulama İşbirliği Çalışma Grubu” üyesi olarak; “Doküman Kütüphanesi” çalışmasının güncellenmesi faaliyetini Kurumumuz üstlenmiş ve 2021 yılı içinde bu görevini başarıyla tamamlamıştır.

Kişisel Verileri Koruma Kurumu Başkanı olarak ve aynı zamanda şu an Küresel Mahremiyet Konferansı’nın temsil edilmesinden sorumlu olan organı; İcra Komitesi’nin bir üyesi olarak Konferans’ın geleceği hakkında neler düşünüyorsunuz?

Küresel Mahremiyet Konferansı’nın misyonu; veri koruma ve mahremiyet alanında uluslararası düzeyde liderlik sağlamaktır. Vizyonu ise; veri koruma otoriteleri arasında bir forum oluşturmak suretiyle bilgi ve tecrübe paylaşımı yoluyla ortak çalışmalar yürütmek ve otoriteleri bu kapsamda desteklemektir.

Bu misyon ve vizyona uygun olarak her yıl düzenlenen Konferanslar sonucunda kişisel verilerin korunmasına ilişkin dünya kamuoyunda farkındalık artırılmakta, öncü nitelikte “İlke Kararları” ve “Ortak Beyanlar” ilan edilmekte, “Çalışma Grubu Raporları” yayımlanmaktadır. Bu çalışmalar uluslararası forumlara ve akademik çalışmalara konu olmakta, hem ulusal hem de uluslararası alandaki uygulamalara rehberlik etmektedir.

İcra Komitesi üyesi olarak, Konferans’ın yeni üyeleri ve gözlemcileri ile büyümeye devam edeceğini, veri koruma alanına yön verecek nitelikte çalışmalarını etkin bir biçimde sürdüreceğini ifade edebilirim.



Av. Sefa KARCIOĞLU

Multiversera Teknoloji Yatırımları
Yönetim Kurulu Üyesi

Metaverse Evreninde Kişisel Verilerin Korunmasının Önemi

Son zamanlarda yaşanan teknolojik gelişmelerin etkisiyle Metaverse adını sıklıkla duyuyoruz. Metaverse evreni ile birlikte internetin ortaya çıktığı zamandaki gibi birçok alışkanlığın değişmesi bekleniyor.

İnternet siteleri sonrasında platform odaklı gelişen yeni ağlar web 2.0 ile sosyal medya araçlarının ortaya çıkmasına neden oldu. İnsanların birçok alışkanlığı internet siteleri ve sosyal medya araçlarının işlevsellik kazanmasıyla değişti. Web 3.0 sayesinde yeniçağda ise insanlar, Metaverse ve buna paralel pek çok evrende yeni bir gerçeklik kavramı ile tanışacak. Metaverse, esasında insanların kişiselleştirilmiş avatarların yardımıyla buluşabilecekleri bir sosyal alan olarak tanımlanabilir. Metaverse ile günümüzün sosyal medyasından farklı olarak başkalarının deneyimlerini izlemektense o deneyimlerin anlık olarak yaşanabilmesi için, sanal gerçeklik (VR) ile 3D platformları ile kullanıcıların etkileşime geçmesi sağlanacak.

İnternet çağının başlangıcında kullanıcılar, sadece internette yer alan bilgilere erişim sağlarken; günümüzde ise içerik üretir hale dönüştü. Dijital dünya insanların hayatının merkezinde yer almaktadır. We Are Social ve Hootsuite ortaklığında yayımlanan dünyanın dört bir tarafındaki internet ve veri kullanımını inceleyen Digital 2022 Raporuna göre, Sosyal medya kullanıcılarının sayısı şu anda dünya nüfusunun yüzde 58'inden fazlasını

oluşturuyor. Sosyal medya kullanıcılarının Dünyada ortalama-sında internette geçirdiği süre günlük ortalama 7 saati bulurken Türkiye'de ortalama 8 saat interneti bulabiliyor. Facebook dünyada en çok kullanılan sosyal medya olmaya devam ederken onu YouTube ve WhatsApp takip ediyor. Kullanıcı sayısı hızla artan sosyal medya platformlarının reklam kitlesi de hızlı bir şekilde büyüyor. Dünyanın en büyük şirketlerinden Büyük Beşli denen Microsoft, Amazon, Apple, Alphabet (Google) ve Facebook (META) isimli şirketler de sosyal medya üzerinden 50'ye yakın kişisel veriyi kullanıcıların kendi rızaları ile toplayarak, kullanıcı profilleriyle mikro hedefli reklamlar ile ücretsiz ürün ve hizmetlerini kullanıcıların kişisel verisi karşılığında sunuyorlar.

Sosyal medyada ve uygulamalarda; kullanıcıların belirttiği yaş, cinsiyet, ilgi alanları gibi kişisel verileri işlendiği gibi kullanıcıların doğrudan paylaşmadığı bazı başka veriler de işlenmektedir. Örneğin: en son tatile ne zaman ve nereye gidildiği, bir sonraki tatilin nereye planlandığı, duygusal durumları, siyasi görüşü ve daha birçok veriye ulaşım sağlanmaktadır. İşbu kapsamda bugünün teknolojisi ile kullanıcıların uygulamalar ve sosyal medya aracılığıyla arkasında bıraktığı dijital kırıntılar kişilikleri, zevkleri ve yönelimleri hakkında birçok şey anlatmaktadır.

Kullanıcılar internette hangi verileri paylaştıklarına önem vermezken çeşitli sosyal ağlar ve

platformlar kişisel verileri anlamlandırarak insanların sosyal davranışlarına yön vermiştir. Şöyle ki, Facebook Ocak 2012'de 689 bin kullanıcının Facebook'ta ana sayfa akışını tamamen pozitif veya tamamen negatif paylaşımlarla doldurmuş, kullanıcı davranışlarını, tepkilerini rapor haline getirmiştir. Gün geçtikçe kişisel verileri daha çok pazarlama ve reklam amacıyla kullanan şirket Cambridge Analytica skandalı ile Amerikan başkanlık seçimlerine dahi etki edebilecek duruma gelmiştir.

Metaverse, bireysel kullanıcıların sanal ortamla etkileşimlerini büyük veri analizine dayanarak otomatik kararlar almak suretiyle gerçekleştirmektedir. Metaverse'de ise tüm bu işlenen kişisel verilere ek olarak yapılan tüm işlemlerde, platformdaki davranışlara ek olarak VR ve AR cihazları ile edinilen verilerin işlenmesi ve toplanması mümkün olacaktır. Metaverse'de VR gözlüklerimiz ile nereye bakıyoruz, göz tam olarak hangi noktada, ne görüyoruz, hangi görüntüye kaç saniye harcıyoruz, görüntünün en çok hangi noktası dikkatimizi çekiyor, bunların ölçülmesi ve profillenmesi mümkün olacaktır, yapay zekâ bu doğrultuda kullanıcılara önerilerde bulunabilecektir.

Örneğin, Metaverse'de bir konserde eğlenirken, VR cihazlarının özellikleri ve sensörleri ile yüz ifadelerimiz, kafa ve vücut hareketlerimiz, içerikleri gördüğümüzde verdiğimiz tepkiler, hatta nabız ve kalp atış hızımız, gözümüzün fizyolojik anlık değişimleri bile izlenebilecek ve buralardan çok sayıda sonuç çıkarılabilecektir. Bu doğrultuda

soluk soluğa kalan bir kişinin, vücut ısısı değişimi ve gözündeki hareketler ile kişinin sağlık sorunu tahmin edilerek en yakın hastanenin reklamları gösterilmesi sağlanabilecektir.

Metaverse'ün tüm dünya tarafından tanınmaya başlaması ise Facebook CEO'su Mark Zuckerberg'ün, Facebook şirketinin adını Meta olarak değiştirmesi ve Metaverse'ü internetten sonra en büyük yenilik olarak tanımlaması ile birlikte olmuştur.

Metaverse aslında kabaca bir online ortamlar topluluğu; artırılmış gerçeklik cihazları ile bu evren ötesi, sanal ya da fiziksel, hayal edilebilen her şeyi içine alacak şekilde kurgulanmıştır. Metaverse'de dijital ikizimiz avatarlar ile gerçek hayatta yaptığımız veya yapabileceğimiz oyun oynamak, takılmak, flört etmek, okula gitmek, iş sağlığı eğitimleri almak, sanal kadavralar üzerinde çalışmak, ameliyatlara, iş dünyası, toplantılar, fuarlar, organizasyonlar, seyahatler, oyunlar, konserler ve elbette alışveriş gibi birçok günlük aktiviteyi yerine getirmek mümkün olacaktır.

Metaverse canlı bir veri deposu olacaktır. İşbu nedenler kişisel verileri koruyabilmek adına hukuki bir altyapının oluşturulması da zorunluluktur. Çünkü algoritmalar ve yapay zekalar insanlara çok iyi hizmet sunabildiği gibi aynı zamanda bir insanı çok bir şekilde manipüle de edebilmektedir. Bir insanı manipüle edebilmek için ondan yüksek bir miktarda veri toplamak gerekmektedir. Facebook skandalı belki de bu durumun en büyük örneği olmuştur.

Kişisel verilerimiz, bizi biz yapan, bizi diğer bireylerden ayıran en değerli veridir. Dijital dünyada kullanılan bazı algoritmalar ile bu bilgilerin farklı ve kötü niyetli amaçlar için kullanılarak kişisel veri mahremiyetinin ihlal edilebileceği unutulmamalıdır.

Dipnot:

Kişisel verilerimiz, bizi biz yapan, bizi diğer bireylerden ayıran en değerli veridir. Dijital dünyada kullanılan bazı algoritmalar ile bu bilgilerin farklı ve kötü niyetli amaçlar için kullanılarak kişisel veri mahremiyetinin ihlal edilebileceği unutulmamalıdır.

Sanal dünyanın varoluşsal gerçeklikleri: Metaverse

Bir sabah uyandığımızda tıpkı Alice'in harikalar diyarına doğru yol alış gibi gerçek dünyadan başka gerçekliklere kapı aralayan bir kavramla tanıştık hepimiz: "Metaverse" (sanal evren). Peki neydi bu sanal evren kavramı? Sanal evren tıpkı Albert Einstein'in öncülük ettiği "paralel evren teorisi" gibi bu dünyayı gerçeklik boyutundan başka bir düzleme taşıyan bir sistemdi. Bu yenilikçi "metaverse" dünyası dijital platformlarda yaratılan yeni bir varoluşun ayak sesleriydi. Metaverse, sanal evrende insanlara bu dünya gerçekliğinin dışında, bambaşka kapılar araladı. Bilim kurgu romanlarını aratmayan bu yeni dijital dünya kısa sürede post-modernizmin etkisiyle hızla tüketilen popüler bir kavrama dönüştü. Milyon dolarlık arsalar satın alanlar mı dersiniz, yoksa NFT'ye dönüştürülen ve koleksiyonerlerin almak için yarıştığı güncel sanat eserleri mi?

Teknoloji tutkunları kendi gerçek dünyasını bir tarafa bırakırken bu sanal düzlemde kendine gelecekte bir yer edinme çabasına girdi. İlk ortaya çıktığı dönemde oyun dünyasında çokça bilinen Metaverse artık herkesin adını duyduğu ve meraklısı olduğu bir kavram haline gelmişti. Bu dijital dünyanın vaatleri arasında kişinin kendi isteğine göre yarattığı avatarla tıpkı gerçek bir insan gibi yaşamını

sürdürebilmesi de yer alıyordu. The Sims oyununu oynayanlar iyi hatırlar, Metaverse düzeninde yaşam sürdürmek de tıpkı bu oyundaki yaşama benziyor, bu dünya yepyeni gerçeklikler ve bu yeni dijital evren içinde var olmayı başaranlara pek çok konuda sınırsız özgürlük vaat ediyordu.

NFT kavramı da Metaverse dünyası ile bireylerin hayatına giren kavramlardan biridir. Öyle ki artık neredeyse akla gelebilecek her şeyin NFT'si yapılıp, kolaylıkla dijital platformlarda satılıyor. Dijital ortamda varlık gösterebilen Non-Fungible Token yani NFT'ler, eşsiz bir değer karşılığı olarak piyasaya sunuluyor. Buradaki eşsiz kavramı, paha biçilemeyen anlamında değil, eşi benzeri ve taklidi olmadığı anlamına geliyor. Ethereum blok zinciri geliştiricilerinin hazırladığı ERC-721 token standartlarında üretilen NFT'ler dijital platformlarda alıcıları ile buluşuyor. Özellikle sanat camiasının en değerli varlıklarını NFT olarak dudak uçuklatan rakamlara sattığı telaffuz edilebilir.

