

TÜRKİYE'NİN İLK VE TEK DİJİTAL HABER DERGİSİ

# SANTRAL

Haber ve aktüalite dergisi

2025 Ekim | santraldergi.com



## DİJİTAL ÇAĞDA TOPLUMSAL YALNIZLIK

DOSYA/8



# EKONOMİ DÜNYASI TÜRKİYE'DE İLK KEZ DENİZDE BİR ARAYA GELİYOR

Üst düzey  
şirketlerin  
yöneticileri

Kamu kurumları ve  
bakanlık düzeyinde  
katılım

700 kişilik  
ultra lux  
gemi

ÇOK YAKINDA!



SPONSORLUK İLETİŞİM  
event@diijipub.com

diijipub





**Bir etkinliği ilk kez  
duyuyorsanız biz  
yapıyoruzdur!**

**DAHA ÖNCE YAPILMAMIŞ  
ETKİNLİKLER dijiPub Event'te**



**dijiPub  
Event**

[dijipubevent.com](http://dijipubevent.com)

**dijiPub**



## EDİTÖR

**Dijital çağda  
toplumsal yalnızlık**

Herkese güzel bir ekim ayı dileğiyle,  
hepinize merhabalar...

Dijital çağın hızla değişen dünyasında hepimiz bir yandan daha fazla “bağlantı” içindeyiz, öte yandan hiç olmadığı kadar yalnız hissediyoruz. Dünya Sağlık Örgütü’nün verilerine göre her altı kişiden biri yalnızlıkla yaşıyor. Bu duygu artık bireysel bir mesele olmaktan çıktı; sağlıktan ekonomiye, eğitimden toplumsal güvene kadar birçok alanı etkileyen bir toplumsal sorun haline geldi. Bu sayımızda kapak konusu olarak buna değineceğiz.

Araştırmalar, dijitalleşmenin çelişkili yüzünü gösteriyor: Ekran başında geçirilen uzun saatler, algoritmaların bizi içine kapattığı yankı odaları ve yüzeysel ilişkiler; toplumları kutuplaştırırken bireyleri de giderek yalnızlaştırıyor. Türkiye’de de tablo dikkat çekici: Tek kişilik hane oranı 2024’te %20’ye yükseldi; boşanma oranları artarken aile yapısı da dönüşüyor. Özellikle genç kuşak, sosyal medyanın dayattığı kıyaslamalar ve hızlı iletişim biçimleri içinde aidiyet duygusunu kaybetme riskiyle karşı karşıya. Kentleşmenin hızlanmasıyla komşuluk ve mahalle bağları zayıflarken, dayanışma kültürünün yerini bireyselleşmiş yaşamlar alıyor. Ama bütün bu tabloya rağmen çözüm yolları da var. Uzmanların altını çizdiği gibi, insan ilişkilerine duyarlı politikalar, yüz yüze iletişimi destekleyen yaşam alanları ve teknoloji kullanımında denge, yalnızlıkla mücadelede en güçlü araçlarımız.

Bu sayımızda dijital çağın yalnızlığını masaya yatırıyor, kutuplaşan dünyada insan ilişkilerinin nasıl korunabileceğini tartışıyoruz. Çünkü biz inanıyoruz ki, her şeye rağmen bağ kurabilmek, anlamlı ilişkiler geliştirebilmek mümkün.

Keyifli okumalar dileğiyle...

TÜRKİYE’NİN İLK VE TEK  
DİJİTAL HABER DERGİSİ

**SANTRAL**

2025 Ekim

SAHİBİ

**dijiPub**

Hatice Kılıç

**Genel Yayın Yönetmeni**  
Nesrullah Hasdemir

**Hukuk Danışmanı**  
Ahmet Furkan Demir

**DEPARTMAN İLETİŞİM**  
**Ekonomi Departmanı**  
[ekonomi@santraldergi.com](mailto:ekonomi@santraldergi.com)  
**Finans Departmanı**  
[finans@santraldergi.com](mailto:finans@santraldergi.com)  
**Sigorta Departmanı**  
[sigorta@santraldergi.com](mailto:sigorta@santraldergi.com)  
**Kripto Para Departmanı**  
[kriptopara@santraldergi.com](mailto:kriptopara@santraldergi.com)

**REKLAM İLETİŞİM**  
[reklam@dijipub.com](mailto:reklam@dijipub.com)

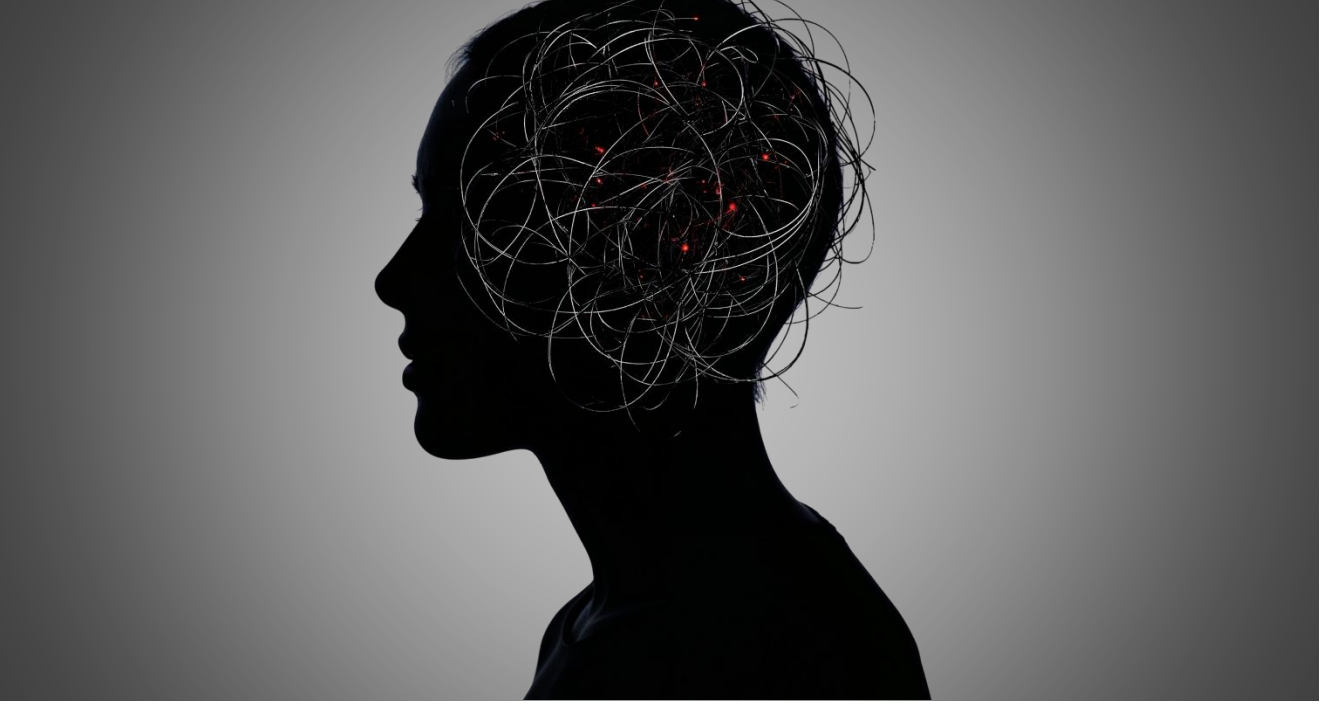
**Yönetim Adresi**  
NEF 12 B Blok, Maltepe Mh,  
Çırpıcı Yolu B Çk. No:3, 34010  
Zeytinburnu/İstanbul  
[iletisim@santraldergi.com](mailto:iletisim@santraldergi.com)

*Haber önerilerinizi  
[haber@santraldergi.com](mailto:haber@santraldergi.com) adre-  
sine yollayabilirsiniz.*

SANTRAL’de yayınlanan her haber kurum sorumluluğundadır. Yazı ve görüşler ile ilgili her türlü sorumluluk yazana aittir. İçerikler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.



## İÇİNDEKİLER

**DOSYA:** *Dijital çağda toplumsal yalnızlık*

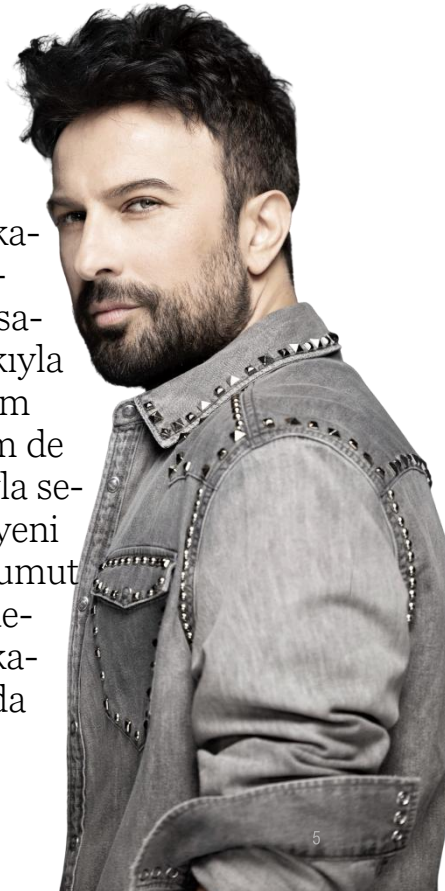
Dijital çağda artan sosyal medya kullanımı ve algoritmalar, bireyleri yüzeysel ilişkilere hapsederek yalnızlığı ve toplumsal kutuplaşmayı besliyor. Son zamanların en önemli gündemlerinden olan bu konuyu sizler için araştırdık, detaylar Dosya'da. /8

**AKTÜEL** | “Kadınlar iklim krizi konusunda daha hassas”

Araştırma, kadınların iklim krizine karşı daha hassas olduğunu ortaya koydu. Konuyla ilgili detaylar Aktüel sayfalarında sizleri bekliyor. /16

**PORTRE****Tarkan**

Tarkan, Almanya'da doğup Türkiye'de büyüyen ve kısa sürede “Megastar” unvanını kazanan bir isim. “Şımarık”la dünyaya açıldı, sayısız albüm ve hit şarkıyla hafızalara kazındı. Hem sahnedeki enerjisi hem de toplumsal duyarlılığıyla sevildi. Bugün hâlâ her yeni şarkısıyla milyonlara umut ve heyecan vermeye devam ediyor. Hayat hikayesi Portre sayfalarında sizlerle. /34





KAHVE GÜNÜ ÖZEL / **TARİH****Osmanlı'yı kahve ile tanıştıran adam: ÖZDEMİR PAŞA**

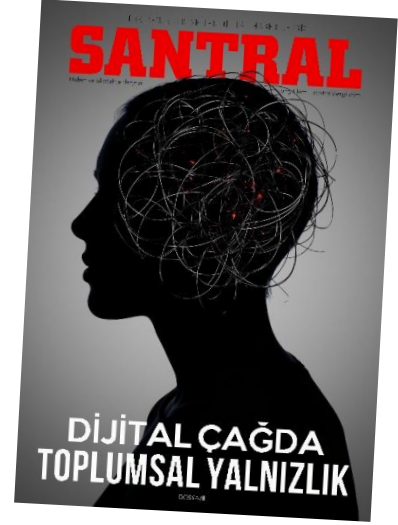
Kahve... Bugün dost sohbetlerinin bahanesi, kültürümüzün en kadim miraslarından biri. Bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır deriz, çünkü kahve yalnızca damaklarda değil, gönüllerde de iz bırakır. Fakat bu içecek, Anadolu topraklarına gökten inmedi; uzun ve maceralı bir yolculuktan sonra Osmanlı sara-yına ulaştı. Bu yolculuğun baş kahra-manı ise Yemen Valisi Özdemir Paşa idi. Detaylar Tarih sayfalarında... /12

**SAĞLIK****“Stres ve depresyon kalp krizi riskini artırıyor”**

Dünya Sağlık Örgütü raporlarına göre, kalp ve damar hastalıklarının, dünya genelinde en yaygın ölüm ve engellilik nedenleri arasında yer aldığını hatırlatan Psikolog Emine Akın Aytıp, “Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2024 verilerine göre ise, ülkemizde gerçekleşen ölümler arasında yüzde 36 oranı ile kalp ve damar hastalıkları ilk sırada yer alıyor” dedi. Detaylar Sağlık sayfalarında sizleri bekliyor. /18

**EKONOMİ****“Türkiye kişi başı servette****46. Sırada yer alıyor”**

Allianz’ın yayımladığı Küresel Varlık Raporu’na göre, 2024’te küresel hane halklarının finansal varlıkları %8,7 artarak rekor seviyeye ulaştı. Türkiye’de ise brüt finansal varlıklar yüzde 45,8 yükselmesine rağmen enflasyondan arındırıldığında reel olarak %8 geriledi. Türk tasarruf sahipleri en çok banka mevduatlarını tercih etse de yatırım fonları ve menkul kıymetlerin payı son yıllarda hızla artış gösterdi. Türkiye, net finansal varlıklarda yüzde 44,7’lik artışa rağmen kişi başı servette dünyada 46. sırada yer aldı. /23

**BİZİ SOSYAL MEDYADAN DA  
TAKİP EDİN**

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



[instagram.com/santralturkiye](https://instagram.com/santralturkiye)



