

İSTİNYE ÜNİVERSİTESİ
5 Gün 5 Sektör Kadın İşgücü
Çalıştayı Kitapçığı

Editörler: Doç. Dr. Ayfer Ustabaş
Elif Vardar Solak

İstinye Üniversitesi Yayınları

**İSTİNYE ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI:
EDİTÖRLER/EDITORS**

Dr. Öğr. Üyesi Doç. Dr. Ayfer Ustabaş

Elif Vardar Solak

YAYIN HAKLARI Bu kitabın tüm yayın hakları saklıdır. Tanıtım amacıyla, kaynak göstermek şartıyla yapılacak kısa alıntılar dışında yayınevinden izin alınmadan çoğaltılamaz, yayımlanamaz ve dağıtılamaz.

5 GÜN | 5 SEKTÖR

KADIN İŞGÜCÜ VARLIĞI ÇALIŞTAYI

4 Mart 2024 - Tekstil Sektörü Davetlileri

Sevtap Okyay, LC Waikiki Akademi Eğitim Danışmanı

5 Mart 2024 - Otomotiv Sektörü Davetlileri

Selin Şahiniz, Bayraktar Holding, Subaru Pazarlama Müdürü

Ebru Kantoğlu, Doğu Otomotiv Kurumsal İletişim, Marka ve Sürdürülebilirlik Müdürü

6 Mart 2024 - Enerji Sektörü Davetlileri

Nagehan Fatma Göçek, Solwinda Yönetici Satış Proje Müdürü

7 Mart 2024 - Medya Sektörü Davetlileri

Özge Bulut Maraşlı, Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi, Akmerkez,
İş Girişim Sermayesi, Fark Holding

8 Mart 2024 - İlaç-Kimya Sektörü Davetlileri

Esra Doğanay, EMEA Bölgesi İletişim Direktörü

Ceylan Güzekin, Birgi Mefar Uyum Denetim Yönetişim Koordinatörü



ORGANİZASYON KOMİTESİ

Prof. Dr. Hatice GÜLEN- İstinye Üniversitesi, Rektör Yardımcısı

Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN- İstinye Üniversitesi, Rektör Yardımcısı

Prof. Dr. Aybike SERTTAŞ- İstinye Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü Öğretim Üyesi, ISUMED Müdürü

Doç. Dr. Ayça Bal Öztürk- İstinye Üniversitesi Eczacılık Fakültesi, Analitik Kimya Bölümü Öğretim Üyesi, ISUKök Müdürü

Doç. Dr. Ayfer USTABAŞ- İstinye Üniversitesi, İİSBF, Ekonomi Bölümü Öğretim Üyesi, EPAM Müdürü

Dr. Öğr. Üyesi Selen Yanmaz, İstinye Üniversitesi İTBF, Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi, ISUGender Müdürü

Elif Vardar Solak- Öğretme Öğrenme Mükemmeliyet Merkezi, ISUSEM Sürekli Eğitim Merkez Müdürü

Arş. Gör. M. Enes Ağca- İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü

Arş. Gör. Burak Buyun- İİSBF, İşletme Bölümü

Arş. Gör. Gamze Akar Uysal- İTBF, Matematik Bölümü

Arş. Gör. Elif Yılmaz- İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü

Arş. Gör. Nuray Arslan- Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi, Kimya Bölümü

ÖĞRENCİ KULÜPLERİ TEMSİLCİLERİ

Edanur Atik, Girişimci Mühendisler Kulübü

Fatma Tuğçe Ulucan, Quantum Dynamic Kulübü

Eda Ses, Enerji ve Mühendislik Kulübü

İrem Nur Taşkın, Networking Kulübü

Beyza Süzen, ISUPA

SEKTÖR KATILIMCILARI

Sevtap Okyay (LC Waikiki Akademi Eğitim Danışmanı)

Selin Şahiniz (Bayraktar Holding Kurumsal İletişim Müdürü, Subaru Pazarlama Müdürü)

Ebru Kantoğlu (Doğuş Otomotiv Kurumsal İletişim, Marka ve Sürdürülebilirlik Müdürü)

Nagehan Fatma Göçek (Solwinda Yönetici Satış Proje Müdürü),

Özge Bulut Maraşlı (Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi, Akmerkez, İş Girişim Sermayesi, Fark Holding),

Esra Doğanay (EMEA Bölgesi İletişim Direktörü, Merck Life Science)

Ceylan Güzekin (Birgi Mefar Uyum Denetim Yönetişim Koordinatörü)



Önsöz

İstinye Üniversitesi (İSÜ), "Liv Hospital", "Medical Park" ve "VM Medical Park" olmak üzere üç ayrı hastane markasını tek çatı altında buluşturan ve sağlık sektöründe 25 yılı aşan bilgi, birikim ve yatırımları olan MLP CARE Grubu'nun desteğiyle 21. Yüzyıl Anadolu Vakfı tarafından 2015 yılında kuruldu. Odak noktasında yapay zekâ ve dijitalleşmenin yer aldığı üniversite, güçlü akademik kadrosuyla, eğitim ve araştırma performansı ve her alandaki AR-GE çalışmalarıyla çağımızın bilgisinin üretilmesine katkıda bulunuyor. Öğrencilerini bilimin gücüne güvenen, eleştirel düşünebilen, insani ve etik değerlere sahip bireyler olarak yetiştiren İstinye Üniversitesi, sadece teorik bilgiyi odağına almıyor öğrencilerini bilgilerini pratikte de kullanabilecekleri uygulama alanlarına yönlendiriyor. Bünyesinde dokuz fakülte ve iki meslek yüksekokulu yanında lisansüstü eğitim enstitüsü bulunduran üniversite; edebiyattan sanata, sağlıktan mühendisliğe kadar birçok farklı alanda yetkin bireyler yetiştiriyor. Üniversite eğitim, araştırma, yenilik ve teknoloji geliştirmede mükemmeliyeti hedefleyerek dünyanın öncü üniversitelerinden biri olmayı amaçlıyor.

Ana hedeflerinden bir tanesi ise yerel ve evrensel sorunlara çözümler geliştirerek toplumun gelişimine katkıda bulunmak olan İstinye Üniversitesi topluma katkı alanına hizmet etmeyi hedefliyor. Birleşmiş Milletler tarafından belirlenmiş sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden biri olan "5. Hedef Toplumsal Cinsiyet Eşitliği" alanına katkı sunmak amacıyla düzenlediği '5 Gün 5 Sektör Kadın İş Gücü Varlığı Çalıştayı' 4-8 Mart 2024 tarihleri arasında İSÜ Vadi yerleşkesinde gerçekleştirilerek beş gün süren etkinlikte tekstil, otomotiv, enerji, medya ve ilaç kimya sektörlerinde çalışan lider kadınların mesleki deneyimlerini öğrencilerle buluşturdu.

İstinye Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi ISUSEM ve Ekonomi Politika Araştırmaları Merkezi EPAM iş birliği, ISUGender ISUMED -ISUKök; Girişimci Mühendisler Kulübü, Quantum Dynamic Club, Endüstri Mühendisliği Kulübü, Enerji ve Mühendislik Kulübü, Networking Kulübü ve ISUPA katkılarıyla gerçekleştirilen etkinlikte sektörde uzman lider kadınlar mesleki deneyimlerini öğrencilerle paylaşırken akademisyenler, merkez müdürleri, öğrenci kulüpleri başkanları ve temsilcileri yaptıkları araştırmalar, sunumlar ve soru cevap bölümü etkileşimleri ile çalıştaya katkılarını sundular. İş dünyasının başarılı kadınları "Kadın işgücü özellikle belli sektörlerde neden artmıyor? Bu sektörlerde öne çıkan kadın yöneticilerin ve çalışanların iş hayatında karşılaştıkları cam duvarlarla veya cam tavanlarla mücadelelerinde uyguladıkları stratejik taktikler neler?" gibi çağımız iş dünyasında öne çıkan soruları ve sorunları irdelediler.

Sektörel çalıştay serisi olarak planlanan etkinlikte her gün bir sektör olacak şekilde 4 Mart'ta tekstil, 5 Mart'ta otomotiv, 6 Mart'ta enerji, 7 Mart'ta medya, 8 Mart'ta ise ilaç kimya sektörlerinden uzman kadın konuşmacılar öğrencilerle buluştu. Sevtap Okyay (LC Waikiki Akademi Eğitim Danışmanı), Selin Şahiniz (Bayraktar Holding Kurumsal İletişim Müdürü,

04-08/03/2024

Subaru Pazarlama Müdürü), Ebru Kantoğlu (Doğuş Otomotiv Kurumsal İletişim, Marka ve Sürdürülebilirlik Müdürü), Nagehan Fatma Göçek (Solwinda Yönetici Satış Proje Müdürü), Özge Bulut Maraşlı (Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi, Akmerkez, İş Girişim Sermayesi, Fark Holding), Esra Doğanay (EMEA Bölgesi İletişim Direktörü, Merck Life Science) ve Ceylan Güzekin (Birgi Mefar Uyum Denetim Yönetişim Koordinatörü) çalıştay sürecinde öğrenciler ve akademisyenlerle bir araya gelerek sektörlerinin Türkiye ve dünya ölçeğinde genel durumu, fırsatlar, tehditler, güçlü ve zayıf yönler (SWOT) çerçevesindeki analizleri, istatistik ve reel verileri, sektöre katılmayı planlayan genç iş gücüne yönelik stratejik görüş ve tavsiyeleri tartıştılar.

“Öğrencilerimizin gelecek hedeflerine destek sunacak”

İSÜ Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Hatice Gülen, çalıştayla öğrencilerin vizyon ve gelecek hedeflerine katkı sunmayı hedeflediklerini belirterek şunları söyledi:

“Üniversitemizin birçok biriminden akademisyen ve öğrencilerimizin çalışmasıyla hayata geçirilen çalıştay ile İstinye Üniversitesi olarak topluma katkı alanına da hizmet edeceğiz. İSÜ Sürekli Eğitim Merkezi ve Ekonomi Politika Araştırmaları Merkezi iş birliği başta olmak üzere üniversitenin sektörlerle ilintili araştırma uygulama merkezlerin birlikte çalıştığı etkinlikte kadın liderler deneyimlerini öğrencilerimizle paylaşacak. Beş gün boyunca farklı sektörlerden kadın liderleri üniversitemizde ağırlayacağız. Düzenlediğimiz bu çalıştayla öğrencilerimize kendilerine çizecekleri vizyon ve gelecek hedeflerine destek sunmayı amaçlıyoruz.”

“Hedefimiz kadın iş gücünün tüm sektörlerde artırılmasını sağlamak”

EPAM Ekonomi ve Politika Araştırmaları Merkezi Müdürü Doç. Dr. Ayfer Ustabaş, iş gücünde kadın erkek çalışan oranının eşit olmadığına dikkat çekerek, “Toplumda kadınlar ve erkekler yaklaşık aynı oranda olmasına rağmen iş gücüne bu oranların eşit yansımadığını görüyoruz. Bu oran ülkemizde OECD ve Avrupa Birliği ülkelerine göre oldukça düşük durumda. Gerek toplumsal ve sosyal dengenin sağlanması gerekse ekonomik etkinliğin ve büyümenin artırılması açısından kadın işgücünün olumlu etkileri yadsınamaz. Kadın işgücü oranı yapısal ve kendine has özellikleri nedeniyle sektörel olarak farklılık gösteriyor. Bu etkinliğimizle kadın iş gücünün tüm sektörlerde artırılmasını sağlamak temel hedefimiz” diye konuştu.

“Kadınların iş gücü içinde çoğalması gençlerle mümkün olacak”

ISUSEM Sürekli Eğitim Merkezi Müdürü Elif Vardar Solak, kadınların iş gücünde çoğalmasında gençlerin etkili olacağını belirterek şöyle konuştu:

“Gelecek, yeni nesillerin eseridir fikrinden ve sürekli eğitimin sadece öğrenim hayatının değil, iş hayatı ve kişisel yolculuğun da parçası olduğunu görerek yola çıktık. Yarının yöntemleri ile bugünün nesillerine cevap vermek, biriken deneyimleri aktarmak, çok yönlü ve stratejik

04-08/03/2024

düşünme kabiliyetine gerçek ve şimdiye ait organik bağlar eklemek gerekiyor. Toplumun mimarları kadınların iş gücü içinde çoğalması ve güçlenmesi, gençlerin bunun için emek ve enerji vermesiyle mümkün ve sürekli olacaktır. Akademik çalışmanın öğrenciye aktarıldığı modelden ters yüz sınıf modeline geçildiği modern çağımızda biz toplumdan gelen ve yaşayan sektörel bilgiyi, stratejik görüş ve birikimi akademiye ve öğrenciye taşımayı seçtik.

Her yıl markalaşarak farklı sektörlerle dokunmasını istediğimiz Mart ayı Çalıştayımızın 2024 yılında tekstil, otomotiv, enerji, medya ve ilaç kimya sektörlerindeki kadın iş gücü varlığının iş dünyası halini sektörler ile organik bağ kurulması açısından öğrencilerimizle buluşturduk.”

“Toplumsal cinsiyet, kadın çalışmaları ve cinsiyet rolleri üzerine notlar”

Cinsiyetçilik, bireyin cinsiyetine veya cinsiyetine dayalı önyargıyı, ayrımcılığı ve kalıp yargıları kapsayan toplumsal bir sorundur. Hafif önyargılardan açık ayrımcılığa kadar çeşitli biçimlerde kendini gösterir. Araştırmacılar cinsiyetçiliğin tezahürlerini ve sonuçlarını kapsamlı bir şekilde araştırarak bunun kadınların fırsatları, zihinsel sağlığı ve genel refahı üzerindeki olumsuz etkisini vurgularlar. Bireyin cinsiyetine veya toplumsal cinsiyetine dayalı ayrımcılık veya önyargı olarak tanımlanan cinsiyetçilik, geçmişten günümüze kadar kökleşmiş bir sorundur ve yüzyıllar boyunca farklı toplumlarda varlığını sürdürmüştür. Cinsiyetçilikle bağlantılı olarak bahsetmemiz gereken temsil ise bireylerin ve grupların medyada, politikada ve diğer kültürel bağlamlarda nasıl tasvir edildiğiyle ilgili olduğundan toplumsal cinsiyet çalışmalarının kritik bir yönüdür. Stereotiplere meydan okumak için çeşitli ve olumlu temsiller gündemde tutulmalıdır.

“Literatürde Toplumsal Cinsiyet”

‘Toplumsal cinsiyet’ terimi genellikle, erkekler ve kadınlar arasındaki fiziksel ve toplumsal farklılıkları anlatmak için kullanılır. Bazı araştırmacılar toplumsal cinsiyeti daha kesin olarak tanımlamaya ve cinsiyet davranışının ne kadar doğal ve doğuştan veya toplumsal ve “erkek” icadı olduğunu belirlemeye çalışırlar (Slattery, 1991: 341). Dünya üzerindeki bütün insanları kadın ve erkek olarak gruplandırmak ve farklılaştırmak için kullanılan ölçütlerden ilki cinsiyettir. Cinsiyet (sex), canlıların cinsiyet kromozomları tarafından belirlenen yapısal, işlevsel ve davranışsal özelliklerini içerir (Torgrimson et al., 2005: 785; Abercrombie et al., 1986: 95; Humm, 1986: 201) En temel anlamda cinsiyet biyolojik olarak belirlenir. Cinsiyet, kişinin kadın ya da erkek olarak gösterdiği genetik, fizyolojik ve biyolojik özelliklerini ifade etmektedir. Bu yönüyle cinsiyet doğuştan elde edilen bir statüdür. Genel olarak toplumun temelini oluşturan kadın ve erkek biyolojik özellikleri bakımından farklıdırlar; bu farklılığın literatürdeki tanımı ‘cinsiyet’ olarak anlam bulmaktadır. Kadın ve erkek olmanın biyolojik özellikleri dışında toplumsal anlamları da vardır. Toplumsal cinsiyet kavramı, bu süreçte devreye girer. Toplumsal cinsiyet kavramı; kadın ya da erkek olmanın biyolojik yönünü ifade eden cinsiyet kavramından farklılık gösterir (Erus et al., 2012: 207). Toplum, kadın ve erkeğe farklı davranmakta, kadına ve erkeğe farklı anlamlar yüklemektedir. Örneğin kadının ‘ev işlerini’ yürütüyor olması ve erkeğin ‘evin geçimini sağlaması’ toplumun kadın ve erkeğe

atfettiği başlıca görevlerdir. Ann Oakley'e göre, cinsiyet, biyolojik erkek-kadın ayrımını anlatırken, toplumsal cinsiyet, erkeklik ile kadınlık arasındaki buna paralel ve toplumsal bakımdan eşitsiz bölünmeye gönderme yapar. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet, kadınlar ile erkekler arasındaki farklılıkların toplumsal düzlemde kurulmuş yönlerine dikkat çekmektedir (Marshall, 1999: 98). Bu farklılıkların biyolojik temelli olanları cinsiyet ile sosyokültürel temelli olanları ise toplumsal cinsiyet ile özdeşleştirilirken; kadınlarla erkekler arasındaki farklılıkların ikisinden de kaynaklandığını ileri süren görüşler de vardır. Bu anlamda cinsiyetin fizyolojik bir farklılığı; toplumsal cinsiyetin (gender) ise kültürel bir farklılığı adreslediğini söylemek mümkündür. Cinsiyet toplumsal bakımdan nötrdür, toplumsal cinsiyet ise değildir. Toplumsal cinsiyet olmadan, fiziksel cinsellik sadece biyolojik bir olgudur ve diğer herhangi bir fiziksel cinsiyeti, toplumsal, kültürel ve cinsel bağlamda anlamlı kılar (Kaypakoğlu, 2004: 9). Ancak cinsiyet ve toplumsal cinsiyeti tamamen birbirinden ayırmak mümkün değildir; çünkü kültürün kadından ve erkekten bekledikleri (toplumsal cinsiyet) kadının ve erkeğin fiziksel bedenlerine (cinsiyet) ilişkin gözlemlerden tamamen ayrı değildir (Lips, 2001: 8). Buna göre toplumsal cinsiyetin kültürel yapılandırmaları bir anlamda biyolojik cinsiyeti de içerir. Genellikle kadınlarla erkekler arasındaki bazı farklılıkların biyolojik mi yoksa kültürel mi olduğunu tam olarak bilmek mümkün değildir; çoğu farklılık ikisinin birlikte etkisinin bir sonucudur (Dökmen, 2004: 5). Literatürde (Staggenborg, 1998; Basow, 1992) toplumsal cinsiyet kalıp yargıları, kadın ve erkeğin özellikle çalışma yaşamı, toplumsal yaşam, evlilik ve aile yaşamındaki rollerinde belirgin farklılıklar gösterir.

Toplumsal cinsiyet, kadın erkek eşitliği ve cinsiyete dayalı ayrımcılık bağlamında temel kavramlardan biridir. Cinsiyet kavramından ayrı olarak toplumsal cinsiyet kavramının kullanılmaya başlanması, kadın-erkek ilişkilerinin sadece bireysel çerçevede belirlenmediği, bunun yanında toplumsal düzlemin de bu ilişkilerde önemli rolü olduğunu kavranması sonrasında feminist çalışmaların etkisiyle olmuştur (Erdoğan, 2011: 11).

Toplumsal cinsiyet tartışmasında temel sorun, erkekler ve kadınların toplum içindeki davranışlarının belirleyicilerinin ne olduğudur. Bu belirleyici biyolojik ya da kültürel temelli olabilir. Farklı cinsiyetlerin toplum içindeki davranışları cinsiyetlerin doğasına veya toplumun öğretilerine göre şekillenebilir (Slattery, 1991: 341).

Toplumsal cinsiyet farklılıkları ise doğuştan değil kazanılmış olarak, kültürün cinsiyetlere çocukluk çağından itibaren uygun bulduğu duygu, tutum, davranış ve roller arasındaki farklılıklar şeklinde ele alınmaktadır. Bu tanımlamalara dikkat edildiğinde, bedensel ve toplumsal olan arasında net bir çizginin çekildiği ve kavramlara yönelik kültürel alımlamaların göz ardı edildiği görülmektedir (Ersoy, 2009: 211).

Kadın ve erkeğin rol dağılımındaki farklılaşma günümüzde doğum kontrol yöntemleri, çekirdek aileler, erkeğin fiziksel gücünü göstermesi gereken koşulların giderek azalması gibi nedenlerle büyük ölçüde ortadan kalkmıştır. Yine de eski cinsiyet rolleri sürmekte ve bireylerin yaşamını derinden etkileyerek her iki cinsiyet üzerinde de baskı yaratmaktadır. O halde cinsiyet rolleri kadın ve erkek davranışlarını ve tutumlarını şekillendirmektedir (Güldü ve Kart, 2009: 101).

Kadın ve erkek kimliğine dair anlamlar evrensel bir kabulden ziyade tarihsel olarak inşa edilen sosyal ve kültürel süreçlerin bir sonucudur. Joan Scott “erkek” ve “kadın”ın boş ve fazlalık barındıran kategoriler olduğunu iddia etmektedir çünkü sonlu ya da aşkın anlamları yoktur; fazlalık barındıran ve sabitlenmiş gibi gözükseler de alternatif, inkar edilmiş ya da bastırılmış tanımları barındırabilirler. Nitekim bu iki cinsel kimliğin evrensel anlamda yoklukları onların siyaseten kullanılabilirliklerini, yani iktidar söylemleri için kategorize edilebilirliklerini ve yeniden kurulabilirliklerini ima etmektedir (Altun, 2007: 72)

Pek çok düşünürü göre, zihin ve nesnellikten içkin olarak eril olan ya da tutkuda ve bedensellikte içkin olarak dişil olan hiçbir şey yoktur; ama yine de filozoflar, açıkça ya da metaforik olarak tutkuyu, duyguları ve bedeni dişillik ile, akıllı ise erillikle ilişkilendirmişlerdir. Yani beden, dişil bir biyolojik konumla, zihin ise kadınlara göre erkeklerin ulaşması daha olanaklı olan bir erillik konumu ile bağdaştırılmıştır (Berktaş, 2010: 25).

“Temsil ve Cinsiyet Stereotipleri”

Temsillerin aynı düşünsel modelde yoğunlaşması ve gündemdeki profilleri daraltması ile ortaya çıkan stereotipler, bir bireyin belirli bir grup hakkında sahip olduğu bilgiyi ifade eder. Stereotipler büyük miktardaki verileri düzenlemek için yararlı zihinsel kısayollar olabilir de, klişeler karmaşık bilgileri basitleştirir, böylece kişinin nesnel akıl yürütme ve yargılama kapasitesini engeller. Bir sosyal grupla ilişkili stereotipler genellikle insanların o grubun tek bir üyesi hakkında yeni bilgileri işleme biçimini etkiler. Örneğin, cinsiyet kalıpyargıları erkeklere ve kadınlara farklı davranma biçimlerini etkiler. Cinsiyet stereotipleri, her cinsiyet için sosyal olarak kabul edilebilir davranışları tanımlama gücüne sahiptir ve bu nedenle hem erkeklerin hem de kadınların yaşamlarını kısıtlayabilir (Prieler, 2016).

Stereotipli tanımlama ise, gruplararası teması simüle ederek azınlık stereotip karakterlerine maruz kalmanın sosyal mesafeyi azaltabileceğini ve diğer sosyal grupların kabulünü artırabileceğini savunan ortaya çıkan aracılı gruplar arası temas literatürünü temel almaktadır. Tanımlama, insanların gözlemedikleri kurgusal dünyaya çekildikleri ve karakterlerin gözlerinden bir şeyler görmeye geldikleri örneğin, eşcinsel karakterlerin çoğu televizyonda kalıplaşmış bir şekilde temsil edilmektedir. Tanımlama duygusal ve bilişsel yoğunlaşma gerektirdiğinden, insanların bağlandığı karakterler karikatürize bir şekilde tasvir edilirse, tanımlama, eşcinsellerle ilgili önyargılara meydan okumak yerine onları pekiştirir (McLaughlin ve Rodriguez, 2017).

Stereotipler neden tartışılmalı sorusunu yanıtlamak için önce stereotipleştirmenin aşamalarını gözden geçirmek gerekir: Cinsiyet stereotiplemesinin ilk seviyesi, çeşitli mecralarda erkeklerin ve kadınların gerçek varlığını içerir. Bunu tanıma olarak da adlandırabiliriz. İkinci seviye ise saygıdır. Saygı, temsil veya tasvirin doğasına (nasıl göründüklerine) odaklanır (Daalman ve diğerleri, 2017). Temsil konusunda büyük problemler bu noktada doğmaktadır. Kadınların genel olarak yetersiz temsil edilmesi (yani, tanıma) ve hem erkek hem de kadınların stereotip oluşturma portresi (yani saygı) konularında sorunlar vardır. Özetle cinsiyet araştırmalarında tanıma, sosyal mecralarda kadınların varlığı olarak görülebilir. Saygı ise, kadınların

basamaklı rollerde tasvir edilip edilmedikleri, daha ziyade farklı bir şekilde temsil edilip edilmedikleri ölçütüyle değerlendirilir, çünkü bu çeşitliliğin adil ve olumlu bir şekilde temsil edilmesi gerekir (Clark, 1972).

Son zamanlarda kadın ve erkek karakterlerin profesyonel yaşamda çeşitli görevlendirmelerde eşit dağılımına özen gösterme konusunda bir eğilim olsa da bu konuda gözle görülür bir değişim yoktur oysa tanıma kadar saygı da önemlidir çünkü niceliksel eşitlik kadın mücadelesinde hedeflenen tutumu yaratmak için yeterli değildir.

Sosyal bilişsel teoriye göre insanlar davranışlarını toplumsal cinsiyet rolleri ve stereotipler hakkında bilgiler de dahil olmak üzere bu gözlemlere dayanarak modellemektedirler. Böylece her cinsiyet, toplumsallaşma sürecinde kendisine uygun davranış ve rolleri öğrenir. İnsanların öğrendikleri davranışları nasıl modellediklerini çeşitli faktörler belirler. Bunların en önemlilerinden biri motivasyondur. Bir modelin gözlemciye benzerliği, örneğin cinsiyet açısından, daha yüksek tanımlama ve motivasyona yol açabilir. Motivasyon için bir başka faktör de gözlemcinin belirli bir davranışın sonuçları hakkında sahip olduğu, -örneğin davranışın güzellik, mutluluk ve başarı gibi ödüllere yol açıp açmayacağı hakkındaki inançlarıyla ilgili- beklentileridir.

Bilişsel sosyal öğrenme kuramı ve önceki varyantı Sosyal öğrenme kuramı, ön plandaki modeller davranışları için ödüllendirildiğinde veya cezalandırılmadığında insanların başkalarının davranışlarını taklit edeceğini öngörür. Model, çekici olarak veya benzer olumlu özellikle algılandığında ve modellenen davranış mümkün, dikkat çekici, basit, yaygın ve işlevsel değere sahip olduğunda, modelleme daha kolay gerçekleşecektir.

Gerbner (1998) ‘Gelecekteki tarihçiler, 20. yüzyılın ikinci yarısında bir çocuğun doğduğu hikâyelerin ve görüntülerin ortak kültürel ortamını bilmek veya insanların temsilini tanımlamak isterlerse nereye bakacaklar?’ sorusunu sormuştur. Gerbner’e göre bu kişiler kendi kültürel göstergeler veri tabanımızdan başka bir kaynak bulamayacaklardır. İnsanlar anlattıkları hikâyelerle gelişen bir dünyada yaşayan tek türdür. Hikâye anlatma süreci eskiden el işi, ev yapımı ve toplumdan ilham alıyordu. Şimdi bu eylem, karmaşık bir üretim ve pazarlama sürecinin sonucudur.

Temsile dair en büyük problemlerden biri simgesel imhadır. Simgesel imha hem gündelik yaşamda ve toplumsal bellekte hem de medyada gerçekleşebilir. “Simgesel imha” kavramı ilk olarak 1972 yılında George Gerbner tarafından temsil yokluğunu, daha çok da farklı ırktan, cinsiyetten, sınıftan olan, diğer bir söyleyişle hakim çoğunluktan olmayan kişi ve grupların medyada görünmemesini, temsil edilmemesini anlatmak üzere kullanılmıştır (Gerbner ve Gross, 1976: 182). Kristina Boreus, simgesel imhaya benzer bir şekilde söylemsel ayrımcılıktan bahseder, Boreus söylemsel ayrımcılığın temel çeşitlerini dışlama, olumsuz öteki temsili, ayrımcı nesneleştirme, grup mensuplarına karşı yapılan olumsuz davranışları savunma olarak sıralar (Boreus, 2009:2).

Söylemsel dışlamanın farklı çeşitleri vardır. Genel söylemde bir gruba ait insanlar çeşitli yollarla görünmez kılınabilir. Bunun bir yolu – çalışmamızın da konusu olan- az temsiliyettir. Sözel dışlama, sadece belirli kelimeler kullanılarak yapılabilir ve değişik formlar alabilir.

Belirli bir grubun mensuplarının, kendi grubu için önem arz eden konular üzerine oluşan söylemde bile fikirlerini belirtememeleri ve fikri söylemden dışlanmaları da ayrımcılıktır. Olumsuz öteki temsili terimi, bir grubun, onun dışındakileri aşağılık olarak ifade etmesinin yöntemlerini niteler.

Ayrımcı nesneleştirme, bir gruba ait insanlara, başkalarının amaçlarının nesnesi rolü, söylemsel olarak biçildiğinde ortaya çıkar. Toksik erkekliğin tasviri ve kadınların nesneleştirilmesi cinsiyete dayalı şiddet, taciz ve ayrımcılığın normalleştirildiği bir kültüre katkıda bulunmaktadır (Viki ve diğerleri, 2003). Bu zararlı tasvirler, bireylerin kendilerini nasıl algıladıklarını ve başkalarıyla nasıl etkileşime girdiklerini ve ilişki kurduklarını etkiler.

“Cinsiyet Rollerini”

Toplumsal cinsiyet rolleri kalıp yargılarının çalışma yaşamına ilişkin yansımaları incelendiğinde; kadınlara statüsü ve ücreti daha düşük işlerde çalışma, çalışmak için eşlerinden izin alma gibi roller uygun görülmektedir. Toplumsal yaşamda; kadınların akşamları tek başlarına sokağa çıkmamaları, kadınların yalnız yaşamamaları gibi kalıp yargılar bulunmaktadır. Aile yaşamına bakıldığında, kadınlardan eşlerinden şiddet görüyorlarsa bu durumu saklamaları, ev içinde çocuk bakımı ve temizlik gibi işlerle ilgilenmeleri beklenmektedir. Evlilik yaşamında ise kadına; evlenmeden cinsel ilişkide bulunmaması, erkek çocuk doğurarak statüsünü yükseltmesi gibi roller verilmektedir. Bunun sonucunda da kamusal alanda çalışma ve politika gibi konularda erkekler; ev işleri ve aile ilgili özel alanlar ise kadın işi olarak uygulanmaktadır (Dökmen, 1998; Bhasin, 2003).

Kadınlar ile erkekler arasındaki farklılıkların biyolojik farklılıklarla ile açıklanamayacağını, kadın ve erkeklerin rolleri söz konusu olduğunda çeşitli kültürler arasında büyük farklılıklar olduğuna dikkati çeken toplumsal cinsiyet çalışmaları, bunun toplumsal düzlemde kurulduğunu savunmaktadırlar. Dolayısıyla bir toplumda kadın ve erkeklerin toplumsal hayata katılım biçimi, oranı, görünürlüğü ve temsil biçimi önemli oranda o toplumda geçerli olan toplumsal cinsiyet algısından etkilenir.

Toplumsal cinsiyet olgusu, aile, ekonomi, hukuk, politika ve kitle iletişim araçları gibi günlük yaşamı düzenleyen toplumsal örgütlenmelerde yapılır, kadın ve erkeğe atfedilen rolleri toplumun görmek istediği şekilde ve var olan ideoloji doğrultusunda tanımlar. Doğu ve Batı kültürlerinde kadına bakışta benzerlikler kadar farklılıkların da olması bunun bir sonucudur. Kadın ve erkeklere ilişkin oluşturulan toplumsal beklentilerin toplumdan topluma değişiklik göstermesinin yanı sıra özünde aynı kalması, toplumsal cinsiyet olgusunun, aynı zamanda ideolojik bir yapı olduğunun altını çizer. Her iki cinse atfedilen rollerin aile, okul, medya gibi sistemin temel kurumları aracılığıyla içselleştirilip yerleştirilmesi, belli kalıpları tekrarlaması ve hegemonyaya dayanması gibi özellikler bunun bir göstergesidir (Erus et al., 2012: 208).

Toplumsal cinsiyet ile anılan erkek(s)i lik kavramını; erkek cinsine ait olan ve ona atfedilen özellikler olarak tanımlamak mümkündür. Özellikle işlevsellik ve rol kuramı perspektiflerinden hareketle Talcott Parsons da erkek ve kadının cinsiyet rollerini araçsal ve ifade edici roller olarak açıklamıştır. Parsons ve arkadaşları, bu tür rollerin küçük çocuklar

tarafından içselleştirildiğini ve yetişkin hayatında arzu edilen iş bölümüne yol açtığını, bu iş bölümü ile erkeklerin ve kadınların toplumsal sisteme daha iyi entegre olmaya başladıklarını (Marshall, 1999: 206-207), sistemin sorunsuz bir şekilde islemesine yol açtığını iddia ederler.

Erkeksilik, maskülenlik ile özdeşleştirilirken toplumsal cinsiyet kavramı çerçevesinde ‘erkek’ olmanın gereklilikleri ise ailenin geçimini sağlama, baba, eş olma, aktif, saldırgan, kavgacı olma, vb... gibi davranışlar ve roller ile karşılığını bulmaktadır. Doğa ile kültürün farkını belirtmek için kullandığımız ‘güçlü, şiddetli, hayvansı ve içgüdüsel’ gibi kimi simgelerin ‘eril’ ilkeye daha yakın olduğu da görülmektedir (Segal, 1990: 25). Kadınlara özgü hareket ve duyguların biçimlerini karşılayan ve erkek(silik)le karşıt olarak kullanılan bir terim olan kadın(sılık) ise; pasiflik, bağımlılık ve zayıflık gibi sıfatlar ile tanımlanmaktadır (Segal, 1990: 374).

“Toplumsal cinsiyet rolleri”

Rol, belirli statü ya da toplumsal konumlara atfedilen toplumsal beklentileri ortaya koyar ve bu tür beklentilerin gerçekleşip gerçekleşmeme sürecini analiz eder (Marshall, 1999: 624). Yeni doğan çocuğun biyolojik bir cinsiyeti vardır ama henüz toplumsal bir cinsiyete sahip değildir. Çocuk büyürken toplum da çocuğun önüne cinsiyete uygun bir kurallar, şablonlar ya da davranış modelleri dizisi koyar.

Belirli toplumsallaştırma etkenleri –özellikle aile, medya, arkadaş grupları ve okul – söz konusu bu beklentileri ve modelleri somutlaştırarak çocuğun bunları sahipleneceği ortamları hazırlar. Bunun yanı sıra çeşitli öğrenme mekanizmaları da isin içine girmektedir: koşullanma, öğretim, model alma, özdeşleşme gibi. Toplumsal modeller ya da kurallar az ya da çok içselleştirilir (Connell, 1998: 255).

Toplumsal cinsiyet rolleri, kadınlığın ve erkekliğin sosyal ortamlarda ifade edilidir ve kültürel beklentileri ifade eder. İçinde yaşanılan toplum tarafından belirlenen toplumsal cinsiyet rolleri, kadınlar ve erkekler tarafından doğumun hemen ardından başlayan sosyalleşme süreçleri içerisinde öğrenilir (Lee, 2005). Diğer bir deyişle toplumsal cinsiyet rolleri, kadınlar ve erkeklerle özdeşleştirilen özellikler, beklentiler ve davranışlar olup, ‘kadınlığı’ ve ‘erkekliği’ tanımlar.

Cinsiyet rolleri, erkek ya da kadının nasıl davranması gerektiğini belirleyen kültürel beklentiler olarak tanımlanabilir (Vander Zanden, 1982: 228). Cinsiyet rolleri büyük ölçüde, erkeğin ailenin yiyecek gibi ihtiyaçlarını temin etmesini, kadının da çocukların bakımını üstlenmesini içermektedir. Bu durum kamusal ve özel alan arasında bir iş bölümü olarak da ifade edilebilir. Kamusal alanda çalışma, güç, para ve saygınlık ile ödüllendirilmiş, özel alanda çalışma ise tecrit edilmiş ve değersizleştirilmiştir. Kadın çoğu zaman erkeğin parasal desteği karşılığında onun cinsel ve ev içindeki ihtiyaçlarını karşılayan biri olarak görülmektedir (Vander Zanden, 1982: 227).

Cinsiyet rolleri; erkeklerin ve kadınların yapabilecekleri faaliyetleri sınırlayan toplumsal beklentileri içermektedir. Toplumsal beklentiler insanlara bu beklentilere uymaları konusunda bir baskı yaratmaktadır (Kaypakoğlu, 2004: 20).

Toplum tarafından kız ya da erkek olarak etiketlenmelerinin ardından çocuklar, cinsiyetin kültürel anlamlarını öğrenmeye ve kazanmaya başlarlar. Cinsiyetin kültürel anlamları, toplumsal cinsiyet rolleri olarak görülür. Toplumsal cinsiyet rolü, toplumun tanımladığı ve bireylerin yerine getirmelerini beklediği cinsiyetle ilişkili bir grup beklentidir. Sosyalleşme süreci ile kızlar ve erkek çocuklar, çeşitli nesnelere, etkinlikleri, oyunları, meslekleri ve hatta kişilik özelliklerini onlar için ‘uygun’ ya da ‘uygun değil’ olarak ayırt etmeyi öğrenirler (Dökmen, 2004: 16).

Cinsiyet rollerinin, aynı cinsiyetten olan ebeveynle özdeşleşme sayesinde içselleştiği kabul edilmektedir. Kadınlar ilgili ve şefkatli olmayı; erkekler hırslı, akılcı ve rekabetçi olmayı öğrenirler. Rollerin açık biçimde tanımlanmadığı durumlarda lider olan erkekler daha emredici, görev odaklı, kadınlar ise takım ruhuna önem veren ve daha demokratik yaklaşım göstermektedirler. Erkekler, kadınlardan daha fazla kazanmaya, öne çıkmaya ve diğerlerine baskın olmaya öncelik vermektedir (Mayers, 1996: 199)

Kaynaklar

Abercrombie, N., Stephen H., Bryan S. T. (1986). The Penguin Dictionary of Sociology. New York: Penguin Books.

Basow, S.A., (1992). Gender Stereotypes and Roles. California: Brooks/Cole Publishing Company.
Bhasin, K.,(2003). Toplumsal Cinsiyet: Bize Yüklenen Roller. Ankara: Kadınlarla Dayanışma Vakfı Yayınları

Connell, R. W., (1998). Toplumsal Cinsiyet ve İktidar (C.Soydemir, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yay.

Altun,M., (2007) ” Medya ve Toplumsal Cinsiyet Algısı İçin Eleştirel Bir Perspektif” Aile Toplum Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi, Cilt 3, Sayı 11,s.71-77.

Berktaş, F., (2010), Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları Eşitsizlikler Mücadeleler Kazanımlar Felsefenin Kadına Bakışı, Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Boréus, K. (2009, November 19). “Söylemsel Ayrımcılık ve Dışavurumları” (E. C.Dağlıoğlu, Trans.).Nefretsoylemi.org. Retrieved from <http://www.nefretsoylemi.org/detay.asp?id=50&bolum=-makale>

Clark, C. (1972). Race, identification, and television violence. In G. A. Comstock, E. A. Rubinstein, & J. P. Murray (Eds.), Television and social behavior. Vol. 5. Television’s effects: Further Explorations. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Daalmans, S., Kleemans, M., Sadza, A. (2017). Gender Representation on Gender-Targeted Television Channels: A Comparison of Female- and Male-Targeted TV Channels in the Netherlands. Sex Roles. 77: 366-378.

Dökmen, Z. Y., (2004). Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar. Ankara: Sistem Yayıncılık.
Erdoğan, M.,(2011), Medyada Cinsiyete Dayalı Ayrımcılıkla Mücadelede Medya İzleme Grupları, Mediz Yayınları, Ankara.

Ersoy, E., (2009), “ Cinsiyet Kültürü İçerisinde Kadın ve Erkek Kimliği (Malatya Örneği)” Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 19, Sayı,4, s.209-230, Elazığ.

- Erus-Çetin, Z., Gürkan, H. (2012). Toplumsal Cinsiyet ve Sinemaya Yansıması: Yeniden Çekimler Aracılığıyla Japon ve Amerikan Sinemalarında Kadının Temsiline Bir Bakış. *Journal of Selçuk Communication*, 7(3), 206-217.
- Gerbner, G. (1998) Cultivation Analysis: An Overview, *Mass Communication and Society*, 1:3-4, 175-194.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172-199.
- Güldü, Ö.; Kart, M.,(2009), "Toplumsal Cinsiyet Roller ve Siyasal Tutumlar Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64-3, s.97-116, Ankara.
- Humm, M. (1986). *The Dictionary of Feminist Theory*. OH: Ohio State University Press.
- Kaypakoğlu, S., (2004). *Toplumsal Cinsiyet ve Medya: Medyada Cinsiyet Stereotipleri*. İstanbul: Naos Yayınları.
- Lips, H.M., (2001). *Sex and Gender: An Introduction*. California: Mayfield Publishing Company.
- Marshall, G., (1999). *Sosyoloji Sözlüğü* (O. Akınhay & D. Kömürcü, Trans.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları. Mayers, D. G., (1996). *Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- McLaughlin, B., Rodriguez, N.S. (2017) Identifying With a Stereotype: The Divergent Effects of Exposure to Homosexual Television Characters, *Journal of Homosexuality*, 64:9, 1196-1213.
- Prieler, M. (2016) Gender Stereotypes in Spanish- and English-Language Television Advertisements in the United States, *Mass Communication and Society*, 19:3, 275-300.
- Segal, L. (1990). *Gelecek Kadın Mı?* (S. Öncü, Trans.). İstanbul: Afa Yayınları.
- Staggenborg, S., (1998). *Gender, Family and Social Movements*. California: Pine Forge Press.
- Slattery, M.,(2010) *Sosyolojide Temel Fikirler*, Sentez Yayıncılık, İstanbul.
- Torgimson, B. N. & Minson, C. T. (2005). Sex and Gender: what is the difference? *Journal of Applied Physiology*, 99(3), 785-787. doi: 10.1152/jappphysiol.00376.2005
- Vander Zanden, J. W. (1990). *Sociology: The Core*. USA: McGraw-Hill.
- Viki, G. T., Abrams, D., & Hutchison, P. (2003). The "true" romantic: Be nevolent sexism and paternalistic chivalry. *Sex Roles*, 49(9-10), 533-537.

04-08/03/2024

İstinye Üniversitesi 5 Gün 5 Sektör Kadın İşgücü Varlığı Çalıştayı günümüz iş dünyasında ve özellikle Türkiye’de farklı sektörleri ele alarak kadın ve erkek ayrımının bugünün iş gücü içinde hangi cam duvarları, cam tavanları yarattığını inceleyip toplam işgücüne katılan gençler için bunları nasıl aşabileceğimize ışık tutmayı hedefledi. Sektörel uzmanlar, akademisyenler, araştırma merkezleri, öğrenci kulüpleri ve temsilcileri ortak çalışması interaktif çalıştay oturumlarında sunumlar ve soru cevap tartışmaları ile ortaya kondu. Özellikle üstünde durulan sorular: “Bu duvarları, tavanları kim yarattı, bunları yıkmak kime düşüyor? Toplumsal Cinsiyet Eşitliği’ni destekleyen hangi çalışmalar, prosedürler ve uygulamalar hayata geçirilmiş? Kadınların çabası hangi yönlerde etkili olur? Kazanımlar nasıl elde edilir?” şeklinde hayat buldu.

4 Mart 2024 AÇILIŞ KONUŞMASI



Prof. Dr. Hatice GÜLEN’in konuşması:

Değerli Katılımcılar, Sevgili Öğrenciler,

İstinye Üniversitesi 5 gün 5 sektör Kadın İşgücü Varlığı temasıyla hafta boyunca gerçekleştirilecek olan, aslen 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Gününe atfedilen çalıştayın ilk gününe gösterdiğiniz ilgiye teşekkür ederim.

