

UZEM

UZAKTAN EĞİTİM DERGİSİ / DERGİ

Dijital Sayı 12 • Aralık 2025 • Ücretsizdir.

BİR UZAKTAN EĞİTİM
VE ARAŞTIRMA MERKEZİ

AKILLI FİNANSAL EĞİTMEN

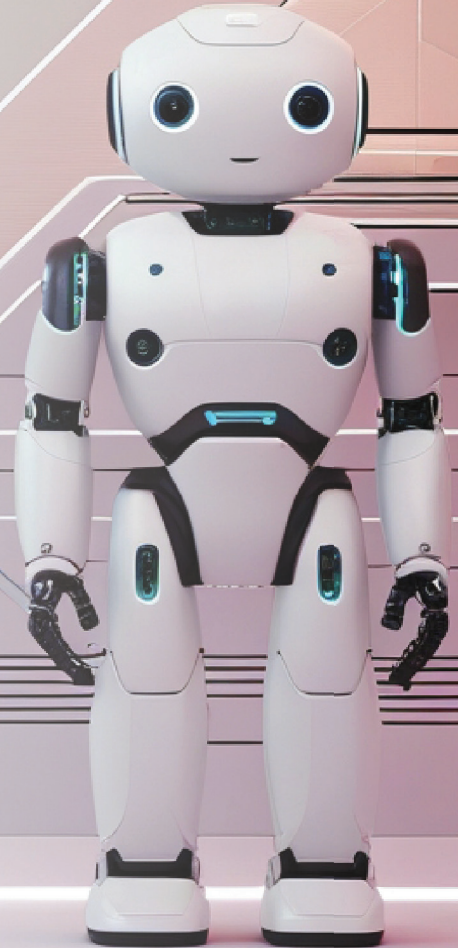
METAVERSE ÜNİVERSİTELERİ

KURUMSAL EĞİTMENLİKTE İKNA,
ETKİLEŞİM VE PROFESYONEL
İLETİŞİM BECERİLERİ

KURUMSAL EĞİTMENLİKTE ÇOCUK MERAKINI
YENİDEN CANLANDIRMAK

İNSANLIĞIN EN ESKİ DİLİ: SANAT

KARNİNİZ Mİ AÇ, AĞZINIZ MI YALNIZ?
KUÇİSABİŞİ'YE DUR DEYİN!



TÜRKİYE'DE EĞİTİM KURUMLARININ VERGİ STATÜSÜ

KAPSAMLI BİR ANALİZ VE REHBER

Eğitim Geleceği Uzaktan Eğitimde

Dünya değişiyor. Bilgiye ulaşmanın artık çok daha fazla yolu var. Üstelik uzaktan eğitim, finansal kısıtları ortadan kaldırarak herkes için fırsat eşitliği sunuyor. Zamandan ve mekândan bağımsız derslerle eğitim artık sadece sınıfta kalmıyor; evlere, işyerlerine, hatta ulaşım araçlarına taşıyor. Artık bilgi her yerde seninle! Dijital çağın sunduğu bu avantajdan yararlanarak kendini geliştir, geleceğe hazırlan!

Uzaktan eğitim, eğitimin geleceğidir.

Sen de bu dönüşümün bir parçası ol!



UZEM

UZAKTAN EĞİTİM DERGİSİ Dergi

Dijital Sayı 12 • Aralık 2025 • Ücretsizdir.

İmtiyaz Sahibi ve İdari Koordinatör

Klik Yazılım Bilgisayar Sanayi
ve Ticaret Ltd. Şti. adına
Serdar ÖZKAŞ

Yayın Yönetmeni ve Tasarım Sorumlusu

Cem KARAHANOGLU

Katkıda Bulunanlar

Arş. Gör. Fatih DEMİR
Av. Sercan KOÇ
Büşra ŞAHİN
Melisa DEMİR
Seda ÖZKAŞ

Bilgi

info@uzemdergi.net

Yazı İşleri

editor@uzemdergi.net

Reklâm

reklam@uzemdergi.net

Üyelik

abone@uzemdergi.net

UZEM Dergi, bir **Kliksoft** markasıdır.

kliksoft
www.kliksoft.net

Ticaret Sicil No

683688

Adres (Merkez)

Altintepe Mah. Eski Bağdat Cad. 19/5,
34840, Maltepe, İstanbul

Adres (Şube)