[linkedin.com/company/santral-dergi](https://linkedin.com/company/santral-dergi)

**DÜNYANIN EN BÜYÜK  
YAYINCILIK PLATFORMLARINDAN  
PressReader’da da yayındayız**

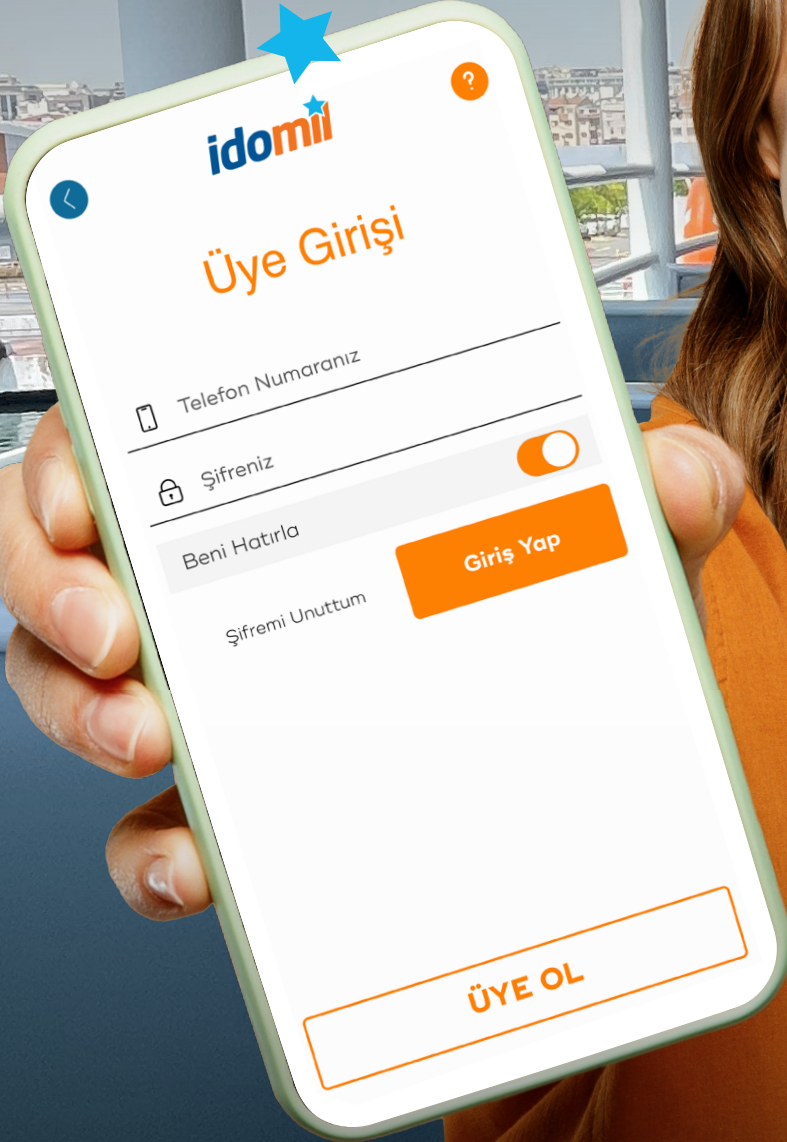




# Hemen Üye Ol, iDOMil Avantajlarıyla Tanış!



QR Kodu Okut  
iDOMil'e Üye Ol



Her Seferine Değer



# Kutuplaşan dünya, yalnızlaşan birey: *Dijital çağın toplumsal yalnızlığı*

Dijital iletişim araçları hızla yaygınlaşırken, dünya bir yandan kutuplaşırken bireyler de giderek yalnızlaşıyor. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre dünyada her altı kişiden biri yalnızlık hissiyle yaşıyor; bu durum yalnızlığı, tıpkı kronik hastalıklar gibi ciddi bir toplumsal risk haline getiriyor. Türkiye'de de yalnız yaşayanların oranı hızla artıyor: 2024'te tek kişilik hane halklarının oranı %20'ye yükseldi, yani beş haneden biri yalnız yaşıyor. Yalnızlık artık sadece bireysel bir duygu değil, toplumun sağlık, eğitim ve ekonomisini etkileyen bir mesele haline gelmiş durumda.

İnternet ve sosyal medya, hayatımıza hız ve kolaylık katarken sosyal ilişkilerimizin

doğasını da değiştirdi. Uzmanlar dijitalleşmenin paradoksunu vurguluyor: Artan dijital bağlantılarımız, bizi yüzeysel ilişkilere hapsederek gerçek sosyal iletişimden uzaklaştırabiliyor. Sherry Turkle gibi araştırmacılar, dijital ağların görünmez iplerle ördüğü yapılar içinde aslında yalnızlaştığımızı yıllardır işaret ediyor. Yüz yüze iletişim yerine kısa mesajlar, emojiler ve onay beğenileriyle beslenen ilişkiler empatiyi ve derin bağı zayıflatıyor. Örneğin, bir çalışmada gençlerin sosyal medyada geçirdiği zaman arttıkça yalnızlık seviyelerinin yükseldiği, ergenlerin sosyal medyadaki kıyaslamalar sonucu kendilerini yetersiz hissettiği ortaya konulmuştu. Dijital iletişimin







kolaylıkları, ilişkilerdeki derinliği feda ettiğinde, yalnızlık duygusu besleniyor.

### **Algoritmalar, yankı odaları ve kutuplaşma**

Dijital ortamda yalnızlığı besleyen bir diğer unsur da yapay zekâ destekli algoritmaların kişiselleştirdiği içerik akışları. Pek çok kullanıcı haber ve bilgi edinmeyi sosyal medyadan sağladığı için (örneğin ABD’de yetişkinlerin %54’ü haberleri bu yolla alıyor) benzer görüşlere maruz kalma eğilimi de artıyor. Algoritmalar, kullanıcıların beğendiği şeyleri önceliklendirerek farklı seslerin görülmesini güçleştirdiği için “yankı odaları” oluşuyor. Gerçekçi simülasyon çalışmalarında bile kullanıcıların hızla ayrı gruplara bölündüğü görülüyor. Bu kapalı döngüler içinde, paylaşılan görüşler teyit edilirken yanlış bilgiler hızla yayılabiliyor. Kutuplaşma yükseldikçe toplumsal güven azalıyor; ABD’de araştırmalar güven seviyesinin tarihi düşük düzeylere gerilediğini ve kutuplaşmanın tavan yaptığını gösteriyor. Öte yandan, yapay zekâ temelli sohbet robotları da yüzeysel bir “sanal arkadaşlık” sunuyor. Uzmanlar, kriz

anlarında kullanılabilen ChatGPT gibi sistemlerin anlık destek verebileceğini ancak uzun süreli insan ilişkisi yerine geçemeyeceğini vurguluyor. İnsanların yapay zekâyla uzun süreli iletişimi tercih etmesi, tıpkı sosyal medyadaki yüzeysel bağlantılar gibi yalnızlığı daha da derinleştirebilir. Bu dijital kutuplaşma ve sanal yalnızlık, hem bireyler arasında hem de farklı gruplar arasında iletişim ve aidiyet duygusunu zayıflatabiliyor.

### **Kentleşme, bireysellik ve sosyal çözülme**

Hızlı kentleşme de toplumsal dokuyu zayıflatıyor. Şehirlerde artan bireysel yaşam, geleneksel komşuluk ve geniş aile ilişkilerini geri plana itiyor. Türkiye’de tek kişilik hanelerin oranı 2016’da %14,9 iken 2024’te %20’ye çıktı. Çeşitli raporlara göre yalnız yaşayanların sayısı 2024’te 5,3 milyonu aştı ve son 10 yılda %71 oranında arttı. Bu dönemde çekirdek aile sayısı azaldı, geniş ailelerin oranı düştü. Dolayısıyla, geçmişte aile ve mahalle dayanışmasıyla desteklenen bireyler, giderek daha yalnız bireyler olarak kalıyor. Sosyal yapının çözülmesi, yar-



# DİJİTAL DÜNYA, GENÇLERİN KİMLİK VE AİDİYET ARAYIŞINI DA KARMAŞIKLAŞTIRIYOR

dımlaşma ağlarını azaltıp toplumsal uyumu güçleştirebiliyor. Uzmanlar, güçlü aile ve komşuluk bağlarının hem bireylerin hem de toplumun sağlığı için koruyucu olduğunu belirtiyor. Bu bağlar çözülürken insanların yalnızlığına bağlı olumsuz sağlık ve psikososyal etkiler de artıyor.

## Genç kuşaklar: Kimlik, aidiyet ve yalnızlık

Gençler, bu yalnızlık eğiliminin en belirgin görüldüğü kesimlerden. Birleşik Krallık'ta 3,8 milyon kişi kronik yalnızlık çekerken, ABD'de yetişkinlerin %36'sı ve gençlerin %61'i şiddetli yalnızlık yaşadığını bildiriyor. Almanya'da 16-30 yaş arasındaki gençlerin %46'sı kendini yalnız hissediyor. Türkiye'de de her 10 gencin 4'ü sıklıkla yalnız olduğunu ifade ediyor. Araştırmacılar, bugünün genç kuşağının önceki nesillerden daha eleştirel ve bilinçli olmasına karşın, aynı zamanda daha yalnız ve kırılgan olduğunu vurguluyor. Dijital dünya, gençlerin kimlik ve aidiyet arayışını da karmaşıklaştırıyor. Sosyal medya, hızlı ve kolay iletişim imkânı sunarken gerçek bağlardan yoksun bir sosyallik yaratıyor. Sosyal ağlarda geçirilen uzun saatler yüz yüze iletişimi azaltıp yüzeysel ilişkileri artırırken, idealize edilmiş içeriklerle kıyaslama gençlerde yetersizlik ve aidiyet eksikliği duygusunu tetikliyor. Bu durum, gençlerin hem çevrimiçi hem çevrimdışı yeterli aidiyet ortamını bulmasını zorlaştırıyor.

## Aile yapısındaki dönüşüm ve yalnızlık

Aile modeli de değişim sürecine girdi; tek eşli çekirdek ailelerin payı azaldı, boşanmalar her geçen gün artıyor. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre çekirdek

aile oranı 2016'da %66,4 iken 2024'te %63,5'e geriledi. Buna karşılık 2024'te tek ebeveyn ve çocuktan oluşan aileler bütün hanelerin %10,9'unu oluşturdu. Boşanmalar da yükseliyor: 2024 yılında boşanan çift sayısı 187 bini geçti. Böylece pek çok çocuk yalnız ebeveyniyle büyüyor. Aile bağlarının zayıflaması, yalnızlık duygusunu körükleyen bir diğer etken. Sosyologlar aile desteğinin yalnızca duygusal değil fiziksel sağlık açısından da koruyucu olduğunu hatırlatıyor. Ebeveynlerden birinin yokluğu veya parçalanmış aile yapısı, özellikle çocuk ve gençlerde aidiyet hissinin zayıflamasına, yalnızlık hissinin artmasına yol açıyor.

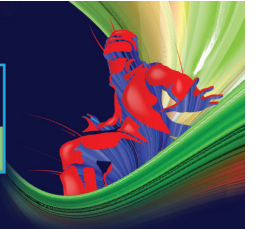
## Toplumsal yalnızlıkla mücadele edilebilir

Tüm bu veriler, dijital çağda teknoloji, kentleşme ve toplumsal dönüşümlerin kesiştiği noktada insanların giderek yalnızlaştığını gösteriyor. Bir yandan sosyal medyadaki kutuplaştırıcı akış ve yüzeysel iletişim bağları zayıflatırken, diğer yandan aile ve komşuluk ilişkilerinin çözülmesi dayanışmayı azaltıyor. Dünya Sağlık Örgütü de dijital çağın sağlıksız yalnızlık salgınını “kitleleri etkileyen bir sorun” olarak tanımlıyor ve çözümler öneriyor. WHO raporuna göre sosyal bağlar güçlendirilmediği sürece eğitimden sağlığa, iş yaşamından dijital teknolojilere dek tüm politika alanlarında kronik yalnızlığın etkileri ağırlaşıyor. Dijital çağa uyum sağlarken insan ilişkilerine duyarlı olmak; teknoloji kullanımına sınır getirip yüz yüze iletişim ve topluluk yaşamını desteklemek gerekiyor. Ancak bu şekilde kutuplaşmanın gölgesinde bile insan ilişkilerinin derinliği korunabilir, toplumsal yalnızlıkla mücadele edilebilir.