Toplumlarda kadınların çok farklı kimlikleriyle var olduklarını ve nitelenen her kimlikle varlıklarını en güçlü haliyle hissettirdiklerini görmekteyiz. Bu kimlikleriyle var olurken kadınların, toplumsal anlamda cinsiyete dayalı farklı uygulamalara da maruz kaldıkları durumlar olabiliyor. Bu uygulamaların toplumların kültürel ve sosyal yapılarına göre farklılık

gösterdiği özellikle ataerkil toplumlarda daha yoğun görülebildiği bilimsel çalışmalarla ortaya konulmaktadır.

Aslında kişilerin haklarını düzenleyen özellikle cinsiyete dayalı eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasında teminat olarak kabul edilen medeni kanunların hemen her ülkede var olduğunu görüyoruz. Bildiğiniz üzere Türk Medeni Kanunun öncülü, 100. yılını kutladığımız Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşunun ilk yıllarına dayanmaktadır. Büyük bir kurtuluş mücadelesinin ardından yeni kurulan devletin ilerlemesi muasır medeniyet seviyesi ve ötesine geçmesi için her alanda yoğun çalışmalar yapılırken ilerlemenin olmazsa olmaz koşulu, hiçbir ayırım gözetmeksizin, tüm bireylerin aktif katılım ve katkısının sağlanmasıydı. Sadece kadın olduğu için ayrıştırmadan, kadın haklarının insan hakları demek olduğunun, her ne olursa olsun kişinin haklarının kanun önünde düzenlenmesi gerekliliğinin farkındalığıyla büyük önder Mustafa Kemal Atatürk, geniş bir komisyon oluşturarak dönemin önde gelen medeni kanunlarını incelemiştir. Sonuçta 1912 tarihinde yürürlüğe girmiş olan İsviçre Medeni Kanunu esas alınarak çalışmalar yürütülüp o zamanki adıyla Türk Kanunu Medenisi hazırlanmış, 1926'da yani Cumhuriyetin ilanından yaklaşık 3 yıl sonra Türkiye Büyük Millet Meclisinde kabul edilmiştir⁽¹⁾. 743 sayılı Türk Medeni Kanunu'nun kabul edilmesi ile evlilikte tek eşlilik, mirasta kadın erkek eşitliği, boşanmada eşit haklar, kadınlara istediği mesleği seçme, eğitimde fırsat eşitliği hakkı verilmesine yönelik yasal düzenlemeler ile kadınların üretime ve sosyal yaşama katılmasının önü açılmış ve böylece toplum için, gerçek bir aydınlanma dönemi başlamıştır.

Bahsettiğim bu gelişmenin üzerinden geçen yaklaşık 100 yıl içinde tabii ki pek çok alanda ciddi ilerlemeler olduğu şüphesiz. Ancak uygulamaya geçirilen ve gerçek anlamda sahada neler olduğunu, hangi seviyeye geldiğini güncel bazı çarpıcı verilerle paylaşmak isterim.

Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından 2006 yılından itibaren her yıl bir endeks yayınlanıyor: Küresel Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Endeksi. Bazı platformlarda "Küresel Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Endeksi" olarak da adlandırılan bu veriler dünya genelinde ekonomi, eğitim, sağlık ve siyaset alanlarındaki cinsiyet eşitsizliklerini karşılaştırmalı olarak sunuyor. Endeks, bu alanlardaki eşitsizliklerin küresel, bölgesel ve ülkeler düzeyinde karşılaştırılmasına olanak tanıyor. Bu raporun amaç ve hedeflerini cinsiyet eşitsizliklerinin

04-08/03/2024

yaratdığı ekonomik ve sosyal kalkınmadaki olumsuz etkilere dikkat çekmek ve küresel farkındalık yaratmak oluşturuyor.

Endeksin hesaplanmaya başladığı 2006 yılında 115 ülke arasında 105. sırada olan Türkiye; 2022 yılında 146 ülke arasında 124. sıradaydı. Son olarak geçen yıl yani 2023 yılında açıklanan endekse göre ise 5 basamak gerileyerek 129. sırada yer almıştır. Bölgesel sıralamada “Avrasya ve Orta Asya Bölgesi” içinde yer alan Türkiye, bu grupta yer alan 10 ülke çerisinde son sıradadır. Yapılan değerlendirmeye göre Mevcut İlerleme Hızıyla Tam Eşitliğe Ulaşmak için 131 Yıl gerektiği belirtilmiştir⁽²⁾. Demek ki önümüzde yapılacak çok fazla iş, katedilecek çok uzun bir yol var.

Bu anlamda üniversitemizde bu yılki Dünya Kadınlar günü etkinliklerinde ekonomi parametresi baz alınarak kadın iş gücü varlığı temasıyla 5 farklı sektörde başarılarıyla fark ve fayda yaratan birbirinden kıymetli kadın yöneticiyi konuk ediyor olacağız.

- Bugünkü konuğumuz Tekstil Sektöründen

Sayın Sevtap Okay, *LC Waikiki Akademi Eğitim Danismani*

- 5 Mart Salı günü - Otomotiv Sektöründen

Sayın Selin Şahiniz, *Bayraktar Holding, Subaru Pazarlama Müdürü*

Sayın Ebru Kantoğlu, *Dogus Otomotiv Kurumsal İletişim, Marka ve Sürdürülebilirlik Müdürü*

- 6 Mart Çarşamba günü - Enerji Sektöründen

Sayın Nagehan Fatma Göcek, *Solwinda Yönetici Sati Proje Müdürü*

- 7 Mart Perşembe günü - Medya Sektöründen

Sayın Özge Bulut Maraşlı, *Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi, Akmerkez, İs Girişim Sermayesi, Fark Holding*

- 8 Mart Cuma günü - İlaç-Kimya Sektöründen

Sayın Esra Doğanay, *EMEA Bölgesi İletişim Direktörü*

Sayın Ceylan Güzekin, *Birgi Mefar Uyum Denetim Yönetişim Koordinatörü*

Tüm konuşmacılara katılımları ve katkıları için çok teşekkür ediyorum.

Bu çalıştay İstinye Üniversitesi, Sürekli Eğitim Merkezinin koordinasyonunda gerçekleşti. SEM Müdürü Sayın Elif Vardar Solak hocamıza teşekkür ederim. Organizasyona Üniversitemizdeki 29 araştırma merkezinden sektörlerle ilgili alanlarda faaliyet gösteren 4'ü katkı yaptılar. Bu nedenle Ekonomi ve Politika Araştırmaları Merkezi müdürü Doç. Dr. Ayfer Ustabaş'a, Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Merkezi Müdürümüz Dr. Öğr. Üyesi Selen Yanmaz'a, Medya Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü Doç. Dr. Aybike Serttaş'a, Kök Hücre ve Doku Mühendisliği Araştırma ve Uygulama Merkezi Müdürü Doç. Dr. Ayça Bal Öztürk'e ve ayrıca organizasyonda görev alan tüm öğrenci kulüplerimize, temsilci öğrencilere, idari birimlerimize ve emeği geçen herkese çok teşekkür ederim.

Siz değerli katılımcılara da teşekkür eder, faydalı bir çalıştay olması dileklerle saygı ve sevgilerimi sunarım.

Prof. Dr. Hatice Gülen

Rektör Yard., İstinye Üniversitesi, 4 Mart 2024

(1) Afet İnan, 1982. Atatürk ve Türk Kadın Haklarının Kazanılması, Türk Tarih Kurumu Yayınları, İstanbul.

(2) Global Gender Gap Report 2023. The World Economic Forum,
<https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2023/>

Prof. Dr. Hatice Gülen

İstinye Üniversitesi Rektör Yardımcısı

Elif VARDAR SOLAK'ın konuşması:

Bugün size Clarissa Pinkola Estés'ten bahsedeceğim. Kendisi bir akademisyen, doktor, şair ve psikanalist olarak, kültürler arası araştırmacı, klinik psikolog ve psikiyatrist, aynı zamanda “kadın annesi” olarak tanımlanır. Estés'ten bir alıntı yaparak başlamak istiyorum. Kendisi, hayatını insanlara adanması nedeniyle, insan ruhunu güçlendirmeye adanması nedeniyle böyle anılıyor. Doğrusu, Estés, 1971'de çalışmaya başladığı eserini 20 yıldan daha fazla bir sürede, dünyanın dört bir tarafını gezerek, dünyanın bütün kadın arketiplerini çalışarak, bunları Jung'cu psikanalist sembollerle anlatan, açıklayan kadın araştırmacı bir yazar ve akademisyen olduğu için bugün kendisine kulak verelim istedim. Estés şöyle diyor: “Öykülerin çok büyük gücü vardır. Psikolojiden ve sanattan daha çok gücü vardır. Zamanla bu güç devam eder. Aslında, bakıldığında ruhsal vitamin olarak da adlandırılır.” Estés'in “Kurtalara Koşan Kadınlar” olarak derlediği çalışması, 152 hafta boyunca çok satanlar listesinde en üst sırada yer alıp çokça ödül almış bir eser. Ben bugün önsözünden ve ilk hikayesinden ve aslında tüm çalışmalarının özü olan “Kurt Kadın” hikayesinden bahsetmek istiyorum. Estés yaptığı çalışmaları ve araştırmaları sonucunda, kurtlar ve kadınların belirli ruhsal karakter özelliklerini paylaştığını öne sürüyor. Bunların içinde yoğun bir adanmışlık, değişime olan adaptasyon ve sezgisel zekâ kullanımı güç ve cesaret, keskin bir duyarlılık, öncü bir ruh olma halinin öne çıktığını söylüyor. Ancak kendilerini iyi ifade edemedikleri zaman da avlanma ve yok olma tehlikesindedirler diyor!

Dolayısıyla, Vahşi Kurt ve Vahşi Kadın benzetmesini yaparken Estés kadınların içgüdüsel hayatlarına, en derin bilgilerine sezgilerine dönmelerini kastediyor. Burada, dışarıdaki şartlar ne olursa olsun doğallıkla durabilmeleri için kadının öncelikle sezgilerine bakması ve yüksek düzeyde bilinç geliştirmesi, yetenek ve kusurlarına bakmaksızın güven ve gurur duyarak bedeninin içinde kendi yararına konuşması ve hareket etmesi gerekir diyor. Dolayısıyla, bu büyük araştırmacı ve yazardan alacağımız en büyük ders bu olmuştur.

Derler ki kulağımız işitme sınırı sayesinde üç farklı yolla işitecek şekilde yapılandırılmıştır.

Bir yolun yer yüzündeki konuşmaları işittiği söylenir, ikinci yolun öğrenmeyi ve sanatı anladığı, üçüncü yolun ise ruhun kendisi için olduğu belirtilmiştir. Öykünün içine baktığımızda biz ruhun işitme gücüyle dinleyelim...

“La loba.”

04-08/03/2024

Herkesin gönülden bildiği, fakat çok az insanın gördüğü gizli bir yerde yaşayan yaşlı bir kadın vardır. Doğu Avrupa masallarındaki gibi, kaybolmuş ya da başboş dolaşan insanların ve arayış içindekilerin, yaşadığı yere gelmelerini bekler gibidir. İhtiyatlıdır, genellikle kıllarla kaplıdır, her zaman şişkodur ve özellikle arkadaşlıktan köşe bucak kaçmaya çalışır. Hem gıklar hem gıdaklar; genellikle insan sesinden çok, hayvan sesi çıkarır. Tarhumara yerli bölgesindeki çürük granit yamaçlarda yaşadığını söyleyebiliriz. Ya da Phoenix dışındaki bir pınarın yanında gömülü olduğunu. Belki de arka penceresinden sarktığı köhne bir arabada, güneydeki Monte Alban'a giderken görülecektir. Belki de El Paso'nun yanındaki otoyolda beklerken veya kamyoncularla Meksika'ya av tüfeği taşırken veya sırtında tuhaf şekillerdeki yakacak odunlarla Oaxaca'nın yukarısındaki pazara giderken fark edilecektir. Birçok ismi vardır: La Huesera [Kemik Kadın], La Trapera [Toplayıcı Kadın] ve La Loba [Kurt Kadın].

La Loba'nın tek işi kemik toplamaktır. Özellikle, dünyadan kaybolma tehlikesinde olanları toplayıp korur ve saklar. Mağarası, her cinsten çöl yaratığının kemikleriyle doludur: Geyik, çingiraklı yılan, karga. Ama uzmanlık alanı kurtlardır.

Dağlarda, kurumuş dere yataklarında kurt kemikleri arayarak toprağı didik didik eder, sürünür, emekler. Bütün bir iskeleti bir araya getirdiğinde, son kemik yerine yerleşip yaratığın güzelim beyaz heykeli gözlerinin önünde uzanıverdiğinde, ateşin yanında oturur ve hangi şarkıyı söyleyeceğini düşünür. Emin olduğunda ise, Creatura'nın yani yaratığının yanında durur, kollarını üzerine kaldırır ve şarkı söylemeye başlar. O anda kurdun kaburga kemikleri ve bacak kemikleri ete kemiğe bürünmeye başlar ve yaratık kürkle kaplanır. La Loba şarkı söylemeye devam eder ve yaratığın bedeni varoluşa daha çok yaklaşır; kuyruğu kabarık ve güçlü bir şekilde yukarıya kıvrılır.

Ve La Loba daha çok şarkı söyler ve kurt yaratık soluk alıp vermeye başlar.

04-08/03/2024

Ve La Loba şarkısını öylesine derinden söyler ki, çölün zemini sallanır ve o şarkı söyledikçe kurt gözlerini açar, ayağa fırlar ve kanyona doğru koşarak gözden kaybolur.

Koşusunun bir yerinde ister koşusunun hızı, ister yolunun bir nehre düşmesi, isterse de güneşten veya aydan gelen bir ışının tam yerine denk gelmesi yüzünden olsun, kurt birdenbire, özgürce ufka doğru koşarak kahkahalar atan bir kadına dönüşür.

Öyleyse unutmayın, çölde dolaşıyorsanız ve günbatımı da yakınsa ve hani biraz da kaybolmuşsanız ve yorgunsanız, şansınız yaver gidiyor demektir, çünkü La Loba sizden hoşlanabilir ve size bir şey gösterebilir -ruha dair bir şey.”

Bu hikâyeyle aslında kadınlar üzerine güzel bir ilham vererek bu konuşmaya başlamak istedim.

İstinye Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi'nin müdürü olarak ilk odağımız olan tekstil sektörüyle alakalı olarak sizlerle bilgiler paylaşmak üzere buradayım. Öncelikle masaldan aldığımız ilhamla bu kez gerçek bir karaktere doğru yolculuğa çıkalım isterim. Bu gerçek karakterin ismini söylemeyeceğim ama eminim resmini gördüğünüzde aranızda onu şimdiden tanımış olanlar vardır. Tıpkı Clarissa Estes'in söylediği gibi, toplumda cinsiyet eşitliğiyle ilgili düzenlemeler yapılsa da aslında kadınların kanatları çok güçlü olmayabilir ancak Kurt Kadın benzetmesi ile öykülerinde kadının var olduğu toplumda şartları süzerek kendi doğasını sezerek vazgeçmeden ilerlemesi gerektiğini vurgulayan Estes'e ek olarak ben burada size “Kanatlarınız olmadan doğduysanız onların büyümelerini engellemeyin” diyen gerçek bir kadını hatırlatmak istiyorum. Kendisi 19. Yüzyılda dünyaya geliyor. 20. Yüzyılda dünyaya etki etmiş ilk 100 insandan biri olarak anılıyor. 21. Yüzyılda bugün bize ilham vermeye devam ediyor. En büyük özelliği baskılara, kısıtlamalara, standartlara rağmen yılmadan usanmadan daima daha iyisini daha özgün olanı ve inovatif olanını bitmek bilmeyen enerjisi ile üreten, Coco Chanel'den bahsediyoruz...

Çok zorluklarla geçen hayatında şansını birden dönüyor. Belli ki en zor anında La Loba ile karşılaşılıyor. Sonrasında çok başarılı oluyor. Dünyadaki 100 etkili insandan biri oluyor. Bu sıralamaya Tekstil sektöründe çok büyük başarılar elde ettiği için giriyor. En önemlisi jarse kumaşı kullanmaya cesaret ediyor! Jarse'nin sadece erkekler için iç çamaşırı olarak kullanılan

04-08/03/2024

bir kumaş türü olarak görüldüğü bir dönemde bunu kadınlar için üretilebilecek olan kıyafetlere uyarlama cesaretini gösteriyor. O zamanlardan kadın iş gücünün sektörün içinde olduğunu biliyoruz. Ancak kadınların giyim kuşamıyla ilgili belli kuralları var. Coco Chanel yaşadığı dönemde askerlerden veya eşinden ilham alarak kadının da giyebileceği kıyafetler uyarlamaya çalışmıştır. Bu arada hiçbir zaman çizim yapmıyor. Manken üzerinde kumaşları bükerek değiştirerek çalışıyor. Kadınlara pantolon giyebilmeyi hediye ediyor. İş dünyasında rahat hareket edebilmelerini sağlıyor. Çünkü, eğer biraz tarihle ilgileniyorsak kadınların korselerle daha katı kıyafetlerle yaşamak zorunda olduğunu biliyoruz. Bunu esneten bir kumaş ve bu kuralı değiştiren bir kıyafet biçimini sunuyor.

Daha sonra askılı çantayı icat ediyor. Omuzdan taşınabilir. Şapka kullanılmasını yayıyor. Siyah renk tabusunu da yıkıyor. O döneme değin yalnızca yasta kullanılan bir renkten günlük kıyafetlerde kullanılabilmesi için kreasyonlarını siyah renkte üretiyor. Bunların yanı sıra erkeklerin giymekte olduğu ceketlere gözünü dikeyiyor. Bu ceketlerin kadın için olanını dikeyiyor. Bu ceketlerin yakasız tüvit ve pamuklu kumaştan yakasız ceket versiyonlarını yapıyor. Yanı sıra pantolon ve ceket olarak takım elbise giyinen erkeklerden ilhamla pantolon-cekete ve etek-cekete kombinasyonlar olarak kadınlar için takım elbise tasarlıyor.

Atatürk'ün de üst düzey subaylar için kıyafetleri Coco Chanel'e tasarlattığı biliniyor. Buna benzer biçimde çok özel çalışmalara imza atıyor. Chanel, hayatını şöyle keşfettiğini söylüyor: "Sevmediğim her şeyi hafife alıyorum. Nasılsa seveceğim bir zıttı vardır diye". Bugün ikinci ilhamımızı da Coco Chanel'den alarak tekstil sektörüne giriş yapıyoruz. Bu vesileyle hikâyeden karaktere, karakterden de sektöre gelelim istiyorum.

Bu noktada, kadınların tekstil inkılabı olarak da adlandırdığımız sanayi devrimiyle birlikte kayıtlı bir şekilde işçi ve ücretli işçi olarak iş dünyasında yer aldığını biliyoruz. Ancak bu tarihten önce de kadınların orta çağda terzilik, ayakkabıcılık gibi ekonomik zanaatlarda olduğunu biliyoruz. Ancak 20. Yüzyıla doğru yaklaştığımızda sektörlerde kadının varlığı artıyor. Elbette tekstil sektörü ön planda olmakla birlikte 20. Yüzyıla gelindiğinde kamu ve hizmet sektöründe kadının işgücü varlığı artmış oluyor. Hatta erkeklerden daha başarılı olduğu alanlar oluyor ve bunların altyapısı sanayi devrimlerinde atılmış oluyor. 20. Yüzyıla gelindiğinde savaşların bittiği ve kadın işgücünün koruyucu ve desteklenici şekilde hukuksal altyapıya kavuştuğunu görüyoruz. Bugüne geldiğimizde 21. Yüzyılda artık toplumsal cinsiyet

04-08/03/2024

eşitliğini gündeme aldık. Hem ulusal hem uluslararası standartlarda, toplumsal cinsiyet eşitliğinin temel bir insan hakkı olduğunu biliyoruz. Artık herhangi bir şekilde mağduriyetlerin olmadığı, eşitsizliklerin olmadığı bir dünya için mücadele ediyoruz. Günümüzde yapılan araştırmalar gösteriyor ki kadınların işgücündeki varlıkları ne kadar çoğalır ve yükselirse o kadar istikrarlı ve adil toplumlar oluşuyor, kalkınma, sürdürülebilirlik sağlanıyor. İnsan hakları alanında uluslararası hedeflere ulaşılabilir. Yaşam kalitesinde artış oluyor. Güçlü ekonomiler inşa ediliyor.

Türkiye’de tekstil sanayi ve kadınlar denildiğinde önemli bir noktaya parmak basıyoruz. Çünkü Türkiye, dünya çapında önemli bir tekstil üreticisidir ve ihracatçısıdır. Kilit bir ekonomidir. Bu ekonomin içinde kadın iş gücünün rolü de kilit konumdadır. Dolayısıyla, kadınların ana iş gücünü oluşturduğu tekstil endüstrisine katkıları git gide yükselmektedir. Bu oranda %73'lere kadar yükselmeler söz konusudur. Tekstil sektörü denildiğinde lokomotif olmuştur. Türkiye ihracat alanında tekstilde çok güçlü. 2023 verilerine göre otomotiv ve kimya sektörünün ardından Türkiye'nin en çok ihraç yapan 3. Sektörü tekstildir. 2023 yılında toplum hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının 20 milyar dolara yaklaştığı görülüyor. Hatta kumaş ve ana madde tarafında da 10 milyar dolarlık bir ihracat söz konusudur. Ne var ki, ihracat rakamlarında üçüncü sırada olduğu görülse de istihdam yaratmada 1 numarada olduğu söylenebilir. Son 15 yıldır ihracatçı firmalar moda ve trendler doğrultusunda tasarımlar yapıyor. Bu sayede markalarla talep yaratmak konusunda da büyüme sağlıyor. Markalara talep oluşturabiliyoruz. Değişen dünya ile birlikte çevre dostu fabrikalar, sürdürülebilirlik olarak gelişimler söz konusudur. Çalışan gözünden incelendiğindeyse sektörde hareketli, dünya ile bağlantısı olan modayı kapsayan, kariyer imkanlarını barındıran bir sektörden bahsediyoruz. Tekstil sektörü aynı zamanda birçok sektörde kazanç sağlıyor. Sektörün yabancı dili olan yeniliklere açık olan herkese açık olduğu ifade ediliyor. Bu vesileyle çalıştayımıza katılan bütün gençlere ve değerli akademisyenlere teşekkürlerimi sunuyorum.

Elif VARDAR SOLAK

İstinye Üniversitesi ÖĞREM Mükemmeliyet Merkezi Müdürü

Tekstil Sektörü Uzman Sevtap OKYAY'ın konuşması:

04-08/03/2024

Merhaba, buraya gelmek benim için harika bir kadınlar günü ödülü oldu gerçekten. Öncelikle ben size kendimi tanıtmayla başlamak istedim. Çünkü kim var karşınızda değil mi? Karşınızdaki kişiyi biraz daha yakından tanımanız için ilk bölümde kendimi biraz daha yakından tanıtacağım slaytlarım var. Bunları da görsel olarak hazırladım ki birazcık daha keyifli olsun...

Okul yıllarından bahsetmek istiyorum. Bunu neden önemli buluyorum? Çünkü eğitimimden bahsediyorum. O yüzden en önemlisi eğitim diye başlamak istedim. Burada okul yıllarının görsellerini görebilirsiniz. Okuldaki eğlenceli atölyelerimizden görselleri görebilirsiniz. Bunu da anlatmak istedim. 2010 yılında okulda ziyaret etmişiz hocaları. Mutluymuşuz. Okulda ekipmanların yanında eğitimler için destekler vermişiz. Bunu söylemedeki amacım okul arkadaşlarımızdan hiç kopmayın. Birbirinizle güzel irtibatlar kurun. Hayatta birbirinizi takip edin. Bu çok önemli bir şey. Şu ortadaki slaytta bakın 2023 yılı. 32 yıllık arkadaşlarım var. Çok büyük firmalardan arkadaşlarımız var. Bu çok önemli bir şey. Arkadaşlıktan kopmamak, birlikte hayata devam etmek gibi. Okulumuza destek olmak, okulumuzla bağlantılarımızı koparmamak gibi...

Bunlar bizim için oldukça önemli konular. Bu konuya özellikle bu slaytta vurgu yapmak istedim. İlerleyen zamanlarda iş hayatımıza odaklandığımızda, 1995-2024 dönemine genel bir bakış.

İlk deneyimim ABBATE'de çalışmak oldu. İş aramadan, doğrudan okuldan öğretmenlerim aracılığıyla işe girdim ve kariyerimde daha sonra tavsiye üzerine şekillendim. İş değişiklikleri konusunda pek fazla hareket etmedim. Genellikle 3 ya da 4 yılın üzerinde aynı iş yerinde çalıştım.

Daha sonra Fabrika'ya geçiş yaptım. Fabrika deneyimi benim için oldukça olumlu bir tecrübe oldu. Tasarımcı olarak bir fabrika ortamını deneyimlemek, kimyadan üretim süreçlerine kadar birçok konuyu öğrenmek, kariyerimde önemli bir aşama oldu.

Ardından, yine bir tavsiye üzerine LC Waikiki'ye katıldım. LC Waikiki'de 21 yılda neredeyse tüm ürün gruplarında çalışma fırsatı buldum, ki bu gerçekten büyük bir ayrıcalıktı. Neden mi? Çünkü farklı gruplarda çalışmak, herkesi ve süreçleri tanıma şansı verir. Farklılıkları anlama ve öğrenme, kariyerime büyük bir katkı sağladı.

04-08/03/2024

Şimdi, ana maddeler halinde bazı noktaları sizinle paylaşmak istiyorum. Gelişime açık olmanızı öneririm. Bu, kariyeriniz için oldukça önemli bir faktördür. Uluslararası bir perspektife sahip olun. Bu, işinizde başarılı olmanız için kritik bir unsurdur. Uluslararası bağlantılara önem verin. Yabancı dilleri öğrenin ve yabancı kültürleri anlamaya çalışın. Uluslararası firmalarla ilişkiler kurun. Örneğin, bu slaytta Paris'ten bir görsel kullanarak uluslararası bağlantılara dikkat çekmek istedim.

Dünyada önemli bir tekstil fuarı vardır. Bu, Premier Vision'dur. Dünyada herkes buraya katılır. Olmazsa olmaz bu tarz fuarları, teknolojiyi kesinlikle takip etmeniz çok önemli. Okullarınız şu anda size teknolojik açıdan çok büyük avantajlar sunuyor. Bizim okuduğumuz zamanlarda maalesef bu tarz avantajlarımız yoktu. Bunların kıymetini bilin. Ve bu teknolojiyi çok iyi bilin, öğrenin. Ben çok yüksek teknolojide bir program kullanıyorum. Çok da maliyetli ve pahalı bir program. Bunlar, şurada gördüğünüz programdan dokunma yapıyor. Bildiğiniz tezgâh kendisi aslında. Tezgâhı bilgisayara aynı günlük programlar gibi aktarmışlar. Bunların zaman zaman gelişim eğitimlerini alıyorum. Sürekli yurt dışına gidiyoruz. Uluslararası gelişmeleri mutlaka takip etmeniz gerekiyor. Özellikle de bir tekstil sektöründe çalışıyorsanız. Tabii tasarımcıysanız daha ağırlıklı olarak bunları takip etmeniz gerekiyor. Sonra size mutlu çalışmaktan bahsedebilirim. Mutlu olun. Mutlu olmadıysanız da o işi yapmayın. Ya da şöyle bir şey önerebilirim. Mutluluk aslında bulaşıcı bir şey. Mutlu olmayı kendinize zorluyorsanız zaten mutlu oluyorsunuz. Ben gerçekten bunu başardım. Şükürler olsun.

Kumaşçıya gidiyorum. T-shirt'ümü basıyorum. Orada eğleniyorum. Ürünleri giyiyorum. Harika! Eğlenerek çalışıyoruz. O da tabii bir avantaj. Sonra sosyal projeler. Sosyal projeleri çok önemsiyorum. Arkadaşlar, her şey sadece para kazanmak değil. Sizin ilerideki hedefleriniz değil. Siz ne kadar birilerine yardımcı olursanız, hayat da size o kadar yardımcı olur. O yüzden ben sosyal projeleri çok önemsiyorum. Mesela TV 8.5'e davet edildim. Bir yarışma var. Aktif jüri dokunma yarışması uzmanı olarak oraya davet ediliyorum. Jüri eğitimleri veriyorum. Bunu hedeflemiş miydim, Arkadaşlar? Ama projelerle oluştu ve gençlerin yüzündeki o pırl pırl enerji, yakın temastaki o duygusallığı görmek gerçekten insana çok iyi geliyor. Mesela bunun üzerine de özellikle duruyorum. Çünkü çok önemli bir şey soracağım arkadaşlar. Özellikle Tekstil için ve buradaki birçok meslek gruplarından da arkadaşlarım için. Ekip işi nedir biliyor musunuz? Siz, ekip işi yapacaksınız arkadaşlar. Hayat ekip işi üzerine kurulu! O yüzden mutlaka esnek olmalısınız. Keyifli olmalısınız. Başkalarının da farklı düşündüğünü

04-08/03/2024

anlayabilmelisiniz. Sadece sizin düşünme yönteminiz yok. Ben böyle olabilirim ama aslında hepinizin içinde illa sanatçı ruhu olması gerekmiyor. İçinizdekinin açığa çıkması sizin daha sonra mutluluğunuz için, akış sağlamanız için çok güzel. Sinan Canan'ı tanır mısınız bilmiyorum. Şu anda da çok popüler. Kendisi beyin uzmanı. Bizim eğitimimize gelmişti. Demişti ki sevdiğiniz şeyleri yapın. Yani sizin en çok ne hoşunuza gidiyor. Bunlar beyninize akış sağlar ve siz mutlu olursunuz. Ben de sevdiğim şeyleri yapıyorum. Mesela size özel stilleri tavsiye ederim. Mesela sizin bir stiliniz olmalı. Bir stil oluşturuyorum. Sonrasında hobiler, bahçe, doğa, at binicilikleri. Bunlar benim için çok önemli ve özel konular. Mesela siz de böyle şeylerden keyif alabilirsiniz. Bunlar benim hayatımı besleyen, enerji veren ve akıl sağlayan şeyler. Sizlere de bunları sunabilirim. Bunlar parasal değil, tamamen mutlak birleşen şeyler. Her şey para değil. Evet, para önemli, ama yanlarınızı geliştirmek size güzellikler sunacaktır.

Anne olmayı çok seviyorum. Bir oğlum var. Oğlum ve patilerle birlikte yaşıyorum. Beş tane patimiz var. Onlara bakmak inanılmaz güzellikte bir şey.

Evet, şimdi Sevtap Hanımı siz tanıdınız, yani karşınızda az çok nasıl bir kadın olduğunu gördünüz. Biraz daha mesleki konulara girmek istiyorum. Evet, şimdi hepiniz farklı farklı gruplardansınız. Bu gruplardaki arkadaşların tekstilde nasıl çalışabileceğiyle ilgili adım adım birçok şeyler anlatacağım size.

Bu gruptaki herkes tekstilde çalışacak ise bilmelisiniz ki mutlaka bir tasarımcı ile çalışacaksınız. Yani benim gibi biriyle birlikte çalışacaksınız. Ancak bu işin olmazsa olmazı dediğim gibi ekip çalışmasıdır.

Evet, ekip ne yapacak? Meslek tanıtımı, sektörün Türkiye ve dünya içindeki gücü ve yerine şu an bakacağız. Nasıl çalışıyoruz? Şimdi birinci olarak sezon araştırmaları yapıyoruz. Renkler nasıl? O sezonda bizi neler bekliyor? Ekoseler mi? Jakarlar mı? Geçişler mi? Renk grupları nelerdir? Bunları tasarımcı hazırlıyor. Tasarımcının sorumluluğunda. Bunları nasıl hazırlıyor? Yani durduk yerden kendisini hiç düşünmüyorlar. Büyük şeyler var. Büyük kullanımları var arkadaşlar. İşte bayan kıyafeti, çocuk kıyafeti, erkek çocuk kıyafeti, erkek kıyafeti. Bu line bu şekilde olacak. Sonra kumaş tasarımcısıyla çalışıyoruz. Yani benim gibi biriyle çalışıyorsunuz.

Örneğin bana geliyorsunuz ve diyorsunuz ki benim böyle bir "line"ım var. Bu "line"ın içerisine sezon için, bana şu kalınlıklarla kumaş istiyorum diyorsunuz. Ben de size bu şekilde bir koleksiyon çıkartıyorum. Bir koleksiyon içerisinde ceketlik, elbiselik, pantolon, yüz,

04-08/03/2024

gömlüklik; bütün kumaşlarımız mevcut, arkadaşlar. Ekip çalışması dediğim bu. Ben size bunu sunuyorum. Ben size bunu sunduktan sonra model ve kumaş koleksiyonu hazırlanmaya başlıyor. Çünkü tasarım kumaştan başlıyor, arkadaşlar. Kumaş çok önemli. Bir tasarımcı kumaşı bilmezse olmaz. Mühendis kumaşı bilmezse olmaz. Kumaşçı kumaşı bilmezse olmaz.

Bu sene Atatürk'e adanan özel bir koleksiyon hazırladık. Bunu hazırlamadan önce Atatürk'ün müzesine gittik. Müzede en çok kullanılan kıyafetlerini, resimlerini çektik. Bunlardan iki tane kombin oluşturduk bu şekilde. Ve bu kombinlerin kumaşlarını hazırladım ben. Bakın şu teknolojiyi kullanarak. Sonrasında reklam çekimleri yaptık yaptık. İnanılmaz bir satış yaptık. Bebek reyonlarından Afrika'ya kadar acayip tutuldu. Bununla da gurur duyuyorum. Gerçekten benim için de çok özel bir çalışma oldu.

Burada esas size bir şeyler anlatmak istediğim şeyler işte arkadaşlar: Reklam var, internet var, mağazacılık var, planlama var, tasarım var, etiket var, var da var. Değil mi? O zaman tekstil demek. Bütün sektörlerin içinde olan bilgi kocaman bir konu demek arkadaşlar. Hepiniz tekstilde çalışabilirsiniz. Hakikaten Türkiye tekstilde güçlü. Neler yapabilirsiniz başka? Line paketlerinde adet model planlaması yaparsınız planlamacı olarak. Farklı ülkelere özel koleksiyonlar hazırlayabilirsiniz. Bir tasarımcı planlamayla birlikte çalışıyor arkadaşlar. Planlamacılar ne oluyor? Endüstri mühendisleri ya da tekstil mühendisleri. Siz bunlarla birlikte hazırlanacaksınız ve tasarımcı olarak diyeceksiniz ki benim şu kadar şeye ihtiyacım var. Bunu satıyorum, bunu satmıyorum ya. Onu da kendi aranızda tartışacaksınız. Dolayısıyla tekstilin içinde, trendlerin içinde ve her şeyin içinde olmanız gerekiyor. Bunları bilen, sürekli takip eden insan olmanız gerekiyor. Burada ısrarcı olmak, ikna edici olmak, yani karşınızdaki bir güven vermek çok önemli.

Swot analizlerinde tekstilde iş pozisyonları neler? Bunları öğrenmek istedim. Evet söyleyelim ama bakalım ne kadar çok iş pozisyonu çıkacak? 20'ye yakın iş pozisyonu bulmuşuz arkadaşlar. Atladığım şeylerim olabilir. Lütfen sizle sonrasında konuşacağınız zaman bunları ekleyiniz. Tasarımcı. Uzman tasarımcı. Benim gibi. Onun üzerinden uzmanlaşıyorsunuz. Bunlar kimler? Onları bir tanıtayım size. Grafikerler. Tasarımcı oluyor. Güzel sanatlardan mezun oluyor. Sonrasında kumaş üzerinden uzmanlaşıyor. Metraj yapıyor. Animasyon tasarımlar. Ekipler ve bunların asistanları oluyor.

04-08/03/2024

Üretim aşaması var arkadaşlar. Tasarladığımız ürünleri satışa sunmadan önce Tekstil mühendisleri, endüstri mühendisleri bunları üretip getiriyorlar. Satışa sunmadan önce benden onay alıyorlar. Öyle düşünün.

Kimyacılar arkadaşlar. Mutlaka kumaş üzerinde analizler yapılıyor. Değerler çok önemli. Zaten çocukların üzerinde de koleksiyon yapıyorsanız. Bizim gibi. LC Waikiki bu konuda inanılmaz. Planlama departmanı endüstri mühendislerinden oluşuyor. Daha çok iç-dış ticaret konularında çalışıyorlar. Ancak ürün yerleştirme, satış, görsel tasarım, mağazacılık, mimarlık, lojistik, internet satışı, Reklam ve pazarlama gibi alanlar var. Bunların hepsi sizinle çalışır. Toplam 20'ye yakın ekip arkadaşıyla birlikte çalışıyorum.

Tekstil sektörüne katılmayı planlayan genç iş gücündeki arkadaşlarıma yönelik bazı tavsiyelerim var. Dünyadaki pozisyon ve meslek hukuklarıyla ilgili. Rahatça çalışabilirsiniz. Bunlar tamamıyla yükselmeye açık, iş gücüne açık ve ihtiyaç duyulan meslekler. Arkadaşlar. Gerçekten ihtiyaç var. Fiyat. Ürün. Lokasyon. Hizmet. Doğru zaman da doğru pazara girmek gibi. Yani ürün hatasız olacak. Bir defa. Yani sen mühendissin bunu hatasız üreteceksin? Tasarımcı hatasız biçimde tasarlayacak. Güzel bir şekilde bunu müşterisini tanıyarak yapacaksın. Zamanında üreteceksin. Trendi yakalayacaksın. Müşteri ihtiyaçlarını iyi belirlemiş olacaksın. Özel günleri kaçırmayacaksın. Bunların hepsini size gösterdim. Yani ben bunda aslında LC Waikiki değil Sevtap olarak buradayım ama LC Waikiki şu an Türkiye'nin en başarılı firmalarından biri. Yani belki sizin anladığınız zamanlar çok büyük bir marka olarak, belki bir jenerasyonunuz falan. Ama Türkiye'nin potansiyeli %70'i hatta %80'i, C ve D müşteri potansiyeli olursa onların tamamına hizmet veriyor. Yani isterse zaten çok üst düzey müşterilerini servis verebiliyor. Bütün bu durumlarına sahip. Ama istemiyor. Çünkü Türkiye'nin potansiyeli yüzde 70-80 C ve D servisleri. Biraz B ve C servisleri. İnanılmaz satışlar yapıyor. Müşterisini çok iyi buluyor. Ve çok büyük. Şimdi tekstilde bizim güçlü yanlarımız neler? İş gücümüz güçlü. İstihbarat gücümüz güçlü. Üretim gücü. Teknoloji gücü. Türkiye'nin konumu. Coğrafi yakınlık. Lojistik, tedarik zinciri ve kültür gücü. Bunlar güçlü olduğunu bilenler.

Fırsatlarımız neler? Yerel üs. İklim koşullarımız. Deneyimlerimiz. Sürdürülebilirlik. Düşük enerji maliyeti. Fiyat avantajı. Kalite avantajı. Ve pazar payını artıran etkenler. Tehditler neler? Bunlar tabii ki bana göre ekonomi. Yani bizim için büyük tehdit şu anda. İş gücü kaybı. Bir

04-08/03/2024

diğeri tüketim hızı. Çok üretiyoruz. Arkadaşlar. Yani biz bile LC Waikiki olarak artık üretimi çok düşürdük. Maliyet artışları çok korkunç. Bunlarla ilgili çok net çabalarımız var. Savaşlar bizi çok kötü etkiliyor. Yani dedim ya sektörde bir sürü arkadaşım var. Hepsiyle konuştuğum zaman gerçekten inanılmaz bir grup var. Herkes tabii. Herkes şu an yerini koruyor. En çok sattığı günlerde ayakta durmaya çalışıyor. Kaybedilen pazar payları. Maliyet artışları.

Son olarak da size özetlenmiş bir kişisel görüş ve tavsiyelerimi sunmak isterim:

Girişimlere açık olun. Sosyal projelere destek olun. Mutlu çalışmak. Olmadı mı? Defalarca farklı yöntemler denemek gerekli Çok hızlı ve düzenli olmak önemli. En son teknolojileri takip etmek. Tıkanan noktalardaki farklı değişiklikler yapmak. Cesaretini göstermek. Esnek olmak. Bencilim. Bazen de yardım severim. Yani durumlarıma göre hareket ediyorum. Bir hırsız gelmiş ve çantamı çalmış. Ben daha o ne hisseder falan diye düşünmüyorum. Bencilliğimi, sert yanımı ortaya çıkartıyorum. Hayatta gerçekten böyle olmaya alışılıyorsunuz. Hem hırslı olursunuz. Hem de istediğiniz gibi hareket edebilirsiniz. Ayrıca kadın istihdam oranı en yüksek olan şirketlerden birinde çalışıyorum ben. Gerçekten. Bu açıdan çok şanslıyım. Şöyle bir şey söyleyebilirim size. Kadınların iş hayatındaki varlığına ulaşmak çok zor. Yani ben bunu yıllarca gördüm. 21 yıldır arasında bir kitleyle kadınlar inanılmaz bir derecede. Yani hocam söyledi. Çok az kişi olabiliriz ama biz çok kadınız. Çok yöneteceğiz. Ve hepsinin buralara gelmek için tırnaklarıyla kazıdıklarına şahit oldum. Ve bunun sayesinde de çok güçlendiler.

SORU CEVAP BÖLÜMÜ

SORU: Sektöre adım attığınız ilk yıllarda çevrenizden nasıl bir destek aldınız?

CEVAP: Maalesef çevrem beni bu konuda desteklemedi. Kişisel gayretim ve çabalarım sayesinde bulunduğum konuma geldim.

SORU: Sektörde kullandığımız teknik programları bizler nasıl öğrenebiliriz?

CEVAP: Bu tarz teknik programlar çok pahalı programlardır. Bu yüzden firmaların bu programlar için ciddi yatırımlar yapması gerekir. Bireysel olarak öğrenmek çok mümkün değil fakat firmalar ile iletişime geçerek şansınızı deneyebilirsiniz.

04-08/03/2024

SORU: Tasarım süreçlerinde ekipler kadın giyim, çocuk giyim, erkek giyim olarak ayrılıyor mu?

CEVAP: Firmaların ölçeği bu noktada önem taşımaktadır. Eğer büyük ölçekli bir firma ise her kategori için ayrı ekipler çalışıyor. Fakat küçük ölçekli bir firma ise bir ekip tüm kategorilerde tasarım yapıyor.

SORU: Tekstil sektöründe yıllar içerisinde nasıl bir değişim gözlemlediniz?

CEVAP: Sektöre ilk başladığımda tasarımcı ne gibi söylemler ile karşılaşıyordum. Patronlar dışarıda yapılmış olan ürünlerin bir miktar değiştirilerek pazara sürülmesini istiyordu. Yeni bir tasarım yapılması sıcak karşılanmıyordu. Şu an geldiğimiz noktada markalaşmanın ne kadar önemli olduğu ortaya çıktı.

SORU: Pandemi sürecinden tekstil sektörü nasıl etkilendi? Giyim alışkanlıklarında nasıl değişimler gözlemliyorsunuz?

CEVAP: Firmaların segmentine göre etkilenme oranları değişti. Yüksek segmentte üretim yapan firmalar çok etkilenmese de orta segmentte ürün üreten firmalar çok fazla etkilendi. O süreçte alım gücü, üretim gücü çok düştü. Kumaşlara dokunmadan online olarak kumaş seçmek zorunda kaldık. Fakat bu süreç ile beraber de çok fazla yol katettik. Zamanımızı çok iyi değerlendirmeye başladık. Firmanızın desteği de bu noktada çok önemliydi. Bizim firmamız her türlü donanımsal desteği bizlere sağladı.

SORU: Mavi yaka kadın çalışanlar neden diğer sektörlerle oranla daha çok tekstil sektörünü tercih ediyor?

CEVAP: Doğru firmalar ile çalışıldığında çalışma koşulları çok iyi. Haklarınız çok güzel korunuyor. Sektörün üretim tarafında ülkece oldukça iyiyiz.

SORU: Tasarımcı olarak geçmişten günümüze değişen tasarım algısını nasıl yorumluyorsunuz?

CEVAP: Özellikle sürdürülebilirlik üzerine yapılan çalışmalar dolayısıyla giyim tercihlerinde değişimler oldu. Fakat ben bir bebek koleksiyonunda sürdürülebilir ürün kullanamam. Daha büyük yaş gruplarında kullanabilirim.

Sevtap Okyay

ISU Girişimci Mühendislik Kulübü Öğrenci Temsilcisi Edanur ATİK'in konuşması:

Tekstil sektörünün Dünya'da ve Türkiye'de ne kadar önemli bir getiriye sahip olduğunu biliyoruz. Fakat bu getirinin çevremiz açısından da bir o kadar götürüsü var. Tekstil sektörü dünyada en çok atık üreten üçüncü sektör. Tekstil ürünlerinin üretiminde çok fazla doğal kaynak kullanıyoruz. Bu kaynakların dikkatsiz kullanımı sonucu ortaya çıkan bazı sorunlar aşağıdaki başlıklarda inceleyelim.

