FİKİR VE VİZYON DERGİSİ

AYNI VATAN

SAYI 2
EYLÜL 2026

Farklı Sesler, Ortak Gelecek

DÜNYA DEĞİŞİYOR.
FİKİRLER YARIŞIYOR.
GELECEĞİ İNOVASYON
BELİRLEYECEK.

DOSYA KONUSU

İNOVASYON

YENİ FİKİRLER • YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER • DEĞİŞİME ÖNCÜLÜK

FİKİR ATÖLYESİ
İnovasyon kültürü nasıl inşa edilir?

SAHADAN BİR İZ
Küçük bir fikir, büyük bir dönüşüm başlattı.

GELECEĞE BAKIŞ
Yapay zekâ çağında insan neden hâlâ vazgeçilmez?

FİKİR VE MUHASEBE
İnovasyon sadece teknoloji değil, aynı zamanda düşünce disiplinidir.

Genel Yayın Yönetmeni: Cevdet Tellioğlu

BAŞLARKEN

Cevdet Tellioğlu
Genel Yayın Yönetmeni

İnovasyonu tek bir teknoloji başlığına sıkıştırmadan; güvenliğe, eğitimden tarıma, hukuktan finansa, toplumun her katmanına uzanan geniş bir perspektifle ele alıyoruz.

Dünyada yarış hızlanırken, asıl farkı oluşturan şey hızlı olmak değil; doğru soruları sormak ve ortak akılla sürdürülebilir yollar üretebilmektir. AYNIVATAN'ın ikinci sayısında, işte bu yaklaşımı merkeze alıyoruz.

Dosya; kişinin merak etme, öğrenme, risk alma, iş birliği kurma ve değere dönüştürme süreçlerini anlatıyor. Çünkü inovasyon önce insanın içinde başlar. Gelecek, yalnızca yeni fikir bulanların değil; doğru fikri faydaya dönüştürebilenlerin olacaktır.

Alanında uzman yazarlarımız, inovasyonu farklı açılardan ele alan görüş ve analizleriyle bize eşlik ediyor. İş dünyasından yükseköğretime, tarımdan kamu yönetimine kadar pek çok alandaki uygulama örnekleri, iyi pratikler ve çözüm önerileri bu sayıda okurlarımızla buluşuyor.

Ayrıca gündem bölümümüzde gençlerin şehirlerdeki sesi, ekonomide yeni destek paketleri, kültürel mirasın geleceğe taşınması ve sosyal politika alanındaki gelişmeler gibi önemli başlıkları değerlendiriyoruz.

Biz bu dergiyi yalnızca yeni fikirleri anlatan bir yayın olarak görmüyoruz. Amacımız, birlikte düşünebildiğimiz, tartışabildiğimiz ve geleceği ortak akılla kurabildiğimiz bir zemin oluşturmaktır. Bu yüzden bu sayı, yalnızca içerik değil; yeni soruların da başlangıcıdır.

Emeği geçen tüm yazarlarımıza, katkı sunan paydaşlarımıza ve en büyük güç kaynağımız olan siz değerli okurlarımıza teşekkür ediyorum.

İyi okumalar.

> **Sadece yeni fikirler anlatan degil, yeni sorular da doğuran bir sayı.**

AYNIVATAN
FİKİR VE VİZYON DERGİSİ

SAYI 2 • EYLÜL 2026

JENERİK

“Dergi; sadece yazıların değil, emeğin, niyetin ve sorumluluğun da kayıt defteridir.”

/ KÜNYE

Yayınkimliği,ekipbilgileri ve bu sayının akış planı

Yayın Adresi: www.cevdettellioglu.com/

YAYIN KİMLİĞİ

Dergi Adı
AYNIVATAN
Yayın Türü
Fikir ve vizyon dergisi

Sayı 2

Dosya Konusu
İnovasyon

Yayın Periyodu
Üç aylık

Dil
Türkçe

YAYIN EKİBİ

Genel Yayın Yönetmeni
Cevdet Tellioğlu
Editör
Esra Nur Gencal

Editör Y.
Berra Tellioğlu
Görsel Yönetmen
Buse Kurtul
Tasarım
Yönetim
Cemal Tellioğlu

Yayın ve Strateji Yönetimi
İltş. Uzm. Cevdet Tellioğlu.
Prof.Dr. Mustafa Koç
Prof.Dr. Ali Arslan
Klnk. Psk. Esra Nur Gencal.
AB. Uzm. Ahmet Aydınlı.

Yayın Kurulu
İ. Uzm. Cevdet Tellioğlu.
Prf.Dr. Mustafa Koç
Prf.Dr. Ali Arslan
Klnk. Psk. Esra Nur Gencal.
AB. Uzm. Ahmet Aydınlı.
Prof. Dr. Niyazi Eruslu
Prof. Dr. Emin Özyurt
Prof.Dr. Tuncay Ayas
Doç. Dr. Hüseyin Korkut
Prof.Dr. Cemal Zehir

İLETİŞİM

E-posta
cevdettel61@gmail.com

whatsapp
0552 877 08 77

Yasal Not

Dergide yer alan yazı, görüş ve değerlendirmeler yazarlarının, mahlas isim kullanmış olsa dahi, iletişim yoluyla gönderdiği mecra esas alınarak kendi sorumluluğundadır.
Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.

BU SAYININ AKIŞI

- **Kapak**
- G.Y. Yönetmeninden
- **Jenerik / Künye**
- İçindekiler
- Yazarlarımız
- Dosya Giriş Spread’i
- Dosya Yazıları
- Tarihte Bugün
- Dosya Devam Sayfaları
- Karikatür

KAPAKTAN KAPANIŞA

- Dosya Devam Sayfaları
- Geçiş Sayfası / Gençlik/
- AynıVatan Nabzı
- Fotoğraf
- Yarına Dair Sözümüz Var

İçindekiler

07 İnovasyon Ekosistemi
Cevdet Tellioğlu

09 Duyguların Rehberliğinde Haz ve Hız Tuzağından Kurtulmak
Prof.Dr. Mustafa Koç

11 İletişimde İnovasyon
Prof. Dr. Melda Cinmen (Şimşek)

14 Taklit Değil, Bizim Kavramlarımızla İnovasyonu Yeniden Keşfetmek
Prof. Dr. Ali arslan

18 İnovasyonla Güçlenen Hazır Giyim ve Tekstil
Süleyman Çakıroğlu

23 İnovatif Karakter
Yakup Hasanoğlu

24 İnovasyonun Yeni Cephesi: Malzemeyi Yeniden Düşünmek
Prof.Dr. Niyazi Eruslu

27 Türkiye Neden İnovasyon Üretmekte Zorlanıyor?
Aynıvatan Editoryal

34 Gençlik
Yapay Zeka İşimizi Elimizden mi Alacak?
Kerem Aksoy

38 Yarına Dair
Cevdet Tellioğlu

Sorumluluk ve Görüş

Aynıvatan Dergisi, farklı fikirlerin bir arada tartışıldığı çoğulcu bir yayın ortamıdır.

Yayımlanan yazılardaki sorumluluk tamamen yazarlarına aittir;

ortaya konulan görüşler, derginin genel görüşü olarak kabul edilemez.

2026'DA DÜNYAYI DEĞİŞTİREN 7 İNOVASYON

Gelecek artık uzakta değil. Yapay zekâdan insan beynine, enerjiden uzaya kadar bazı teknolojiler 2026'da laboratuvar sınırlarını aşarak günlük hayatın içine doğru ilerliyor.

Berra Tellioğlu

1 YAPAY ZEKÂ ARTIK SADECE CEVAP VERMİYOR

AI ajanları, verilen bir hedef doğrultusunda plan yapabilen, araçları kullanabilen ve bazı görevleri insan müdahalesi olmadan sürdürebilen sistemlere dönüşüyor. 2026'da asıl soru artık 'Yapay zekâ ne söyleyebilir?' değil, 'Bizim adımıza ne yapabilir?'

2 ROBOTLAR FABRİKADAN İNSANIN YANINA GELİYOR

İnsansı robotlar yalnızca yürüyen prototipler olmaktan çıkıyor. Fabrika, lojistik, hizmet sektörü ve ev içi görevlerde kullanılabilecek sistemler geliştiriliyor. Robotik ile yapay zekânın birleşmesi, fiziksel dünyadaki işleri de dönüştürmeye hazırlanıyor.

3 BEYİN İLE MAKİNE ARASINDAKİ SINIR İNCELİYOR

Beyin-bilgisayar arayüzleri, özellikle hareket veya konuşma yetisini kaybeden insanların cihazları sinirsel sinyallerle kontrol edebilmesine yönelik hızla gelişiyor. Bugün sağlık amacıyla ilerleyen teknoloji, gelecekte insan-makine iletişiminde çok daha geniş bir alan açabilir.

4 KUANTUM BİLGİSAYARDA YARIŞ BÜYÜYOR

Kuantum bilgisayarlar, klasik bilgisayarların çok zorlandığı bazı problemlerin çözümünde yeni imkânlar vaat ediyor. Ülkeler ve teknoloji şirketleri daha kararlı, daha düşük hatalı ve daha güçlü kuantum sistemleri geliştirmek için yarışıyor.

5 GÜNEŞ PANELİ YENİDEN İCAT EDİLİYOR

Perovskit-silikon tandem güneş hücreleri, aynı yüzey alanından daha fazla enerji elde edilmesini hedefliyor. Yeni çalışmalar yalnızca verimliliği değil, dayanıklılığı ve seri üretime uygunluğu da artırmaya odaklanıyor.

6 LABORATUVARLAR KENDİ KENDİNE DENEY YAPIYOR

Yapay zekâ ile robotik sistemlerin birleşmesi bilimsel araştırmayı da değiştiriyor. Yeni nesil otomatik laboratuvarlar deney planlama, uygulama ve sonuç değerlendirme süreçlerinin bir bölümünü kendi başına yürütebiliyor. Bu gelişme araştırma hızını ciddi biçimde artırabilir.

7 UZAYDA HEDEF ARTIK SADECE GİTMEK DEĞİL

Uzay teknolojilerinde yeni hedef; daha ekonomik yolculuk, Ay'da enerji üretimi, otonom keşif sistemleri ve yeni nesil itki teknolojileri. Uzay yarışı artık sadece 'kim önce gidecek?' sorusundan çıkıp 'orada ne üretecek ve nasıl kalıcı olacak?' sorusuna dönüşüyor.

İNOVASYON NOTU

2026'nın dikkat çeken yönü, teknolojilerin tek başına gelişmesinden çok birbirleriyle birleşmesi. Yapay zekâ robota, robot laboratuvara, yeni malzeme enerjiye, kuantum bilime, beyin ise doğrudan makineye bağlanıyor. Geleceği belirleyecek asıl güç, teknolojiyi üretmek kadar onu insan için değere dönüştürebilmek olacak.

FİKİR VE VİZYON DERGİSİ

AYNI VATAN

SAYI 2 EYLÜL 2026

DOSYA KONUSU

İNOVASYON: BUGÜNÜ DÖNÜŞTÜR, YARINI TASARLA.

Farklı fikirlerin cesaretle buluştuğu yerde gelecek şekillenir.

+

İNOVASYONU BESLEYEN 5 TEMEL ETKİNLİK

TÜRKİYE'DE İNOVASYON EKOSİSTEMİ: FIRSATLAR VE ADIMLAR

İNOVASYON EKOSİSTEMİ

Yazan: Cevdet Tellioğlu
İletişim Stratejileri Uzmanı

İnovasyon çoğu zaman yeni fikirle eş anlamlı kullanılıyor. Oysa fikir, hayata değmediği sürece yalnızca zihinde kalan bir ihtimaldir. Asıl mesele; fikri uygulanabilir hâle getirmek, gerçek bir ihtiyacı karşılamak ve ortaya ölçülebilir bir fayda koymaktır.

Bugün teknoloji hızla gelişiyor; üretim biçimleri değişiyor, meslekler dönüşüyor. Ancak her yenilik ilerleme anlamına gelmiyor. Bazen çok yeni görünen bir uygulama, insanın hayatını kolaylaştırmak yerine yeni sorunlar üretebiliyor. Bu nedenle bizim için belirleyici soru "Ne kadar yeni?" değil; *"Ne işe yarıyor, kimin hayatına dokunuyor ve hangi değeri üretiyor?" sorusudur.*
Teknoloji konuşurken çoğu zaman insanı unutuyoruz. Oysa bir kurumun en gelişmiş yazılımlara sahip olması ya da büyük yatırımlar yapması, o kurumu kendiliğinden yenilikçi kılmaz. Çünkü dönüşüm önce zihinde başlar. Merak etmeyen, soru sormayan, yanılmaktan korkan ve farklı düşünceye kapalı bir yapıdan gerçek inovasyon çıkmaz.

İnovatif karakter dediğimiz şey tam da burada ortaya çıkar. Öğrenmeye devam eden, gördüğü problemi başkasının çözmesini beklemeyen, alışılmış yöntemleri gerektiğinde sorgulayabilen ve farklı insanlarla birlikte çalışabilen insan; değişimin asıl taşıyıcısıdır. İnovasyonun ilk adımı bazen çok basit bir sorudur: "Bunu neden böyle yapıyoruz?"

Üstelik mesele yalnızca birey de değildir. Kurumların da fikir söylemeye alan açan, eleştiriyi tehdit değil imkân olarak gören ve başarısızlıktan öğrenmeyi bilen bir kültür üretmesi gerekir. Çünkü yenilikçilik, birkaç parlak kişinin değil; doğru kültürün ve doğru sistemin ürünüdür. İnovasyon özgür düşünce ister; ama aynı zamanda sorumluluk, ölçme ve disiplin de ister.
Türkiye'nin yeni fikirlere ihtiyacı var; fakat bundan daha fazla, iyi fikirleri hayata geçirebilen sistemlere ihtiyacı var. Gençlerin fikrini dinlemek, üniversite ile üretimi yakınlaştırmak, kamuda iyi uygulamaları çoğaltmak, girişimcinin önünü açmak, tarım bilgisini teknolojiyle buluşturmak ve sanayide katma değeri yükseltmek zorundayız.

Bazen inovasyon büyük yatırımlarla ortaya çıkar; bazen de yıllardır yapılan bir işi daha basit ve verimli hâle getiren küçük bir öneriyle başlar. Bir öğretmenin sınıfta geliştirdiği yöntem de, bir çiftçinin üretimde bulduğu çözüm de, bir belediyenin vatandaşa kolaylık sağlayan uygulaması da inovasyonun parçasıdır. Çünkü yenilik hayatın içindedir.

Bu sayı boyunca farklı alanlardan gelen fikirleri yan yana getirirken hazır cevaplar vermekten çok yeni sorular açmak istiyoruz: Daha iyisi mümkün mü? Bunu başka türlü yapabilir miyiz? Kaynaklarımızı daha akıllı kullanabilir miyiz? İnsanı merkeze alan bir değişim kurabilir miyiz? Bu sorular sorulmaya devam ettiği sürece değişim de devam edecektir.

> **"Fikri projeye, projeyi uygulamaya, uygulamayı faydaya dönüştürmek gerekir.**

Cevdet Tellioğlu
/Devam

Fırsatlar ve Adımlar

Türkiye'nin asıl meselesi fikir üretememek değil; üretilen fikri ürüne, projeye, markaya, yatırıma ve uluslararası değere dönüştürebilecek güçlü bir sistem kuramamaktır.
Türkiye'nin üretim tecrübesi, genç insan kaynağı ve girişimcilik potansiyeli büyük bir fırsat sunuyor. Ancak geleceğin rekabetinde belirleyici olacak soru şu: Bu potansiyeli birbirine bağlayabilecek bir inovasyon ekosistemi kurabilecek miyiz?

Dünya yeni bir ekonomik ve teknolojik döneme giriyor. Yapay zekâdan robotik teknolojilere, biyoteknolojiden enerji sistemlerine, savunma sanayiinden yeni nesil üretime kadar birçok alanda yalnızca ürünler değil, çalışma biçimleri de değişiyor. Bu değişim ülkeler arasındaki rekabeti de yeniden şekillendiriyor.
Artık yalnızca daha fazla üretmek yeterli değil. Daha akıllı üretmek, tasarlamak, teknoloji geliştirmek, bilgiyi ekonomik değere dönüştürmek ve dünyaya marka satabilmek gerekiyor.

Türkiye bu dönüşümün dışında değil. Aksine önemli avantajlara sahip. Genç ve dinamik insan kaynağımız, üniversitelerimiz, sanayi kuruluşlarımız, teknoparklarımız, teknoloji şirketlerimiz, girişimcilerimiz ve uzun yıllara dayanan üretim kültürümüz bulunuyor. Savunma sanayiinden otomotive, tekstilden makineye, gıdadan sağlığa kadar birçok alanda ciddi bir bilgi ve üretim birikimine sahibiz.
Ancak inovasyon yalnızca bu unsurların varlığıyla ortaya çıkmıyor. Asıl mesele, bunları birbirleriyle konuşan, birlikte proje üreten ve üretilen fikri pazara taşıyan bir ekosisteme dönüştürebilmek.

Üretim Gücünden Katma Değere

Türkiye'nin en önemli avantajlarından biri üretim tecrübesidir. Tekstil, hazır giyim, otomotiv yan sanayi, makine, beyaz eşya, mobilya, gıda ve farklı sanayi alanlarında güçlü bir altyapı bulunuyor.

Bu altyapıya yalnızca "daha fazla üretim" açısından bakmak, büyük fırsatın bir bölümünü kaçırmak anlamına gelir. Asıl soru şu olmalıdır: Ürettiğimiz ürüne ne kadar bilgi, teknoloji ve tasarım ekleyebiliyoruz?
Bir tekstil şirketi yalnızca daha fazla kumaş üretmeyi değil, akıllı tekstilleri ve fonksiyonel ürünleri düşünmelidir. Bir makine üreticisi yalnızca makine satmakla yetinmemeli; sensörlerle veri üreten, arızayı önceden bildiren ve üretim süreçlerini analiz eden akıllı sistemlere yönelmelidir.

Şirketler yalnızca yeni ürün geliştirmeyi değil; üretimden lojistiğe, izlenebilirlikten tüketici davranışlarına kadar bütün süreci teknolojiyle yeniden tasarlamalıdır.
Türkiye açısından inovasyonun büyük fırsatlarından biri burada bulunmaktadır: Mevcut üretim bilgisini teknoloji ve tasarımla buluşturmak. Çünkü sıfırdan bir sanayi kültürü oluşturmak zorunda değiliz. Var olan üretim gücümüzü daha yüksek katma değer oluşturacak şekilde dönüştürmek zorundayız.