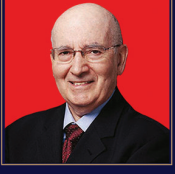


# GLOBAL MARKETING SUMMIT 2025

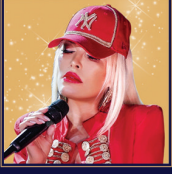
YAPAY ZEKA İLE DÖNÜŞÜM  
İNSAN ODAKLI PAZARLAMA



## YILDIZLAR YAĞMURU GLOBAL MARKETING SUMMIT 2025



DÜNYANIN EN ÜNLÜ  
PAZARLAMA GURUSU



*Superstar*

MARKETING  
EKİBİNİZ  
HER ŞEYİN  
EN İYİSİNE LAYIK

150+ KONUŞMACI

DÜNYACA ÜNLÜ GURULAR

WORKSHOPLAR

EŞSİZ GASTRONOMİ DENEYİMİ

5.YILA ÖZEL SÜRPRİZ HEDİYELER

5.YIL  
GLOBAL  
MARKETING  
SUMMIT

PHILIP KOTLER AJDA PEKKAN



**BRYAN EISENBERG**  
İkna Mimarisi Gurusu, Digital İkna  
ve Müşteri Deneyimi Alanında  
Öncü, New York Times  
Çok Satanlar Listesinde  
Yer Alan Yazar



**CRIS BESWICK**  
CEO'lara ve  
Yönetim Kurullarına  
İnovasyon Stratejisi,  
Liderlik ve Kültür Danışmanı,  
Yazar



**JEROEN  
KRAAIJENBRINK**  
Dünya Lideri,  
Eğitimci ve Yazar



**NICOLE ALEXANDER**  
Küresel Pazarlama Lideri,  
Marketing ve Teknoloji  
Profesörü, Yazar,  
Yönetim Kurulu Üyesi



**MARK HAMILTON  
ECKHARDT**  
COMMON  
Kurucu Ortak ve CEO,  
One Million Truths  
Kurucu ve CEO



**GAMZE CİZRELİ**  
Big Chfs Kurucusu,  
Başkanı



**BURAK ÇELET**  
DESA CEO



**JAKLIN GÜNER**  
VAKKO CEO



**DR. A. BÜLENT  
SABUNCU**  
Koton CEO



**İNAN EKİCİ**  
Otokoç  
Otomotiv Başkanı,  
TOKKDER  
Başkan Yardımcısı



**CEM KÜÇÜKCAN**  
Danone CEO



**ŞÜKRAN GÜZELİŞ**  
Zen Parfums  
Yönetim Kurulu Üyesi



**PELİN AKIN ÖZALP**  
Akfen Holding  
Yönetim Kurulu Üyesi



**AHMET ÜMİT**  
Yazar



**SARA SARAR**  
Sara Group  
Yönetim Kurulu Üyesi



**KIVILCIM KOCABIYYIK**  
Yuvam Tasarım Stratejisti,  
Kurucusu ve Başkanı,  
Girişimci, Yatırımcı,  
Yönetim Kurulu Üyesi



**DEFNE SAMYELİ**  
Sunucu, Sanatçı



**ŞÜKRÜ ÖZYILDIZ**  
Aktör



**JEREMY PRASETYO**  
Kurucu Ortak ve CEO,  
Yapay Zeka Danışmanı,  
Konuşmacı



**TUVANA  
BÜYÜKCINAR**  
Tuvanam Kurucusu,  
Kreatif Direktör



**ALARA KOÇBEY**  
Tasarımcı



**RAISA SASON**  
RaisaVanessa  
Kurucusu



**VANESSA SASON**  
RaisaVanessa  
Kurucusu



**NUR BİLEN  
YAVUZER**  
Beauty Ömellekte  
Kreatif Direktör  
ve Kurucu



**SERHAN H. SÜZER**  
Eko Grup  
Yönetim Kurulu Başkanı



**JON HAYWOOD**  
Philips  
Kıdemli Tasarım Stratejisti,  
Kurucusu ve Başkanı,  
Seçim Mühendisi &  
Radikal Empati Uzmanı



**HANNAH SHEVELL**  
AKQA Genel Müdür



**MILKA  
KARAAĞAÇLI İNCE**  
Kismet by Milka  
Kurucu ve  
Kreatif Direktör



**NURİ ÇANKAYA**  
Snowflake  
Ürün Pazarlamadan  
Sorumlu Başkan Yardımcısı,  
Yapay Zeka ve Data  
Pazarlama Lideri ve Yazar



**BAHADIR  
KALEAĞASI**  
Yazar, Stratejist,  
Institut du Basiphore  
(Paris) Başkanı,  
Akademiye



**ARZU ÜNAL**  
WPP Üste Müdürü



**SORIN PATILINET**  
Pepsico  
Pazarlama Etkinliği Yöneticisi,  
Yazar, Küresel Danışman



**KATIE MCPHEE**  
VEED IO  
Ürün Pazarlama Lideri,  
Expanded Future  
Kurucusu



**DAVID EDELMAN**  
Edelman Advisory  
Services Kurucusu,  
Yönetici Danışman,  
Konuşmacı, Yazar



**PROF. DR.  
GRESİ SANJE**  
PIO Pazarlama  
İletişimi Okulu Direktörü



**SEDA  
MIZRAKLI FERİK**  
Zirve Başkanı,  
KREA M.I.C.E.  
Kurucu ve CEO  
KREA Digital Kurucu Ortağı



**TALAT İŞÇİOĞLU**  
Ford Türkiye  
Pazarlama Coe Lideri



**TONY STEARNS**  
Return to Earth Studio  
Kurucu Ortak ve  
Yönetici Yapımcı



**PROF. DR. ELİF  
YOLBULUN OKAN**  
Bahçeşehir Üniversitesi  
İşletme Bölümü Başkanı,  
BAU Markalama Merkezi  
Direktörü



**TANSU YEĞEN**  
Amplitude Avrupa  
Başkan Yardımcısı



**KELLY MCCONVILLE**  
Fourthline Pazarlama  
Başkan Yardımcısı,  
Pazarlama Danışmanı,  
Mentör, Koç



**AYDIN ERDEM**  
Konda  
Araştırma ve Danışmanlık  
Genel Müdürü



**SVEND HOLLENSSEN**  
University of Southern  
Denmark Uluslararası  
Pazarlama Doçenti



**TIM PETER**  
Tim Pieter  
& Associates  
Başkan ve Kurucu,  
Çok Satan Yazar



**SELEN KOCABAŞ**  
Bağımsız YK Üyesi,  
Stratejik Danışman,  
YenidenBiz Eş Başkanı



**ERŞİN  
PAMUKSÜZER**  
TheLifeCo Wellbeing  
Kurucusu



**ÜMRÂN BEBA**  
August Leadership Partner,  
Bakıyor Group plc  
Yönetim Kurulu Üyesi



**TALIA WOLF**  
Getuplift Kurucu ve CEO,  
Eğitmen, Yazar



**PHIL  
TREAGUS-EVANS**  
Grafite Social CEO  
ve Kurucu Ortağı,  
Yazar



**BEN KEENE**  
Master of Ceremony  
Tribewanted Kurucusu,  
Raisa Eş-Kurucusu,  
Topluluk Oluşturucusu



**ATHENA PEPPES**  
İş Yuvası Futüristi,  
Yeni Teknolojiler ve Ekonomik  
Trendler Konuşmacısı,  
Beacon Thought Leadership'te  
Gelecek Stratejileri Direktörü



**DİDEM MAGRİŞO**  
Müşteri Deneyimi  
ve Pazarlama Direktörü  
Volvo Car Türkiye



**CRISTINA POLINI**  
PENTI CMO ve  
Yönetim Kurulu Üyesi



**DENİZ KARAGÜLLE**  
Geni İlaç  
Küresel Ticaret Direktörü



**SİNEM AKGÜL**  
LC Waikiki Müşteri İlgisizleri ve  
Pazarlama İletişimi  
Genel Müdür Yardımcısı



**CAN DİLEK**  
MAD Parfüm Ticareti,  
Pazarlama ve Müşteri  
Deneyimi  
Grup Direktörü



**EZGİ NUR  
TAMDOĞAN**  
Savola Gıda  
Türkiye Pazarlama  
Direktörü



**ÖZGÜR ALAZ**  
Girişimci, Trend Uzmanı,  
For Your Inspo



**AHMET AKIN**  
Marka ve İletişim  
Danışmanı,  
Facilitator



**BURAK CAN**  
Karnaval Medya  
Grubu CEO

RESMİ İŞ ORTAĞI



LEZZET İŞ ORTAĞI



PIRLANTA İŞ ORTAĞI



DERİ PERAKENDE  
İŞ ORTAĞI



KURUMSAL HEDİYE ÇÖZÜMÜ  
İŞ ORTAĞI



OMNICHANNEL PAZARLAMA  
İŞ ORTAĞI



VOICE 2B İŞ ORTAKLARI



İŞ ORTAKLARI



GMS 2025 FİLM

globalmarketingsummit.org

23. YILINDA SUNAR  
**KREA M.I.C.E.**  
Meeting • Incentive  
Congress • Event



# Osmanlı'yı kahve ile tanıştıran adam: Özdemir Paşa

Kahve... Bugün dost sohbetlerinin bahanesi, kültürümüzün en kadim miraslarından biri. Bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır deriz, çünkü kahve yalnızca damaklarda değil, gönüllerde de iz bırakır. Fakat bu içecek, Anadolu topraklarına gökten inmedi; uzun ve maceralı bir yolculuktan sonra Osmanlı sarayına ulaştı. Bu yolculuğun baş kahramanı ise Yemen Valisi Özdemir Paşa idi. Onun sayesinde kahve, önce İstanbul'un ihtişamlı saray mutfağına, ardından da halkın günlük hayatına karışarak, Osmanlı'yı ve dünyayı değiştiren bir kültürün kapılarını araladı.

**Yemen'in sıcak topraklarında bir keşif**  
16. yüzyılın ortalarında, Osmanlı İmparatorluğu Yemen topraklarında hâkimiyetini güçlendirmeye çalışıyordu. Yemen, o dönemde baharat yollarının önemli duraklarından biriydi. Dağlık bölgelerinin eteklerinde ise, çekirdekleriyle dikkat çeken bir bitki yetişiyordu: kahve ağacı. Yemenliler bu bitkinin çekirdeklerini kavurup kaynatarak kendilerine özgü bir içecek hazırlıyor, gündüzleri canlılık, geceleri uyanıklık verici etkisiyle özellikle dinî ritüellerde sıkça tüketiyorlardı.

Yemen'e vali olarak atanan Özdemir Paşa, bu içeceği ilk tattığında farklı bir şeyle karşılaştı. Aroması güçlüydü, insana canlılık veriyordu. Paşa, bu tadı yalnızca kişisel bir zevk olarak görmedi; onun kültürel ve toplumsal değerini de kavradı. İşte bu farkındalık, Osmanlı'yı kahveyle tanıştıran dönüm noktası oldu.

## İstanbul'a uzanan yolculuk

Özdemir Paşa, Yemen'de gördüğü bu siyah çekirdekleri alıp İstanbul'a taşıdı. Rivayetlere göre, 1517'de Yavuz Sultan Selim'in Mısır Seferi'nden dönüşüyle birlikte Os-



manlı topraklarına kahve girdi. Bir başka rivayete göre ise kahve, Kanuni Sultan Süleyman döneminde Özdemir Paşa sayesinde saraya sunuldu. Tarihler farklılık gösterse de ortak nokta şuydu: İstanbul, kahveyle işte bu yıllarda tanıştı.

Topkapı Sarayı'nda kahve kısa sürede büyük bir ilgiyle karşılandı. Padişahın sofralarında yerini alan bu yeni içecek, öyle sıradan bir içimlik değildi. Onun hazırlanması için özel bir düzen kuruldu. "Kahvecibaşı" unvanı verilen görevliler, kahveyi itinayla pişiriyor ve padişaha sunuyordu. Bu kişiler, yalnızca mutfak çalı-

şanı değil; devletin en mahrem sırlarını duyabilecek kadar saraya yakın insanlar olduğundan, güvenilirlikleriyle de seçiliyorlardı.

**Kahvenin halkla buluşması: Kahvehaneler** Saraydan taşan kahve tutkusu, kısa zamanda İstanbul sokaklarına yayıldı. 1554 yılında Tahtakale’de Halepli Hakem ve Şamlı Şems adlı iki girişimcinin açtığı kahvehane, Osmanlı’da bu kültürün halkla buluştuğu ilk mekânlardan biri oldu. Ardından Galata, Üsküdar ve Beyazıt gibi semtlerde yeni kahvehaneler açıldı. Kahvehaneler yalnızca kahve içilen yerler değildi. Burada şairler dizelerini okur, meddahlar hikâyeler anlatır, halk güncel meseleleri tartışırdı. Tavla taşlarının sesi kahve kokusuna karışır, satranç tahtasında hamleler yapılırken siyasetten edebiyata kadar pek çok konu konuşulurdu. Kısa zamanda kahvehaneler, Osmanlı toplumunun aynası haline geldi.

### **Osmanlı’dan Avrupa’ya kahve**

Kahvenin yolculuğu İstanbul’da da bitmedi. Osmanlı elçileri, tacirleri ve seyahatları sayesinde kahve Avrupa’ya taşındı. 17. yüzyılda Venedik’te, ardından Londra ve Paris’te kahvehaneler açılmaya baş-

ladı. Viyana kuşatmasından sonra Osmanlı askerlerinin bıraktığı kahve çuvallarıyla Avusturya da bu tadı keşfetti. Avrupa kahvesi zamanla farklı yöntemlerle hazırlanır oldu ama kökeni hep “Türk kahvesi”ne dayandı.

Kahve, Batı’da “oryantal egzotik bir içecek” olarak görülürken, Osmanlı için gündelik hayatın bir parçası, hatta misafirperverliğin simgesi haline geldi. Bir eve kahveyle gitmek dostluğun göstergesiydi; kahve ikram etmekse ağırlamanın en şık yoluydu.