Sera Gazı Emisyonları;

- Dünya üzerinde bulunan toplam sera gazının %10'u tekstil sektörü tarafından üretiliyor
- Tekstil ürünlerinin yakılması sonucu oluşan bu gazlar hava kirliliğine, asit yağmurlarına ve küresel ısınmaya sebep oluyor. İnsanlarda ise solunum yolu hastalıklarına ve astıma sebep oluyor.

Su Kirliliği;

- Dünya üzerindeki toplam su kirliliğinin %20'sinden tekstil sektörü sorumludur.
- Sadece bir t-shirt ve bir pantolon üretiminde 20 000 litre su kullanılıyor.
- Tekstil sektöründeki boyama işlemi için her yıl 2 milyon olimpik havuzu doldurabilecek kadar su kullanılıyor.
- Özbekistan'da pamuk üretimi için bilinçsizce kullanılan su dolayısıyla Dünya'nın dördüncü büyük gölü olan Aras kurumaya başladı.

Yüksek Karbon Ayak İzi;

- Bir kumaş parçasının genel ömrü 5 yıldır. Giysilerinizi sadece üç ay daha fazla kullanarak karbon ayak izinin %5-%10 arasında azalmasını sağlayabilirsiniz.
- Geri dönüştürülmüş bir kilogram pamuk ile 20 000 litre su tasarrufu yapabiliriz.

Okyanus Kirliliği;

04-08/03/2024

- Sentetik elyaflar çok fazla mikroplastik içeriyor. Bu sentetik elyaflar dolayısıyla okyanuslara yarım milyon ton mikrofiber ulaşıyor. Ki bu da 50 milyar plastiğe eşdeğer bir kirlilik oluşturuyor.

İşçilerin Maruz Kaldığı Tehlikeler;

- Ağartma ve boyama bölümlerinde çalışan işçiler arasında cilt ve göz hastalıkları yaygın olarak gözlemleniyor.

Çöplüklere Giden Giysiler;

- Her yıl üretilen giysilerin %64'ü çöplüklere atılmaktadır.
- Her tüketici yılda ortalama 32 kilogram ayakkabı ve giysi çöpe atmaktadır.
- Her yıl çöpe giden ayakkabı ve kıyafetlerin %95'ini geri dönüştürmek mümkün.

Peki Firmalar Bu Dönüşümde Hangi Noktadalar?

Türkiye'deki birçok firma bu geri dönüşüm farkındalığını bir noktada Avrupa pazarını kaybetmemek adına edindi. 2019 yılı sonrasında yayınlanan Birleşmiş Milletler Sürdürülebilirlik İlkeleri doğrultusunda Avrupa tedarikçilerine dedi ki bu kurallara uymazsan ben senden ürün alamam. Türkiye'deki firmalar da iyi markalar ile çalışabilmek amacıyla bu ilkeler üzerine çalışmalar yürütmeye başladı. Örneğin Avrupa'da müşteri ürünlerde normalde ham maddesi petrol olan iplerin kullanılmasını değil geri dönüştürülebilir iplerin kullanılmasını istedi.

Dünya'da ve Türkiye'de bu bilinç ile projeler yapan bazı firmalar:

Puma X First Mile

- Okyanuslardan toplanan 2 milyon plastiğin geri dönüştürülmesi ile üretilen ipliklerden oluşan bir koleksiyon tasarladılar.

Sun Tekstil

- Tüm ürünlerin %64'ünü sürdürülebilir hammaddelerden üretiyor.

04-08/03/2024

- Bağlı ortaklığı Ekoten Tekstil ile gerçekleştirdikleri atık suyu geri kazandırma projesi ile %95 oranında suyu geri kazandırıyor.

- Elektrik enerjisi tüketiminin tamamını yenilenebilir enerjilerden sağlıyor.

Kadın İstihdamı

Şu ana dek yazımızda sürdürülebilirliğin çevresel boyutlarını ele aldık. Fakat sürdürülebilirlik ilkelerinin en önemli hedeflerinden biri de kadın istihdamı konusudur. Bu konuyu sorunlar ve çözümleri olarak ele alalım.

Sorunlar;

Kayıt Dışı İşçi Çalıştırmak

- Özellikle küçük işletmelere bakıldığında kayıt dışı çalıştırılan kadın işçiler havalandırması olmayan, yetersiz aydınlatılan, insan sağlığını tehlikeye atan, gürültülü ortamlarda çalıştırılıyor.

- Havalandırma olmadığından iplerden ve kumaşlardan kaynaklı tozlar astım hastalığına yol açıyor.

- Aynı zamanda bu işçiler uzun ve düzensiz mesai saatlerinde çalışıyorlar.

Düşük Ücret ile çalıştırma

- Her ne kadar kadın yoğunluklu bir sektör olsa da birçok firmada kadınlar erkeklere oranla daha düşük maaş alıyor.

Yöneticilik için erkekler kadınlara göre tercih ediliyor.

İş Yaşam Dengesi Kurmada Zorluk

- Özellikle uzun ve yorucu mesai saatlerinden dolayı kadınlar çocuk bakımı ve ev işleri konusunda zorlanıyor ve aile iletişimleri bozuluyor.

Çözümler;

Buna karşın çözüm olarak neler yapılabilir?

04-08/03/2024

- Devletler işletmeleri desteklemelidir. İşverenin ödemesi gereken SGK prim oranı düşürülmelidir.
- Kadınlar kayıtlı çalışan olmaları gerektiği konusunda bilinçlendirilmelidir.
- Tekstil firmaları organize sanayi bölgelerine alınarak tekstil firmalarına sıkı denetim uygulanmalıdır.
- Emzirme odaları ve çocuk bakım yurtlarına dair yönetmelik değiştirilmelidir.

Bu yönetmelikte 150'den çok kadın çalışanı olan şirketler bünyelerinde çocuk bakım yurtları bulundurmalı diyor. Fakat bu durum şirketlerdeki kadın istihdamını arttırmanın önünde büyük bir engel. Çünkü firmalar bu masraftan kaçınmak isteyecek ve 150'den az kadın çalışan bulunduracaktır.

Swot Analizi

Güçlü Yönleri

- Ülkemizin coğrafi konumu taşımacılık maliyetlerinin düşük olmasını ve teslimat sürelerinin kısa olmasını sağlamıştır.
- Türkiye tekstil sektöründe küçük işletmelerden büyük işletmelere kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösteriyor. Örneğin büyük firmalar dantel, lastik gibi ürünleri kendi üretmek yerine yan sanayiden temin ediyor.

Zayıf Yönleri

- Son dönemde hammadde, işçilik ve enerji maliyetleri oldukça fazla arttı.
- Müşteriler özellikle Asya ülkeleri gibi düşük maliyetle üretim yapan firmalara yönelmeye başladı.

İstihdam Alanı

- Dünya'da hazır giyim ve moda sektöründe yaklaşık 75 milyon çalışan istihdam edilmektedir.
- Türkiye'de işsizliğin azalması noktasında tekstil sektörü büyük bir paya sahiptir. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın %10'undan fazlasını tekstil ve hazır giyim sektörü sağlamaktadır.

- Genele bakıldığında %41 oranında kadın istihdamı ile en fazla kadın istihdamına sahip sektörler arasındadır.

Türkiye'de Tekstil Sektörünün Durumu Ek Bilgiler:

Türkiye'nin tekstil sektörü, ülkenin ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Hem iç piyasa taleplerini karşılayan hem de ihracatta büyük bir paya sahip olan bu sektör, istihdam, üretim ve ticaret hacmi ile dikkat çekmektedir. Türkiye'nin coğrafi konumu, kaliteli üretim kapasitesi ve zengin hammadde kaynakları, tekstil sektörünün büyümesini destekleyen başlıca faktörlerdir.

İhracat Performansı

Tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye'nin toplam ihracatının yaklaşık %17'sini oluşturmaktadır. 2022 yılında, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatı yaklaşık 31 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, bir önceki yıla göre %12'lik bir artışı göstermektedir. Türkiye, dünya genelinde tekstil ihracatında 5. sırada yer almakta ve Avrupa Birliği ülkeleri, ABD ve Rusya başta olmak üzere birçok ülkeye ihracat yapmaktadır.

İstihdam ve Üretim Kapasitesi

Türkiye'de tekstil sektörü, yaklaşık 1,2 milyon kişiye doğrudan istihdam sağlamaktadır. Bu, toplam istihdamın %7'sine karşılık gelmektedir. Sektör, özellikle kadın istihdamının yüksek olduğu alanlardan biridir. Türkiye genelinde yaklaşık 40.000 tekstil firması faaliyet göstermekte ve bu firmalar, yüksek üretim kapasitesi ile dikkat çekmektedir. Yıllık 12 milyon ton tekstil üretimi ile Türkiye, dünya genelinde önemli bir üretim merkezi olarak kabul edilmektedir.

Yatırımlar ve Teknolojik Gelişmeler

Son yıllarda tekstil sektöründe yapılan yatırımlar, üretim teknolojisinin yenilenmesi ve modernizasyonu yönünde olmuştur. 2022 yılında sektöre yapılan yatırım miktarı 2 milyar doların üzerindedir. Bu yatırımlar, özellikle dijital dönüşüm, otomasyon ve sürdürülebilir üretim teknolojileri üzerine yoğunlaşmıştır. Akıllı tekstiller, geri dönüştürülebilir materyaller

ve enerji verimliliği sağlayan üretim süreçleri, sektörün gelecekteki rekabet gücünü artırmaktadır.

Sürdürülebilirlik ve Çevresel Etkiler

Sürdürülebilirlik, tekstil sektöründe giderek daha önemli bir konu haline gelmektedir. Türkiye, Avrupa Yeşil Mutabakatına uyum sağlamak için çeşitli adımlar atmaktadır. Tekstil sektörü, su ve enerji tüketiminin azaltılması, kimyasal kullanımının kontrol altına alınması ve atık yönetimi konularında çalışmalar yürütmektedir. 2022 yılında, Türkiye'deki tekstil firmalarının %30'u sürdürülebilirlik sertifikalarına sahip olmuştur ve bu oran her geçen yıl artmaktadır.

Pazarlama ve Tüketici Eğilimleri

Tüketici eğilimleri, tekstil sektöründe önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye'de moda ve hazır giyim ürünlerine olan talep, özellikle genç nüfusun etkisiyle artmaktadır. Online alışverişin yaygınlaşması, tekstil ürünlerine erişimi kolaylaştırmış ve sektörün büyümesine katkı sağlamıştır. 2022 yılında Türkiye'de tekstil ve hazır giyim online satışları, toplam perakende satışların %20'sini oluşturmuştur.

Türkiye'nin tekstil sektörü, güçlü ihracat performansı, geniş üretim kapasitesi ve yüksek istihdam potansiyeli ile ekonominin lokomotiflerinden biridir. Teknolojik yatırımlar ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlar, sektörün gelecekteki rekabet gücünü artıracak önemli faktörlerdir. Ancak, küresel pazarlardaki rekabet ve çevresel sürdürülebilirlik gibi konular, sektörün dikkatle yönetilmesi gereken alanları arasında yer almaktadır. Türkiye, bu alanlardaki stratejik adımları ile tekstil sektöründe liderliğini sürdürmeye devam edecektir.

Türkiye'de Tekstil Sektöründe Kadın İstihdamı

Türkiye, dünyanın en büyük tekstil ve hazır giyim üreticilerinden biri olarak, özellikle Avrupa pazarında önemli bir konuma sahiptir. Tekstil sektörü, ülkenin ihracat gelirlerinin büyük bir kısmını oluştururken, aynı zamanda geniş bir istihdam alanı yaratmaktadır. Bu sektör, kadın istihdamı açısından da büyük bir önem taşımaktadır.

Kadın İstihdamının Genel Görünümü

Türkiye’de genel iş gücü dağılımına bakıldığında, kadınların iş gücüne katılım oranı 2020 verilerine göre %34,4’tür. Bu oran, erkeklerin iş gücüne katılım oranı olan %72,3’ün oldukça altındadır. Ancak, tekstil sektörü, kadın istihdamının yoğun olduğu sektörlerden biridir. Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) verilerine göre, tekstil ve hazır giyim sektöründe kadın çalışan oranı %50’nin üzerindedir.

2015 yılında tekstil sektöründe çalışan kadın sayısı yaklaşık 500,000 iken, bu sayı 2020’de 600,000’in üzerine çıkmıştır. 2020 verilerine göre, tekstil ve hazır giyim sektörlerinde kadınların oranı %60’a ulaşmıştır. Bu artış, tekstil sektörünün kadın işgücüne olan bağımlılığını ve bu alanda kadınların istihdamının önemini göstermektedir.

Kadın istihdamının sektörel dağılımında da belirgin değişiklikler yaşanmıştır. Tarım sektöründeki kadın istihdamı azalırken, sanayi ve hizmet sektörlerindeki kadın istihdamı artış göstermiştir. Bu değişiklik, kadınların daha fazla sanayi kollarında ve özellikle tekstil sektöründe çalışmaya başladığını ortaya koymaktadır.

Bu veriler, Türkiye’de tekstil sektörünün kadınlar için önemli bir iş alanı olduğunu ve kadın istihdamının yıllar içinde arttığını açıkça göstermektedir. Kadınların ekonomik bağımsızlığını kazanması ve işgücüne katılımının artırılması, Türkiye’nin ekonomik gelişimi açısından büyük önem taşımaktadır.

Tekstil Sektöründe Kadınların Rolü

Tekstil sektörü, kadınların iş gücüne katılımını artıran önemli sektörlerden biridir. Sektördeki kadın çalışanların büyük bir kısmı, özellikle konfeksiyon ve hazır giyim alt sektörlerinde yer almaktadır. Bu sektörlerde kadın işçiler, genellikle dikim, ütüleme, paketleme ve kalite kontrol gibi operasyonel alanlarda yoğunlaşmaktadır.

İş Gücü Dağılımı: Tekstil sektöründe istihdam edilen kadınların büyük çoğunluğu işçi statüsünde çalışmaktadır. Özellikle konfeksiyon atölyelerinde çalışan kadınların oranı oldukça yüksektir.

Ücret ve Sosyal Haklar: Kadın çalışanların, erkek çalışanlara kıyasla daha düşük ücret aldığı ve sosyal haklar konusunda çeşitli sorunlarla karşılaştığı görülmektedir. Özellikle kayıt dışı

çalışmanın yaygın olduğu bu sektörde, kadın işçilerin sosyal güvenlik haklarından tam anlamıyla yararlanamadığı durumlar sıkça karşılaşılan bir sorundur.

Bölgesel Dağılım

Tekstil sektöründe kadın istihdamı, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde farklılık göstermektedir. Marmara Bölgesi, özellikle İstanbul ve çevresi, tekstil ve hazır giyim üretiminin yoğun olduğu bölgeler arasında yer alır. Ege Bölgesi'nde ise İzmir ve çevresi, kadın istihdamının yoğun olduğu diğer önemli bölgelerdendir. Bu bölgelerdeki kadın çalışan oranı, diğer bölgelere kıyasla daha yüksektir.

Sektörde Kadınların Karşılaştığı Zorluklar

Kadınlar, tekstil sektöründe çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır:

Kayıt Dışı Çalışma: Kayıt dışı çalışma, kadın işçilerin sosyal güvenlik haklarından mahrum kalmalarına neden olmaktadır.

Düşük Ücretler: Kadınlar, erkek işçilere kıyasla genellikle daha düşük ücretler almaktadır.

Uzun Çalışma Saatleri: Kadın işçiler, uzun ve esnek olmayan çalışma saatleri nedeniyle aile ve iş hayatı dengesini kurmakta zorlanmaktadır.

Çözüm Önerileri

Kadın istihdamını artırmak ve iyileştirmek için çeşitli çözüm önerileri bulunmaktadır:

Eğitim ve Beceri Gelişimi: Kadınların mesleki eğitim alması ve becerilerinin geliştirilmesi, iş gücü piyasasında rekabet edebilirliklerini artıracaktır.

Sosyal Güvenlik: Kadın işçilerin sosyal güvenlik haklarının güvence altına alınması ve kayıt dışı çalışmanın önlenmesi gerekmektedir.

Ücret Eşitliği: Cinsiyetler arası ücret eşitsizliğinin giderilmesi ve eşit işe eşit ücret politikalarının uygulanması önemlidir.

Esnek Çalışma Saatleri: Kadınların aile ve iş hayatı dengesini kurabilmesi için esnek çalışma saatleri ve yarı zamanlı çalışma imkanlarının artırılması gerekmektedir.

04-08/03/2024

Türkiye’de tekstil sektörü, kadın istihdamı açısından kritik bir öneme sahiptir. Kadınların bu sektörde daha fazla yer alması hem ekonomik kalkınma hem de toplumsal cinsiyet eşitliği açısından büyük bir kazançtır. Ancak, mevcut sorunların çözülmesi ve kadınların daha iyi çalışma koşullarına sahip olması için yapılacak düzenlemeler, sektörün sürdürülebilirliği açısından da gereklidir.

Türkiye’de tekstil sektöründe kadın istihdamına yönelik yapılan çalışmalar ve politikalar hem ekonomik büyümeye katkı sağlayacak hem de kadınların iş gücü piyasasında daha etkin bir rol almasını destekleyecektir.

5 Mart 2024 AÇILIŞ KONUŞMASI



Elif VARDAR SOLAK’ın Konuşması:

Kısaca bugüne gelmek istiyorum. Bugün, Doğu Otomotiv'den sayın Ebru Kantoğlu ve Bayraktar Holding'den Selin Şahiniz bizlerle olacak. Öğrenci kulüplerimizden, Quantum Dynamic Kulübünden Fatma Tuğçe Ulucan öğrenci temsilcimiz olarak sunumu yapıp öğrenci

04-08/03/2024

sorularını bizlere iletcek. Endüstri Mühendisliği Kulübümüz bugün için destek olan kulüplerimizden diğeri olacak. Ekonomi bölümümüzden Burak Buyun Hocamız bize raportör olarak eşlik edecek. Günün liderliğini yapmak üzere Ekonomi ve Politika Araştırmaları Merkezi'nin başındaki Doç. Dr. Ayfer Ustabaş'ı huzurlarınıza davet etmek istiyorum. Kendisinin sunumuyla ve konuşmalarıyla başlayacağız. Tekrar hoş geldiniz.

Doç. Dr. Ayfer USTABAŞ'ın Konuşması:

Değerli rektör yardımcım, değerli akademisyen arkadaşlarım ve çok değerli öğrencilerim, hepiniz hoşgeldiniz. Değerli konuklarım, bugünkü oturumumuza katıldığınız için size de çok teşekkür ediyorum.

Şimdi ben, burada hem akademisyen hem de sektörde uzun yıllar çalışmış, o sektörü bilen bir kadın çalışan olarak da yer alıyorum. 14 yıl otomotiv sektöründe çalıştım. Bu aşamada sektör konusunda oldukça tecrübeli olduğumu düşünüyorum. Ben bugüne açıkçası Atamız'ın şu sözüyle başlamak istiyorum: “Ey kahraman Türk kadını, sen yerde sürünmeye değil, omuzlar üzerinde göklere yükselmeye lâyıksın.” Bu o kadar anlamlı, o kadar güzel bir söz ki. Aslında her şeyi çok güzel özetliyor.

Atamız tüm dünyaya örnek olacak adımlarla kadına ve Türk kadınına yeni bir bakış açısı kazandırdı ve Cumhuriyet'in ilk yıllardan itibaren kadınların gerek siyasal gerek ekonomik hayatta yerini alabilmeleri için yasal birçok düzenlemenin yapılmasında öncü oldu. 1930 yılından itibaren önce belediye seçimlerine katılmak, daha sonra köylerde muhtar olmak, en sonunda da Milletvekili Seçme Seçilme Hakkı 5 Aralık 1934'te Anayasa ve Seçim Kanunu yapılan yasa değişikliğiyle tanımlandı. Bu kadınlarımızın seçme seçilme hakkını elde ettikten hemen sonra 1935 yılında gerçekleşen ilk seçimlerde Meclisteki 395 vekilden yüzde 18'inin kadınlardan oluştuğunu belirtmek isterim.

Şimdi İstinye Üniversitesi Ekonomi ve Politika Araştırmaları Merkezi olarak kadın iş gücünün artırılması bizi çok ilgilendiriyor. Çünkü araştırmalar gösteriyor ki kadınlarımız iş hayatına katıldıkça makro ve mikro olarak verimlilik artıyor. Ülkelerin ekonomileri büyüyor, şirketlerin

04-08/03/2024

verimliliği artıyor. Öte yandan, baktığımızda 80'li yıllar Türkiye'de ihracatın desteklendiği dönemlerdir ticaret politikaları olarak ve incelendiğinde ihracatta önemli bir artış görülmektedir. Ama kadın iş gücüne baktığımızda bu artış, gerek Cumhuriyet'in ilk yıllarında yapılan yasal düzenlemelerle, gerekse de 70'li yıllarda yapılan ihracatı teşvik politikalarının etkisi kadın iş gücüne yansımıyor maalesef. Kadınların toplam iş gücüne katılım oranı yüzde 33. Türkiye'de kadınların toplam işgücü içerisindeki payı, 1990 yılında yüzde 30 iken 2022 yılında yüzde 33'e yükselmiştir. Bu oran, AB ülkelerinde %42'den %46'ya, OECD ülkelerinde %41'den %46 seviyesine artış göstermiştir.

Türkiye'de kadınların işgücüne katılım oranı, eğitim seviyesi yükseldikçe artış gösterse de (TÜİK istatistiklerine göre, 2021 yılında okur-yazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %13, lise mezunu kadınların oranı %33, yükseköğretim mezunu kadınların oranı %68) şirketlerde üst düzey ve orta kademe yönetici pozisyonundaki kadın oranı 2012 yılında %14,4 iken 2021 yılında %20,7 olmuştur. TBMM'deki kadınların sandalye oranı 2011'de %14,4 iken 2022'de %17,3'e çıkmıştır.

Yine TÜİK'in araştırmasına göre, 2021 yılında hanehalkı ferdi tarafından yapılan ev işleri cinsiyete göre incelendiğinde, ev işlerini genellikle kadınların üstlendiği görülmüştür. Kadınlar en fazla %94,4 ile çocuk bakımı, %85,6 ile çamaşır ve bulaşık yıkama, %85,4 ile yemek yapma ve evin günlük toplanması ve temizlenmesi işlerini üstlenirken erkekler en fazla %74,1 ile aylık faturaların ödenmesi, %65,2 ile küçük bakım, onarım, tamir işlerini üstlenmiştir.

Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) kadınların ekonomik katılımı ve fırsatlar başlığı altında ülkeleri değerlendirdiği 2023 raporuna göre; Türkiye 144 ülke arasında 129. Sırada yer almaktadır. Kadınların erkeklerden daha az kazanç elde etmesi, cam tavan ve cinsiyet ayrımcılığı gibi tutumların devam etmesi halinde ise bu farkın daha da artması beklenmektedir. Cinsiyetler arası ücret farkı, Türkiye'de kadınların aleyhine %15,6 oranındadır. Yani bütün bunlar bize gösteriyor ki evet, ekonomik anlamda bir canlılık olsa dahi, kadınların işgücüne katılım oranında maalesef bir ilerleme göremiyoruz.

Kadınların erkeklerden daha az kazanması, cinsiyet ayrımcılığının devam etmesi halinde bu durumun daha da artması ve hatta düzelmesi için 130 yıl gerekiyor. Altı kırılma noktasına

baktığımızda Dünya Ekonomik Forumu raporunun neden ülkemizin puan kaybettiği göz önüne alındığında, kadınların temsil durumu mikro ve makro bazda düşük olduğunu görüyoruz.

2023 sonu itibarıyla, Sanayi sektörü Türkiye’de gayri safi yurt içi hasılanın yüzde 22’sini, istihdamın yüzde 20’sini oluşturuyor. Çalışan kadınların %17’si sanayii sektöründe çalışmayı seçmiş durumda ve sanayii sektöründeki toplam iş gücünün %23’ünü oluşturmakta. Son 30 yıllık dönemde Türkiye’de kadın işgücünün; Tarım sektöründen sanayi sektörüne (1991- %8, 2023- %17) ve Hizmetler sektörlerine (1991- %14, 2014- %63) çok önemli oranda geçiş yaptığı görülmektedir. Sanayi sektöründe yönetici konumundaki kadın oranı 2012’de %10,2 iken 2022’de sadece %15’e çıkmıştır. Kadın istihdamında en başarılı sektörler ise eğitim ve bankacılıktır.

Otomotiv sektörü kadın istihdamında yüzde 2 ile oldukça zayıf bir pozisyonda bulunmakta ve kadın lider eksikliği önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de kadın işgücü oranı AB ve OECD ülkelerine göre oldukça düşüktür. Çalışan kadınlarımız ise ücret, sunulan fırsatlar ve yönetimde temsil anlamında cinsiyet eşitsizliği ile karşı karşıyadır.

Türkiye’de sanayileşmenin, şehirleşmenin ve hizmet sektörünün faaliyetlerinin artması gibi faktörler sonucunda, kadın işgücünün tarım sektöründen sanayi ve özellikle hizmetler sektörüne geçişi dikkat çekmektedir. Türkiye’de sanayi sektöründe kadın istihdamı 1990’lu yıllara göre 2010’lu ve 2020’li yıllarda artmasına rağmen, bu artış sektörün Türkiye’deki önemi ile aynı oranda gelişme kaydetmemiştir. Sanayi sektörü ve otomotiv sektörü, genel olarak “erkek egemen” sektörlerden biri olarak görülmektedir.

Evrensel olarak ataerkil toplumsal normların biçtiği erkeğin gölgesinde ikinci kişi rolüne sahip olan ve iş yaşamına dahil olmakla görev ve sorumlulukları artan kadının hizmet sektöründe daha fazla yer bulduğu görülmektedir. İş hayatındaki kadınların farklı rolleri nedeniyle çok yönlü sorumluluklar ve sorunlar altında kalması iş-aile yaşamı dengesinde çatışma yaşamasına yol açmaktadır.

Çalışan kadınların en önemli sorunlarından biri de cinsiyet ayrımcılık ve duygusal şiddet sorunudur. Pek çok kadının bu tarz sorunlara maruz kalma riski nedeniyle işgücüne katılımları engellenmektedir.

04-08/03/2024

Dünyada ve ülkemizde yapılan birçok çalışmanın ortak sonucu kadınların ekonomik hayattaki varlıklarının hem yaratılan değerler zincirinde hem de elde edilen kazançlar üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermektedir. Kadınların ekonomik hayata erkeklerle eşit katılımının sağlanması, şu anda olduğu gibi gelecekte de ülkemizin en önemli meselelerinden biri olmaya devam edecektir.

Otomotiv Sektörü Uzman Selin ŞAHİNİZ'in Konuşması:

Kurumsal çalışma hayatım süresince Renault- Mais, Mercedes-Benz, Renault-Trucks, Citroën, DS Automobile, Infiniti, Subaru gibi global otomobil markalarının halkla ilişkiler, pazarlama ve reklam faaliyetlerini ve eş zamanlı olarak Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite Derneği'nin İletişim Komitesi Başkanlığını yürüttüm. Bugün çeşitli otomotiv şirketlerine kurumsal İletişim danışmanlığı sunuyorum ve doktora eğitimimi sürdürüyorum.

Otomotiv sektöründe cinsiyetler arası ücret farkı Türkiye'de kadınların aleyhine %15,6 oranındadır. Bu farkın ana nedenlerinden biri, kadınların yoğunlukta olduğu iş birimlerinin genellikle eforu yüksek olup ücreti düşük olan sektörlerden (bakım, hizmet, vb.) oluşmasıdır. Ayrıca bu ücret farkı; cam tavan ve sosyokültürel nedenler yüzünden kadın çalışanların erkek çalışanlarla aynı değerde iş yapmasına rağmen terfi alamamasından ve kadınların üst kademelerdeki temsiliyet oranının az olmasından kaynaklanmaktadır.

Yapılan araştırmalar, kadınların karar alma süreçlerine farklı perspektifler getirdiklerini, kurumsal yönetimin dengesine katkı sağladıkları, daha fazla ticari kazanç ve finansal performansta önemli ölçüde artış sağladıklarını ortaya koymaktadır. Kadın-erkek eşitliğine duyarlı olan şirketlerde işe devam sürelerinin ve çalışanların işe bağlılıklarının uzadığı, işten aldıkları tatminin arttığı görülmektedir.

Kadın İstihdamında en başarılı sektörler Eğitim ve Bankacılıktır. Otomotiv sektörü kadın istihdamında %2 ile oldukça zayıf bir pozisyonda bulunmakta ve kadın lider eksikliği önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Eşitsizlikler mevcut durumdaki gibi gittiği takdirde dünya çapında cinsiyet farkının kapatılmasının 135 yıl süreceği belirtilmektedir.

Maalesef, mavi yakalı pozisyonlarda kadın çalışan sayımız hala çok düşüktür. Sektördeki cinsiyet eşitsizliği ile mücadele ederken, aynı zamanda kadınların daha çok yönetici

04-08/03/2024

pozisyonunda yer almasını sağlamak için çaba göstermekteyiz. Son yıllarda uluslararası markaların kadın liderleri öne çıkarmaya başlaması umut verici olsa da CEO seviyesinde kadın lider sayısının hala çok az olması üzücüdür.

Otomotiv sektöründe mavi yakalı kadın çalışanların artırılmasının sektöre verimlilik anlamında büyük bir avantaj sağlayacağı öngörülmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle yüksek fiziksel emek isteyen işler azalmakta, bu da üretimde mavi yakalı kadınlar için bir fırsat yaratmaktadır. Hem üretimde hem de yetkili satıcıların servis bölümlerinde mavi yakalı personel ihtiyacı artmaktadır ve burada kadınlar için önemli bir fırsat bulunmaktadır.

Dijitalleşmenin getirdiği kolaylıklar sayesinde evden çalışma imkanlarının artmasıyla beyaz yakalı kadınlar için de hem üretimde hem de perakende tarafında önemli fırsatlar ortaya çıkmaktadır.

Kadınların otomotiv sektörüne katılımını artırmak, sadece cinsiyet eşitliliğini sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda sektörün genel verimliliğine ve yaratıcılığına da katkıda bulunacaktır. Yetenek krizinin yaşandığı bu dönemde, kadınların meslek seçimlerinde daha cesur olmalarını ve mühendislik gibi alanlarda kariyer yapmalarını özellikle teşvik ediyoruz. Kadınların girmesiyle değişen her iş alanı, genel olarak daha yenilikçi ve kapsayıcı hale gelmektedir.

Eğitim seviyesi yüksek kadın çalışanlarımızın %57'sinin, sektördeki zorluklara rağmen önemli başarılarla imza attığını görmekteyiz. Kadınların üst yönetimde daha fazla yer alması gerektiğine inanıyoruz. Bu, sadece adil bir temsil sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda sektördeki karar alma süreçlerine çeşitli perspektiflerin dahil edilmesini sağlayacaktır.

Kadınların kariyer yolculuğunda karşılaştığı en büyük engellerden biri cam tavan sendromudur. Bu, kadınların belirli bir kariyer seviyesinin ötesine geçmekte zorlandıkları anlamına gelmektedir. Ayrıca, iş yerindeki mikro ayrımcılıklar ve cinsiyet üzerine kurulu önyargılar kadınların profesyonel ilerlemelerini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu tür davranışlar, genellikle açıkça görülmez ancak kadınların iş yerindeki deneyimlerini ciddi şekilde etkilemektedir.

04-08/03/2024

İş yerlerinde kadınlara yönelik daha saygılı ve kapsayıcı bir ortamın oluşturulması gerekmektedir. Erkeklerin de bu süreçte aktif roller alarak, kadın meslektaşlarına karşı daha empatik ve destekleyici olmaları ve evde ev işi ve çocuk bakımında iş bölümü yapıp kendi üzerlerine düşen payı sahiplenmeleri büyük önem taşımaktadır. İş yerlerinde cinsiyet eşitliğinin sağlanması, sadece kadınlar için değil, tüm çalışanlar için daha adil ve verimli bir çalışma ortamı yaratılmasına yardımcı olacaktır.

Otomotiv Sektörü Uzman Ebru KANTOĞLU'nun Konuşması:

2005 yılında Doğu Otomotiv'le çalışmaya başladım ve Volkswagen markasında çeşitli görevler üstlendim. Reklam, halkla ilişkiler ve bayi iletişimi gibi konularda sorumluluk aldım. Ticari araçlar ve diğer konular üzerine çalışmalarım devam etti. Bu süreçte, erkeklerin ağırlıklı olarak katıldığı toplantılar ve organizasyonlar benim sorumluluğumda idi. Sektörün bu yüzünü de gözlemleyerek, emekli olduktan sonra bu deneyimleri bir kitapta toplamayı düşünüyorum.

Görevim nedeniyle, her organizasyonun arka planını ayrıntılı şekilde bilmek gerekiyordu. Bu dönemde birçok ödül kazandık ve oldukça hareketli bir kariyer süreci geçirdim. Otomotiv sektöründe, özellikle Doğu Otomotiv'de çalıştığım dönemde, şirketin Türkiye pazarında önemli başarılar elde ettiği bir döneme tanıklık ettim. Volkswagen, tasarım ve model anlamında büyüyerek pazarı domine etti.

Çalışma Örgütü'nün verilerine göre, kadın istihdamı konusunda şu istatistikler mevcut. Hem Sanayide, özellikle Soğuk Savaş sonrası, 80'lerden sonra, Rusya'nın açılımından sonra, genelde kadınlar hizmet sektöründe iş bulma eğilimindeyken, erkek işleri diye tabir edilen bazı sektörlerde iş gücünde azalmalar görülüyor. Bunun nedeni, süregelen savaşlar ve politik nedenlerden dolayı, erkek iş gücünün azalmasından dolayı kadınların iş gücüne girmesi, ancak bu seviyede kalmasından dolayı kadınların tekrar hizmet sektörüne doğru yönlendirilmesi. Türkiye olarak maalesef hep 129. sıradayız. Kendi bölgemizde de son sıradayız, Kazakistan, Ermenistan, Kırgızistan gibi ülkelerin arasında kadın-erkek eşitsizliğinde kendi bölgemizde son sırayı alıyoruz.

Kadınlar iş gücüne eşit katılım sağlamıyor, çünkü nüfus olarak eşit olmalarına rağmen kadınlar genellikle erkek meslektaşlarından daha az kazanıyorlar. Ev işlerine katkıları göz ardı ediliyor

04-08/03/2024

ve özellikle öğretmenlik, iletişim gibi alanlarda kadınlar daha çok tercih ediliyor. Kadınların iş gücüne katılımı yüksek eğitim seviyeleriyle artarken, genellikle çocuk sahibi olduktan sonra azalıyor.

Otomotiv sektörüne bakıldığında, kadınların satın alma kararlarının büyük bir kısmını etkilediği, ancak sektörde kadın çalışan oranının düşük olduğu görülüyor. Kadın-erkek çalışan oranı konusunda Avrupa'nın yasalarına uyum sağlamak zorunda olan şirketler, kadın istihdamını artırmak zorundalar.

Şirketlerin iş gücünde cinsiyet ayrımcılığı yerine çeşitliliği teşvik etmeleri önemli. Kadınların iş gücüne katılımını artırmak için şirketlerin hedeflerini, stratejilerini ve politikalarını gözden geçirmeleri gerekiyor.

Otomotiv sektörü, teknoloji ve inovasyon konusunda büyük bir potansiyele sahip. Bu sektörde eğitim ve iş gücüne ihtiyaç var. Pandemi sonrası iş yaşamında değişiklikler görülüyor ve hibrit çalışma modelleri yaygınlaşıyor. Kadınlar için rol modeller ve topluluk platformları önemli bir avantaj sağlıyor.

Evlilik oranları düşerken, tek başına yaşayanların sayısında artış görülüyor ve geleneksel aile yapısı değişiyor. Şirketlerin kadın istihdamını artırmak için çeşitli önlemler alması gerekiyor, bu da uluslararası standartlara uyum sağlamayı gerektiriyor.

Doğuş Otomatik olarak, kadın istihdamını artırmak ve cinsiyet eşitliğini sağlamak için çeşitli adımlar atıyoruz. Kadın çalışan oranını artırmak ve kadınların üst yönetimde daha fazla yer almasını sağlamak için çaba sarf ediyoruz. Bu, sadece yasal bir zorunluluk değil, aynı zamanda ekonomik ve sosyal bir gereklilik.

2017 yılı itibariyle, şirketin kurumsal iletişim tarafında görev almaya başladım. Marka iletişimi, etkinlik yönetimi ve lider iletişimi gibi alanlarda çalışmalar yaptım. Ayrıca, sürdürülebilirlik konuları üzerine yoğunlaştım ve bu alandaki çalışmalarına devam etmekteyim. Otomotiv sektörü, teknolojik inovasyonların öncüsü olarak karşımıza çıkmakta ve bu da sektörü dinamik bir hale getirmektedir.

Otomotiv sektörünün iş gücü yapısı ve istihdam olanakları üzerine düşündüğümde, kadın ve erkek ayrımı yapmadan, herkes için eşit fırsatlar yaratılması gerektiğine inanıyorum. Özellikle kadın iş gücünün önemi gün geçtikçe artmakta ve bu alanda yapılan çalışmalar, sektörün

04-08/03/2024

sürdürülebilirliği için kritik öneme sahiptir. Çalışmalarımız, çeşitli projelerle desteklenmekte ve bu sayede hem sosyal hem de ekonomik anlamda pozitif katkılar sağlamayı amaçlamaktayız.

Şirket olarak, uluslararası standartlara uyum sağlamak, çevresel ve sosyal sorumluluklarımızı yerine getirmek ve etik bir iş yapısını korumak temel önceliklerimiz arasında yer almaktadır. Kadınların iş gücüne katılımını artırmak, çeşitliliği desteklemek ve eşitlikçi bir çalışma ortamı oluşturmak için çaba göstermekteyiz. Bu çabalar, şirketimizin sadece yerel değil, aynı zamanda uluslararası alanda da rekabetçi ve öncü bir rol üstlenmesine olanak tanımaktadır.

Sonuç olarak, otomotiv sektöründe sürdürülebilirlik, çeşitlilik ve eşitlik, şirket stratejilerimizin ve hedeflerimizin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu hedeflere ulaşmak için yapılan çalışmalar hem şirketimizin hem de toplumumuzun geleceği için büyük önem taşımaktadır. Bu yüzden, iş arayışında olanlar veya kariyerlerinde ilerlemek isteyenler için şirketimizin açıklamalarını ve politikalarını incelemelerini öneririm. Özellikle kadınlar için otomotiv sektörü hem zorluklarla hem de büyük fırsatlarla doludur. Bu fırsatları değerlendirerek hem kendileri için hem de sektör için değer yaratabilirler.

ISU Quantum Mühendislik Kulübü Öğrenci Temsilcisi Fatma Tuğçe ULUCAN'ın Sunumu:

Otomotiv sektörü, modern dünyanın en önemli endüstrilerinden biri olarak kabul edilir. Bu sektördeki ana ürünler arasında otomobiller, kamyonlar, otobüsler, motosikletler, traktörler ve diğer motorlu taşıtlar bulunmaktadır. Otomotiv endüstrisi genellikle büyük ölçekli üretim, karmaşık tedarik zinciri yönetimi ve sürekli teknolojik gelişim gibi özelliklere sahiptir. Ayrıca, çevre dostu ve yenilikçi teknolojilere odaklanarak sürekli olarak gelişen bir sektördür. Bu sektör, sadece araç üretimi ve satışı ile sınırlı kalmaz, aynı zamanda birçok alt sektörü de etkiler ve küresel ekonomi için kritik bir rol oynar. Kadınların otomotiv sektöründeki rolü ve etkisi giderek artmaktadır, ancak bu durumun altında yatan istatistikler ve veriler genellikle göz ardı edilir.

Otomotiv sektöründe kadınların istihdama katkısı, son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. Özellikle üretim hattında ve yönetim kademesinde kadın çalışanların sayısında belirgin bir artış

04-08/03/2024

gözlemlenmektedir. Birçok otomotiv şirketi, cinsiyet eşitliğini teşvik etmek ve kadınların iş gücüne katılımını artırmak amacıyla çeşitli politikalar ve programlar uygulamaktadır.

Örneğin, yapılan bir araştırmaya göre, Otomotiv sanayiindeki beyaz yakalılar içindeki kadın çalışan oranı son beş yılda %15'ten %25'e yükselmiştir. Bu, sektördeki kadın istihdamının Özellikle beyaz yakalılar açısından önemli ölçüde arttığını göstermektedir.

Kadınların otomotiv sektöründeki liderlik pozisyonlarındaki artış da dikkat çekicidir. Geleneksel olarak erkek egemen bir sektör olarak kabul edilen otomotiv endüstrisi, artık kadın liderlerin yükselişiyle dönüşmektedir. Birçok otomotiv şirketi, yönetim kademesinde kadın liderlere daha fazla fırsat sunmakta ve onların yeteneklerini değerlendirmektedir.

Örneğin, dünya genelindeki otomotiv şirketlerinin %60'ı, yönetim kademesinde en az bir kadın lider bulundurmayı hedeflemektedir. Bu, kadınların otomotiv sektöründeki liderlik pozisyonlarında daha fazla temsil edilmeleri için önemli bir adımdır.

Otomotiv sektöründeki teknolojik gelişmelerde kadınların katkısı da göz ardı edilmemelidir. Kadınlar, mühendislik, yazılım geliştirme ve yapay zekâ gibi alanlarda önemli çalışmalara imza atmaktadır. Özellikle elektrikli araçlar, otonom sürüş teknolojisi ve bağlantılı araç sistemleri gibi alanlarda kadınların etkisi giderek artmaktadır.

Bir başka istatistiksel veriye göre, otomotiv sektöründe çalışan kadın mühendislerin oranı son on yılda %10'dan %20'ye yükselmiştir. Bu, kadınların otomotiv sektöründeki teknolojik gelişmelere olan katkısının arttığını göstermektedir.

Kadınların tüketici pazarına etkisi de önemlidir ve otomotiv sektöründe markaların bu etkiyi göz önünde bulundurması gerekmektedir. Kadınlar, araç satın alma kararlarında etkili bir rol oynamakta ve birçok satın alma kararı kadınların tercihlerine göre şekillenmektedir.

Örneğin, yapılan bir ankete göre, otomobil satın alırken kadınların dikkat ettikleri başlıca faktörler arasında güvenlik, yakıt verimliliği ve iç mekân tasarımı bulunmaktadır. Bu nedenle, otomotiv şirketleri ürünlerini kadın tüketicilere yönelik olarak geliştirmekte ve pazarlama stratejilerini bu doğrultuda şekillendirmektedir.

04-08/03/2024

Kadınların otomotiv sektöründeki eğitim seviyesi ve kariyer gelişimi de dikkate değerdir. Son yıllarda, kadınların otomotiv alanında eğitim almaya ve kariyerlerini ilerletmeye daha fazla ilgi gösterdiği gözlemlenmektedir.

Örneğin, bir üniversitenin otomotiv mühendisliği bölümüne yapılan başvuruların %40'ı kadınlardan gelmektedir. Bu, kadınların otomotiv sektöründe eğitim almaya olan ilgisinin arttığını göstermektedir.

6 Mart 2024 AÇILIŞ KONUŞMASI

Elif VARDAR SOLAK'ın Konuşması:

Günaydınlar, günaydın Çarşamba, Çalıştay maratonumuzun 3. günündeyiz. Bizimle birlikte olduğunuz için çok heyecanlıyız ve çok mutluyuz. Bugün enerji konusunda konuşmalar ve soru cevap seansları yapacağız. Küçük bir sunum yapmak istiyorum. Öncelikle, bildiğiniz üzere iş birlikleriyle çalıştığımızı oluşturuyoruz. Üniversitemizin araştırma uygulama merkezlerinden biri sektöre uyumlu bir şekilde günümüze liderlik ediyor. Bugünkü merkez liderimiz Selen hocamızla birlikte.

Enerji ve sürdürülebilirlik tarafı ve kadın çalışmaları yaptığımız için toplumsal cinsiyet ve sürdürülebilirlik üzerine Selen Yanmaz hocamızdan destek alıyoruz. Bunun yanı sıra, bugün çok kıymetli bir konuşumuz var: Sayın Nagehan Fatma Göcek. Çok teşekkür ediyoruz bizimle birlikte olduğunuz için. Ayrıca öğrenci kulüplerimiz ve temsilcilerimiz de bizimle birlikte. Sevgili Eda Ses Enerji Mühendisler Kulübü'nü temsil ediyor.