Yapay Zekâ: Yeni Bir Rekabet Alanı

Dijital dönüşüm artık bilgisayarlaşmanın çok ötesine geçmiş durumda. Yapay zekâ; üretimden sağlığa, eğitimden finansa, medyadan lojistiğe kadar hemen her sektörün çalışma biçimini değiştiriyor.
Türkiye açısından burada önemli bir fırsat var. Her teknolojiyi sıfırdan üretmek zorunda değiliz. Ancak geliştirilen teknolojileri kendi sektörlerimizin gerçek sorunlarına uyarlamak ve buradan yeni çözümler çıkarmak zorundayız.

> **İnovasyon ekosistemi, tek tek güçlü kurumların toplamı değildir; üniversitenin, sanayinin, girişimcinin, kamunun ve yatırımcının aynı değer zinciri içinde birlikte çalışabilmesidir.**

DUYGULARIN REHBERLİĞİNDE HAZ VE HIZ TUZAĞINDAN KURTULMAK

Yazan: Prof. Dr. Mustafa Koç
Eğitimci Akademisyen

İletişim, dil olayı olmaktan daha çok insanî bir olaydır. Mevlâna'nın da dediği gibi: "İnsanın en güzel yanı yüzüdür, yüzünde ise gözüdür; fakat insanı insan yapan ağzından çıkan sözdür."

İletişim sürecinde her kelimenin ve her cümlenin bir anlamı vardır. Kelimenin ya da cümlenin anlamı kişiye ulaşır ya da kişi kelimeye/cümleye yüklediği anlama göre kendini düzenler. Bu düzenleme bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutta gerçekleşir. Kelimenin ve cümlenin sözlük anlamını ifade eden semantik hafıza, bir anlamda toplumsal semantik afaziye dönüşmüştür. Toplumsal düzeyde yaşanan bu semantik afaziyi; ailede eşler arasında, öğretmen-öğrenci, öğretmen-öğretmen, hasta-doktor, esnaf ile müşteri, trafikte ortak yolu kullanan sürücüler vb. her yerde görmek mümkündür.

Semantik afazi, iletişim sürecinde duyguyu göz ardı etmektir denilebilir. Bir kelimenin ya da cümlenin içerdiği duyguyu göz ardı ederek ya da anlamayarak bir eylemde bulunma; ister istemez çatışmayı ortaya çıkarıyor. Duygunun olmadığı bir iletişim sürecinde amaç haklı çıkmaktır. Haklı çıkmak, bir anlamda savaşı kazanmaktır. Haklı çıkma amaçlı iletişim tarzına sahip insanların aşırı stres, belirsizlik ve sürekli tetikte olma ile zayıflayan bağışıklık sistemleri sonucu fiziksel hastalığa ve özellikle Koroner Kalp Hastalığına yakalanma ihtimalleri yüksek olabilir mi? Bu perspektiften bakarak sosyal yaşamın her bölümünde ve herkeste bu tabloyu görmek mümkündür.

Hasta doktoruna"Ne kadar ömrüm kaldı?" diye sorduğunda, acaba sadece duymak istediği tıbbî verilere dayalı bir cevap olabilir mi? Bu cümleyi kurmak, bu soruyu sormak ve bu gerçekle, yani ölümle yüzleşmek bu kadar kolay olabilir mi? Bu sorunun sorulmasına neden olan ya da bu soruyu sormak zorunda bırakan duyguları göz ardı ederek cevap vermek, bu insanı saniyeler, dakikalar, saatler, haftalar, aylar ve yıllar içinde gittikçe ağırlaşan bir yükün altına sokmak gibidir.

Bu insan, sorduğu bu zor sorunun (ki gerçekten zor bir sorudur; çünkü yaşanması ve taşınması çok zor olan duyguları içeriyor) barındırdığı duyguları anlayarak cevap vermeyen doktoru sırtında taşımaya başlayacaktır. Kalan ömrü boyunca taşıyacağı doktor değil, verilen cevaplar ile kelimelere dökülemeyen duygularıdır.

"İletişim, dil olayı olmaktan daha çok insanî bir olaydır. Mevlâna'nın da dediği gibi: "İnsanın en güzel yanı yüzüdür, yüzünde ise gözüdür; fakatinsanı insan yapan ağzından çıkan sözdür."

Prof. Dr. Mustafa Koç
/Devam

Bir çocuğun annesine "Anne beni seviyor musun?" diye sorduğunda annenin "Evet" demiş olması, çocuğun bu soruyu sormasına neden olan duygunun cevabı olabilir mi? Ya çocuk, "Anne beni bırakıp gitmenden korkuyorum" yerine "Anne beni seviyor musun?" diye sorduğunda aldığı "Evet" cevabı bu korkusunun azalmasına mı yoksa artmasına mı neden olur?

İletişimde duyguları merkez almayan bu süreçte taşıyan ve taşınan ise çok olur. Öyle bir zaman gelir ki kişi, kendi bedeninde kendine yük kaldığını fark eder. Sonra inebilirsen sırtından in! Kiminle başlamalısın? Acaba bizi hasta eden ve taşımamızı gerektiren, hâlâ taşıdığımız büyüklükler olabilir mi? Duyguların iletişim aracı olmadığı bu dünyada insanlar aşırı hızlandı ve haz odaklı oldu. Anı yaşamak yerine anlık yaşamayı ve anlık duyguları yaşamayı amaçlamaya başladılar. Yaşadığımız temel sorun, her şeyde aşırı haz ve hız odaklı hâle gelmemizdir. Bu anlayış bağlamında bu çağı haz ve hız çağı olarak tanımlıyorum. Bu bağlamda bizim toplum olarak acilen yavaşlamaya ihtiyacımız var.

Yavaşlayabilmenin en temel yolu, iletişim sürecinin temel unsurunun duygular olmasını sağlamaktır. Bir düşünün; anne telefonunda bir video izlerken çocuk geliyor ve ona "Anne beni seviyor musun?" diye soruyor. Haz ve hız döngüsündeki anne "Evet" diyor. Bu anneyi haz ve hız döngüsünden çıkaracak şey, çocuğun bu soruyu sormasına neden olan duyguyu anlamak olabilir mi? "Oğlum onu terk edeceğimden korktuğu için bu soruyu soruyor" diye düşünen bir anne sizce ne yapar? İletişim sürecinde duyguları merkeze alan insanın amacı haklı çıkmak değil "anlamaktır".

Anlamaya çalışan bir insan sizce nasıl bir psikolojiye ve dolayısıyla da nasıl bir fiziksel sağlığa sahip olur? Duyguların rehberliğinde haz ve hız çağından kurtulma zamanı çoktan geldi ve geçiyor. Bu bağlamda duyguların eyleme değil kelimelere ihtiyacı vardır. Toplumsal semantik afaziye bizi götüren anlayış bana göre şudur: Biz bilgilerimizi kelimelerle, duygularımızı ise eylemle dışa vurduk. Bunun tam tersini yapsaydık, yani bilgiyi eyleme, duyguları ise kelimelere dökebilseydik nasıl ve nerede olurduk? Bu soruya alanım gereği bir cevap vermek isterim: Bu kadar hasta olmazdık; ne fiziksel ne de psikolojik.

“

onu terk edeceğimden korktuğu için bu soruyu soruyor" diye düşünen bir anne sizce ne yapar?

İLETİŞİMDE INOVASYON

Yazan:Prof.Dr.MeldaCinman(Şimşek)
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi geçmiş dönemler dekanı,
İSTİVAK–İstanbul YüksekTicaretveMarmara Üniversitesiİktisadiveİdari Bilimler FakültesiMezunları Eğitim Vakfı Yön. Krl. Bşk Yrd.,
Demiroğlu Bilim Üniversitesi konuk öğr. üyesi.

Öğrencilik yıllarımızda hocalarımız,dünyanın hiçbirçağda 20. yüzyıldaki kadar büyük birdeğişime uğramadığını anlatırlar; ortaçağda durağanlığın bin yıl olduğundandem vururlardı.19. Yüzyıldaki sanayi devrimiyle başlayan değişim, hız kazanmıştı. Aya gidilmişti. Bizler uzay çağı çocuklarıydık.

70'li yıllarda, televizyonun hayatımıza girişinin yarattığı sosyal değişim, İletişim Fakültelerinde master-doktora tezlerine konu olurdu. Görsel-işitsel bir araç olan televizyonun, sadece işitsel olan radyodan çok daha etkili olduğuna kuşku yoktu.

İnternetin hayatımıza girişi ise, çok daha büyük bir değişime yol açtı. Bilgiye erişmek, hiç bu kadar kolay olmamıştı. Facebook, zamanın en önemli sosyal medya mecrası olarak, dünyayı, Kanadalı Marshall Mc Luhan'ın dediği gibi, 'küresel bir köy' haline getirdi . Değişim orada noktalanmadı. Whatsapp gruplarıyla, instagramla çeşitlenerek boyut kazandı. Sosyal medya, geleneksel medyayı solladı. 'Yurttaş gazeteciliği' kavramı ortaya çıktı. Ne var ki, bu dezenformasyonda artışı da beraberinde getirdi. bunun üzerine 'Medya okuryazarlığı'nın öğretilmesı zorunlu oldu.(Türkiye'nin ilk Medya Okuryazarlığı Konferansı'nın, dekanı olduğum dönemde, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından gerçekleştirildiğini, fikri verenin Prof. Dr. Yasemin Giritli İnceoğlu olduğunu, tebliğleri kitaplaştırmamızın da Prof. Dr. Nurçay Türkoğlu'nun gayretiyle mümkün olabildiğini belirtmek isterim. RTÜK, TRT gibi devlet kurumları yanısıra, Türkiye ve KKTC'deki iletişim fakültelerine, hatta yurtdışındaki bazı iletişim fakültelerindeki dostlarımıza davetiye gönderdiğimiz bu konferans, kuşkusuz konunun ülkemizde tanınması ve önemsenmesine büyük katkı sağlamıştır.)

Günümüzde,'iletişimde inovasyon' kavramı halen gündemde. İnovasyon İngilizce bir kelime ve Türkçesi 'yenilik' anlamını taşıyor. Yıllardır varolan yenilik kavramına bugün biraz daha şüpheyle yaklaşılmasının nedeni, 'yapay zeka ve robotlar.! Artık bazı ameliyatlar bile 'robotık cerrahi' denilen yöntemle yapılıyor. Yapay zekanın bazı meslekleri ortadan kaldıracağına şüphe yok ! Belki kuryelerin yerine dronlar kullanılacak. Kağıt para muhtemelen kalkacak.Dolayısıyla, kasiyerlik, banka memureliği gibi meslekler de ortadan kalkacak. Yapay zeka ile yazılmış bir kitap kütüphaneme çoktan girdi. Hukuki danışmanlık yapan yapay zeka, internet ortamında pekçok soruya cevap veriyor. Digital dünya, eskisine hiç benzemiyor gerçekten. Ancak, inovasyon, sakıncaları da beraberinde getiriyor. İste bu nedenler, 2003'de gerçekleştirilen ilk İletişim Şurası'ndan sonra, 28- 29 Temmuz 2026'da 2 İletişim Şurası gerçekleştirildi.

"70'li yıllarda, televizyonun hayatımıza girişinin yarattığı sosyal değişim, İletişim Fakültelerinde master-doktora tezlerine konu olurdu. Görsel-işitsel bir araç olan televizyonun, sadece işitsel olan radyodan çok daha etkili olduğuna kuşku yoktu.

İLETİŞİMDE INOVASYON

Prof. Dr. Melda Cinman (Şimşek)

/ Devam

Sakarya Üniversitesi'nden Prof. Dr. Mustafa Bostancı, bu konuda şunları yazmış: (Mustafa Bostancı, 'Türkiye Yüzyılı'nın iletişim mimarisi- 2. İletişim Şurası, Düşünce Günlüğü, Haz. Ayşe Betül Kayahan, Yeni Şafak Gazetesi, 3 Ağustos 2026, s. 10)

Sakarya Üniversitesi'nden Prof. Dr. Mustafa Bostancı, bu konuda şunları yazmış: (Mustafa Bostancı, 'Türkiye Yüzyılı'nın iletişim mimarisi- 2. İletişim Şurası, Düşünce Günlüğü, Haz. Ayşe Betül Kayahan, Yeni Şafak Gazetesi, 3 Ağustos 2026, s. 10)

İletişim, devletlerin egemenlik kapasitesini, toplumların dayanıklılığını, milletlerin ortak hafızasını ve ülkelerin uluslararası sistemdeki konumunu doğrudan etkileyen stratejik bir güç alanıdır. Dijital platformların küresel ölçekte kazandığı nüfuz, yapay zekateknolojilerinin hızla yaygınlaşması ve enformasyon alanının hibrit mücadelelerin merkezine yerleşmesi, iletişim politikalarının yeniden ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından, 28-29 Temmuz tarihlerinde, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın teşrifleriyle gerçekleştirilen 2. İletişim Şurası, Türkiye'nin bu zorunluluğa ortak akıl, milli kapasite ve uzun vadeli strateji temelinde verdiği güçlü bir cevaptır.

2. İletişim Şurası'nda, 425 katılımcıyla, 16 tematik çalışma grubunda fikir üretilmiş;sonuç bildirgesinde : 'dezenformasyonla mücadele', 'bilinçli , güvenli sorumlu bir yapay zeka', 'çift yönlü devlet-millet iletişimi', 'milli kültürün özgün yapımlarla desteklenmesi' gibi konuların öneminin vurgulandığı belirtilmiştir. (İbid.)

Gerçekten, siyasal iletişimi çok iyi bilen ve bu nedenle vaktiyle TÜHİD'den ödül alan iktidar partisinin,surayı toplaması çok isabetli olmuştur. Önceden tedbir almak, iletişimsek krizleri önlemenin en kestirme yoludur. Bakalım daha neler yaşayacağız ? Ne yaşarsak, ülkemizin hayrına olsun.

"vaktiyle TÜHİD'den ödül alan iktidar partisinin,surayı toplaması çok isabetli olmuştur.

AYNI VATAN
FİKİR VE VİZYON DERGİSİ
SAYI 2 • EYLÜL 2026

İnovasyon

Fikirden Uygulamaya Yolculuk

İnovasyon yalnız fikir bulmak değildir; fark etmek, denemek, geliştirmek ve birlikte değer üretmektir.

İNOVASYON YOLCULUĞU: 5 ADIM

1 Ne fark ettin?
Çevrende seni rahatsız eden, eksik bulduğun bir durumu belirle.

2 Neyi değiştirmek istiyorsun?
Problemi netleştir ve değiştirmek istediğin alanı tanımla.

3 Nasıl deneyeceksin?
Küçük bir prototip veya deneme planı oluştur. Hemen başla!

4 Sonucu nasıl ölçeceksin?
Hangi ölçütlerle başarını göreceğini belirle ve veri topla.

5 İşe yararsa nasıl büyüteceksin?
Sonucu paylaş, ekibi büyüt ve daha fazla insana ulaştır.

BİRLİKTE SEN DE DÜŞÜN

Çevrende çözülmesi gereken bir problem var mı?
Okulunda, mahallende, şehrinde ya da dünyada seni etkileyen bir şeyi düşün.

Bu sorunu değiştirmek için ilk küçük adım ne olabilir?
Bugün atabileceğin en küçük ama anlamlı adımı yaz.

Fikrini üç cümleyle yaz.
Kısa ama net ol. Fikrini anlat, başkalarına ilham ver!

> *Küçük bir fikir, büyük bir değişimin ilk adımı olabilir.*

BENİM FIKRİM

Fikrini Yaz
Fikirlerini bizimle paylaş. Yazın geleceği birlikte şekillendirelim!

Fotoğraf Gönder
Projen varsa, çalışmanı ya da ilham veren anını fotoğraflarla anlat.

Sesini Söyle
Ses kaydı ile düşüncelerini paylaş, senin sesin başkalarına ilham olabilir.

TAKLİT DEĞİL, BİZİM KAVRAMLARIMIZLA İNOVASYONU YENİDEN KEŞFETMEK

Yazan: Prof.Dr. Ali Arslan
Sosyolog Akademisyen

Günümüzde hemen her alanda sıklıkla kullanılan bazı temel kavramlar var. Bu kavramlar, ilgili sektörlere göre değişiklik gösterdiği gibi dönemin ruhuna ve yapısına bağlı olarak zamanla etkisini yitirip tamamen ortadan da kalkabiliyor. Örneğin ister kamu ister özel sektörde bir kuruluşun başında olun; bakıyorsunuz ki birçok kurum ve kuruluş, bünyesinde bir atılım sağlamak maksadıyla adeta bir moda gibi dönemi sürükleyen yönetim modellerini kendi yapısına adapte edebilmek için seferberlik ilan ediyor.

Yönetim bilimleri tarihinden örnek verecek olursak; Bilimsel Yönetim, İnsan İlişkileri Yaklaşımı, Sistem Yönetimi, Toplam Kalite Yönetimi, Kaizen, Değişim Mühendisliği, Değişim Yönetimi vb. kavramlar elbette laf olsun diye ortaya çıkmış uygulamalar değildir. Bunlar, pratik ihtiyaçlardan ve farklı sektörlerin tecrübelerinden doğmuştur.

Günübirlik yönetim tarihine bakıldığında, son iki yüz yıldır Batı'da üretilen pek çok modelin dünyaya rol model teşkil ettiği, fakat bu durumun aynı zamanda Batı'ya bağımlılığı da beraberinde getirdiği görülür. Ancak mühendislik ve teknoloji alanında ortaya çıkan yenilikler, doğru insanların elinde şekillenmezse elde edilen güçlü imkânlar kötü niyetlerle veya emperyal emellerle zayıf toplumları ezme ve sömürme aracına dönüşebilmektedir. Bu tür uygulamaların yüzlerce örneğini vermek, bu yazının sınırlarını aşar. Ne var ki günümüz iletişim teknolojileri sayesinde artık köyde yaşayan bir insan bile dünyada ne olup bittiğini görebilmekte ve çeşitli kanallar vasıtasıyla süreçleri takip edebilmektedir.

Müslüman toplumlar olarak uzun yıllar boyunca yeterince üretemediğimiz; kimi zaman da hileli yollar veya baskılarla üretmemiz engellendiği için emperyalist güçler tarafından birçok açıdan sömürüldük. Bu sömürü, günümüzde de farklı biçimlerde devam etmektedir. Dün kapalı bir toplumduk ve her şeyi Batı'dan bekliyorduk. Ancak yeni teknolojiler ve özellikle bilginin hür bir şekilde yayılabilme imkânı, bütün toplumların ufkunu açmaya başladı. Birçok açıdan teknolojik bağımlılıkların aşılamaz mutlak unsurlar olduğu düşünülüyordu; fakat zorunluluklar, her sorunun alternatif ve özgün çözümlerinin olabileceğini insanlığa göstermiştir.