### **Hatırdan bugüne...**

Bugün UNESCO’nun Somut Olmayan Kültürel Miras listesine giren Türk kahvesi, asırlardır sürdürdüğümüz bir geleneğin simgesi. Bu geleneğin kökleri, Yemen’in sıcak topraklarından İstanbul’un ihtişamlı saray mutfaklarına, oradan da kahvehane köşelerine uzanıyor. Özdemir Paşa’nın kahveyle yaptığı bu yolculuk, yalnızca bir içeceğin değil, bir kültürün de Osmanlı’ya girişi oldu. Onun sayesinde kahve, sohbetin, dostluğun, düşüncenin ve hatıran içeceğine dönüştü.





# Yazın kış sebzesi, kışın yaz meyvesi tüketmek

Bir zamanlar sofralar, doğanın ritmine göre kurulurdu. Yazın domatesin, kışın portakalın tadı beklenirdi. Oysa bugün market raflarında her mevsim aynı sebze ve meyvelerle karşılaşırız. Domates aralıkta, çilek şubatta, karpuz ise ekimde... Peki, bu gerçekten bir “konfor” mu, yoksa doğanın den-  
gesine sessiz bir mü-  
dahale mi?

Aslında mevsim dışı üretimin tarihi 19. yüzyıla kadar uzanır. Avrupa aristokrasisi için kurulan ilk seralar, egzotik bitkileri ve tropikal meyveleri yıl boyu yetiştirme amacı taşıyordu. Ancak 20. yüzyılın ortalarından itibaren küresel ticaretin artması, bu “lüksü” sıradanlaştırdı. Artık mevsimlerin sınırları kalktı; üretim seralarda, ithalatla ya da genetik olarak dayanıklılığı artırılmış tohumlarla sağlanır hale geldi.

## Kısa vadede görünmeyen, uzun vadede biriken zarar

Yazın domates yemek, ilk bakışta zararsız görünebilir. Ancak mevsim dışı ürünlerin çoğu, doğal döngüler dışında yetiştirildikleri için besin değerleri düşüktür. Güneş ışığı, toprak minerali ve doğal olgunlaşma süreci eksik olduğu için vita-

min ve antioksidan oranı azalır. Son zamanlarda adını sıkça duyduğumuz Pestisit’in kullanımı daha da artar. Bitkiler doğal koşullarında direnç gösteremediğinden, kimyasal koruyucular kaçınılmaz hale gelir. Tat ve aroma kaybolur. Yapay olgunlaşma (örneğin etilen gazıyla) meyve ve sebzenin gerçek tadını bastırır.



Uzun vadede ise daha büyük bir tabloyla karşı karşıyayız! Bağışıklık sistemi zayıflar. Sürekli düşük kaliteli gıda tüketimi vücudun mevsimsel savunma ritmini bozar. Doğal üretim zinciri bozar. Küçük çiftçiler mevsiminde üretim yapamadıkları için piyasadan çekilmesine sebep olur. Ekolojik dengeyi sarsar.

## Neden bu kadar ihtiyaç duyuyoruz?

Modern insan “her şeye her an ulaşabilme” fikrine bağımlı hale geldi. Mevsimsel döngüler sabır gerektiriyor; oysa çağımız anlık tatminin çağı. Ayrıca büyük market zincirleri, tüketici talebini sürekli canlı tutmak için bu alışkanlığı besliyor. Yani mesele yalnızca tarım teknolojisi değil; bir tüketim kültürü meselesi.

İnsanın metabolizması doğanın ritmine göre evrilmiştir. Kışın vücut C vitamini,



## **TIPKI GECEYİ GÜNDÜZ GİBİ YAŞAMAK VEYA SÜREKLİ YAPAY IŞIK ALTINDA BULUNMAK GİBİ, MEVSİM DIŞI BESLENMEK DE VÜCUDUN DOĞAL BİYOLOJİK SAATİNE KARŞI GELMEKTİR**

beta-karoten ve enerji veren karbonhidratlara ihtiyaç duyar — bu yüzden turunçgiller, kök sebzeler ve baklagiller o mevsimde yetişir. Yazın ise su oranı yüksek, serinletici ve hafif gıdalar — karpuz, salatalık, domates gibi — doğanın bize sunduğu doğal soğutuculardır. Bu döngüyü bozmak, yalnızca doğaya değil, insan biyolojisine de müdahaledir. Tıpkı geceyi gündüz gibi yaşamak veya sürekli yapay ışık altında bulunmak gibi, mevsim dışı beslenmek de vücudun doğal biyolojik saatine karşı gelmektir.

### **Peki alternatif ne?**

**Mevsimsel bilinç geliştirmek:** Her ay hangi ürünün doğal olduğunu bilmek, etik ve bilinçli tüketimin ilk adımıdır.

**Kurutma, dondurma, fermente etme:** Geleneksel saklama yöntemleri, mevsimsel ürünleri yıl boyu sağlıklı biçimde tüketmenin yollarını sunar.

**Yerel üreticiye destek:** Küçük üreticiden alışveriş yapmak hem ekonomiye hem doğaya katkıdır.

### **Doğanın takvimine dönmek çözüm olabilir**

Belki de asıl mesele, “dört mevsimi birden yaşamak” değil; her mevsimi kendi zamanında yaşamak. Çünkü domatesin gerçek tadı, güneşin altında olgunlaştığı yaz günlerinde saklıdır. Mevsimlerin dengesine saygı duymak, aslında kendimize ve bedenimizin doğasına saygı duymaktır.



# “Kadınlar iklim krizi konusunda daha hassas”

Dünyanın iklimi tarih boyunca çeşitli değişimler yaşamış olsa da son yüzyılda gözlenen hızlı ve anormal iklim değişiklikleri büyük ölçüde insan faaliyetlerinden kaynaklanıyor. Fosil yakıt kullanımı, ormansızlaşma ve sanayileşmenin yarattığı sera gazı salınımı, gezegenimizin doğal ısı dengesini bozuyor; artan sıcaklıklar ise aşırı yağışlar, kuraklık, deniz seviyesinin yükselmesi ve ekstrem hava olayları gibi etkilerle yaşamın her alanını tehdit ediyor. İnsan kaynaklı bu anormal değişiklikler özellikle son yüzyılda belirgin bir şekilde arttı. Bu durum yalnızca fiziksel çevreyi değil, insanların ruh sağlığını da derinden etkiliyor. Bu durum “iklim anksiyetesi” kavramını doğurdu. İstinye Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Dr. Öğr. Üyesi Ezgi İldırım, “Son yıllarda literatüre giren iklim değişikliği anksiyetesi kavramı, bireylerin iklim krizinin olası sonuçlarına dair hissettiği yoğun kaygıyı tanımlamaktadır” diyor. İstinye Üniversitesi Psikoloji yüksek lisans öğrencisi Emine Çokluk’un Dr. Öğr. Üyesi Ezgi İldırım danışmanlığında Türkiye’nin farklı illerinden 18-35 yaş arası bireylerde yürüttüğü araştırmada, iklim değişikliği farkındalığı arttıkça iklim değişikliği anksiyetesinin de yükseldiği; iklim de-



ğişikliği anksiyetesi arttıkça sağlık anksiyetesinin de artış gösterdiği bulundu.

Katılımcılar arasında kadınların, iklim değişikliğinin olası etkilerini daha yoğun hissettiği ve bu nedenle daha yüksek kaygı yaşadığı görüldü. Bu kaygının, geri dönüşümden enerji tasarrufuna kadar pek çok çevre dostu davranışı teşvik ettiği de bulgular arasında. Erkeklerde ise kaygı düzeyi daha düşük çıktı ve bu durum farkındalıkta da geride kalmalarına neden oldu.

## Kaygı aslında harekete geçiş nedeni

Çalışma, kaygının her zaman olumsuz bir duygu olmadığını da gösteriyor. İklim değişikliği kaygısı bireylerde umutsuzluk yaratmak yerine, doğru yönlendirildiğinde çevreye yönelik aktif adımların motivasyon kaynağı olabiliyor.

Başka bir deyişle, kaygı duyan bireyler bu duygularını geri dönüşüm, enerji tasarrufu veya çevreci tüketim gibi davranışlara dönüştürerek pozitif bir güç haline getirebiliyor.

## Günlük seçimler farkındalığı artırıyor

Araştırmada en güçlü bulgu, günlük yaşamda yapılan sürdürülebilir seçimlerin farkındalığı beslemesi oldu. Çöpleri ayırtırmak, doğa dostu ürünleri tercih et-

mek, suyu ve elektriği dikkatli kullanmak gibi basit eylemler, bireylerin iklim krizini daha somut biçimde hissetmesini sağlıyor. Araştırmayı yürüten uzmanlar, “Davranışlarımız sadece sonuç değil, farkındalığın da nedeni” diyerek küçük seçimlerin önemine dikkat çekiyor.

Katılımcıların büyük çoğunluğu enerji ve su tasarrufu konusunda duyarlı. Her 10 kişiden 8’i enerji tasarrufu yaptığını, benzer bir oranda katılımcı da suyu dikkatli kullandığını belirtti. Bu sonuç, bireylerin en çok doğrudan kendi yaşamlarını etkileyen alanlarda çevreci davranış sergilediğini ortaya koyuyor.

### **Geri dönüşümde yüksek katılım**

Araştırmaya katılanların yaklaşık yüzde 72’si geri dönüşüm yaptığını söyledi. Bu oran, geri dönüşümün toplumda giderek daha yaygın bir alışkanlık haline geldiğini gösteriyor. Ancak hâlâ üçte bir oranında birey geri dönüşüm yapmadığını belirtti.

Çevre dostu ulaşım yöntemlerini tercih edenlerin oranı sadece yüzde 41. Yani katılımcıların çoğunluğu hâlâ bireysel araç kullanımını bırakmamış görünüyor. Benzer şekilde, yerel ve organik ürün tüketimi yüzde 35, kıyafet alışverişinde bilinçli davrananların oranı ise yüzde 36 seviyesinde kaldı. Bu bulgular, sürdürülebilirlikte tüketim alışkanlıklarının en zayıf halka olduğunu ortaya koyuyor.

### **Doğa koruma faaliyetleri sınırlı**

Katılımcıların yalnızca yüzde 25’i doğa koruma faaliyetlerine katıldığını belirtti. Bu oran, bireylerin günlük yaşamlarında daha kolay uygulayabildikleri sürdürülebilir davranışlara yöneldiğini; ancak kolektif ya da toplumsal eylemlerde geri planda kaldığını gösteriyor.

Katılımcıların yüzde 73’ü iklim değişikliğini önemseydiğini ifade etti. Hatta yarıdan fazlası, iklim değişikliğinin “kaygı uyandırıcı” bir sorun olduğunu farkında.

Bu sonuç, iklim krizinin bireylerin zihninde ciddi bir tehdit olarak yer ettiğini ortaya koyuyor.

Katılımcıların yüzde 87’si sürdürülebilirliğin dünyamızın geleceği için çok önemli olduğunu belirtti.

Ayrıca her 10 kişiden 9’u, gelecek nesillere sürdürülebilir davranışlar konusunda eğitim verilmesi gerektiği görüşünde birleşti. Bu durum, çevre eğitiminin toplum tarafından güçlü şekilde desteklendiğini ortaya koyuyor.

Katılımcıların çevresel duyarlılığı yüksek olsa da sağlık davranışlarında tablo tersine dönüyor. Katılımcıların yalnızca yüzde 9’u düzenli check-up yaptırdığını, yüzde 23’ü doktor kontrollerine düzenli devam ettiğini söyledi. Bu durum, bireylerin çevresel farkındalığa sahip olsalar bile





kendi sağlık davranışlarında aynı özeni göstermediklerini ortaya koyuyor.

### **Sağlık kaygısı çevreye yönelmiyor**

Araştırmanın dikkat çeken bulgularından biri, sağlık anksiyetesi ile iklim farkındalığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaması. Sağlığını sık sık dert eden bireyler bu kaygılarını çevreye yönlendirmiyor. Uzmanlara göre bunun nedeni sağlık kaygısının bireysel odaklı olması; oysa iklim değişikliği daha çok toplumsal ve küresel bir sorun olarak algılanıyor.

En güçlü bulgulardan biri, günlük yaşamda yapılan sürdürülebilir seçimlerin farkındalığı artırması oldu. Çöpleri ayrıştırmak, su ve elektriği tasarruflu kullanmak, doğa dostu ürünleri tercih etmek gibi küçük eylemler, bireylerin iklim krizini daha somut biçimde hissetmesini sağlıyor. Araştırmacılar, “Davranışlarımız sadece sonuç değil, farkındalığın da kaynağı” diyerek küçük seçimlerin önemine dikkat çekiyor.

### **Tasarruf ön planda, tüketim geride**

Katılımcıların büyük çoğunluğu enerji (yüzde 79) ve su (yüzde 77) tasarrufu yaptığını belirtti. Geri dönüşüm yapanların oranı da oldukça yüksek: yüzde 72. Ancak çevre dostu ulaşım yöntemlerini tercih edenlerin oranı sadece yüzde 41, yerel ve organik ürün tüketimi yüzde 35, kıyafet tüketiminde bilinçli davrananların oranı ise yüzde 36’da kaldı. Doğa koruma faaliyetlerine katılanlar ise yalnızca yüzde 25. Buna karşın katılımcıların yüzde 98’i en az bir sürdürülebilir davranışta bulunduğunu, yalnızca yüzde 2’si hiçbir şey yapmadığını ifade etti.