Bununla birlikte, çalıştaylarımız bugün, yarın ve öbür gün devam edecek. Ama orada kalmayacak. Çalıştayıdaki bütün çıktılarını bir araya getirip güzel bir eser bırakmak istiyoruz. Bugün bize Mühendislik Fakültesinden Gamze Açar, araştırma görevlisi hocamız, raportör göreviyle yardımcı olacak. Herkese tekrar teşekkür ediyorum. Başta Rektör Yardımcısı Sayın Prof. Dr. Hatice Gülen hocama, bütün bu çalışmalarımıza verdikleri destek için teşekkür etmek

04-08/03/2024

istiyorum. Şimdi, Selen hocamı bugünkü çalışmayı yönetmesi ve kendi sunumlarını yapması için sahneye davet etmek istiyorum. Hoş geldiniz.

İSUGENDER Müdürü Dr. Öğr. Üyesi Selen YANMAZ'ın Sunumu

Teşekkür ederim. Hepiniz hoş geldiniz. Hatice Hocam, hoş geldiniz. Verdiğiniz destek için tekrar teşekkür ederiz. Bugün enerji sektörü üzerine konuşuyor olacağız.

Elif hocam birazcık bahsetti bugünkü akış hakkında. Ben sadece göstermek istedim. Kısaca, öncelikle ben bir sunum yapıyor olacağım. Daha sonra Nagehan Hanım bir sunum yapıyor olacak. Daha sonra Eda bir sunum yapıyor olacak. Enerji ve Mühendislik Kulübü'nü temsilen. Daha sonra da bir soru cevap kısmımız olacak. Sizden de soruları bekliyoruz. Eminim çok ilginç sorular soracaksınız. 2 gündür gerçekten çok güzel sorular geliyor öğrencilerden. Elif hocamın söylediği gibi Gamze hocamız da raportör olarak burada.

Şimdi, benim alanım sosyal bilimler olduğu için, sosyoloji olduğu için. Sosyoloji bölümü öğretim üyesi ve İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi dekan yardımcısıyım, merkez müdürlüğümün yanı sıra. Dolayısıyla biraz daha sosyal bilimler alanından değerlendireceğim konuyu; biraz daha farklı olacak, daha teknik, mühendislik alanından değil.

Biliyorsunuz, sürdürülebilirlik nedir dediğimiz zaman, aslında buradaki amaç daha iyi, daha eşit, daha sağlıklı, yani daha sürdürülebilir bir dünya yaratmak, yaşamlar yaratmak diye görüyoruz ve Birleşmiş Milletler de zaten bununla ilgili olarak 17 konu başlığı veriyor bize, çalışma alanı veriyor. Bunların arasında çok çeşitli alanlar var. Üretim tüketimden sürdürülebilir şehirlere, eşitsizliklerin azaltılması, karasal yaşam, sudaki yaşam. Burada bizim bugün ilgilendiğimiz 3 tane önemli başlık olacak. Eşitsizliklerin azaltılması biraz daha kapsamlı, birçok eşitsizliğe vurgu yapıyor. Ama asıl bizim odaklandığımız, tabi ki toplumsal cinsiyet eşitliği ve erişilebilir ve temiz enerji konularını konuşuyor olacağız. Ve hatta ikisinin arasındaki bağı da önemli bağı da konuşuyor olacağız. Dolayısıyla ben şuradan devam edeyim.

Biz sürdürülebilirlik nedir dediğimiz zaman, aslında sürdürülebilirliğin 3 E'sinden bahsediyoruz. Genelde hani çevre ile, doğayla ilgili gibi düşünüyoruz ama aslında böyle değil. Bu zaten Birleşmiş Milletler'in ortaya attığı çalışma alanlarına da yansıyor. Bunların arasında, ekoloji, ekonomi ve eşitlik, toplumsal eşitlikler var.

En çok atıfta bulunan sürdürülebilirlik tanımında sürdürülebilirlik, 1987 yılında yazılan “Ortak Geleceğimiz” adlı metinde, aynı zamanda Brundtland Raporu olarak da biliniyor, “bugünün gereksinimlerini ve isteklerini, gelecek kuşaklarınkini karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılayan kalkınma” olarak tanımlanıyor. En çok bu tanım atıf almış.

Sürdürülebilirliği biz tabi her zaman pozitif ve direkt olarak istenen bir şey olarak düşünme eğiliminde oluyoruz. Ama biz sosyal birimlerden, sosyolojik açıdan baktığımızda, aslında bu fikri birazcık sorguluyoruz. Yani sosyoloji için direkt olarak pozitif veya istenilen bir anlam taşımıyor. Bizim için daha karmaşık, daha belirsiz, daha yoruma açık, çelişkilerle dolu ve değişken bir tanımı var sürdürülebilirliğin. Özellikle sosyolojinin benimsediği eleştirel yaklaşımdan bakıldığında sürdürülebilirlik kavramının anlamında, toplumun alışkanlıkları ve güç ilişkileri üzerinden sorgulanarak nasıl bir düzenin sürdürülmeye çalışıldığı, sürdürülebilirlik adı altındaki politikaların hangi değerleri, hangi yaşayış biçimlerine ve hangi amaçlara bağlı olarak geliştirildiği, hangi pratiklerin sürdürülebilirliğinin sağlanmaya çalışıldığı, uygulanan politikaların hangi kimlik ve toplulukları nasıl etkilediği sorularını tartışmaya açıyoruz biz. Yani biz aslında nasıl bir sistemin, nasıl bir toplumsal düzenin devamının istendiğini sorguluyoruz. Dolayısıyla kavramın kendisini problematize ediyoruz ve önerilen uygulamaları da problematize ediyoruz. Kısaca var olanı sürdürülebilir kılmak değil, çeşitli alanlarda köklü değişimler yaparak sürdürülebilir toplumlar yaratılmasının altını çiziyoruz. Ve bugünkü duruma bakıldığında, tüm dünya toplumlarını içeren ve günümüzde toplumların doğa ve emek ile ilişkisini şekillendiren, ekonomik sistemden, kapitalist ekonomik sistemden, bu sistemin getirdiği üretim tüketim ilişkilerinden, bu sistemin yarattığı insani ve çevresel sorunlar ve ihtiyaçlardan, sistemsel eşitsizliklerden, insan merkezli ve kâr amaçlı bir yaklaşımdan ayrı düşünemiyoruz. Bu sürdürülebilirlik tartışmalarının aslında merkezinde kalan ekolojik kriz bu sistemin toplumsal ve bunun temelinde ekonomik inşası ile birebir ilişkilidir diyoruz. Bu anlamda da sürdürülemez olarak nitelendirilen yapılarının temeline bakmak, bu yapıların getirdiği “normal” ve “doğal” anlayışlarını ve toplumdaki iktidar ilişkilerini sorgulamak gerekiyor. Bu noktada, tabii ki toplumsal cinsiyet başta olmak üzere eşitsizlikleri ve aynı zamanda enerji konusu ile ilgili olarak da doğa ve onun kaynakları ile nasıl bir ilişki kurduğumuzu, enerjinin toplumsal yaşamdaki yerini çalışma konusu haline getirmek büyük önem kazanıyor. Bu açıdan da aslında sürdürülebilirliği sorguladığımız ve nasıl bir şeyi

sürdürmek istediğimize dair fikirlerimizi tartıştığımız bu çalıştay da önemli bir adım oluyor diye düşünüyorum.

Birazcık enerji ve toplum ilişkisinden bahsetmek istiyorum. Dediğim gibi, ben sosyal bilimler tarafından yaklaşıyorum. Burada toplumların aslında bir evrimini görüyoruz. Avcı toplayıcı toplumlardan başlayıp bugüne geldiğimizde, akıllı toplumlar içerisinde yaşıyoruz. Doğal ürünlerle haşır neşir olurken, endüstrileşme ile beraber seri üretim ürünleri ortaya çıkıyor. Ve şimdi bugünün teknolojileriyle akıllı bağlantılı ürünler ortaya çıkıyor. Ve tabii ki şöyle. Tarihin akışına baktığımızda, makineleşme, elektriğin yayılması, otomasyon, dijitalleşme, kişiselleşme şeklinde bir enerji ile ilişkiyle beraber toplumun ilerleyişini de görüyoruz. Enerjiyi anlamak ve enerjiyi tanımlamak ve enerjiyi tartışmak toplumları anlamak için çok önemli. Bunu şu şekilde düşünebiliriz: toplumsal olarak neler üretebildiğimiz, biraz geniş düşünelim istiyorum, neler tüketebildiğimiz, kimlerle nasıl iletişim kurabildiğimiz, nerelere ulaşım sağlayabildiğimiz, günlük rutinimiz içinde neler yapabildiğimiz, nasıl toplumlarda yaşadığımız, nasıl hayatlara sahip olduğumuz, hatta nasıl hayaller kurabildiğimiz, ne gibi yeniliklere imza atabildiğimiz, insanlık olarak nasıl ilerleyebildiğimiz enerji kaynaklarının varlığı ve bunları nasıl kullanabildiğimiz ile birebir ilişkili.

Ve kısaca, çok kısa bahsedeceğim, çok uzatmayacağım tarih kısmını, ama önemli olduğunu düşünüyorum. Enerji toplum ilişkisine baktığımız zaman, avcı toplayıcı toplumlara, yani bugünün toplumunu, modern toplumunu yaratan Endüstri Devrimi'nden önce 18. yüzyıldan önce baktığımızda, aslında biz yenilenebilir ve temiz enerji dediğimiz enerji kaynaklarını kullanıyoruz. Tabii ki, endüstri devrimi ile beraber. Bunları kullanma vaktimiz tarihte ve ne kadar miktarda kullandığımız değişiyor. Çok artıyor, fakat enerji, yenilenebilir enerji bizim aslında çok erken yani toplum yaşamının çok erken safhalarından itibaren bizim hayatımızın içerisinde, özellikle 18. yüzyılda, endüstri devrimini bu kadar önemli kılan şey aslında enerji açısından, toplumların değişimi açısından, özellikle bu dönemde insan ve hayvan kaynaklı enerjiden cansız enerjiye geçiş. Dolayısıyla, çok daha sürekli kullanılabilen çok daha büyük miktarlarda kullanılabilen enerjiye geçiş anlamı taşıyor. Bu da üretimde, ulaşımda, iletişimde, çok hızlı bir şekilde artışa yol açıyor ve çok hızlı bir şekilde toplumlar büyüyor, şehirleşme artıyor, endüstrileşme artıyor. Daha sonrasında düşük maliyetli otomobil ve elektriğin yaygınlaşması ile birlikte toplumun enerji kullanımını sonsuza dek değişiyor. Elektrik santralleri büyüyor. Büyük kömür santralleri, hidroelektrik barajlar kuruluyor. Enerji kullanımını hızla

04-08/03/2024

artıyor. Ve aslında bu noktada, enerjinin etkin kullanımı henüz bugün olduğu gibi bir endişe değil. Bugün olduğu kadar. 20. yüzyıl ortalarında nükleer enerji kullanımı başlıyor. Benzin kullanımı kontrolsüz bir şekilde artıyor. Arabalar, 1950ler ve 1960larda giderek daha büyük ve ağır hale geliyor. Az önce söylediğim gibi, aslında çok erken gördüğümüz rüzgâr enerjisi, güneş enerjisi gibi enerji kaynakları çok daha fazla kullanılmaya başlanıyor. Özellikle 1973'teki petrol krizinden sonra bu alana yatırımlar daha da artıyor. Daha yakın geçmişe baktığımızda da dijitalleşme ile makine öğrenmesi ve yapay zekâ dahil olmak üzere çeşitli teknolojik gelişmelerle enerji kullanımı da dönüşmeye başlıyor. Ve bugünün dünyasına baktığımızda toplumsal düzen, tüketim alışkanlıklarımız, hayat tarzı, standartlarımız ve enerji arasındaki bağın birçok politik çatışma dahil dünyanın birçok yerinde makro politikaları şekillendirdiğini, çevre ve iklimi değiştirerek yaşamlarımızı çok yakından etkilediğini görüyoruz. Ve enerjinin durumu aslında toplumsal cinsiyet eşitliği ile de çok yakından ilgili birazdan bahsedeceğim.

Bu sebeple, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden erişilebilir ve temiz enerjiye dikkat çekmek istiyorum. Burada da zaten Birleşmiş Milletler'in koyduğu hedeflere baktığımızda, bu başlık altında “modern enerjiye evrensel erişim,” “yenilenebilir enerjinin küresel payının arttırılması,” “enerji verimliliğindeki iyileşmenin iki katına çıkarılması,” “temiz enerji, araştırma teknoloji ve yatırımlarına erişimin desteklenmesi,” ve “gelişmekte olan ülkelere yönelik enerji hizmetlerinin genişletilmesi ve iyileştirilmesi” başlıkları yer almakta. Yani temiz enerji, bugün de konuşacağımız yenilenebilir enerjiyle, ilgili çağrılarda bulunuyor Birleşmiş Milletler.

Burada biraz, sürdürülebilir kalkınma amacı ve aslında bu bugünkü çalıştayımızın konusunu oluşturan 2 başlığın arasındaki ilişkiden birazcık bahsetmek istiyorum. “Erişilebilir ve temiz enerji” ve “toplumsal cinsiyet eşitliği” arasındaki erişilebilir ve temiz enerji hedeflerinin gerçekleştirilmesi, özellikle toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınların yaşamlarının iyileştirilmesi için temelde yer alıyor. Çünkü enerji yoksulluğundan en çok etkilenen kadınlar ve kız çocukları. Bununla ilgili birkaç bir şey söylemek istiyorum. Birkaç bilgi vermek istiyorum.

Gelişmekte olan birçok ülkede kadınlar enerji erişimiyle desteklenebilecek diğer ev işlerinin yanı sıra günde ortalama 1.4 saatlerini yakacak toplamak ve 4 saatlerini yemek pişirmek için

04-08/03/2024

harcıyorlar. Bu durum, onların eğitim ve istihdama erişimlerini kısıtlıyor. Çok sayıda araştırma, hanelerin elektrik aldıktan sonra, elektriğin kullanımına başladıktan sonra kadınların ev dışında iş bulma olasılığının %9 ila 23 puan daha yüksek olduğunu gösteriyor. Yani kadınların hayatlarını aslında çok temelden değiştiren bir şey enerjiye erişim. Yemek pişirmek için kirletici enerji kullanmak kadınları sağlık risklerine maruz bırakıyor. Elektrik eksikliği onların modern dünyada insana yakışır istihdam ve kültürel ve politik katılım için ön koşul olan yeni dijital teknolojilerden mahrum bırakıyor. Aynı zamanda işletmelerinde, eğer işletmeleri varsa veya çiftliklerinde üretkenliği azaltıyor. Bazıları bu faktörlerin, sonuçta kadınların üreme tercihlerini dolayısıyla demografik özelliklerini hatta gelecekteki karbon emisyonlarını etkileyebileceğini öne sürüyor.

Bir araştırmadan örnek vermek istiyorum. Nature Sustainability dergisinde, yakın zamanda yapılan bir araştırma odun ve kömür yakan sobaların yerine geçecek yeterli politikaların uygulanmasının Sahraaltı Afrika'da yılda en az 463.000 ölümü ve 66 milyar ABD doları tutarındaki sağlık harcamalarını önleyebileceğini tahmin ediyor. Dolayısıyla, enerji ve toplumsal cinsiyet eşitliği dediğimiz zaman, aslında çok, çok önemli, çok kritik bir ilişkiden bahsediyoruz. Biraz da en sonda zaten kadınların bu sektörde yer almasının kritik öneminden bahsedeceğim.

Biraz da toplumsal cinsiyet eşitliği veya eşitsizliğinden bahsetmek istiyorum. Tabii ki, tarih boyunca, kadınlar, ilk toplumlardan, yani avcı toplayıcı toplumlardan itibaren emekleriyle toplumda yer alıyorlar. Belki duymuşsunuzdur, avcı toplayıcı dediğimiz zaman. Eski araştırmalar daha çok erkeğin avcı, kadının toplayıcı olduğuna dikkat çekip böyle bir cinsiyete dayalı iş bölümünden bahseder. Fakat yakın zamanda baktığımız zaman, bunun aslında bu kadar siyah beyaz olmadığını görüyoruz. Yani kadınların avcılık, erkeklerin toplayıcılık yaptığına dair bulgular var. Ve bu toplumlarda, kadının statüsü gerçekten çok yüksek. Evet, cinsiyete dayalı bir iş bölümü var. Fakat, söz söyleme söz konusu olduğunda kadınlar daha eşitler tarihin gerisinde, geri kalanında gelen toplumlara göre ve, kapitalizmin gelmesiyle beraber yani Endüstri Devrimi sonrasında maalesef toplumsal cinsiyet eşitliğinin arttığını görüyoruz. Her ne kadar kadınlar iş gücüne katılmaya başlasalar da bu, aslında eşitliğin sağlanması için çok büyük adımlara yol açmıyor.

04-08/03/2024

Ve bugüne baktığımızda, özellikle hizmet sektöründe veya üretim sektöründe, özellikle Küresel Güney dediğimiz, eski sömürgelerin oluşturduğu Küresel Güney'deki ülkelerde, kadın emeğinin güvencesiz ve ucuz iş gücü olarak kullanıldığında görüyoruz. Ben biraz genel, olarak iş hayatındaki iş hayatını dışarıdan etkileyen ve iş hayatı içindeki eşitsizliği oluşturan faktörlerden bahsetmek istiyorum. Birincisi, iş hayatı dışında kadının iş hayatını etkileyen faktör arasında geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine dayalı iş dışı faktörler olarak değerlendirebileceğimiz, kadının özel alandaki hizmetlerin birinci sorumlusu olarak görülmesi. Yani geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri dediğimiz zaman, kadının erkeğe göre bakım veren, bakımdan birinci sorumlu kişi olarak görülmesi veya ev işlerinde birinci sorumlu kişi olarak görülmesi. Çocuk bakımı, hasta bakımı, yaşlı bakımı, bunların birinci sorumlusu olarak görülmesi. Bu durum, işverenlerde kadının işe bağlılığının daha az olduğu ve özel alandaki sorumlulukları sebebiyle mesai saati kavramının olmadığı ya da erkekler kadar olmadığı gibi bir algı yaratıyor. Bu da kadınların evlenmeleri veya çocuk sahibi olmaları durumunda işi bırakacaklarına ya da en azından ikinci plana atacaklarına dair bir ön yargı ile besleniyor. Bu da işverenlerin kadınlara yönelik işbaşı eğitimini desteklememeleri veya işe konsantre olamayacakları bahanesiyle kadınları daha üst, önemli pozisyonlara terfi ettirmemeleri gibi sonuçlara yol açıyor. Yani kadının, yerini ilk olarak evde olarak görmek. “Nasıl olsa işi ikinci plana atacak” gibi bir ön yargıya yol açıyor. Diğer bir faktör, kadınların hane gelirini sağlayan birincil aktör olarak görülmemesi. Yani, bir babaya veya bir kocaya, koca konumundaki bir erkeğe bağımlı olduğu ön yargısı dolayısıyla kadının kazandığı ücretin, kadının kazandığı maaşın ek gelir veya ikinci gelir olarak görülmesi durumu. Dolayısıyla bu iki faktör, kadının kolayca vazgeçilebilir, ucuz iş gücü desteği olarak kullanılabilmesine yol açıyor. Ve kadınlar, bu ikincil konumları sebebiyle çalışma alanının ve bu alandaki yasal güvencesizliğin nispeten görünmez olduğu ev eksenli, yevmiyeli, kayıtdışı ve/veya yarı zamanlı işlerde kendilerine daha çok yer bulmakta ve bu işlerde sigortasız ve güvencesiz çalıştırılmaktalar. Yani kısaca profesyonel alanın kadınlara erkekler kadar ait görülmemesi kadının eğitime ve daha sonrasında kadın çalışanların beşerî sermayesine yapılan yatırımı da düşürmekte ve kadının kariyerine erkekler kadar emek ve zaman harcamasının önünde bir engel oluşturmakta.

Üçüncü bir faktör. Kadınların zaman ve sorumluluklarını dengelemede yaşadığı zorluklar. Evet, geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri ve ön yargı dedik ama gerçekten de kadın, toplumda bakım veren durumunda veya özel alanda daha çok emek harcayan durumumda. Dolayısıyla

04-08/03/2024

da bu kadın için, yine tekrar bir dezavantaj yaratıyor. Çünkü özel alandaki sorumluluklarıyla, iş alanındaki sorumluluklarını, dengelemeye çalışıyorlar ve erkek meslektaşları ile de, bu durumda rekabet dezavantajlığında rekabet etmek zorunda kalıyorlar. Şimdi, iş alanı içindeki faktörlere baktığımızda da mesleki sektörel ayrışma, dikey ayrışma, cam tavan, toplumsal cinsiyete dayalı ücret eşitsizliği, cinsel ve psikolojik tacizden bahsedebiliriz. Çok fazla bahsedecek şey var. Mesleki sektörel ayrışma dediğimiz zaman, aslında kadınların ve erkeklerin çeşitli sektörlerde yoğunlaşmasından bahsediyoruz. Aynı şeyi çok uzatmak istemiyorum. Ayrıntı vermek istemiyorum ama, aynı şeyi aslında, üniversitedeki alan seçimlerinde de görebiliyoruz. Yani, kadınların belli fakültelerde bölümlerde yoğunlaşması, erkeklerin de belli fakültelerde yoğunlaşması veya bölümlerde yoğunlaşması. Bu tabii ki bir süre sonra mesleki sektörel ayrışmaya doğru ilerliyor. Burada da yine, geleneksel toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili bir şey var. Kadın daha çok şefkat, sabır gibi özelliklerle özdeşleştirildiği için erkek daha çok fiziksel güç, cesaret gibi özelliklerle özdeşleştirildiği için bunları çağrıştıran mesleklere bir yönelim oluyor, dolayısıyla kadınları biz daha çok mesela eğitim alanında, hizmet alanında, hemşirelik gibi mesleklerde görmeye başlıyoruz. Erkekleri de daha çok teknik alanlarda görmeye başlıyoruz. Ek olarak dikey ayrışma dediğimizde, aslında kadınların aynı sektör içerisinde de daha vasıfsız, daha düşük statülü, dolayısıyla düşük ücretli pozisyonlarda yoğunlaşması, erkeklere göre daha düşük pozisyonlarda yer almaları olarak tanımlanabilir. Ve kadınların üst düzey pozisyonlara gelmelerinde engel teşkil eden tüm bu koşullara da cam tavan adını veriyoruz. Yani orada bir tavan var, onu görmüyoruz. Camdan bir tavan. Ama orada ve bir engel yaratıyor. Elle tutulur bir şey olmamasına rağmen, toplumsal cinsiyete dayalı ücret eşitsizliğinden birazdan bahsedeceğim. Bir de sonuncuyu ekleyeyim. Bütün bunlara ek olarak, etkileşimsel düzeyde, yani her gün işe gittiğimizde daha iletişime ve ilişkilere baktığımızda iş alanında kadınların yaşadıkları sözlü taciz, duygusal taciz ve cinsiyet ayrımını içeren psikolojik taciz ve kadınların fikir ve emeklerinin erkek meslektaş ve üstleri tarafından hacedilmesi yani kendi fikirleri gibi sunulması gibi problemler kadınlar için iş ortamını daha da zorlaştırıyor. Türkiye'deki duruma bakmak istiyorum. Kadınların ekonomik katılım ve fırsatlar sıralamasına baktığımız zaman, dünyada, Küresel Toplumsal Cinsiyet Uçurumu raporuna göre 2023 yılında Türkiye 148 ülke arasından 133'üncü sırada yer alıyor. Yani çok parlak bir yerde değiliz. İş gücüne katılım oranına baktığımızda, Dünya Bankası

verilerine göre erkekler %77 kadınlar %31 oranında iş gücüne katılıyorlar. En üst düzey yöneticilerin kadın olduğu şirketlerin oranı %3,9.

Toplumsal cinsiyete dayalı ücret farkından bahsedeyim. Burada kastettiğimiz aslında, diğer bütün faktörler eşit tutulduğunda, yani harcanan emek, kariyer, işte, tecrübe vs. gibi sadece toplumsal cinsiyet farkından dolayı ortaya çıkan bir ücret farkından bahsediyoruz. Bu fark, Türkiye'de 2023 yılında %9,98. Yani %10 olarak hesaplanmış. Yine faktör ağırlıklı toplumsal cinsiyet ücret farkına bakıldığında, yani eğitim, yaş, çalışma saatleri, sektör ve resmiyet durumu gibi faktörler ele alındığında bu farkın daha da arttığını görüyoruz. 2018 yılında, %21.1'e kadar çıkıyor. Aynı zamanda çalışan anneler, kadının özel alana ait görülmesiyle ilgili olarak söyleyebiliriz. Çalışan anneler, çalışan ve anne olmayan kadınlara oranla %11 daha az kazanıyorlar. Çalışan anneler, çalışan babalardan ise %19 daha az kazanıyorlar. Buradaki farklar tamamen dediğim gibi, cinsiyete dayalı farklar. Diğer faktörler eşit tutulduğunda. Birkaç sayı da enerji sektörüyle ilgili vermek istiyorum. Dünyaya baktığımızda, enerji sektörü çalışan oranı kadınlar, %16, erkekler %84. Ve buradaki ücret farkı da %19. Türkiye'ye baktığımızda ise enerji sektör çalışan oranı aslında dünyadaki ile hemen hemen benzer, %15 gibi bir oran görüyoruz.

Burada aslında Enerji Sektöründe Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Raporu 2022 diye güzel bir araştırmaya denk geldim, araştırmamı yaparken. Burada enerji sektöründeki kadınlara soruyorlar, onların görüşü nedir, nasıl algılıyorlar. Oradan birkaç sonuç paylaşmak istiyorum. Yani kadınların oradaki kadınların tecrübelerine, kendi tecrübelerine dair.

Burada verdikleri cevap “Enerji sektöründeki çalışma ortamında cinsiyetin etkisi vardır.” Hepsini okumayacağım ama sunumdaki grafikte sadece kırmızı ve turuncuyla işaretleri yere bakarsanız, “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” diyenlerin oranı yarıdan fazla. Dolayısıyla cinsiyetin kesinlikle etkisi olduğunu düşünüyor enerji sektöründeki kadınlar.



“Enerji sektöründe çalışma ortamında cinsiyet ayrımcılığı vardır.” Yine aynı şekilde, yarıdan fazlasının bu ifadeye katıldığını görüyoruz.



“Enerji sektöründeki çalışma alanı saha mühendisi, ofis mühendisi gibi seçimini cinsiyete göre yaparlar.” Yine burada da yarıdan çok daha fazlasının bu ifadelere katıldığını görüyoruz. Yani o cinsiyet farklılığı yaşanıyor kadın çalışanlar arasında.

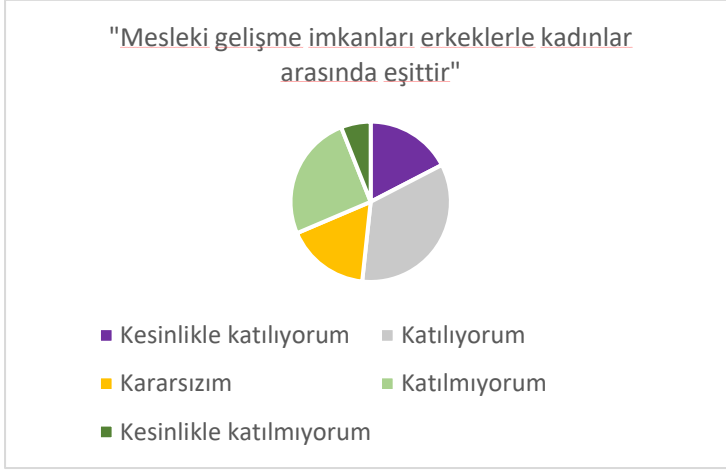


Diğer tarafta, biraz daha pozitif tarafa baktığımız zaman, “toplumsal cinsiyet eşitliği açısından eş, aile, diğer kişilerin cinsiyetime uygun olması beklentisi nedeniyle çalışma alanımı seçerken kısıtlandım.”



Büyük bir çoğunluğu kısıtlanmadığını söylüyor. Yani kadınlar yine, kendi istedikleri alanı ne olursa olsun seçiyorlar.

“Mesleki gelişme imkanları erkeklerle kadınlar arasında eşittir.” Yine büyük bir çoğunluğu buna inanıyor yani mesleki gelişim için bir fırsat görüyorlar. Bu da sizin için güzel bir veri olsun.



“Cinsiyet ayrımı yapılmaksızın fırsat eşitliği vardır.” Yine yarıdan fazlası bu ifadeye katılıyor. Dolayısıyla kadınlar bu sektörde kendilerine alan olduğunu ve ilerleme fırsatı olduğunu düşünüyorlar diyebiliriz.



Son olarak, yine küresel amaçların ortaklığından bahsetmek istiyorum. Neden enerji sektöründe. Özellikle temiz enerjinin yaygınlaştırılması ve özellikle de enerji sektöründe kadınların yer alması önemli. Yönetimlerinde kadınların olduğu şirketlerde sürdürülebilirliği daha fazla yatırım yapma eğiliminde olup enerji açısından daha verimli ve çevresel olarak daha sürdürülebilirdir. Bunlar benim mesajlarım değil. Bunlar Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan rapordan çıkarılan aslında dersler.

Kadın girişimciler iklim değişikliğini hafifletmeye yönelik birçok yeniliğin kaynağıdır. Yani çeşitli araştırmalara dayanarak bu dersleri çıkarıyoruz. Enerjiye erişim geliri arttıran ve yoksulluğu azaltabilen verimli kullanımlar yoluyla kadınların geçim kaynaklarının çeşitlendirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır.

04-08/03/2024

Bu kısmı çok önemli, enerji sektöründe, kadınların ve toplumsal cinsiyet dönüştürücü politikaların rolü yalnızca sürdürülebilir kalkınma hedefleri 5 ve 7 için değil, aynı zamanda iklim açısından adil bir gelecek inşa etmek için de hayati önem taşıyor.

Toplumsal cinsiyet eşitliği ile evrensel enerji erişim arasında bağlantılar, aynı zamanda iklim eylemi, sağlık, eğitim, gıda güvenliği ve temiz su ve sanitasyon için de büyük önem taşımakta. Yani diğer Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine de aslında katkıda bulunuyor, bu 2 hedef arasındaki bağı güçlü bir şekilde kurmak.

Son olarak, enerji sektöründe kadınların liderliği, istihdamın ve girişimciliği de hem toplumsal cinsiyet eşitliği hem de herkese sürdürülebilir enerjinin daha etkili bir şekilde sağlanması açısından hayati öneme sahip. Yani Birleşmiş Milletlerle yapılan çalışmalar vurguluyor ki enerji sektöründe kadınların yer alması, özellikle temiz enerji sektöründe kadınların yer alması, gerçekten toplumsal cinsiyet eşitliğinin gelişmesi ve kadınların enerjiye erişimi ve bu sayede hayatların iyileşmesi için çok büyük önem taşımakta. Dolayısıyla, bugünkü çalıştayımız da çok bütün kadınlar için toplumsal cinsiyet eşitliğini geliştirmek için önem arz ediyor diyebiliriz. Çok teşekkür ediyorum beni dinlediğiniz için.

--

Ben şimdi konuşumuzu takdim etmek istiyorum. Biraz kısa bir geçmişten bahsedeyim. Kendisi 1983 yılı İstanbul doğumlu. 2001-2010 yılları arasında, İstanbul Teknik Üniversitesi'nde elektronik mühendisliğinde lisans ve yüksek lisansını tamamladı. Öğrencilik ve hayatı boyunca da 16 yıl profesyonel lisansla voleybol oynadı. İlk olarak, aydınlatma sektöründe 2 yıl satış ve pazarlamada görev aldı. 2 yıl otomotiv sektöründe aile şirketine çalıştı ve 2011 yılında Siemens'te enerji sektöründe enerji sistemleri mühendisi olarak çalışmaya başladı. Yine Siemens'te enerji santrallerinin elektriksel yapılarının kurulumu ile ilgilenen bölümde proje yöneticisi olarak görev aldı. Daha sonra rüzgâr enerjisiyle tanıştı ve çok isteyerek rüzgâr enerjisi bölümü satış departmanına geçti. Rüzgâr enerjisinin Türkiye'de yükselişini yakaladıkları dönemde birçok projeye imza attı. 1000W Rüzgâr YEKA-1 ihalesini kazanan ekip içinde olduğu için hep çok gurur duyuyor. Öğrenmenin sürekliliğine inandığı için 2018 yılında Sabancı Üniversitesi'nde Executive MBA yapmaya başladı. Bitirdiğinde de şirket değişikliği yaparak General Electric (GE) Yenilenebilir Enerji bölümüne proje asistanı olarak geçti. Ve çalışmaya rüzgâr sektörüne devam etti. Yüzün üzerinde rüzgâr türbinin kurulum

04-08/03/2024

projesini başarıyla tamamladı. Ve şu anda Litvanyalı bir servis firması olan Solwinda-Gridinta'da satış müdürü olarak Avrupa'daki rüzgâr santralleri için servis ekipleri sağlıyor. Bunun yanında, öğrencilerimize ilham olması için bu kısmı da anlatmak istiyorum. Her zaman bir hobisi oldu. Sadece kariyerden bahsetmiyoruz. Voleybol hayatındaki disiplini kurmayı öğretti. Konuğumuz yoga hocalık eğitimi aldı. Zihinsel ve bedensel denge kurma pratiğini de yogaya borçluyum diye ifade ediyor. Dans etmeyi seviyor. Sabah yürüyüşlerini hiç aksatmıyor. İnsanlara destek olmayı sevdiği için de mentörlük programlarına devam ediyor. Son olarak, yüksek lisans yapmak gibi bir hedefi var. Evet, onu konuşuyorduk. Sosyal bilimler alanında dedi. Bende dedim ki Sosyoloji olsa ne güzel olur. Nagehan Hanım'ı buraya davet ediyorum. Çok teşekkür ederim.

Enerji Sektörü Uzman Nagehan Fatma GÖCEK'in Konuşması

Teşekkür ederim. Merhabalar herkese. Bu arada, burada olmak sizinle beraber olmak çok güzel. Bu arada üniversite ortamına, gelmek ve genç arkadaşlarımla, göz teması kuruyor olmak çok önemli. Burada online olarak dinleyenler de varmış. Kusura bakmasınlar ama anlara da buradan ulaşmaya çalışacağız, dokunmaya çalışacağız.

O kadar güzel bir sunum yaptı ki Selen hocanız ben de bir yerlerden ona referans gösterip hızlı ilerlemek istiyorum. Bir yerlerden de sektörle sizi bir bağlamak istiyorum. Çünkü, birçok farklı konuyu anlatmaya çalıştım. Size de dokunan bir şeyler olacağına inanıyorum. Biraz kulaklara su kaçırmak diyelim. Benim yapmak istediğimi.

İlk başta biraz da ben de sustainability'den bahsetmek istiyorum. Ama hızlıca yenilenebilir enerjiye geçeceğim. Açıkçası, sustainability konusunda doğal olarak bir ilgi alanı oluştu, çünkü çok fazla işin içerisindeyim. Şimdiye kadar %95 yenilenebilir enerji projelerinde çalıştım. İçerisinde bulundum. O takımların, proje takımlarının içerisinde yer aldım. Bence sustainability'nin tam olarak Türkçesi çocuğunun nasıl bulmasını istiyorsan, öyle bırak ya da onu hazırla gibi olabilir. Daha sonra şirketler bünyesinden, bakımından nasıl bakıldığını anlatacağım. Selen hocanızın da size bahsettiği gibi, 3 bacaklı bir sistem, sustainability, aslında çok girift ve çok yanlı yönü var. Yani ekonomi bunun sadece bir alanı. Çevre sadece bir alanı. Ve biz bunu, her yönüyle daha kapsayıcı, daha kucaklayıcı karşılamak durumundayız. Şirketler de bu Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını çok önemsiyorlar. Bence bir

04-08/03/2024

şirketin gerçekten kültürü nasıl, orada çalışmak istediğinizde size neler katabilir? Bunu en güzel gösteren sürdürülebilirlik raporları. Online’da hepsi de bulunuyor. Ve oradan açıp baktığınızda, aslında bunlardan hangilerini destekliyorlar, bunlar için hedefleri neler, ne hedefler koymuşlar kendilerine. Buradan görüp açıkçası, kendinizi daha iyi şirketlerle bağlayabilirsiniz. Çünkü, gerçekten bir yerde çalışmak, orada artık orayla evlenmek gibi, orayla kültürel bağı kurmak gibi bir şey. Ve bu bağı kurabildiğiniz yerlerle aslında gelişip dönüşebiliyorsunuz.

Çok kötü bir senaryo çizmek istemiyorum ama maalesef geçen sene Kasım ayında 8 milyarı geçtik. Ben doğduğumda 5 milyarmışız. Yani, şimdi düşünün, bir çocuk doğduğunda 40 yaşlarına geldiğinde, dünya, nüfusu nereye gidecek ve bu kadar hızlı bir şekilde hiçbir zamanda artmamıştı daha önce. Bir kere yönetmemiz gereken konulardan da biri bu olacak. Kısa dönemli uzun dönemde de küresel riskler var. Bununla ilgili hayat pahalılığını sadece biz yaşamıyoruz. Bütün ülkeler şu anda yaşıyorlar. İklim değişikliği ile baş etmemiz gerekiyor. Teknolojiyle uzun vadede daha çok hatta başa çıkıyor olmamız gerekecek. Doğal afetler de artacak, beklenen seviyelere göre. Ve bunlarla, eğer önlemimizi almazsak, bunlarla bizzat yüzleşmeye başlayacağız. Hedefler bir buçuk derece ama böyle gidersek, bunun kaç katı artacağını gösteren de bir grafik ekledim. Bir pandemi girdi işin içine. Dedik ne kadar da hava temiz. Daha oksijeni bol hale geldi ama bir girdi çıktı, sonra aynen devam ediyoruz şu anda hiçbir değişiklik yok ama. Ama bu da bir yerde şeyi de gösteriyor. Yani doğa da bir yerde, ben öyle hissediyorum bize bir uyarı verdi. Bir kendini korumak istiyor. Yani, bu korumayı daha gelişmiş ülkeler öncülüğünde yapıyoruz aslında yapmaya başladık. Avrupa’da işte. Kanada’da. Amerika’da daha çok güzel adımlar atılıyor. Bir de Green Deal yapıldı. Etki yani, başladı mı çalışmaya bilmiyorum ama hani bu Avrupa’da şu anda aktif olarak buna göre Avrupa ile olan ticareti, ekonomiyi geliştirecek bir Green Deal yapıldı. Her ülke, bir bununla ilgili bir söz veriyor. Bu resmi bir söz olmasa da bir bağlayıcılığı olmasa da 2050 planlarını herkes, karbon nötr duruma getirmek istiyor. Bir tek dünyada Surinam karbon negatif ülkeler arasında, maalesef. Çin, hele ki 2060 diyor. 2100’lere kadar çıkıyor. Bu dönüşümü yapmak gerçekten çok kolay olmayacak.

Bunu McKenzie’nin bir sustainability raporundan aldım. Bunun için 6 temel şeyi yapmamız gerektiğini söylüyorlar. Yani bir kere dünyaca bu devrime girişmemiz gerektiğini söylüyorlar. Çok ciddi bir yatırım da gerekiyor aynı zamanda. Yani 2050 ye kadar 275 trilyon dolarlık bir

04-08/03/2024

yatırımını yapmaya gönüllü de olmamız lazım. Bunları ülkeler bazında verebiliyor olmaları lazım.

Gayri safi yurtiçi hasılanın artırılması gerektiğini düşünüyorlar. Bu ne demek? Aslında yerli üretim demek, herkesin kendi içerisinde kendi problemini çözebilmesi demek. Tabii ki bazı şeyler var. Mesela, herkes her kaynağa ulaşamıyor. Bizim tribünlerde kullandığımız magnetler ve şeffaflıklar var. Mesela onların kaynağı Çin. Çin'den çoğunlukla dünyaya yayılıyor. Bu konuda Çin'e bir bağımlılık kalacaktır. Ama yine de bu konuları iyi yönetebiliyor olmak ve yerli üretimlere geçebiliyor olmak çok önemli. Ben biraz yerli üretimi vurgulayacağım bugün. Bu konuda da ciddi bir destek yapılması gerekiyor. Bu dönüşümü yaptıkça da yeni fırsatlar, yeni pazarlar ortaya çıkacak. Her çatımıza kendi rüzgâr panelimizi, güneş enerjisi panelimizi koydukça daha lokal üretimler yapacağız ve diğer çevre kaynaklara ihtiyacımız gitgide azalacak.

Bu 1,5 derece hedefi, yani dünya sıcaklığını 1,5 derece arttırma, maksimum o kadar arttırabiliriz, daha arttıramıyoruz. Hedefini gerçekleştirilmemizde bazı committment'lar veriliyor ama bunları çok bütünsel hem ekonomik hem sosyal hem iş hayatında hem endüstride hem de yaşam alanlarında bu dönüşüme gidilmesi gerekiyor. Türkiye tarafından baktığımda da ciddi anlamda elektrik üretiminde bir karbondioksit emisyonu olduğunu görüyorum. Şu 139 ton megaton karbondioksit ortaya çıkarıyoruz. Sonra endüstri, diğer 130'u endüstri, daha sonra transport diye geçiyor. Ben bunda çok şaşırımdım. Mesela daha yüksek olduğunu düşünüyordum ama sadece 84 yıllık 422 megatonluk bir karbondioksit negatif etkimiz var yeşil alanlarımızla. Bu da aslında şu ankilere ne kadar sahip çıkmamız gerektiğinin resmini de gösteriyor.

2053 emisyonu için böyle bir yine Türkiye'ye benzer bir grafik var. Bunu bir şekilde durdurmamız gerektiğiyle ilgili ciddi grafikler var. Biraz sinir bozabiliyor bence. Bu da asıl sürdürülebilirlik her şeyin ortasında gibi. Ben öyle hissediyorum biraz. Yani, her aldığımız kararda bunu bir temele koyabilirsek ki koymamız gerekecek, bunu bize zorunlu hale getirecek ve bu etkinlikleri de geliştirmemiz gerekecek. Bence en önemlisi dönüşüm ve değişim her zaman olacak. İnanın bundan önce 20 sene önce de vardı. Hiçbir şey aynı şekilde kalmıyor. Hiçbir şirket aynı şekilde kalmıyor. Organizasyonlar, şirket yöneticileri değişiyor. Eğitim sistemi değişiyor. Eğitim aldığımız, beslendiğiniz bütün kaynaklar değişiyor. Bu dönüşümü bir kere baştan kabul edip ve yarın buna daha hızlı adapte olmayı kendinize bir alışkanlık haline

04-08/03/2024

getirmeniz bu becerilerin en temeli olacak bence, liderlikte de teknolojiye adaptasyonda da hepsinde aktif öğrenmekte de daha sizi besleyen bu enerjiyi veren kısım olacak.

Çok güzel de bir araştırma yapmışlar. Yetenek sürdürülebilirliği kovalıyor aslında, bu demek. Amerika'da üniversite seçimlerinde sürdürülebilir hassasiyet ilk üçüncü sırada. Başvuracağı üniversitelerin bu konularda iyi yatırım yapıyor, destekliyor olması. Dediğim gibi, sürdürülebilirlik raporlarını incelediğinizde zaten şirketleri az çok görüyorsunuz. Ve artık sizden de bu talepler geliyor. Bu konuda iş imkanları da çok arttı. Son beş yılda %75 sürdürülebilirlikle ilgili yeni iş imkanları ortaya çıktı, ki bu da bundan sonra daha da artacağını gösteriyor. Sürdürülebilir analiz uzmanı ve yöneticisi gibi yeni iş imkanları iş rolleri ortaya çıktı.