Nitekim çok güçlü silahların her şeyi belirlemeye yetmediğini Gazze'deki Filistin direnişi tüm dünyaya kanıtladı. Savaşı kazanmanın tek yolunun devasa uçaklar, tanklar ve bombalar olmadığını; çok daha ucuza imal edilen insansız hava araçlarıyla (dronlar) bu devasa silahların etkisiz hâle getirilebildiğini gördük. Eğer Filistinliler "Zaten neyimiz var ki?" diyerek teslimiyeti seçselerdi, belki de milyarlarca insan teslimiyet fikrine inanmaya devam edecekti. Zorluklar insanları yeni çözümler ve modeller bulmaya mecbur bırakır. Bu doğru bir tespittir; ancak iyi ve özgün bir şey üretmek için illa çetin badirelerden geçmek şart değildir.

> **"Batı'da üretilen pek çok modelin dünyaya rol model teşkil ettiği, fakat bu durumun aynı zamanda Batı'ya bağımlılığı da beraberinde getirdiği görülür.**

Prof.Dr.Ali Arslan
/Devam

Konumuzun başlığında yer alan inovasyon kavramına dönersek; burada kendi inanç köklerimizle bağ kurmamız ve moda kavramların peşinde sürüklenmekten kurtulmamız gerektiği açıkça ortaya çıkar. Peki, ama nasıl?

Önce inovasyonu tanımlayalım. İnovasyon farklı şekillerde tarif edilse de özü itibarıyla aynı noktaya temas eder: Toplumsal veya ekonomik bir fayda sağlamak amacıyla; yeni ya da geliştirilmiş bir ürün, hizmet, süreç veya iş modelinin ticari/sosyal bir değer oluşturacak şekilde hayata geçirilmesi sürecidir. Akademik çalışmalara baktığımızda, birçok araştırmacının makalesine "İnovasyon kavramı ilk defa şu kişi tarafından şu yılda kullanılmıştır..." gibi kalıplarla başladığını ve sayfalarca bu kavramın etrafında dolaştığını görürüz. Oysa biz, başkalarını taklit etmek yerine kendi inanç köklerimize dönersek ve bu anlayışı bireysel yahut kurumsal hayatımıza samimiyetle aksettirirsek problemler kökten çözülecektir. Peygamber Efendimizin (s.a.v.) hadis-i şeriflerinde ifadesini bulan temel prensipler şunlardır:
·"İki günü eşit olan aldanmıştır."
·"Beşikten mezara kadar ilim tahsil ediniz."
·"İlim Çin'de de olsa alınız."
·"İnsanların en hayırlısı, insanlara faydalı olandır."
·"Bir saatlik tefekkür, altmış yıllık nafile ibadetten üstündür."

Bütün bu nebevî ilkeler samimiyetle hayata geçirildiğinde, başkalarından bir şey kopyalamaya ihtiyaç duyulmayacaktır. Tabii ki bu ifadeler sadece zihinde tutulan ezber cümleler olarak kalmamalı; insan ve toplum davranışlarını bizzat şekillendirmelidir.

Allah rahmet eylesin; eski Sakarya Müftüsü İbrahim Çelik Hocamıza "Hocam, ne zaman emekli olacaksınız?" diye sorduğumda bana, "Müslümanın emeklisi olmaz" cevabını vermişti ve ömrünün sonuna kadar da hizmet etmeye, çalışmaya gayret etti.
Prens Sabahaddin de özü itibarıyla şöyle diyordu: "Batı üretti; ama başkasını taklit ederek üretmedi." Yani şartlar onları üretmeye sevk etti. Bir başka sözünde ise "Üretimsiz tüketim, iflastır" demektedir.

Bizler de başkalarını taklit ederek değil; kendi asli kaynaklarımıza, inanç ve medeniyet köklerimize dönerek sürekli üretken olmak zorundayız. "İnsan için ancak çalıştığının karşılığı vardır" (Necm, 53/39) ayeti gereğince Müslüman bireyler ve toplumlar olarak; insanımız, vatanımız, milletimiz ve tüm insanlık için daima üretmekle mükellefiz.

Şuurlu davrandığımızda bilmeliyiz ki biz bu ülkenin evlatları olarak büyük bir aileyiz; ümmet olarak daha büyük, insanlık olarak ise en büyük aileyiz. Ancak toplumları iyiye ve hayra sevk eden güçlerin yanında, kötülüğe ve yozlaşmaya sürükleyen yıkıcı odaklar da mevcuttur. Herkes kendi inanç ve zihniyetine göre bir mücadele vermektedir. Önemli olan bizlerin "İki günü eşit olan aldanmıştır" ölçüsüyle daima hayra ve güzelliğe yönelik inovasyon yapmamızdır. Fakat bunu geçici bir moda deyim olarak değil, inancımızdan güç alarak gerçekleştirmeliyiz. "Bildiğinizle amel ederseniz, Allah size bilmediklerinizi öğretir" anlayışı, bizim inovasyon ve üretim yolculuğumuzun temel kalkış noktası olmalıdır.

Bu vesileyle Aynı Vatan dergisinin yeni üretkenliklere kapı aralamasını diliyor, yayın hayatında hayırlı ve bereketli muvaffakiyetler niyaz ediyorum.

"biz bu ülkenin evlatları olarak büyük bir aileyiz; ümmet olarak daha büyük, insanlık olarak ise en büyük aileyiz. Ancak toplumları iyiye ve hayra sevk eden güçlerin yanında, kötülüğe ve yozlaşmaya sürükleyen yıkıcı odaklar da mevcuttur. Herkes kendi inanç ve zihniyetine göre bir mücadele vermektedir.

AYNI VATAN
FİKİR VE VİZYON DERGİSİ

TARİHTE BUGÜN

İnovasyon tarihinde iz bırakan dönüm noktaları

Geçmişte atılan cesur adımlar bugünümüzü şekillendirdi. Bilimin, merakın ve insan aklının sınırları zorladığı bu anlar; geleceğe ilham vermeye devam ediyor.

> *Geçmişin cesareti, bugünün ilhamı; yarının inovasyonu.*

BİLİYOR MUSUNUZ?

İnovasyon çoğu zaman küçük bir soru ile başlar. "Neden böyle?" demek; yeni bir fikrin kapısını aralayabilir. Tarihteki birçok büyük buluş, merak eden zihinlerin cesareti sayesinde mümkün oldu.

HAZİRAN

1752

Buhar Gücünde Yeni Bir Dönem

James Watt'ın ıslah ettiği buhar makinesi patent aldı. Sanayi Devrimi'ni hızlandıran bu icat, üretim, ulaşım ve enerji alanlarında büyük dönüşümlerin kapısını açtı.

1794

Modern Kimyanın Doğuşu

Antoine Lavoisier, oksijenin yanmadaki rolünü açıklayarak modern kimyanın temellerini attı. Bilimin sistematik yöntemle ilerlemesi bu dönemde hız kazandı.

TEMMUZ

1831

Elektriğin Keşfinde Büyük Adım

Michael Faraday, elektromanyetik indüksiyonu keşfetti. Bu buluş, elektrik motorları, jeneratörler ve modern elektriğin temelini oluşturdu.

1866

İletişimde Devrim

Werner von Siemens, ilk pratik dinamo makinesini geliştirdi. Elektriğin daha verimli üretilmesi mümkün oldu ve modern şehirlerin elektrifikasyonu bu adımla hızlandı.

AĞUSTOS

1945

Geleceğin Bilgisayarları İçin İlk Adım

John von Neumann'ın "EDSAC Raporu" yayınlandı. Modern bilgisayar mimarisinin temel prensipleri bu raporla ortaya kondu.

1971

İlk Mikroişlemci

Intel 4004 mikroişlemcisi üretildi. Bilgisayarlar daha küçük, daha hızlı ve daha erişilebilir hale geldi; dijital devrim başladı.

EYLÜL

1962

Uydu Çağının Başlangıcı

NASA'nın Telstar 1 uydusu fırlatıldı. İlk kez okyanus ötesi televizyon yayını yapıldı ve küresel iletişimde yeni bir çağ başladı.

1998

Arama Motorlarının Doğuşu

Google arama motoru kuruldu. Bilgiye erişim alışkanlıklarımız kökten değişti; dijital çağın kapılarını aralayan bir adım oldu.

YENİLİK STRATEJİLERİ VE TÜRKİYE İÇİN MİLLİ YENİLİK STRATEJİLERİ

Yazan: Prof. Dr. Cemal Zehir
Yıldız Teknik Üniversitesi

Yenilik ve Yenilik Yönetimi

Küreselleşmeninhissedildiği 21. yüzyılda işletmeler, değişimlere uyum sağlayabildikleri ve bu değişimleri etkin biçimde yönetebildikleri ölçüde rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmektedir. Politik, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik değişimler, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, işletmeler açısından yeni uygulamaların ortaya çıkmasını hızlandırmıştır. Rekabetin yoğunlaştığı günümüz ekonomilerinde yeni ürün ve hizmetler geliştirmek, daha hızlı hareket etmek, farklılaşmak ve sürekli yeni fikirler üretmek işletmelerin temel öncelikleri arasına girmiştir. Bu süreçte yenilik ve yenilik yönetimi stratejik bir önem kazanmıştır.

Teknoloji ve ürün odaklı yeniliklerin kısa sürede taklit edilebilmesi ve yaşam sürelerinin giderek kısalması, işletmeleri kolay taklit edilemeyen ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayan yeniliklere yöneltmiştir. Bu nedenle yenilik yalnızca yeni bir ürün ortaya koymak olarak değil, işletmenin yönetim anlayışından iş süreçlerine, pazarlama faaliyetlerinden müşteri deneyimine kadar bütün faaliyetlerini kapsayan bir yaklaşım olarak ele alınmalıdır.

Yenilik kavramı başlangıçta daha çok yeni buluş ve icatlarla, dolayısıyla teknik alanlarla ilişkilendirilmiştir. Joseph A. Schumpeter yeniliği ekonomik kalkınmanın itici güçlerinden biri olarak değerlendirmiş ve yeni ürünlerin geliştirilmesi, yeni pazarların açılması, yeni üretim yöntemlerinin uygulanması, yeni organizasyon biçimlerinin oluşturulması ve yeni tedarik kaynaklarına ulaşılması gibi unsurlarla ilişkilendirmiştir. Peter Drucker ise yeniliği yeni fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesi, kabul görmesi ve uygulamaya geçirilmesi olarak ele almıştır.

OECD ve Eurostat tarafından yayımlanan Oslo Kılavuzu'nda yenilik; işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni ya da önemli ölçüde iyileştirilmiş bir ürün veya hizmetin, sürecin, pazarlama yönteminin ya da organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım, yeniliğin yalnızca teknolojiyle sınırlı olmadığını; örgütsel ve pazarlama boyutlarının da bulunduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle yenilik, buluşun ötesinde yeni bir iş fırsatı yaratmak ve yaratıcı fikirleri değere dönüştürmektir. Theodore Levitt'in ifadesiyle yaratıcılık yeni şeyler düşünmek, yenilik ise yeni şeyler yapmaktır.

Türkiye'de yenilik yönetimi alanında önemli çalışmaları bulunan Prof. Dr. Erol Eren de yeniliği sürdürülebilir büyümenin araçlarından biri olarak değerlendirmiştir. Yeniliğe ve değişime açık işletmelerin daha hızlı gelişme gösterme, rekabet avantajı elde etme ve sektörlerinde lider konuma ulaşma olasılıkları artmaktadır. Açık sistemler olarak işletmelerin çevrelerindeki değişimleri izlemeleri ve bu değişimlere uyum sağlamaları zorunludur. Bu uyumun sağlanmasında yenilik önemli bir araçtır.

Yenilik; buluş, yaratıcılık, girişimcilik, araştırma ve geliştirme, değişim ve teknoloji kavramlarıyla sıklıkla karıştırılmaktadır. Oysa bu kavramlar birbirleriyle ilişkili olmakla birlikte aynı anlama gelmemektedir. Literatürde ürün/hizmet yeniliği, süreç yeniliği, pazarlama yeniliği ve organizasyonel yenilik gibi temel türlerin yanında kademeli, radikal, teknik, iş modeli, yönetim, deneyim, toplumsal ve açık yenilik gibi farklı yaklaşımlar da bulunmaktadır. Günümüzde yenilik, farklı faaliyetler arasında etkili iletişim ve koordinasyon gerektiren bütünleşik bir yönetim süreci olarak görülmektedir.

Yenilik Süreci ve İşletmeler Açısından Önemi

Yenilikyönetimi, işletmeniçvedış çevredeki değişimlereuyumsağlayabilmesi için teknoloji, iş süreçleri ve insankaynağının yeniliğidestekleyecekbiçimde yönetilmesini ifade etmektedir. Yenilik süreci; problemin belirlenmesi, fikirlerin oluşturulması, kavramsallaştırma, geliştirmenin gerçekleştirilmesi ve uygulama aşamalarından oluşmaktadır.

İşletmelerin yeniliğe yatırım yapmalarının temel nedenleri; ürün ve süreçleri farklılaştırmak, maliyetleri azaltmak, verimliliği artırmak, yeni pazarlara girmek, pazar payını korumak veya artırmak, ürün çeşitliliğini geliştirmek, pazara sunma süresini kısaltmak, teknolojik gelişmelere uyum sağlamak, kaliteyi yükseltmek ve işletme performansını artırmaktır. Dolayısıyla yenilik, işletmelerin varlığını sürdürmesi, rekabet avantajı elde etmesi ve kârlı biçimde büyümesi açısından stratejik bir araçtır.

“Yenilik; buluş, yaratıcılık, girişimcilik, araştırma ve geliştirme, değişim ve teknoloji kavramlarıyla sıklıkla karıştırılmaktadır. Oysa bu kavramlar birbirleriyle ilişkili olmakla birlikte aynı anlama gelmemektedir

YENİLİK STRATEJİLERİ VE TÜRKİYE İÇİN MİLLİ YENİLİK STRATEJİLERİ

Prof. Dr. Cemal Zehir / DEVAM

Pazara liderlik etmeyi ve tamamen yeni ürün veya uygulamalar geliştirmeyi amaçlayan işletmeler saldırgan yenilik stratejisini; radikal yenilikler yerine mevcut ürün ve süreçlerde iyileştirmeler yapan işletmeler savunmacı yenilik stratejisini benimseyebilir. Daha büyük firmalar için yenilik geliştiren işletmeler bağımlı, lider firmaların yeniliklerini izleyerek benzer uygulamalar geliştiren işletmeler taklitçi, mevcut beceri ve yeteneklerine odaklanan işletmeler ise geleneksel yenilik stratejisini kullanabilir. Bunun yanında fırsatları izleme, farklılaştırma, açık yenilik ve mavi okyanus yenilik stratejileri de işletmelere farklı rekabet seçenekleri sunmaktadır.

İnternet, cep telefonu, kişisel bilgisayar, fiber optik, e-posta, GPS, dizüstü bilgisayar ve dijital kamera gibi yenilikler, yeni iş modellerinin ve küresel dijital platformların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Google, Microsoft, Apple, Amazon, Netflix, YouTube, Facebook, Instagram ve WhatsApp gibi şirket ve platformların gelişiminde teknolojik yeniliklerin ticari uygulamalara dönüştürülmesi önemli rol oynamaktadır. Bu örnekler, yeniliğin teknolojik gelişmenin yanında ekonomik değer yaratma ve küresel rekabeti şekillendirme aracı olduğunu göstermektedir.

Türkiye İçin Milli Yenilik Stratejileri

Türkiye açısından işletme düzeyindeki yenilik çalışmalarının yanında bütüncül bir Milli Yenilik Sistemi geliştirilmesi önem taşımaktadır. Bu sistem; üniversiteleri, kamu kurumlarını, özel sektörü, girişimcileri, finans kuruluşlarını ve araştırma merkezlerini ortak bir yenilik ekosisteminde buluşturmalıdır.

Türkiye'nin küresel rekabet gücünü artırmak amacıyla aşağıdaki milli yenilik stratejileri önceliklendirilebilir:
1. Milli Kritik Teknolojiler Stratejisi: Yapay zekâ, yarı iletkenler ve çip teknolojileri, ileri malzemeler, biyoteknoloji, robotik, kuantum teknolojileri ve siber güvenlik gibi stratejik alanlarda yerli teknoloji kapasitesi geliştirilmelidir.

2. Milli Yapay Zekâ ve Veri Yeniliği Stratejisi: Türkiye yalnızca yapay zekâ kullanan değil, yapay zekâ üreten ve ihraç eden bir ülke olmayı hedeflemeli; Türkçe yapay zekâ modelleri, sektörel veri altyapıları ve güvenilir veri ekosistemleri geliştirilmelidir.

3. Milli Yeşil Yenilik Stratejisi: Yenilenebilir enerji, enerji depolama, hidrojen, döngüsel ekonomi, düşük karbonlu üretim ve temiz teknolojiler desteklenerek yeşil dönüşüm ile yenilik birlikte ele alınmalıdır.

4. Üniversite-Sanayi Yenilik Köprüleri Stratejisi: Üniversitelerde üretilen bilimsel bilginin patent, prototip, girişim ve ticari ürüne dönüşmesini sağlayacak sektör odaklı yenilik merkezleri kurulmalıdır.

5. Milli Yenilik Girişimciliği Stratejisi: Akademisyenlerin, öğrencilerin ve genç girişimcilerin yüksek teknoloji projelerinin şirketleşmesini ve ticarileşmesini destekleyecek finansman mekanizmaları oluşturulmalıdır.

6. KOBİ Yenilik ve Dijital Dönüşüm Stratejisi: KOBİ'lerin yapay zekâ, otomasyon, veri analitiği, ERP, siber güvenlik ve yeşil teknolojiler alanlarında dönüşüm gerçekleştirmeleri desteklenmelidir.

7. Milli Savunma ve Çift Kullanımlı Teknolojiler Stratejisi: Savunma sanayisinde geliştirilen teknolojilerin sivil alanlara aktarılması ve sivil teknolojilerin savunma uygulamalarında değerlendirilmesi sağlanmalıdır.

8. Bölgesel Yenilik Kümeleri Stratejisi: Türkiye'nin farklı bölgelerinde yerel yetkinliklere dayalı teknoloji ve yenilik kümeleri oluşturulmalı; bölgesel kalkınma ve yenilik politikaları bütünleştirilmelidir.

9. Milli Sağlık ve Biyoteknoloji Yenilik Stratejisi: İlaç, aşı, biyoteknoloji, medikal cihazlar ve sağlık teknolojilerinde yerli Ar-Ge ve üretim kapasitesi güçlendirilmelidir.

10. Milli Yenilik Kültürü ve İnsan Kaynağı Stratejisi: Eğitim sisteminin her kademesinde yaratıcılık, problem çözme, girişimcilik, tasarım düşüncesi, yapay zekâ ve teknoloji okuryazarlığı geliştirilmelidir.

Sonuç

Sonuç olarak yenilik, işletmelerin ve ülkelerin geleceğini belirleyen temel unsurlardan biridir. Türkiye için hedef yalnızca teknoloji üretmek değil, bilgiyi ekonomik ve toplumsal değere dönüştürmek olmalıdır. Bu nedenle Milli Yenilik Sistemi; bilgi üretme, Ar-Ge yapma, teknoloji geliştirme, patent alma, prototip üretme, ticarileştirme, markalaşma ve küresel pazarlara açılma aşamalarının tamamını kapsamalıdır.

Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınması için yeniliğin yalnızca işletmelerin değil, kamu kurumlarının, üniversitelerin, eğitim sisteminin ve toplumun ortak hedefi hâline getirilmesi gerekmektedir. Böyle bir yaklaşım, Türkiye'nin yalnızca teknoloji kullanan ve ithal eden bir ülke olmanın ötesine geçerek kendi teknolojisini geliştiren, yüksek katma değerli ürünler üreten, küresel ölçekte rekabet eden ve teknoloji ihraç eden bir ülke konumuna ulaşmasına katkı sağlayacaktır.

> **"Yenilik; buluş, yaratıcılık, girişimcilik, araştırma ve geliştirme, değişim ve teknoloji kavramlarıyla sıklıkla karıştırılmaktadır. Oysa bu kavramlar birbirleriyle ilişkili olmakla birlikte aynı anlama gelmemektedir**

Akran zorbalığı

Yazan: Prof.Dr. Tuncay Ayas
PDR Akademisyen

Sosyal bir varlık olan insanlar yaşamın gereği olarak hayatlarını başkalarıyla birlikte sürdürmeleri gerekmektedir. Birlikte yaşayabilmek için de diğer insanlarla sürekli iletişim içeresinde olması gerekmektedir. İnsanların birbirleriyle iletişim içeresinde olduğu değişik ortamlar vardır. Bu ortamlardan biri de okullardır. İnsanların kurmuş olduğu ilişkiler her zaman istenilen amaçlar doğrultusunda olmayabilir. Okul ortamlarında de kurulan ilişkiler her zaman istenilen şekilde olmayabilir. Bu bağlamda okul ortamında çocuklar arasında birçok olumsuzluklar yaşanmaktadır. Yaşanan bu olumsuz ilişkilerden biri de akran zorbalığıdır. Çocuklar arasında yaşanmakta olan bu olumsuz ilişki biçimi geçmişten günümüze kadar süregelmektedir. Bugün yetişkin olarak hayatını sürdüren birçok kişi belki de okul yıllarında ya zorba, ya mağdur ya da zorba/mağdur olarak veya bu sürece tanıklık ederek zorbalıkla ilgili bir yaşantı geçirmiştir.

Son yıllarda basında ve araştırmalarda okullarda akran zorbalığın çok sık görülen bir olay olduğu ve okul iklimini, öğrencilerin psikolojik durumunu ciddi bir şekilde etkileyen evrensel bir olgu haline geldiğinden söz edilmektedir. Zorbalıkla ilgili farklı ülkelerde yapılan birçok çalışma bu durumun dünyanın hemen her bölgesinde yaşanan bir sorun olduğunu göstermektedir. Bazı okullarda zorbalık olayları daha fazla görülürken bazı okullarda daha az görülebilmektedir.

Günümüzde özellikle basında okullarda yaşanan her türlü saldırganlık olayları zorbalık olarak lanse edildiği de görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde her saldırganlık eylemi bir zorbalık olarak değerlendirilmesinin de doğru olmadığı söylenebilir. O zaman zorbalığın ne olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Zorbalık; bir yada birden fazla öğrencinin kendinden güçsüz bir öğrenciyi kasıtlı, sürekli rahatsız etmesiyle sonuçlanan ve mağdurun kendini koruyamayacak düzeyde olduğu bir saldırganlık türü olarak değerlendirilebilir. Yani bir eylemin zorbalık olabilmesi için zorba ve mağdur arasında fiziksel ya da psikolojik bir güç dengesizliğinin olması, eylemin belli aralıklarla tekrarlanıyor olması, eylemin kasıtlı yapılıyor olması ve mağdurun bu eylemden rahatsız olmasına rağmen kendini koruyamayacak düzeyde olması gerekmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde özellikle basında sıklıkla yer alan bir çok olay zorbalık olarak değerlendirilmesine rağmen bu olaylar bir zorbalık değil yapılış şekline göre fiziksel, sözel ya da psikolojik saldırganlık olarak değerlendirilebilir.

Zorbalıkla ilgili yapılan çalışmalar zorbalığın, öğrencileri fiziksel, ruhsal ve akademik açıdan son derece rahatsız eden olumsuz bir yaşantı olduğunu ortaya koymaktadır. Zorbalık sadece zorbaca davranışlara maruz kalan öğrencileri ilgilendirmeyip tüm öğrencileri ilgilendiren bir sorun olarak değerlendirilmelidir. Bu sorunu görmezden gelerek çözüm önerileri geliştirmemek, sonraki dönemlerde birey ve toplumda oluşacak daha büyük sıkıntılara seyirci kalmak anlamına gelecektir.

Zorbalık olayları okul ortamında yaşanmış olsa da sorunun çözümü için sadece okul personelinin göstereceği çaba yeterli olmayabilir. Bu nedenle öğrencilerle ilişkisi olan herkesin; öğretmenin, yöneticilerin, okul psikolojik danışmanının, ana-babaların ve eğitim sistemi içerisinde olan ilgililerin zorbalık konusunda duyarlı olması ve bu sorunun çözülmesi için gerekli hassasiyeti göstermesi gerekmektedir. İlgili kişilerin bu hassasiyeti göstermeleri için zorbalık hakkında gerekli bilgiye sahip olmaları ve bu sorunlarla karşılaştıklarında neler yapabilecekleri konusunda bilinçli olmaları gerekmektedir.

Okullarda görülen zorbalık olaylarının önlenmesine yönelik müdahaleler okul düzeyinde, sınıf düzeyinde, bireysel düzeyde ve toplumsal düzeyde uygulanır. Bu şekilde öğrenciler sürekli olarak değişik kişi ve kaynaklardan tutarlı şekilde mesajlar alır. Öğrencilere verilen temel mesaj şudur: bizim okulumuzda zorbalığa izin verilmez ve zorbalığı sona erdirmek için her şeyi yapacağız. Müdahale programınla hedef kitle tüm öğrencilerdir. Sadece meydana gelen olaylara konsantre olunmaz, bütün okulda bu tip olayların azaltılması amaçlanır. Zorbalık olaylarının önlenmesine yönelik olarak,

Okul Düzeyinde Yapılması Gerekenler;

- Öncelikli olarak zorbalığın bir sorun olarak görülmesi ve bu konuda okul yönetiminin desteğini almak gerekmektedir.
- Zorbalığı önleme komisyonunun kurulması.
- Okul personeli arasında zorbalığın tartışılması ve değerlendirilmesi.
- Zorbalığın okuldaki durumunun tespiti için ölçme araçlarının uygulanması.
- Okul personelinin eğitilmesi.
- Zorbalığa karşı okul kurallarının belirlenmesi.
- Teneffüs ve öğle tatilinde öğrenci davranışlarının gözlemlenmesi ve herhangi bir zorbalık olayı olduğunda hemen müdahale edilmesi.
- Üniversitelerden ya da bu konuda deneyimi olan kişilerden süpervizyon alınması.
- Velilerin bu sürece dahil edilmesi ve anne-babaların eğitilesi.
- Öğrenci eğitimlerinin yapılması ve zorbalıkla baş etme konusunda bilgilendirilmeleri.

Sınıf İçi Müdahaleler:

- Zorbalıkla ilgili konuların müfredat içerisinde yer alması.
- Zorbalık davranışına ilişkin kuralların belirlenmesi ve bu kuralların öğrencilerle tartışılması. Kurallar belirlendikten sonra yaptırımlar hakkında konuşulması ve bu yaptırımların netleştirilip tutarlı bir şekilde uygulanması.
- İşbirliğine ve eşitliğe dayalı, destekleyici ve sıcak bir sınıf atmosferi oluşturmak.
- Öğretmenlerin uygun rol modelleri olması.

Bireysel Müdahaleler:

- Zorba öğrencilerle görüşme yapılması ve gerektiğinde bireysel ya da grupla psikolojik danışma hizmetinin sunulması.
- Mağdur öğrencilerle görüme yapılması ve gerektiğinde bireysel ya da grupla psikolojik danışma yapılması
- Gerektiği durumlarda zorba ve mağdur öğrencileri uygun yerlere (hastane, psikiyatrist, vb.) refere edilmesi.
- Bu öğrencilerin aileleriyle görüşülmesi.

Toplumsal Müdahaleler:

- Zorbalık ve şiddet gibi konuların toplumca tanınması ve önemsenmesi.
- Önleyici çeşitli toplumsal kampanyalar başlatılması.
- Basın ve medya kuruluşlarının bu konuda hassas olması.
- Uygun rol modellerinin oluşturulması gerekmektedir.

Sonuç olarak, okullarda görülen zorbalık olaylarının önlenebilmesi için tüm paydaşların işbirliği içerisinde olması bu olayda sadece okul bazlı çalışmaların sorunun çözümü için yeterli olmadığı özellikle ailelerin ve toplumun bu olaylara gerekli hassasiyeti göstermesi yaşanan bu sorunun çözümünde çok önemli görülmektedir.

Kaynakça
Ayas, T. ve Deniz, M. (2008) The Prevalence and Nature of Bullyıng in Prımary Schools (Turkısh Sample) International Conference on Education. 26-29 May, 2008 Athens, Greece Olweus, D. (1993). Bullying at school: What we know and what we can do. Cambridge: MA: Blackwell. Olweus, D. (1995). Bullying or peer abuse at school: Facts and intervention. Current Direction in Psychological Science, 4, 196- 200
Olweus, D. (1999). Bullying prevention program. Boulder, Co: Center fort he study and prevention of violence, Institute of Behavioral Science, University of Colorado at Boulder

İnovasyonla Güçlenen Hazır Giyim ve Tekstil

Yazan: Süleyman Çakıroğlu
İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri

Küresel ticaretin dinamikleri hiç olmadığı kadar hızlı değişiyor. Dijitalleşme, yapay zekâ teknolojileri, yeşil üretim modelleri, sınırda karbon düzenlemeleri ve e-ihracat; ülkelerin rekabet gücünü yeniden tanımlayan temel unsurlar hâline geliyor. Bu dönüşüm yalnızca üretim ve ticaret biçimlerini değil; kalkınma anlayışını, kaynak kullanımını ve geleceğe bakışı da köklü biçimde değiştiriyor. Böylesi bir dönemde inovasyon ve sürdürülebilirlik artık bir tercih değil; küresel krizlere karşı dayanıklılığın, kalıcı büyümenin ve uluslararası rekabet gücünün vazgeçilmez unsurları olarak öne çıkıyor.

Ülkemiz; üretim kapasitesi, teknik yetkinliği ve esnek üretim kabiliyetiyle küresel değer zincirlerinde güçlü bir konuma sahip. Bu avantajı kalıcı hâle getirmenin yolu ise dijitalleşmeyi, sürdürülebilirliği ve inovasyonu merkeze alan bir yaklaşımı kararlılıkla hayata geçirmekten geçiyor. Ar-Ge, yüksek teknoloji, inovasyon ve yapay zekânın üretim süreçlerine ve ihracat stratejilerine entegre edilmesi, Türkiye'nin küresel ihracattaki konumunu güçlendirme hedefimizin temel dayanaklarından birini oluşturuyor. Verimliliği ve katma değeri artırmadan, değişen küresel taleplere uyum sağlamadan rekabetçiliği korumanın mümkün olmadığını biliyoruz. Bu kapsamda inovasyonu, fikir aşamasından ticarileşmeye uzanan bütüncül bir yaklaşımla ele alıyoruz.

İnovasyon odağında güçlenen bu yapı; döngüsel üretim modelleri ve ikiz dönüşüm (dijital ve yeşil dönüşüm) ile kaynak verimliliğini dijital zekâ ile harmanlayarak sanayimize sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlıyor. Değer zincirindeki ve anlayıştaki bu dönüşüm, insanın dönüşüme hazırlığıyla başlıyor. Türkiye, üretim, ihracat ve inovasyon gücüyle küresel rekabette yeni bir eşiğe ilerliyor. Bu başarının kalıcı olması için inovasyonu yalnızca teknolojik bir gelişme olarak değil; insanı, kurumu, güveni, eğitimi ve toplumsal uyumu kapsayan bütüncül bir dönüşüm alanı olarak görüyoruz.

Bu perspektiften baktığımızda; yapay zekâ, robotik teknoloji ve veri sistemleri baş döndürücü bir hızla gelişirken artık asıl soru teknolojinin ne kadar hazır olduğu değil; insanın, kurumların, eğitim sisteminin ve iş dünyasının bu dönüşüme ne ölçüde hazır olduğudur.

Konu, Tekstil ve hazır giyim sektörü özelinde değerlendirildiğinde ise öncelikle mevcut tabloyu net bir şekilde ortaya koymamız gerekiyor.
Tekstil ve hazır giyim sektörü, 2025 yılında gerçekleştirdiği 26,2 milyar dolarlık ihracatla Türkiye'nin üçüncü büyük ihracatçı sektörü konumundadır. Sektör, Türkiye genel ihracatının %9,6'sını oluştururken, Gayrisafi Yurt İçi Hasılanın %5,4'ünü, imalat sanayisi istihdamının ise %21,8'ini karşılamaktadır. Ayrıca kadın istihdamındaki %44,9'luk payı ile de sosyal kalkınmaya önemli katkı sağlamaktadır.

Mayıs 2026 SGK verilerine göre sektörümüzde:

- Hazır Giyim ve Konfeksiyon: 493.998 kişi
- Tekstil: 343.625 kişi
- Toplam: 837.623 kişi

istihdam edilmektedir.

> **“insanı, kurumu, güveni, eğitimi ve toplumsal uyumu kapsayan bütüncül bir dönüşüm alanı olarak görüyoruz.**

Yazan: Süleyman Çakıroğlu
/ DEVAM

Türkiye, dünya hazır giyim ihracatında %3 pay ile 8'inci, Avrupa Birliği pazarında ise %9 pay ile 3'üncü büyük tedarikçi konumundadır.

2025 yılı verilerine göre Türkiye'nin genel ihracat kilogram değeri yaklaşık 1,5 dolar seviyesindedir. Avrupa Birliği ülkelerinde ise bu değer ortalama 3,5-4,5 dolar seviyelerine ulaşmaktadır. Buna karşın ülkemiz tekstil ihracatında 3,8 dolar/kg, hazır giyim ihracatında ise 16,2 dolar/kg seviyesinde katma değer üretmektedir.

Hazır giyim sektörümüz, Türkiye ortalamasının yaklaşık 10 kat üzerinde kilogram başına ihracat değeri oluşturmaktadır. Elbette bu seviyeyi yeterli görmüyoruz. Avrupa'nın lider ülkeleriyle aramızdaki kilogram başına ihracat değeri farkını kapatabilmenin yolu; tasarım, teknoloji, dijital dönüşüm ve markalaşmaya yapılacak yatırımlardan geçmektedir. Böylelikle dünya ticaretinden aldığımız %3'lük payı, %5 seviyelerine çıkarmamız mümkündür.

Ülkemizin geleneksel sektörlerinin başında gelen, aynı zamanda yenilikçi teknolojileri uygulamada öncü rol üstlenen hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, tasarım ve inovasyona dayalı katma değerli üretimin en önemli unsurunun nitelikli insan kaynağı olduğuna inanmaktadır. Sektör, uzun yıllardır çalışanların eğitimi ile lise seviyesindeki örgün eğitim olan mesleki ve teknik eğitimin geliştirilmesine özel önem vermektedir.
Bu yaklaşımın somut bir yansıması olarak sektör, dijital dönüşümü hızlandırmayı, firmaların dijital olgunluk seviyelerini yükseltmeyi, üretim süreçlerini daha verimli hâle getirmeyi ve küresel rekabet gücünü artırmayı hedeflemektedir.

Diğer taraftan hazır giyim ve tekstil sektör kuruluşlarının öncülüğünde yürütülen burs ve tanıtım programıyla nitelikli tekstil mühendislerinin sektöre kazandırılması önceliklendirilmektedir. Ayrıca sektörümüzün en önemli insan kaynağını oluşturan mesleki ve teknik Anadolu liseleriyle eğitim-istihdam-üretim ilişkisini güçlendirmeye yönelik çalışmalar kararlılıkla sürdürülmektedir.

Son yıllarda hazır giyim sektöründe dijital dönüşüm, yapay zekâ ve sürdürülebilirlik uygulamalarının hızla yaygınlaştığını görüyoruz. Buna karşılık sektörün en önemli insan kaynağını yetiştiren mesleki ve teknik Anadolu liselerinin müfredatlarının bu dönüşüm hızına aynı ölçüde uyum sağlayamadığı da bir gerçektir.

Hazır giyim ve tekstil sektörünün değer zincirinde yapay zekâ uygulamaları, dijital teknoloji çözümleri ve robotik sistemler aktif olarak kullanılmaya başlanmışken; insanın, kurumların, eğitim sisteminin ve iş dünyasının bu dönüşüme tam anlamıyla ayak uydurması için kamu kurumları, sektör kuruluşları ve eğitim kurumları bu dönüşümü hızlandıracak çalışmalarını sürdürmektedir.

> **“Hazır giyim sektörümüz, Türkiye ortalamasının yaklaşık 10 kat üzerinde kilogram başına ihracat değeri oluşturmaktadır.**

Süleyman Çakıroğlu
/ DEVAM

Bu değerlendirmeler doğrultusunda, hazır giyim ve tekstil sektörünün en önemli iş gücü havuzu olan mesleki ve teknik eğitimin stratejik önceliklerinin şu başlıklar altında toplanması gerektiğine inanmaktayız:

- Tasarım, Ar-Ge ve inovasyona dayalı yüksek katma değerli üretim hedefi doğrultusunda yaratıcı düşünebilen, teknik becerileri gelişmiş, özgüveni yüksek nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesini önceliklendirmek.
- Mesleki ve teknik Anadolu liselerini sektörümüz için güçlü bir yetenek havuzu hâline getirerek gençler açısından daha cazip bir kariyer alanı oluşturmak.
- Mesleki eğitimi dijital teknolojiler, yapay zekâ, robotik üretim araçları ve inovasyon yetkinlikleriyle zenginleştirerek güncellemek.
- Mesleki ve teknik eğitimin önemine yönelik farkındalık oluşturarak öğrencilerin motivasyonunu ve tercih eğilimini artırmak.
- Uygulamalı eğitimleri inovasyon, girişimcilik, iletişim ve takım çalışması gibi becerilerle desteklemek; dijital platformlar aracılığıyla sürdürülebilir şekilde takip edilebilir bir eğitim modeli oluşturmak.
- Öğrencileri sektörün duayen sanayicileri, tasarımcıları ve yapay zekâ uzmanlarıyla buluşturarak ilham verici etkileşimler oluşturmak.
-

Bu hedefleri gerçekleştirmek amacıyla; dijital teknolojilere yatkın, yapay zekâ uygulamalarını kullanabilen, sürdürülebilir üretim konusunda bilgi sahibi, inovatif fikirler geliştirebilen ve bu fikirleri iş modeline dönüştürebilen gençler yetiştirmek üzere özel sektörün ve sektör STK'larının destek vereceği uygulamalı fikir maratonları düzenlenmesini önemli görmekteyiz.