Cevizli Mah. Coşkunlar Sok. No:16, D:25,
34846, Maltepe, İstanbul

Telefon

+90 (216) 518 46 67

Faks

+90 (216) 518 14 22

Eposta Adresi

info@kliksoft.net

Sevgili Okuyucular,

2025 yılını geride bırakırken, eğitim dünyası bir kez daha kendine özgü ritmiyle hem değişimin hem de yeniliğin merkezi hâline geldi. Uzaktan eğitim, eğitim teknolojileri ve eÖğrenme ekosistemi; yalnızca araçların gelişmesiyle değil, öğrenen davranışlarının köklü şekilde dönüşmesiyle de yeni bir aşamaya geçmiş durumda. Bu yıl, yapay zekânın kişiselleştirilmiş öğrenmede bir “yardımcı aktör” olmaktan çıkıp bir “öğrenme ortağına” dönüşmesine tanıklık ettik. Uyarlanabilir içerikler, öğrenme analitikleri ve otomatik değerlendirme sistemleri artık birer teknik yenilik değil; öğretim tasarımının doğal unsurları...

Buna paralel olarak, öğretim metotları da sessiz ama derin bir değişim yaşadı. Mikro öğrenme dizileri, kısa döngülü geribildirim mekanizmaları ve senaryolaştırılmış etkileşimler, özellikle yetişkin öğrenmesinde verimliliği artırdı. Bu yılın en dikkat çekici eğilimlerinden biri hibrit öğrenme modellerinin “zorunlu çözüm” olmaktan çıkıp “stratejik tercih” hâline geliyordu. Kurumlar, fiziksel ve dijital öğrenme ortamları arasındaki çizgiyi yumuşatarak, öğrenenlere zaman ve mekândan bağımsız bir öğrenme erişimi sunmayı benimsedi. Bu esneklik, öğrenme motivasyonunu artırırken aynı zamanda kurumsal verimliliğe de katkı sağladı.

2026'ya yaklaşırken, önümüzdeki yılın eğitim dünyasında nasıl bir yön çizeceğine dair güçlü işaretler görüyoruz. Gözlemlerimize göre:

Yapay zekâ destekli öğretim tasarımı bir uzmanlık alanı olarak daha net bir biçimde tanımlanacak. Eğitimciler, üretken yapay zekâ araçlarıyla içerik geliştirme aşamasında daha yaratıcı ve daha hızlı hareket edebilecek.

Veri odaklı öğrenme yönetimi, bireysel ilerlemeyi çok daha hassas bir şekilde okumamıza olanak tanıyacak; başarı, yalnızca sonuçlara göre değil, öğrenmenin yolculuğuna ilişkin göstergeler üzerinden de değerlendirilecek.

Erişilebilirlik ve kapsayıcılık, regülasyonların da etkisiyle tüm dijital öğrenme ürünlerinin vazgeçilmez tasarım kriteri olacak.

Sanal ve artırılmış gerçekliğin kurumsal eğitimlerde yaygınlaşmasıyla, deneyim temelli öğrenme yeniden tanımlanacak; özellikle teknik beceri eğitimlerinde uygulama maliyetleri azalacak, öğrenme transferi artacak.

Bu gelişmeler ışığında, Aralık sayımızla birlikte yalnızca bir yılı değil, öğrenme dünyasının bir evresini de uğurluyoruz. 2026'nın; daha cesur, yenilikçi ve insancıl eğitim teknolojileri yaklaşımlarına sahne olacağına inanıyoruz. **Öğrenmenin kalbinde hâlâ insan var**, ama artık insan, dijital akılların desteklediği çok boyutlu bir öğrenme ekosisteminin merkezinde konumlanıyor.

Yeni yılın, tüm eğitim profesyonellerine keşfetme enerjisi, üretme motivasyonu ve yenilik cesareti getirmesini diliyoruz. Birlikte daha güçlü, daha erişilebilir, daha etkili bir öğrenme geleceği inşası dileğiyle...

Keyifli okumalar dileriz.