Ben bugün böyle bir dediğim gibi, bir yerde size dokunmak istediğim için ve ilginizi çeken şeyleri de sizden duymak istediğim için bir kitap önerisiyle geldim. Net Pozitif, Paul Paulman'ın. Unilever'in eski CEO'sunun bir kitabı. Konuşmamın sonunda da bir arkadaşşıma hediye etmek istiyorum bunu. Konuyla ilgili ufak bir soru sorabiliriz, buna bir neden bulabiliriz. Paul Paulman'ın net pozitif diye tanımladığı şirket kavramı doğaya saygılı, iklim dostu, kucaklayıcı, istikrarlı bir yapı gösteriyor olması çok önemli. Bu kitap aslında şirketleri bütünsel bakarak daha hızlı hareket etmeye ve doğa ve toplumdaki aldıklarını onlara daha fazlasına hatta geri verecek bir sistem kurmaya teşvik ediyor. Kendisi de bunu uygulamış ve Unilever'in en yüksek gelir kazandığı dönemlere hatta yükselişine büyük katkı sağlamış biri. Açıkçası, ben Siemens'te çalışırken de hissettiğim oydu. Ve biz bu konuda sosyal sorumluluk projeleri yapıyorduk. Dönüşüm maalesef devletlerle olmuyor. Devletler, politikaya girmek istemem ama dönüşüm özel sektörle oluyor. Özel sektördeki büyük oyuncular bunu istediğinde dönüşüm gerçekleşiyor. Büyük firmalar çevreye duyarlı oldukça, net pozitif kendilerine amaç olarak belirledikçe, aslında toplumu olarak geliştireceğiz, çünkü bir finans oyununun içindeyiz ve piyasa her zaman belirleyici oluyor bu konuda.

Ve yenilenebilir enerjiye de adım atmak istiyorum. Ve enerji kaynakları nelerdir, bunlarla ilgili kısaca bahsetmek istiyorum. Yenilenebilir enerji neden önemli? Biz bu işte karbon emisyonlarını düşürüp daha temiz bir havaya, daha temiz çevre ve ekonomimizi daha iyi bir hale getirip daha yerli bir ekonomiye sahip olmak için yenilenebilir enerjinin desteğine çok ihtiyacımız var.

04-08/03/2024

Başta enerji kaynakları, güneş, rüzgâr, hidrolar, bioenerji, jeotermal ve dalga enerjisi. Markette yapılan araştırmaya göre şu anda 1.2 trilyon dolarlık bir market hacmi var. Bunun 2030'a kadar 2.4. Yani iki katına çıkması. Yani her sene %10 büyümesi bekleniyor. Bu geçen sene rüzgarla oluyor. Şimdi güneş çok revaçta. Ve yine tahminlere göre, 2050'ye kadar enerji üretimi yenilenebilir enerjiden ciddi bir artış gösterecek. Diğer enerji kaynaklarının da aşağı yukarı stabil kaldığını görüyoruz.

Güneş enerjisinden bahsedeceğim kısaca, bir fotovoltaik sistemle üretilen güneş enerjisi var. Bir de yoğunlaştırılmış aynalarla. Şu sistemde de ortada bir aynadan gelen ısı ve ışığı toplayan bir kule var. Bu kuledeki buhar türbini, buhar santrali gibi çalışan bir santralle enerji üretimi yapılıyor. Güneşin ısısını, ışığının kaynağını kullanıyoruz güneş enerjisinde. Teknolojik kısmına, teknik kısmına çok girmek istemiyorum. Hepsini kısaca bahsetmek istediğim için.

Şu anda kişi başına düşen kurulu güç açısından bakıldığında, Avrupa'da en iyi Hollanda. Neredeyse bütün çatılarda kendi güneş panellerini kurmuş durumdadır. Sonra Almanya, Danimarka diye devam ediyor. Biz de şu anda yükselişte ve devam ediyoruz yatırımlarımıza. Şu anda 96, dünyada 96.5 milyar dolarlık bir yatırım yapılmış 2023'te. Toplamda bunun 155 milyar dolara çıkması tahmin ediliyor 2028'de. Bu arada yakın bir gelecek zaten. Türkiye şu an 11.9, 12 giga watt seviyelerinde güneşteki bu son dönemde son 3 senelik dönemde çok ciddi iki katına çıktı. 6 giga watt'tan 12 giga watt'a çıktı.

Şu anki güneş enerjisindeki en büyük proje Konya'da kurulan Karapınar YEKA 1 GES. Kalyon ve Hanwha Q-Cells grubu işbirliği ile kurulmuş bir santral. Tasarım harikası bir kontrol binaları var bu arada ödül aldı. Inventörleri de genel elektrikten kullanıldı. Şu anda kurulumu tamamen bitti. 1000 küsur mega wattlık bir üretim yapan bir santralimiz var. Şu an Türkiye'nin en büyüğü. YEKA projeleri de devlet ihaleleri ile açılan projeler. Onlardan da bahsedeceğim. Ama bunlar daha da artacak ve daha büyük santraller kurmaya devam edeceğiz.

Güneşten rüzgâra geçiyorum şimdi. Rüzgârın da hem karasal hem de deniz üstü olarak kurulan 2 tipi var. Rüzgâr enerjisinde. Her bir türbin bir jeneratör ve kontrol binasına. Kontrol binasına her 1 jeneratörden üretilen elektrik gönderilip burada birleştirilip buradan da interconnected şebekeye çıkış yapıyor. Türbinler, türbinler güç bakımından ciddi. Son 3 senede çok yükseldi. 2, 3 megawattlar kuruyorken şimdi karasal 5, 6 megawattlar kurmaya başladık, tek bir türbinde; deniz üstünde de 12, 13 megawattlara kadar çıktı. En çok tabii dünyada ya ben hep Avrupa'yı

04-08/03/2024

daha çok almak istedim çünkü Çin ve Amerika da çok ciddi oyuncular ama Avrupa tarafına baktığımızda Danimarka bu işi önde götürüyor. Bunun bir nedeni var. Bunlar hiç boş şeyler değiller. 1907 yılında, Danimarka'da rüzgâr teknisyeni eğitimi açıyorlar ve bu eğitime kadınlı erkekli katılıyorlar. 1907 yılında yani. Zaten hani bir yandan da ülkede her yer esiyor hani. Doğal bir, “burası çok esiyor, biz de bunu değerlendirelim” demişler. Ama bununla ilgili çok önceden adım atmışlar ve bu işe çok önceden girmişler. Kuzey ülkeleri maalesef önde gidiyorlar bu konuda. Ama Almanya da aslında çok ciddi devam ediyor yatırımlarını yapmaya. 2030'a kadar tahminlerde %13'lük bir, global olarak %13'lük, her sene %10'luk bir artış öngörülüyor rüzgârda.

Yeni türbinler geliştikçe, kanat boyları uzadıkça, yani rüzgârdan daha çok enerji harvest ettikçe, onu yakaladıkça, ürettikçe bu artış daha da yükselecek. Ya teknolojik gelişmeler de tabi ki birbirini çok etkiliyor. Jeneratörlerin kapasitelerinin genişletilmesi, elektronik açıdan da desteklenmesi, Skada sistemlerinin türbinlere uyarlanması ve onların kontrol sistemlerinin artırılması da enerjiyi yükselten, enerjisini arttıran şeylerden biri. Türkiye olarak da. Ben 2011 yılında başladım rüzgâr sektörünün içerisinde yer almaya. O zaman 1.7 megawattı. Şu anda 11.8, 12 gigawattlara kadar ulaştı rüzgâr enerjisi. Yine aynı şeydeki gibi büyük projeler yapılıyor güneş ve rüzgârda. En büyük proje Soma RES, Manisa'da Polat Enerji'nin, 288 megawatt. Bu gördüğünüz türbinlerden 181 adet var bu alanda. Hepsi muhtemelen gözüküyor şu anda. Bu arada ciddi bir alana yayılıyor. Yani bazen ilk türbin ile son türbin arasında 50 kilometrelik bir mesafe bile olabiliyor. Bu ne demek? O santral için çalışan kişilerin yeri geldiğinde bir uçtan diğer uca gidebiliyor olması demek. Ve bu komple orası onların fabrikası demek. Yani o alanda çalışıyor olmaları demek. Bu arada, rüzgârda birinci öncelik yüksek yerlere kurulduğu için rüzgârı daha çok yakalamak amaçlı olduğu için genelde, ilk başta ilk istediğimiz şey yol ulaşımı sağlamak. Ciddi bir orada da bir inşaat mühendisliği altyapısı var. Önce inşaat mühendisleri giriyor sahalara. Önce yollar, yollar yapılıyor temeller yapılıyor. Temeller için de şöyle söyleyebilirim: görünmüyor, ama yerin altında böyle sekizgen örülmüş çelikler üzerine 8-10 katlı bir binanın, binada kullanılan beton dökümü yapılıyor ve türbin onun üzerine oturtuluyor. Bu çok aslında, yani bir yapı ama çok fazla etki altında kalan bir yapı. Değişik bir, birçok farklı yönden güce maruz kalıyor. Hem dönüyor hem rüzgâr çarpıyor hem de bir ağırlığı var. Yani farklı yönlerden gelen güçleri taşıyor olabilmesi için çok dirayetli olması gereken bir yapı rüzgâr türbini.

04-08/03/2024

YEKA'lardan bahsedeceğim. YEKA'lar. İlk rüzgâr YEKA'sı yapıldı. 2019'da 2018'de. Biz bu ihaleyi Siemens- Kalyon iş birliği ile kazanmıştık ekip olarak. 1000 mega wattlık aslında büyük projeler olarak veriliyor bunlar. Yarışmalar yapılıyor, bu yarışmalara başvurular değerlendiriliyor ve sonrasında sözleşme ve bu projeyi hayata geçirmek kalıyor geriye. Çok büyük projeler olduğu için öncelik finansman oluyor. Tabii ki onların finansmanların sağlanması oluyor. Rüzgâr türbinlerine finansman nasıl sağlanıyor dersiniz, rüzgâr türbininin en tepesindeki "nacelle" şu anda Türkiye'de üretilen bir parçası değil. İçerisinde jeneratörü ve elektronik aksamaları var. Bunlar Avrupa'dan üretiliyor geliyor. Ama biz kanadını ve kulesini üretiliyoruz Türkiye'de, İzmir'de. Avrupa kendi ürettiği kısımla ilgili düşük faizde, düşük faizli krediler veriyor. O yüzden de "nacelle" kısmı için şirketler Avrupa'dan, diğer Türkiye'de üretilen kısımları için de Türkiye'den krediler bulup çalışmalara başlayabiliyorlar. Tabii en önemli şey YEKA'dan önce biz lisans kovalıyorduk. Lisansı olan şirketler, lisansa sahip olan şirketler bu kurulumları yapabiliyordu. Şimdi bunları daha genişletip YEKA projeleri adı altına getirdiler ve parçalı olarak da YEKA projelerini birçok firma yarışmaya girip teklifte bulunabiliyor.

Diğer yenilenebilir kaynaklardan da bahsetmek istiyorum. Hidro bizim için, şimdiye kadar çok büyük kurulumlar yaptığımız, çok üretim üretimimizin ana damarlarından biri. Keban Barajı'nı görüyorsunuz burada. Türkiye'nin en büyük 3. Barajı, 1330 mega watt. Yani rüzgâr türbininin 5 mega watt olduğunu düşünürsek çok ciddi büyük bir enerji üretimi sağlıyor. Aslında Türkiye'ye baktığımızda bir doyuma ulaştığını görüyorsunuz. Artık daha küçük hidrolar yapılıyor. Büyük barajlar yapılmıyor. Yani 32 giga wattlık bir üretimimiz var Türkiye'de hidro enerjisinde. En büyüğü de Atatürk Barajı. O da 2.4 giga wattlık bir üretimi var. 8 tane 300 mega wattlık türbin de Şanlıurfa'da şu anda. Bizim enerjimizin ana damarlarından biri.

Biyoloji de diğer bir alan. Daha küçük enerjiler üretiliyor şu an biyoenerjide tabii ki, daha tarımsal kısımda kullanılabilir, atıklardan yapıldığı için. Onların lokalde oluşmaları, lokalde, yer bulmaları daha kolay aslında. Şu anda 2.2 mega wattlık, giga wattlık bir kurulum var ama bu da gösteriyor ki ciddi bir hızlı bir artış var burada da.

Jeotermalde de suyun altındaki, toprağın altındaki o sıcak buharı uygun koşullarda çıkarıp bir buhar türbiniyle enerji üretmek amacıyla kullandığımız bir enerji santrali. Bu da Germencik RES. Bu projenin 3. ve 4. fazında yer almıştım ben de elektriksel altyapısında. 1.7 gigawatta

04-08/03/2024

ulaştı şu anda Türkiye'de de jeotermaller ve Germencik'in bir resmini göstermek istedim. Santralin adı EFE, EFE RES. 7 farklı fazla inşa edildi ve toplam 260 mega wattlık. Tabii bunun için de bu bölge Aydın Germencik, çok uygun bir bölge. Daha bunu her yere kuramıyoruz. Ona ona uygun bir yere, olduğu yere kurulması gerekiyor. Toplamda 63 adet de jeotermal santralimiz bulunuyor.

Dalga enerjisine geçerse de dalgada ciddi bir potansiyel var. Şu anda Türkiye'de başlanmadı ama bir anlaşma imzalanmış, ben de bunu yeni öğrendim. 77 megawatt'lık bir İsraili bir firma ile Ordu Belediyesi arasında bir anlaşma imzalanmış ve tamamlandığında da dünyanın en büyük dalga enerji santrali olması planlanıyor. Ve bununla ilgili de potansiyeli olan İstanbul Boğazı'nın kuzeyi, Batı Karadeniz, Ege Denizi'nin güneybatı kıyıları bizim için iyi potansiyelli alanlar. Bunu kurmamız için.

Yeni trendlerden bahsedeceğim hemen. Bizde, bize göre yeni. Daha hiç offshore kurmadık. Deniz üstü rüzgâr türbini kurmadık ama bunun ihalesi, YEKA ihalesi çıktı henüz. Ama maalesef, daha bunlar için fiyatlar bile toplanamadı çünkü gerçekten çok büyük masraflar ve büyük yatırımlar isteyen bir türbin. Bu en önemli kısmı temeli aslında, çünkü en büyük maliyet kısmı ve teknolojik kısmın temellerinin yapılabiliyor olması. Artı, bu türbinlerin kıyıya yakın yerlerde üretilip, çünkü çok büyük kanatları var, karasaldaki gibiler değil yani. 100 metreye yakın şu bir kanadı, bir kanadı 100 metreye yakın kanatları var. Bunların kıyılarda üretilip gemilerle taşınması olabilmeli lazım. Henüz öyle bir gemimiz maalesef yok. Öyle bir üretim yapabilecek kıyıda bir limanımız da henüz inşa edilmedi. Ama bunların hepsi konuşulan, hepsi planlanan şeyler. Ciddi bir iş gücü sağlayacak. Bunun için Manisa ve Bandırma kısımları düşünülüyor özellikle. Bu kısımlarda bir liman kurulumu öncelikli olarak, sonra da bütün endüstriyel anlamda üretimlerinin yapılması planlanıyor. Bir video izletmek istiyorum. Ben çok seviyorum bu videoyu. Bu arada deniz üstü kurulumunu en çok yapan tabii ki kuzey ülkeleri. Çünkü deniz sığlık seviyeleri onların 5 metre ama bizim maalesef 30 metrelerden başlıyor. O yüzden de daha büyük temellere ihtiyacımız var. Temeller büyüdükçe rüzgâr türbini de büyüyebiliyor. Hatta temel teknolojileri de geliştikçe yeni türbinler kurmaya başlayacağız. En büyük şu anda Eyfel Kulesi kadar diyebiliriz. Deniz üstünde kurulan türbinlerin. Bu arada içlerinde yaşam alanları olan yerler. Helikopterle ulaşılabilen yapılar bunlar. Ciddi büyükler bu arada. Ve burada, buralarda çalışan teknisyenler de özel yetiştiriliyor. Tabii ki bu koşullarda çalışmak için özellikle, özel eğitimler alınıyor. Bir türbinin

04-08/03/2024

zaten bakımının, onarımın yapılması çok zor kısımlarından biri bence, kış şartlarında birçok türbine ulaşamayabiliyor. Dağ başlarında oldukları için. Daha sonra, yani arkadaşların ne aşamalarda çalıştıklarından bahsetmek için söylüyorum, gittiğinizde türbin içi sıcak bir yer değil. Böyle içinde kaloriferi yanan bir yer de değil. Ona göre ekipmanlarıyla sahaya ulaşım sağlayıp sonra da türbinin üzerine çıkıp kimi zaman tırmanıp kimi zaman içerisindeki liftle yukarıya çıkıp burada onarım bakım yapmak durumunda kalıyorlar. Hepsi çok değerli arkadaşların. Ben de şimdi o arkadaşları Avrupa'daki projelere, uygun projelerde bakım yapmaları için atıyorum açıkçası. Neredeyse bütün üreticileriyle çalışıyorum. Hepsiyle iletişim halindeyim. Bir yandan, bu konuyu öğrenirken de diğer yandan da servis hizmetiyle ilgili de ciddi yeni şeyler öğrenmeye başlıyorum kendi adıma. Türbin temeli projelerinde, bir de yüzen türbin temelleri aynı duba gibi, o büyük türbini bir dubayla denizinin üstüne tutacak teknolojiler de geliştirilmeye başlıyor. Bu da çok yeni bir teknoloji ve geliştirilen bir teknoloji.

Biz çok yeni hidrojeni konuşmaya başladık. Hidrojen de artık yakıt anlamında yenilenebilir bir yakıt olarak geçiyor. Hidrojen halinde bulunmuyor doğada, ayrıştırılması gerekiyor ama ayrıştırıldıktan sonra kullanımı yenilenebilir kısmına daha çok uyuyor. Dünyada bunun gitgide artacağını öngören araştırmalar var. Elektriğin ve hidrojenin kullanımı yakıt olarak %50 daha artacağı öngörülüyor. Hidrojen kullanımının 4 ile 6 katına çıkacağı araştırmalarda belirtiliyor ki daha gelişim aşamasında birçok kişi üzerinde çalışmaya başladı ama depolanması, ayrıştırılması, o teknolojilerin geliştirilmesi ama bunlar olacaktır yakın zamanda, önümüzdeki 10 senelik 20 senelik periyotta bunlarda, bu da yükselişe geçecek sektörlerden biri.

Bu benim çok ilgimi çekti, bu grafik. Mesela güneş panellerinin fiyatlandırılması, maliyetleri %50 düşmüş. Off shoredaki tribünler %30 düşmüş. Mesela batarya teknolojileri var. Birazdan bahsedeceğim, %42 düşmüş. Ve Avrupa'da ETS diye bir karbon fiyatı var. Avrupa ETS'i bu ama Kanada'da ve Amerika'da da var bildiğim kadarıyla. Şirketlere bazı karbon limitleri koyuyorlar. O karbon salınımını geçtiğinde bir ceza uyguluyorlar. Eğer ki siz geçmezseniz de bir ödülü oluyor. Bununla ilgili böyle bir karbon fiyatı belirlenmiş ve bu da gitgide artıyor. Yani hedeflenenin daha azına çekmek için şirketleri çok teşvik eden bir yöntem. Açıkçası, benim çok ilgimi çekti. Hidrojenin kullanılacağı sektörler de bu arada gitgide artacak. Ve neredeyse her yere girmeye başlayacak. Her sektöre. Enerji depolama sistemleri de şimdi çok konuşulan bir konu çünkü şimdi depolama lisansları verilmeye başlandı enerji alanında, rüzgâr ve güneş alanında, enerji lisanslamaları çıktı. Ne kadar depo alanı, depolayacak yeriniz varsa,

04-08/03/2024

o kadar türbin kurabiliyorsunuz. Ve çok ciddi bir başvuru oldu. 20 giga wattlık bir başvuru oldu. Ne kadarı gerçekleşir göreceğiz önümüzdeki günlerde. Ama şöyle söyleyeyim. Burada tabii ki batarya teknolojisinin de gelişmesi ki şu an Türkiye'de bir yatırım da yapıldı. Kontrolmatığın altında bir Pomega firması var Türkiye'de. Ankara'da bir fabrikaları var. Onu açtılar ve orada enerji depolamak için pil üretiyorlar. İçerisi şöyle, burada gözüktüğü gibi birbirine seri olarak bağlı bildiğiniz bataryalar. Şunu da bir konteynır büyüklüğü gibi düşünebilirsiniz. Böyle bir resmedilmiş enerji depolama alanı, bir konteynırın da yaklaşık olarak bir megawat saat depolayacağı, enerjiyi depolayacağı hesaplanıyor. Bu ne demek? Bir rüzgâr türbini 5 megawat, full güçte bir saat çalıştı ve 5 tane konteynera ihtiyacı var. Eğer o gücü şebekeye satmayacaksa depolamanın çok büyük avantajları olacak. Rüzgâr, elektrik fiyatının düşük olduğu zamanlarda üretim yaptığı, rüzgârda ve güneşte üretim yaptıkları enerjiyi bu alanlarda depolayıp yüksek olduğu zamanlarda satabilecek firmalar. Bu da gelişimin olduğu bir alan şu an henüz Pomega başlamadı bunları üretmeye ama çok yakın zamanda, bu yaz, önümüzdeki kış ayında bunların üretimine başlayacak. Bu arada Amerika'da da bir fabrikaları var. Onu açtılar yakın zamanda.

Selen hocanız çok güzel bahsetti. Benim araştırmalarım da aşağı yukarı aynı, kadının enerji sektöründeki yeri %25, çalışan, %25 oranlarında. Ve maalesef, yani %20 daha az kazanabiliyorlar. Ama enerji sektöründe bu oran, yani çalışan sayısı %32lere, yenilenebilirde %32lere çıkıyor. Ben İstanbul Teknik Üniversitesi'nde okurken 100 kişiydik. 10 kızdık. Yani %10 oradan hep hesaplıyorum. Yani, o %10luk kısım bir bayağı bir süre devam etti. O çalıştığım şirketlerde de departmanlarda da hep 1 ya da 2 kadın oluyordu, kadın çalışan oluyorduk. Bunun tabii ki artması en büyük isteğim, arzum, farklı sektörlerde de farklı enerji alanlarında da çalışması tabii ki kadının çok güzel. Bu arada, bulunduğumuz ortamı gerçekten değiştiriyoruz. Bu sadece, erkek olan ortamlardansa ortamların karışık olması gerçekten o ortamın enerjisini değiştiriyor. Evet, yine bir videom var. Değiştiriyor bu arada sahalarda gerçekten de böyle çalışıyoruz. Her türlü ekipmanımızı giyiyoruz. Baretini takmamış ama bütün iş sağlığı güvenliği ekipmanlarını giyip sahalara ulaşım yapıyoruz. Kar kış dinlemeden. Ve bu, Transport firmasından buldum bu videoyu ama şu anda Avrupa'da teknisyen olarak çalışan kadınların sayısı da çok artmış durumda. İlginiz alakanız varsa. Gerçekten sahada olmak çok keyifli bir şey. Yani, bu manzaralarla karşılaşabiliyorsunuz, sahada olduğunuz zaman, hani vahşi hayvanlar, işte zorlu koşullar. Evet, çok, bir yandan çok zor. Ama uygun

04-08/03/2024

koşullar kurularak, kadınlar da sahalarda çalışmaya başlıyorlar. Bu arada, gerçekten de sahaya gittiğimde, karşı yani, herkesin bakışı, çünkü genelde sahalarda erkekler çalışıyor iş sağlığı güvenliği haricinde. Çoğu şu anda Türkiye'de maalesef kadın teknisyen yok. Ama bildiğim kadarıyla Norveç, İzmir'de bunlarla ilgili bir eğitim yeri açtı. Ve şu anda üniversite öğrencileri oraya başvurup yazın orada biz bir ay staj yapıp, rüzgâr konusunda teknisyen ya da bu konuda uzman olarak yetişmek isteyebilir, istiyorlarsa oraya gidip eğitim alabiliyorlar. Valla sahada gerçekten ben gittiğimde, ofistekinden daha çok mutlu oluyorum, itiraf ediyorum. Çünkü tertemiz hava. Fiziksel bir şey yapıyorsunuz. Yaptığınız şeyi görüyorsunuz. Ortaya çıkıyor, orada dönüyor ya da dönmüyor neden dönmüyor diye yatırımcılar arayabiliyor. Valla, o yüzden de kâğıt üstünde, evet, çalışmak da çok keyifli. Ama eğer böyle bir ilginiz varsa, daha genç yaşlarda sahalarda yer almanızı tavsiye ederim proje ekipleri ile beraber.

Ve biraz da enerji sektöründeki rolden bahsetmek istiyorum. Hiç süremi takip edemedim. Ama mesela proje yöneticisi olarak yer aldım bu sektörde. Biraz kendimden örnek vereyim. Proje yöneticisi gerçekten çok böyle tam bir, erkesin ortasındaki bütün konulara hâkim. Bütün ekipleri, bütün insanların bir orkestra şefi gibi proje yönettiği hem yatırımcı kısmında hem şirket hem üst yönetim kısmında hem mühendislik ile olan ilişkilerde hem finansal kısımlarda birçok konuda projeye hâkim olması gereken kişi. Ticari proje yöneticisiyle beraber çalışıyor. Saha müdürleriyle beraber koordineli çalışıyor. Mühendislik ve iş sağlığı güvenliği uzmanlarıyla beraber projeyi yönetiyor. Ortaya çıkan şey çok güzel. Tam bir takım oyunu. Şeyi anlıyorsunuz zaten. Tek başınıza hiçbir şey yapamıyorsunuz. Her zaman iyi bir takıma ve o takımı da tek bir hedefe yönlendirecek o isteğe, arzuya ihtiyacınız var. Hedefleri doğru koymak çok, gerçekten önemli. Baştan belirlemek çok önemli. Ve bu bunun da en sonunda kutlamasını yapmak çok önemli. Yani, eğer başarılı olunduysa bunu kutlamak da gerekiyor. Bunu es geçmemek gerekiyor. Böyle hani bir sorunuz olursa diğer şeylerle ilgili onlara da cevap veririm. Diğer rollerle ilgili.

Bir kitap daha önerim var. Bu Murat Yeşildere'nin Eyvah CEO Doğuruyor diye bir kitabı. Ayrıca, podcastleri de var. Çok keyifle dinliyorum ve bana gerçekten çok enerji veriyor. Başarılı, bir yerlerde başarı elde etmiş kadınlarla Murat Hoca'nın konuşmaları bunlar. Bize Sabancı MBA'de dersi vermişti. Oradan tanıyorum kendisini. Aynı şekilde biraz sonra yine bir tane de bu kitaptan hediye etmek isterim bir arkadaşıma. Yani aslında toplumsal cinsiyet eşitliğinin her alana yayılması gerektiğini ama aslında önce bunu kendimizin kabul etmemiz

04-08/03/2024

gerektiğini bence, çünkü başaramayacağımız bir şey yok. Sadece istemek, gerçekten istemek, yani onu gerçekten istemek gerekiyor herhalde. Yani, ben de diyemem ki, şöyle gitti, böyle gitti. Tek bir yol haritası olduğunu düşünmüyorum herkese uygun. Herkesin yolu farklı. Ben bir yerde inanılmaz bir rüzgâr aşkıyla tutuşurken kendimi o bölümün içinde buldum. Ama dediğim gibi, siz de o tutkunuzun peşinden gittiğinizde kendinizi oralarda bulacaksınız, zaten inanıyorum buna. Bu arada bizi gerçekten çok güzel günler bekliyor. Hep beraber yapamayacağımız hiçbir şey olmadığını düşünüyorum. Birlikten kuvvet doğacak ve şu anda artık teknolojiyle de beraber bu daha çok insana yayılır hale gelecek. Geliyor da. Her şeye daha çabuk ve daha iyi bir şekilde ulaşabiliyoruz. En son Montaigne'nin bir lafı ile bitirmek istiyorum. Hedefi olmayan gemiye hiçbir rüzgâr fayda etmez. Sizin de hedefleriniz, enerjiniz bol olsun. Umarım bir şeyler kalır aklında ve ilerde bir çığır açar, bir yerlerde hatırlarsınız. Teşekkür ederim dinlediğiniz için.

Ah, şey yapalım mı? Bir soralım mı? Hani 2 soru, 2 soru soralım. Kitapları, kitapları verelim bence hazır çok da üstü soğumadan. Ben “Ne kaldı aklınızda sonundan” diye böyle bir soru sorayım. Kitaplar da böyle bir benden de ufak bir hediye olmuş olsun. YEKA ilgili aklında kalan var mı? YEKA neydi? İlk parmak kaldıran. Size söz vermek istiyorum. Hemen böyle aynı öğrencilerden. YEKA ne olabilir? Hah, evet. Açılımı ne olabilir? Evet. Neyin açılımıydı? A ikisi de söyledi. Tamam, birinize birini verelim. Diğerine diğerini, olur mu? Aynı anda söylediniz. Bir soruya daha gerek kalmadı. İyi günler herkese.

Dr. Öğr. Üyesi Selen Yanmaz'ın İstinye Üniversitesi Enerji ve Mühendislik Kulübü takdimi

Çok teşekkür ediyoruz. Şimdi İstinye Üniversitesi Enerji ve Mühendislik Kulübü'nden Eda Ses arkadaşınızı da davet etmek istiyorum sunumunu yapmak için.

Kulüple ilgili çok kısa bir şey okuyacağım. Farklı bölümlerden birçok öğrenci bir araya getirerek konuşmacı ve eğitmenlerle, sektöre değer katan firmalarla öğrencilerimizi buluşturan, onların uygulamalı çalışmalarla deneyim kazanmalarını ve birlikte projeler geliştirerek “daima ileri” mottosuyla kariyerlerinde ilerlemelerini sağlayan bir kulüptür. Eda da Elektrik Elektronik Mühendisliği, 2. sınıf öğrencisi, aynı zamanda Kulüp Başkanı. Yönetim Kurulu'ndan. Kendisini davet ediyorum. Teşekkür ederim.

İstinye Üniversitesi Enerji ve Mühendislik Kulübü temsilcisi Eda SES'in konuşması

Merhabalar. Hepiniz hoş geldiniz. Ben Eda Ses, İstinye Üniversitesi Elektrik Elektronik Mühendisliği öğrencisiyim, aynı zamanda Enerji ve Mühendislik Kulübü yönetimindeyim. Öncelikle, bu değerli programda bize de yer verdiğiniz için kulübüm adına emeği geçen herkese çok teşekkür ediyorum.

Sunumuma, Türkiye'de enerjinin yeri, gün geçtikçe önemini artıran yenilenebilir enerji kaynakları ve sürdürülebilirlikle başlayıp hem öğrenci temsilcisi olarak hem de bir kadın mühendis adayı olarak enerji sektöründe kadının yeri ve kariyer olanaklarından bahsetmek istiyorum.

Öncelikle, enerji nedir? Bu tanımı yaparak bir giriş yapabiliriz. Enerji, bir nesnenin durumunu veya pozisyon değiştirebilme ve iş yapabilme kapasitesidir. Fiziksel, kimyasal, elektriksel olmak üzere çeşitli biçimlerde bulunabilir. Enerji korunum ilkesine tabidir. Yani enerji kaybolmaz, sadece bir biçimden diğerine dönüşür.

Enerji sektörü ve Türkiye'nin bu sektördeki yerini ise bir SWOT analizi yaparak açıklamak istiyorum. Güçlü yönlerine değinecek olursak, ilk maddede bizi jeopolitik konum karşılıyor. Türkiye jeopolitik konumu açısından sürdürülebilir enerji kaynakları için iyi bir potansiyel oluşturur. İkinci maddede ise yatırımlar var. Türkiye'nin bu potansiyele sahip olması sayesinde yatırımcıların Türkiye'ye yönelmesi çok daha artmış oluyor. Çeşitlilik konusuna değinecek olursak da Türkiye'de arz güvenliği ve dışa bağımlılığın asgari düzeye inmesi için alternatif kaynakların konumu artıyor. Bu güçlü yönlerin yanında bazı fırsatlar da bize geliyor. Bu fırsatlardan birkaçı yenilenebilir enerji yatırımları, yüksek enerji potansiyeli ve devlet teşviğidir.

Tabii enerji sektörünün güçlü yönleri kadar zayıf yönleri de bulunmakta. Bu zayıf yönlerden ilki fosil yakıtlara bağımlılık. Ne kadar yenilenebilir enerji kaynaklarının ve sürdürülebilirliğin önemli olduğunu açıklasak da fosil yakıtlara daha fazla talep var, daha fazla kullanıyoruz. Bu da çevresel etkilere ve sürdürülebilirlik için bir riske sebep oluyor. İkinci bir maddemiz için Ar-Ge çalışmalarının yetersizliği. Türkiye'de enerji sektöründe Ar-Ge çalışmalarının yetersiz olması ve bu şekilde Türk firmalarının yabancı firmalara ihtiyaç duymasıyla bir zayıf yön elde etmiş oluyoruz. En son olarak da maliyet kısmı, maliyet maddemiz var. Yerli girişimcilerin finansal kaynaklarının ve uygun kredi olanaklarının düşük seviyede olması yine enerji

sektörünün bir zayıflığı olarak bahsedebiliriz. Bu zayıflıklar da beraberinde dışa bağımlılık ve prosedürlerin yoğunluğu gibi tehditler getiriyor. Aynı zamanda Türkiye'de sürekli değişim gösteren iklim de enerji sektörünün tehditlerinden biri.

2020 yılında yapılan araştırmalara göre, Türkiye'de genel enerji kullanımı %82 oranında fosil yakıtlar üzerinde yoğunlaşmış gördüğümüz üzere. Yenilebilir enerji kullanımı ise daha çok güneş enerjisinde yoğunlaşmış. Yenilenebilir enerjilere gelirsek. Yenilebilir enerji nedir ve türleri nelerdir? Ülkece bilinçlenmemiz ve yönelmemiz gereken bu konuya değinelim. Yenilebilir enerji, doğadan elde edilen ve sınırsız bir şekilde yenilenebilen enerji kaynaklarından elde edilen enerjiyi ifade eder. Yenilebilir enerji kaynakları ise rüzgâr enerjisi, hidroenerji, güneş enerjisi, biyoenerji, jeotermal enerji ve dalga enerjisidir. Bu enerji kaynakları çevre dostu ve karbon ayak izini azaltmaları nedeniyle sürdürülebilir enerji üretimine önemli katkılar sağlar.

Sürdürülebilirlik ise mevcut ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğini sürdürmek anlamına gelir. Bu kavram, doğal kaynakların korunması, sürdürülmesi ekonomik refahın artırmak amacını taşır. Sürdürülebilirlik, ekonomik, ekolojik ve sosyal faktörlerin bir dengede tutulmasıyla gerçekleşir.

Peki, sektörler sürdürülebilirlik için neler yapabilir? Enerji verimliliği sağlamak açısından iyi yalıtım malzemelerinin kullanılması, enerji tasarruflu malzemelerin kullanılması ve enerji yönetim sistemleri ile daha az enerji kullanıp karbon ayak izini düşürebiliriz. Bunun yanında, yenilenebilir enerjileri kullanmak, atık yönetimi, atık üretimini azaltmak ve atıkları doğru şekilde gruplandırarak geri dönüşümü sağlayabiliriz. Ürün ve hizmetlerde sürdürülebilir materyaller kullanmak ve yöntemleri bu şekilde uygulamak da sektörlerin yapabileceği bazı maddelerden biri.

Şimdi ise programın önemine uygun olarak kadınların bu sektördeki yerine değinelim. Yapılan araştırmalara göre, kadınların karar alma süreçleri, kurumsal yönetim ve finansal performansı olumlu etkiliyor. Cinsiyet dengesi oluşturulmuş bir yönetim ekibinde kadınların %73 dengeli kurumsal yönetim, %61 karar alma sürecine farklı perspektifler ve %51 ticaret kazanç ve finansal konularda bir artış sağlıyor.

Peki, bu sektörün avantajları neler? Kadınlar neden bu sektörde yer almalı? Yapılan bir ankete göre, enerji sektöründe yer alan kadınların %73'ü bu sektörden memnun ve devam etmeyi

04-08/03/2024

düşünüyorlar. Bunun başlıca sebepleri ise öğrenme ve gelişme fırsatları, geliştirici ve ilgi çekici görevler, global bir endüstride çalışmak ve kariyer alanında ilerleme fırsatı olarak sayılabilir.

Peki, enerji sektörünün caydırıcı yönleri neler? Yetersiz gelir ve yan haklar, yükselme fırsatının az olması, iş-özel yaşam dengesinin olmaması, şirketlerdeki kurumsallık seviyesi, zorlu ve tehlikeli bir iş olduğu imajı olabilir. Bunların yanında ailevi yükümlülükler, toplumsal baskı ve erkek egemenliği de gelebilir. Bu tablolarda ise bunların oranlarını görmekteyiz.

Tüm bu caydırıcı ve olumsuz faktörlere rağmen kadınlara bu sektörü cazip kılmak için neler yapabiliriz? Burada da yazdığımız gibi daha hala atılacak çok adım var. Öncelikle kadın liderlerinin görünürlüklerini arttırma, şu anda da yapıyor olduğumuz gibi kadın liderleri öğrencilerle buluşturma, kulüplerdeki kadın oranının daha yüksek olması, onların network oluşturmalarına katkı sağlamak, kariyerlerinde yol gösterici olmak ve kişiye özel eğitimler sunmak onlara; bu konuda da üniversitelere, firmalara ve eğitmenlere çok büyük bir görev düşüyor. Biz öğrenci kulüpleri olarak bu konuya özen göstermeye ve bu şekilde çalışmalara devam etmeye çalışıyoruz.

Bu sayfada ise, enerji sektöründe kadın istihdamını arttırma, firmanın kadına verdiği değeri gösterme ve kadın öğrencilere bu sektörü tanıtmaya fırsatı sunan staj programlarını görüyoruz. Bu şekilde, kadına yönelik algıları kırmaya, onları daha sektöre alıştırmaya networklerini daha fazla arttırmaya yönelik...

Özellikle Zorlu Enerji'nin Kadının Gücü Geleceğin Gücü Programı, kadın teknisyenleri yetiştirmeyi hedefleyen bir program. Çünkü kadınlar bu konuda daha çok cesaretleri kırılmış bir pozisyonda oluyorlar, erkek egemenliğinden dolayı da biraz kendilerini geri plana atıyorlar açıkçası. Bu yönde de kadınların var olabileceğini gösteren program.

Son olarak, enerji sektöründeki kariyer yolunu bu şekilde resmetmek istedik. Kadınların yer alabileceği birçok alan bulunmakta. Bunlardan ilki mühendislik, özellikle yenilenebilir enerji sistemlerinin kurulumu, bunların işletilmesi, bakımı. Buralarda biz de yer alabiliriz. Ar-Ge konusunda yeni teknolojilerin geliştirilmesi, yenilikçi enerji çözümleri ve yeni teknolojilerin ve fikirlerin geliştirilmesinde yine kadınlar öncü olabilir. Bunların yanında enerji tasarrufu ve verimlilik konusunda, daha önce bahsettiğimiz gibi kadınların fikirleri daha çok sürdürülebilir yaşam üzerine oluyor. Enerji verimliliği danışmanlığı, enerji yönetim uzmanlığı, bina enerji performansı değerlendirmesi gibi danışmanlıklar da bizim yapabileceğimiz alanlarda.

04-08/03/2024

Sürdürülebilirlik konusunda ise çevre mühendisliği, sürdürülebilirlik danışmanlığı ve çevresel etki değerlendirilmesinden bahsetmişiz. Son olarak da petrol ve doğalgazda, petrol mühendisliği, petrol araştırma ve geliştirme, rafine işlemleri, petrol ve doğalgaz sondajı diyebiliriz. Sunumumuz bu kadardı. Çok teşekkür ederim yine davetiniz için.

SORU-CEVAP Bölümü:

SORU: Tekrar teşekkür ediyoruz. Katıldığınız için. İçimiz açıldı. Enerji sektörüyle böyle enerjimiz yükseldi diyebilirim. Makroekonomik olarak ülkemizde enflasyonun en önemli sebeplerinden biri enerji bağımlılığımız. Bu anlamda bir ilerleme var mı son yıllarda? bu bağımlılıkta bir azalma? Siz bunu nasıl yorumlarsınız?

NAGEHAN FATMA GÖCEK- CEVAP: Evet, aynı şekilde. Bu sene bu doğalgaz krizini yaşamadık. Yenilenebilir arttırdıkça bu krizi daha yönetebilir hale geleceğiz. Ben YEKA'larla, büyük projelerle bu bağılılığın zaten azalacağını düşünüyorum. Artı, bireysel olarak da firmalar sadece YEKA'lar da değil, eğer ki bir fabrikanız varsa ve enerji tüketiyorsanız, o kadarlık bir santral kurma hakkı da veriyor devlet size. Bu geldikçe, her fabrikası olan işte 5 gigawattsa,tüketim yapan gibi büyük yatırımlar yapmayı başladılar. Çatı GES çok gelişmeye başladı. Hem güzel bir şey, kendi enerjinizi üretiyor olmanız. Bir firmanın, açıkçası, GES rüzgâr ve güneş enerji santrali olması da sürdürülebilirlik raporlarına, finansal olarak bankalarla olan ilişkilerine büyük destekler verdiği için bu konuların artacağını da düşünüyorum. Teşekkür ederim.

SORU: Benim size iki tane sorum var. Ben Halkla ilişkiler ve Reklamcılık öğrencisiyim, üçüncü sınıf. Bu sene de iş hayatını biraz deneyimleme fırsatım oldu staj sayesinde. Ben de biraz böyle erkeklerin egemen olduğu bir sektörde staj yaptım, telekomünikasyon alanında. Benim için biraz, aslında kadınlara daha çok değer verdiklerini gördüm orada çünkü biz, benden önce “çok fazla erkek olduğu için neşemiz yoktu. Kadın çalışan arttıkça bizim neşemiz de geldi” diye bir yaklaşım oldu. O konuda bir sıkıntı yaşamadım. Benim size sormak istediğim, siz de farklı sektöre geçmişsiniz. Aile şirketi dediniz ama otomotiv sektörüne. Şimdi ben otomotiv sektörüne de aslında ilgiliyim ama geri enerjiye dönmüşsünüz, sizi enerjiye çeken

04-08/03/2024

ve oraya geri dönmenizdeki sebep, onu ben merak ettim öncelikle, enerjii niye seçtiniz ve orada ilerlediniz?

NAGEHAN FATMA GÖCEK - CEVAP: Açıkçası hem birincisi kendim istedim çünkü gerçekten çok severek okudum. Bir sene kadar okulda öğrenci asistanlık yaptım. Ve sonra piyasada çalışmaya karar verdim. Daha kalabalık ekiplerle, daha bir şeyler ortaya çıkararak, bir proje oturtmak, hep bu tarafı da vardı aklımda, o yüzden de kendi alanım olduğu için de tercih ettim. Bence güçlü olduğumuz tarafları da biraz ona göre değerlendirirsek herhalde daha iyi bir yol haritası çıkıyor. Birincisi güçlü olduğumuz alanlar. İkincisi hangi konuda ne kadar depoladığımız bilgiyi ne kadar saatte olduğumuz. Biliyor musunuz bilmiyorum, 8.000 saat kuralı vardır. Bir konuda uzmanlık için o konuda 8.000 saat bilfiil çalışmış olmak, kafa patlatmış olmak, bir şeyler yapmış olmak. Büyük isimlere baktığımızda daha lisede daha bu 8.000 saatlerini doldurmaya başlayan insanlar. Herhalde onunla da alakası vardır diye düşünüyorum. O 8.000 saati doldurdukça zaten bence uzmanlık size gelmeye başlıyor. O yüzden de, enerjii o yüzden ayrı seviyorum.

SORU: Teşekkür ederim. Biraz tane daha sorum var. Şimdi enerji sektörü ben çok bildiğim bir sektör değil. Yani enerji konusunda çok bir bilgim yok. Sadece bu aralar sanırım borsadan dolayı, borsa biraz yavaştı o yüzden enerji firmalarını duymaya başladık. Çünkü enerji firmaları daha çok yatırıma müsait, geleceği, önü açık bir şeyler olduğu için. Ben şeyi merak ediyorum, elde bu bahsettiğiniz elde edilen enerji, rüzgâr enerjisi, güneş enerjisi şirketlerin yaptığı büyük enerji işleri. Bu elde edilen enerjiler direkt satılıyor mu? Yoksa mesela şey dediniz fabrikası varsa kurması gerekiyor enerji santrali. Kendileri için yapanlar ayrı sanırım. Ve de büyük böyle enerji elde eden firmalar var. Onlar özel sektöre mi satıyorlar? Devlete mi satıyorlar? Yoksa sadece devlet için çalışan şirketler de var mı? Ben onu merak ediyorum. Bu enerji, işte bu gördüğümüz rüzgâr santralleri falan.