Böylelikle, mesleki eğitim alan gençlerin, dijital ortamda uzmanlardan aldıkları eğitimler ve mentor eşleştirmeleriyle güçlü inovatif iş fikirleri geliştirmelerine ve bu fikirlerini somut ürüne dönüştürmelerine aracılık ve öncülük etmeliyiz. Sektör profesyonelleri, tasarımcılar, Ar-Ge ve inovasyon merkezleri, yüksek eğitim kurumları ve STK'ların içinde olacağı inovasyon yolculuğunda ekip çalışmasının bir sonucu olarak ortaya çıkacak inovatif ürünleri veya iş fikirlerinin girişime dönüşeceği ve destekleneceği ekosistem kurulmalıdır. Bunun küçük örneklerini hazır giyim sektör temsilcilerinin uyguladığını biliyoruz.

Fırsat verilen gençlerin, doğru eğitim modeli ve güçlü sektör ve mentor desteğiyle önemli fark yaratabildiğini biliyoruz. İnovasyon kültürünün tabana yayıldığı, dijitalleşme, yapay zekâ ve sürdürülebilirlik odaklı yüzlerce iş fikrinin ortaya çıktığı ve bunların önemli bir bölümünün katma değerli ürünlere dönüştüğü bir ekosistemin inşa edilmesine en yakın sektörlerin başında hazır giyim sektörünün geldiğini düşünüyoruz.

Hazır giyim ve tekstil sektörünün geleceği; dijitalleşmeyi, inovasyonu ve nitelikli insan kaynağını merkeze alan bu dönüşümün başarısına bağlıdır.

"Hazır giyim ve tekstil sektörünün geleceği; dijitalleşmeyi, inovasyonu ve nitelikli insan kaynağını merkeze alan bu dönüşümün başarısına bağlıdır.

Tasarruf Finansmanında Yeni Dönem: Güven, Teknoloji ve İnovasyon

Yazan: Hasan Altundağ
Tasarruf Finansman Genel Müdürü

Tasarruf Finansman Sisteminin temel amacı, bireylerin düzenli tasarruf yapmalarını teşvik ederek konut, taşıt ve çatılı işyeri ihtiyaçlarını faizsiz ve planlı bir finansman modeliyle karşılamaktır. Avrupa'da uygulanan Yapı Tasarruf Sandığı modelleriyle benzerlikler taşısa da faizsiz yapısı ve taşıt finansmanını da kapsaması, Türkiye'deki modeli farklılaştırmaktadır. Konut ve araç kredilerine erişimin zorlaştığı, finansman maliyetlerinin yükseldiği bir dönemde Tasarruf Finansman Sistemi önemli bir alternatif haline gelmiştir. Katılımcıların oluşturduğu tasarruf havuzlarının yönetilmesi esasına dayanan sistem, belirli şartların yerine getirilmesiyle faiz ödemeden finansmana ulaşma imkânı sunmaktadır. BDDK gözetiminde yasal zemine kavuşmuş olması da sektör açısından önemli bir güven unsurudur. Ancak sektörün geleceğini yalnızca mevcut modeli büyütmek değil, onu geliştirmek ve yenilemek belirleyecektir. Bunun için birkaç temel inovasyon alanının öne çıkarılması gerekiyor.

Dijital Dönüşüm ve Şeffaflık

Tasarruf finansman sektörünün en önemli sermayesi güvendir. Güven ise yalnızca mevzuatla değil; şeffaflık, kolay erişim, anlaşılabilirlik ve hesap verebilirlikle güçlenir. Kullanıcı dostu mobil uygulamalar sayesinde katılımcıların ödemelerini, tasarruflarını, teslimat süreçlerini ve sözleşme aşamalarını anlık olarak takip edebilmeleri sağlanmalıdır. Müşteri, sistemin hangi aşamasında olduğunu açık biçimde görebilmelidir.

Akıllı Tasarruf

Tasarruf aynı zamanda bir disiplin meselesidir. Teknoloji bu disiplinin oluşmasına yardımcı olabilir. Gelire ve harcama alışkanlıklarına göre otomatik tasarruf önerileri geliştiren sistemler, banka entegrasyonları ve sadakat programları bu alanda önemli fırsatlar sunmaktadır. Yapay zekâ ve veri analitiği kullanılarak kişiye özel tasarruf planlarının oluşturulması da mümkün hale gelmiştir. Böylece sistem yalnızca finansman sağlayan değil, kullanıcıya tasarruf alışkanlığı kazandıran bir yapıya dönüşebilir.

Kamu Destekli Tasarruf

Bireysel Emeklilik Sisteminde uygulanan devlet katkısına benzer bir modelin Tasarruf Finansman Sisteminin tasarruf döneminde de değerlendirilmesi sektör açısından önemli bir açılım sağlayabilir. Belirli süre düzenli tasarruf yapan katılımcılara devlet katkısı verilmesi, hem vatandaşın tasarruf motivasyonunu artırabilir hem de ülkenin genel tasarruf oranına katkı sağlayabilir.

ASosyal Tasarruf Platformları

Tasarruf kültürünün yaygınlaşması için katılımcıları birbirinden tamamen bağımsız kişiler olarak görmek yerine, birbirini motiveAA eden bir topluluk yaklaşımı geliştirilebilir. Kullanıcıların hedeflerini paylaşabildiği, ilerlemelerini takip edebildiği ve ortak avantajlardan yararlanabildiği sosyal tasarruf platformları kurulabilir. Böylece tasarruf yalnızca kişisel değil, sosyal olarak da desteklenen bir davranış haline gelebilir.

Güven Teknolojileri

Sektörde şirketlerle kullanıcılar arasında yaşanan problemlerin önemli bir bölümü süreçlerin doğru anlaşılmaması, sözleşme ve belge aşamalarındaki uyuşmazlıklar veya geçmiş işlemlerin nasıl gerçekleştiğinin ispatında yaşanan sorunlardan kaynaklanmaktadır.
Blockchain gibi değiştirilemez kayıt teknolojilerinin uygun alanlarda kullanılması; sözleşme, işlem ve bilgilendirme süreçlerinin daha güvenli ve izlenebilir hale gelmesine katkı sağlayabilir. Teknolojinin burada asıl görevi moda bir uygulama oluşturmak değil, güveni güçlendirmektir

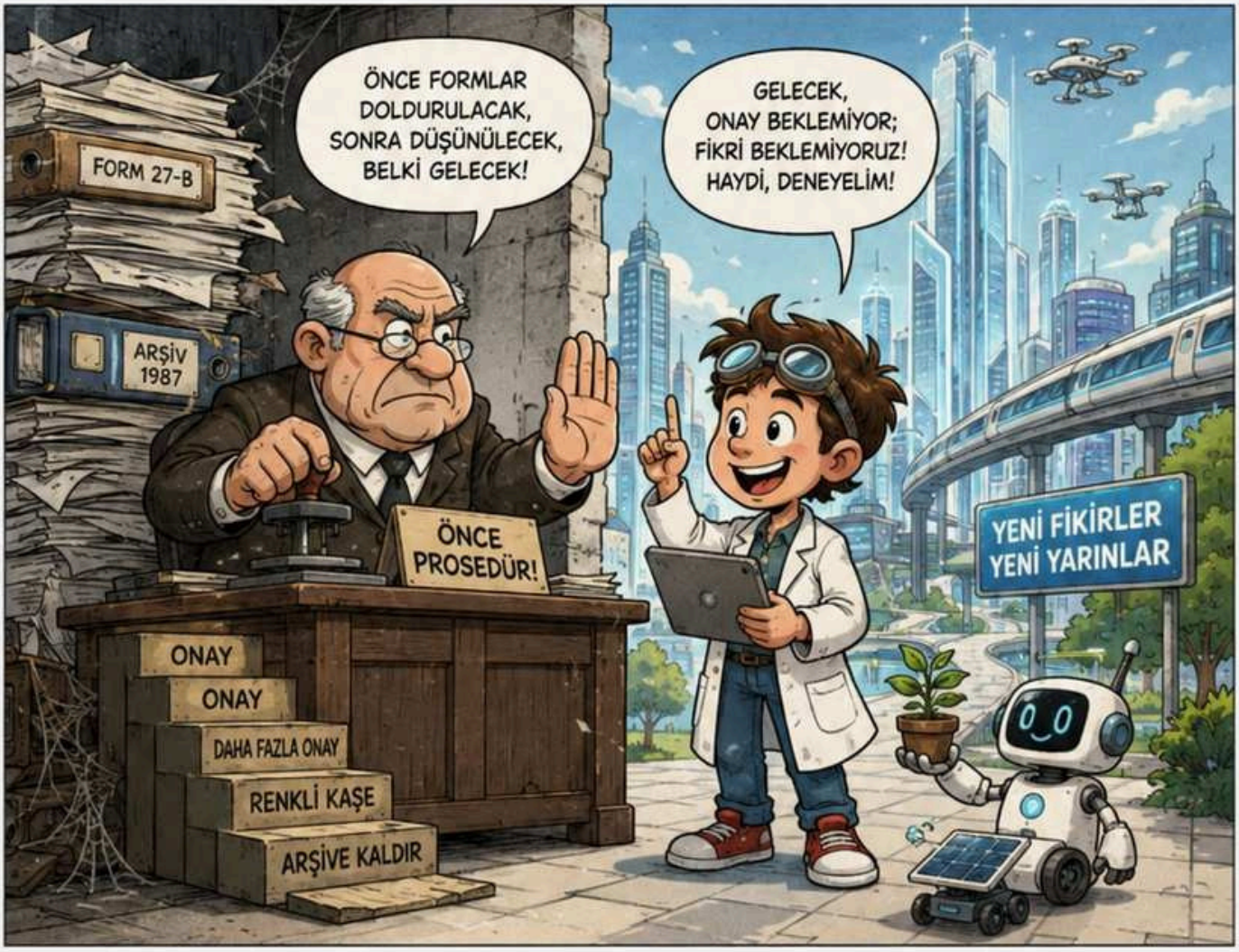
Finansal Okuryazarlık ve Tasarruf Finansman Akademisi

Sektör büyüdükçe hem çalışanların hem de kullanıcıların finansal bilgi düzeyinin yükseltilmesi gerekmektedir. Özellikle gençlere tasarruf bilinci kazandırılması, uzun vadede sistemin gelişmesi açısından önemlidir. Bu noktada şirketler kadar Finansal Kurumlar Birliği ve üniversitelere de görev düşmektedir.
Bunun bir adım ötesi, sektör bünyesinde bir Tasarruf Finansman Akademisi kurulmasıdır. Akademi; eğitim, mesleki gelişim, AR-GE, kariyer ve istihdam çalışmalarının merkezi olabilir. Böyle bir yapı sektörün kendi nitelikli insan kaynağını yetiştirmesine, akademik bilgi ile uygulama tecrübesini buluşturmasına ve yeni finansman modelleri geliştirmesine imkân sağlar.

Türkiye'den Dünyaya Bir Finansman Modeli

Tasarruf finansman sisteminin önemli fırsatlarından biri de yurtdışına açılma potansiyelidir. Özellikle Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan ve Kırgızistan gibi Türk Cumhuriyetleri; genç nüfusları, konut ihtiyaçları ve alternatif finansman arayışları nedeniyle dikkat çekmektedir.
Elbette Türkiye'de uygulanan modelin başka bir ülkeye aynen taşınması yerine, her ülkenin mevzuatına ve ekonomik şartlarına göre uyarlanması gerekir. İlk aşamada pazar ve mevzuat fizibiliteleri hazırlanarak pilot uygulamalar gerçekleştirilebilir. Tasarruf finansman sektörü önümüzdeki dönemde yalnızca Türkiye'de büyüyen alternatif bir finansman alanı olarak görülmemelidir. Doğru teknoloji, güçlü denetim, nitelikli insan kaynağı, finansal okuryazarlık ve yenilikçi uygulamalarla bu model, Türkiye'nin ihraç edebileceği yeni bir finansal hizmet ve know-how alanına dönüşebilir. Sektörün önündeki asıl soru artık "Tasarruf Finansman Sistemi büyüyecek mi?" değil; "Nasıl daha güvenilir, daha teknolojik, daha erişilebilir ve dünyaya açılabilir bir modele dönüşecek?" sorusudur.

KARİKATÜR



“

İnovasyon, kuralları yok saymak değildir; ama kuralların, umudun önüne geçmesine de izin vermemektir.

Gelecek, cesaret edenleri bekler; adım atanları yol gösterir.

Fikre alan açalım, yarına birlikte yürüyelim.

İnovatif Karakter

Misafir Yazar: Yakup Hasanoğlu
Yönetici

İnovasyonu yıllardır yalnız teknolojiyle açıklamayı eksik buluyorum. Yeni yazılımlar alınabilir, büyük bütçeler ayrılabilir, iyi danışmanlarla çalışılabilir. Fakat sorun gördüğünde ilgilenmeyen, soru sormayan, sorumluluk almayan ve başladığı işi takip etmeyen insanlardan oluşan bir yapı kısa süre sonra yine eski alışkanlıklarına döner. Bu yüzden benim için inovasyonun başlangıç noktası teknolojiden önce karakterdir.
İnovatif insanın ilk özelliği meraktır. Önüne konulan yöntemi yalnız uygulamakla yetinmez; neden böyle yapıldığını da sorgular. “Bu işlem neden üç kez onaylanıyor?”, “Vatandaş neden burada bekliyor?”, “Aynı hata neden her hafta tekrar ediyor?”, “Bunu daha kolay yapmanın bir yolu yok mu?” diye sorar. Bazen büyük değişiklikler, herkesin yıllardır görüp alıştığı küçük bir aksaklığın bir kişi tarafından yeniden sorgulanmasıyla başlar.

Sahada yıllar içinde şunu çok gördüm: İmkânı fazla olan kurum her zaman daha yenilikçi olmuyor. Küçük bir ekip, çok daha büyük bütçeli bir kurumdan daha hızlı çözüm üretebiliyor. Aradaki fark çoğu zaman imkân değil, işe bakış biçimidir. “Bu benim görevim değil” diyen insanla “Burada bir problem var, nasıl çözebiliriz?” diyen insan aynı yerde çalışsa bile iki farklı kurum kültürü oluşturur.
İnovatif karakterin önemli özelliklerinden biri de denemekten korkmamaktır. Buradaki cesaret, düşünmeden büyük risk almak değildir. Küçük bir uygulama yapmak, sonucu görmek, işe yaramıyorsa değiştirmek ve yeniden denemektir. Her fikri büyük projeye dönüştürmeye gerek yoktur. Bazen bir hizmeti önce küçük bir grupta denemek, bir üretim sorununa tek hatta çözüm aramak veya yeni yöntemi bir bölümde uygulamak yeterlidir. Önemli olan denemenin sonunda ne öğrendiğimizi bilmektir.
Çünkü inovasyonda başarısızlık da doğru kullanıldığında bilgi üretir. Bir deneme neden çalışmadı? Varsayım mı yanlıştı, uygulama mı eksikti, kullanıcı mı istemedi? Bu soruların cevabı bulunabiliyorsa yapılan çalışma tamamen boşa gitmiş değildir. Asıl kayıp, yanlış olduğunu gördüğümüz bir fikri yalnızca çok emek verdik diye sürdürmektir.

İnovatif insan tek başına hareket etmeyi de başarı saymaz. Bugünün problemleri farklı insanların bilgisini aynı yerde buluşturmayı gerektiriyor. Bir belediye hizmetini yalnız yazılımcının, bir hastane sürecini yalnız doktorun, bir üretim sorununu yalnız mühendisin gözünden değerlendirmek yetmeyebilir. Sahadaki çalışanı, kullanıcıyı ve farklı uzmanlıkları dinlemek çoğu zaman çözümün niteliğini değiştirir.
Ancak benim için asıl ölçü fikir sayısı değildir. Çok konuşmak, sürekli öneri sunmak veya her toplantıda yeni bir proje ortaya atmak insanı tek başına inovatif yapmaz. Ben daha basit sorulara bakarım: Hangi problemi gördün? Ne denedin? Ne öğrendin? Sonunda neyi değiştirdin? Bir kişi yüz fikir söyleyip hiçbirini hayata geçirmeyebilir. Buna karşılık çalışanların her gün yaptığı gereksiz bir işlemi kaldıran veya vatandaşın bekleme süresini kısaltan biri gerçek bir yenilik üretmiş olabilir.

Burada yöneticinin tavrı da belirleyicidir. Çalışan her öneride “Bunu kim onayladı?” sorusuyla karşılaşıyorsa, hata bildiren kişi problem çıkaran biri gibi görülüyorsa veya iyi fikirler başkaları tarafından sahipleniliyorsa bir süre sonra insanlar düşünmemeyi öğrenir. Talimat bekleyen kurum oluşur. Oysa inovasyonu geliştiren yönetici her şeyi bilen kişi değildir; doğru insanı, doğru bilgiyi ve doğru denemeyi buluşturabilen kişidir.
İnovatif karakter doğuştan gelen özel bir yetenek değildir. Çocuklukta soru sormaya verilen cevaptan iş hayatındaki yönetim biçimine kadar geliştirilebilir veya köreltilebilir. Merakı cezalandırırsak, hatayı saklamayı öğretirsek ve insanlardan yalnız verilen işi yapmalarını istersek sonra onlardan yenilik bekleyemeyiz.

Teknoloji değişecek, bugün kullandığımız programların çoğu birkaç yıl sonra eskiyecek. Fakat merak eden, sorumluluk alan, deneyen, paylaşan ve yaptığı işin sonucunu takip eden insan her dönemde değer üretmeye devam edecek.
Benim için inovasyonun gerçek sermayesi de budur: Yeni araçlardan önce, yeni çözüm aramaktan vazgeçmeyen insan.