6 **BEYKOZ ÜNİVERSİTESİ**
UZAKTAN EĞİTİM UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ
Öğr. Gör. Önder YERAL

12 **AKILLI FİNANSAL EĞİTMEN (SFT) MODELİ**
ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ İLE FİNANSAL OKURYAZARLIĞI YENİDEN TASARLAMAK
Arş. Gör. Fatih DEMİR

20 **KURUMSAL EĞİTMENLİKTE İKNA, ETKİLEŞİM VE**
PROFESYONEL İLETİŞİM BECERİLERİ
Seda ÖZKAŞ

24 **METAVERSE ÜNİVERSİTELERİ: GERÇEKLİK ALGISI**
Büşra ŞAHİN

30 **KURUMSAL EĞİTMENLİKTE**
ÇOCUK MERAKINI YENİDEN CANLANDIRMAK
Seda ÖZKAŞ

36 **KARNİNİZ MI AÇ, AĞZINIZ MI YALNIZ?**
KUÇİSABIŞI'YE DUR DEYİN!
Cem KARAHANOĞLU

44 **İNSANLIĞIN EN ESKİ DİLİ: SANAT**
Melisa DEMİR

56 **TÜRKİYE'DE EĞİTİM KURUMLARININ VERGİ STATÜSÜ**
KAPSAMLI BİR ANALİZ VE REHBER
Av. Sercan KOÇ - GENESIS HUKUK

UZAKTAN EĞİTİMİN DERGİSİ

Özelde Uzaktan Eğitim, Öğretim Tasarımı, Eğitim Teknolojileri, Yönetim Bilişim Sistemleri, Bilgi ve İletişim Teknolojileri ile genel olarak eğitim, tasarım, teknoloji ve ilgili alanlarda akademik makaleler, öğretici yazılar, denemeler, bilgi paylaşımları, ürün incelemeleri, röportajlar, portfolyolar ve kurum tanıtımları içerecek aylık dijital dergimizin **on ikinci** sayısı sizlerle!



EĞİTİM TEKNOLOJİLERİ KONFERANSI 2025

Eğitim Teknolojileri Konferansı Yeditepe'de Gerçekleştirildi



Dijital eğitim teknolojilerinin kalbi Yeditepe Üniversitesi'nde attı. Türkiye Özel Okullar Derneği IT Komisyonu tarafından 29 Kasım 2025 Cumartesi günü Yeditepe Üniversitesi bünyesinde gerçekleştirilen ETP: Eğitim Teknolojileri Konferansı'na Kliksoft da hem sponsor hem konuşmacı olarak katıldı.

Akademik kurumlar ve kurumsal akademiler için uzaktan eğitim altyapıları kuran ve mevcut sistemlerle entegre eden, kurumlara sunucu barındırma, teknik destek ve bakım, içerik ve eğitim hizmetleri veren, Türkiye'nin ilk ve tek akredite Moodle partneri ve resmî servis sağlayıcısı olan Kliksoft, kurduğu stantta, müşterilerine sağladığı ürünler ve hizmetler hakkında bilgi verdi, misafirlerini ağırladı. Kolejler için Webkolej 2026 kampanyasını duyurdu.

Eğitim Teknolojileri Platformu'nun (ETP) teması, geçen yıl "Öğrenmeyi Dönüştüren Güç: Yapay Zekâ", bu yılın teması ise "Değişen Kavramlar, Yeni Dinamikler" idi.

Konferansın 4. panelinde; ölçme ve değerlendirmenin dönüşen doğası, yapay zekâ destekli yeni yaklaşımlar ve etkileşim temelli değerlendirme modelleri ele alındı.

Doç. Dr. Gürsu Aşık'ın moderasyonunda; Kliksoft Genel Müdürü Serdar Özkaş ve Galatasaray Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Uzay Çetin'in katkılarıyla, değerlendirme süreçlerine dair yeni dinamikler çok yönlü bir bakışla tartışıldı. Eğitimde ölçme ve geribildirim yapay zekâ ile nasıl daha güçlü, esnek, anlamlı hâle geldiği birlikte değerlendirildi. Katılımcıların konuya ilişkin soruları yanıtlandı.



BEYKOZ ÜNİVERSİTESİ UZAKTAN EĞİTİM UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ

Öğr. Gör. Önder YERAL

Beykoz Üniversitesi
UZEM Müdürü

UZEM Yöneticisi Sayın Öğr. Gör. Önder Yeral, sizi yakından tanıyabilir miyiz?

Merhaba. Ben Öğr. Gör. Önder Yeral. Beykoz Üniversitesi Uzaktan Eğitim Araştırma ve Uygulama Merkezi (UZEM) Müdürü olarak görev yapmaktayım. Akademik ve idari çalışmalarımda özellikle eğitim teknolojileri, öğretim tasarımı ve uzaktan eğitim süreçlerinin kalite standartları üzerine yoğunlaşıyorum. Temel motivasyonum, teknolojiyi eğitimin bir "amacı" değil, insan zihnini özgürleştiren bir "aracı" olarak konumlandırmak ve bu vizyonu üniversitemizin eğitim kültürüne entegre etmektir.