2021 yılının başında dijital sanatçılardan Bleep'in Everydays: The First 5000 Days adlı sanat eserinin NFT'sinin Christies müzayede evi tarafından 69 milyon dolara satılması NFT dünyasında adeta bir dönüm noktası oldu. Bu satışın hemen sonrasında kripto, NFT avatarları, metaverse evreninde gayrimenkul satın alma ve GameFi gibi konular giderek popülerleşmeye başladı. Ana akım medya, gazetelerde veya

en çok ziyaret edilen sosyal medya platformlarında hep NFT'ler hakkında yazıldı, çizildi. Hatta Collins English Dictionary, NFT kısaltmasını yılın kelimesi olarak bile seçti. Herkesin merak konusu haline gelen NFT, aynı zamanda yatırımcıların giderek daha fazla bütçe ayırdığı kârlı bir yatırım aracına da dönüşmüştü.

Avatar çizimleri sunan CryptoPunks'un 2021 yılı Haziran ayında Sotheby's'in müzayede evi tarafından 11.8 milyon dolara satılan, "Covid Alien" olarak da bilinen CryptoPunk #7523 NFT'si, satıldığı dönem sanat sektöründe de oldukça ses getirmişti. Ardından Dijital sanatçı Bleep'in Crossroads NFT'si, 6,66 milyon dolar ile yeni bir rekora imza atmıştı. Sanal bir arazi parselinden Jack Dorsey'in tweetine kadar akla gelebilecek her şey NFT olarak satılırken, bazı yatırımcılara göre NFT'ler iyi bir yatırım aracı olarak değerlendirilirken bazı yatırımcılar için ise popüler kültürün var ettiği geçici bir kavram olarak görülüyor.

Türkiye'de ise ilk olarak Tarık Tolunay'ın "Fractal Pandemi" NFT'sinin 2021 yılında 36 bin dolara satılması bir dönüm noktası oldu. Ardından yeni medya sanatçısı Refik Anadol'un, 21 milyon TL'ye satılan "Casa Batlló: Yaşayan Mimari" adlı eserinin 1 milyon 380 bin dolardan alıcı bulması piyasada yankı uyandırdı. Cem Yılmaz, Selçuk Erdem gibi tanınmış isimlerin NFT'leri de yüksek rakamlara satılan eserler arasında yerini aldı. NFT trendi sadece sanat piyasasıyla sınırlı kalmayarak tanınmış dünya markalarının da radarına girdi. Prada, 100 Ethereum tabanlı NFT'yi piyasaya süreceğini yakın zamanda açıkladı. Ünlü İtalyan markası bu koleksiyonda sanatçı Damien Hirst'ün oğlu Cassius Hirst ile iş birliği yapacak. Adidas ise şimdiye kadar oyun, AR, NFT alanındaki teknolojik gelişmeleri en çok takip eden markalardan biri oldu. Adidas'ın Into the Metaverse NFT koleksiyonu kapsamında gerçekleşen satışlarda 30 bin NFT, neredeyse piyasaya sunulduğu gün satıldı.

Kripto Para Piyasası'ndaki Gerileme NFT Satışlarını Nasıl Etkiliyor?

2022 yılının başında 22 milyar dolarlık işlem hacminde seyreden NFT Satışları, yılın ilk çeyreğinde 50 milyar dolar seviyesine kadar yükselmişti. Ayı piyasasının kripto dünyasındaki etkileri devam ederken, Bitcoin'le birlikte NFT satışları da bu durumdan ciddi bir şekilde etkileniyor. 7 Temmuz 2022 Perşembe günü CoinMarketCap verileri, benzersiz token (non-fungible token, NFT) ekosisteminin toplam piyasa değerini 1.769.897.328 dolar şeklinde gösteriyor. CryptoSlam verilerine göre, NFT protokollerinde ay boyunca yapılan toplam satış tutarı 7.719.829 dolar seviyesinde.

NFT'ler kripto piyasasındaki değişimlere oldukça hızlı reaksiyon gösteriyor. Ayı piyasası ve aynı zamanda 9 Mayıs'ta yaşanan Terra kaynaklı çöküşün de etkisiyle de fiyatlar sürekli olarak düşme eğiliminde olduğu için, NFT piyasası da bu durumdan direkt olarak etkileniyor. Bu olumsuz etkilere rağmen bazı NFT koleksiyonlarında ise işlem hacmi artmaya devam ediyor. Bored Ape Yacht Club, Mutant Ape Yacht Club, Otherdeed, CryptoPunks, CloneX ve Sorare gibi pek çok popüler NFT koleksiyonundaki işlem hacmi, bu süreçte iki kattan fazla arttı. En büyük artış, %262,79'luk oranla Bored Ape Yacht Club'da görüldü. Bu koleksiyonu takip eden koleksiyon ise %173,49 ile Mutant Ape Yacht Club oldu. 7 Temmuz 2022 Perşembe itibarıyla son 24 saatte en çok değerlenen NFT ise yüzde 151,3 ile VIDT Datalink (VIDT) oldu. Protokolün toplam piyasa değeri 22.365.484 dolara ulaşırken, 1 VIDT Datalink (VIDT) 0,464178 dolardan işlem görmeye başladı.

Bybit NFT Market ile Keşfet

NFT, dünyanın en önemli global kripto borsalarından biri olan Bybit'in en fazla önem verdiği konuların başında geliyor. Metaverse'te dijital içerik üreticilerin NFT'lerini keşfetmek, bu konularla ilgili ayrıntılı bilgi edinmek ve kendi yatırımını yapmak isteyen koleksiyonerler Bybit'in NFT platformunu ziyaret edebilir. Bybit NFT platformu dijital sanat koleksiyonları, GameFi ve dijital dünyanın sunabileceklerinin en iyisini vaat etmek üzere tasarlandı. ETH, BIT, XTZ veya USDT bakiyesi olan Bybit Spot Hesabı ile Bybit NFT Market üzerinde işlem yapılabilir. Bybit'teki her bir NFT, yalnızca bir tokenle fiyatlandırıldığı için tek bir NFT alım-satımı yapılırken fiyat birimi olarak BIT (BitDAO) kullanılıyorsa USDT veya ETH gibi başka tokenler kullanılamaz.

Platform üzerinden NFT satışı için ise profil sayfasından, satılmak istenen NFT için "Hemen Listele" seçeneğine tıklanır, ardından NFT Listeleme sayfasına gidilir. NFT'yi listelemek için şu adımlar takip edilir: 1. Fiyatlandırma yapmak için token seçilir (USDT, BIT, XTZ veya ETH). 2. Miktarı girilir. 3. Listeleme bitiş zamanı seçilir 4. "Gönder" seçeneğine tıklanır. Bybit NFT Pazarı'ndan satın alınan NFT'ler kolaylıkla listelenir.

Pek çok konuda olduğu gibi bu konuda da sektöre öncülük eden Bybit, herkesin NFT kavramını kendi kendine keşfederek öğrenebilmesi için de kılavuz niteliğinde olan Bybit Learn sayfasını açık kaynak olarak yayınlamaya, kripto camiasında bilgi üretimine destek oluyor. Bybit NFT Platformu yalnız bu imkanlarla da sınırlı değil, platformda aynı zamanda dünya genelindeki NFT meraklıları ile kolaylıkla tanışıp, topluluk üzerinden iletişime geçip kendi aralarında yatırım yapma ve girişimde bulunma imkanına erişiyorlar.



Metaverse, GameFi'nin düşüşünü tersine çevirmenin anahtarı olabilir

Son dönemde GameFi'in kullanıcı sayılarında düşüş göze çarpıyor. Huobi Global'in araştırma verilerine göre yayınladığı bültende kullanıcı sayıları, gelir kayıplarına dikkat çekilerek GameFi'in geleceği için Metaverse'in bir çıkış yolu olabileceğine değiniliyor.

GameFi için oyun bitti mi? Son zamanlarda bu soru, oynadıkça kazan (P2E) oyunlarının kasvetli performansı göz önüne alındığında, kripto ve blok zinciri topluluğu arasında akılda kalan bir soru olabilir. Bir zamanlar oyuncular NFT'ler veya nakit olarak alınabilecek oyun tokenleri ile ödüllendirerek geliştiricilerin ve oyuncuların hayal gücünü ele geçiren P2E modeli, son aylarda düşüşte görünüyor.

Arcane Research tarafından hazırlanan bir rapora göre, Axie Infinity, Decentraland ve The Sandbox gibi bir zamanlar popüler olan oynadıkça kazan oyunları için oyuncu sayıları geçen yılın Kasım ayına göre yaklaşık %96 oranında düştü. Axie Infinity'nin aylık aktif oyuncu sayısı Ocak'ta 2,7 milyondan %72 düşerek Temmuz'da 766.800'e düştü. Oyun içi token Smooth Love Potion'ın (SLP) değeri

geçen Mayıs'taki zirvesinden yaklaşık %97 düşüşle 0,004989 \$'a geriledi.

Benzer şekilde, oyuncuları dışarıda koşarken veya yürürken tokenlerle ödüllendiren, oynadıkça kazan oyunu StepN, oyuncu sayısının Mayıs ayından bu yana %75 düşerek 170.000'e düştüğünü gördü. GMT tokeni yaklaşık %80 değer kaybederek 0.90\$'a düştü.

Düşüşün arkasındaki nedenler

GameFi'nin zayıf seyretmesinde birçok faktörün bir araya gelmesi suçlanabilir. Arcane Research, genel kripto piyasası durağanlığının, metaverse ve NFT'lere yönelik azalan ilginin kuşkusuz aşağı yönlü harekete katkıda bulunduğunu belirtirken, aktif kullanıcılardaki keskin düşüşü, ödülleri aşırı vurgulayan sürdürülemez bir iş modeline bağladı. Kullanıcı güvenini daha da etkileyen diğer gelişmeler arasında Mart ayında Axie Infinity'yi etkileyen 600 milyon dolarlık bir hack ve 8.000'den fazla cüzdanı tüketen daha yakın tarihli Solana saldırısı yer aldı.

'Oynadıkça Kazan' modeline geçiş

GameFi'nin parlaklığını geri kazanmanın bir yolu, oyun oynamayı kazanımdan daha öncelikli hale getirerek temellere geri dönen oynadıkça kazan modeline geçişle iş modelinin pazar ihtiyaçlarını daha iyi karşılayacak şekilde gelişmesi olabilir. Bu, oyun içi token fiyatları düştüğünde zararına olarak ödüllere çok fazla dayanan P2E'nin yukarıda bahsedilen temellerine hitap ediyor.

Axie Infinity'nin arkasındaki geliştiriciler, oyun içi tokenler üzerinden oyun deneyimini vurgulayan Origin adlı oyunun yeni bir sürümünü yayınlamak bu trendi yakaladılar. Hazine'de 4.030 olan yeni aylık hesaplarla Temmuz'da 5.387'ye yükselen bu düşüş eğilimini tersine çevirmiş gibi görünse de jüri bunun uzun vadede kazanan bir formül olup olmadığı konusunda hala kararsız.

UniX Gaming, bir oyuncu topluluğunu teşvik eden oyunları tanıtarak oynadıkça kazan modelini de benimsiyor. Kurucusu ve CEO'su Mirko Basil'in Blockworks'e söylediği gibi: "Oyunlarda ve kriptoda en önemli odak topluluktur. Her iki endüstrinin de en büyük başarısı, çekici ve etkili topluluklar yaratmaktır."

Metaverse'e geçiş

GameFi'nin gelişimi için bir sonraki sınır, temelde sosyal etkileşimin oyunlaştırılmasıyla ilgili olan meta veri deposu gibi görünüyor. Oyunlara ev sahipliği yapan sanal dünyaların sayısının artmasıyla birlikte, meta veri deposunu internet kadar sorunsuz hale getirmek için birleştirmenin bir yolunu bulmazsak, buna karşılık gelen artan bir parçalanma riski vardır. The Sandbox ve Decentraland tarafından temsil edilen oyunlar gibi farklı sanal dünyalar arasında özgürce ve kolayca hareket edemediğiniz bir metaverse hayal edin ve dezavantajlar netleşir.