> **“İnovasyon önce araçta değil, insanın merakında, cesaretinde ve uygulama disiplininde başlar.**

İnovasyonun Yeni Cephesi: Malzemeyi Yeniden Düşünmek

Yazan: Prof.Dr. Niyazi Eruslu
metalurji ve malzeme mühendisi,

İnovasyon denildiğinde çoğumuzun aklına yapay zekâ, yazılım, robotlar veya dijital uygulamalar geliyor. Oysa önümüzdeki dönemin en önemli rekabet alanlarından biri çok daha temel bir yerde: **MALZEME**. Çünkü binaların dayanıklılığından ambalaja, tekstilden enerjiye kadar birçok sorun kullandığımız malzemenin niteliğiyle doğrudan bağlantılı. Malzeme inovasyonunun hedefini dört kelimeyle özetlemek mümkün: **Daha hafif**, **daha sağlam**, **daha akıllı**, **daha çevre dostu**.
Mesela beton... Binalar, köprüler ve yollar zamanla çatlıyor, bakım maliyetleri artıyor. Peki beton kendi çatlağını kendisi onarabilir mi? Biyolojik kendini onaran beton çalışmalarında bazı bakteri türleri ve besin bileşenleri betonun içine yerleştiriliyor. Çatlağa su ulaştığında oluşan süreç kalsiyum karbonat üretimini destekliyor ve küçük çatlakların kapanmasına yardımcı olabiliyor. Bu yalnızca daha güçlü beton değil; daha uzun ömürlü yapı, daha düşük bakım maliyeti ve daha dayanıklı şehir demek.

Bir başka alan biyoplastikler. Muz kabuğu, portakal kabuğu ve çeşitli tarımsal atıklardaki selüloz, nişasta ve pektin gibi bileşenler yeni nesil malzemelere dönüştürülebiliyor. Buradaki soru basit: **Bugün çöpe attığımız şey yarının hammaddesi olabilir mi**? Organik atıklardan biyoplastik üretmek hem atığı azaltabilir hem de petrol kökenli plastiklere alternatif oluşturabilir. İnovasyon bazen yeni bir şey icat etmekten çok, değersiz gördüğümüz bir şeye yeni görev vermektir.
Tekstil de aynı dönüşümün içinde. Grafen gibi ileri malzemeler kumaşlarla birleştirildiğinde ısı iletimi, elektriksel iletkenlik ve sensör kullanımı açısından yeni imkânlar ortaya çıkıyor. Geleceğin kıyafeti yalnızca bizi örten bir kumaş olmayabilir; vücut sıcaklığını ölçebilir, ısıyı dağıtabilir, sporcunun performansını takip edebilir veya çevre şartlarına göre tepki verebilir. Artık soru "Daha güzel kumaş nasıl üretiriz?" değil, **Kumaşa hangi yeni görevi verebiliriz**? olmalıdır.
Deniz yosunları da başka bir fırsat alanı. Yosun ve deniz biyokütlesinden elde edilen malzemeler uygun katkılarla hafif panel, yalıtım ürünü veya yangın direnci geliştirilmiş yapı malzemelerine dönüştürülebilir. Aynı şekilde kahve telvesi gibi her gün çöpe giden karbon içerikli organik atıklar da uygun işlemlerden geçirilerek filtre veya adsorban malzemelerine dönüştürülebilir. Yani kahve telvesine yalnızca çöp olarak değil, yeni bir malzemenin başlangıcı olarak da bakabiliriz.
Gençlere hazır proje başlıkları vermekten daha önemlisi bir **inovasyon düşünme yöntemi** kazandırmaktır. Ben bunu üç soruya indiriyorum: **Ortada gerçek bir sorun var mı**? Bir şey çöpe mi gidiyor, pahalı mı, ağır mı, dayanıksız mı? **Ben bunu gerçekten yapabilir miyim**? İleri bir laboratuvar mı gerekiyor, yoksa basit bir prototiple başlanabilir mi? **Ve sonucu ölçebilir miyim**? Çünkü "daha iyi oldu" demek yetmez. Ne kadar hafifledi, dayanıklılık ne kadar arttı, maliyet ne kadar düştü? İnovasyon iddia değil, **kanıtlanabilir farktır**.

TÜBİTAK, TEKNOFEST ve benzeri yarışmalarda da güçlü proje yalnızca ilginç fikir değildir. Üç unsur birlikte aranır: **Özgünlük** + **Uygulanabilirlik** + **Toplumsal Fayda**. Fikir farklı olacak ama uygulanamayacaksa eksiktir; uygulanabilir olacak ama gerçek bir probleme dokunmuyorsa zayıftır; fayda sağlayacak ama mevcut çözümün tekrarından ibaretse inovasyon değildir. Güçlü proje, yeni bir fikri çalışan çözüme, çalışan çözümü de ölçülebilir faydaya dönüştüren projedir.
Türkiye açısından fırsat büyük. Tarım atığımız var, borumuz var, tekstilimiz var, güçlü bir inşaat ve gıda sanayimiz var, genç nüfusumuz var. O halde yalnızca başkalarının geliştirdiği teknolojileri satın almak yerine kendi hammaddelerimizden yeni nesil malzemeler geliştirmeyi bir sanayi hedefi hâline getirmeliyiz. Bir genç muz kabuğuna bakıp ambalaj, bir mühendis beton çatlağına bakıp kendini onaran yapı, bir tekstilci kumaşa bakıp sensör, bir girişimci yosuna bakıp yapı paneli görebilir.

İnovasyon biraz da budur: **Herkesin baktığı şeye bakıp**, **henüz kimsenin görmediği ihtimali görebilmek**. Geleceğin önemli rekabet alanlarından biri yalnızca daha güçlü bilgisayarlar değil, **daha akıllı malzemeler** olacaktır.

> **"TÜBİTAK, TEKNOFEST ve benzeri yarışmalarda da güçlü proje yalnızca ilginç fikir değildir.**

DÜNKÜ GÜNEŞ, BUGÜNKÜ ÇAMAŞIRLARI KURUTMUYOR...

Yazan: Uğur Karaca
Hukukçu

İnovasyon, yani yenilenme, hayatın tüm aşamalarında etkili. Yenilenme konusunda etkili işler yapan, hayata da damgasını vuruyor.
Teknolojide SİLİKON VADİSİ, dünyanın dört bir tarafından getirilen yeteneklerin birlikte çalışıp, yeni teknolojik ürünler ortaya koyması ile oluşmadı mı?

Eskimiş yönetim şekillerinin yenilenmesi, ahlak erozyonunun önlenmesi ve dünya nimetlerinin hakça bölüşme gibi konularda da gerekli güncellemeleri yapmalıyız?

İnsanlar sosyal konularda, bulundukları coğrafyanın baskın etkisini çok zor aşarlar. Aşılamayan en önemli engeller ise, tarih ve toplumdur.
Hangi geri kalmış topluma gitseniz, kendilerinin iyi bir ırka, tarihe ve inanca sahip olduğunu söylerler. Geri kalmış toplumlarda, yöneticiler ve din adamları kutsal/eleştirilmez kabul edilir.

Halbuki devlet ve din, insanlara huzur/mutluluk getirmek amacı ile varlar. İnsanlar bu iki kurumu tartışıp, fayda ve zararlarını, çıkarcılar tarafından yozlaştırılmış olan uygulamaları açığa çıkarsalar, kurumları asli hüviyetine dönüştürmüş olurlar. Ne yöneticiler buna müsaade eder, ne de şu anki tepkisiz insanlar kısa vadede buna cesaret eder.

Başkalarını ırkçı veya saçma inançlı olarak kolayca yaftalayanlar, kendilerinin nerede ise çelişkisiz/mükemmel olduğunu düşünürler. İşte bunlara, muhafazakar/tutucu denir.

Tutucu: “tuttuğunu tutmuş olmak için tutan”. Muhteşem bir tanımlama...
“Niye tutuyorsun?” sorusuna, “Tutuyorum işte!” diye cevap veren kişi...
Çare; sorgulayan, sorular sorup cevaplarını araştıran ve evrensel değerlerde bir birey olan insanların çoğalmasıdır.
Artık, şapkadan tavşan çıkarma, insanları Allah ile kandırma ve hayal satma devri kapanıyor, zira yeni nesil tek tuş ile bir konudaki tüm alternatifleri görebiliyor.

Kendisine imkan tanınmayan, para ve yönetimden şimdilik uzak tutulan genç nesil, birkaç yıl içinde tüm yetkiyi devraldığında, şu an onlara imkan tanımayan ileri yaştaki tutucu nesil, utancından saklanacak yer arayacak...
Ben, pozitif yenilikler konusunda yeni nesilden umutluyum ve geleceğin güzel şeylere gebe olduğunu düşünüyorum.

“Başkalarını ırkçı veya saçma inançlı olarak kolayca yaftalayanlar, kendilerinin nerede ise çelişkisiz/mükemmel olduğunu düşünürler. İşte bunlara, muhafazakar/tutucu denir.

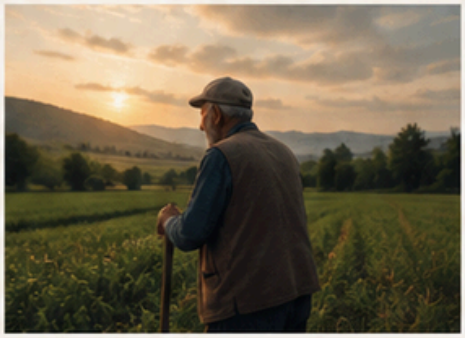
FOTOĞRAF

AYNIVATAN KARESİ

Bir kare, bazen bin sözü anlatır; bazen de sormamız gereken soruları sessizce hatırlatır.

Günün sonunda değişmeyen şeyler var: Gökyüzü, umut ve paylaşma isteği.

Şehirler konuşur, dinlemeyi bilen duyar.



Emek, toprağa düşen her damlada yeşerir.

Soru soran bir nesil, geleceği değiştirir.

Sizin Kareniz

Yaşadığınız yerde sizi etkileyen, düşündüren, umutlandıran kareleri, bizimle paylaşın. Birlikte görünür kılalım.

TÜRKİYE NEDEN İNOVASYON ÜRETMEKTE ZORLANIYOR?

Esra Nur Gencal

Türkiye'de inovasyon konuşulduğunda çoğu zaman ilk akla gelen şey teknoloji oluyor. Yeni bir yazılım, yapay zekâ uygulaması, robot, savunma sistemi, elektrikli araç ya da dijital platform gördüğümüzde buna hemen "inovasyon" diyoruz. Oysa mesele yalnızca yeni bir teknoloji üretmek değildir. Asıl mesele, bir problemi farklı biçimde çözebilmek; çözümü uygulanabilir hâle getirmek ve ortaya çıkan değeri sürdürülebilir bir yapıya dönüştürebilmektir. Türkiye'nin en önemli meselelerinden biri de burada başlıyor. Bizim fikrimiz var, genç nüfusumuz var, üniversitelerimiz var, sanayimiz var, girişimcimiz var. Teknolojiyi takip eden insanımız da var. Hatta gerektiğinde dünyanın kullandığı birçok teknolojiyi kısa sürede ülkemize getirip kullanabiliyoruz. Peki bütün bunlara rağmen neden dünya ölçeğinde daha fazla teknoloji şirketi, marka, patent ve özgün ürün çıkaramıyoruz?

Belki de soruyu yanlış yerde soruyoruz. Sorunumuz yalnızca teknoloji eksikliği olmayabilir. Sorunumuz, fikri ürüne; ürünü pazara; pazarı markaya dönüştürecek sistemin yeterince güçlü olmaması olabilir. Bir ülkenin gelişmiş teknolojiyi kullanması elbette önemlidir. Fakat başkasının geliştirdiği teknolojiyi satın almakla onu geliştiren ülke olmak arasında büyük fark vardır. Makineyi satın alabilirsiniz, yazılımı lisanslayabilirsiniz, robotu fabrikanıza koyabilirsiniz, yapay zekâ sistemini kurumunuza entegre edebilirsiniz. Ama bunların hiçbiri tek başına sizi inovasyon üreten bir ülke hâline getirmez. Gerçek inovasyon, "Bunu biz nasıl daha iyi yapabiliriz?" sorusuyla başlar. Bazen büyük bir buluşla değil, herkesin alıştığı küçük bir soruna itiraz etmekle ortaya çıkar. Bir üretim hattındaki gereksiz işlem, vatandaşın saatlerce beklediği bir kamu hizmeti, çiftçinin maliyetini artıran bir uygulama, yaşlı bir insanın kullanamadığı dijital sistem... İnovasyon biraz da alışılmış olana razı olmamaktır.

Türkiye'de yıllardır üniversite-sanayi iş birliğinden söz ediyoruz. Ancak iki tarafın aynı şehirde bulunması iş birliği yapıldığı anlamına gelmiyor. Üniversitenin bilgisi ile sanayinin problemi aynı masaya yeterince oturmuyorsa, araştırma makalede; üretim ise eski yönteminde kalıyor. Bir sanayicinin gerçek problemini akademisyen bilmiyorsa, akademisyenin geliştirdiği çözümü sanayici görmüyorsa ortaya iki ayrı dünya çıkıyor. Bir tarafta bilgi üretiliyor, diğer tarafta çözüm aranıyor; ama ikisi birbirine yeterince dokunamıyor. Burada ihtiyaç duyduğumuz şey yalnızca protokol imzalamak değil, ortak problem çözme kültürüdür. Sanayici üniversiteye "Bana ne verebilirsin?" diye değil, "Benim şu problemimi birlikte çözebilir miyiz?" diye gitmeli. Üniversite de sanayiyi yalnızca finansman kaynağı olarak görmemeli. İnovasyonun başladığı yer bu karşılaşmadır.

> "Üniversitemiz var, sanayimiz var, genç nüfusumuz var. Eksik olan ne?

Esra Nur Gencal
/Devam

Türkiye'nin gençleri teknolojiye yabancı değil. Yazılım bilen, yapay zekâyı kullanan, dünyanın gelişmelerini takip eden çok sayıda genç var. Fakat iyi bir fikir ile başarılı bir girişim arasında uzun ve yorucu bir yol bulunuyor. Genç girişimciye çoğu zaman "Projen çok güzel" diyoruz, sonra onu yalnız bırakıyoruz. Ofis veriyoruz ama müşteri vermiyoruz. Yarışma düzenliyoruz ama pazara çıkış yolu göstermiyoruz. Ödül veriyoruz ama ilk siparişi vermiyoruz. Oysa girişimcinin en büyük ihtiyacı yalnızca para değildir. İlk müşteriye, ilk referansa, güvenilir bir pazara ve doğru bağlantıya ihtiyacı vardır. Bir genç Türkiye'de geliştirdiği ürünü önce Türkiye'de satamıyorsa dünyaya açılmasını nasıl bekleyeceğiz? Bu nedenle inovasyon politikamızın merkezine sadece "girişimci yetiştirmeyi" değil, girişimciye pazar açmayı da koymalıyız.

Devletin ve yerel yönetimlerin satın alma gücü inovasyon için önemli bir araçtır. Bir belediye, kamu kurumu veya kamu şirketi yeni bir probleme çözüm ararken yalnızca hazır ürünü satın almak yerine yerli firmalara çözüm geliştirme alanı açabilir. Bu yaklaşım genç şirketlerin en büyük sorunlarından birini çözer: referans. Bir ürün ilk kez güvenilir bir kurumda kullanıldığında artık yalnızca bir fikir değildir; kanıtlanmış bir çözüme dönüşür. Elbette şeffaflık, rekabet ve kamu yararı korunmalıdır. Ancak satın alma sistemleri yalnızca en eski firmayı veya daha önce aynı işi yapmış olanı tercih eden bir yapıya dönüşürse yeni oyuncuların önü kapanır. İnovasyonun doğası ise yeniyi içeri almaktır.

İnovasyonun önündeki görünmeyen engellerden biri de hata korkusudur. Yeni bir şey denediğinizde başarısız olma ihtimaliniz vardır. Ancak kurumlarımızda başarısızlık çoğu zaman öğrenme fırsatı değil, kişisel kusur olarak görülüyor. Böyle bir kültürde insanlar yeni fikir üretmez, risk almaz, "Bunu başka türlü yapabilir miyiz?" diye sormaz. Çünkü mevcut yöntemi uygulamak daha güvenlidir. Oysa yenilikçi kurumların ortak özelliklerinden biri kontrollü denemeye izin vermeleridir. Küçük ölçekte dene, sonucu ölç, hata varsa düzelt, işe yarıyorsa büyüt. İnovasyonun çalışma biçimi budur. Her şeyi ilk günden kusursuz yapmak zorunda olduğumuzu düşünürsek hiçbir yeni şeyi başlatamayız.

Türkiye'nin inovasyon konusunda yeni bir kavramlar listesine değil, birkaç temel konuda kararlılığa ihtiyacı var. Üniversite ile gerçek hayatın problemlerini aynı masaya koymalıyız. Araştırmayı dosyadan çıkarıp üretim hattına, şehre, çiftliğe, hastaneye ve işletmeye götürmeliyiz. Genç girişimciye yalnızca destek değil, pazar sağlamalıyız. Yerli teknolojinin ilk müşterisi olabilecek kurumları teşvik etmeliyiz. Denemeyi ve ölçmeyi kurum kültürüne dönüştürmeliyiz. Başarısız olan her proje kaynak kaybı değildir; ne öğrendiğimizi biliyorsak o çalışma bir sonraki başarının maliyetidir.

Bunları yapabilirsek teknoloji tüketen bir ülke olmaktan teknoloji üreten bir ülkeye doğru daha hızlı ilerleyebiliriz. Çünkü Türkiye'nin temel sorunu fikir kıtlığı değildir. Bu ülkede fikir de var, insan da var, cesaret de var. Eksik olan çoğu zaman bunları birbirine bağlayan sistemdir. Belki inovasyonda ilk büyük yeniliğimiz, yeni bir cihaz üretmekten önce o sistemi değiştirmek olmalıdır.

> **"Türkiye'nin sorunu fikir eksikliği değil; fikri ürüne, ürünü markaya, markayı dünyaya taşıyan sistemi güçlendirmektir.**

Yenilikçilik İnovasyon

Yazan: Prof.Dr.Emin Özyurt
Beyin Cerrahı

Yenilikçilik çeşitli kaynaklarda eski fikirlere yeni kimlikler kazandırma ve bilinenlerden yeni sentezler oluşturma faaliyetleri ya da yeni kullanılabilir fikirler veya problem çözümleri; hem bir fikrin kendisi hakkında hem de bir fikrin üretim veya problem çözme aşamasında kolaylık getiren bir süreç olarak tanımlanabilir. Yaratıcılık örnekleri yeni ve özgün fikirlerin ortaya çıkmasıyla kendini gösterir. Bir ressamın tuvale dökülen hayal gücü, bir yazarın kurgusal dünyaları yaratması veya bir mucidin teknolojik yenilikler getirmesi gibi çeşitli çeşitli alanlarda görülebilir. Yaratıcılık bir anlamda sosyal inovasyonun kaplamıdır. Yani sosyal inovasyon, yaratıcılığın alt gruptaki alanlardan bir tanesidir. Yaratıcılık yenilikçi olma, bildiklerini başkalaştırma, bükme parçalama, harmanlama gibi zekaya dayalı düşünce tekniklerini içerir

Bunları çok kısa şekilde tanımladıktan sonra yaratıcılığın alt grubu sosyal inovasyonu da tanımlayıp örnekleriyle anlattıktan sonra, sosyal inovasyonun yerleşmesi ve sürdürülebilir olması için inovasyononu kendisi ve ona muhatap toplumun niteliği hakkında fikirlerimi anlatacağım. Sırasıyla yenilikçi olma, beynimizin gördüğüyle ilgili, verdiği bir tepkiyle alakalı bir örnektir. Farz edelim bir sürücüsüz araba karşımıza çıktı, beynimiz o anda büyük bir tepki verecektir. Çünkü sırada yeni bir şeyi algılamakta ve kaydetmektedir, arabayı ikinci kez gördüğümüzde, tepki biraz daha az olacak üçüncüsünde biraz daha az dördüncüde daha az sonunda karşımızdaki şey çok umurumuzda olmayacaktır. Çünkü o şey yeniliğini kaybetmiştir.