### **İklim krizi önemseniyor ama takip eksik**

Katılımcıların yüzde 73’ü iklim değişikliğini önemsediklerini belirtirken, yarıdan fazlası bu sorunun “kaygı uyandırıcı” olduğunun farkında. Ayrıca yüzde 87’si sürdürülebilirliğin dünyanın geleceği

için çok önemli olduğunu düşünüyor ve yüzde 90’ı gelecek nesillere bu konuda eğitim verilmesi gerektiği görüşünü destekliyor. Bununla birlikte, güncel gelişmeleri takip etme konusunda eksiklikler var. Katılımcıların yalnızca yüzde 43’ü iklim krizine ilişkin haberleri düzenli takip ediyor. Sosyal medya kullanımını da zayıf: yüzde 11 sürdürülebilirlik hesaplarını, yüzde 21 sağlık hesaplarını takip ettiğini söylüyor.



### **Çözüm: Farkındalığı eyleme dönüştürmek**

Dr. Öğr. Üyesi Ezgi Ildırım, çözüm ile ilgili şunları söylüyor: “Çözümün anahtarı, farkındalığı kaygıya dönüştüren bir kısır döngüde değil; farkındalığı eyleme dönüştüren bir motivasyonda yatmaktadır. Araştırmamızın bulguları, iklim değişikliği anksiyetesi yaşayan bireylerin daha fazla sürdürülebilir davranış sergilediğini göstermektedir. Organik ürün tercih etmek, enerji tasarrufu sağlamak, geri dönüşümü hayatın bir parçası haline getirmek ve elektrikli araçlar kullanmak gibi sürdürülebilir davranışlar yalnızca doğayı değil, bireylerin psikolojik dayanıklılığını da güçlendirebilmektedir. İklim değişikliği anksiyetesi, bu kaygının sürdürülebilir davranışlara yönlendirilmesi halinde, çevresel sorunlara karşı pozitif bir katkıya dönüşebilmektedir. İklim krizine karşı mücadele, yalnızca bilim insanlarının veya politikacıların değil; toplumun tüm bireylerinin ortak sorumluluğudur. Farkındalık, kaygı ve eylem arasındaki dengeyi kurmak; gezegenin ve gelecek nesillerin yaşam hakkını korumak için atılacak en güçlü adımdır.”

**Siz de  
kahvenin  
kralı olmak  
istiyorsanız  
şubemiz olun**

**BAŞVURU:** [franchise@kingbell.com.tr](mailto:franchise@kingbell.com.tr)



**KINGBELL**



# ‘Stres ve depresyon *kalp krizi* riskini artırıyor’

Dünya Sağlık Örgütü raporlarına göre, kalp ve damar hastalıklarının, dünya genelinde en yaygın ölüm ve engellilik nedenleri arasında yer aldığını hatırlatan Üsküdar Üniversitesi NİSTANBUL Hastanesi Uzman Klinik Psikolog Emine Akın Aytıp, “Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2024 verilerine göre ise, ülkemizde gerçekleşen ölümler arasında yüzde 36 oranı ile kalp ve damar hastalıkları ilk sırada yer alıyor” dedi.

Kalp-damar hastalıklarına yol açan pek çok farklı etken bulunduğunu ve bu etkenlerin kişiden kişiye değişebildiğini aktaran Aytıp, “Fiziksel risk faktörlerine ek olarak, ruh sağlığı ile kalp sağlığı arasındaki ilişkinin de önemli olduğu bilimsel çalışmalarla destekleniyor. Dep-

resyon, anksiyete ve kronik stres gibi psikolojik sorunlar, kalp-damar hastalıklarının ortaya çıkma riskini artırabilir ve mevcut hastalıkların seyrini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca sosyal izolasyon, yetersiz sosyal destek ve yalnızlık gibi etkenler de hem kalp sağlığını hem de tedavi başarısını olumsuz etkileyebilir. Öte yandan, kalp-damar hastalıkları fiziksel sınırlılıklar, sosyal ve iş yaşamında değişiklikler, maddi sıkıntılar ve belirsizlikler gibi etkenler aracılığıyla depresyon ve anksiyete gelişimine zemin hazırlayabilir” şeklinde konuştu.

Ruhsal iyilik hâlinin hem kalp-damar hastalıklarından korunmada hem de tedavi sürecine uyum sağlamada olumlu katkılar sağladığının bilindiğini ifade





eden Aytop, “Kalp sağlığının yerinde olması da ruhsal iyiliği destekler. Bu nedenle, kalp sağlığını değerlendirirken bireyin ruhsal durumunu da dikkate almak, hastalığın önlenmesi ve tedavisinde daha etkili bir yaklaşım sağlar” dedi.

Depresyon yaşayan kişilerde kalp-damar hastalıklarının daha sık görülmesinin nedenlerine değinen Aytop, şunları söyledi: “Depresyon, duygu, düşünce ve davranışları olumsuz etkileyen ciddi bir ruh sağlığı sorunudur. Kronik, düşük dereceli iltihaplanmaya yol açarak damar iç yüzeyinde hasara ve damar daralmasına neden olabilir. Depresyon sırasında artan kortizol, adrenalin ve noradrenalin gibi kimyasallar kan basıncını yükseltebilir, kalp ritim bozukluklarına ve bağışıklık sistemi işlevlerinin bozulmasına yol açabilir. Ayrıca trombosit aktivitesini artırarak kalp krizi veya inme riskini yükseltebilir. Davranışsal olarak depresyon, sağlıklı yaşam tarzı alışkanlıklarının gelişmesine zemin hazırlar; sigara ve alkol kullanımı, sağlıklı beslenme, fiziksel aktivite eksikliği ve ilaç tedavisine uyumsuzluk daha sık görülür. Öte yandan, kalp-damar hastalıkları tanısı alan

bireylerde yaşanan değişiklikler depresyon ve anksiyete gelişimi için risk oluşturur.”

### **Sağlıklı bir ruh hali, sağlıklı bir kalp demek!**

Ruhsal açıdan sağlıklı bireylerin, duygularla daha dengeli başa çıkabildiklerini kaydeden Aytop, “Bu kişilerin psikolojik dayanıklılıkları güçlüdür, sorunlarla başa çıkma kapasitesine sahiptir ve gerektiğinde destek aramaktan çekinmezler” dedi. Sağlıklı bireylerin bedenlerine özen gösterdiğini, sağlıklı beslendiğini, düzenli uyuduğunu ve fiziksel aktiviteyi yaşamlarına dahil ettiğini dile getiren Aytop, “Stres tepkileri uyumludur ve tedavi süreçlerine uyum sağlarlar. Bu bilişsel, duygusal ve davranışsal artılar; kalp ritmi, tansiyon, damar esnekliği ve inflamatuvar süreçler üzerinde koruyucu etki yaratır” açıklamasını yaptı.

### **Psikoterapi ve stres yönetimi kalp sağlığını koruyor**

Psikoterapi ve stres yönetimi tekniklerinin kalp sağlığına etkilerine değinen Uzman Klinik Psikolog Emine Akın Aytop, şu bilgileri paylaştı: “Psikoterapi, bireyin bilişsel, duygusal ve davranışsal süreçlerini fark etmesine ve daha işlevsel



“

## **PSİKOTERAPİ, BİREYİN BİLİŞSEL, DUYGUSAL VE DAVRANIŞSAL SÜREÇLERİNİ FARK ETMESİNE VE DAHA İŞLEVSEL BİÇİMDE YAPILANDIRMASINA YARDIMCI OLUR**

”

biçimde yapılandırmasına yardımcı olur. Psikolojik dayanıklılık, özyeterlilik, özgüven, özdeğer ve içsel motivasyon güçlenir. Bu süreç, kalp-damar sağlığını destekleyen fizyolojik mekanizmaları dengeler, inflamasyonu azaltır, damar yapısını korur ve kan akışını düzenler. Psikoterapi ayrıca sağlıklı yaşam alışkanlıklarını benimsemeye ve zararlı alışkanlıklardan uzak durmaya yardımcı olur. Nefes çalışmaları, gevşeme egzersizleri, meditasyon ve farkındalık temelli uygulamalar yani stres yönetimi teknikleri otonom sinir sistemi üzerinde dengeleyici etki oluşturur, kalp atım hızını ve kan basıncını düzenler. Uzun vadede stresin kalp-damar sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini azaltır.”

### **Kalp ve zihin sağlığının ayrılmaz bir bütün olduğu kabul edilmeli!**

Psikolojik sorunların kalp-damar sağlığını olumsuz etkileyebileceğine vurgu yapan Aytop, “Bu nedenle, sorunları göz ardı etmemek, sağlıklı başa çıkma yolları geliştirmek ve gerektiğinde ruh sağlığı uzmanlarından destek almak önemlidir” ifadesini kullandı. Tedavi sürecinde ilaç kullanımı ve kontrollerin aksatılmaması ve kalp fonksiyonlarının düzenli olarak izlenmesi gerektiğinin altını çizen Aytop, sözlerini şöyle tamamladı: “Sağlıklı beslenme, düzenli uyku, fiziksel aktivite, zararlı alışkanlıklardan uzak durma ve sosyal destek güçlü tutulmalıdır. Kalp ve zihin sağlığını birlikte korumanın en önemli adımı, bunların ayrılmaz bir bütün olduğunu kabul etmek ve fiziksel ile psikolojik sağlığa bütüncül bir yaklaşımla özen göstermektir. Bu, sağlıklı yaşam tarzı, dengeli yaşam ve gerektiğinde profesyonel destek almayı kapsar.”



**Tanıtımın ve  
pazarlamanın  
jargonunu biliyoruz**





## **Şimşek: “Cari denge sürdürülebilir seviyelerde kalmaya devam ediyor”**

Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, eylül ayı dış ticaret verilerine ilişkin sosyal medya hesabından açıklama yaptı. Bakan Şimşek, "Küresel ticaretteki belirsizliklere ve olumsuz koşullara rağmen ocak-eylül döneminde yıllık yüzde 4,1 artan ihracat yıllıklandırılmış olarak 269,7 milyar dolara ulaştı. Önümüzdeki dönemde ana ticaret ortaklarımızda büyümenin hızlanması, yurt içi ve yurt dışında finansmana daha kolay ve uygun koşullarla erişim, avro/dolar paritesinin katkısı ihracatımızı destekleyecektir. İthalattaki artışa rağmen, mal ve hizmet ihracatındaki olumlu performans sayesinde cari denge sürdürülebilir seviyelerde kalmaya devam ediyor. Katma değerli üretim ve rekabet gücünü artıran politikalarımızla üreticilerimizi ve ihracatçılarımızı desteklemeyi sürdüreceğiz" değerlendirmesinde bulundu.

## **ABD'den alacağımız gaz, Türkmenistan'dan sonra en ucuz gaz olacak**

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar, muhalefete yüklenerek "Amerika ziyaretiyle ilgili bir sürü şey uydurdular" diyerek tepki gösterdi. LNG anlaşmasıyla ilgili konuşan Bayraktar, "Amerika ile 43 milyar dolarlık bir anlaşma yaptık. Amerika'dan alacağımız gaz, Türkmenistan'dan sonra en ucuz gaz olarak ülkemize gelecek" diye konuştu.



## **THY ve AJet, KKTC hattında 2,1 milyon yolcu hedefliyor**

Türk Hava Yolları (THY), iştirak şirketi AJet ile birlikte bu yıl Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ne (KKTC) 2,1 milyon yolcu taşımayı amaçlıyor. THY yetkililerinden alınan bilgiye göre, Türkiye ile KKTC arasında güçlü hava köprüsünü kuran şirket, haftalık 152 seferle ada yolcularına hizmet veriyor. Geçen yıl 774 bin yolcu THY, 1 milyon yolcu ise AJet seferleriyle KKTC'ye uçtu. Böylece iki şirket KKTC'ye 1 milyon 774 bin kişi taşıdı. Yılın 9 aylık döneminde THY 467 bin, AJet ise 972 bin yolcuya hizmet verdi. Bu yılın sonuna kadar 2,1 milyon yolcunun adaya ulaştırılması hedefleniyor.

# ‘Türkiye kişi başı servette 46. sırada’

Allianz, yaklaşık 60 ülkedeki hane halklarının varlık ve borç durumunu inceleyen Küresel Varlık Raporu’nun 16. Edişyonunu yayınladı. Rapora göre 2024 yılı, küresel olarak hane halklarının finansal varlıklarının yüzde 8,7’lik artışıyla yeni bir rekorun kırıldığı yıl oldu. Türkiye’de ise hane halklarının brüt finansal varlıkları yüzde 45,8 artarken, reel olarak yüzde 8 oranında geriledi.

Rapora göre, 2024 yılı, küresel ekonomi ve özel hanelerin finansal varlıkları için büyüme yılı oldu. Finansal varlıklar yüzde 8,7 artarak bir önceki yılın yüzde 8’lik güçlü büyümesini de aştı. 2024 sonunda toplam finansal varlıklar 269 trilyon Euro’ya ulaştı. Bu rakamlar mutlak bir rekora işaret etse de finansal varlıklar yüzde 283 büyümesine rağmen ekonomik aktiviteyle kıyaslandığında 2017’deki seviyesinde kaldı.