NAGEHAN FATMA GÖCEK- CEVAP: Enerjide çalışmadın ve bu soru geldi, tebrik ediyorum gerçekten. Çok güzel bir bakış açısı. Çok teşekkür ederim, güzel bir şey, bunu açıklamak isterim açıkçası ben de. Şimdi bir enterkonnekte şebekemiz var. Ve oraya bağlı büyük santraller var. Bir de orta gerilim şebekemiz var. Buraya da küçük santraller bağlanıyor. Açıkçası kurulan tesisin büyüklüğüne göre hangi şebekeye bağlanacağına TEİAŞ karar veriyor. Ve siz üretim tesisinizi ne amaçla kuruyorsunuz aslında birincisi o. Enerji santrali mi

04-08/03/2024

kuruyorsunuz yoksa kendi ihtiyacınızı karşılamak için mi kuruyorsunuz, kendi iç ihtiyaç içinse de ya sadece kendiniz kullanabiliyorsunuz ya da hem kullanıp hem de satabiliyorsunuz şebekeye. Çift taraflı olabiliyor. Bunlar tabii şebekelerde çok ciddi yükleri, çok ciddi altyapı çalışmalarını gerektiren şeyler. Bu konuda da biraz gelişmemiz ve şebekemizi kuvvetlendirmemiz ve bu şebeke çift taraflı çalışmaya daha elverişli oldukça da bu yerel, lokal şebeke bağlantılarını yapmaları da artacaktır ama üretenler şebekeye satabiliyorlar.

SORU: Dediğiniz şebeke devlete mi ait?

NAGEHAN FATMA GÖCEK- CEVAP: Evet, devlete ait. Yüksek gerilim tarafı TEİAŞ'a ait, orta gerilim tarafı, orta gerilim tarafı da farklı şirketlere ait. Her bir bölgede farklı bir orta gerilim ile ilgili şey var, firma var. Oradan da bağlantı yaparsanız, o firmalarla bağlantı, özel firmalarla bağlantı yapmanız gerekiyor.

SORU: Merhaba, ben de Halkla İlişkiler ve Reklamcılık öğrencisiyim. Size bir sorum, bir Selen hocama sorum var...Nagehan Hanım bu karbon emisyon borsasıyla alakalı getirilen şartların, yani özel sektöre de bu yenilenebilir enerjiyi kurmak için bir doping olduğunu düşünüyor musunuz? Çünkü Ereğli gibi büyük santraller artık karbon emisyonundan, şeylerinden kurtulmak için bu işlere giriyorlar. Nötr karbon veya para almamak için, satın almamak için. Bunun bir doping olduğunu düşünüyor musunuz? Yani bu teşvik edici bir şey mi?

NAGEHAN FATMA GÖCEK - CEVAP: Tabii ki kesinlikle, kesinlikle. Yani o, o emisyonu, verdiklerini bir anda da negatife çevirmek için böyle yatırımlar ve destekler alıp ilerleyebiliyorlar. Kesinlikle öyle düşünüyorum.

SORU: Sadece duygusal bir şey değil yani. İşte sonuçta

NAGEHAN FATMA GÖCEK - CEVAP: Duygusal değil tabii ki.

SORU: Bir yere bağlarsanız iş daha hızlı gidiyor.

NAGEHAN FATMA GÖCEK - CEVAP: Duygusalca yapmıyorlar zaten. Teşvik etmek gerekiyor yani.

SORU: Onu öğrenmek istedim.

NAGEHAN FATMA GÖCEK - CEVAP: Daha uygun krediler alabiliyorlar ve bankalardan, bu çok belirleyici güzel birşey. Bankalar bu konuda çok hassas çalışıyor. Yenilenebilir

04-08/03/2024

yatırımlarına özel krediler çıkarıyorlar. Bir firmanın açıkçası yani dışarıdan bakıldığında resminin de güzel gözükmeye için rüzgar sektöründe, güneş sektöründe oluyor olması çok kıymetli gerçekten.

SORU: Teşekkür ederim.

NAGEHAN FATMA GÖCEK - CEVAP: Ben teşekkür ederim.

SORU: Selen hocam size de bir şey soracaktım. Bu cam tavan mevzusunu anlattınız. Toplumsal cinsiyet, bunu biraz açar mısınız? Bu cam tavan nedir, nasıl oluyor? Yani fiiliyatta nasıl oluyor bu iş?

SELEN YANMAZ- CEVAP: Teşekkür ederim, ben çok kısa cevap vereyim. Çünkü konumuzun vaktinden almak istemiyorum. Mutlaka sorular vardır. Cam tavan dediğimizde, cam dememizin sebebi aslında kağıt üzerinde veya resmi olarak “evet ben kadınlara daha az para, üst düzey yöneticiliğe getirmeyeceğim” diye bir şey yok. Bunlar çok görünmez şekillerde oluyor. Cam tavan dememizin sebebi o. Aynı şekilde erkekler için de cam asansör terimi kullanıyoruz. Yani kadınların daha zor yükselmesi, daha günlük iletişim içerisinde aslında o ayrımcılığa uğraması fakat bunun, dediğim gibi, bir yerde yazılı olmaması, açık şekilde, zaten birçok bağlamda, bir çok ülkede yasak ayrımcılık, yani herhangi bir bağlamda, herhangi bir kurumda veya şirkette, dolayısıyla bunun daha böyle görünmez şekilde işlemeden dolayı daha ayrıntılı konuşuruz isterseniz. Ben konumuza soruları alayım.

SORU: Çok zevkli çalıştığınızı görüyorum. Hani çalışmış olduğunuzu, güzel anılarla çalışmış olduğunuzu. Ama illaki bu yolda bir takım hani işte cam duvar, cam tavan ya da neyse hani o manada, karşılaşmışsınızdır illaki. Onları nasıl, ya da karşılaşanları görmüşsünüzdür sektörde. Sektörel olarak bunları nasıl aştınız? Ya da ne yapmak gerekir, gençlere yol gösterme adına?

NAGEHAN FATMA GÖCEK- CEVAP: Çok da hassas bir konu bence. Bir şey söylemek de çok zor. Öncelikle ben çok uzun seneler voleybol oynadım. Bence onun verdiği bir dirayet var. Çünkü bazen “a ben böyle bir şeyle karşılaşmışım ya, bununla nasıl baş etmişim” dediğim şeyler. Başıma geldikten sonra fark ettiğim şeyler de oldu. Ama, arkadaşım ismini söylemedi. Duygu, Duygu’nun söylediği gibi şeyler de yaşadım hani, bir ekibe geldiğimde, “iyi ki bir kız geldi, gerçekten çok sıkılıyorduk” dedikleri de oldu. Çünkü gerçekten bulunduğumuz ortamı değiştiriyoruz. Ben genelde ekip çalışmasını çok sevdiğim için, ekipçe birşeyler yapmaya da

04-08/03/2024

çok değer verdiğim için, bu konularda hep bulunduğum ekiplerde öncü olmaya çalıştım. Yeni birşeyler yapmaya çalıştım. Öyle bir şey olduğunda da insanlar ilk bir direnç gösterebiliyor. “Otursak daha iyiydi” gibi düşünebiliyorlar ama sonra yapınca hoşlarına gidiyor bence. Yani birlikte birşeyler yapmaya çok ihtiyacımız var iş dışında. Yani ne zorluk yaşadım dersiniz bence komik yani bunu anlatmak istiyorum ama. Hani sahaya gittiğimde “gelmiş, bir deneyelim bakalım, biliyor mu gerçekten” gibi hani bilginizi, çünkü bu konu biraz bilgiyle alakalı bir konu. Bence o yüzden kadınların bu sektörde kalmak istemesi. Çünkü bilgiye ulaştıkça, arttırdıkça bu sektörde kalabilirsiniz. Ama sizi bir deniyorlar. “Gerçekten biliyor mu, bu kanadın uzunluğu ne kadar acaba” diye sorabiliyor ama işte siz böyle “60.7m” diye böyle santimine kadar söylediğinizde bir kabul ediyorlar ama bence bir de yani mesela şeyi hissediyorum yani, benim birkaç bir adım daha atmam gerekiyor. Yani biraz daha fazla çabalamamız gereken durumlar olabiliyor diyeyim. Ama dediğim gibi dirayetli olmakla alakalı ama. Sanırım bu aynı şey bence erkekler için de geçerli yani çok burada cinsiyet ayrımı da değil yani bir işte devam etmek istiyorsanız o dirayeti göstermeniz gerekiyor. Bu arada gerçekten saha ortamında çalışmak istemeyip giden çok fazla erkek de oldu. “Burası bana göre değil” dedi yani hani çünkü gerçekten zor bir ortam. Ama çalışan, her gün giden kadınlar da var. Tamamen istemekle alakalı. Bir de belki de buna alışmakla alakalı. Bunu ne kadar çok görürsek ne kadar çok yaparsak gelişecek. Yapa yapa olacak diye düşünüyorum hani şimdiye kadar yapmamış olduğumuz ya da bundan sonra yapamayacağız anlamına gelmiyor. Böyle artacaktır diye düşünüyorum.

SORU: Bildiğim kadarıyla güneş panellerinin ilk kurulumundan sonra belli bir süre kullanım oluyor yani, 20 yıl diye hatırlıyorum yaklaşık. Sonrasında tekrar bir maliyet yapılması lazım tekrar sistemi aktifleştirmek için. Bu süreyi uzatmak için çalışmalar yapılıyor mu?

NAGEHAN FATMA GÖCEK - CEVAP: Şimdi uzmanlığım biraz rüzgar ya oradan, bu soruyu oraya çevirebilir miyim? Mesela bir türbinin 20 yıllık bir ömrü var. Daha doğrusu kontrat imzalanırken 20 yıl garanti veriliyor. Ömrü var denmiyor da garanti veriliyor. Ama şu anda işte 35 yıldır dönen türbin de var. Bakım, onarım, servis ekipleri bu yüzden var aslında. Her bir arızayı hem önden tahmin edip sensörler vasıtasıyla bunları tahmin edip uygun zamanda müdahale edebiliyorlarsa ve büyük bir arızaya neden olamayacak şekilde, o ekipmanlara ulaşım gerekli değişiklikleri yapıp, yıllık bakımları düzenli yapıyorlarsa o tabii ki de işlemeye devam ediyor. Araba gibi düşünebilirsiniz yani şu anda 70 model bir araba da çalışabiliyor. Ama nasıl

04-08/03/2024

hani, birçok şeyi değişmiş oluyor. Aşağı yukarı öyle birçok, çünkü bu türbinlere yıldırım da düşüyor, kanatları da zarar görebiliyor. Bazı aksamaları, elektronik cihazları da zarar görebiliyor. Hepsini uygun zamanlarda değiştirip bakılması çok önemli. Ama şu nedenle şu an değiştirilen türbinler var. Artık 2 megawatt mesela bir rüzgâr türbini için çok düşük bir enerji ve biz 2 megawattlık türbinleri bir de en güzel, rüzgarın en verimli olduğu yerlere dikmişiz. Şimdi oralardan onlar yavaş yavaş sökülüp, yerine 5-6 megawatt seviyelerinde türbinler ekonomik, finansal açıdan daha avantajlı oldukları için öyle bir dönüşüm değişim yapılabilir. Ama eski türbinler de çalışmaya devam eder.

SORU: Ben Eda'ya bir soru sormak istiyorum. Sunumun benim çok hoşuma gitti çünkü çok detaylı bir şekilde bütün bilgiler yer alıyordu. Bilgilenmiş olduk. Ben geleceğin potansiyel çalışanı olarak sektördeki, sen nasıl bir sektörün içinde yer almak istersin? Her açıdan nasıl bir şeyin içinde yer almak istersin onu merak ediyorum.

EDA SES - CEVAP: Öncelikle kadına değer veren bir firmada çalışmak isterim. Bu değer nasıl olur. Tabii ki bir öncelik beklemiyoruz ama bir eşitlik bekliyoruz. Bu firmalarda hani kadının çalışmalarına veya söylediğimiz sözlere değer verip, bunların uygulanabilirlik seviyesinin yüksek olmasını bekliyorum. Konuşmacımızın da bahsettiği gibi biz sahaya, ben elektrik elektronik mühendisiyim, bir sahaya çıktığımda “acaba yapabilecek mi, ona bu görev vermeyelim” gibi bir tavırla karşılaşmak hiç istemem açıkçası. Çünkü ben de bu mesleği aslında sahada çalışmak için seçtim. Bir proje yapayım, yaptığım projenin gelişimini göreyim hani daha çok Ar-Ge tarafında çalışmayı düşünüyorum. Bu şekilde kadınlara değer verilen ve bu tavırların olmadığı bir düzende daha rahat bir pozisyonda çalışmak isterdim açıkçası. Teşekkür ederim sorunuz için de.

7 Mart 2024 AÇILIŞ KONUŞMASI



Elif VARDAR SOLAK'ın Konuşması:

Günaydınlar, Merhabalar herkese,

Dinamik bir günaydın yapıyoruz. Bugün medya sektöründeyiz. Çok güzel bir çalıştay gerçekleştiriyoruz. Kimlerle gerçekleştiriyoruz. Akademisyenlerimizle, sektörlerden gelen konuk uzman konuşmacılarımızla, öğrencilerimizle. Çünkü öğrenci temsilcilerimizin bizler için hazırladığı hem kendileri hem de çalıştay için hazırladıkları çok güzel sunumlarını paylaşıyorlar. Sonrasında da bir panelimiz oluyor. Soru cevap yapıyoruz. Ama her gün bir tane

04-08/03/2024

uygulama ve araştırma merkezimizle birlikte de günün liderliğini yapıyoruz. En önce değerli rektör yardımcımız Prof. Dr. Hatice Gülen hocamızı selamlamak istiyorum. Teşekkürler ediyorum. Bizleri desteklediği ve bizlerle birlikte çalışmaya şahitlik ettiği ve taşıdığı için. Sonrasında da herkese, değerli meslektaşlarıma, hocalarıma, öğrencilerimize ve konuğumuza. Hoşgeldiniz demek istiyorum. Bugün odağımızda medya sektörü olduğundan aynı zamanda İSÜ Medya Uygulama ve Araştırma merkezimizin müdürü ve RTS bölüm başkanımız ve de İletişim Fakültesi dekan yardımcımız çok değerli Aybike Serttaş hocamızın liderliğinde günü devam ettireceğiz. Yanı sıra Networking Kulübü öğrenci temsilcimiz İrem Nur Taşkın arkadaşımızın sunumunu dinliyor olacağız. Beraberinde İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünden araştırma görevlisi Elif Yılmaz hocamızın notlarına talip olacağız. O da bizi raportör şapkasıyla desteklemiş olacak. Ve de çok değerli konuğumuz sayın Özge Bulut Maraşlı'yı dinleme fırsatımız olacak. Bu şekilde herkese tekrar hoş geldiniz derken değerli Aybike hocamı günün liderliği ve kendi konuşmaları için sahneye davet etmek isterim.

Prof. Dr. Aybike SERTTAŞ'ın Konuşması:

Değerli hocalarımız, sevgili öğrenci arkadaşlarım günaydın. Burada olduğunuz için teşekkürler. Çok uzun tutmadan ama değinmek istediğim bazı noktalara mutlaka değinerek sizlerle medya, kadın ve temsil konusunu konuşmak istiyorum. Medyadaki herhangi bir problemi tartışırken bence öncelikle temsil konusunu netleştirmek gerekiyor. Temsilin ne anlama geldiğini ve nasıl bir probleme dönüştüğünü öncelikle tartışmak gerekiyor. Bunun içinde sizden öncelikle bu tabloya bakmanızı istiyorum. Nedimeler adlı eski bir tablo. Şöyle bir inceleyin. Acaba burada klasik tablolara göre farklılaşmış olan, dikkatinizi çeken, alışkın olmadığımız bir görünüm var mı? Tablodaki karakterlere bakalım. Onların nasıl konumlandığına bakalım. Buradan da temsile doğru bir yol alalım.

Aybike Serttaş: Var mı acaba dikkatinizi çeken bir şeyler?

İrem Nur Taşkın: Sağdan ikinci yüz şeklini diyebilirim.

Aybike Serttaş: Evet, farklı bir karakter dikkatini çekti. Aslında bakarsanız bu Nedimeler tablosunun çoğu yerde kullanılmasının nedeni; konumlandırmanın yani temsilin farklı olması. Biz normalde aslında resmi yapılanları doğrudan gözümüzün içine bakacak şekilde görmeyiz.

04-08/03/2024

Birinci olay bu burada. Aynı zamanda herhangi birinin resmi yapılıırken odadaki diğer karakterlerin ilk durumunu görmeyiz. Bu bizim çerçevemizdir. Hayatta da bu böyledir. Mesela şu an burada benim anlattıklarına odaklanmışken çerçeveniz buradaki sunum ve benim söyleyeceklerim belki arada dikkatinizi dağıtacak birkaç etken. Ama okulun başka yerlerinde başka şeyler oluyor. Yani bakış açımız, öğrendiklerimiz, edindiğimiz bilgiler aslında çerçevelerimizle sınırlı. Burada biz çerçevenin farklı bir şekilde konumlandırıldığını görüyoruz ve aslında resmi yapılanların arka plandaki aynanın içerisinde olduğunu görüyoruz. Orada bakarsanız arkada yansıma şeklinde kral ve kraliçenin görüntüsünü görüyorsunuz. Normalde onların ön planda olması gerekirken bu ressamın yaptığı çerçeveleme sonucunda aslında en önemli olarak kodlanan kişilerin arka planda kaldığını görüyoruz. Böylece önemli olarak başkalarının kodlandığını görüyoruz. Medyada da bu böyledir. Birazdan örneklerle göstereceğim. Bu yüzden temsil, anlamlandırma ve konumlandırma çok önemlidir. Temsilden bahsederken neden bahsediyoruz? Konumuza net bir şekilde bağlayacak olursak medya ürünlerinde kadınlar nasıl sunuluyorlar? Reklamlarda, dizilerde, haber programlarında, reality showlarda ve diğer programlarda kadınlar hangi rollerde hatta hangi giysilerde, hangi görünümle, hangi diyaloglarla bize aktarılıyorlar? Bunu konuşacağız. Medya ve sektöründe en önemli sorun burada yatıyor. Kadının medya ürünlerinde nasıl temsil edildiğidir. İkinci mesele de yine Özge Hanım'ın da mutlaka değineceğini düşündüğüm medya ve kadının istihdamı konusudur. Evet, medyada kadın istihdam ediliyor ama acaba en üst görevlerde kaç kadın ve kaç erkek var? Meselelerden birisi de bu. Üçüncü mesele ise kadın izleyicilere ne sunuluyor? Yani kadın izleyicilere “kadın” oldukları varsayıldıkları için onlara ne tür reklamlar iletiliyor? Onlara ne tür programlar yapılıyor? Mesela neden akşamları erkeklerin de TV karşısında olduğu varsayıldığı için ürünlerin türü değişiyor? Örneğin; otomobil reklamları. Erkeklerin alacağı varsayılarak neden akşam saatlerinde yayınlanıyor gibi pek çok soru aslında medya, temsil ve cinsiyetçilik, toplumsal cinsiyet meselesinin içerisinde.

Ekranda bir çerçeveleme örneği gösteriliyor.

Gördüğünüz gibi dışarıda göstericiler, içeride tek başına bir polis memuru.

İkinci resim gösteriliyor.

Tek başına olan bir gösterici ve ona doğru yürüyen kaslı, son derece donanımlı polisler. Şimdi ilk çerçeveye baktığımızda bu olayda şöyle düşünebiliriz; öfkeli bir kalabalık polis memurunu

04-08/03/2024

sıkıştırmış ve terör, taşkınlık yaratıyorlar. Polis memuruna zarar vermeye yönelik bir durumları var diyebiliriz. İkincisine baktığımızda ise aslında zararlı görülmeyen bir sivil, polisler tarafından sıkıştırılmış ve belki de hoş olmayan olaylar gerçekleşecek deriz. Ama bu iki olayı araştırdığımızda, belki tek kaynağa bağlı kalmaz ve bakış açımızı, kaynağımızı değiştirsek şunu öğrenebiliriz. İki olayda aynı yerde olmuş olabilir. Aslında sadece çerçeveleme farkından dolayı iki görüntü de doğru, photoshop'suz olduğu gibi aktarılmasına rağmen anlamı farklılaştırabilir. İşte temsilde problem buradadır. Çektiğiniz görüntü ile hiç oynayabilirsiniz ve tamamen gerçek olabilir. Fotoğrafladığınız an tamamen gerçek olabilir. Ama acaba siz hangisini nasıl göstermeyi tercih edeceksiniz. Demek ki medyada üretilen anlamlarda çerçevenin nereye, nasıl konulduğu ve kimin nasıl temsil edildiği aslında bizim konuyu nasıl oranda algıladığımızı belirliyor. Özellikle tek kaynağa takılı kaldıysanız ve sürekli aynı haberleri takip ediyorsanız, sürekli aynı programları, aynı dizileri, yapımları izliyorsanız bir süre sonra siz burada üretilen stereotiplere alışıyorsunuz ve gerçek yaşamda da onları görmeye başlıyorsunuz. Gelelim stereotiplere. Stereotipin mantığı şudur aslında. İyi tarafları da kötü tarafları da vardır. Bize şunu gösterir; büyük orandaki verilerimizi sınırlamamızı ve algılamamızı kolaylaştırır. Mesela kafamızda iyi insan stereotipi vardır. Kötü insan stereotipi vardır. Adalet, aşık, paragöz vs. stereotipleri vardır. Bunlar bizim bazı konuları kolaylıkla anlamlandırmamızı, yorum yapmamızı ve hikâyenin kafamızda oturtmamızı sağlar. Ama stereotipler her zaman bu şekilde çalışmaz. Bazen de bizim stereotipler dışında bırakılanları yok saymamıza neden olur. Biz buna simgesel imha diyoruz. Yani TV dizilerinde sunulan kadınları düşünün. Aşkı için her şeyi yapmaya hazır olan, psikolojik, sözel hatta fiziksel şiddete maruz kalsa bile bunu aşktan, kıskançlıktan, sevginin büyüklüğünden zanneden ve böylece onu izleyen kadınlara ne olursa olsun sesini çıkarma, bak sevgi her şeye kadirdir, her şeyden büyüktür mesajını veren ya da erkek dediğin illa ki böyle olmalı, kalıbına uygun, karakterleri göre göre örneğin kırmızı bir atkı takmaktan bile kaçınan stereotip taklitleri ile gerçek hayat dolar. Bu yüzden stereotiplerin nasıl üretildiği, ekranda kimlerin temsil edildiği ve kimlerin temsil edilmediği yani çerçeve içine dahil edilenler kadar çerçeve dışında kalanlarda oldukça önemlidir. Çerçeve dışında kalanlar biraz önce de söylediğim simgesel imhaya maruz kalırlar. Yani ekranda, gazetelerde, dijital platformlarda, sinemada, TV her tür yapımında görmedikçe biz bu karakterlere yok saymaya ve daha az önemsemeye başlarız. Böylece karşımıza normaller çıkar. Bir de bize göre “anormaller” çıkar. Ama aslında o anormaller az temsil edilenlerdir.

04-08/03/2024

Onlar kendilerini açıklamak, çoğunluğa dahil olabilmek için ve hatta maalesef temel bazı haklarını elde edebilmek için diğerlerinden daha çok çaba göstermek zorundadırlar. Bu büyük bir problemdir. Toplum içerisindeki uyumun karşılıklı iletişimin, paylaşımında zedelenmesine ve çoğunluğun azınlığı baskılamasına yol açar.

Bir örnek olay daha ekranda gösteriliyor.

Surrealist ressam Magritte'in tablolarından birisi. Bu tabloya baktığınızda ne hissediyorsunuz? Nasıl bir anlam çıkardınız?

Elif Hoca: Aşıklar.

Çiğdem hoca: Birbirine yabancı iki kişi. Kim oldukları belli değil. Birbirlerini tanımıyorlar.

Aybike Serttaş: Evet, başları çarşaf benzeri şeyle kapalı ancak bir yakınlıkta var. Öpüşüyorlar. Acaba Magritte burada ne anlatmak istiyor. Magritte'in buradaki tablosu ve birçok tablosu bize şunu anlatıyor: Bir konu hakkında yeterli bilgi sahibi değilseniz o konuyla ilgili sadece alımlamalarınızdan yola çıkarak tamamen yanlış yorumlar yapabilirsiniz. Çünkü burada Magritte'in bilinçaltını görmekteyiz. Ve oldukça trajik bir hikâyeye dair bir yansıma görmekteyiz. Şöyle ki, Magritte'in annesi o küçük yaşta intihar etmiş, kendisini dereye atmış ve intihar etmiş ve boğulmuş. Üzerinde bir beyaz elbise varmış. Annesini sudan çıkarırlarken Magritte görmüş ve eteği yüzüne yapışmış. Aslında Magritte'in burada canlandırdığı annesini son gördüğü boğulmuş, ölmüş halidir. Bu travmasını atlattığı için bunu çeşitli şekillerde yansıtmış. Çoğu eserinde ise kendine dair yansımalar yapmıştır. Ama öyküyü biliyorsanız, konu hakkında bilgi sahibiyse farklı şekilde okursunuz ancak değilseniz farklı şekilde okursunuz. Ama hiçbir zaman bir sanat eserinin tek okuması yoktur. Ama mesela haber bültenlerinin ise tek bir okuması vardır. Köşe yazılarının, reklamda verilen mesajın tek bir okuması vardır. Bu yüzden konu hakkında bilgi sahibi değilsek gerçek olmayan, simüle edilmiş olgulara çok rahatlıkla inanabiliriz. Ama bunun hakkında bilgi sahibiysek, izlediğimiz şeyin, maruz kaldığımız medya ürününü sorgulayabiliriz. Demek ki burada, sorgulamak. Yani reklamda bize sunulan tek derdi çamaşırlarının bembeyaz olması olan kadın figürünü sorgulamak. Niye bu kadın sürekli içeride? Neden dışarıda, işinin başında gösterilmiyor? Ya da tek derdi Anneler Gününde en büyük pırlantayı almak olan anne stereotipini sorgulamak. Ama tam tersine inanırsanız kendinizi sürekli kafanızda tüylerinizin bembeyaz olmasına takmış, en büyük pırlantayı hediye almak isteyen, sadece evinde sürekli

04-08/03/2024

kekler, pastalar yapan bir model olarak bulursunuz. Ve bunu “normal”leştirirsiniz. Demek ki stereotipler ve temsil meseleleri problemlili ve klişe bir şekilde üretilmeye devam edildikçe sizlerin de aslında başkaları tarafından şekillendirilmiş streotip bireyler olmanızı sağlar.

Bir örnek daha gösteriliyor.

İlk baktığımızda gözümüze hoş görülebilir. Güzel bir kız çocuğu. Ama aynı zamanda karşımızda büyük bir problem var. İşte temsil, cinsiyetçilik, kadınla ilgili bir problem. Burada sorun nedir? Ne görüyorsunuz? Küçük yaşta bir kız çocuğunun bir kadın gibi konumlandırıldığını, temsil edildiğini ve kendisiyle ilgili olmayan bir ürünün aslında reklamda kullanıldığını görüyoruz. Burada masumiyet zannettiğinizden daha seksidir diyor. Bu örneği özellikle göstermek istedim. Temsil meselesinde sadece problemi kadın olarak düşünmeyin, kadınların, erkeklerin, yaşlıların, engellilerin, farklı cinsel yönelimlerin nasıl gösterildiği gibi pek çok temsil problemi var. Burada da çocukların nasıl temsil edildiği ile ilgili bir problem görüyorsunuz. Bunun cinsellikle bağdaştırılması da ayrı bir boyut katıyor.

Örnekler gösterilmeye devam ediliyor.

Kadınları motive etmek için gösterilse de problemlidir. Çünkü toplumsal cinsiyet kadının fiziksel özellikleri ile ilgili değildir, kadının erkeklerle toplum içerisinde eşit haklara sahip olması ile ilgilidir. Bu yüzden konu bu değildir. Konu kadının fiziksel olarak erkek gibi olması ya da onunla aynı işleri başarabilmiş olması ile ilgili değil, bu bir yanılgıdır. O yüzden bu reklamda da bir problem var.

Örnek gösteriliyor.

Kadın bedeninin metalaştırılması örneği. Zaten şöyle bir problemlere baktığımızda kadının medyada temsili ile ilgili kadın bedeninin metalaştırılması, kadının maddi varlıklara çok düşkün gibi temsil edilmesi, kadına yönelik şiddetin romantize edilmesi, tek tip güzelliğin aşılması ve bunun dışındaki güzellik tanımlarının yok sayılması aklıma gelen ilk problemlerdir. Mesela burada herhangi bir kadının şekli böyle olamaz diyerek bir korse reklamı yapılmış. Yatak odası dışındaki zamanını iyi değerlendir, diyor bu reklamda. Yani kadın ya yatak odasındadır ya da mutfaktadır. Burada kadına şiddetin yumuşatılmasına dair çok çarpıcı bir örnek. Dolce&Gabbana canlandırdığı estetik bir cinsel şiddet sahnesi. Bunun nasıl, neden ve kim tarafından tasarlandığı ilginç bir şey.

04-08/03/2024

Bir örnek daha gösteriliyor. Ne reklamı olduğuna dair fikir soruluyor. Sigara, ayakkabı, bikini gibi örnekler söyleniyor.

Bu reklam organ bağışı reklamı. Yanında yazan ise “Onun içine girebilmenin tek yolu organ bağışlamak” Burada iyi bir şey yapılmaya çalışırken konuyu yine cinsiyetçi noktaya çekmeyi başarmışlar.

Son örnek gösteriliyor.

Tüm dünyada sistem benzer kodlarla işliyor. Bunu düzeltmek kolay değil. Değerli konuğumuz bunu daha detaylı bir şekilde aktaracaktır. İşin içerisinde büyük bir endüstri de var. Yani maddi tartışmalar, hassasiyetler de var. Bütün bu anlamsal hassasiyetlerin yanında. Ama yine de biz bazı markaların, şirketlerin, yapımcıların bu konuyu düzeltmeye ve değiştirmeye yönelik adımlar attığını görebiliyoruz. Dove “gerçek güzellik kampanyası” adında bir kampanyası var. Bu sektörde nadir olarak çekip çıkarabileceğimiz cinsiyetçilik karşıtı çalışmalardan birisi. Biz bu konuları konuştuğça, tanımladıkça, anlamlandırdıkça aslında bakarsanız bir şeyler yavaş yavaş düzelecektir. Düzelmeye çok kolay değil. Ama zamanla düzelecektir.

Şimdi değerli konuğumuzun özgeçmişini aktaracağım. Ve onu dinlemek için sabırsızlanıyorum. Enerjisini aktarması için.

Sevgili arkadaşlar, baştan çok teşekkür ediyoruz, bugün konuğumuz Özge Bulut Maraşlı ile birlikteyiz. Kendisi yatırımcı, danışman ve bağımsız yönetim kurulu üyesi. 30 yıla yakın üst düzey yöneticilik yapmış, 15 yıla yakın yönetim kurulu üyeliği ve başkanlığı yapmış, pek çok şirkette tecrübe sahibi ve uzmanlık alanları oldukça geniş. Finans, kurum içi girişimcilik, MNA değişim yönetimi, strateji planlama ve iş geliştirme. Eğitim bilgilerine baktığımızda yine çarpıcı bir CV görüyoruz. Sabancı Üniversitesi’nde aile şirketleri konusunda çalışmaları ve Master derecesi var. Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi bölümü mezunu. Aynı zamanda 2016 yılında yönetim kurulunda kadın eğitim programını tamamlamış. ICF Koç diploması da bulunmaktadır. Sizlerin de birazdan tecrübe edeceği gibi son derece donanımlı bir konukla karşı karşıyayız. Dinlediğiniz için teşekkür ediyor ve sözü kendisine bırakıyorum.

Medya Sektörü Uzman Özge BULUT MARAŞLI’nın Konuşması:

Çok teşekkür ederim hocam. Anlattıklarınız çok kıymetliydi.

İş hayatına ilk başladığım zaman 93 yılında oturduğum yerden kalkmazdım. Bilgisayarın başında takada tuka takada tuka çalışırdım. Fakat yaşım ilerledikçe yaptığım işler farklılaştıkça oturamaz hale geldim. Çok kısa kendimden bahsederek başlamak istiyorum. Aslında ben medyanın içinde başlamadım iş hayatına. 20 yıl reel sektör içerisindeydim. Bu 20 yıl içerisinde 10 yılım hızlı tüketim malzemeleri alanında (FMCG) Marsa Kraft'ta geçti. Gıda şirketiymi. Hem tüketiciye dokunuyorduk hem de finans ağırlıklı geçen dönemdi. Çok şey öğrendiğimi düşünüyorum. Yani şu an üniversitede evet, insanlarımız hakkında çok şey öğrendiğimizi düşünebilirsiniz ama sahaya çıktığınızda nihai tüketiciyi tanımanız için gerçekten çok kıymetli bir veri seti var. Ve veri seti üzerinden ülkemize, dünyamıza bakış açımız değişiyor ve gerçek müşteriye aslında sizi de baştan tanıma imkânımız oluyor. Hep şunu yapardık. Aklınızda kalmasını isterim. Buradan mezun olduktan sonra karşınıza çıkacak. Marsa'nın markaları vardı. Size de hatırlatayım. Hepinizin bildiği ve halen piyasada bulunan şeylerdir. Ona diye bir yağ vardı ayçiçek yağı. Milka, Tobleron, Jacobs. Bir eve gittiğimde hemen bakardım. Hangi yağ kullanıyorlar. Hangi kahveyi içiyorlar. Kız kardeşimin eşi Pepsi'de çalıştı. Sofraya Coca Cola koyduğumuzda tepki gösterirdi ve ben o yıllarda ilk defa nihai tüketim alanını tanımış oldum. Arkasından üç yıl Sabancı Holding'de çalıştım. Sabancı Holding'de şirket satın almalar, özelleştirmeler, kurumsal yönetim, aile şirketlerinin yönetimi gibi konularının derinlemesine içerisinde bulundum. O dönemde yaklaşık 12 tane büyük şirket satışında bulunduk. Yurtdışından gelen direkt yatırımcılarla birlikte çalıştık. Arkasından Doğan Holding'e katıldım. Fakat hep içimde bir ateş ben niye operasyona geri dönmüyorum. Marsa Kraft tecrübesi öyle bir ateş yakıyor ki insanın içerisinde, bir taraftan fabrika tak tak tak üretiyor, öbür taraftan üretimini pazarlayanlar pazarlıyor. Satıştakiler raftan nasıl aldırabilirim onun derdine düşüyor. O pazarlanan markanın reklamlarının çıkması, kaç kere yayınlandı, bu kadar yatırım yaptık, nasıl bize geri döndü gibi konuların içerisindeyken birdenbire A şirketini sattım 100 TL aldım. B şirketini 40 TL'ye, onun gelecekteki karı böyle olacak falan o dünya beni hiçbir zaman operasyon gibi mutlu etmiyor. Altı yıl kadar Doğan Holding'de benzer işleri yaptım. Halka açık bir şirkette ve hisse senetleri işlem görüyordu Borsa İstanbul'da. O dönemde hisse senetlerini yabancı sermayeye pazarlanması konusunda ortalama yılda 350'ye yakın toplantıya gidiyordu yabancı fonlarla. O da gerçekten bir güzellik yarışması gibiydi. Güzellik yarışması seyrederken bakıyordum. İşte geliyorlardı güzellik yarışmasına şu anda siz bunu çok görmüyor olabilirsiniz.

04-08/03/2024

Fakat YouTube'da böyle videolar var görebilirsiniz. Anlatıyor işte ben şu okulda okudum, şu işleri bilirim. Siz de orada işte şirketten anlatıyorsunuz. Böyle böyle hemen yandaki şirkete gidiyorlar onu dinliyorlar acaba onun hissesini mi alsam bunun hissesini mi alsam. Çok enteresan bir tecrübe oldu. O zaman da mükemmeliyetçiliğin ne kadar önemli olduğunu, azınlık hissedarının söz hakkının ne demek olduğunu çok ciddi öğrendiğim bir süreçti. Ben operasyona dönmek istiyorum derken size tecrübe ettiğim bir bilgiyi daha paylaşmak isterim. Kafanızda neyse artık yani gökyüzü limitsiz yani oraya kadar uçabilirsiniz. Beyniniz sizi oraya yönetmeye yönelik bir adres buluyor. Yani diyor ki sen şu an buradasın buraya gidebilmek için şöyle şöyle yoldan gitmen lazım ama sabır gösteriyorsunuz bu sırada. Ama yeter ki inanın. Günlerden bir gün Doğan televizyona geçer misin dediler. Duyduğuma inanamadım tekrar operasyona dönüyorum fakat televizyona dönüyorum. Ben çok güzel televizyon alabilirim yani ekonomik yapısını bilirim. Satabilirim. Time bound o sırada görüşmeler yapıyordu. Ama ben televizyonculuk nedir bilebilir miyim? Bunu yapabilir miyim diye çok düşündüm. Fakat sonra anladım ki sinema, televizyon, medya malzemesi insan. Ve ben insanı tanımak yönünde çok ciddi bir 10 yıllık geçmişe sahibim. Ve o geçmişi de değerlendirebileceğim bir ortam var. Bir de bu işin bir iş yanı var. Hepimiz evet bir televizyon seyrediyoruz. TikToklar görüyoruz. YouTube'u görüyoruz. Dijital platformları izliyoruz ama bu bir iş. Günün sonunda buranın da dönebilmesi ve daha yaratıcı olabilmesi için birtakım modellemelerin yapılması gerekiyor. Para kazanırsın ki bu işten para kazanmak isteyen yaratıcı insanlara bu fonlar aktarılabilirsin. Dışarıdan baktığımızda medya işi hiçbir zaman bir iş olarak görülüyor. Çünkü renkli bir şey. Az önce hocam harika şeyler gösterdi. Müthiş örnekler. Mesela öyle fotoğraflar getirmedi, getirmeye arzu ederdim ama siz yine internet öyle bir hale geldi ki bakıyorsunuz. Az önce hocam birdenbire çok güzel gördüğünüz bir harika derinliği olan bir yerin aslında o derine sahip olmadığını gösterdi. Ama kamera öyle bir şey ki sizi başka bir dünyaya götürüyor veya bir oyuncuyu normal bir halde makyajsız bir şekilde gördüğünüzde belki hiçbir zaman hayal etmediğiniz bir görüntüde ve orada çok farklı bir durum var gibi pek çok durum var. Dolayısıyla ben medya tarafını hocam affınıza sığınarak biraz yalan dünya olarak gözlemledim. Ama çok sevdim. Yaptığım işler arasında en sevdiğim iş oldu. Öyle hiçbir zaman gıda işimi geride bırakacak bir işle karşılaşmam demiştim ama medya hakikaten kanınıza girdiği zaman çıkmaz. Ben bu işi yapıyorum şu anda. Altı yıl öncesine kadar Kanal D'nin CEO'luk görevini yapıyordum. Ayrılıp kendi işlerimi yapmaya karar aldım. Kendime bir kota koymuştum. Ben

04-08/03/2024

ne zaman 50 yaşına gelirim, 50 yaşından sonra sadece keyif aldığım ancak bir taraftan para kazanabildiğim işler yapacağım. Çünkü benim de 19 yaşında biri oğlum var ona karşı da sorumlulukları olduğu için para konusunu önemsiyorum. Yoksa insanoğlunun yiyeceğiniz yemek sınırlı, yiyeceğiniz kıyafet sınırlı, 365 gün ayrı gün kıyafet giysen zaten onunla sınırlı. Nereye harcayacaksınız? Bir genç adamın ayakta durmasını şu anda harcıyorum. Bir insan kolay yetişmiyor. 8 Mart'a yaklaştığımız için ve bu konuda gündemde olduğu için sizinle istatistiki verilerle konuşmak istiyorum. Ben bir üniversite çatısı altında, akademik bir ortamda olmanın vermiş olduğu heyecanı taşıyorum açıkçası. Türkiye'de TÜİK verilerine baktığımız zaman kadın erkek ortalama üniversite mezunu sayısı örgün eğitimden başladığımız zaman ilkokul, ortaokul ve lise mezuniyetine baktığımız zaman erkeklerin üniversite mezuniyet oranları %30, kadınların üniversite mezuniyet oranları yaklaşık %7 ile 10 arasında değişiyor. Kadınların arasında ne yazık ki, hiç okuma yazma bilmeyen %3 lük bir dilim var. Bakın 85 milyonun %50 sinden konuşuyoruz. 45-50 milyonluk bir nüfusun %3 ü halen okuma yazma bilmiyor. Bütün katıldığım toplantılarda, etkinliklerde bu tür bilgileri veriyorum. Ve sizin aslında bu toplumu ne kadar azınlıkta olan bir kesimini temsil ettiğinizi bilmenizi istiyorum. Bu çok önemli. Bilgi çağında bilgisiz yürümek hakikaten mümkün değil. Siz bakmayın öyle Facebook kuran çocuk okulu bıraktı. Böyle bir hayat yok. Bir tane Steve Jobs var. Yani okumak ve kendinizi geliştirmek ve fark yaratmaktan başka çaremiz yok. Böyle bir gerçeği var bu dünyanın, sadece Türkiye'nin meselesi de değil bu söylemiş olduğum şey. Özetle, ben bu sebeple gücüm yettiği kadar hem eğitimci hem konuşmacı hem de bir iş insanı olarak hayatımda devam ettirmeyi istiyorum. Bu yolda da ilerliyorum. Fakat bu medya mecrasını da çok sevdim ya onunla da ilgili bir şey fark ettim. İnsanların biraz daha derinlemesine sorumlu olması gerektiğini düşünmeye başladım. Beni çok endişelendiren birkaç konu var. Bir tanesi az önce hocam değindi. Gerçekten kadınlar için geçerli değil çocuklar için de benzer durumlar var. Medyanın insanı acıtan ve yanlış yönlendiren bir yüzü var. Medya güçlü bir organ. Çünkü fark etmeden nörobilim insanları bunun üzerinde çalışıyor. Gördüğümüz duyduğumuz fark etmeden bizi içine alıyor. Biz belli bir zaman içerisinde paradigmarımızdan farklı bir yolun içine giriyoruz. Dolayısıyla 21. yüzyılda yeni bir kavram gelişti. Sorumlu liderlik, sorumlu birey olmak. Sorumlu birey olduğunuz zaman gördüğünüz reklamı yapan Dolce&Gabbana'dan alışveriş yapmamanız lazım. Abartmadan söylüyorum. Ben daha hiç yapmadım yapacağımı da zannetmiyorum. Dolce&Gabbana'ya girmeyeceksin. Kadını böyle meta olarak gösteren

04-08/03/2024

kozmetik şirketinden parfüm almayacaksın. Kadınların sadece bir mutfak ve yatak odası arasında hayal eden bir şirketin hiçbir malını bile almayacaksın. En iyisini yapsa bile. Çünkü zaten onun bir alternatifi var. Dolayısıyla lütfen bir birey olarak kendinizi azımsamayın. Birey olarak azımsadığımız noktada dünyayı kurumsal olarak ele geçiren sistemlerin bir parçası oluyorsunuz. Oysa bakın yine söylemek istiyorum, sizler dünyanın önemli bir parçasısınız. Çünkü farklı bir eğitim stiline içerisinden geçiyorsunuz. Bundan sonra da hayatınızı çizerken daha farklı olacaksınız. Dolayısıyla önce toplumun içerisinde nerede durduğunuza bakmanız lazım. Neden bu topluma takık bir ifadeyle başladım? Topluma takık ifadenin sebebi şu; arkadaşlar medyanın malzemesi insan. Medyanın kelimesi Medium'dan çıkmıştır. Medium ortada duran ayna olan anlamını taşıyor. Bir taraftan dayak yiyen kadın sayısı inanılmaz derecede yüksek. Şu anda TÜSİAD ve Sabancı Üniversitesi ile bir çalışma sürdürüyoruz. Ne yazık ki eğitilmiş kadınlar daha çok dayak diyor. Bu çok içler acısı bir şey. Aile içerisinde çok daha yüksek bir şiddet var. Niye? Kimliğini ortaya koymaya çalışıyor. Neden? Çünkü zaten eğitilmiş kadın %10'u temsil ediyor. Doktorasını bitirmiş kadın sayısı %3. 100 kişiden sadece üç tanesi. Düşünün ki okuma yazma bilmeyen %3 var. Bir de doktora ve üstünü yapan %3 var. Böyle bir dengenin içerisinde yaşıyorsunuz. Dolayısıyla lütfen kendinizi birey olarak ben hangi kitlenin temsilcisiyim gözüyle değerlendirin. İyi bir haber var. Arkadaşlarımız Z kuşak'ı. Z kuşağı cinsiyeti önemsemiyor. Çeşitliği önemsiyor. Z kuşağına inanıyoruz. Ama Z kuşağının da önünde bariyerler var. Onun için yine pozisyonlamayı yapması gerekiyor. Şimdi medya dediğimiz zaman nasıl bir tabloyla karşı karşıyayız. Pazar büyüklüğü nedir dediğimizde 2.8 trilyon dolarlık bir pazardan bahsediyoruz. Arkadaşlar dünyanın GDP'sine baktığımızda yaklaşık 10 trilyon gibi bir rakam görüyorsunuz. O 10 trilyonun içerisinde 2.8 bu dünyanın içerisinde dönüyor. Ve bu dünyanın en önemli oyuncularını sizlersiniz. Belki de siz bu dünyadan uzak olduğunuzu düşünüyorsunuz ama her birimiz birey olarak bu dünyaya hizmet ediyoruz. Ne demek istiyorum. 2.8 trilyonun yaklaşık 1 trilyonu reklam gelirinden. Reklam geliri dediğim zaman şu da var. Elinizdeki bilgisayar oyununda alttan geçen bantta reklam geliri. YouTube seyrederken alttan geçen bantta reklam geliri. 1 dakika sonra yayınlanan reklamda reklam geliri. Yani görsel ve duyuşal her konu reklam. Spotify da önünüze çıkan reklamda reklam geliri. Siz ona hizmet ediyorsunuz. Neden? Çünkü o sıra diyor ki buraya bu kadar insanı getirirsen ben sana reklam gireceğim. Reklama girdi. Milka'ya döndü dedi ki; ey Milka sen buraya reklam verdin, ver bakalım benim paramı 1 TL. Kim benim paramı getirdi? Hocam