Toplumsal yaşamda aşinalık beraberinde ilgisizliği getirir, tekrar baskılaması devreye girer, ilgimiz zayıflar. Tekrar tekrar güldüğümüz bir fıkraya bir süre sonra gülmememiz bundandır. Çünkü beyin yenilik arar; güncelleme yaptığında heyecan duyar. Eşler arası ilişkilerde bir süre sonra durağanlığa monotonluğa dönmesinin en önemli nedenlerinden bir tanesi de budur. Bunun için heyecanın azaldığı özellikle doğumlardan sonraki devrelerde heyecanı artırmak için arada sırada yemeğe çıkmak şaşırtacak ölçüde hediyeler sunarak ilişkileri ateşlemek canlı tutmak gerekir.
Beyin bir yandan dünyayı öngörerek enerjiden tasarruf etmeye çalışır, diğer yandan şaşırmayla gelen sarhoşluk duygusunu arar. Ne sonsuz şekilde kısır döngü içinde yaşamak, ne de her saniye sürprizle karşılaşmak isteriz. Aristo'nun altın orta formülünü uygulamak gerekir.

Beynin yenilikçilikte kullandığı ikinci teknik, bildiklerini başkalaştırmadır. Deneyim hammaddesini alır, yeni sonuçlar üretmek için onu büker, kırar ve harmanlarız. İnsan beyninde zekâ sayesinde ortaya çıkan bu üçlü, bize yeni fikirler ve davranışlar için bitmez tükenmez kaynak sağlar.
Başkalaştırma için örnek Picasso'nun Les Demoiselles adlı eserinde Avignonlu kızlar tablosunda maske takmış ve yüzlerini çok fazla başkalaştırmasına rağmen şaşırtıcı şekilde birbirine benziyordu.
Bükmeye örnek, bilgisayar modelleri ve yeni inşaat malzemelerinden yararlanan mimar Frank Gehry normalde düz olan dış cepheleri bükerek onlara kırışık ve kıvrımlı bir görünüm kazandırarak sıra dışı bir hale getirmiştir.

> **Yenilikçilik bir anlamda sosyal inovasyonun kaplamıdır. Yani sosyal inovasyon, yaratıcılığın alt gruptaki alanlardan bir tanesidir. Yaratıcılık yenilikçi olma, bildiklerini başkalaştırma, bükme parçalama, harmanlama gibi zekaya dayalı düşünce tekniklerini içerir**

Prof.Emin Özyurt
/Devam

Parçalama da, yenilikçilikte kullanılan ayrı bir düşünce tekniğidir. David Fisher ortaya çıkardığı dinamik mimari buna iyi bir örnektir. Bir binanın sert olan duvarlarını parçalara ayırmış, döner restoranlarda kullanılan motorlar her katın birbirinden bağımsız hareket etmesini sağlamıştır.
Parçalama da, yenilikçilikte kullanılan ayrı bir düşünce tekniğidir. David Fisher ortaya çıkardığı dinamik mimari buna iyi bir örnektir. Bir binanın sert olan duvarlarını parçalara ayırmış, döner restoranlarda kullanılan motorlar her katın birbirinden bağımsız hareket etmesini sağlamıştır.
Sfenks Mısırlılar için insan ve aslanın bir karışımıydı. Afrika'da bir kızdan ve bir balıktan bir Mami Wata (deniz kızı) üretilmişti. Bu bileşik yaratıkları ortaya çıkaran perde arkasındaki hangi sihirdi? Sihir, tanıdık kavramların yeni birleşimleriydi.

Yenilikçiliği besleyen düşünce teknikleri ile ilgili çok sayıda örnek verebilirim ama dergideki 1.5 A4 sayfalık alanla sınırlı yer olduğu için inovasyon ve çeşitlerine geçmek istiyorum.
Tarihteki inovasyon için yenilikçilikteki düşünme tekniklerinden bildiklerini başkalaştırma, bükme tekniklerini kullanarak tarihi olayları daha heyecan verici hale sokabilir miyiz? Örneğin Thedor HELTZ in 1897 deki birinci Siyonist kongresinden sonra (Siyonizm'in kurucudur bildiğiniz gibi) 2.ABDÜLHAMİDE bugünkü FİLİSTİN bölgesinde, bir İsrail devleti kurulması karşılığında, Osmanlının tüm borçlarının silinmesi, 50 yıl vadeli faizsiz kredi verilmesi ve tüm donanmanın yenilenmesini içeren meşhur o üçlü teklifi sunmuştur. Eğer 2. ABDÜLHAMİD bu öneriyi kabul etseydi OSMANLI, balkanlardan başlayan tüm imparatorluğu içeren hızlı ve büyük toprak kaybı olur muydu sorusuna heyecan verici bir senaryo yazabilirdik. Veya Hitler Almanya'sı yenilmeseydi TÜRKİYE,dünyanın Almanya dan sonra en güçlü devletlerden biri olur muydu?

Sosyal inovasyona gelince, tanımı toplumun ihtiyaçlarının geçmiş yöntemlerle çözüm bulunamadığı durumlarda yenilikçi ve toplumsal fayda sağlayan çözümler geliştirme süreci olarak tarif edilir. Yapılan çalışmalarda gerek yaratıcılık gerekse inovasyonda, inovasyonu oluşturan ve kabul edecek olan toplumlarda inovasyonun sürdürülebilir, kalıcı olabilmesi için IQ larının 120 nin üstünde olması ve bunun yanında inovasyonu bürokrasinin sahiplenmesi gerekmektedir.
Sosyal inovasyona örnek verecek olursak, günümüzde oldukça taraftar bulan Sıfır Atık projesidir. Bu sosyal inovasyonla çevreye zarar veren cam, metal plastik atıklar toplanmakla beraber toplayan bireylerin kendilerine sınırlı olsa da ekonomik katkı sağlamaktadır. Bu projenin sürdürülebilir, topluma fayda sağlayan kalıcı proje olmasında bürokrasinin katkısı büyük olmuştur.

Sosyal inovasyon TÜRKİYE için çok önemli konudur, dergimiz Genel Yayın Yönetmeni Sayın CEVDET TELLİOĞLUNUN gündeme getirmesi çok faydalı olmuştur. Ülkemiz yararına olacak sosyal inovasyonu yazılı ve görsel basında sürekli dile getirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Bu konuda topluma yararlı olabilecek çok sayıda alan vardır. Bunlardan birkaç tanesine örnek verirsek, şehirlerde güneş enerjisini özendirmek, yapılan araştırmalarda özellikle kalabalık sitelerde elektrik faturasını anlamlı şekilde düşürmektedir.
Metrekare başına çok yağış alan bölgelerde, dar fakat derin artezyen kuyuları açarak selin hacimsel olarak çok büyük hale gelmeden bu kuyulardan emilmesi sonuçta çevredeki tahribatı azaltmak, gerektiğinde tarımsal sulama veya başka amaçlarla suyu kullanmak örnek olarak verilebilir.

RİZE'DEN BİR ÖRNEK
Rize Ardeşen de Siyat köyünde bundan 60 sene evvel suyun mekanik etkisiyle çalışan su değirmenleri vardı, köy sakinleri kendi ürettikleri mısır tanelerini getirir, mısır unu yapar , bundan da çok lezzetli mısır ekmeği yapılırdı.

Değirmen aynı zamanda suyun mekanik enerjisini, elektrik enerjisine dönüştürüp birkaç evin elektrik ihtiyacını sağlardı, o zaman elektrik yoktu gaz lambasıyla aydınlatma sağlanırdı.

Günümüzde bu su değirmenlerinin sayılarını artırıp modern elektrik mühendisliği tekniklerini kullanıp, bir kısım evlerin elektrik ihtiyaçlarını karşılanabileceğini düşünüyorum benim söyleyeceklerim bukadar kalın sağlıcakla

AYNIVATAN NABZI

Farklımahallelerdenkısanotlar,ortak sorular

Bu ay memleketin farklı yerlerinden bize kalan cümleler

Bu ayın cümleleri

“ Bir şehirde gençler gelecek kurabiliyorsa, o şehir gerçekten büyüyordur.

— Samsun / Üniversite Öğrencisi

“ Küçük işletmenin derdi yalnız kendisinin değil; mahallenin ekonomisinin derdidir.

— Bursa / Esnaf

“ Kültürel mirası korumak, geçmişi saklamak değil; geleceğe kimlik bırakmaktır.

— Gaziantep / Emekli

Farklı şehirlerden gelen not
184

Katkı sunan mahalle
73

Temsil edilen şehir
46

Statükonun İflası ve Sürekli İlerleme Ahlakı

Yazan: Reşat Nuri Erol
Adil Düzen Kurucularından

İslam düşünce atlasının en dinamik zihinsel manifestolarından biri, tek bir cümleye sığdırılmıştır: "İki günü birbirine eşit olan ziyandadır." (Halk arasında hayli yaygın olan bu cümle, aslında uzun bir hadisin bir parçasıdır. Hadisin aslı şöyledir: "İki günü birbirine eşit olan aldanmıştır. Bugünü dününden kötü olan lanetlenmiştir.") Çoğu zaman yalnızca 'bireysel ibadet veya ahlaki olgunlaşma' parantezine sıkıştırılan bu ilke, aslında epistemolojiden mühendisliğe, sosyal adaletten teknolojik üretime kadar hayatın her alanını kapsayan bir sürekli tekâmül ve inovasyon fermanıdır.

'Sosyal adaletten ve ahlaktan' söz etmişken çok önemli bir hatırlatma daha yapmam gerekiyor. Yaşadığımız çağda hem ülkemizde hem de bütün dünyada hayatımızın 'ilmî-iktisadî-idarî-dinî/ahlâkî' dört ana alanında da 'sosyal tufan' seviyesinde sorunlar var. Malum olduğu üzere, Kur'an Nizamı Adil Düzen çalışanları olarak bizler, artık yarım yüzyıldır yaptığımız ilmî ve amelî ya da teorik ve pratik çalışmalarımızla bu dört soruna çare ve çözümler üretmeye devam ediyoruz.

Evrende hiçbir atom, hiçbir galaksi dün durduğu yerde durmazken; insanın zihnen, teknik olarak veya toplumsal ölçekte yerinde sayması kâinatın fıtratına aykırıdır.
Kur'an, varlığı ve insanı durağan değil, sürekli bir oluş (kevn) ve eylem içinde tanımlar. "Ve-en leyse li'l-insâni illâ mâ se'â / Ve insan için ancak sa'yinin/emeğinin/çalıştığının karşılığı vardır." (Necm 39) ilkesi, bireyi her gün dünkünden daha yetkin bir zihinsel ve pratik seviyeye çağırır.
Gelenekçiliğe sığınıp geçmişin çözümleriyle bugünü yönetmeye kalkışmak, Kur'an'ın en sert eleştirdiği "Kâlû bel nettebi'u mâ elfeynâ 'aleyhi âbâenâ / Atalarımızı bu yol üzerinde bulduk" (Bakara 170) kolaycılığına teslim olmaktır.
Dünün mühendisliği dünün ihtiyacını karşılamıştır; Hz. Nuh'un gemi tasarımı, Hz. Davud'un hafif ve esnek zırh örme tekniği ya da Zülkarneyn'in demir ile bakırı birleştiren malzeme inovasyonu ve özellikle medeniyet kurucusu ülü'l-azm beş peygamberin yaptıkları (Hz. Nuh, Hz. İbrahim, Hz. Musa, Hz. İsa, Hz. Muhammed) kendi çağlarının daima "bir adım ilerisi"ydi.
Bugünün insanına düşen ise bu peygamberi mirası yani 'peygamberler sistemini' salt birer nostaljik hikâye gibi okumak değil, onların açtığı teknik ve düşünsel ufku bir sonraki basamağa taşımak ve çağımızın tüm sorunlarını çözüme kavuşturmaktır

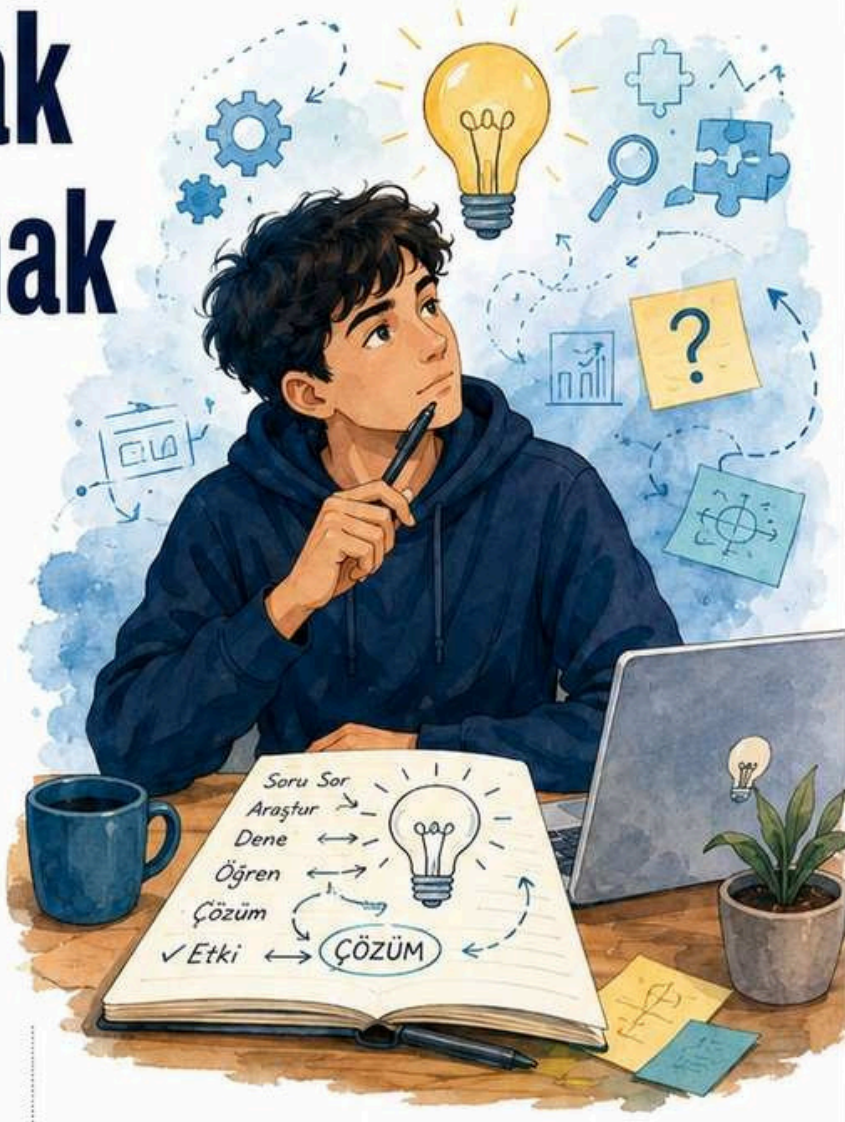
Sosyal alanda adalet mekanizmalarını, kent planlamasını, eğitim modellerini ve iktisadi refahı her gün daha hakkaniyetli ve adil bir noktaya taşımayan toplumlar; ziyanı sadece ahirette değil, küresel sahnede bağımlı ve pasif kalarak dünyada da yaşarlar.
Teknoloji üretmeyen, bilimsel bilgiyi katma değere dönüştürmeyen ve dünü tekrar eden bir zihniyet hem yazımızın başındaki hadisin hem de ilgili Kur'an ayetlerinin açıkça işaret ettiği "hüsran" dairesinin tam ortasındadır.
İlerleme ve yenilik arayışı, İslam düşüncesinde dünyevi bir hırs değil; yeryüzünü imar etme (hilafet) ve her işi en mükemmel standartta yapma (ihsan) mükellefiyetidir.
*
Bugün hem sormamız hem de acilen cevaplamamız gereken soru bellidir:
Zihnimiz, ürettiğimiz teknoloji, kurduğumuz kurumlar, insani değerlerimiz ve içinde yaşadığımız 'nizam/sistem/düzen' dünün kopyası mı, yoksa geleceğin inşası mı?
Dünüyle eşit kalanların geleceği inşa etme hakkı yoktur; yarın, bugünü düne galip gelenlerin olacaktır.
Ve's-selam/silm/barış...

"Bugünün insanına düşen ise bu peygamberi mirası yani 'peygamberler sistemini' salt birer nostaljik hikâye gibi okumak değil, onların açtığı teknik ve düşünsel ufku bir sonraki basamağa taşımak ve çağımızın tüm sorunlarını çözüme kavuşturmaktır

İnovatif Olmak İçin Mucit Olmak Gerekmiyor

Yenilik bazen büyük bir icatla değil, herkesin alıştığı küçük bir soruya "Neden?" diye sormakla başlar.

Misafir Yazar: Yakup Hasanoğlu



Ben inovasyonu yalnız teknolojiyle açıklamıyorum. Çünkü yıllar içinde şunu çok gördüm: Elinde çok fazla imkân bulunan kurumlar bazen hiçbir şeyi değiştiremiyor, küçük bir ekip ise basit bir fikirle önemli bir problemi çözebiliyor. Aradaki fark çoğu zaman araçlarda değil, insanın meseleye nasıl baktığında ortaya çıkıyor.

İnovatif insan benim için önce dikkat eden insandır. Herkesin alışıp geçtiği bir aksaklığı görür. "Bu iş neden böyle yapılıyor?", "Bunu daha kolay yapamaz mıyız?", "İnsanlar burada neden sürekli bekliyor?" diye sorar. Bu soruları sormak için mühendis, yazılımcı veya bilim insanı olmak gerekmiyor.

Bir kafede sipariş sürecini kolaylaştıran çalışan da, okulda öğrencilerin yaşadığı bir soruna çözüm bulan genç de, iş yerinde her gün yapılan gereksiz bir işlemi kaldıran personel de inovasyon üretebilir. Ama yalnız fikir söylemek yetmez. Benim ölçüm biraz farklıdır: Ne gördün? Ne denedin? Ne öğrendin? Sonunda ne değişti?

> ***"Önce etrafınızda değiştirebileceğiniz küçük bir şeyi fark edin."***

Bir de hata meselesi var. Gençlere yıllarca hata yapmamaları gerektiğini söylüyoruz. Sonra iş hayatına geldiklerinde onlardan yenilik üretmelerini bekliyoruz. Oysa yeni bir şey deniyorsanız bazen sonuç alamamanız normaldir. Önemli olan aynı hatayı tekrar tekrar yapmak değil, neden olmadığını anlayabilmektir.