## Asıl büyüme ABD’de gerçekleşti

Rapora göre, son 10 yılda, Amerikan hane halklarının finansal varlıkları küresel ortalamaya paralel bir şekilde büyümeye devam etti. Ancak 2024’te bu büyüme daha da hızlandı. Bu durum, büyümenin küresel ortalama-

manın gerisinde kaldığı Batı Avrupa ve Japonya ile büyük bir tezat oluşturuyor. Allianz Baş Ekonomisti Ludovic Subran, "ABD’deki finansal varlıkların büyümesi tek kelimeyle inanılmaz. 2024’te küresel finansal varlık artışının yarısı sadece ABD’de gerçekleşti. Son on yıldır bu oran yüzde 47 idi. Buna karşılık Çin yüzde 20, Batı Avrupa ise yüzde 12’lik bir paya sahipti. Bu rakamlara göre, finansal varlıklar açısından, diğer ülkelerin ABD’den fayda sağladığı fikri temelsiz kalıyor" dedi.

## Türkiye tasarruf davranışlarında Almanya’ya benziyor

Varlık artışının anahtarı, başta hisse senetleri olmak üzere menkul kıymetlere sahip olmak olarak tanımlanıyor. Bu açıdan, son 2 yıl tasarruf sahipleri için oldukça kazançlı oldu. 2023’te (%11,5) ve 2024’te (%12) menkul kıymetler, diğer iki varlık kaynağı olan sigorta/emeklilik (%6,7 ve %6,9) ve banka mevduatlarına (%4,7 ve %5,7) göre neredeyse iki kat daha hızlı büyüdü.

Ancak, menkul kıymet değerlerindeki artıştan faydalanma oranı, portföy yapılarındaki farklılıklar nedeniyle ülkeler ve bölgeler arasında büyük değişiklik gösteriyor. Özellikle Kuzey Ame-





rikalı tasarruf sahipleri, portföylerinin yüzde 59'unu menkul kıymetlere yatırıyor. Batı Avrupa'da bu oran yüzde 35 civarındayken, Türkiye'de yüzde 30 olarak belirtiliyor.

Raporun yazarlarından Kathrin Stoffel, tasarruf davranışları söz konusu olduğunda, ABD ve Almanya arasındaki karşılaştırmanın önemli olduğuna dikkat çekiyor. Stoffel, "Almanya, son 10 yılda yüzde 5,9'luk bir finansal varlık artışı yaşadı. Bu, ABD'ninkiyle (%6,2) karşılaştırılabilir ancak yıllık tasarruflar, mevcut finansal varlıkların yüzde 3,7'sine tekabül ediyordu ve bu, ABD'nin (%2,0) neredeyse iki katıydı. Aynı zamanda, değer artışlarının katkısı yüzde 32 ile ABD'nin (%67) yarısından azdı. Türkiye ise daha çok Almanya'ya benziyor; tasarruf çabaları yüzde 13 ile Almanya'dan daha yüksek ancak değer artışlarının payı yüzde 44'ü oluşturuyor" değerlendirmesinde bulundu.

### **Türk tasarruf sahiplerinin öncelikli tercihi yatırım fonları**

Rapora göre, 2024 yılında Türk hane halklarının brüt finansal varlıkları yüzde 45,8 oranında arttı. Bu, Arjantin hariç geçen yıl dünya genelinde görülen en hızlı artış oldu. Ancak rapora göre bu artışın ana nedeni enflasyon olarak gösteriliyor. Enflasyona göre ayarlandığında, reel olarak yüzde 8 oranında bir gerileme ortaya çıkıyor. Bu performansın ana itici gücü menkul kıymetler olurken (%75,5 artış), sigorta ve emeklilik tasarrufları

ise yüzde 67,2 oranında arttı. Yine de bu varlık kaynakları, Türk hane halklarının portföylerinde küçük bir rol oynamaya devam ediyor. Türkiye'de portföylerin sırasıyla yüzde 30'u menkul kıymetlerden, yüzde 9'u ise sigorta ve emeklilik gelirlerinden oluşuyor. Ancak, rapora göre her ikisi de son on yılda paylarını önemli ölçüde artırdı.

Portföyün yüzde 58'lik payıyla en büyük varlık kaynağı olan banka mevduatları ise yalnızca yüzde 31 oranında büyüdü. Bu eğilimler, yüzde 34 oranında artarak 112 milyar euro'luk yeni bir rekor seviyeye ulaşan yeni tasarruflara da yansdı. Bu tasarrufların çoğunluğu (%51) banka mevduatlarına giderken, Türk tasarruf sahipleri bu miktarı yüzde 8,2 oranında azalttı. Buna karşılık, sigorta ürünleri sahipliği neredeyse iki katına çıkararak 9 milyar euro'luk yeni bir rekora ulaştı ve menkul kıymet alımlarını üç katına çıkararak 40 milyar euro'luk yeni bir rekor kırdı. Dünyadaki birçok tasarruf sahibi gibi, Türk tasarruf sahipleri de ağırlıklı olarak ETF (Borsa yatırım fonu) gibi yatırım fonlarına yatırım yaptı.

2024'te yükümlülüklerdeki artış yüzde 49'a geriledi. Sonuç olarak, borç oranı (yükümlülüklerin GSYİH'ye oranı) daha da düşerek yüzde 11'e geriledi. Bu, bölgedeki en düşük oranlardan biri olarak kaydedildi ve 2013'teki zirvenin 10 puan altında gerçekleşti. Türkiye'de net finansal varlıklar da yüzde 44,7

arttı. Bunun sonucunda, Türkiye en zengin ülkeler sıralamasında 46. sırada kaldı.



# ‘Türkiye genelinde konut satışları *yüzde 34,1* arttı’

KPMG Türkiye tarafından hazırlanan “İnşaat ve Gayrimenkul Sektörel Bakış Raporu” 2025 yılı 2. çeyrek rakamlarına göre 2024 yılını reel olarak yüzde 9,3 büyümeye ile tamamlayan Türkiye inşaat sektörünün, 2025 ve sonrasındaki dönemde büyümeye devam etmesi bekleniyor. Benzer şekilde, 2024 yılında reel olarak yüzde 3 büyümeye gösteren Türkiye altyapı sektörünün de 2030 yılına kadar olan projeksiyonlarda, inşaat sektörüne benzer olarak kendi büyümeye trendini azalarak da olsa sürdüreceği tahmin ediliyor.

Ayrıca Türkiye inşaat sektöründe faaliyet göstermekte olan şirketlerin 2025 yılı 2. çeyrekte ortalama yüzde 69,6'sı faaliyet-

lerini kısıtlayan herhangi bir faktörün olmadığını açıklarken, finansman sorunları ortalama yüzde 23,4 seviyesindeki payıyla girişimleri sınırlandıran birincil faktör olmaya devam etti. Kısıtlayıcı unsurlarda finansman sorunlarının ardından gelen talep yetersizliği ise yüzde 11,8'lik ortalama ile önceki dönemlerde olduğu gibi faaliyetleri kısıtlayan faktörlerdeki sırasını korumaya devam etti.

Raporla ilgili değerlendirmede bulunan KPMG Türkiye İnşaat ve Gayrimenkul Sektörü Lideri Savaş Gökem Yapan, “Türkiye inşaat ve gayrimenkul sektörü yılın ikinci çeyreğinde güçlü performansını sürdürerek ülke ekonomisinin loko-





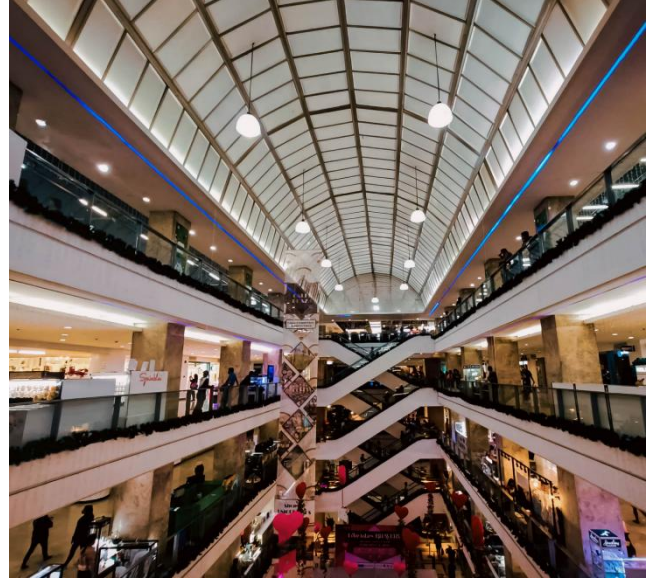
motiflerinden biri olmaya devam etti. Konut satışlarındaki artışa rağmen konut fiyat endeksinin reel bazda düşüş göstermesi, piyasada dengelenme sürecinin işaretlerini veriyor. AVM cirolarındaki büyüme ve turizm sektöründeki toparlanma ise gayrimenkulün ticari ve turistik boyutlarında da hareketliliğin sürdüğünü gösteriyor. Doğru stratejilerle, inşaat ve gayrimenkul sektörünün büyüme ivmesini koruyarak ekonomiye katkısını sürdüreceğine inanıyoruz” dedi.

### ‘Konut satışlarında artış devam ediyor’

2025 yılı 2. çeyrekte Türkiye genelinde konut satışları 356 bin adet ile bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 34,1’lik artış gösterirken, alt kırılimdaki ipotekli satışlar ve ikinci el konut satışları bir önceki yılın aynı çeyreğine göre toplamda sırasıyla yüzde 116 ve yüzde 37,7’lik artış gösterdi. Bir önceki dönemdeki sonuçlara paralel olarak aynı dönem İstanbul 58 bin adet ile Türkiye genelinde en çok konut satışı yapılan şehir oldu, İstanbul’daki satışları 32 bin adet ile Ankara ve 21 bin adet ile İzmir takip etti.

### ‘Konut fiyat endeksi reel bazda düştü’

Türkiye’de Haziran 2025 sonu itibarıyla 186 seviyesinde seyreden konut fiyat endeksi ise 2024 yılının aynı ayına göre nominal bazda yüzde 32,8 attı. Endeksin Şubat 2024 itibarıyla negatife dönen reel bazlı değişimi ise bu trendine devam etti ve 2025 yılının haziran ayında bir önceki



yılın aynı ayına göre reel olarak yüzde 2,4’lük düşüş kaydetti.

### ‘AVM’lerde ciro arttı ziyaretçi azaldı’

Türkiye genelinde ciro endeksleri bu dönemde de artış trendine devam etti. AVM metrekare ciro verimlilik endeksi, 2025 2. çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 26,7’lik nominal artış gösterdi ve 4.042 puana yükseldi. Kiralanabilir metrekare başına düşen ciro da Türkiye’de aynı dönem itibarıyla 16.547 TL olarak kaydedildi. Ciro endeksindeki artışa karşılık, aynı dönemde ziyaretçi endeksi bir önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 5,6 düşüş göstererek 101 puan oldu.

### ‘Türkiye genelinde otel doluluk oranları arttı’

Rapora göre İstanbul’da bulunan konaklama tesisleri doluluk oranları, 2025 2. çeyrekte ortalama yaklaşık yüzde 38 seviyesindeki oranla bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 47 oranında düşüş gösterdi. Antalya’da bu dönemdeki doluluk oranı, yaklaşık yüzde 39 seviyelerinde kaydedildi. Türkiye genelinde otel doluluk oranları, bir önceki çeyreğe oranla artış göstererek bu dönemde ortalama yüzde 31,2 seviyesine yükselirken, Muğla ve İzmir’de sırasıyla yüzde 28 ve yüzde 26 olarak gerçekleşti.



TARAFSIZ

BAĞIMSIZ

HER  
ZAMAN  
OLDUĞU  
GİBİ.

SABIRSIZLIKLA BEKLEYİN...



# “Her 3 çocuktan 1’i akran zorbalığına uğruyor”

Fiziksel, sözel ya da cinsel eylemlerle ortaya çıkabilen; kimi zaman doğrudan saldırı, kimi zaman ise dışlama veya alay etme gibi dolaylı yollarla kendini gösteren zorbalık, artık yalnızca sınıf içinde ya da okul bahçesinde değil, sosyal medya ve dijital platformlarda da görünmez bir tehdit haline geliyor. İstinye Üniversitesi Psikoloji Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Ebru Şalcıoğlu, akran zorbalığının giderek artan etkilerine dikkat çekerek, çocukların hem akademik hem de psikolojik gelişimlerini tehdit eden bu sorunun ciddiyetini vurguladı.