İnsanların dijital kimliklerine sahip olduğu Web3 çağında, kullanıcılar yeni deneyimlerin kilidini açmak, özel ağlara erişmek veya dijital yaratımlardan para kazanmak isteyeceklerdir. Bu nedenle, bu vizyonu gerçekleştirmenin

anahtarı birleşik bir meta veri deposudur. Muazzam küresel kullanıcı tabanı ve blok zinciri teknolojisini kullanan GameFi, birlikte çalışabilirliği teşvik ederek meta veri tabanını yalnızca birleştiremez, aynı zamanda büyütebilir.

Senaryo veya ekosistem ne olursa olsun, Huobi her zaman başarılı bir projeyi, uzun vadeli yaşam döngüsü bakış açısıyla uygulamalar oluştururken mükemmel bir kullanıcı deneyimi ve ekonomik model ile sürekli olarak uygulamalar üretebilen proje olarak tanımladı. Bu açıdan bakıldığında, kaderini tersine çevirmek için yoluna devam ederken GameFi için kesinlikle "oyun devam ediyor".

Z kuşağı kişisel avatarı ile iletişim kuruyor

Deloitte'un bu yıl 16'ncı kez yaptığı Dijital Medya Trendleri araştırması Z Kuşağı'nın yüzde 70'inin video oyunları yoluyla iletişim kurduğunu ortaya koyuyor. Ayrıca araştırma genç erkeklerin yüzde 78'inin, genç kadınların ise yüzde 73'ünün avatarlarını kendilerini ifade etmede kullandıklarını gösteriyor.

Deloitte'un bu yıl ABD, İngiltere, Almanya, Japonya ve Brezilya'da gerçekleştirdiği Dijital Medya Trendleri çalışmasının sonuçları dikkat çekiyor. Araştırma, video oyunlarının Z Kuşağı için en büyük eğlence aracı olmasının yanı sıra gençlerin sosyalleşmek ve kendilerini ifade etmek için de oyundaki avatarlarını kullandığını ortaya koyuyor.

Oyun çılgınlığını 'küresel, sosyal ve durdurulamaz' diye tanımlayan araştırmaya göre beş ülkenin tümünde Z kuşağı, video oyunlarını en sevdikleri eğlence etkinliği olarak sıralıyor. ABD'deki oyuncuların yaklaşık yarısı, oyunun diğer eğlence etkinlikleri için ayrılan zamana yayıldığını söylüyor. Araştırmaya ABD'den katılanların yüzde 80'inden fazlası sık sık veya gün içinde ara sıra oyun oynadığını,

akıllı telefon sahiplerinin yarısı ise her gün telefonda oyun oynadığını belirtiyor. Sık sık veya gün içinde ara sıra oyun oynadığını söyleyenlerin oranı İngiltere'de yüzde 75, Almanya'da yüzde 78, Brezilya'da yüzde 89, Japonya'da ise yüzde 63.

Araştırmaya katılan 14-19 yaş arasındaki Z Kuşağı gençleri, video oyunlarına para harcamaktan çekinmiyor. Bu nedenle oyun trendlerini Z Kuşağı'nın talepleri belirliyor.

Gençler, düzenli olarak video oyunu oynamanın sosyal ve duygusal açıdan faydalı olduğunu belirtiyor. Z Kuşağı gençlerinin yüzde 70'i video oyunları oynamanın iletişim kurmalarına yardımcı olduğunu söylerken bu oran Z Kuşağı'nın yetişkinlerinde yüzde 58'e düşüyor.

Sanal ve gerçek bulanıklaşıyor

Oyun deneyimleri giderek daha sofistike ve çok katmanlı hale geldikçe, gerçek ve sanal dünyalar arasındaki çizgi bulanıklaşıyor ve Metaverse evreni gençlere daha da yaklaşıyor.

Video oyunları, kullanıcıları dijital ve gerçek hayatın birleştiği, daha kişisel ve sosyal bir dijital geleceğe taşıyor. Oyuncular, oyunun diğer insanlarla bağlantıda kalmaya yaradığını ayrıca zor zamanlarda kendilerine yardımcı olduğunu belirtiyor. Araştırmaya yanıt veren Z Kuşağı erkeklerin yüzde 78'i, kadınların ise yüzde 73'ü kendilerini ifade etmek için oyundaki avatarlarını kullandığını söylüyor.

Z Kuşağı'ndaki genç erkekler haftada ortalama 12 saat oyun oynarken genç kadınlar ise ortalama 9 saat oyun oynuyor. Araştırmaya göre özellikle genç erkekler video oyunlarını sosyalleşmek ve kendini ifade etmek için önemli görüyor. Z Kuşağı genç erkeklerin yüzde 80'i video oyunları oynarken başkalarıyla iletişime geçmenin kendileri için önemli olduğunu belirtirken bu oran kadınlarda yüzde 57'ye düşüyor.

Pazarlamanın yeni evreni

Deloitte Türkiye Teknoloji, Medya ve Telekomünikasyon Lideri Metin Aslantaş, pandeminin gençleri sosyal bağlantılar kurmak ve yaşlılarıyla iletişime geçmek için video oyunlarına yönelttiğine dikkat çekti. Aslantaş şöyle konuştu:

"Gençler, kapanma ve kısıtlama dönemlerinde arkadaşlarıyla bir araya gelemedikleri için video oyun platformlarında toplandılar. Oyuncuyu yıldız yapan akıllı telefonlar, rekabetçi e-sporlar, Hollywood düzeyindeki zengin deneyimler sayesinde oyun küreselleşti ve giderek evreni genişledi. Oyun bireysel bir deneyim olarak başlasa da şu sıralar oldukça sosyal bir aktivite. Video oyunları insanlara kendilerini ifade etme, derinleşme, bağlantı kurma, stresten uzaklaşma için çıkış noktası sunuyor, oyun şirketleri de bu faydadan para kazanıyor. Sokağa çıkma kısıtlamaları ve sosyal mesafe zorunlulukları sırasında pandemi, sadece dijital dünyalarda sosyalleşmenin değerini gösterdi. Z Kuşağı'nın yön verdiği bu trend onların taleplerine göre şekillenmeye devam edecek. Reklam sektörü, en iyi oyun platformlarında toplanmış ve etkileşimde bulunan büyük, küresel kitlelere erişmek ve onları etkilemek için çalışıyor. Oyun

dünyaları daha dinamik ve özelleştirilebilir hale geldikçe oyun için reklamcılık ve marka bilinci oluşturma fırsatları daha yaratıcı hale geliyor. En çok tercih edilen sosyal oyunlar, markalı sanal ürünleri giderek daha fazla içeren sanal kıyafetler, görünüm ve hareketler sunarak daha fazla kişiselleştirmeyi destekliyor. Bu dünya, oyuncunun en sevdiği marka spor ayakkabıları giyen, her zaman hayalini kurduğu tasarımcının el çantasını kullanan avatarların olduğu bir başka dünyanın kapılarını açıyor."



Dijitalleşen moda sektöründe gençler için fırsat var

Moda sektörünün dijitalleşmesiyle birlikte 3 boyutlu tasarım programlarının kullanımı giderek yaygınlaşıyor. Sektörde 3D tasarım yapabilen tasarımcılara ihtiyaç artıyor. İstanbul Bilgi Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Evrim Büyükaslan Oosterom, bu alanda uzman gereksiniminin tasarımcı adayları için büyük bir fırsat olduğunu söylüyor.

Moda sektöründe 1980'lerden bu yana en ve yükseklik olmak üzere iki boyutlu tasarım yapmaya imkân tanıyan programlar kullanılıyordu. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte giderek popülerliği artan 3 boyutlu tasarımlarda ise derinlik de sürecin bir parçası oldu ve özellikle pandemi sürecinin hızlandırdığı dijitalleşmeyle beraber 3D tasarım önem kazandı. İstanbul Bilgi Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Evrim Büyükaslan Oosterom, sektörde 3D tasarım programları kullanabilecek yetkinliğe sahip çalışan eksikliğinin, tasarımcı adayları için büyük bir fırsat olduğunu dile getirdi.

Markalar 3D tasarım bilen tasarımcı bulmakta zorlanıyor

Son dönemde dijital defileler, metaverse, NFT akımları gibi teknolojik gelişmeler de 3D alanında donanım sahibi uzman gereksinimini daha da artırdı. Moda sektöründe bir kırılma noktasının yaşandığını söyleyen Büyükaslan Oosterom, "İki boyutlu tasarım programları artık neredeyse herkes tarafından kullanılıyor. Sektörün ihtiyacı olan 3D programları kullanabilen tasarımcı sayısı ise henüz çok yetersiz. Giderek büyüyen moda sektöründe bu alanda yetişmiş işgücü ihtiyacı artıyor ve markalar uzman bulmakta zorluk çekiyor. Moda sektörü önü açık bir sektör ve tasarımcı adaylarının bu fırsatı geç olmadan görmesi gerekiyor" açıklamasında bulundu.

'3D tasarım programları numune ihtiyacını azaltıyor'

Kıyafetlerin kalıplarının oluşturulduğu 3D modelleme programları, vücut ölçülerinin istenildiği gibi değiştirildiği 3 boyutlu mankenler üzerinde kıyafetin simülasyonunu

görmeye olanak tanıyor. Tasarımların farklı renk, kumaş, aksesuar seçeneklerini de saniyeler içinde mankenler üzerinde görme imkânı tanıyan bu programlar, bu sayede numune üretimine gereksinimi ve tasarımda karar verme sürecini azaltıyor.

Dijital dosya transferi yapmanın bir numuneyi kargolamaktan çok daha kolay, ucuz ve hızlı olduğunu söyleyen Büyükaslan Oosterom, birçok büyük moda markasının üreticilerine 3D tasarım programlarını kullanma zorunluluğu getirdiğinin altını çizdi.

3D tasarım yetkinliği uluslararası kapıları aralıyor

Türkiye'de moda tasarımı ve tekstil eğitiminde 3D tasarım programlarına henüz yeterince yer verilmediğini söyleyen Büyükaslan Oosterom, Amerika ve Avrupa'da da benzer sorunların görülmesine rağmen adaptasyonun daha hızlı olduğunu belirtti.

Büyükaslan Oosterom, "Üniversitemiz, 3D tasarım anlamında yalnızca Türkiye'de değil dünyada da öncü okullardan biri. 2019 yılından beri müfredatımıza 3D kıyafet tasarımı dersini ekledik. Her yıl dersin içeriğini daha da geliştirebilmek için üç boyutlu tasarım programlarındaki güncellemeleri ve bu alanda yürütülen akademik çalışmaları da yakından takip ediyoruz. Öğrencilerimize 3D tasarım bilmenin önemini kavratmaya çalışıyoruz. Zaten moda markalarının da ihtiyaçları bu yönde. Bu alanda yetkinleşmiş mezunlar, 3D tasarımcı olarak iş bulabilecekleri gibi bu uluslararası firmalarla serbest çalışabilir; uzaktan çalışmanın yaygınlaştığı günümüzde New York'taki bir tasarım ofisine Türkiye'den tasarım yapıp tasarımlarını dijital olarak saniyeler içerisinde gönderebilirler" dedi.



Blockchain dünyasının ilk holdingi Bitci'den

Bitci, kurumsallaşma yolunda bir adım daha atarak holdingleşti. Blockchain, Kripto Alım Satım Platformu, NFT, Metaverse ve gaming şirketleri 'Bitci Holding' çatısı altında birleşti.

Bitci, kurumsallaşma yolunda bir adım daha atarak holdingleşti. Bitci Teknoloji ile yeni kurulan Bitci NFT, Bitci Gaming ve Bitci Borsa şirketleri 'Bitci Holding' çatısı altında birleşti.

Blockchain teknolojilerini araştırma ve geliştirme amacıyla 2018 yılında Bodrum'da kurulan Bitci Teknoloji A.Ş., 'Bitci Holding A.Ş.' adıyla holdingleşti. İnşaat, enerji, turizm, perakende kadar geniş bir yelpazede şirketlere kullanıcı dostu blockchain temelli çözümler üreten Bitci Teknoloji ile kuruluş aşaması yeni tamamlanan Bitci NFT, Bitci Gaming ve Bitci Borsa şirketleri Bitci Holding bünyesinde tek çatı altında bir araya geldi.

Türkiye'nin ilk blok zinciri ağı ile Türkiye'nin ilk kripto parası Bitcicoin'i hayata

geçiren ve global iş birlikleriyle dünyanın en büyük fan token platformu olan Bitci, yeni yapılanmayla birlikte Metaverse, NFT ve Web3 Gaming'te de benzer başarılarla imza atacak.