Teknoloji sürekli değişecek. Bugün öğrendiğimiz programların bazıları birkaç yıl sonra kullanılmayacak. Ama merak etmek, soru sormak, denemek ve sonuç almak hiçbir zaman eskimeyecek. Bu yüzden gençlere söyleyeceğim şey basit: İnovatif olmak için dünyayı değiştirecek fikri beklemeyin. Önce etrafınızda değiştirebileceğiniz küçük bir şeyi fark edin.

Merak eden, soru soran ve denemekten vazgeçmeyen her genç, bulunduğu yerde fark yaratabilir. Unutmayın, büyük yenilikler küçük adımlarla başlar.

GELECEK BİZİMLE ŞEKİLLENİYOR!

Bu bölümde; çizgi anlatılar, teknolojik bakış, kültür ve inovasyon üzerinden dünyaya gençlerin gözünden bakıyoruz.

1 ÇİZGİ ANLATI

Fikri hikâyeyle anlatmak

İnovasyon; yeni icatlar yapmak değil, eski sorunlara yeni yollar bulmaktır.

2 TEKNOLOJİK BAKIŞ

Teknolojiyi kullanmak mı, üretmek mi?

Yapay zekâ, robotik, veri, enerji ve daha fazlası... Peki bu teknolojiler hayatımızı nasıl değiştiriyor?

Geleceğin meslekleri bugünden şekilleniyor. Hangi beceriler bizi öne çıkaracak?

Teknolojiyi tüketen değil, üreten bir gençlik mümkün!

Fikirlerini teknolojiyle buluştur, dünyaya değer kat.

Geleceği en iyi anlayanlar değil, onu en iyi tasarlayanlar kazanacak.

3 KÜLTÜR

Geçmişten beslenerek yeniyi üretmek

Köklerinden güç alanlar, geleceği daha sağlam yapar.

4 İNOVASYON

Fikirden uygulamaya yolculuk

İnovasyon yalnız fikir değildir.
Fikir + deneme + uygulama + ölçme + geliştirme sürecidir.

1. **Ne fark ettin?** Çevrene dikkatle bak, gerçek problemi bul.
2. **Neyi değiştirmek istiyorsun?** Hedefini netleştir, büyük düşün.
3. **Nasıl deneyeceksin?** Küçük bir plan yap, ilk adımı at.
4. **Sonucu nasıl ölçeceksin?** Ne işe yaradı, ne yaramadı?
5. **İşe yararsa nasıl büyüteceksin?** Daha fazla insana dokunacak şekilde geliştir.

Sen de düşün!

Senin çevrende hangi problemi değiştirmek istersin?
Fikrini bizimle paylaş.

SEN DE KATIL!

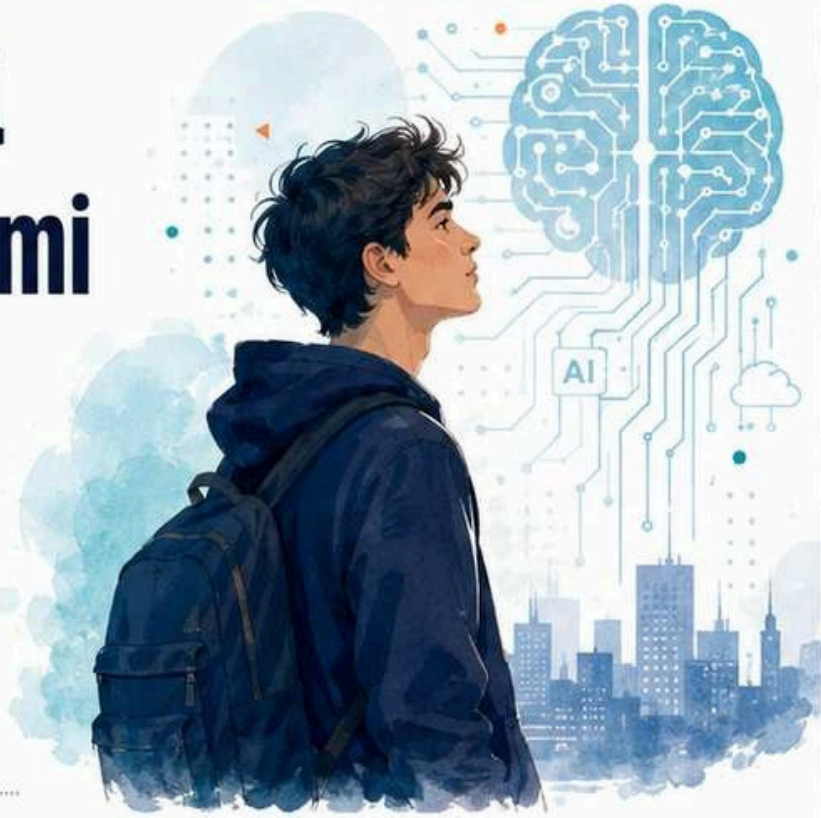
FİKRİNİ YAZ
Çözüm önerini bizle gönder, dergimizde yer alabilir.

FOTOĞRAF GÖNDER
İnovasyon, teknoloji, kültürle ilgili karelerini bizimle paylaş.

SESİNİ SÖYLE
Görüşünü, deneyimini yaz; başkalarına ilham ol.

GELECEK SENİN FİKRİNLE BAŞLAR!

Yapay Zekâ İşimizi Elimizden mi Alacak?



Değişimden korkmak değil, değişimin içinde kendine yeni bir yer bulabilmek önemli.

Yazan: Kerem Aksoy

Yeni bir teknoloji çıktığında iki farklı ses duyuyoruz. Biri, "Her şey çok kolaylaşacak" diyor. Diğeri ise, "Yakında bize ihtiyaç kalmayacak." Yapay zekâ tartışmalarında da durum pek farklı değil, Özellikle gençler açısından mesele yalnız yeni bir uygulamayı öğrenmek değil; gelecekte hangi mesleklerin kalacağı, hangi becerilerin değer kazanacağı ve insanın bu değişimin neresinde duracağı.

Aslında insan her değişime karşı değildir. Yeni telefonu, yeni oyunu veya hayatını kolaylaştıran bir uygulamayı çok hızlı benimseyebilir. Kaygı, değişim kendi geleceğine dokunduğunda başlar. "Ben bunu öğrenebilecek miyim?", "Bugün bildiklerim yarın işe yarayacak mı?", "Benden daha hızlı çalışan bir sistem benim yerimi alır mı?" soruları burada ortaya çıkar.

Bu soruları küçümsemek yerine ciddiye almak gerekiyor. Çünkü "Korkmayın, teknoloji çok faydalı" demek tek başına kimseyi rahatlatmıyor. İnsan, değişimin kendisi için ne anlama geldiğini bilmek istiyor.

> ***"Yapay zekânın olduğu bir dünyada ben hangi değeri üreteceğim?"***

Belki de yapay zekâ çağında gençlerin en büyük avantajı her şeyi şimdiden biliyor olmaları değil, öğrenmeye devam edebilmeleri olacak. Bugün kullanılan programlar değişebilir, bazı mesleklerin çalışma şekli dönüşebilir, yeni işler ortaya çıkabilir. Böyle bir dünyada yalnız ezberlediği bilgiye güvenen değil; soru sorabilen, yeni beceri kazanabilen ve gerektiğinde yeniden başlayabilen insan daha güçlü olacaktır.

Bir başka önemli nokta da şu: Her yeni teknoloji iyi tasarlanmış olmak zorunda değil. "Yeni" olduğu için her sisteme hemen uyum sağlamak gerekmiyor. Bazen kullanıcıların itirazı gerçekten önemli bir problemi ortaya çıkarabilir. Bu nedenle gençlerin görevi yalnız teknolojiyi kullanmak değil, gerektiğinde onu sorgulamak da olmalı.

Değişimin dışında kalmak zor. Fakat değişimin karşısında çaresiz kalmak zorunda değiliz. Belki de geleceğe hazırlanırken soruyu değiştirmeliyiz: "Yapay zekâ benim yerimi alacak mı?" yerine, "Yapay zekânın olduğu bir dünyada ben hangi değeri üreteceğim?"

AYNI VATAN
FİKİR VE VİZYON DERGİSİ
SAYI 2 • EYLÜL 2026

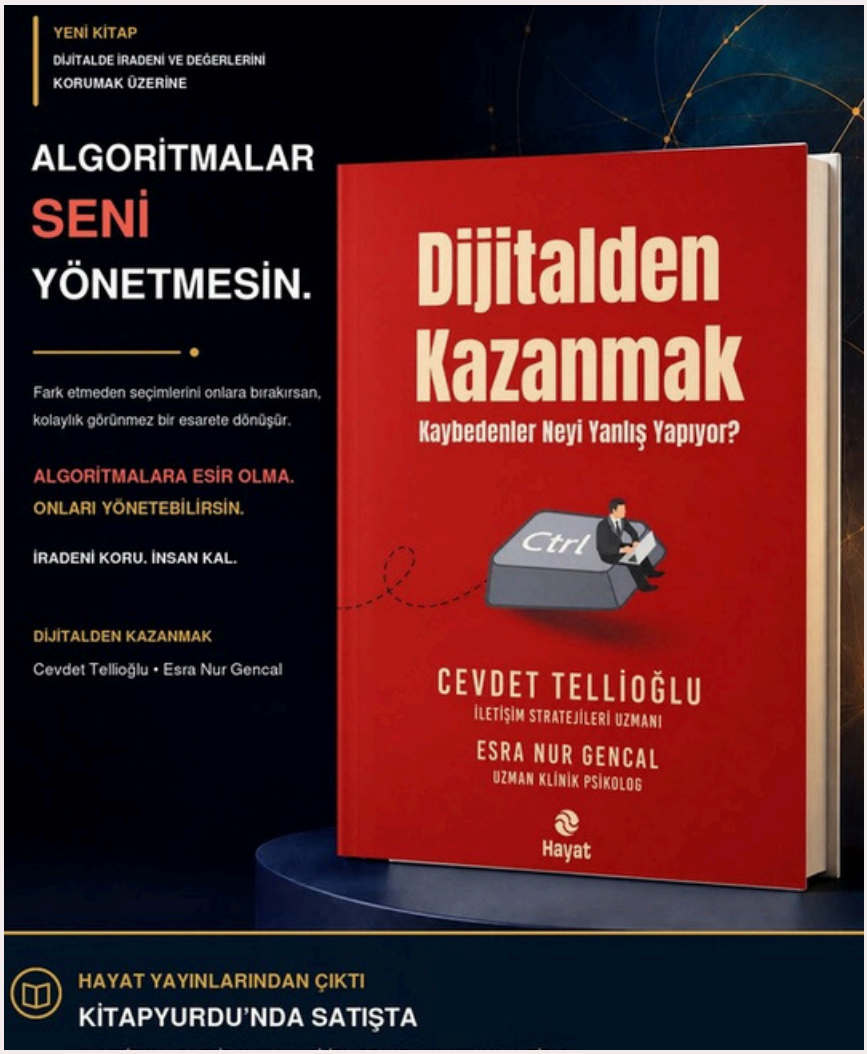
Çizgi Anlatı

Fikri Hikâyeyle Anlatmak

İnovasyon büyük fikirlerle değil, gündelik hayatta fark ettiğimiz küçük sorunlarla başlar. Bir soruya çözüm aramak, küçük adımlarla değişimi mümkün kılar. İşte bir okul kantininde başlayan bir hikâye...

> İnovasyon *bazen yeni bir şey icat etmek değil, eski bir soruna başka türlü bakmaktır.*

KİTAP



Algoritmalar yalnızca ne göreceğimizi seçmiyor; zamanla neye inanacağımızı, neye öfkeleneceğimizi ve neyi arzulayacağımızı da biçimlendiriyor.

Fark etmeden seçimlerimizi onlara bıraktığımızda, dijital kolaylık görünmez bir esarete dönüşüyor.

Dijitalden Kazanmak, kazancı yalnızca para, erişim veya görünürlük olarak değerlendirmeyen yeni bir yaklaşım

İş Dünyası Serisi Dijitalde

İş dünyası için tecrübelerden oluşan yeni bir destek serisi

Yarına Dair

Cevdet Tellioğlu

**Fikri konuşacağız.
Küçük başlayacağız.
Deneyeceğiz.
Ölçeceğiz.
Öğreneceğiz.
Birlikte geliştireceğiz.**

İnovasyonla Kurulan Gelecek

Geleceği bekleyenler değil, bugünden deneyen, öğrenen ve üretenler şekillendirecek.
Ya rın dediğimiz şey, bir gün ansızın karşımıza çıkmayacak. Bugün şirketlerde verilen kararlar, kurumlarda değiştirilen süreçler, gençlerin öğrendiği beceriler ve fabrikalarda kurulan yeni üretim biçimleri yarının nasıl olacağını şimdiden belirliyor. Bu nedenle inovasyon artık yalnız teknoloji şirketlerinin, laboratuvarların veya Ar-Ge merkezlerinin konusu değil. Ekonomiden eğitime, üretimden kamu yönetimine kadar herkesin ortak meselesi hâline geliyor.

Şirketler açısından yarının en önemli sorusu yalnız "Ne kadar büyüyeceğiz?" olmayacak. "Ne kadar hızlı öğrenebiliyoruz?" sorusu daha fazla önem kazanacak. Çünkü teknoloji değişiyor, müşteri beklentileri dönüşüyor, yeni rakipler ortaya çıkıyor. Geçmişte başarılı olmuş bir iş modeli gelecekte aynı sonucu vermeyebilir. Güçlü şirket, yalnız yeni ürün çıkaran değil; müşterisini dinleyen, küçük denemeler yapan, yanlış yatırımı zamanında durdurabilen ve çalışanlarının fikrine alan açabilen şirket olacak.

Kurum ve kuruluşlarda da benzer bir dönüşüm gerekiyor. Bir hizmeti dijital ortama taşımak tek başına inovasyon değildir. Vatandaş aynı belgeyi üç kez veriyor, işlem nerede bekliyor bilinmiyor ve kararın sorumlusu görünmüyorsa yalnızca kâğıt ekrana taşınmış olur. Yarının kurumları teknolojiyi kullanan değil, süreci sadeleştiren, şeffaflaştıran ve kendi hatasından öğrenebilen kurumlar olacaktır. İnovasyon burada yeni bir yazılım almaktan önce "Bu işi neden hâlâ böyle yapıyoruz?" sorusunu sorabilmektir.

Gençler ise bu dönüşümün yalnız kullanıcıları değil, asıl taşıyıcılarıdır. Önümüzdeki yıllarda bugün var olmayan meslekler ortaya çıkacak, bazı işler dönüşecek, bazı beceriler değer kaybederken yenileri önem kazanacak. Bu nedenle gençlere yalnız mevcut bilgiyi öğretmek yeterli olmayacak. Merak eden, araştıran, farklı disiplinleri birleştirebilen, teknolojiyle birlikte çalışabilen ve gerektiğinde yeniden öğrenebilen gençlere ihtiyacımız var. Geleceğin avantajı her şeyi bilmek değil, bilmediğini öğrenebilme hızında olacak. Üretim dünyasında ise mesele yalnız daha fazla makine veya daha fazla otomasyon değildir. Bir fabrika en yeni robotları kullanabilir; ancak üretim bilgisini geliştiremiyor, veriyi okuyamıyor ve yeni ürün tasarlayamıyorsa teknolojiye sahip olur ama teknoloji yeteneğine sahip olamaz. Türkiye'nin önündeki esas fırsat, güçlü üretim tecrübesini tasarım, yazılım, yapay zekâ, enerji verimliliği ve nitelikli insan kaynağıyla birleştirmektir. Üreten ekonomi önemlidir; fakat gelecekte asıl farkı ürettikçe öğrenen ekonomi yaratacaktır.

Bütün bunların ortak noktası insandır. Teknoloji satın alınabilir, yazılım kurulabilir, makine yenilenebilir. Ancak soru soran çalışanı, sorumluluk alan yöneticiyi, denemekten korkmayan genci ve bilgiyi paylaşan kurumu bir günde satın alamazsınız. İnovasyonun gerçek altyapısı burada oluşur.
Bu nedenle yarına dair hedefimiz yalnız "daha teknolojik bir Türkiye" olmamalıdır. Daha çok fikir üreten, fikri deneyebilen, işe yarayanı büyüten, yanlış olandan vazgeçebilen ve ortaya çıkan değeri toplumla paylaşabilen bir Türkiye olmalıdır.

Şirketiyle, kamu kurumuyla, üniversitesiyle, üreticisiyle ve genciyle aynı soruyu sormaya başladığımızda değişim de başlar: Daha iyisini nasıl yapabiliriz?
Yarını kuracak olanlar, bu soruyu sormaktan vazgeçmeyenler olacaktır.

**Yarına Dair Sözümüz
Fikri konuşacağız.
Küçük başlayacağız.
Deneyeceğiz.
Ölçeceğiz.
Öğreneceğiz.
Birlikte geliştireceğiz.**

Çünkü gelecek, yalnız yeni teknolojilerin değil;
yeniliği faydaya dönüştürebilen insanların eseri olacaktır.

3 Aylık Fikir ve Vizyon Dergisi

Yeni Çıkan Kitaplar

Tıkla İncele

STK'yı Kurmak ve Yaşatmak
Tıkla İncele

Sosyal Finans Diplomasisi
Tıkla İncele

Halkla İlişkileri Yeniden Düşünmek
Tıkla İncele

"Değişime yön veren zihinler, ortak bir gelecek."

Bu sayımızda, yalnızca teknolojik bir atılımı değil; düşünce dünyamızı, sorunlara yaklaşımımızı ve ortak geleceğimizi şekillendiren inovasyon kavramının derinliklerine indik. Alışılmış kalıpların dışına çıkmanın, köklerimizden aldığımız birikimle yarınlara yeni pencereler açmanın ve üretken merakı diri tutmanın izini sürdük.

Sayfalar boyunca tartıştığımız her fikir, ortak zeminimizde geleceğe bırakacağımız en kıymetli adımların cesaretle atıldığını bir kez daha gösterdi. Değişimin hızına yalnızca tanıklık etmekle kalmayıp, ona yön veren bir vizyonla üretmenin değerini birlikte keşfettik.

Şimdi bu sayıda paylaştığımız düşünceleri zihinlerimizde olgunlaşmaya bırakıyoruz. Üç ay sonra, yepyeni bir temanın heyecanı ve taze ufuklarla, aynı toprakların insanları olarak, AynıVatan sayfalarında yeniden buluşmak dileğiyle.

Fikirlerinizin çoğaldığı, ilhamınızın hiç eksilmediği bir dönem dileriz.

Sayı 2/ Eylül 2026