## “Dünyada ve Türkiye’de her 3 çocuktan 1’i zorbalığa uğruyor”

Araştırmalar, akran zorbalığının her ülkede yaygın bir sorun olduğunu ve özellikle ekonomik açıdan dezavantajlı çocuklarda daha sık görüldüğünü ortaya koyuyor. Dünya çapında 83 ülkeyi kapsayan geniş ölçekli bir araştırma, 12–17 yaş arası ergenlerde zorbalığa maruz kalma oranının ortalama yüzde 30 olduğunu gösteriyor: yani her üç çocuktan biri akran zorbalığının hedefi oluyor. En yüksek oranlar Doğu Akdeniz ve Afrika





bölgelerinde görülürken, Avrupa ülkelerinde bu oranın oldukça düşük olduğu görülüyor. Zorbalığın ciddi bir halk sağlığı sorunu olduğunu belirten Prof. Dr. Ebru Şalcıoğlu, Türkiye’de akran zorbalığı ile ilgili yürütülen bir araştırmanın sonuçlarını aktararak şunları söyledi: “Türkiye’de yürütülen geniş kapsamlı bir araştırmada ise öğrencilerin üçte birinin geleneksel okul zorbalığına, yaklaşık beşte birinin de siber zorbalığa maruz kaldığı saptandı. Erkek öğrenciler daha çok zorba rolünde yer alırken, kız öğrencilerin özellikle siber zorbalığın hedefi oldukları belirlendi. Bu bulgular, ülkemizde akran zorbalığının hem yaygın hem de cinsiyetler arasında farklı biçimlerde ortaya çıkan bir sorun olduğunu gösteriyor. Zorbalığın bu kadar yüksek oranlarda görülmesi, bunu yalnızca bireysel bir sorun değil, ciddi bir halk sağlığı meselesi haline getiriyor.”

### **“Akran zorbalığı uzun vadede önemli psikolojik yaralar açar”**

Şalcıoğlu zorbalığın çocuk psikolojisi üzerindeki uzun vadeli etkilerini de aktar-

dı: “Akran zorbalığına maruz kalan çocuklar çoğunlukla utanç, korku, üzüntü ve öfke gibi yoğun duygular yaşarlar. Bu duygular onları içe kapanmaya, sosyal etkinliklerden uzak durmaya, fikirlerini ifade etmekten çekinmeye yöneltebilir. Bunlar uzun vadede ciddi psikolojik sorunlara dönüşebilir. Araştırmalar, zorbalığa maruz kalan çocuklarda kaygı, depresyon, travmatik stres, yeme bozuklukları gibi ciddi ruh sağlığı sorunları geliştiğini, bu çocuklarda kendine zarar verme davranışlarının ve hatta intihar girişimlerinin daha sık görüldüğünü gösteriyor. Dolayısıyla zorbalık yalnızca anlık bir çatışma değil, uzun vadede çocukların ruh sağlığını derinden etkileyen bir travma kaynağıdır.”

### **“Empati eksikliği ve sosyal medya kültürü zorbalığı körüklüyor”**

Şalcıoğlu sosyal medya kullanımının psikoloji üzerindeki etkileri üzerine sözlerine şöyle devam etti: “Zorbalığın nedenleri üzerine yapılan psikolojik araştırmalar, bu davranışın basit bir ‘kötü niyet’ meselesi olmadığını ortaya koyuyor.



Zorbalık, aslında sosyal hiyerarşilerde güç kazanma ve elde edilen gücü koruma çabasının bir yansıması. Çocuk, çevresinden dikkat, onay, saygı veya somut ödüller elde ettikçe bu davranışı sürdürüyor. Özellikle empati yetisi zayıf olan bir çocuk, davranışlarının yol açtığı zararı fark etmeyebiliyor. Günümüzde sosyal medyanın sunduğu 'beğeni' ve 'takipçi' gibi görünür ödüller, özellikle siber zorbalığı daha da pekiştiren bir rol oynuyor.”

### “Ailelere önemli rol düşüyor”

Şalcıoğlu akran zorbalığının çözümünde ailelerin kritik rolünü vurguladı: “Okulların açılmasına kısa bir süre kala aileler, çocuklarını akran zorbalığına karşı bilinçlendirmek için evde basit ama etkili adımlar atabilirler. Öncelikle, zorbalığın ne olduğunu ve hangi davranışların kabul edilemez olduğunu çocuklarıyla açıkça konuşmaları gerekiyor. Bunun için Millî Eğitim Bakanlığı'nın internet sitesinde yer alan çok sayıda bilgilendirici kaynaktan faydalanabilirler. Çocuklara hem mağdur olduklarında hem de tanık olduklarında sessiz kalmamaları gerektiğini öğretmek, onları koruyucu bir bilinçle donatır.

Ebeveynlerin çocuklarının davranışlarındaki değişiklikleri fark etmesi ve duygularını ifade edebilecekleri güvenli bir ortam yaratması çok önemli. Çocuk zorbalığa uğradığında, yaşadığı olayları anlatabilmesi için desteklenmeli. Aile bu noktada koruyucu bir rol üstlenerek çocuğun fiziksel ve duygusal bütünlüğünü gözetmeli, okulla iletişime geçerek zorbalığı önlemek için girişimlerde bulunmalı. Ayrıca çocuklara, zorbalığa boyun eğmenin ve sessiz kalmanın çözüm olmadığını, tam tersine bu davranışı beslediğini anlatmak gerekiyor. Çocuk kendisini ifade etmeyi ve sınır çizmeyi öğrendiğinde hem zorbalığın etkileri azalır hem de özgüveni güçlenir. Zorbalık yapan bir çocuğu olan aileler de sorum-

luluk almalı. Empatiyi geliştiren basit sohbetler bu süreçte çok değerli. Örneğin, ‘Sen böyle bir şey yaşasaydın ne hissederdin?’ gibi sorular çocukların başkalarının bakış açısını anlamasını kolaylaştırıyor. Son olarak, öğretmenlerle düzenli iletişim halinde olmak ve okul ortamındaki güvenliği takip etmek hem mağdur hem de zorba çocukların sağlıklı gelişimini destekleyen önleyici adımlar arasında yer alıyor.”

S.

“

**GÜNÜMÜZDE  
SOSYAL MEDYANIN  
SUNDUĞU 'BEĞENİ'  
VE 'TAKİPÇİ' GİBİ  
GÖRÜNÜR ÖDÜLLER,  
ÖZELLİKLE SİBER  
ZORBALIĞI DAHA  
DA PEKİŞTİREN  
BİR ROL OYNUYOR**

”

# Paylaşmaya odaklanırken, yaşamın kendisini kaçırıyoruz

Beğenilme ve onay alma isteği insan doğasının temel özelliklerinden biri. Sosyal canlılar olarak varlığımızı sürdürebilmemiz için başkalarıyla ilişki kurmaya ve kabul görmeye ihtiyaç duyarız. Ancak günümüzde sosyal medya, bu doğal eğilimi farklı bir boyuta taşıyarak bireylerin psikolojisi ve toplumsal ilişkileri üzerinde yeni etkiler yaratıyor. Özellikle “like” kültürü, beğeninin karşılığını anında ve geniş kitlelerden alabilme imkânı sunduğundan, bireylerde kısa vadede dopamin salınımını tetikliyor; fakat uzun vadede bağımlılık, kıskançlık ve tüketim baskısı gibi olumsuz sonuçlara yol açıyor. Acıbadem Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Alper Bilgili, sosyal medyanın bireyler ve toplum üzerindeki etkilerini değerlendirerek, “Beğenilme ve onay alma isteği doğamızda var, ama sosyal medya bunu başka bir boyuta taşıyarak insan psikolojisi için zararlı bir hale getiriyor” şeklinde konuştu.

Günümüzde adeta bir “beğeni bağımlılığı” yaşandığını dile getiren Bilgili, sosyal medyanın sıradan insan ilişkilerinde olmayan bir imkân sunduğuna dikkat çekti; “Beğeninin karşılığını hemen ‘like’larla alıyoruz. Üstelik çok daha bü-

yük bir kitleye, hatta tanımadığımız insanlara bile kendimizi beğendirebiliyoruz. Bu kısa vadede dopamin olarak bize dönse de, uzun vadede psikolojimiz ve toplumsal ilişkilerimiz üzerinde olumsuz etkiler yaratıyor.” Bilgili’ye göre bu olumsuz etkilerden en dikkat çekenini ise “kıyaslama”. Kullanıcıların, başkalarının abartılı hatta aldatıcı paylaşımlarını gerçek sandıklarına dikkat çeken Bilgili, “Örneğin Utah Valley Üniversitesi’nin bir araştırmasına göre Facebook kullanıcılarının ciddi bir bölümü diğer insanların kendilerinden daha mutlu bir hayat yaşadığına inanıyor. Missouri Üniversitesi’nde yapılan başka bir araştırmaya göreyse sosyal medya kıskançlık hissini artırıyor. Zaten düşünüldüğünde i-

ki sonucun birbirinden bağımsız olmadığı görülür” şeklinde konuştu.

Sosyal medyanın bağımlılık yarattığına dair geniş bir literatür bulunduğunu hatırlatan Doç. Dr. Alper Bilgili, “Gallup araştırmasına göre kullanıcıların %41’i saatte birkaç kez, %11’i birkaç dakikada bir bildirimlerini kontrol ediyor. Bu bağım-





lılık tesadüf değil; sosyal medya insan psikolojisinin zaaflarına göre bilinçli olarak tasarlanıyor” dedi.

Bilgili’ye göre sosyal medya, tüketim alışkanlıklarını da yönlendiriyor. Orada gördüğümüz paylaşımların, tüketim kültürünü sürekli olumlayan bir etki yarattığını vurgulayan Bilgili, “İhtiyacımız olmasa da oradakiler gibi tüketmek istiyoruz. Sosyal medya sadece tüketimi özendirmiyor, kolaylaştırıyor da. Geçen sene ‘Kara Cuma’ diye bilinen dönemde TikTok, ‘TikTok Shop’ isimli kendi uygulaması üzerinden günde 100 milyon dolarlık satış yapmayı başardı. Bunun yanında sponsorlu içerikler ve influencer’ların paylaşımları belirli ürünlerin karşımıza çıkmasına neden oluyor. Reklam verenlerin ilgi alanlarımıza erişmesi, uygulama üzerinden bizi tanıyor olması bu sosyal medya uygulamalarını ana akım medyadan çok daha etkili kılıyor. Çünkü firmalar alıcı kitlesini belirleyip bu tür reklamları gerçek muhataplarına ulaştırabiliyor” değerlendirmesinde bulundu.

### Minimalizm de gösterişe dönüştü

Sosyal medyada minimalist yaşam tarzına yönelik akımlar da popüler. Bilgili, “Minimalizm, tüketim kültürüne karşı bir duruş gibi görünüyor. Ama sosyal medyada minimalist yaşamakla övünmek, yeni bir statü aracı haline geldi. Bazıları sahip olduklarını azaltmak yerine, minimalist yaşam videolarında gördüklerini edinmeye başladı. Amaç yine beğeni almak oldu” açıklamasında bulundu.

Sosyal medya platformlarının da kendi dinamikleri olduğuna işaret eden Bilgili, “Bu platformlarda aşırı tüketimle veya

gösterişçi tüketimle ilgili bir farkındalık uyandırmak teoride mümkün. Ancak platformların beğeni üzerine kurulu olması, bu platformlardaki algoritmaların temelde kâr amacı gütmeleri, bu iyi niyetli eylemlerin kolaylıkla amacından sapmasına neden olabilir. Tabii detaya inildiğinde sosyal medya platformlarının kullandıkları farklı algoritmalar nedeniyle tüketimle ilgili farkındalık oluşturma potansiyelleri arasında da ayrıma gitmek gerektiği söylenebilir” ifadelerini kullandı.

### Doğru kullanılırsa faydaları da var

Sosyal medyanın olumsuz yanlarının yanında bazı faydaları da olduğunu bildiren Bilgili, “Doğru kullanılırsa iyi bir network ve bilgi kaynağı olarak işlev görüyor. Özellikle konvansiyonel medyayla kıyaslandığında sesini duyurmak için etkili bir mecra. Memnuniyetsizlik halinde etkili bir ceza aracı olarak da kullanılabiliyor. Ancak tüm bunlar doğru kullanılma şartına bağlı” dedi. Bilgili şöyle devam etti; “Öncelikle sosyal medyayı neden kullandığımızı sorgulamalıyız. Kullanım sınırlarını aktifleştirmek, bazı günleri ‘Dijital Şabat’ ilan etmek faydalı olabilir. Kendimize sosyal medyanın gerçeği temsil etmediğini hatırlatmamız gerekiyor. Bu platformların bizi esir etme

stratejileri, kumarhane taktiklerinden davranışsal psikolojiye kadar pek çok araçtan faydalanıyor. Bunlara ilaveten sosyal medyada ne paylaşacağımızı veya kime ne cevap vereceğimizi düşünürken hayatla olan temasımızı yitirdiğimizi hatırlamak gerekir. Aksi takdirde paylaşmaya odaklanırken, yaşamın kendisini kaçırıyoruz.”

S.

**Siz de  
kahvenin  
kralı olmak  
istiyorsanız  
şubemiz olun**

**BAŞVURU:** [franchise@kingbell.com.tr](mailto:franchise@kingbell.com.tr)



**KINGBELL**



## Bir Megastar'ın Portresi

# TARKAN

Tarkan Tevetoglu yalnızca şarkılarıyla değil, bir kuşağın duygularını seslendiren tavrıyla da Türkiye pop müziğinin en kalıcı isimlerinden biri oldu. Alzey'in küçük kasabasında doğan bu çocuk, yıllar içinde hem sahnede hem de kültürde bir dönüm noktası yarattı; melodileri sınırları aştı, ritimleri hafızalara işledi. Bugün "Megastar" olarak anılan Tarkan, gençliğinin ateşini koruyan bir ses; aynı zamanda Türk popunun dünya çapında tanınmasına katkı veren bir elçi.