UZEM ne zaman ve hangi amaçla kuruldu?

Merkezimiz, Beykoz Üniversitesi'nin misyon ve vizyonuna paralel olarak; endüstrinin ve toplumun ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağını yetiştirmek üzere 2018 yılında kurulmuştur. Temel kuruluş amacımız,

bilgi teknolojilerine dayalı sistemler üzerinden eğitim-öğretim içerikleri üretmek, sunmak ve bunları ölçme-değerlendirme süreçleriyle kalite güvencesi altına almaktır. Sadece ders vermek değil, aynı zamanda üniversitemizin stratejik planında yer alan "uygulama ağırlıklı ve kalite odaklı bir üniversite olma" hedefini dijital dünyaya taşımak için yola çıktık.

Varsa, merkezin diğer kuruluş amaçları nelerdir?

Elbette. UZEM sadece derslerin yürütüldüğü bir platform değildir. Yönetmeliğimizde de belirttiğimiz üzere; uzaktan eğitim yöntemlerine, teknolojilerine ve pedagojisine yönelik araştırma-geliştirme (Ar-Ge) çalışmaları yapmak en önemli amaçlarımızdandır. Ayrıca, üniversitemizdeki tüm akademik birimler arasında eşgüdümü sağlamak, ulusal ve uluslararası kurumlarla iş birliği yaparak e-öğrenme projeleri geliştirmek ve öğretim elemanlarımızın dijital yetkinliklerini artırmak da öncelikli hedeflerimiz arasındadır.



Öğr. Gör. Önder YERAL
Beykoz Üniversitesi UZEM Müdürü

Merkezin ana faaliyet alanlarından söz edebilir misiniz?

Faaliyetlerimiz oldukça kapsamlı ve çok katmanlıdır. Birincisi **Akademik Süreçler**: Ders içeriklerinin "e-öğrenme standartlarına" uygun olarak tasarlanması, senaryolaştırılması (story-board), seslendirilmesi ve sunulması süreçlerini yönetiyoruz.

İkincisi **Teknik Altyapı**: Eğitim Yönetim Sistemi (LMS) ve Sanal Sınıf yazılımlarının (Moodle, Zoom vb.) kesintisiz işlemlerini sağlıyoruz.

Üçüncüsü **Eğitim ve Oryantasyon**: Hem öğretim elemanlarımıza hem de öğrencilerimize yönelik düzenli eğitimler ve oryantasyon programları düzenliyoruz.

Son olarak **Ölçme ve Değerlendirme**: Sınavların güvenliği, analizi ve sistemin performans takibi de ana faaliyet alanlarımızdandır.

Merkez bünyesinde kaç programın faaliyeti yürütülmektedir?

2024-2025 akademik yılı itibarıyla merkezimiz bünyesinde **2 ön lisans programı** (Dış Ticaret, Lojistik) ve **3 yüksek lisans programı** (İşletme, İşletme İngilizce, Uluslararası Ticaret ve Lojistik) olmak üzere toplam **5 tam uzaktan eğitim programı** yürütülmektedir. Bununla birlikte, örgün eğitimdeki öğrencilerimizin de aldığı ortak dersler ve hibrit derslerle birlikte toplamda **144 farklı ders** uzaktan eğitim yoluyla verilmekte ve bu operasyonda **90 öğretim elemanı** görev almaktadır. Toplamda 178 kayıtlı tam uzaktan eğitim öğrencimiz bulunmakla birlikte, örgün eğitimden servis dersi alan binlerce öğrencimize de hizmet vermekteyiz.

Merkezin kurum dışı hizmetleri de var mıdır?

Evet, yönetmeliğimiz ve vizyonumuz gereği "duvarsız üniversite" anlayışını benimsiyoruz. Kamu kurumlarına, özel sektöre ve sivil toplum kuruluşlarına yönelik uzaktan eğitim

ihtiyaç analizleri yapıyor, onlara özel sertifika programları ve içerik geliştirme danışmanlığı sunabiliyoruz. Ayrıca Sürekli Eğitim Merkezimiz ile koordineli çalışarak, yaşam boyu öğrenme kapsamında yetişkin eğitime yönelik dijital çözümler üretiyoruz.

Merkezin organları nelerdir ve bu organlarda kimler görevlidir?