Holding sermayesini 800 milyon TL'ye yükseltecek

Holdingleşme ile birlikte organizasyon ve finansal yapısını güçlendiren Bitci, önümüzdeki dönemde Türkiye ve dünyadaki dev firmalarla iş birliğine hız verecek. Bitci Holding, önümüzdeki dönemde kayıtlı sermayesini 800 milyon TL'ye yükseltecek.

"Blockchain teknolojisinin öncüsü olacağız"

Türkiye'yi ve Bodrum'u dünyanın sayılı blockchain teknolojileri merkezi haline getirmek hedefiyle 2018 yılında yola çıktılarını kaydeden Bitci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Çağdaş Çağlar, holdingleşme kararı ile Bitci'nin teknoloji dünyasında güçlü bir yer edineceğini belirterek,

holding bünyesindeki her bir iş kolunun global hedeflerle ayrı ayrı yoluna emin adımlarla devam edeceğini dile getirdi.

Bugün yeni bir aşamaya geldiklerinin altını çizen Çağdaş Çağlar, "2018'ten bu yana, her adımda çıtayı daha da yükselterek belli bir noktaya ulaştırdığımız faaliyetlerimizde bugün, önümüze yeni ve daha büyük hedefler koyduk" dedi. Bitci tarafından bugüne kadar üretilen çözüm ve uygulamaların şirketleri blockchain temelli dijital dünyaya taşıdığına dikkat çeken Çağlar, "Holdingleşmeyle oluşacak bu yeni enerjiyi, gücü ve dinamizmi de hızla değişen dünyanın blockchain teknolojileri öncüsü olmak için harcayacağız. Bu kapsamda önümüzdeki dönemde ulusal ve uluslararası nitelikte önemli proje ve iş birliklerimizi de kamuoyuyla paylaşacağız" diye konuştu.



6 ayda 6,4 milyar TL kombine yatırım

2022 yılının ilk yarısına ilişkin finansal sonuçlarını açıklayan Sabancı Holding, ilk 6 aylık dönemde kombine satışlarını yüzde 162 artışla 165 milyar TL seviyesine yükseltti. Aynı dönemde 6,4 milyar TL kombine yatırım yapan Sabancı Holding'in altı aylık konsolide net kârı ise 16,3 milyar TL oldu.

Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Sabancı Holding CEO'su Cenk Alper, "Sabancı Topluluğu olarak, küresel çapta yaşanan belirsizlikler ve bu belirsizliklerin getirdiği zorlu koşullara rağmen, sürdürülebilirlik ve dijitalleşmeyi pusula kabul ederek yolumuza güçlü bir şekilde devam ediyoruz. Fiziki sınırların her geçen gün ortadan kalktığı dünyada, ortaya koyduğumuz 'yeni ekonomi' odaklı büyüme stratejimiz, "Dünya'nın Sabancı'sı" yaklaşımımızın en önemli itici gücü konusunda" ifadelerini kullandı.

"YENİ EKONOMİ ODAĞIMIZLA DİJİTAL YATIRIMLARIMIZA DEVAM ETTİK"

Yeni ekonomi odaklı büyüme stratejilerinin vazgeçilmez unsuru olan dijital teknolojiler

alanında 2022 yılında önemli yatırımları hayata geçirdiklerini söyleyen Cenk Alper, "Siber güvenlik alanında özellikle operasyonel teknolojiler konusunda dünyanın önde gelen startuplarından birisi olan Radiflow ve veri odaklı dijital pazarlama alanında faaliyet gösteren SEM şirketlerine yatırımlarımızı gerçekleştirdik. Öte yandan Sabancı Holding Kurumsal Girişim Sermayesi Fonu aracılığıyla, bulut teknolojileri şirketi Bulutistan ve yapay zekâ odaklı akıllı asistan hizmetleri konusunda uzmanlaşmış Zack.ai ile son olarak dijital sağlık alanında yapay zekâ tabanlı hastalık yönetimi ve tele sağlık hizmeti platformu geliştiren Albert Health'e yatırımımızı da geçtiğimiz aylarda tamamladık. Diğer yandan SabancıDx ve Sabancı Üniversitesi, veri odağıyla ürünleşme ve globalleşme amacıyla kurdukları Mükemmeliyet Merkezi ile dijital dönüşümde liderliğimizi daha da pekiştirmemize destek olacak" dedi.

Enerji ve iklim teknolojileri, malzeme teknolojileri ve dijital teknolojilerin oluşturduğu 'yeni ekonomi'nin, yatırımları ve

gelirleri içerisindeki payının her geçen gün arttığını belirten Cenk Alper, şöyle devam etti: "Sanayi Grubu şirketimiz Kordsa, malzeme teknolojilerinin Avrupa'daki en güçlü temsilcileri arasında yer alan Microtex Composites şirketinin çoğunluk hisselerini satın aldı. Brisa aracılığıyla gerçekleştirdiğimiz Arvento satın almasının tamamlanmasıyla birlikte Topluluk şirketlerimiz arasında sinerji çalışmalarına başladık, veriden değer yaratma odağımızı pekiştirdik. Yapı Malzemeleri iş kolumuzda, Çimsa'nın büyüme ve katma değerli ürün gamını genişletme hedefleri doğrultusunda Mersin fabrikamızda toplam 45 milyon dolarlık CAC (Kalsiyum Alüminat Çimento) kapasite artırımı yatırımı için harekete geçtik. Enerji iş kolumuzda Enerjisa, Eşarj şirketi ile Türkiye'nin en büyük ve en hızlı elektrikli şarj istasyon ağını 300 milyon TL yatırım ile ikiye katlayacak. Yenilenebilir enerji üretimi konusunda çalışmalarımıza devam ediyoruz. 2025 yılında 565 MW'lık yatırımın tamamlanması ile birlikte, yenilenebilir enerjinin, toplam enerji üretimindeki hali hazırda %44 olan payı %51'e ulaşacak. Bu kapsamda, Türkiye'de, önümüzdeki dört yılda yapılacak her üç rüzgâr ve güneş santralinden birini Enerjisa Üretim gerçekleştirecek. Bununla birlikte, Topluluğumuz bünyesindeki sürdürülebilirlik uygulamalarının kapsamını da her geçen gün genişletiyoruz. Topluluğumuzda yenilenebilir enerji kaynaklı elektrik kullanımı son dönemde %116 arttı. Uluslararası rating ajansı Refinitiv'de dünya genelinde 60 yatırım holdingi içinde ÇSY puanlamasında birinci olduk."

Sabancı Topluluğu bünyesinde yatırımlarına devam ederken, Türkiye ekonomisine desteklerini de aralıksız sürdürdüklerini vurgulayan Cenk Alper sözlerine şöyle devam etti: "Akbank, 2022'nin ilk yarısında ekonomimize sağladığı kredi desteğini, 517 milyar TL'si nakdi olmak üzere, toplam 639 milyar TL seviyesine çıkardı. Aksigorta'da ise 1 milyar TL'lik

sermaye artırımı kararıyla bir yandan şirketimizin bilanço yapısını daha da güçlendirirken diğer yandan da Türkiye ekonomisi ve sigortacılık sektörüne olan güvenimizi pekiştirdik."



Daha Akıllı Bir Yaşam ve Sürdürülebilir Bir Gelecek

Avrupa'nın en büyük tüketici elektroniği fuarı IFA 2022'de kullanıcılara teknoloji ve inovasyon odağında tasarladığı en yeni ürünlerini tanıtan Samsung, daha özelleştirilmiş deneyimler için Akıllı ve Erişilebilir Ekosistemini öne çıkararak müşterilerin kendi dünyalarının kontrolünü ele almalarını sağlıyor.

Teknoloji devi Samsung, dünyanın önde gelen tüketici elektroniği fuarlarından Berlin'de gerçekleştirilen IFA 2022'de daha akıllı bir yaşam ve sürdürülebilir bir gelecek vizyonunu bir kez daha ortaya koydu. IFA 2022 çerçevesinde bir basın toplantısı düzenleyen Samsung, ürün kategorilerinde bağlanabilirlik, kişiselleştirilebilirlik ve sürdürülebilirlik için yeni olasılıkların kilidini açan yenilenmiş SmartThings'in altını çizdi.

Samsung'un IFA 2022'de sergilediği yenilikçi teknolojilerle ilgili değerlendirmede bulunan Samsung Electronics Türkiye Tüketici Elektroniği Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Mert Gürsoy, şunları söyledi: Çevreyi korumak, daha sağlıklı yaşam tarzlarını desteklemek ve her günü daha eğlenceli hale

getirmek için akıllı ve bağlantılı bir cihaz ekosistemi yaratıyoruz. Bunun yanında kişiselleştirmenin ön planda tutulduğu Bespoke gibi ürünlerimiz ile cihazların kullanım ömürlerini modüler bir yaklaşımla uzatıyoruz. Bunu destekler nitelikte ürünlerin dijital inverter garantisini 20 yıla kadar uzatarak tüketicilerin ürünlerini uzun yıllar sorunsuz ve güvenle kullanmalarına olanak sunuyoruz.

Ürünlerin geliştirilmesi sırasında sürdürülebilirlik esaslı üretim alışkanlıklarının tasarım süreçlerinin temelini oluşturduğunu belirten Gürsoy, bu noktada Samsung Mobil iş biriminin üretim sürecinde kullandığı atık balıkçı ağıları sayesinde 2022 yılı sonuna kadar 50 tona yakın atığın doğaya karışmasına engel olmayı hedeflediğini belirtti.

Daha sürdürülebilir bir eğlence için ise Samsung, Wi-Fi yönlendiriciler gibi cihazlardan gelen ışık ve radyo frekanslarına maruz kalarak şarj olan SolarCell Remote'u tanıttı. Samsung, bu tasarımla yedi yıl içinde 200 milyondan fazla pilin çöpe gitmesini engelleyebileceğini öngörüyor. Bu yıl Samsung, diğer üreticilerin de daha sürdürülebilir olabilmesi için bu tasarımın lisansını halka açıyor.

Son olarak yapay zeka ve bağlantılı teknolojiler ile enerji tüketiminde optimizasyon sağladıklarını vurgulayan Gürsoy; "Örneğin AI Eco Bubble çamaşır makineleri çamaşırların kirlilik seviyesini analiz ederek %74'e kadar deterjan tasarrufu sağlıyor." dedi.

SmartThings ile Bağlantılı Yaşamın Yeni Sınırı

Samsung, SmartThings'i ürün kategorilerine entegre ederek kullanıcıların çevrelerini istedikleri gibi kontrol etmelerini ve dönüştürmelerini sağlayan benzersiz bir çoklu cihaz deneyimi yarattı. SmartThings, tüketicilere Samsung cihazlarından ve hali hazırda sahip olabilecekleri üçüncü taraf ürünlerinden en iyi şekilde yararlanmaları için güç veriyor ve bağlantı seçeneklerini basitleştiriyor. SmartThings, her günün en verimli, üretken ve rahat şekilde yaşanmasına izin vererek, kullanıcıların kendileri için en önemli olan şeylere odaklanmalarına daha fazla zaman tanıyor.

Televizyonda üst segment ürünler ve bağlanabilirlik ile gelen değişim

SmartThings ev içinde yaşamı kolaylaştırırken, televizyonlar da SmartThings'in ev içindeki kontrol rolünü artırıyor. Daha önce ortaya koyulan vizyon ile %100 bağlanabilir ürün gamına sahip olan Samsung televizyon kategorisinde dünyada 16 yıldır, Türkiye'de ise 6 yıldır liderliğini sürdürüyor. 2022 yılında ise toplam pazarda ilk 6 ay sonuçlarına göre %29,2 pazar payı ile bu liderliğini sürdürüyor.

Yenilik ve sürekli gelişim anlayışıyla tasarlanan yüksek teknoloji Samsung TV'ler, tüketicilerin artan ihtiyaçlarını karşılamak için SmartThings ve ilişkili akıllı özelliklerinin yanında, tasarım ve görüntü kalitesi anlamında da çığır açmaya devam ediyor. Bu bağlamda IFA 2022 Fuarı'nda Nöral Quantum İşlemcili Neo QLED 8K TVler öne çıktı.

Türkiye pazarına bakıldığında üst seviye ürünlere tüketicilerin ilgisinin yoğun olduğu görülüyor. Büyük ekran kategorileri 75" ve üstü ile 55" ve üstü segmentleri sırasıyla

%85 ve %22 büyümeye kaydederken Samsung her iki kategoride %71 ve %40 pazar payları ile liderliğini sergiliyor. Bunun yanında yine önemli bir pazar kategorisi olan ve üst seviye ürünleri tanımlayan 1500 USD ve üstü satış bedeline sahip ürünlere ilişkin pazarda %28 büyümeye yaşanırken Samsung %67'lik pazar payı ile lider konumunda bulunuyor.