04-08/03/2024

Spotify da müzik dinlerken getirdi. Aslında siz bu kadar etkilisiniz. Ama etkili olduğunuzu bu kadar farkında mısınız bilmiyorum. İşte o 1 trilyon böyle oluşuyor. Diğer taraftan bu önümüzdeki dönem içerisinde dijital en büyük parçayı alacak. 2.8 in %55 i buradan gelecek. Arkadaşlar oyun sektörü, özellikle Asya pasifik bölgesinde 312 milyar dolarlık bir büyüklüğe sahip olacak. Yani çok çok büyük bir rakam. Diğer taraftan biliyoruz ki canlı konserler Pandemi sonrası anormal arttı. Bunun getirisi var. Ve bunun yanı sıra internetin de bir trilyonluk bir pazar yaratacağını öngörüyoruz. Yani bütün oyun aslında internetin etrafında dönecek. Biz de bunu görüyoruz. Bu arada baktığımızda halen en yüksek gelir reklam ondan sonra internet ve bunun çevresinde tüketicinin yapmış olduğu harcamalar. Diğer taraftan toplam reklamın ayırımına baktığımızda yıllar itibari ile açık ara internetteki reklamlar artıyor. Sonra TV yayınları. Sonra video oyunları. Ondan sonra da video temelli dediğimiz YouTube'un içerisinde olduğu reklam geliri yapılarında reklam gelirini arttırıyor. Buraya dikkatinizi çekmek istiyorum. Medyanın çok enteresan bir şey var medyanın sınırı yok. Sınırsız bir düzen. Dolayısıyla siz bir Amerikan içeriğine ulaştığınız gibi Çin içeriğine de ulaşabiliyorsunuz. Endonezya'dan da Türk içeriğine ulaşıyorlar. Dolayısıyla sınır yok. O yüzden ben global resmi görmeyen çok kıymetli olduğunu düşünüyorum. Burada Amerika evet, büyümeyi ciddi olarak arttıracak ama önemli bir Çin gerçeği var. Ben sizin yerinizde olsaydım. Gerçekten bir Uzakdoğu tecrübesi yaşamak isterdim. Ona bakmanızı tavsiye ederim. Çok gence soruyorsunuz. Diyorlar ki Avrupa'ya gideyim Amerika'ya gideyim. Onlar artık eskidi. Gerçek artık Asya'da, büyüme artık Asya'da. Hangi coğrafyada yaşarsanız yaşayın inanın bu durum size bir zıplama getirecektir. Oyuna geldiğimiz zaman video oyunları oynayanlar kimler acaba? Kızlar oynayın, öğrenin. Orada dönüyor hayat. Video oyunları ciddi bir büyüme gösteriyor. Ve video oyunlarının arkasında önemli bir algoritma var. O algoritmaya kafanızın çalışıyor olması çok önemli, üniversite bitiren çok erkek var ya kadınlara göre onlarla birlikte iş arkadaşı olduğunuzda onların beyinlerini çalışma sistemini video oyunları çok hakimiyet gösteriyor. Böyle araştırmalar var. Ve oyunun kurallarını belirlerken gayriihtiyari buralardan geçiyorlar. Siz de kafanızı yorun, böyle bir şey var. Sabah hocamızla konuşuyorduk. Neden kadınlar daha çok çalışmalı diye kafamızı yoruyoruz. Maalesef istatistikler yüzünden. Ama demin size söylediğim gerçeklikleri aşmak için jenerasyonlar gerekiyor. Bu araştırmalar bize diyor ki dünyada kadın ve erkek arasındaki eğitim, gelir arasındaki farkın sosyal pozisyon farkının kapanması için bu hızla devam edersek bile bir 60 yılımız var. Böyle bir 60 yılı kapatmamız

04-08/03/2024

için hakikaten bizim farklı bakmamız gerekiyor. Bu dünyada söz sahibi olmak için bu mücadeleyi vereceğiz. Mecbur muyuz aslında değiliz ama mecbur muyuz evet mecburuz. Böyle bir gerçeklik var. Video oyunlarını da her oynadığımızda hatırlayın. 310 milyar \$ bir ekonomiye hizmet veriyorsunuz. Sizde bunun sorumluluğunu bilin. Ben buraya bir hizmet veriyorum şeklinde düşünün. Çok enteresan halen insanlar büyük organizasyonlar yapıldığında Rihanna konserinde büyük bir ekonomi dönüyor. Madonna tekrar sahneye çıkacak anormal bir ekonomi dönüyor. Taylor Swift baştan sona bir ekonomi. Kızların yüzü hemen güldü. Erkekler takip ediyor mu? Kafalar sallanıyor ama evet. Şöyle bir şey göstermek istiyorum arkadaşlar. LinkedIn 2020 başında yoktu. Facebook, Pinterest, Twitter bunlar 2005'te geldiler hayatımıza. 2005 öncesi doğan var mı? Çocuklar sizden sonra doğdu bunlar. Instagram'ın büyüme hızı iki yıl altı ay. Bu kadar hızlı. Ama daha ürkütücüsü ChatGPT. Bugün Amerika'da senaryo yazarları ChatGPT'nin büyük bir tehlike oluşturduğunu düşünerek bir haftalık grev yaptılar. Bunun kontrollü biçimde yönetilmesini söylüyorlar. Dünyanın artık buraya evrildiğini göstermek için bunu söylüyorum. Dijital dünyayı eline geçirecek. Dijital okuryazarlarımız çok önemli. Yarın anne ve baba olduğunuz zaman çocuklarınızın doğru bir biçimde dijital temasını yönetebilmeniz için de çok önemli. Artık kendinizde olduğunuzu düşünüyorum. Gayet olgusunuz. Ergenliğinizi geride bıraktınız. Dolayısıyla dijital okuryazarlığınızı kazandığınızı ve o kimliğin içinde olduğunu umuyorum. Yarın için de bu çok önemli.

Şimdi arkadaşlar medya okuyan kimler var aranızda? Var mı? Çok güzel. Onun dışındaki bölümleri sorayım. Mühendislik ve ekonomi. Sosyal bilim okuyan var mı? Sağlık okuyanlar var. Gördüğünüz gibi sektör bağımsız, hepimiz medyanın bir parçasıyız. Şöyle bir şey var. İki tane eksenimiz var. Eksen bir pazara giden yol sonucunda değer zinciri var. En büyüklerin yaratıldığı yer. Sağ taraf değer zincirinden çıkmış, ekosistemde hep var olacak. Ve gittikçe daha az para kazananlar var onu size söyleyeyim. Sol tarafta tüketiciyi tanımayanlar aşağıya doğru azalıyor tüketiciyi tanıyanlar yukarıya doğru çıkıyor. Arkadaşlar içerik yaratıcılar, ekonomik olarak çok ciddi gelir elde ediyorlar. Bugün sizin gördüğünüz Nuri Bilge Ceylan, Tolga Karakılıç gibi yönetmenler dünyanın parasını kazanıyor. Kazanmak durumundalar. Çünkü içeriğin oluşması için ve metin yazar arkadaşım senaristler. Anormal para kazanıyorlar. Bu arkadaşlarımız burada asıl değeri oluşturuyor. Yapım şirketleri, mesela televizyonda dizi izleyenler kimler? Platformlarda dizi izleyenler kimler? Netflix izleyenler? BluTV kullananlar? Ay yapım var. O3 var. Dizi üretiyor. Bunlar veya Lions Gate var. Makers content

04-08/03/2024

creator alanında çalışıyor. Maximalist content distributors bunlar yine parayı güzel kazanıyorlar. Ve tüketici hakkında çok haberdarlar. Bunlar kimler? Netflix, BluTV, Kanal D, ATV, EBC kanalları gerçekten müthiş bir para kazanıyor. Ve content distributors diyorlar. İki tane gelirleri var ve sizi her ay üye olduğunuz platformlara ödemiş olduğunuz tutarlar bu insanların gelirini oluşturuyor. Bu şekilde değer zincirin de piramidin tepesine oturuyorlar. Mashup dediğimiz multi-taskerlar var. Mesela Amazon, Jeff Bezos maalesef insani değerleri düşük, ama müthiş model kurmuş durumda. Yani Amazon değer zincirinin her alanını kapatıp kendi içerisinde bunları bir araya getirmiş durumda. Hem content yaratıyor hem dağıtıyor. Hem de gidiyor. E-ticarete cross-selling kendini daha büyük bir ekonomi yaratıyor ve hem ekosistemin parçası hem müşteriyi tanıyor hem bunları en iyilere satıyor. O yüzden Amazon'un marka etiketi yukarı çıkıyor da çıkıyor. Hiçbir zaman aşağıya inmiyor ama Apple piyasa değerine baktığımızda aynı hızla yukarıya çıkmıyor. Dolayısıyla medyanın iş olarak şöyle bir özelliği de var. Birdenbire yukarıya doğru bir iş yapabilirsiniz. Fakat onun yukarıda kalması için sürekli yenilenmeniz ve etkileşimin içerisinde tutmanız gerekiyor. Bu etkileşimin içerisinde tutmuyorsanız o zaman gittikçe değerinizi kaybedersiniz ve işlerin raf ömrü azalır. Şimdi buraya bir de AI geldi. AI ile ilgilenen ve takip eden kimler var? Eğer buradan çıktuktan hemen sonra eğer bunu yapabilirsek ben diyeceğim ki iyi ki geldim. İyi ki bir sohbet yaptık. Lütfen emek verin ve AI iyi anlayın. İnanamayacağız bir hızda AI giriş yaptık ve aslında sizler de bunun bir parçasısınız. Ben de parçasıyım. Dün İstinye Üniversitesi'nin bu ekibine e-posta attığım anda zaten bir parçası oldum. Benim verilerim otomatik olarak işlenmeye başladı. Sistem biliyor ki ben bugün buraya geldim, bunu anlatıyorum. Nereden aldık bu verileri, PWC benim haritamı çıkarmış durumda. AI bize gelene kadar, hayır efendim AI çoktan geldi, bize veri topluyor. Dolayısıyla lütfen AI anlayın. Bu bizim ABC'yi okumamız gibi veya İngilizce öğrenmemiz gibi önemli bir konu. Burası da çok çağdaş bir üniversite. Bu üniversitede bunun olmasını beklerim. Şimdi bir de dijital bölümüne geçiş yapalım.

Çok hoş bir veriyle karşılaştım. O veriyi sizlerle paylaşıp iki slayt gösterip bitireceğim. Bu verileri bilmeniz gerektiğini düşünüyorum. Bu gibi organizasyonların ise şöyle kıymetli olduğuna inanıyorum. Akademi her zaman aslında bir zihinsel düşünce sistemi öğrenme ve Networking yapmak ve akademisyenlerin gösterdiği yeni yolları anlamaktan geçiyor. Ama bizim gibi sahadan gelen insanlar için şunun çok kritik bir önemi var. Gelip biz sizlerle bunları paylaşmak zorundayız. İşte bu paylaşım toplantılarının kıymeti çok önemli. Şimdi arkadaşlar

04-08/03/2024

mobil, dijital dedik. Çok güzel bir araştırma var. Bu araştırmayı sizlerle paylaşmak istiyorum. Dünyanın şu anda 8 milyarlık bir nüfusu var. Kentleşme oranı %57.2. Mobil telefon kullanıcı sayısı 8.46 milyar. Birden fazla telefon kullanan var. Kullanım oranı %105.6. İnternet kullanıcısı 5.16 milyar. Kullanım oranı %64. Aktif sosyal medya kullanıcıları 4.76 milyar. Sosyo-ekonomik durumu nasıl olursa olsun, cep telefonu var. Cep telefonun da interneti var. İnternetin içerisinde de sosyal medyası var. İnternet kabulüne baktığımızda Avrupa, Doğu Asya da %70 üzerinde. Afrika da halen gelişmesi gerekiyor. Dünya ortalaması ise %64.4. Küresel internet kullanıcılarının paylarına bakıyoruz. İnternet halen gelişmeye açık bir alan. Dolayısıyla bu alanda daha da gelişecek alan vardır muhakkak ama asıl hikâye bu tabloda şu; biz mobile kaydık. Yani artık elimizdeki sistem bunun üzerinde. Şimdi size şaşırtıcı gelecek bir veri vermek istiyorum. Kuzey Avrupa en çok sosyal medyayı kullanan mecra. Afrika'da hala bir gelişim imkânı olmamış, belli ki olacak. Merkez Asya'da yine yok. Bizde zaten şimdi göreceksiniz neler neler olmuş. Kendi içindeki paylara baktığınızda dünyada hala Kuzey Amerika en yüksek oranda Güney Asya en yüksek oranda Doğu Asya en yüksek oranda. Topladığınızda yüzde yüze ulaşıyorsunuz. Şimdi burada yine size adres eklemek istiyorum buralar nüfus yoğun bölgeler olduğu için bu gibi işlevin en çok yapıldığı yer. Bu bir bağlantı arkadaşlar. Gördüğünüz gibi mobil bağlantı kopmuş gidiyor. Söylememe gerek yok. Yani geniş şekli bile yok. Türkiye'ye baktığımızda nüfusumuz 86 milyon. Kentleşmemiz %77.2 arkadaşlar. Çok üzücü bir şey onu size söyleyeyim. Ben de Hatice hocam gibi Adanalıyım ve bizim Adana'da muazzam bir humuslu toprak bitkileri kırmızı toprak vardır ve tarımın göbeğidir ve insanlar köylerinde yaşayıp tarımla geçinirken maalesef tarımla geçinemez hale geldikleri için bu toprakları satıp kenti büyüttüler. Yani kentimiz Adana bizim çocukluğumuzdaki Adana değil. Dolayısıyla kentleşme oldu. Tekirdağ ile İstanbul'da az kaldı. Yani birleşince kentleşme doruğa erişiyor. Dünya gıda sorunu içerisinde, lütfen bu sorun bizim sorunumuz olmayacak. Yani bizim ömrümüzün son demlerinde göreceğiz ama sizin sorununuz olacak. Gıda ve su sizlerin sorunu olacak. Onun için oralara bugünden uyanıp katkıda bulunmak lazım.

Sadece toplumsal cinsiyet eşitliğine değil, bir o kadar da bu dünyanın sürdürülebilirliğine emek vermemiz gerekecek. Yani sizin de mücadeleniz bu yönde olacak görünüyor. Şimdi mobil telefon kullanıcısı arkadaşlar biz dünya ekonomisi arasında 125'teyiz. Düşebiliyor musunuz? Böyle bir sıralamanın içerisinde dünya standardına erişmiş durumdayız. Mobil telefonunda neredeyse nüfusumuz kadar kullanıyoruz. Kullanım oranımızda %95.4, internet kullanıcıları

04-08/03/2024

%83.4, aktif sosyal medya kullanıcısı %73.1. Şimdi şöyle bir hesaplama yapalım. Hiç okula gitmeyen insan oranına baktığınızda %10 larda. Zaten 86'dan %10'nu düşüğümüz zaman 78 gibi bir şey kalıyor. Bakın o 78'in içerisinde de 63 milyon sosyal medya kullanıcısı var. Bu kadar etkin hocam. Artık billboardlara falan bakmıyoruz. Televizyon reklamları o kadar önem taşımaz hale geldi. Onun için sorumlu birey olmak çok kritik bir konu. Bana bu reklamı mı gösteriyorsun. Ben artık seni seyretmiyorum tavrını birey olarak koyabilirsiniz. Çünkü elinizde, televizyonu kapatarak bunu yapamazsınız. Çünkü televizyon reyting sistemi var. Ama platformu kullanırken sen bunu mu yaptın kardeşim yok hadi benim seninle işin olmaz diye protesto edebilirsiniz ve bu protestonuzu bireysel protestonuzu da beyan ederseniz başka sosyal mecralarda o zaman ne olacak biliyor musunuz? Evet ya biz kafamızı düzeltmek durumundayız deme hakları doğacak. Onun için aslında internet topluma demokratik olma imkanını getiriyor. Bireyselleşiyoruz doğru ama birey olarak da aktif davranışımızı belirlememiz gerekiyor. Şimdi burada baktığınızda büyümelere biz anormal derecede mobil telefon kullanıcı alanında büyüyoruz. Dolayısıyla yine lütfen Telekom alanında çalışmalara önem verin. Bunlar hep size gelecek vadeden işler. Mevcutta gördüğümüz işlerin %80 i yarın olmayacak. Dolayısıyla yarın olmayacaksa hangi alanda olacak, hangi coğrafyada olacak? Sizlerin bunu gözlemlemesi ve ona göre de eğitiminizi şekillendirmeniz gerekiyor görüşümdedir. Bir an önce de okulunuzu bitirmeniz çünkü zamana karşı oynuyorsunuz. Lütfen bir an evvel okulunuzu bitirin, hayata atılın sonra devamlı sürekli öğrenmeye kendinizi adayın. Onun için okulunuzu vaktinde bitirmenin kritik bir önemi var. Artık sosyal medya kullanıcılarının son bir yıllık dönemde bir gelişim yok. Çünkü birdenbire hücum olarak girmiş sisteme ve hepimiz sistemin içindeyiz. Şimdi nüfus hakkında demin konuştuğumuz bilgiler bunu geçeceğim ama burada önemli olan şey bizim ortalama yaşımız 31.6. Bu çok kritik bir şey. Zaman içerisinde nüfusumuz hızlı artıyor arkadaşlar. Hatta biz 90 milyona da geldik yani öyle görünüyor. Yaşa göre nüfusu zaten az gördük. Bakın 0-4 yaş arası %7.4, 5-12 arası 12 buçuk, 13-17 yaş arası %7 buçuk, 18-24 arası 10.5. Zaten siz burayı topladığınızda 25, 34 de bizim yüzde 7 nüfusumuz bu arada gerçekleşiyor. Ben buranın temsilcisiyim sizi de tahmin ediyorum buranın temsilcisisiniz. Cihaz sahipliği bakın oyun konsolu sahibi olan %13.8, akıllı bileklik kullanan 20.8 ve TV akışı cihaz kullananların oranı ne kadar değişmiş durumda? %19.1 eskiden bu oran çok daha yüksekti. Yani hani televizyoncu mu olacağım, hayır televizyoncu değil. Siz içerik üreticisi olacaksınız. Yani artık öyle bir dünya yok. Yani televizyon bu resimden çıkıyor, ekran farklılık

04-08/03/2024

gösteriyor. Akıllı Ev cihazları ne kadar büyük bir oranı almış falan burayı da geçtim. Günlük harcadığımız zaman internette arkadaşlar 7 saat harcıyoruz. Bilmiyorum telefonlarınıza soruyor musunuz ben günde ne kadar saatinde ekranda geçirdim diye. İdeal olan aslında 7 saatin altında geçirmek. Ama tabii illaki bu alanda geçen bir zaman var. Bakın yayın kullanımı 1 saat 49 dakikaya düşmüş durumda. Müzik dinleme 1 saat 37 dakika, radyo kaybediyor maalesef. Podcast 49 dakika dinliyoruz. Oyun konsolu kullanımı 1 saat 5 dakikaya düşmüş görünüyor. Sosyal medya kullanımı 2 saat 54 dakika yani feci bir şey aslında bence feci bir şey. Burada işaret etmek istediğim önemli bir konu var. Warnock akademik formla bir çalışma yaptık. Dijital okuryazarlık konusunda. Lütfen okuduğunuz şeyi 5-6 kaynaktan ve güvenilir kaynaktan edinin. Bakın interneti en çok bilgi bulmak için kullanabiliyormuşuz. Biz üniversitede kütüphaneye gider, kütüphanelerden kitap alırdık. O kitaplar zaten okul tarafından onaylandığı için içimiz rahat bakardık. Tabi o biraz böyle bakış açısı şu anda anlıyorum teknoloji gelişince. Ama lütfen bilginin kaynağına inin, gördüğünüz ilk bilgiye inanmayın ve siz de kendi içinizde reyting yapın. Kullanılan cihazlar gördüğünüz gibi en çok akıllı telefon, internet bağlantıları gibi. Pek çok bilgi var. En çok Youtube izleniyor. Google onu takip ediyor. Ekşi sözlüğün gücüne bakmanızı istiyorum. Instagramı aynı şekilde. Böyle bir tablo var. Sürelere göre baktığınızda Google ve Youtube yine en önemli payı alıyor. Google en yüksek paya sahip. Yine Google da en iyi aramalar hava durumu. Ben 75 milyon üyesi olursa burada şeyi hava durumu, altın, dolar. Böyle gerçek e devlet etkisinin ilk beşte olması yani kendi ile ilgili bilgilerini de kontrol etmeyen bir toplum olduğumuzun bir göstergesi.

Burada yeni medyayı anlattım. Data analitiği ne kadar önemlidir dedim. AI odaklanın dedim. Reklamların nereden nereye geldiğini gösterdim. Bakın artık ekranlarımız ne kadar çoğaldı? Sadece televizyon ekranını yok. Ve dedim ki bu da son slaytım arkadaşlar medyayı siz şekillendireceksiniz. Yani lütfen sabah dışınızı fırçalarken aynaya bakın ve ben birey olarak şu anda o ortadaki şey var ya yansıtan ayna onu şekillendiren kişiyim deyin. Yani bunu hakikaten bilin. Ve buna göre mutlu olduğumuz alanları seçerken sorumlu olun. Bugün Avrupa'daki gençlikte şu sorun var, onlardan hızlı anladılar, Hollanda'da su o kadar yükseliyor ki Amsterdam'ın sular altında kalma ihtimali var. Venedik'i öyle bir su bastı ki hala yollarda zorlanıyorlar. Dolayısıyla biliyorlar ki iklim artık çok önemli. Ve tüketime çok önem vermeye başladılar. Geriye dönüşümlü ürünler satın alıyorlar. 2. el ürünler satın alıyorlar, tüketimi durduralım. Yeter ki bu dünya yaşasın demeye başladılar. Bence bu sorumlu birey olmak. Bu

04-08/03/2024

belli bir vadede başka bir kafayı beraberinde getirecek ama sorumlu bireylik neyi getiriyor. Şunu getiriyor; bugün bir filmi yapmak için 150 milyon dolarlık bütçe yarın 150 milyon dolarlık bütçe olarak karşımıza çıkmayacak. 50 milyon edecek. Neden? Çünkü 2 kere 3 kere bazı şeyleri az tüketmeye başladığımızda reklama fon kalmayacak. Reklama fon kalmadığı zaman bir daralma yaşanacak. Bu beklenen bir şey reklam gelirlerinin dünyada düşmesi beklenen bir şey ama sorumlu birey olduğunuzu lütfen unutmayın. Burada az önce söylediğim şey mobil çok önemli. Artık kablolu TV diye bir şey yok. 5G üzerinden her şeyi yürüteceğiz. İçerikler kişiselleştirilecek.

Özge Hanım: İsmi öğrenebilir miyim?

- Buse.

Özge Hanım: Buse atıyorum. Taylor Swift'i örnek vereyim. Buse Taylor Swift'i çok izliyorsa karşısına hep Taylor Swift çıkacak ve ona çıkart göre şekillenecek.

Özge Hanım: Senin ismin nedir?

- Onur.

Ö: Hangi oyunu oynuyorsun?

-Çok fazla oynamıyorum. Şu sıralar metro serisi.

Özge Hanım: Metro Serisi diyelim. Metro serisini oynuyor Onur. Youtube'da tam gezerken metro serisini tanıtan bir video onun önüne düşecek. Çünkü o kadar AI onu benimsemiş durumda ki Onur'un serinin yeni oyununa beynini hazırlayacak. Bu kadar kişisel durumda. Tabii ki reklamın mecrası, şekli değişecek. VR gözlüklerinden geçti. Çok daha öteye giden sistemler var ama en önemlisi arkadaşlar. Bilginizin gizlenmesi ve korunması. Onun için lütfen Tiktok'ta paylaştıklarınız, Snapchatte koyduklarınız, Instagram'da yaptıklarınız arkasında duracağınız şeyler olsun. Kimsenin kullandığında sizi sıkıntıya değerlerinizi sıkıntıya düşürecek bir şeyle karşı karşıya kalmamaya çalışın. Bunu naçizane sizden rica ediyorum. Çünkü bir de bu işin etik kuralları hala tesis edilmedi. Hukuki düzenlemeleri her şeyin gerisinden geliyor. O kadar hızlı değişiyor. Az önce gördünüz. ChatGPT'nin bir yere girmesi 2 yılı aldı. LinkedIn 6 yılda linkedln oldu ama şu anda ne gelse çok hızlı geliyor. Dolayısıyla siz lütfen karşılaştığımız her şeyde duruşunuzu önceden belirleyin, ona göre aksiyon alın.

04-08/03/2024

Markalara da hak ettiği değer verin. Hocamın söylediği her şeye katılıyorum ama şunu da bilin, Kızılçık Şerbeti dizisi bugün en yüksek rating alan dizilerden bir tanesi. O dizinin içerisinde Tiktok fenomeni olan bir kızın başına geleni anlatmak durumunda. Orada onu göstermek durumunda çünkü birçok kızımızın başına bu geliyor, bunu gösterecek veya toplumda birbirimizi, çeşitliliği anlamak durumunda olduğumuzu göstermek durumunda. Dolayısıyla bazı şeylerin hep idealize ve kitabi olma imkânı yok Yaşanılanın yansıdığı bir dünya. Yansıdığına doğru mesajların alınması gerekiyor. Aybike hocanın söylediğini ben tamamen buraya yoruyorum. Yani dayak yiyen bir kadın, öfkeli erkek. Bahar diye bir dizi başladı. Görüyorsunuzdur Bahar idrak ediyor ki, o az üniversite bitiren kadınlardan bir tanesi ve geri dönmek durumunda ve mücadele etmek durumunda. Bahar işte o pırlanta yüzüklerin, bileziklerin verildiği evde oturtulmuş eğitilmiş bir kadının tekrar uyanış hikayesi. Dolayısıyla mesajın doğru verilmesi esas olan. Bunu unutmayalım, hepimizi tanıdığımıza çok memnun oldum. Son slaytında sorularınız nedir diyeceğim ama bunu da bırakarak sorularınızı soracağım, bana LinkedIn'den ulaşabilirsiniz. Instagram'dan ulaşabilirsiniz. Sorularınız varsa da cevaplamak isterim.

SORU CEVAP BÖLÜMÜ:

SORU: Sunumuzun başında eğitim hayatı ve medya kullanma oranından bahsettiniz. Özellikle içerik üretiminde kadınlarda hayata girip kendilerine gelir kapısı elde edebilecekler. Çünkü genç nüfuslarda artık okumamıza gerek yok deyip içerik üretici olabilirler. Bu sizce eğitimin düşmesine neden olabilir mi?

CEVAP: Tamam, çok güzel bir soru geldi. Şimdi çok enteresan bir şey var. Kadınlar ve erkekler eşit sayıda İletişim Fakültelerinden mezun oluyorlar. Fakat kadınların medya sektöründe çalışma oranı %30, erkekler %70. Eski medyada bu medyada değil, hani şimdi demokratik yapıya giriyoruz ya daha hani eşitlikçi yapı. Fakat çok enteresan bir şey. Ben konuyu dağıtarak anlatacağım. Eğer biliyorsunuz ne verirsiniz sistemin içerisine o proses oluyor ve o karşımıza çıkıyor. AI hikayesini de tasarlayanlar daha çok erkekler istihdam olduğu için erkek dolayısıyla AI içerisinde de toplumsal cinsiyet eşitliğini savunur hale gelme gerekliliğimiz var. Yani bunu da kafanızı bir yerinde tutun. Şimdi senin soruna dönüyorum. Senin sorunun cevabı şu, evet, Tiktok'ta bunu üretebilirsiniz. Oradan bir gelir kapısı elde edebilirsiniz. Fakat zihniniz hiçbir şekilde prosese edilmemişse bir tornadan geçmemişseniz

04-08/03/2024

bunun sürdürülebilir bir yanı kalmıyor. Zekâ ürünü olan işler yaşayabilir. Zekâ ve arkasında bilim olan işler yürüyebilir. Bugün metro oyunlarının arkasında çalışan insan sayısının ne kadar yüksek olduğunun bilsen akıllara zarar. Yani böyle bir kadro çalışıyor. Elektronik mühendisi var, sosyolog var, psikolog var. Dolayısıyla eğitim her şey, eğitimi yükseleceği bir döneme girdiğinizi düşünüyorum. Çünkü herkes her şeyi ben yaparım dedikçe arz talep dengesi var değil mi hocam? Ekonomide arz ne kadar artarsa fiyat o kadar düşer. Anlatabiliyor muyum? Çünkü talep sınırlı. O bu nedenle kim zekâ ve bilgi hareket ederse daha yol alacak sorunun cevabı bu.

SORU: Yapay zekadan bahsetmiştiniz. Ben şunu merak ediyorum. Çok eski bir film vardı. Belki biliyorsunuzdur. 500 sene sonrasında dünyanın durumunu anlatıyor ve ben şu an ki yapay zekâ gelişimi ve insanların bunu kullanım oranını göz önünde bulundurduğumda şu sonuca varıyorum. Bu 500 sene sonra değil de, yaklaşık 5 sene sonra olacakmış gibi geliyor.

CEVAP: Olacak. Doğru diyorsun. Şu an biz bunu tartışırken bile değişiklikler oluyor. Ve çok hızlı ilerliyor. Proses çok hızlı ilerliyor.

SORU DEVAM: Kesinlikle ve ben şunun da farkındayım. Hani siz ne düşünüyorsunuz bu konuda? Bilmiyorum. Fikrinizi de merak ediyorum, konuşma esnasında yapay zekadan bahsettiğinizde çok önemli bir mesaj geldi. Kontrol etmek durumunda kaldım. Mesajı bakarken aynı zamanda karşıma çıkan reklamda yapay zekâ altındaki kısımda aynı anda geldi. Şunu fark ediyorum. Yapay zekâ 2020 yılından sonra geliştirilmeye başlanan bir şey değil. 2009'dan beri insanların verilerinin kopyalanması ve yapay zekayı kullananlar bilir. Çok orijinal cevaplar veriyor. Bir insanın fikrinden ayırt edilmesi çok zor. İnsanlar bir süre sonra sosyal medya kullanmaya bağımlı oldukları gibi buna da bağılı olacaklar.

CEVAP: Ben de size şeyi söyleyeyim. Netflix'te Kübra'yı seyredin. Çok manasız gelecek belki Kübra'yı seyrettiğinizde ama bir gerçek. Az önce senin sorunda bir gerçek. Orada öyle bir istatistik hesabı yapıyor ki bir sonraki adımın ne olacağını AI biliyor. Bakın ben mesela buradan 11:45'te çıkmak zorunda olduğumu söyledim. Az önce birlikte çalıştığım arkadaş dedi ki; yarım saat içerisinde varabiliyoruz. Peki ben telefonuma bakıp mı gördüm? Hayır. Saatiime düştü. Bu kadar konuştuğumuz şeyler etkili.

Beni zorlayan bir reklam çıktığında hemen onları bloklamaya başlıyorum. Çünkü; sen, ben, o blokladığında karşı taraf şu mesajı alıyor. Bu şekilde gidersem bu insanlar beni takip

04-08/03/2024

etmeyecek. Onun için bireysel olarak çok güçlüyüz. Eskiden bu kadar güçlü değildik. Şu anda bireysel olarak güçlü olduğunuzu unutmayın ve kaçış yok.

Hepinize çok teşekkür ederim.

Elif VARDAR SOLAK

Şimdi öğrenci temsilcisi İrem arkadaşımızı kısa sunumunu yapmak üzere sahneye davet ediyorum. Daha sonra da konuşmacımıza teşekkürlerimizi sunacağız.

ISU Networking Kulübü Öğrenci Temsilcisi İrem Nur TAŞKIN'ın Sunumu:

Öncelikle herkese merhaba. Ben Networking Kulüp başkanı olarak burada bulunuyorum. İsmim İrem. Benden önceki konuklarımıza da teşekkür ederim. Çok çok verimli sohbet oldu. Umarım sizin için de öyledir çok fazla şey öğrendim. Medya sektörünü aslında öğrenci gözünden ufak analizini yapmak istedik. Birazcık sosyal tarafına da değineceğiz. Bir de hem kadın olarak hem de genç olarak medya sektörüne nereden bakacağımıza aslında odaklanacağız. Medya sektörü genellikle birkaç tane alt kategoriye ayrılıyor. Bunlar nedir? Yazılı basın, yayın medyası, dijital medya, film ve sinema endüstrisi, reklamcılık ve pazarlama.

Peki biz gençler olarak buranın neresindeyiz? Aslında az önce Özge Hanımın da dediği gibi biz bunların hepsini kapsıyoruz. Çünkü bunların hepsi aslında bize hitap eden içerikler üretmek için çalışıyorlar ve biz aslında bu sektörün müşterisiyiz bir anlamda diyebiliriz. Ufak bir soru analiziyle geldik sizin için.

Şimdi medya sektörünün güçlü yanları nelerdir? Çeşitlilik ve farklı görünüşlerin oluşumuna katkı sağlaması. Peki çeşitlilik dediğimizde nelerdir? Az önce dediğimiz gibi Google girdiğimiz zaman bizim önümüze çıkan çok fazla içerik var ve bunları aslında kendi işimize yarayacak isimlerini alıp gerek derslerde gerekse sosyal hayatımızda kullanabiliyoruz. Geniş kitle erişimi biz bir içerik paylaştığımız anda, şu an tiktok'ta içeri paylaşan burada bile kişilerin olduğunu tahmin ediyorum. Kendi arkadaşlarımdan da var. Çok yüksek kitlelere ulaşan kişiler de var. Bize bu imkânı sağlıyor. Eğlence ve moral faktörü. Sizin de dediğiniz gibi pandemiden çıktık ve biz aslında evdeyken eğlencelerimizi sağlayan medya sektörüydü diyebilirim. Peki

04-08/03/2024

zayıf yanları nelerdir? Tarafılık ve manipülasyon. Bu da şundan sebeple olabiliyor. Habercilik dediğiniz gibi tek taraflı. O ne diyorsa biz ona inanıyoruz ve yoruma çok açık değil. Bu sebeple eğer taraflı bir haber izliyorsak biz sadece onu alabiliyoruz.

Tüketici güveni sorunu. Eğer dediğim gibi biz tarafılık sezmişsek bir tüketici olarak tamamen aslında bunu seçmiyoruz, kanalı değiştiriyoruz veya o içeriği direkt geçebiliyoruz. Gizlilik ihlali. Peki nedir bu? Yine dediğimiz gibi gizlilik aslında Snapchat'te bizim paylaştığımız her içerik AI'ya dataya giren birer içerik ve veri olarak işlenebilen bilgiler. Bunlar konusunda biz gençlerin özellikle dikkat etmesi gerekiyor. Çünkü önümüzde çok uzun bir süre var ve örneğin 50 yaşına geldiğimizde de ben mesela İrem olarak 50 yaşında şu halime bakarak ya ben bunu yapmasaymışım dediğim şeyler aslında şu anda datanın içinde var oluyor. Bunu söyleyebiliriz. Peki fırsatlar nelerdir? Biz içerik üreticisi olduğumuzu varsayarsak dijitalleşme ve internet. Bizim elimizde çok fazla içerik var ve bunları işleyebiliriz. Bu konuda sektör ne olursa olsun burada az önce sordukları için söylüyorum. Sağlıklı da olsak medya iletişimi de okusak, ben uluslararası ticaret öğrencisiyim. Keza kendi işim tekstil olduğu halde AI konusunda ben de çok fazla işin içinde bulunmak zorundayım. Çünkü AI ile biz aslında tasarımları bile yaptırmaya başladık. ChatGPT dördü kullanmaya başladık. Sadece bir tasarım için ki gelecek trendler için. Veri analitiği ve kişiselleştirme konusunda da zaten birbirine bağlı. İnovasyon konusu bizim için çok önemli. Çünkü dediğim gibi veriler çok fazla. Bizim ne kadar işleyebildiğimize bakıyor.

İnovasyon konusunda da bizim ne kadar bilgili olduğumuza ve o bilgileri nasıl işleyebildiğimize sadece bakılıyor. Tehditler nelerdir? Bu biraz korkutucu gelebilir. Çünkü dijital korsanlık ve illegal içerikler ne kadar Netflix olsa da Blue Tv olsa da bunlara para öderken aslında para ödemememizi de sağlayan bazı korsan web siteleri de var bildiğiniz gibi.

Reklam gelirlerindeki azalma aslında bunun şu anlamda koyduk televizyon reklamlarındaki azalmadan kastediyoruz burada. Çünkü evde televizyon izleyen var mı bilmiyorum. Vakti olan var mı bilmiyorum. Daha çok kısa videolar ilgi çekiyor. Evet, hatta Tiktok 6 saniyelik yatay içeriklere geçmeye bile başladı.

Sahte haber ve güvenilirlik sorunları bu da yine güvenli tarafından. İçeriğin çalınması işte vesaire vesaire örnekleri verebiliriz. Peki dünyada medya sektörü nerede? Bizim gözümüzde aslında Avrupa, Amerika gibi yerler çok rekabet içerisinde ve giderek büyümeye devam ediyor.

04-08/03/2024

Ama şu an trendlerde Asya ülkeleri olduğunu da biliyoruz. Asya ülkeleri büyüme trendleri eğer takip ediyorsanız çok hızlı bir şekilde artıyor. Ama onlarda küçük bir sıkıntı var. Devletin koyduğu bazı kanunlar ve sınırlamalar var. Sansür sorunları da geriden geliyor. Peki Türkiye’de neredeyiz? Biz aslında buna biraz ekonomik birazcık da sosyal yönden bakabiliriz. Geçen sene bilmiyorum belki TV izleyen var mıydı? Ama ben mesela az önceki örneğe göre Bahar istemeye başladım. Ve biliyorum birçok arkadaşımın Bahar dizisinin bölümünü saniye atlamadan izliyor.

Medya çeşitliliğimiz çok fazla. Dünya ekonomisinde medya 2,8 trilyon gibi bir hacmi var. Türkiye’de aslında ihracat konusunda medya sektöründe giderek kat kat artarak devam eden trend halinde dünyada. Bunuda şundan anlayabiliriz. Körfez ülkelerinde Kıvanç Tatlıtuğ, Burak Özçivit en büyük reklam kampanyaları. Trendyol’da şimdi bir körfez ülkeleri kampanyası orada direkt olarak Türk oyuncularını Körfez ülkeleri reklamında kullandılar. Bu bizim için çok büyük bir şey diyebilirim. Çünkü siz bir ülkeye gittiğinizde o pazar arayışında aslında onların ünlülerini kullanmanız gerekirken biz Körfez ülkelerini, Arap ülkelerini gittiğimizde kendi ünlülerimizi oraya girebildik ve aslında Türk içeriklerini direkt olarak o pazara trendyol üzerinden de sağlayabildik gibi bir şey söyleyebiliriz. Umarım daha da büyür. Dünya ekonomisine medyanın ilerleyişini bahsettim.

Bir de ulusal gazete künyelerinde yer alan medya sektöründe kadın erkek oranları. Bu da Dergiparktan yapılan bir araştırmadan aldık. 30 tane bu ulusal gazete inceleniyor ve bunların içinde çalışan kadınların sosyal yönde nasıl iş hayatları olduğu araştırılıyor. Burada da diyor ki %19 u kadın, %81 i erkek çalışanlar. Çok düşük bir oran. Söz konusu araştırmada yine %10 kadın yöneticiler %90 erkek yöneticilerden oluştuğunu söylüyor. Genç olarak bizim atacağımız adımda daha çalışmamız, daha da kendimizi ön plana çıkarmamız gerekiyor. Burada aslında size kısaca özetlemek istiyorum. Medya sektöründe kadınların çalışma hayatları ile ilgili sorunlar. Burada uzun mesai saatlerinden bahsediyorlar en büyük problem olarak. Erkeklerden daha çok çalıştıklarından yakınıyor.

Yayın organlarında çalışan kadınların konumları. Aslında konum olarak bu araştırmadaki kadınlar çok şikayetçi değiller. Çünkü liyakata ve tecrübeye göre konumlarının belirlendiğini ama bu konuma geldikten sonra mesai saatlerinin fazlalığından şikayetçiler, kariyer de yükseltme olanakları ama yine dediğim gibi konum konusunda en azından bu araştırmadaki

04-08/03/2024

kadınlarımız çok büyük sıkıntı yaşamadıklarını bahsediyorlar. Fakat şirketten şirkete de değiştiğini belirtiyorlar.

Cinsiyete de dayalı tutum ve davranışları geldiğimiz zaman; kadınların yüksek çalışma mesai saatlerinden dolayı akşamları gece 10-11 de eve gittiklerinden bahsediyorlar. Aynı kademede çalışan erkeklerin bana çay getirir misin söylemlerine de maruz kalabilmektedirler. Burada kız arkadaşlarımda beni destekleyeceğini düşünüyorum. Bir erkeğin bize sürekli emir kipiyle konuşması hoşumuza gitmez. Bunu değiştirmek bizim elimizde Bu da beni son slaytımdı. Teşekkür ederim.

"İrem Nur Taşkın'ın gönderdiği başlıklar;

Ulusal Gazete Künyelerinden 30 Ulusal Gazete künyesi incelenerek Çalışanların %19'u kadın % 81 'i erkektir çıkarımını yapabiliriz.

Yine aynı araştırmaya bakacak olursak yazılı basın yöneticilerinin yüzde 10'u kadın, % 90'ı ise erkektir.

↳ Medya sektörü ayrıca yapılan diğer araştırmada ilk "Cam Tavan" kavramının en yüksek olduğu sektörlerin ilk sıralarında.

4 gerçek kişi ile yapılan araştırmada çalışma hayatındaki sorunlar ele alınmış ve cevaplar genelde daha uzun mesailer ve hareketli çalışma şartlarından bahsediyorlar

Peki bu kadınlarımızın konumu veya mevkisi nedir?

Burada kadınlarımızın iş yerlerinde mevkinin liyakata ve tecrübeye göre değerlendirildiği konusunda hem fikir olduklarını görüyoruz.

Kariyer ve yükselme olanakları ise şirket bazlı değişiklik gösterdi, bu araştırmadan yine bunu çıkarabiliriz.

- Kadınlara karşı bir ayrımcılığın olduğunu söyleyenlerin sayısı erkek egemen bir sektörde haliyle fazla fakat ayrımcılık yapılmadığını belirtenler de olduğunu söylemekte fayda var.

Umarım çok kısa bir süre içerisinde birer birey olarak objektif bir şekilde değerlendirildiğimiz yıllara.

Hepimizin Kadınlar Gününü şimdiden kutluyorum. Teşekkürler.”

Elif VARDAR SOLAK

Sevgili İrem’e çok teşekkür ediyoruz. Çalıştayımızın sonuna geliyoruz. Gençlerle, akademisyenlerle, sektörle iş birliklerimizin daha da devam etmesini istiyoruz. Bu arada hemen çok çok kıymetli konuğumuza İstinye Üniversitesi olarak teşekkür etmek istiyoruz. Bizi çok mutlu ettiniz. İnanılmaz noktalara, hepimizin deneyimlediği algoritmalara değindiniz. Muazzam bir konuşmaydı her yönüyle. Size çok teşekkür ediyoruz. İstinye Üniversitesi olarak Kadın Emegini Değerlendirme Vakfına KEDV sizin adınıza bağışta bulunmuş olduk. 100. Yıl için üniversitemizin çıkarttığı kitabımız var. Kabul etmenizi rica ederiz. Çok teşekkür ederiz.