### Doğuş ve ilk adımlar

17 Ekim 1972'de Batı Almanya'nın Alzey kasabasında doğan Tarkan, aslen Rize, İkizdere kökenli bir ailenin çocuğu. Annesinin ona çizgi roman karakteri Tarkan'dan esinlenerek verdiği isim, ileride taşıyacağı sahne kimliğinin ilk işareti gibiydi. Aile 1986'da Türkiye'ye döndüğünde genç Tarkan, Karamürsel'de lise yıllarında müzik eğitimine başladı; Türk Sanat Müziği'yle tanışması burada oldu ve Üsküdar Musiki Cemiyeti'nde sürdürdüğü eğitimle sahne deneyimi kazandı. Lise sonrası istediği bölümü kazanamayınca dönemin şansı; İstanbul Plak'ın sahibi Mehmet Söğütoglu ile tanışması ve albüm anlaşması oldu.

Kariyerinin ilk durağı 1992'de yayımladığı Yine Sensiz albümüydü. "Kıl Oldum"la başlayan çıkış, 1994'te gelen Aacayipsin ile pekişti; bu albüm Tarkan'ı Türkiye çapında tanınan bir pop yıldızı haline getirdi. 1997'de çıkan Ölürüm Sa-

na ve içinden çıkan "Şımarık" ise onu uluslararası arenaya taşıdı: Avrupa listelerinde üst sıralara tırmanan bir Türk pop şarkıcısı fikri artık gerçektir. 1998'de Universal ile yapılan anlaşma, 1999'daki toplama albüm ve aldığı uluslararası sertifikalar, Tarkan'ı yalnızca yerel değil küresel bir isim yaptı.

2000'ler Tarkan için üretken ve dönüşümlü yıllardı. 2001'de Karma albümüyle "Kuzu Kuzu" gibi parçalar, hem dinleyicinin hem de listelerin favorisi oldu; 2003'te Dudu büyük ticari başarı elde etti. 2006'daki İngilizce albümü Come Closer ile Avrupa pazarlarına yönelik iddiasını ortaya koydu; 2007'de yayımlanan Metamorfozta ise sözlerindeki halk dili ve deyimlerden ötürü Türk Dil Kurumu'dan takdir alan bir ustalık görüldü. 2010'daki Adımı Kalbine Yaz albümü ise Türkiye'de yılın en çok satan albümlerinden biri oldu ve Tarkan'ın pop içinde kalıcı olma becerisini yeniden gösterdi.





### Müzik, etki ve özel hayatı

Tarkan sadece kayıtlarıyla değil, sahne performansları ve sosyal duyarlılığıyla da dikkat çekti. 1997’de kurduğu Hitt Müzik, sanatçının kendi projelerini üretmesinin ötesinde Türkiye’de konser ve prodüksiyon alanında önemli bir oyuncu haline geldi. Çevre, eğitim ve sosyal sorumluluk alanındaki adımları; şarkıcılığına eşlik eden toplumsal bir hassasiyet olduğunu gösteriyor.

2016’da yayımladığı Ahde Vefa ile sanat müziğine tutkuyla yaklaştı; 2017’deki 10 albümüyle yeniden popun merkezine döndü. Son yıllarda yayımladığı single’lar — 2022’de “Geçcek”, “Yap Bi Güzellik”, “Son Durak” — hem müzikal tercihlerini hem de zaman zaman yarattıkları sosyal ve siyasal tartışmaları gösterdi. 9 Eylül 2022’de İzmir’de verdiği ve yüz binleri buluşturduğu anma konseri, tüm gelirleri Darüşşafaka’ya bağışlama kararıyla hem sanatçı kimliğini hem de insani yönünü ortaya koydu.

### Kariyeri boyunca 15 milyondan fazla albüm satışı gerçekleştirdi

Kariyeri boyunca 15 milyondan fazla albüm satışı, onlarca ödül (Kral Müzik

Ödülleri, Altın Kelebekler, Dünya Müzik Ödülleri gibi) Tarkan’ı mesleğinde bir başarı simgesi yaptı. “Megastar” etiketi, medya ve dinleyici tarafından uzun yıllardır sahiplenildi; dünya basını ise zaman zaman “Popun Prensi” gibi başlıklarla onu andı.

### 2016 yılında hayatının aşkı

#### Pınar Dilek’le dünya evine girdi

Özel yaşamında ise 29 Nisan 2016’da Pınar Dilek ile evlendi; 12 Temmuz 2018’de Liya adında bir kız çocuğu babası oldu. Bu yeni rol, kamuoyunda ve magazinde sıkça konuşulan bir yönüyle sanatçının hayatını tamamlayan bir unsur haline geldi.

Tarkan’ın hikâyesi, yetenek, zamanlama ve kararlılığın birleştiği bir yolculuk. Kırsal kökenli bir ailenin Almanya doğumlu çocuğundan, Türkiye’nin ve dünyanın tanıdığı bir megastara dönüşme öyküsü; popüler kültürün nasıl ulus sınırlarını aşabildiğinin canlı bir örneği. Sesi, melodik tercihi ve sahne duruşuyla Tarkan, bugün hâlâ farklı kuşaklara dokunan bir figür — müziğinin yankıları, dinleyicilerinin belleğinde yaşamaya devam edecek.

S.



# Eğitim maratonu başladı: 'Özel ders talepleri yüzde 55 arttı'

Yeni eğitim döneminin başlamasıyla birlikte Eylül ayında öğrenciler ve veliler yeniden yoğun bir hazırlık dönemine girdi. Hizmet platformu Armut.com, yaklaşık 70 farklı özel ders hizmetine gelen toplam 20 bin talebi analiz etti. Bu rakam, yalnızca bir ay öncesine kıyasla yüzde 55'lik bir artış yaşandığını gösterdi. Özellikle matematik ve yabancı dil dersleri başı çekerken; ilkokuldan üniversiteye, hatta KPSS ve DGS gibi sınav hazırlıklarına kadar tüm seviyelerde özel derslere yönelim dikkat çekti.

## Matematik açık ara lider

Akademik başarının merkezinde yine matematik var. Temel bilimlere gelen taleplerin yüzde 80'i matematikten oluştu. Fen bilimleri yüzde 11, Türkçe ve edebiyat dersleri ise yüzde 6 pay aldı. Matematik özel derslerinde en yüksek pay

yüzde 49 ile lise seviyesine ait. Ortaokul yüzde 38, ilkokul yüzde 8, üniversite ve sınav hazırlıkları ise yüzde 5'lik pay aldı. Bu tablo, matematiğin yalnızca okul çağında değil, kariyer hedeflerinde de kritik rol oynadığını ortaya koyuyor.

## Özel ders sıklığı, ders türüne göre değişiklik gösteriyor

Fen bilimleri ve Türkçe'de en yaygın tercih haftada 1 ders oldu. Türkçe'de taleplerin yüzde 53'ü, Fizik'te yüzde 56'sı, Kimya'da ise yüzde 62'si haftada 1 ders şeklinde gerçekleşti. Matematikte ise farklı bir tablo ortaya çıktı. İlkokul ve lise seviyesinde haftada 2 ders en çok tercih edilen seçenek oldu. Ders sürelerinde ise taleplerin yüzde 36'sı yıl boyu süren uzun dönemli programlara, yüzde 22'si ise 3-6 aylık dönemlik programlara yönelik oldu. Taleplerin yüzde 26'sında süre-





nin baştan belirlenmemesi ise ailelerin süreç içerisinde karar verdiğini gösteriyor.

### **Dil eğitiminde İngilizce başrolde**

Dil dersleri arasında İngilizce yüzde 74 payla açık ara öne çıkarken; Almanca, Fransızca ve Rusça takip etti. İspanyolca, İtalyanca, Arapça, Yunanca, Japonca ve Romence gibi diller daha sınırlı paya sahip oldu. Sınav odaklı dil derslerine ilgi de dikkat çekti. IELTS, TOEFL ve YDS için özel ders talepleri, öğrencilerin uluslararası sertifikalar ve akademik hedefler için yoğun hazırlık yaptığını gösterdi. Erken yaş gruplarında İngilizce'ye yönelik talepler hızla arttı. Okul öncesi İngilizce dersleri yüzde 13, ilkökul seviyesinde ise yüzde 217 oranında artış göstererek ailelerin yabancı dil eğitimine erken yaşta başlamayı tercih ettiğini ortaya koydu.

### **Dil dersleri online, temel bilimler yüz yüze tercih ediliyor**

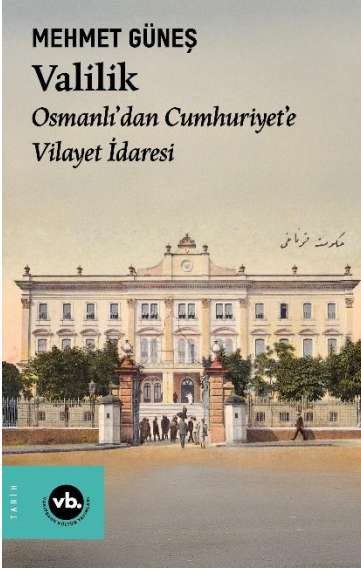
Ders türlerine göre tercih farklılıkları öne çıkıyor. Dil derslerinde taleplerin yüzde 47'si online, yüzde 53'ü yüz yüze olurken; temel bilimlerde online derslerin payı yalnızca yüzde 20'de kaldı. Bu sonuç, dil eğitiminde online derslerin güçlü bir alternatif haline geldiğini; temel bilimlerde ise yüz yüze eğitimin hala öncelikli görüldüğünü ortaya koydu.

**OKUL ÖNCESİ  
İNGİLİZCE DERSLERİ  
YÜZDE 13, İLKOKUL  
SEVİYESİNDE İSE  
YÜZDE 217 ORANINDA  
ARTIŞ GÖSTEREREK  
AİLELERİN YABANCI  
DİL EĞİTİMİNE ERKEN  
YAŞTA BAŞLAMAYI  
TERCİH ETTİĞİNİ  
ORTAYA KOYDU**



**Tanıtımın ve  
pazarlamanın  
jargonunu biliyoruz**

# Osmanlı'dan Bugüne İl Yönetiminin Hikâyesi: “Valilik”te



VBKY'nin tarih kitaplığı, Mehmet Güneş'in kaleme aldığı “Valilik” adlı eserle genişliyor. Kitap; Tanzimat Döneminde Eyalet İdaresi, Osmanlı'da Vilayet İdaresinin Teşekkülü ve Gelişimi, Meşrutiyet Devrinde Vilayet İdaresi ve Meşrutiyet'ten Cumhuriyet'e Vilayetler ve Valiler olmak üzere dört bölümden oluşuyor.

Osmanlı ve Türkiye'nin idari geçmişini geniş bir perspektifle ele alan çalışma, merkez-taşra ilişkilerinin tarihsel gelişimini ayrıntılı biçimde inceliyor.

Osmanlı Devleti, genişleyen topraklarını yönetmek için beylerbeylik ve eyalet sistemi kurarak merkezden yönetim anlayışını hâkim kılmaya çalıştı. Tanzimat'la birlikte bu yapı 1840 ve 1842 reformlarıyla modernleşme sürecine girdi; 1864'ten itibaren çıkarılan kanunlarla da vilayet, sancak, kaza, nahiye ve köy düzenine dayanan yeni bir sistem oluşturuldu. “Valilik”, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan il yönetimini bütün yönleriyle ele alarak tarih meraklılarına değerli bir kaynak sunuyor.

## Artweeks Istanbul sanatı şehrin 2 farklı noktasına taşıyor

Artweeks Istanbul, 12. edisyonu ile 15–26 Ekim tarihleri arasında sanatseverlerle buluşmaya hazırlanıyor. Etkinlik bu yıl, doğduğu ev olan Akaretler Sıraevler ile eş zamanlı olarak The Ritz-Carlton Residences İstanbul B Blok'ta gerçekleşecek. Sanatçılar, galeriler ve kurumlar arasında kurduğu köprü ile sanat ekosistemine canlılık katan Artweeks Istanbul'un 12. edisyonundaki tüm sergiler, daha önceki yıllarda olduğu gibi yine herkese açık ve ücretsiz olacak.



## Zorlu PSM 13. sezonunu başlatıyor!

Zorlu PSM 13. sezonunda, uluslararası prodüksiyonlardan kendi özgün yapımlarına, konserlerden festivallere uzanan geniş ve sürpriz programıyla sanatseverlere bu sezon da ilham verici bir buluşma noktası sunuyor. Sosyal fayda projeleriyle topluma dokunan, gençlere özel programlarıyla yeni nesillere alan açan, dezavantajlı kesimleri sanatla tanıştıran ve sahne üstünde ve arkasındaki sıra dışı programlarıyla dünyamızı değiştiren Zorlu PSM, bu sezonda da “Hepimizin Sahnesi” olma vizyonunu güçlendiriyor.







**Bir etkinliği ilk kez  
duyuyorsanız biz  
yapıyoruzdur!**

**DAHA ÖNCE YAPILMAMIŞ  
ETKİNLİKLER dijiPub Event'te**



**dijiPub  
Event**

[dijipubevent.com](http://dijipubevent.com)

**dijiPub**