Beyaz eşyada yeni bir yaklaşım: 'Bespoke Home' konsepti

Samsung'un IFA 2022'de sergilediği, kişiselleştirilebilir tasarım özelliklerine sahip ve birbirleriyle bağlantılı 'Bespoke Home' konsepti, 2022'de yeni ürün ve renk grubunu içerecek şekilde genişliyor. Sezgisel özellikleriyle dikkat çeken yeni Bespoke serisindeki yapay zekâ (AI) destekli çamaşır ve kurutma makineleri ile yapay zekâ (AI) destekli fırın ve Infinite Line ürünlerinden oluşan yeni koleksiyon mutfak, çamaşır ve ev işleri için sürdürülebilir, akıllı ve tasarım odaklı üst düzey bir performans sunuyor. Berlin'de sergilenen bir diğer Samsung teknolojisi olan 'Home Hub' özelliği ise kullanıcıların yapay zekâ (AI) destekli tüm ev aletlerini tek bir merkeze entegre etmesine imkan tanıyor. Kullanıcılar, bu sayede 'SmartThings' destekli tüm cihazlarını bir tablet aracılığıyla istedikleri her an, her yerden yönetebiliyor. 'SmartThings' Hub yazılımı, 2022 itibarıyla Samsung TV modellerine ve 'Family Hub' buzdolaplarına da entegre edilecek.

Beyaz eşya sektöründe Samsung'un Türkiye'deki pozisyonuna ilişkin Mert Gürsoy; "Geliştirdiğimiz üstün teknoloji ve pazara sunduğumuz yenilikçi modeller ile birlikte 4 kapılı buzdolabı ürünlerinde pazar payımız %69'a ulaştı. Aynı şekilde gardırop tipi buzdolaplarında ise pazar payımız geçen yılın aynı dönemine göre 37 puan artarak %61'e ulaştı. Çamaşır makineleri, yıkama kurutma segmentinde ise pazar payımızı bir önceki yıla göre geliştirerek %45'e taşıyarak pazar liderliğimizi pekiştirdik. Ayrıca Space Max teknolojisi sayesinde standart boyutu koruyarak 11 kg yıkama yapabilen çamaşır makinelerini pazara sunduk. Amacımız yeni geliştirdiğimiz bu teknoloji sayesinde kısa sürede

10kg ve üzeri segmentte pazar liderliği elde etmek.” dedi.

Tüketicilerin Daha Sürdürülebilir Yaşamalarına Yardımcı Oluyor

Mükemmel bir sürdürülebilir yaşam deneyimi yaratmak ve 1 numaralı enerji verimliliği markası olmak için çalışan Samsung, SmartThings tabanlı bağlantıyı, beyaz eşya ürünlerinde yerleşik enerji verimliliğiyle birleştiriyor. Tüketiciler kullanım alışkanlıklarını takip eden ve gerçek zamanlı veriler sağlayan SmartThings Energy'nin yardımıyla, nasıl enerji tükettiklerini anlamalarını kolaylaştıran eko-bilinçli kararlar alma özelliğine erişebiliyor. 2023 yılına kadar Samsung'un başlıca ev aletlerinin %100'ü Wi-Fi özellikli olacak. Ayrıca SmartThings Energy hizmetini sunarak tüketicilerin enerji kullanımını sürekli ve kolayca azaltmalarına olanak tanıyacak. Dahası, Samsung cihazları ekstra %10 enerji tasarrufu sağlayarak mevcut en yüksek enerji derecesinin ötesine geçecek.

SmartThings Energy tarafından önerilen sürdürülebilir çözümleri kullanan ve bu çözümleri

AI Enerji Modu gibi sezgisel özelliklerin yardımıyla uygulayan kullanıcılar, uyumlu akıllı cihazları enerji tasarrufu moduna geçirerek evdeki tüketimi düşürebilecek. Bespoke AI™ Çamaşır makinası, sahip olduğu deterjanı hızlı bir şekilde çamaşırlar tarafından emilen baloncuklara dönüştüren AI Ecobubble™ teknolojisiyle enerji kullanımını %70'e kadar azaltırken aynı düzeyde temizlik sağlıyor. Kullanıcılar ayrıca optimum su ve deterjan seviyelerini belirleyen, ardından ısıtma, durulama ve sıkma sürelerini ayarlayan AI Wash Cycle ile enerji israfını da azaltabiliyor.

Çamaşır makinası ve kurutuculardaki Dijital Inverter Motor ve buzdolaplarındaki Dijital Inverter Kompresör, 20 yıl boyunca Samsung'un sunduğu en geniş yelpazeli garanti kapsamını sunuyor ve müşterilere cihazlarının yakın zamanda değiştirilmesine gerek olmayacağını vurguluyor.

Samsung ayrıca okyanusa bağlı plastikleri yeniden kullanarak daha temiz bir çevreye katkıda bulunuyor. Şirket, Galaxy Z Flip4, Z Fold4 ve Buds2 Pro dahil olmak üzere mobil ürünlerde kullanılmak üzere yeni bir malzeme oluşturmak için atılan balık ağlarını yeniden tasarlıyor. 2022'nin sonunda Samsung, 50 tondan fazla



plastığın dünya okyanuslarına atılmasını önlenmesini hedefliyor.

Samsung ayrıca çeşitli ortaklıklar aracılığıyla Avrupa genelinde Net Zero evleri yaratmayı hedefliyor. Q CELLS ile şirket, güneş enerjisinden yararlanmanın yollarını araştırıyor. AB'nin önde gelen konut inverter markası SMA ile Samsung, SmartThings Energy'ye daha fazla güneş paneli bağlamayı amaçlıyor. Samsung ayrıca ABB gibi küresel bina, ev otomasyonu ve EV markalı şarj cihazı üreticileriyle iş birliği yapıyor.

Sağlığınızı her yerde desteklemek mümkün

Samsung sağlıklı yaşama adanmışlığını bu alana odaklanan ürün gamıyla ortaya konuyor. SmartThings hava kalitesi kontrolünden sağlıklı yemek pişirmeye, hatta ev hayvanlarının bakımına kadar evdeki herkesin sağlığının korunması için birçok yol sunuyor. SmartThings Home Life; SmartThings yemek, giysi bakımı, hayvan bakımı, hava bakımı ve enerji gibi tüm SmartThings cihazları akıllı

telefonlardan yönetilebilen, tek bir merkezde topluyor. Bu sayede kullanıcılar evlerinde ki çeşitli cihazları her yerden yönetebiliyor. Ancak SmartThings sadece ev aletlerini değil Galaxy Watch5 gibi Galaxy ailesinin son ürünlerini de kapsıyor.

Samsung'un çığır açan BioActive sensörü, kullanıcılara nerede olurlarsa olsunlar Galaxy giyilebilir ürünleri ile bedenlerini pek çok farklı açıdan tarayarak sağlıklarını bütüncül olarak gözlemleyebilmeleri için bilgiler iletiyor. Kullanıcılar ayrıca uykularını takip ederek kendilerine özel uyku koçluğuna erişebiliyor. Bunun yanında SmartThings'le kullanıcılara, ister yatmadan önce kendine özel uyuma ortamı, ister gün içinde optimum TV izleme ortamı yaratmak için evdeki ışık, klima, televizyon gibi cihazları kendi tercihlerine göre ayarlayabilme olanağı sunuluyor.

Herkes için kişiselleştirilmiş eğlence ve oyun deneyimi

SmartThings ile her gün çok eğlenceli. Samsung sunduğu yeni ürünlerle izleme ve gaming



için herkese yeni imkanlar sunuyor. Kullanıcılara duvar boyu MICRO LED'den, büyük ekran Neo QLED 8K ve taşınabilir Freestyle'a kadar pek çok görüntüleme seçeneği sunuluyor. Samsung'un 2022 The Frame modelleri ışık durumundan bağımsız olarak daha az yansıma ve gerçekçi görüntü kalitesi sunan mat görüntü özelliğiyle geliyor.

Samsung'da oyuncular için de pek çok seçenek bulunuyor. The Odyssey Ark, 1000R kavisli tasarımıyla kullanıcıları çevreleyerek daha geniş görüş açısı sağlayan eşi olmayan bir tecrübe yaşıyor. Akıllı monitörler aynı monitörü hem oyun hem iş için kullanmak isteyen kişilere esneklik sağlarken, The Odyssey Neo G8 ise profesyonel oyuncular için mükemmel olanaklar sunuyor.

Galaxy Z Fold4, cebe sığan bir cihazda ekran boyutunu ikiye katlayabiliyor, bu da mobil oyun için ideal bir seçim olmasını sağlıyor. Geçen yıla oranla Avrupa'da iki kat ürün satışı yapmasıyla, Samsung katlanabilir cihazlar artık ana akım haline geldi. Önceki jenerasyonlara göre daha geniş imkanlar sağlayan yeni yazılımı sayesinde Z Fold4, Flip4 ve

Watch5 ile Samsung en son inovasyonları artık daha fazla kullanıcıya ulaştırıyor.

Açık iş birlikleriyle daha iyi tecrübe

Açıklık ve iş birliği Samsung felsefesinin en önemli unsurlarından. Samsung, bu çerçevede kullanıcılara benzersiz tecrübeler sunmak için teknoloji ve eğlence alanındaki en büyük isimlerle iş birliği yaptı. 2022 yılı içinde Xbox Game Pass, NVIDIA GeForce Now, Google Stadia, Utomik ve Amazon Luna'yı (Sadece ABD) da içinde barındıran bulut oyunlarını keşfetmek ve oynamak için bir merkez görevi üstlenen Gaming Hub'ı duyurdu. Gaming Hub evinde oyun konsolu olmayan kişileri de potansiyel oyuncu haline getirerek oyuncu topluluklarına yepyeni bir grubu dahil ediyor ve bu hobiye hiç olmadığı kadar erişilebilir kılıyor.

Samsung, ayrıca Galaxy akıllı telefonlar ve tabletlerde gelişmiş müzik deneyimi sunabilmek için Philips Hue ile de iş birliği yaptı.

Kullanıcılar bu cihazlardan müzik dinlerken, evlerindeki Hue ışıklar çalan şarkıyla uyumlu şekilde otomatik olarak renk değiştirebiliyor



ya da SmartThings müzik senkronizasyonu ile parlaklığı azaltabiliyor.

Filmlerden, oyunlara oyunlardan müziğe Samsung eğlencenin geliştikçe daha heyecan verici olduğunu anlıyor. Bu çerçevede Samsung şu an içerik üreticilerinin en dinamik mecrası olan TikTok ile yeni bir iş birliği gerçekleştirdi. Samsung ve TikTok en etkili müzik üreticilerini bulmak ve onlara sundukları olanaklarla kariyerlerini oluşturmak için beraber çalışıyor. Samsung SmartThings ile sadece cihaz erişilebilirliğini artırmayı hedeflemiyor, SmartThings ile sağlıklı yaşam, daha çok eğlence ve daha sürdürülebilir hayat tarzları için yeni tecrübelerle olanak sunuyor. Ama bu sadece başlangıç: 200'ün üzerinde marka ve 230 Milyon'dan fazla kayıtlı kullanıcı ile daha akıllı bir hayat için ihtimaller sınırsız.

Sürdürülebilir değişim için inovasyon çağrısı

Arçelik, Beko ve Grundig markalarıyla Almanya'nın Berlin kentinde düzenlenen, Avrupa'nın en büyük tüketici elektroniği fuarı olarak kabul edilen IFA'da en yeni teknolojilere sahip ürünlerini tanıtıyor. Fuarın ilham veren konuşmacıları arasında yer alan Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, "insanlığın refah seviyesi artarken gezegenin fakirleşmesi" üzerine yaptığı konuşmasında; gezegenimizi, ekonomik büyüme ve bunun sonucu olarak artan çevresel tahribat denkleminin olumsuz etkilerinden koruyabilmek için şirketleri sürdürülebilir inovasyona öncelik verme-ye davet etti.

Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, "Gezegelimiz iklim aciliyeti ile karşı karşıya. İklim krizi ile mücadelede sektörümüzün verimlilik odaklı sürdürülebilir inovasyona öncelik vererek büyük fark yaratabileceğine inanıyorum. Arçelik olarak, global ayak izimizi uluslararası gündemde iklim krizine yer açmak; Ar-Ge gücümüzü ise tüketicilerimizin yaşamlarını iyileştirirken doğaya zarar vermeyen teknolojiler geliştirmek için kullanıyoruz. Son birkaç ayda dünyanın hemen her yerinde can ve

mal kayıplarına neden olan sel, kuraklık gibi felaketler artık iklim krizine karşı sorumluluk alma zamanının geldiğini gösteriyor. Bugün sürdürülebilirlik konusunda atacağımız her adım; doğaya zarar vermeden özgürce gelişebileceğimiz yaşanabilir bir geleceğin güvence altına alınması demek" dedi.

Arçelik, Avrupa ev aletleri sektörünün en önemli markalarından Beko ve Grundig ile IFA 2022'de en yeni teknolojilerini sergiliyor. Sürdürülebilirliği tüm global organizasyonunda bir iş modeli olarak konumlandıran Arçelik'in CEO'su Hakan Bulgurlu, Avrupa'nın en büyük tüketici fuarı IFA'da "insanlığın refah seviyesi artarken gezegenin fakirleşmesi" üzerine yaptığı konuşmasında iklim değişikliğiyle mücadele konusunda sektöre acil eylem planı çağrısında bulundu. Bulgurlu, konuşmasında Arçelik'in hane halklarına su tasarrufu sağlamak ve israfı azaltmak üzere tasarladığı SaveWater teknolojisini de anlattı.

Dünyanın karşı karşıya olduğu zorluklardan bahseden Hakan Bulgurlu, "Bir yandan inovasyon ve teknoloji hayatlarımızı kolaylaştırırken diğer yandan mevcut ekonomik model

daha fazla tüketime yol açıyor. Aşırı tüketim eğilimi ise ekosistemi olumsuz etkiliyor. Bu paradoksun içinden sürdürülebilir inovasyon ile doğru dengenin kurulmasını sağlayarak ve bugün mücadele ettiğimiz çevre sorunlarına teknolojik çözümler getirerek çıkabileceğimize inanıyorum" dedi.

Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu: Gezegelimiz iklim aciliyeti ile karşı karşıya

Arçelik'in iddialı iklim hedeflerine ulaşmak için kararlı adımlar attığını belirten Bulgurlu, 2050 yılında net sıfır emisyon hedefinin soyut bir kavram değil, gezegendeki her canlının yaşamını doğrudan ilgilendiren bir konu olduğunu ifade etti ve sözlerini şöyle sürdürdü: "Gezegelimiz, iklim krizine karşı bir dönüm noktasında. İnsanlığın dünya tarihinde bizi, 'harekete geçenler' ya da 'duyarsız kalanlar' olarak tanımlayacağı bir kavşaktayız. Böyle

kritik bir dönemde, sürdürülebilirlik yalnızca bir maliyet unsuru değil, zorunlu bir iş modeli olarak görülmeli. Sektörümüzün sürdürülebilir inovasyona odaklanması, enerji, su ve çevre konularında gerçek anlamda fark yaratan teknolojiler geliştirmeye öncelik vermesi oldukça önemli."

İklim değişikliği ile ilgili durumun ciddiyetine değinen Bulgurlu "Farkındalık yaratma dönemini geride bıraktık; artık iklim krizi ile mücadelede sorumluluk alma zamanı. Bugün sürdürülebilirlik konusunda atacağımız her adım; doğaya zarar vermeden özgürce gelişebileceğimiz yaşanabilir bir geleceğin güvence altına alınması demek" şeklinde konuştu.

Konuşmasında 1,5°C hedefine de vurgu yapan Hakan Bulgurlu, dünyanın 1,5°C hedefine ulaşabilmesi için atması gereken öncelikli adımlar olarak temiz enerjiye geçiş, düzenlenmeye tabi şeffaf karbon piyasalarının





geliştirilmesi ve 2050 yılına kadar kömürün aşamalı olarak kullanımdan kaldırılmasının da altını çizdi.

Hakan Bulgurlu: Arçelik olarak, Ar-Ge gücümüzü tüketicilerimizin yaşamlarını iyileştirirken doğaya zarar vermeyen teknolojiler geliştirmek için kullanıyoruz

Fuarda ayrıca Arçelik'in yeni teknolojisi SaveWater da tanıtıldı. İlk kez IFA Berlin'de özel olarak tanıtılan bulaşık makinesi ve çamaşır kurutma makinesi-çamaşır makinesi çiftinde kullanılan yeni SaveWater teknolojisi, evlerde suyun daha verimli kullanılmasına yardımcı olmak ve aynı zamanda mükemmel temizlik sağlamak üzere tasarlandı.

SaveWater teknolojisi hakkında konuşan Hakan Bulgurlu "Arçelik olarak, global ayak izimizi uluslararası gündemde iklim krizine yer açmak; Ar-Ge gücümüzü ise tüketicilerimizin yaşamlarını iyileştirirken doğaya zarar vermeyen teknolojiler geliştirmek için kullanıyoruz. SaveWater ürün grubu, dünyanın en sürdürülebilir şirketi olma ve dünyanın dört bir yanında insanlara fayda sağlayacak

yenilikçi teknolojileri benimseme hedefimizi ortaya koyuyor" dedi.

Bulaşık makinelerinin gelişmiş teknolojisi, döngüdeki son durulama suyunu bir sonraki yıkamanın başında kullanılmak üzere değerlendiriyor. Çamaşır kurutma makinelerindeki SaveWater teknolojisi, yük başına 5,2 litreye kadar su tasarrufu sağlarken, bulaşık makinesi 16 kişilik yükleme kapasiteli tam bir yükü yıkamak için yalnızca 6,9 litre su kullanıyor ve Beko serisindeki en düşük su tüketimini sunarken her yıkamada 2,6 litre su tasarrufu sağlıyor. Beko'nun su verimliliğini gözeterek geliştirdiği yeni SaveWater serisi, her döngüde toplam 7,8 litreye kadar suyu kullanıcılara ve ekosisteme geri veriyor.

Arçelik son 12 yılda yaklaşık 2,7 milyon hanenin günlük tüketimine denk su tasarrufu sağladı

Arçelik kaynak verimli yenilikleri desteklemenin yanı sıra su risklerini belirlemek ve verimliliği artırmak için kendi üretim operasyonlarında da en son teknolojilerden yararlanıyor. Şirket, son 12 yılda Türkiye'de yaklaşık 2,7

milyon hanenin günlük su tüketimine denk gelen 2,17 milyon metreküp suyun tasarruf edilmesini sağladı. Sürdürülebilir su yönetimini teşvik etmek ve yerel toplulukların da katılımını sağlamak için hem küresel hem de yerel ortaklarla iş birliği yapan Arçelik, bu yıl yerel toplulukları güçlendirmek ve su ve sanitasyon çözümleri sağlamak için kalıcı bir etki yaratmak amacıyla Kenya'daki suya erişim projelerini finanse etmek için water.org ile bir çalışma başlattı.

%100 geri dönüştürülmüş ve geri dönüştürülebilir ürün ambalajları

Arçelik, kaynak verimliliğinden atık yönetimi ve geri dönüşüme kadar pek çok alanda yeni çalışmalar geliştiriyor. Çevre dostu ambalaj alternatiflerini de kapsayan bu çalışmalarla Arçelik 2021 yılında ocak, davlumbaz, küçük ev aletleri ve tüketici elektroniği kategorilerinde EPS yerine 324 ton %100 geri dönüştürülmüş ve geri dönüştürülebilir karton ile 40 ton şekillendirilmiş selüloz kullandı. Şirket dünya çapında EPS içermeyen ambalajlarla büyük bir ev aletleri serisi sunan ilk ev aletleri üreticisi olma unvanının da sahibi. Bu geniş kapsamlı taahhütler ve eylemler, Arçelik'e üst üste üçüncü kez Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan ilk ve tek Türk üretici olmak ve FTSE4Good ve BIST Endeksleri'nde yer alması gibi önemli global ve sektörel başarılar getirdi.





Dünya genelinde IoT standartlarının oluşmasına destek

Türkiye'nin teknoloji devi Vestel, IFA 2022'de Yönetim Kurulunda bulunduğu Home Connectivity Alliance (HCA) oturumuna katıldı. Dünya genelinde önemli teknoloji markalarının yer aldığı etkinlikte akıllı ev sistemleri üzerine geleceğin teknolojileri konuşuldu.

Herkes için daha akıllı yaşam

Vestel adına HCA oturumunda konuşan Vestel CEO'su Turan Erdoğan: "Vestel olarak perspektifimiz 'herkes için akıllı yaşam'. Bu perspektifle geliştirdiğimiz uzun ömürlü cihazlar, TV'ler, HVAC sistemleri ve akıllı ev teknolojilerinin sadece akıllı televizyonlarla değil, aynı zamanda akıllı beyaz eşyalar ile de insanların evine girmesi hedefimiz." dedi.

Erdoğan, bu doğrultuda Türkiye'de Evin Akıllı, dünyada ise VeeZy uygulamalarında sundukları dijital hizmetler ve iş birlikleri ile kullanıcılarına çok daha kapsamlı bir akıllı hayat deneyimi yaşattıklarını da sözlerine ekledi.

IoT standartlarını oluşturmada önemli adım

Kullanıcılara daha fazla kolaylık ve seçenek sağlanmada birlikte çalışabilirliğin öneminin bilinciyle, HCA Yönetim Kurulu Üyesi olduklarını kaydeden Erdoğan, "Böylelikle son kullanıcıların tek bir mobil uygulama üzerinden her bir HCA üyesinin akıllı ürünlerini kullanabilmesi için ortak bir iletişim altyapısı oluşturuyoruz. Vestel olarak, akıllı şehir ve akıllı ev sistemlerimizle pazardaki dominant oyuncuların biriyiz. IoT teknolojilerimizde sürdürülebilirlik konusu da oldukça önemli. IoT çözümlerimizle evlerdeki enerji ve su tüketimini azaltmaya yardımcı olurken, akıllı cihazlarımızla kullanıcıların yaşam kalitesini artırmayı hedefliyoruz. Teknolojiyi üretmek kadar doğru kullanılmasını sağlamak da kritik önem taşıyor. HCA gibi platformlarla teknoloji şirketlerinin bir arada olması IoT sistemlerinin ve akıllı cihazların kullanımını artıracığına inanıyorum. Vestel olarak yapay zekâ ve IoT konusundaki yetkinliklerimizle hala gelişmeye çok açık olan IoT alanında da standartların

oluşması için sorumluluk almaya devam edeceğiz. Bu uzun soluklu yolculukta HCA Yönetim Kurulu'nda yer almamız bizim için itici güç olacak." dedi.

Tüketicilere güvenli ve birlikte çalışabilir bir bağlantılı ev ekosisteminde daha fazla seçenek sunma misyonu ile 2021'de kurulan Home Connectivity Alliance, IoT alanındaki standartlaşmayı sağlamak adına dünyanın önemli teknoloji üreticilerinin bir araya gelmesiyle oluşturuldu.



IDC Security Summit

360 Degree Security for Strong Security Posture

Four Seasons Bosphorus, İstanbul
22 Eylül Perşembe

Türkiye Güvenlik Çözümleri Pazarı İvmeli Büyümesini Sürdürüyor

İstanbul ve Ankara'daki en büyük ve en kapsamlı güvenlik sektörü buluşmalarını gerçekleştiren International Data Corporation (IDC) Türkiye, 16. kez bilgi güvenliği yöneticilerine yönelik etkinlikle sektördeki deneyim paylaşımı ve dayanışmayı artırmayı hedefliyor.

Şirketler, pandeminin yarattığı kaostan çıktıktan sonra, inovasyona odaklanmaya başlıyorlar. Bu yeni çağda ise kesin olan bir şey var: İşletmeler, Covid'in neden olduğu aksaklıklar, karmaşık siber saldırılar, tedarik zinciri sorunları ve zorlayıcı hava olayları gibi diğer birçok zorlukla yüzleşmeye devam edecek. Şirketler nereye doğru gidiyor ve gizlenen yeni zorluklar neler? IDC'nin "Geleceğin Şirketleri" kavramı tüm disiplinleri kapsar, ancak bu kavramın özünde tüm şirketlerin sahip olması gereken bir nitelik olan "Güven" yatıyor. Güvenlik, elbette Güven'in kalbinde yer alır, ancak Güven aynı zamanda sürdürülebilirlik, marka, müşteri deneyimi gibi diğer önemli hususları da kapsar. Güvenlik uzmanları Güven'in tüm

kapsamını benimseyebilir mi? Esneklik veya dayanıklılık kilit bir söylem haline geldi, ancak yine de güvenliğin ötesine geçiyor. IDC, dijital esnekliği, şirketlerin sağlam dijital platformlara dayalı olarak değişimlere dayanma yeteneği olarak tanımlıyor.