8 Mart 2024 AÇILIŞ KONUŞMASI



Elif VARDAR SOLAK'ın Konuşması:

Merhaba değerli katılımcılar.

Kadın işgücü, ekonomide kadın varlığı, sürdürülebilir kalkınma, toplumsal cinsiyet eşitliği, dünyada ve Türkiye’de sektörel bazda kadın işgücü varlığını ele alarak ve emekçi kadınların mücadelesinin daha güçlü meyveler vermesini umut ederek 5 Gün 5 Sektör Kadın İşgücü Varlığı Çalıştayımızı başlattık.

Tarihten bugüne ilham kaynaklarından fırsatlara, zorluklarından stratejik hamlelere değinerek enine boyuna tartışıyoruz. Genç nesillere vizyon oluşturuyoruz, sorulara cevaplar alıyoruz. Bugün çalıştayımızın son günündeyiz, 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü ile taçlandırıyoruz. Her gün verilen mesajların özünde kendi gücümüze inanmak, her şartta her fırsatı değerlendirmek, inanmak, çok çalışmak, yaptığını çok sevmek ve bugün ürettiklerimizle yarınımızı yaratmak vurgusu vardı. Attığımız her adımda kat ettiğimiz yolu kutlayalım. Mağdur olmayı değil muzaffer olmayı övelim. Dayanışarak ve sevgiyle ilerleyelim.

Doç. Dr. Ayça BAL ÖZTÜRK'ün Konuşması:

Çok Değerli hocalarım ve sevgili arkadaşlar bugün ilaç ve Kimya oturumumuz olan son oturmamızda tekrar hoş geldiniz bir kendimi kısacık tanıtmak istiyorum ne yapıyorum İstinye Üniversitesinde. İsmim Ayça Bal Öztürk, kimya mühendisiyim. Lisansımı, yüksek lisansımı ve doktoramı kimya mühendisliği alanında gerçekleştirdim. Sonrasında Amerika'da doktora sonrası çalışmalarımı doku mühendisliği alanında yaptım. Şu an İstinye Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Analitik Kimya Anabilim Dalında Doçent olarak çalışmalarımı yürütüyorum. Aynı zamanda Doku Mühendisliği Araştırma ve Uygulama Merkezi müdürlüğünü yapmaktayım. Kök Hücre ve Doku Mühendisliği Yüksek Lisans ve Doktora programlarının koordinatörlüğünü yürütüyorum.

Bugün sizlere bir bilim kadını olarak kadının bilim dünyasındaki yerinden minicik bahsedeceğim. Kadının bilimle olan ilişkisinin felsefi temellerini incelediğimizde tarih boyunca kadın-bilim ilişkisini engelleyen birçok faktör olduğunu gözlemliyoruz. Bunların en önemlisi ayrıcalıklı konumunu kaybetmek istemeyen egemen erkeklerin yaklaşımı olduğu. Felsefenin ilahlarından kabul edilen Platon "Bir barbar değil, bir Yunanlı, bir tutsak değil özgür, bir kadın değil, bir erkek olarak yaratıldığım için Tanrı'ya şükrediyorum" demiştir ve bu sözle bir erkek olarak yaşama katılmasının ne kadar önemli olduğunu vurgulamış. Asırlar sonra bile kadınlara yönelik olumsuz bakışın hala geçerliliğini koruduğunu ve özgürlük savunmacısı pek çok filozofun da görüşlerini açıkça yansıyor bunlardan biri olan ve "uygarlığın eleştirmeni" olarak adlandırılan Jean Jacques Rousseau bile: "Kadın, erkeğe eşit olarak yaratılmamıştır, kadının bunu bilmesi ve buna katlanması gerekir." ifadesiyle kadınların toplumdaki ikincil konumlarını vurgulamaktadır. Bir diğeri ise Ünlü Alman düşünür Immanuel Kant, kadınların matematikle ilgilenmesi ile alay ederek: "Madem güzel kafalarını geometriyle meşgul edecekler, sakal da bırakabilirler." demiştir. En son olarak ise "Kadınlara görüşmeye mi gidiyorsun? Kamçını unutma!" sözleri herkesçe bilinen ve belki de en aykırı, anti feminist filozof olan Friedrich Nietzsche'nin kadınlar hakkındaki görüşleri de Antik Çağ'ın meslektaşlarından farklı değildir.

Belli dönemlerde kadınların doktora yapması engellenmişti. Hatta bu yüzyıllarca sürdü, bunların en büyük örneği olan Madame Curie, 1894 yılında Sorbonne Üniversitesinden mezun oluyor, mezun olduktan sonra Polonya'ya dönüyor ve Krakow Üniversitesi'nde doktora

04-08/03/2024

kabul edilmiyor. Sonrasında Fransa'ya dönerek burada doktorasını tamamlıyor. 1903 yılında Nobel Fizik Ödülünü alarak tarihte bu ödülü alan ilk kadın oldu. 1911 yılında ise Nobel Kimya Ödülüne layık görülerek tarihte iki Nobel Ödülü sahibi ilk kişi oldu.

Tekrar Nobel Bilim Ödüllerine baktığımızda, 2020 verilerine göre 57 kadının Nobel Bilim Ödülü kazandığını görüyoruz. Oranlara baktığımızda 17 bilim kadının Nobel barış ödülünü kazandığını görüyoruz. Bunun kadın-erkek oranına vurulduğunda yaklaşık %10,6 olduğunu. Nobel Edebiyat Ödülünü 16 kadının aldığını ve bunların %13,7 seviyelerinde kadın oranlarının olduğunu, Kimyada %3,8 Fizik Ödülünde %1,9 seviyelerinde olduğunu görüyoruz. 2020 yılında biyokimya alanında iki kadın arasında Nobel Ödülü paylaşıldı. Kadın adaylar arasında paylaşılan İlk örnek olarak tarihe geçiyor.

Ülkemize baktığımızda da ödüller var. Bunlardan GEBİP Ödülü Türkiye Bilim Akademisinin her yıl verdiği bir ödül üstün başarılı genç bilim insanlarına verdiği bir ödül. 2022 yılının bilim ödüllerinin yaklaşık %35,2'si kadın bilim insanlarına verilmiş. Ben de bir kadın olarak 2023 yılında BAGEP Ödülüne layık görülmüş olmaktan gurur duydum.

İlaç Kimya Sektörü Uzman Esra DOĞANAY'ın konuşması:

Merhabalar Efendim, sevgili gençler, değerli hocalarım. Öncelikle kadınlar gününüzü kutluyorum, beni de bugün aranızda aldığımız için sizlere çok teşekkür ediyorum. Size kısa bir sunum hazırladım umarım ilginizi çeker. İlaç sektöründeyim. Türkiye'nin ilk kadın mühendislerinden birinin kızıyım. Onunla gurur duyuyorum. Size sunumumu genç bir ekiple hazırladım.

Merck İlaç firmasında Avrupa Ortadoğu ve Afrika iletişim direktörü olarak çalışıyorum 24 senedir ilaç sektöründeyim hatta biraz geçti 24 seneyi. 2 farklı iş yerinde çalıştım ama ilaç sektörünü hiç bırakmadım, bırakmamamın nedeni çok kaliteli bir sektör olması. Hekimlerde çalışıyor olmamız beraber çalıştığımız sosyal paydaşların gerçekten çok değerli paydaşlar olması. Firma değiştirdim ama sektörü hiç değiştirmedim. Hepinize de bunu öneriyorum. İlaç sektörü çok güzel, kadınların en çok yer aldığı sektör. Türkiye'de gerçekten bir numarada.

Şimdi ilaç dünyası ikiye bölünmüş durumda, pandemi öncesi ve pandemi sonrası. Biliyorsunuz dinamikler çok değişti ama ilaç sektöründeki dinamikler aslında yıllar önce de böyleydi.

04-08/03/2024

Dolayısıyla o yüzden çalışan kadını çok iyi destekleyen bir sektördür. Ben de iki çocuk annesi bir kadın olarak iki çocuğumu da bu sektörde çalışırken büyüttüm. Şu anda Merck'teyim, daha önce MSD'de çalıştım. Galatasaray Lisesi mezunuyum. Boğaziçi Üniversitesi'nden sonra Koç'ta MBA yaptım, ilaç sektörüne hemen girdim ve bir daha da hiç çıkmadım.

Şimdi size kısaca ilaç sektöründen bahsedeceğim, Türkiye'deki ilaç sektöründen bahsedeceğim. Sonra da sevgili Ceylan Hanım size ilaç sektöründeki kadınlardan ve kadınların iş dünyasındaki yerinden bahsedecek. Kendisini de çok severim birlikte çalıştık senelerce bir önceki iş yerimde.

Küresel İlaç Pazarı büyüklüğü 1,4 trilyon dolar, bunlar 2022 yılı verisi 2023 yılı raporu. Türkiye 22. Sırada, 8 milyar dolarlık pazar payı ile. Daha önce daha üst sıralardaydı ama karşılaştığımız jeopolitik sıkıntılardan dolayı biraz geriye düştü. Daha hızlı büyüyordu biraz geriye düşerek büyümeye başladı. Covid ve jeopolitik krizlerden dolayı daha çok büyümesi beklenirken büyümesini yavaşlattı. Dünyada ilaç satışlarında ilk 50 şirketin Pazar paylarına göre Amerika bir numara. İlaç satışlarında ilk 50'deki şirketlerin Amerika'daki pazar oranı %87 iken Türkiye'de bu oran %47. Bunun nedenlerini ilerleyen slaytlarımızı açıklayacağız ama kısaca şöyle diyebilirim ilaç sektöründe en önemli alıcı devlet. Bütün dünyada ilaç sektörü geri ödeme kapsamında en çok devlete satış yapar. Devletlerin de tabii bir bütçesi var, yaşanan sıkıntılar nedeniyle de biraz kısıtlamalar oluyor. Bu bütçeleri belirlerken devlet yetkilileri orijinal ilaç yerine jenerik ilaç tercih ediyorlar çünkü patentlerinin süreleri geçtiği için daha ucuz oluyorlar.

Bu durumda yenilikçi ilaçlara da Türk hastası biraz daha geç ulaşıyor, bazen ulaşamıyor. Tabii bunun böyle bir dezavantajı da var. Şimdi burada dünyada tedavi gruplarına göre gene 2022'nin verisine göre onkoloji ilaçları bir numarada, ikinci sırada antibiyotikler var. Üçüncü sırada kardiyovasküler ürünler var. Daha sonra kan ürünleri, antidiyabetikler ve sinir sistemi olarak devam ediyor.

İnsan ömrünün uzamasının ardındaki en önemli faktörlerden biri yenilikçi ilaçlar ve tedaviler. Eskinin 65 yaşı, şimdinin 40 yaşı ve bunda ilaç sektörünün çok büyük bir payı var. Kanserden bahsetmeden geçmek istemiyorum. Çünkü yenilikçi ilaçlar sayesinde kanserden ölüm oranlarında %32'lik bir düşüş söz konusu. Özellikle meme kanseri ve akciğer kanseri erken tanı ve doktorların tanıya yönlendirmesi sonucu bilinçli hastalar sayesinde çok erken tanı

04-08/03/2024

konduğu zaman kanserler, birtakım kanserler tedavi edilebiliyor. Kronik hastalık boyutuna geldiği bile söyleniyor. Özellikle meme kanseri, burada dünya kadın günü olduğu için de söylemek istedim meme kanserinde ileri evre de olsa çok agresif de olsa gerçekten çok büyük geri dönüşler yaşıyoruz. Sektörde bunu görüyoruz yenilikçi ilaç tedavisi sayesinde. Umuyorum bir gün kanserin de tedavisini buluyor olacağız.

Avrupa ülkelerinde ana ölüm sebeplerini size göstermek istedim. Kanser hep birinci sırada zannediliyor ancak ikinci sırada. Birinci sırada aslında kardiyovasküler sıkıntılardan dolayı gerçekleşen ölümler ilk sırada. Daha sonrasında solunum nedeniyle ölümler gerçekleşiyor.

Burada genç arkadaşlarıma bir sektör analizi yapmak istedim ve bu sektörde yer almak isterseniz sektörün gerçeğini bir görün istedim. Fırsatlar tarafı aslında global olarak da aşağı yukarı aynı ama tehditler, zayıf yönler Türkiye'ye spesifik. Fırsatlarda hiç bitmeyecek bir sektör. Savaşta ve barışta ilaç sektörü çok önemli bir sektör. Krizlerden en az etkilenen sektör. Çok gelişen bir sektör. Arge'ye en çok yatırım yapan sektörüz biz. Öyle bilinmez ama IT ya da BT sanılır ama araştırma geliştirmeye en fazla bütçe ayıran sektör bizim sektörümüz. Yaptığımız satışların %20'sini, hatta %25'e kadar çıkabiliyor, biz araştırma geliştirmeye harcarız.

Türkiye'nin stratejik konumu çok önemli çünkü Avrupa'nın dibindeyiz. Batı ile Doğu arasında bir köprüyüz. Özellikle Covid'de bunu yaşadık. Tedarik zincirlerinde çok problem yaşadık bu yüzden Avrupa biraz yüzünü bize döndü. İlaç sektöründe çok büyük bir rekabet var. Orijinal ile jenerik arasında olduğu gibi jenerikler arasında da. Çok katı regülasyonlar var. Hiçbir zaman ilacı doğrudan satamazsınız. Dolayısıyla aramızda bir tedarik zinciri var. Ecza depoları ve eczaneler var. Dolayısıyla bu sistem Sağlık Bakanlığı'nın denetiminde olan bir sistem. Komplex teorilerine çok açık bir sektör bizimkisi. Hayvan deneyleri olsun, kansere çözüm bulundu ama saklıyorsunuz olsun ama asla böyle bir durum yok. Çok değerli bilim insanları ile çalışıyoruz zaten kanserin tedavisini bulsa bir firma hemen piyasaya sürer ve en zengin firma olur. Güçlü yönlerimiz araştırma geliştirmeye çok pay ayırmamız, artık çok yenilikçi yüksek teknoloji ürünlerimiz var. Çok nitelikli bir iş gücümüz var. Maliyetlerimiz düşük ama kalitemiz yüksek. Türkiye İlaç Pazarındaki ilk sıralarda yer alan firmalara baktığımızda ise ilk sıralarda Abdi İbrahim'i görüyoruz. Bunda yine jenerik ilaç tercihi rol alıyor. İkinci sırada Novartis. Üçüncü sırada EastPharma eski adıyla Deva olduğunu görüyoruz.

04-08/03/2024

Biraz ilaç sektöründeki kavramlardan bahsetmek istiyorum çünkü çok sık karşılaşıyoruz bunlarla. Araştırma geliştirmeyi zaten biliyorsunuz bunlar bilimsel çalışmalar. Blockbuster yüksek satış hacmine sahip ilaç. İlaç şirketinin ana gelirine sahip ilaç. Endikasyon ruhsatı belirli bir hastalık ve durumu tedavisi için kullanımının yetkilendirildiği resmi izin veya ruhsat. Farmakovijilans da yan etkilerin izlenmesi ve raporlanması ile ilgilenen süreç. Geri ödeme, devletin bir ilacı sağlık sistemi tarafından belirli koşullar altında geri ödeme kapsamına alması. Jenerik ilaç, patent koruması sona ermiş olan ve orijinal ilaç ile aynı etken maddeye sahip olan ancak daha az maliyetli ilaç. Türkiye’de orijinal ilaç firmaları AİFD (Araştırmacı İlaç Firmaları Derneği), jenerik ilaçlar İlaç İşverenler Derneğine bağlı. Bir molekülün denenmesi ile ilaç haline gelip piyasaya verilmesi arasındaki süre yirmi seneyi bulabiliyor ve çalışılan her 10 bin molekülden sadece 1 tanesi ilaç haline gelebiliyor. Dolayısıyla çok maliyetli bir süreç. 1,5-2 milyar doları bulabilen bir süreç. Bir molekül buluyorsunuz sonra hayvanlar ve insanlar üzerinde deniyorsunuz, Faz 1-2-3 olarak devam gidiyor. Orijinal ilaç bir firma tarafından geliştirilmiş ve patenti alınmış olan ilaç formu.

Şimdi biraz Merck İlaç şirketinden bahsetmek istiyorum. Biz dünyanın en eski ilaç ve kimya şirketiyiz. 355 yıllık bir geçmişimiz var. 1668’de Frankfurt’ta kuruluyoruz. MSD ile birleşip Dünya Savaşlarından sonra ayrılıyor. MSD ve Merck olarak iki ayrı firma olarak devam ediyor. Bugün kendimize ilaç ve kimya şirketinden çok biyoteknoloji şirketi diyoruz. Merck İlaç olarak dünyada 64,200 çalışmamız ve 22 milyar Euro’luk satışımız var 2023 yılında. Arge’ye ayırdığımız para yılda 2,5 milyar Euro. 66 ülkede faaliyet gösteriyoruz.

İlaç Kimya Sektörü Uzman Ceylan GÜZEKİN’in konuşması:

Öncelikle hoş geldiniz. Bu sahneyi öyle bir isimle paylaştım ki bazı insanlar vardır o insanlar sizin arkadaşınız değil şansınızdır. Esra Doğanay da benim şansım bu hayatta, 1998 yılında tanıştık ve bir daha hiç ayrılmadık şirketlerimiz değişti ama biz hep devam ettik onun için onunla bu sahneyi paylaşmak benim için ayrı bir keyif ayrı bir şans. Bu sahneyi 8 Mart’ta sizlerin huzurunuzda paylaşırken aslında Atatürk’ün kurduğu bir ülkede hala bir kadın olarak özgür bir kadın olarak nefes alabildiğim için şükran duyuyorum bunu da hepinizin huzurunda tekrar etmek istiyorum.

04-08/03/2024

Ben de çok uzun yıllar ilaç endüstrisinde çalıştım fakat sonra ilacın farklı bileşenleri var. Farklı alanlarına da girdim. Sizlere ilaç Endüstrisi sadece Esra'nın anlattığı çok önemli lisansları olan ürünleri olan firmalar değil. Onu farklı bileşenleri de var. Farklı çalışma fırsatları da var. Onları da anlatmak için kendi şirketinden bahsedeceğim. Ama buradaki asıl konum bugün bahsetmek istediğim toplumsal cinsiyet eşitliği. Toplumsal cinsiyet eşitliği asla bir kadın konusu değildir. Sunumuma böyle başlamak istiyorum öyle bitireceğim çünkü toplumsal cinsiyet eşitliği bir toplum konusudur. Gözümüzü çok iyi açıp taşın altına elimizi sokmamız gerekiyor, bu konuya çok inanıyorum. Biraz da kendimi tanıtmak gerekirse Esra'ya göre biraz daha fazla çalışma hayatında kalmışım. Bir 35 yıllık bir çalışma hayatım var. İlaç endüstrisinde ama daha çok gördüğünüz gibi ben denetim, finans konularında uzmanlık kazandım. MSD ilaçlarını CFO'luğunu yaptım 12 yıl boyunca. Bir genel müdürlük tecrübem oldu 9 yıl. Şu anda da Birgi Mefar şirketinde Uyum Denetim ve Yönetişim Koordinatı olarak çalışıyorum ama benim için en önemlisi son 4 yıldır yaptığım çalışmalar. Tabii ki ilaç endüstrisinde çok şeyler kazandım, kendimi geliştirdim. Ama en önemlisi son 4 yıldır toplum için bir şeyler yapmaya başladım. İşte o beni çok beslemeye başladı, son 4 yıldır pandemi ile derneklerde yer almaya başladım ve halihazırda 4 dernekte yönetim kurulu üyeliği yapıyorum. Bir vakıfta da yönetim kurulu üyeliği yapıyorum. Boğaziçi Üniversitesi Vakfı yönetim kurulu üyesi olarak seçildim. Boğaziçi Mezunları Derneğinin yönetim kurulu üyeliğini yapıyorum. İki tane de dünya derneğinde, BWN (Business Women's Network) ve PWN (Profession Women's Network) derneklerinde yönetim kurulu üyeliği yapıyorum. Burada yaptığım çalışmaların hepsi toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili onlardan da birazdan bahsedeceğim. Bu anlamda topluma destek olmak için bu gönüllülük hizmetini de çok kıymetli olduğunu düşünüyorum hatta çok genç yaşta gönüllülük çalışmalarına başlanması gerektiğinin önemini her gördüğüm yerde vurgulamaya çalışıyorum. Biraz şirketimden bahsedeyim Birgi Mefar diye bir şirkette çalışıyorum ben aslında kocaman bir şirket çünkü biz burada steril enjektabl üretim yapıyoruz. Steril enjektabl üretim nedir? Tamamıyla ampuller ve flakonlar ile hastanelerde sağlık görevlileri tarafından uygulanabilen ilaçlardır. Bunları gidip eczaneden alamazsınız, hepsi hastanelere satılır. Birgi Mefar Türkiye ve yakın coğrafyanın en yüksek kapasiteli entegre üretim faaliyetlerinin sağlayıcısı. Aynı zamanda iki tesis var. Birinde ampul ve flakon üretimi yapıldıktan sonra diğer tesise geliyor ve burada dolumu yapılıyor. 2015 yılında en çevreci tesis ödülünü aldık. 2021 ve 2023 yılları arasında da 21 tane özellikle insan kaynakları ve gelişim konusunda ödüller kazandık. Bini

aşan çalışmamız var. 60 ulusal ve uluslararası firmaya üretim yapıyoruz. 10 farklı GMP (Good Manufacturing Practice) sertifikamız var.

1963 yılında bir Türk girişimci tarafından kurulduk, ilk aşısı dolmuştu 2011'de yapılmış fakat şirketin en büyümesi ve patlaması ve daha yukarı çıkmasının en önemli sebeplerinden bir tanesi hepimizin bildiği 2020-2021 yılında Sinovac aşısının tesisimizde üretilmesi. Tüm Sinovac aşısı tesisimizde üretilip Sağlık Bakanlığı'na gönderildi. Bu büyümenin arkasında da bazı yatırımcıların dikkatini çektik ve 2021 yılında da Abu Dabi devleti tarafından satın alındık. Artık aşılarda Abu Dabi devletine ait ama burada tüm Türklerin hizmetine hazır bir şekilde çalışıyoruz. Bütün Avrupalı ve ulusal ilaç firmaları ile çalışıyoruz.

Ben şimdi biraz çağımızdan bahsetmek istiyorum. Biz Esra ile çalışırken çok eğitim aldık. Çok yabancılar geldi. Orada bize 2010-2015 yılları arasında VUCA diye bir şeyden bahsettiler. Biz o zamanlar anlamıyorduk, öyle bir şeyin olabileceğini hayal bile edemiyorduk. VUCA nedir? V=volatility, aslında istikrarsızlık gibi düşünebilirsiniz. U= uncertainty, belirsizlik. C=complexity, karmaşıklık. A=ambiguity, değişkenlik. Öyle bir çağ gelecek ki bu VUCA gerçekleşecek. Bu belirsizlik, karmaşıklık değişkenlik bir arada olacak. Bunu yaşadık mı yaşadık adamlar çok haklı, 2020 yılından itibaren pandemi oldu arkasından inanılmaz bir ekonomik kriz oldu tüm ülkelerde enflasyon arttı, ekonomik baskılar inanılmaz verimsizlikler arttı. Halihazırda bir de savaşların içerisindeyiz. Peki bu VUCA ne yapıyor, herkeste bir kaygı oluşturuyor ve bizi bir verimsizlik girdabına sürüklüyor. İş insanları da bunu çözebilmek için iş hayatına yeni kavramlar getiriyorlar ve yeni oyuncular da bu kavramları üstleniyorlar. Yeni oyuncular demek yetkinliklerimiz yeterli değil sürekli kendimizi geliştirmemiz gerek demek. Yeni kavramlar oluşuyor, bu kavramlara baktığımızda çeviklik, öğrenen organizasyon, entegre düşünce, şirket içi girişimcilik, işveren markası, iyi yönetim. Tüm bunları yaparken toplumsal cinsiyet eşitliği olmadan olmaz. Neden olmadığını size anlatacağım.

2015 yılında büyük şirketlerin başkanları, birçok insan bir araya gelerek Birleşmiş Milletler ile 17 tane Kalkınma Amacı duyurdu. Buradaki amaç küresel iklim krizini önlemek amacıyla belirlenmişti ancak bakıldığında sadece iklim ile ilgili konular yok. 5 numaraya baktığımızda toplumsal cinsiyet eşitliğini görüyoruz. Ne demek toplumsal cinsiyet eşitliği? Aslında biz kadın ve erkekler olarak farklı bedenleriz, beyinlerimiz farklı çalışıyor. Kadın tamamıyla süreç odaklı bir organizma. Erkek tamamen sonuç odaklı bir organizma. İkisinin bir araya gelmesi lazım ki

04-08/03/2024

ortaya doğru, sağlıklı, süreci iyi planlanmış sonuçlar çıksın. Biri olursa sadece süreç olurken diğeri olursa sadece sonuç oluyor. Süreç ve sonuç bir araya geldiği zaman ortaya çok iyi işler çıkıyor. Biz kadınlar olarak, erkeklere de duyurmak isteriz, biz erkeklerle eşit olmak istemiyoruz. Biz eşit haklara sahip olmak istiyoruz. Toplumda, kamu önünde eşit haklara sahip olmak istiyoruz. Biz erkek olmak istemiyoruz. Erkekler de kadın olmak istemiyor. Ama beraber bu yolda devam etmek istiyoruz.

Neden toplumsal cinsiyet eşitliği çok önemli? Kadınların iş gücüne katılımı ekonomik büyümeyi destekliyor. Çeşitlilik, kapsayıcılık, daha sağlam kararları destekliyor. Farklı beyin jimnastikleri ortaya çıkıyor. Gelir eşitsizliği azalıyor.

Cinsiyet eşitsizliğinin topluma %15 maliyeti var. UN Women'ın yaptığı bir araştırmaya göre. Yönetim ekiplerinde eşitlik ve çeşitlilik olan şirketin %25 daha yüksek karlılık potansiyeli olduğu ortaya çıkıyor. Daha iyi bir toplum olsun diye, daha refah bir toplum için kadınla erkek bir araya gelmeli. Bu bir kadın meselesi değildir, bu bir toplum meselesidir.

Birleşmiş Milletler genel sekreteri Kofi Annan demiş ki 'Toplumsal cinsiyet eşitliği sadece bir insan hakları değil aynı zamanda bir ekonomik zorunluluk'. Romantik bir konu değil yani. Kadınla erkek bir araya geldiğinde ekonomik sonuçlar çok daha farklı oluyor. Yatırımcıların güveni, çalışanların güveni daha yüksek oluyor. Çalışanın kalma süresi uzuyor. Şimdi şu soruya bakalım. OECD'de kadınların iş gücüne katılımının en düşü olduğu ülke sizce kim? Cevap Türkiye, %31 civarında. Bu daha yüksekti pandemi öncesi. Fakat pandemiden sonra kadın ev işi mi yapsın, çocuğuyla mı ilgilensin, Zoom mu açsın derken mecburen bu oran daha da aşağıya düştü. Kadının istihdamında maalesef en düşük ülke Türkiye. World Economic Forum'un bir araştırmasına göre Küresel Cinsiyet Eşitliğinde 146 ülke arasında 129. Sıradayız. Yani daha gidilecek çok yolumuz var. Yapılacak çok işimiz var.

Bir de Türkiye'deki kariyer piramidine bakalım, kız ve erkek öğrenciler bir arada okula giriyorlar toplum %50-50. %50 kadın ve erkek arasında %49 oluyor bazen %51 oluyor %50 diye kabul ediyorum. Sonra üniversiteye geldiğinde %46 yani bir kısım kadın üniversiteye gitmiyor çeşitli sebeplerle. Sonra üniversiteden mezun oluyor işe başlıyor. Bu oran %35'e düşüyor. Hele hele hele yukarılara çıkmaya daha üst pozisyonlara yönetime çıkmak isteyen kadınların oranı maksimum getirebildiğimiz nokta %18 civarına gelebildi. 2011 yılında biz devraldığımızda %11 civarındaydı. CEOlarda %3,5-4 civarında.

04-08/03/2024

Bunların ana sebeplerinden bir tanesi aslında bizim beyin katmanlarımıza, ilkel beynimize girmiş çok küçüklükten ya da geçmiş çağlardan gelen kadının yetersizliği. O yetersizlik duygusu, yetiştirilme tarzı ve ataerkil toplum derken kadın bir şey yapmasına gerek kalmadan yetersiz hissediyor. Benim canımı en acıtan kısımlardan birisi bu. Cam tavan diye bir kavram var iş hayatında kadınlar için. Pireleri bir cam fanusa koyuyorlar, üstü kapalı. Pireler çıkmaya çalışıyorlar cam tavana çarpa çarpa. Sonra bu cam fanus ısıtılmaya başlanıyor ve pireler gevşiyorlar, alışıyorlar. Öğrenilmiş çaresizlik içine giriyorlar. Cam tavan açılabilir bile pireler çıkmaya çalışmıyor. Maalesef iş hayatında kadınların yaşadığı durum da buna benziyor. Pandemiye yeni bir kavram ortaya çıktı bu da cam uçurum. Özellikle zor şirketlerde, sonu gelecek şirketlerde göstermelik olarak kadınların en üst pozisyona çıkarılması.

Mesela şirkette yeni bir pozisyon açıldı. Bir kadın bir erkek aday var, konuda yetkin değiller, tecrübeleri az. Erkek aday geldiği zaman yöneticiler potansiyeli var bu işi yapabilir diyorlar. Kadın aday geldiğindeyse ama bu işi daha önce hiç yapmamış deniyor. Çok ciddi bir ayrımcılık var. Biz ilaç endüstrisinde bunu çok yaşamadık. Başka bir araştırmaya göre 1500 kişiye soruyorlar 'Erkekler kadınlardan daha iyi yöneticidir'. Erkeklerin %40'ı evet diyor. Acı bir şekilde kadınların %26'sı da evet diyor. Çok üzücü değil mi? Kadınlar buna inanmış. Aynı çalışmada 'Çalışmak kadınlardan çok erkeklerin hakkıdır' bu cümleye katılıyor musunuz diye soruluyor. Erkekler yine %42 evet diyorlar. Kadınların yine %25'i de evet diyor. Kararsızlar da var. Öncelikle kadınlar kendilerine inanmalı. Şimdi size iki rakam söyleyeceğim. İlki 136. 136 ilki 2021 yılında yapılan World Economic Forum'un araştırmasına göre toplumsal cinsiyet eşitliği yani kadın ve erkeğin her türlü eşit hakka sahip olması için gereken süre. İkincisi ise 360, bu da şu demek her yıl 360 milyar Amerikan doları kadar yatırım yapılmalı bu konuda.

YÖK verilerine göre akademiye kadınların sayısı hızla artıyor. Şirketlerde ve sivil toplum kuruluşlarında mentorluk programlarında çok ciddi artış görünüyor. Kadın mucitlerin sayısı son 10 yılda %70 artmış. Kadın girişimcilerin oranı da son 20 yılda %400 artmış. Yeni bir hedef koyuldu, net sıfır eşitsizlik. 1 Mart Sıfır Ayrımcılık Günü olarak kutlanacak bundan sonra. İşe alım uygulamalarında kadınlar adına iyileşmeler yapıldı artık CV'lere fotoğraf koyulmuyor. Görüşmelerde 'Ne zaman çocuk yapacaksın?' 'Ne zaman evleneceksin' gibi kişisel sorular sorulmuyor artık. Esnek çalışma kadınların kurtarıcısı. Küresel olarak kadınlar potansiyellerinin %60'ını gösterebiliyormuş.

04-08/03/2024

İlaç endüstrisinde uygulamalara baktığımızda biz mesela kendi şirketimizde eşitlikçi sözlük diye bir uygulama yapıyoruz. Adamakıllı kelimesini kullanmak yerine düzgün bir şekilde, adam etmek yerine düzeltmek gibi kelimelerle bir sözlüğümüz var. Bu kapsamda farklı konuşan arkadaşları hemen uyarıyoruz. Bayan yerine kadın olacak ama diye. Bu anlamda bir farkındalık yaratıyoruz. Mesela Novartis Türkiye Çeşitlilik ve Dahil Etme projesi yapmış. Ek yan haklar, esnek çalışma saatleri, merkez ofis çalışanları için çalışma mekanını kendin seç. Okulun ilk ve son günü çocuğunun yanında ol uygulaması. Bence bu çok şahane bir uygulama. Pfizer'in çok efsane bir uygulaması var. Erkeklerle 12 hafta doğum izni hakkı veriyorlar. Astra Zeneca üst yönetim rolleri için kadınları mentorluk programları ile hazırlıyor. Abdi İbrahim de Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi İlkelerini imzalayarak taahhüt verdi. Bu doğrultuda 3 kadını üst düzeye yeni olarak göreve getirdi.

Son olarak STK çalışmalarından bahsetmek istiyorum. Mesela PWN organizasyonunun sağlık alanında çalışan kadınlara yönelik Sağlığa Yön Veren Kadınlar Projesi. BWN organizasyonunun Mülakat Teknikleri ve Mentorluk projesini yaptık. Herkese mülakat simülasyonları yaptık. Bir de Yanındayız Derneği var. Harika bir proje yaptılar, Eşitlik Ninnileri Projesi. Ataol Behramoğlu, Haydar Ergülen, Şükrü Erbaş ve Sunay Akın sözlerini yazmış. Teoman, Mert Fırat gibi kişiler seslendirmişler. Amaç çocuklara daha bebekken bunların dinletilmesi. Özetle ne yapılmalı? Üst yönetim bu konuda çok kararlı olmalı, tüm kademelerde bu konuda farkındalık yaratması lazım, düzenli iletişim yapılması, düzenli eğitimler verilmesi lazım. Yapılan projelerin sürdürülebilir olması lazım. Kapsayıcı bir kültürle de bunu her yerde uygulayabiliriz. Bir Afrika atasözü diyor ki 'Bir yere hızlı gitmek istiyorsan tek başına git, uzağa gitmek istiyorsan birlikte gidelim'.

ISUPA Pharceutical Association Öğrenci Temsilcisi Gizem ÇINAR'ın Konuşması:

Kimya üzerine konuştuk biz de biraz ekleme yapmak istedik. Kimya Endüstrisi hakkında bizim bildiğimiz kadarıyla ilaçların ve kimyasal ürünlerin geliştirilmesi, üretimi, ticareti ve dağıtımı ile ilgilenen endüstridir. Bu endüstri sağlık, güzellik, tarım ve sanayi gibi birçok alanda kullanılan ürünleri de içerir. SWOT analizinden bugün birazcık bahsettik, Strength yani güçlü yönlerimiz Arge ve inovasyon, yüksek teknoloji, küresel pazarlara erişim. Aslında güçlü yönlerimiz ortada, zayıf yönlerimize de gelecek olursak maliyetler, ilaç sektöründe maliyetler

04-08/03/2024

oldukça yüksek. Patent sorunları, çeşitli sorunlar çıkabiliyor yine işte yarışmalar oluyor burada işte hırslar ortaya giriyor. Regülasyon ve standartlar açısından da yine söylediği gibi devletle beraber çalışmak Sağlık Bakanlığı ile beraber çalışmak zorunda olduğundan dolayı yine burada zayıf yön olarak söyleyebiliriz. Fırsatlar günümüzde şu an sürdürülebilirlik, yeşil teknolojiye çok önem veriliyor aslında o yüzden bunu bir fırsat olarak görüp ilerleyen projelerimizde de buna göre hareket edebiliriz. Tehditlerde de yine zayıf yanlarda bahsettiğimiz gibi patent ihlali ve hukuk var yine bir rekabet ortaya giriyor ve kurdan dolayı hammadde fiyat dalgalanmaları çok fazla oluyor. Bugün özel bir gün, kadınların en karşılaştığı zorluklardan bahsetmek istedik biraz. Kariyer ilerlemesinde cam tavan üzerine bahsedilmişti yine burada kadınlara ilerlemesini bu şekilde sınırlıyor aslında. Bir ücret adaletsizliği söz konusu yani zamanla bunlar azaltılsa da yine sektörlerde görebiliyoruz, düşük ücretle kadınlar daha fazla iş yapmak zorunda kalabiliyorlar. Ayrımcılık ve taciz de biraz cabası gibi oluyor yani çok iş sektörüne atılmadığım için henüz karşılaşmadım umarım da karşılaşmam ve kimse de karşılaşmaz ama yine de burada görebiliyoruz olabiliyor böyle olaylar. Kadının ilaç ve Kimya endüstrisinde çok fazla rolü var gittikçe de artıyor daha da çok artacak. Lider olarak rol üstleniyor, yönetici pozisyonlarda olabiliyorlar. Çok fazla çeşitli olarak eczacılık, mühendis, yönetici ve pazarlama uzmanı gibi çeşitli kariyer fırsatlarına da sahip olabiliyorlar.

Toplumdaki değişimin yansımalarına baktığımızda kadınların işgücüne katılım artması ile de kadınların temsile etkisi artmaktadır. İlaç ve Kimya endüstrisinde kadın erkek eşitliği olarak zorluklar var değişim ve fırsatlar var ve toplumsal katılım var. Zorluklarda maaş konusunda yine zorluklarla mücadele ediyoruz, bunun yanı sıra eşitsizlik ve cinsiyet temelli ayrımcılık da dikkat çekiyor aynı şekilde. Toplumsal katılım olarak da İlaç ve Kimya endüstrisindeki kadın ve erkek eşitliğine yönelik toplumsal ve kurumsal çalışmalar artırılıyor. Daha adil bir çalışma ortamı sunulmaya çalışılıyor. Umarım daha iyi noktalara da geleceğiz.

Öğrenci Temsilcisi Beyza SÜZEN'in Konuşması:

Türkiye'de ilaç ve Kimya Endüstrisi aslında konuklarımız da çok güzel bahsettiler ülkemizde de ilaç ve Kimya Endüstrisi çok hızlı bir şekilde ilerliyor. Biz ülke olarak üretim alanında geniş bir kapasiteye sahibiz. Yerli ve yabancı birçok ilaç firması ülkemizde hizmet veriyor, üretim yapıyorlar. İlaç ve Kimya Endüstrisi yüksek kalitede kimya ürünleri üretiyor ve sunuyor aynı

04-08/03/2024

zamanda ARGE alanında da sürekli yenilikçi hizmet gösteriyoruz. Buraya bazı yeni dönemden başarılı kimya alanından isimleri koymak istedik. Türkiye’de kimya endüstrisinde öncü olan Dr. Ayşe Deniz inovasyon ve liderlikle sektörde adından söz ettiriyor. Aynı zamanda eczacılık alanında şirket kurarak başarıya ulaşan Şirin Yılmaz ilaç endüstrisinde etkili bir girişimci olarak biliniyor ve geliştirme alanında da kimya ve ilaç endüstrisinde önemli patentlere imza atan Prof. Dr. Nazlı Kaya araştırma ve geliştirme alanında uzmanlaşmış bir bilim insanıdır. İlaç ve Kimya endüstrisinde sürdürülebilirlik nasıl sağlanabilir? Çevre dostu üretime biraz daha önem göstermeliyiz, bunun için atık yönetimi ve enerji verimliliğine dikkat edebiliriz. Kimyasalların kullanımını daha sınırlandırarak daha çevre dostu ürünleri kullanmayı öncelik edebiliriz. Doğa dostu kimyasal ürünleri çalışabiliriz, yeşil kimya uygulamaları olarak. Topluma ve çevremize katkı sağlayan sosyal sorumluluk projelerine önem göstermeliyiz.

Peki gelecekte ilaç ve kimya endüstrisinde bizleri neler bekliyor? Yapay zekâ ve makine öğrenmesi entegrasyonu. Yapay Zekâ son yıllarda artık hayatımızın her alanında önemli bir faktör haline geldi. İlaç ve kimya endüstrisinde de veri analizi ve keşif süreçlerini iyileştirmek için yapay zekâ ve makine öğrenmesi sistemleri entegre edilmeli. Bu bizim yeni molekül keşiflerimizde de süreyi daha kısaltmak için çok önemli bir faktör olabilir. Nanoteknoloji odaklı yenilikler sayesinde ilaç ve Kimya Endüstri üretim yöntemleri ve ürünlerin verimliliğini arttırabiliriz. Biyoteknoloji alanındaki gelişmelerle birlikte genomik araştırmalar ve geliştirmeler ilaç ve kimya endüstrisinde yeni tedavilerin geliştirilmesine olanak tanıyacaktır. Aynı zamanda kişiye özel onun kendi genetik faktörlerine dikkat edilerek kişiselleştirilmiş tedavi yöntemleri bulmamıza yardımcı olabilir. Bakteri ve virüslere karşı şu anda bir çoğunuz direnç geliştirmiş durumdayız bunun için yeni antibiyotikler üretebiliriz. Sözlerimi bütün güçlü kadınların bütün hepimizin Dünya Kadınlar Günü'nü kutlayarak noktalandırmak istiyorum. Üniversite Eczacılık Öğrencileri Birliği adına bizlere böyle bir organizasyonda bizlere yer verdiğiniz için hepinize teşekkür ediyoruz.

SORU CEVAP BÖLÜMÜ:

SORU: Kadınlarda öğrenilmiş çaresizliğin üstesinden gelme için bahsettiğiniz projeler dışında neler yapılabilir?

04-08/03/2024

CEVAP: Söz büyüdür. Ne söylerseniz onu bir gün karşınızda bulursunuz. Birincisi kişisel olarak önce kendi değerimizi bilip kendimize güzel sözler söyleyeceğiz. Önce kendimize inanacağız.

SORU: Esra Hanım, rol modeliniz olan anneniz neler yaptı biraz daha bahseder misiniz?

CEVAP: Annem 1932 yılı doğumlu, 10 yıl önce kaybettim kendisini. Her ailede onun gibi bir rol model olmalı. Emekli oldu Unilever'den ve ondan sonra ben çalışmaya başladığım için çocuklarımı o büyüttü. Bana çok destek oldu. 35 yaşında evlendi. Eğitimli bir kadındı. Hayatı hep kendi tercihleri doğrultusunda yaşamayı tercih etti. Bana da bu konuda çok örnek oldu.

SORU: İkinizin de oğullarınız var, anneler oğullarını nasıl yetiştirmeli?

CEVAP: Ceylan Güzekin: Oğluma her zaman iş hayatını anlattım, nasıl olduğunu, ne yapılması gerektiğini. Hayat başarısının okul başarısı olmadığını. Hep çok konuştum bence benim oğlumda yarattığım fark buydu. Çok daha farkındalığı yüksek bir çocuk oldu ve hayata çok daha hızlı ve olgun bir şekilde karışabildi.

Esra Doğanay: Ben eşimden çok destek görüyorum. Eş seçimi aynı zamanda kariyer seçimi de. Sizi destekleyen bir eş çok önemli. Eşimden çocuklarımı büyütme konusunda çok destek aldım. Sorgulayan çocuklar yetiştirmeye çalıştım. Her şeyi kabul etmeyen. Bir de spor yaptırmaya çalıştım. Bence spor ya da sanat bir hobi çok önemli. Yetkin psikologlardan da çok yardım aldım bu konuda. Aileler çocuklarının kariyerleri konusunda çok endişe etmemeli. Desteklenen bir çocuk zaten kendi yolunu çizecektir. Herkes kendi yolunda gitmeli.

SORU: İlaç ve kimya endüstrisinde kariyer hedefleyen öğrencilere ne gibi tavsiyeler verebilirsiniz?

CEVAP: Esra Doğanay: Bence en önemlisi dil. Artık global bir dünyadayız ve dil olmazsa olmaz. İngilizce olmazsa olmaz. Eğer İngilizceyi iyi öğrenmez ve kullanmazsanız global dünyada hak ettiğiniz yerlere gelemesiniz. Dil konusuna çok önem verin. Kendinizi hep geliştirin. Sabredin. Ben hep gençlerde bunu eksik görüyorum. Sabırsızlıkla bir yerlere gelmeye çalışıyorsunuz. İş dünyası bir sprint değil bir maraton. Emek harcamak çok önemli, kendinize emek harcayın. Dirençli olun ve yılmayın.

04-08/03/2024

Ceylan Güzeğin: Ben iki şey ilave etmek istiyorum ilki network. Bizim zamanımızda yoktu network. Kendinize bir mentor edinmeniz lazım. Size vizyon kazandıracak, ilham verecek, sizi bir üst noktaya taşıyacak bir mentor çok önemli. İkincisi kendinizi geliştirmeniz çok önemli. Kurslar, eğitimler, bir sonraki gelecek hedefiniz konusunda kendinizi geliştirmeniz lazım. İstemekten hiç vazgeçmeyin. Sizden daha değerli hiç kimse yok.

Teşekkürler ederiz.