Pandemi ile başlayan ve yeni normal ile devam eden bu süreçte CISO'ların ve güvenlik ekiplerinin sorumlulukları her geçen gün artıyor. "Güçlü Güvenlik Duruşu için 360 Derece Güvenlik" temasının işleneceği bu etkinlikte CISO oturumları, IDC analist sunumları, paralel oturum ve teknoloji odaklı çalışma grupları yer alacaktır. IDC Türkiye'nin araştırmalarına göre şirketler, 2022 yılında güvenlik stratejilerini sıfır güven yaklaşımı çerçevesinde gözden geçirirken, BT altyapısının güvenliğini güçlendirmeyi, OT güvenliği, veri gizliliği ve veri güvenliği alanında yatırımlarını sürdürmeyi planlıyor. 5. IDC Türkiye Güvenlik Zirvesi'nde, bugünün ve yarının güvenlik stratejilerine yön verecek konuları, farklı sektörlerin önde gelen BT güvenliği yöneticileri değerlendirecektir.

IDC Türkiye Araştırma Müdürü Yeşim Öztürk'e göre: "Siber güvenlik gerçeklerine baktığımızda artık değişimin yeni normal haline geldiği söyleyebiliriz. 2022 yılı başında globalde belirlenen siber güvenlik gerçeklerinin geçtiğimiz 3 aylık kısa bir dönem içinde değişime uğradığını görüyoruz. Ukrayna-Rusya savaşı, kur dalgalanması, enflasyon baskısı, global tedarik zinciri problemleri, sürdürülebilirlik çabaları bize risklerin sürekli değiştiğini ve şirketlerin yeni bir risk altında kalma olasılıklarının anlık olduğunu tekrardan hatırlatıyor. Bir sonraki karmaşık saldırının nereden geleceğini bilemeyen güvenlik uzmanları, tehdit istihbaratı, olayları tespit, müdahale ve cevap, kimlik ve erişim yönetimi, bulut güvenliği, veri güvenliği vb. alanlarda çalışmalarını sürdürüyor. Aynı zamanda, regülasyonel uyumluluk ve veri gizliliği ise dijital dönüşümü gerçekleştirme hedeflerinde güvenlik stratejilerinde ilk sırada gelmeyi sürdürüyor."

IDC Türkiye Ülke Direktörü Nevin Çizmeci-oğulları konuya şöyle yaklaşıyor: "Bu on yıl şimdiden şirketlere birçok ders verdi. Birincisi, 'asla iyi bir krizin boşa gitmesine izin vermeyin' söylemini siber suçlular oldukça iyi değerlendiriyor. Bir diğeri, dijital güven kavramının dijital çağda hızla bir iş zorunluluğu haline gelmesidir. Tüm bunların merkezinde, her zaman olduğu gibi güvenlik vardır. Gizlilik ve uyumluluktan sürdürülebilirliğe; e-ticaretten güvenilir ekosistemlere, etik ve şeffaflıktan, marka itibarı ve sadakatine kadar güven birçok kavramı kapsar. Dijital güven oluşturmak bir iş zorunluluğudur, ancak işin dokusunun bir parçası olmasını sağlamak için yönetim kurulu düzeyinde liderlik ve yönetim gerektirmektedir. IDC olarak, inovasyon çağında güvenlik teknolojilerinin şirketler için bir fırsat ve hatta inovasyonun hızlandırıcısı olduğunu düşünüyoruz. Bu nedenle Eylül ayında gerçekleştireceğimiz IDC Güvenlik Zirvesi'nde, güven ve güvenlikle ilgili birçok konuyu derinlemesine konuşacağız. Sektörel deneyim paylaşımları ve güvenlik ekosistemiyle yaratacağımız sinerjinin etkinliğimizde sizlere sunacağımız birçok değerden bazıları olduğunu düşünüyoruz."

Her yıl Eylül aylarında düzenlenen zirveye, ülkemizin önde gelen finans, telekom, holdingler, perakende, üretim, hizmet, enerji şirketlerinden üst düzey BT güvenlik yöneticileri ile sektörün lider teknoloji hizmet ve ürün sağlayıcıları katılacaktır.

Daha fazla bilgi için IDC Güvenlik Zirvesi 2022 (<https://www.idc.com/event/ciso2022>) web sitesini ziyaret edebilir, #IDC-Security2022 hashtag'ini kullanarak etkinlikle ilgili paylaşımı yapabilirsiniz.

Veri ve yapay zekâ temelli teknolojiler sağlık ve bakım hizmetlerini yeniden inşa edecek

EY'ın Akıllı Sağlık Ekosistemi Raporu, sağlık hizmetlerinin teknoloji sayesinde geçireceği büyük dönüşüme dikkat çekiyor. Dijitalleşmenin çok daha ötesine geçecek olan entegre, hiper bağlantılı, gerçek zamanlı bir hızla çalışan akıllı sağlık sistemleri; kişiselleştirilmiş bakım ve sağlık deneyiminin kapılarını aralayacak.

Uluslararası denetim, vergi ve danışmanlık şirketi EY (Ernst & Young) Akıllı Sağlık Ekosistemi Araştırmasının sonuçlarını içeren raporunu açıkladı. Geleceğin akıllı sağlık ekosisteminde nasıl değer yaratılabileceği sorusuna yanıtlar arayan EY araştırmasına dayalı raporda, akıllı sağlık ekosisteminin, hastalara her zaman ve her yerde daha doğru iç görülerin yanı sıra kişiselleştirilmiş sağlık hizmet ve deneyimleri sağlayacağı da vurgulanıyor.

EY araştırması, sağlık hizmetlerinin daha da insan odaklı hale getirilmesi için yapay zekâ teknolojilerinin en etkin ve verimli şekilde

nasıl kullanılabileceğine odaklanıyor. Sağlık bilimleri ve sağlıklı yaşam uygulamalarının son yıllarda geçirdiği büyük dönüşüme dikkat çeken rapor, son dönemde sağlığı yönetme şeklini dönüştüren dijital veya sanal bakım modellerinin benimsenme hızında büyük bir artış yaşandığına dikkat çekiyor.

Sadece fırsat değil, aynı zamanda acil ve temel bir ihtiyaç

Bugün sağlık alanındaki sistemler, genellikle her biri bağlı veri mantığı ve uygulamalara sahip çok sayıda sistemden ve birbirini tamamlayıcı nitelikte olmayabilen farklı tedarikçilerden temin edilmiş bağımsız uygulamalardan oluşan çalışma mantığından oluşuyor. Gelecekte tüm kullanıcılara açık olacak değer sunan sağlık platformları ise, birbirine entegre ve uyumlu teknolojiler, uygulamalar ve mikro sistemler tarafından gerçek zamanlı olarak erişilebilecek tekil veriler üzerine inşa ediliyor. EY raporu, günümüz dünyasında mevcut sağlık hizmetlerinin uzun vadede

sürdürülebilir olmayabileceğini ortaya koyuyor. Obezite, kronik hastalıklar, yaşlanan nüfus ve sağlık eşitsizlikleri arttıkça, sağlık ve bakım hizmetleri tüm dünyada GSYİH'den giderek artan oranlarda pay almaya devam edecek. 2030 yılına kadar küresel sağlık hizmetleri iş gücünde 18 milyona ulaşan bir istihdam açığı tahmin ediliyor. Bu da dijitalleşme, otomasyon ve yapay zekâya geçişin önemini artırıyor. EY'ın Akıllı Sağlık Ekosistemi Raporu, geleceğin klinisyenlerinin yapay zekâ, büyük veri, robotik ve diğer gelişen teknolojiler ve disiplinler konusunda daha eğitilmiş, "tıp mühendisleri" olarak da tanımlanabilecek uzmanlar olacağına da vurgu yapıyor. Bu uzmanlar, günümüzde teknolojik olgunluk ve ticari değer açısından hızla büyüyen artırılmış gerçeklik, nanobotlar ve diğer güçlü araçların yardımıyla birden fazla hastayı uzaktan takip edebilecek.

Veri, sağlık teknolojilerinde itici güç işlevi üstleniyor

Sağlık hizmetleri sektörünün yeni teknolojiler tarafından yönlendirildiği günümüzde bulut teknolojisi, sensörler, sanal ve genişletilmiş gerçeklik sistemleri ile beşinci nesil genişbant uygulamalarının sağlık hizmetlerine entegrasyonu için çalışmalar yapılıyor. Bunlara ek olarak, kuantum bilgi işlem ve metaverse gibi daha ileri teknolojiler de ufukta şekilleniyor.

Sağlık hizmetlerinin geleceğinin anahtarını elinde tutan birçok yeni teknoloji söz konusu. Nanobotlar, taşınabilir genomik sıralayıcılar, sürekli aktif sensörler ve sürekli öğrenen yapay zekâ gibi yüksek teknolojiler sayesinde sağlık hizmetleri yakın gelecekte çok büyük bir değişim geçirecek. İlgili teknolojilerin gelişmesi, sağlık alanında gelişen tıbbi nesneler internetinin (IoMT) yaratılmasını da sağlayacak. Sağlık hizmeti verilerinin niceliği ve kalitesinde eşi görülmemiş bir büyüme sağlayacak olan IoMT, gelecekte evlerde ve çalışma ortamlarında, akıllı altyapıya bağlı cihazlar, sanal asistanlar, hareket sensörleri, uzaktan izleme araçları ile her alanda kullanımda olacak.

2010 yılında tüm dünyada toplam 20 milyon

olan sensör adedi 2020'de bir trilyona ulaşmış durumda. Bu 10 yılda %195'lik bir CAGR (Bileşik Yıllık Büyüme Oranı) oranına denk geliyor. Gelecek üç yıl içinde sağlık verilerinin büyümesi için %36'lık CAGR öngörülüyor. Bu da sağlık ve bakım hizmetleri sektörünün imalat (%6,3) veya finansal hizmetler (%6) gibi sektörler için veri üretimindeki artışı geride bırakacağı anlamına geliyor.

Yapay zekâ, kişiselleştirilmiş iç görülerle desteklenen akıllı bir ekosistem vadediyor

Sağlık hizmetlerinde yapay zekânın varlığı ve kullanımının giderek arttığını vurgulayan rapor FDA tarafından sadece 2021 yılında 130'dan fazla yeni algoritmanın tıbbi kullanımının onaylandığına dikkat çekiyor. Bu algoritmalar "dijital triyaj" gerçekleştirmek, bakım hizmetlerini optimize etmek, davranışsal koçluk ile gerçek zamanlı hastalık yönetimi sağlamak ve diğer büyük veri kümeleri üzerinde daha derin analizler yürütmek için araçlar sunuyor.

Sağlık hizmetleri alanındaki veri hacmi genişlemeye devam ederken, yapay zekâ bu verileri farklı şekillerde bağlamak, birleştirmek, sorgulama yapmak ve eyleme dönüştürülebilir iç görüler üretmek için değerli araçlar sunuyor. Raporda akıllı sağlık ekosisteminin gelişimini destekleyecek olan etkenler arasında şu maddeler de yer alıyor:

- Akıllı sağlık ekosistemi, bir veri bağı aracıyla birbirine bağlanan platformlar ile veri entegrasyonu ve analizini sağlayacak. Her bir hastayı çevreleyen kişiselleştirilmiş veri bulutu, hastaya ait bireyselleştirilmiş verilerin temel değerlerle ve gerçek dünya verileriyle karşılaştırılmasına olanak tanıyacak.
- Veri odaklı akıllı ekosistem, farklı alanlar arasındaki duvarların ortadan kaldırılmasına ve 'hastanın yolculuğu' boyunca karar verme süreçlerinin optimizasyonuna da katkı sağlayacak. En önemlisi, gerçekten insan merkezli bakım hizmeti için bir yol sunacak.

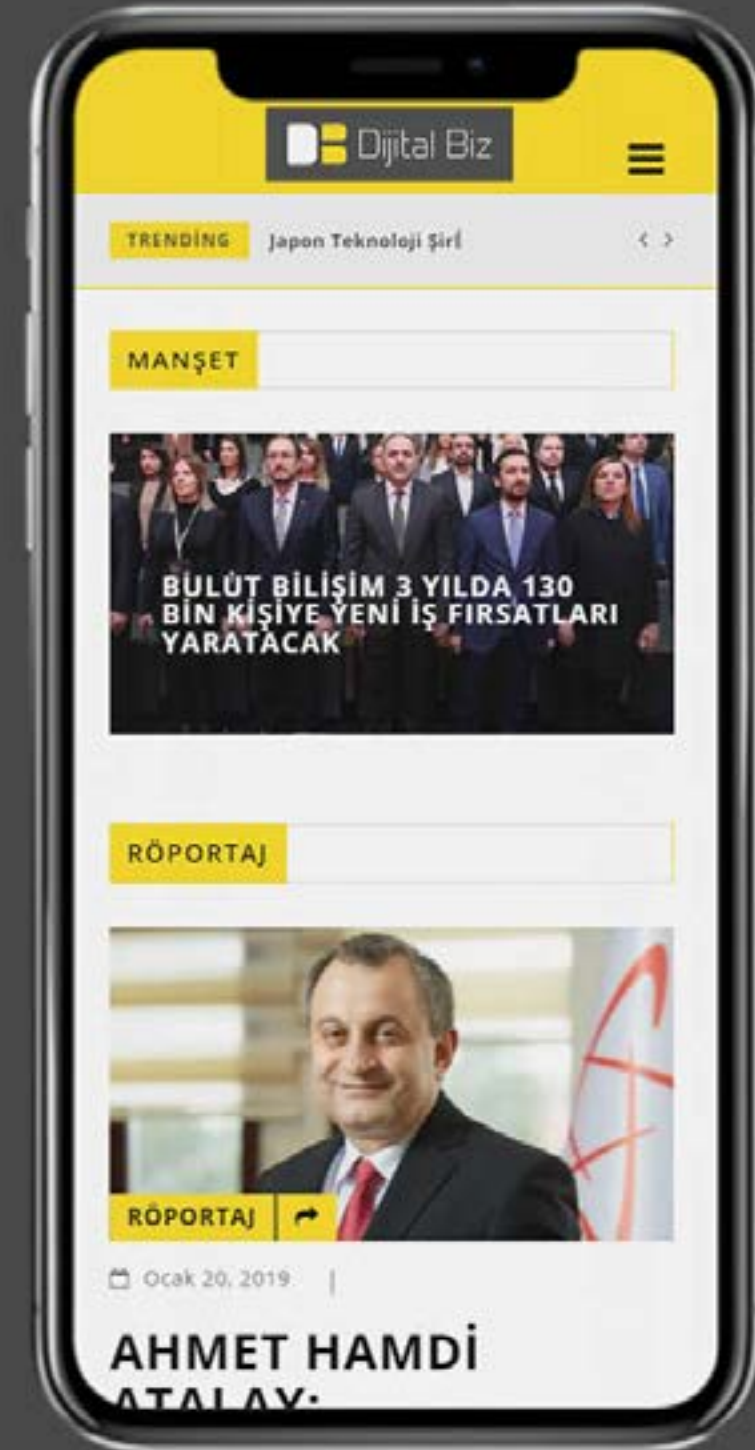
Akıllı Sağlık Ekosistemi Raporuna ilişkin olarak, EY Türkiye Sağlık ve Yaşam Bilimleri Sektörü Lideri T. Ufuk Eren şunları söyledi:



“Günümüzde sağlık ve bakım hizmetlerinde üretilen veri miktarı her geçen gün artıyor. Bu verilerin yapılandırılmamış, ham bilgiler olmaktan çıkartılıp eyleme dönüştürülebilir iç görüler haline gelebilmesi için yeni analitik araçlara olan ihtiyaç da artıyor. Yenilikçi teknolojiler bu alanda itici güç olmaya devam ediyor. EY Akıllı Sağlık Ekosistemi raporunda detaylı bir şekilde anlatılan öncü teknoloji ve uygulamalar bilim kurgu gibi gelse de sağlık hizmetlerindeki büyük değişim zaten başlamış durumda. Pandemi döneminde uzaktan sağlık uygulamalarının benimsenmesinde tüm dünyada önemli artış görüldü. Sektör, sağlık ve bakım hizmetlerine yönelik entegre, kapsamlı yaklaşımlar geliştirmeye odaklanıyor. Birbirinden farklı, çoğu zaman bağlantısız verilerle ve teknolojiyle beslenen yenilikler akıllı bir sağlık ekosisteminin ortaya çıkmasına da olanak sağlıyor. Bu akıllı ekosistem, hastalara her zaman ve her yerde daha doğru iç görüler ve daha fazla kişiselleştirilmiş sağlık deneyimleri sunacak. Teknolojinin gelişimi, gelecekte sağlık hizmetlerinin çok daha kişiselleştirilmiş hale gelmesini sağlayacak. Hastalara gerçek anlamda sağlık değeri sunmayı başaran şirketler geleceğin kazananları olacak. Bu vizyonu gerçekleştirmek, sağlık sektörü ile sağlıklı yaşam endüstrileri içerisinde sıkı bir iş birliğini de gerektiriyor.”

Bilişim, Ekonomi ve İş Dünyasından Güncel Haberler 7/24 Cebinizde

www.dijitalbiz.com



En yüksek verim için donanıma en uygun yazılımı bulmak gerekiyor

İçerisinde bulunduğumuz teknoloji çağında hayatın her alanında kullanılan yazılım ve donanımlar, yaşamı kolaylaştırırken zaman kazandırıp verim alınmasını sağlıyor. Yazılım denilen şeyin bilgisayardaki herhangi bir programın çalışması için gerekli olan komutlar bütünü, donanımın ise bilgisayarı oluşturan fiziksel parçalar olduğunu kaydeden uzmanlar, yazılım ve donanımın birbirinden bağımsız çalışamayacağını belirterek donanımı işlevsel kılanın yazılım olduğunu söyledi. Uzmanlar, “Bu ürünlerden en yüksek verimi alabilmek için, eldeki donanıma en uygun yazılımı bulmak gerekir.” dedi.

Üsküdar Üniversitesi Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi Bilgisayar Mühendisliği (İngilizce) Bölümü Araştırma Görevlisi Gamze Nilsu Çolak ve Araştırma Görevlisi Merve Mutlu Kul, içerisinde bulunduğumuz teknoloji çağında yazılım ve donanımın önemine ilişkin değerlendirmede bulundu.

Araştırma Görevlisi Gamze Nilsu Çolak, sadece içerisinde bulunduğumuz çağda değil, ortaya çıktığı andan itibaren teknoloji ve araçlarının hep önemli olduğunu belirterek “İnsanlığın gelişmesinde rol oynayan büyük etkenlerden biridir. Giderek önemini arttırmaya devam ettiği için, bulunduğumuz çağ tamamen teknoloji çağı olmuştur. Hal böyle iken günümüz dünyasında yazılım ve donanım bir tercih değil, ihtiyaçtır ve kullanılmadıkları bir alan neredeyse yoktur.” dedi.

Donanımı işlevsel kılan yazılımdır

Yazılım denilen şeyin bilgisayardaki herhangi bir programın çalışması için gerekli olan komutlar bütünü, donanımın ise bilgisayarı oluşturan fiziksel parçalar olduğunu kaydeden Araştırma Görevlisi Gamze Nilsu Çolak, “İkisini ayrı telaffuz etsek de aslında birbirlerinden bağımsız çalışamazlar. Donanımı işlevsel kılan yazılımdır. Bu ürünlerden en yüksek verimi alabilmek için, eldeki donanıma en uygun yazılımı bulmak gerekir. En

mikro işten en makro işe kadar, hayatın her alanını kolaylaştırmak üzere yazılımlar ve donanımlar kullanılmaktadır.” dedi.

Yazılımlar zaman ve verim sağlıyor

Bu sistemlerin zaman kazandırmak açısından büyük öneme sahip olduğunu kaydeden Araştırma Görevlisi Gamze Nilsu Çolak, özellikle pandemi sürecinde yazılım ve donanımın öneminin daha iyi anlaşıldığını belirterek şunları söyledi:

“Kullandığımız yazılımlar, bize zaman ve maksimum verim yani optimum sonuç sağlar. Para transferini bankaya giderek değil de cep telefonu uygulamasından yapmak, seyahati otobüsle değil de uçakla yapmak, önemli bir toplantıyı herkesin bir konuma gelmesini beklemek yerine anında çevrim içi gerçekleştirmek hepsi yazılımların eseridir.

Pandemide süreç hız kazandı

Tüm bunları bir kenara koyup geçtiğimiz iki yıla bakarak, sadece küresel salgın döneminde yazılım ve donanımın insanlara sağladıklarını düşünmek dahi, önemini anlamak için yeterlidir. Çağın gereklilikleri zaten dijital bir dönüşüm başlatmıştı fakat pandemi ile bu süreç büyük bir hız kazandı. Herkes evlerinde kalmak zorunda olduğu ve evlerimizden dünyaya açılan kapı bilgisayarlarımız/telefonlarımız olduğu için, zaruri olarak dijital dönüşümde yol kat ettik. İlköğretimden yükseköğretime kadar eğitimin her seviyesinde sürecin uzaktan eğitim ile yönetilmesi, istisnasız tüm kurumların işlerini çevrim içi toplantılar ile yönetmesi, ihtiyaçlarımızın online marketlerden temin edilmesi, bu dönüşümün bazı örnekleridir.”

Yazılım ve donanım, stratejik öneme sahip

Araştırma Görevlisi Merve Mutlu Kul ise yazılım ve donanımın içerisinde bulunduğumuz çağda stratejik bir öneme sahip olduğunu kaydederek eğitim, sağlık, eğlence, otomotiv gibi pek çok sektörde kullanıldığını söyledi.

Uzaktan eğitimden otonom araçlara, sanal asistandan akıllı cihazlara kadar günlük

hayatta kaçınılmaz olarak kullanılan teknolojilerin potansiyelinin gün geçtikçe büyümeye devam ettiğini ifade eden Araştırma Görevlisi Merve Mutlu Kul, “Yakın gelecekte sosyal hayatımızı şekillendirecek en önemli gelişmelerin yapay zekâ ile gerçekleşeceği öngörülüyor. Makinelerin insan zekasını taklit etmesi olarak tanımlayabileceğimiz yapay zekâ günlük yaşamımızın neredeyse her yerinde mevcut ve hayatımızın daha büyük bir parçası olma yolunda ilerliyor.” dedi.

Giyilebilir teknolojiler önem kazanacak

Cihazların fiziksel bileşenleri olan donanımın gelecekte de önemini sürdürmeye devam edeceğini kaydeden Araştırma Görevlisi Merve Mutlu Kul, “Moore Yasası, bir mikroişlemci üzerine yerleştirilebilecek transistör sayısının düzenli olarak her iki yılda bir ikiye katlandığını, böylece işlemcilerin gitgide daha küçük ve daha ucuz hale geleceğini söyler. Elektronik cihazların boyutları gitgide küçülerek çevreyle etkileşimleri farklı boyutlara taşıyor. Şimdilik akıllı gözlükler ve akıllı saatler kullanıyoruz. Bunlar giyilebilir teknolojilerin ilk adımları. Önümüzdeki yıllarda da giyilebilir cihazların bir trend haline geleceği öngörülüyor. Dijital evren metaverse kullanımının yaygınlaşması ile giyilebilir teknolojiler bu süreçte önemli bir rol oynayacak gibi görünüyor.” diye konuştu.



Bilişim, Ekonomi ve
İř Dünyasından
Güncel Haberler 7/24
Sosyal Medya
Hesaplarımızda



Dijitalbiz

www.dijitalbiz.com

"GAZETECİLİK İLE SOSYAL MEDYA İLİşKİSİ"

SOSYAL MEDYADA HABER VAR

İZZET TAřKIRAN



DİR
YAYINLARI

FARKLI OLMAK YETMEZ

Günümüz iş dünyasında doğru ve verimli iletişim, kalıcı başarı sağlamakta hayati bir öneme sahip. Hedef kitleye ulaşmanın sırrı ise medya ve müşteri ilişkilerinde yatıyor.

Uzmanlığı, deneyimi ve özel yaklaşımlarıyla, hikayelerinizi hedef kitleye en etkili şekilde ulaştıran, iş dünyası ve medyada hak ettiğiniz ilgiyi yaratan **Faselis Growth** ile tüm dikkatleri üzerine çekmeye hazır mısınız?

FARK EDİLMEK GEREKİR



human touch



www.faselisgrowth.com