Merkezimizin yönetim yapısı, Rektörümüz tarafından görevlendirilen bir **Müdür** ve üniversitemizin yetkin öğretim üyelerinden oluşan 5 kişilik bir **Yönetim Kurulu**'ndan oluşmaktadır. Yönetim Kurulumuz, merkezin stratejik kararlarını alan, faaliyet raporlarını onaylayan ve bilimsel çalışma gruplarını belirleyen en üst karar organıdır.

Merkezin misyonu ve vizyonu nedir?

MERKEZİN MİSYONU: Beykoz Üniversitesi'nin misyonuna paralel olarak; endüstrinin ve toplumun ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağını, zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın, en güncel bilgi teknolojilerini kullanarak yetiştirmek ve e-öğrenme alanında öncü araştırmalar yapmaktır.

MERKEZİN VİZYONU: Uzaktan eğitimde sadece Türkiye'de değil, uluslararası alanda örnek gösterilen, uygulama ağırlıklı, istihdam odaklı ve teknolojik yenilikleri pedagojik doğrularla harmanlayan lider bir merkez olmaktır.

Merkezin temel değerlerinden söz edebilir misiniz?

Merkezimizin temel değerlerini "İnsan Odaklılık" ve "Sürdürülebilir Kalite" oluşturur. Bizim için teknoloji bir amaç değil araçtır. Öğrenciyi erişilebilirlik sağlamak, fırsat eşitliği sunmak, öğrenmeyi kişiselleştirmek ve asenkron + senkron denge ile öğrenciyi pasif izleyici olmaktan kurtarmak en temel değerlerimizdir. Ayrıca şeffaflık, sürekli iyileştirme ve akademik etik değerlere bağlılık vazgeçilmezlerimizdir.



Rektörlük Binası



Kavacık Yerleşkesi

Merkezin izlediği bir kalite politikası var mıdır?

Kesinlikle. Kalite politikamızın temelinde "Standartlaşma" ve "Sürekli İyileştirme" yatar. Derslerin tasarımı ve onay süreçleri, *Beykoz Üniversitesi Uzaktan Öğretim Uygulama Yönergesi* ve uluslararası uzaktan eğitim standartları çerçevesinde yürütülür. Bizde "bir kamera koyup ders anlatmak" yoktur. Her dersin bir künyesi, bir senaryosu (*storyboard*) ve bir üretim standardı vardır. Dünyadaki trendleri (Mikro Öğrenme, Yapay Zeka destekli kişiselleştirme) takip ederek, içeriklerimizi ortalama 15-20 dakikalık "lokmalık" (*bite-sized*) parçalara bölüyoruz ve öğrencinin bilişsel yükünü hafifletiyoruz. Bu standartlar, öğretim elemanlarımızın inisiyatifine bırakılmaz, sistemsel olarak denetlenir.

Merkezin gözettiği bir stratejik hedef mevcut mudur?

Üniversitemizin stratejik planında yer alan 10. madde doğrudan bizimle ilgilidir: "Uzaktan eğitim ile sunulan program ve derslerin sayılarını ve çeşitliliğini arttırmak, bu alanda örnek uygulamalar oluşturmak." Bunun ötesindeki güncel hedefimiz ise; yapay zeka ve öğrenme analitiğini sistemlerimize daha fazla entegre ederek, öğrencilerin öğrenme yolculuklarını kişiselleştirmek ve "HyFlex" (Esnek Hibrit) modellerle öğrenciye seçme özgürlüğü tanıyan bir yapıya evrilmektir.

Merkezde hangi uzaktan eğitim teknolojileri kullanılmaktadır?

- **Canlı dersler için kullanılan web konferans sistemi:** Zoom entegrasyonunu kullanıyoruz. Sanal sınıflarımız, LMS sistemimize tam entegre çalışıyor.
- **Asenkron eğitimde kullanılan öğrenim yönetim sistemi (LMS):** Açık kaynak kodlu, modüler ve geliştirmeye açık yapısı nedeniyle Moodle tabanlı "OnlineBeykoz" platformunu kullanıyoruz.

- **Öğrenci yönetim sistemi (SIS):** Üniversitemizin genel sistemi olan OİS ile tam entegrasyonumuz mevcuttur. Ders atamaları ve notlandırmalar buradan yürütülür.

Asenkron eğitim materyalleri hangi iş akışı ile hazırlanmaktadır?

Bu konuda çok sıkı bir "10 Adım Kuralı" uyguluyoruz. Süreç, öğretim elemanına "Ders anlat" diyerek başlamaz.

1. Önce **Şablonlar** hazırlanır ve eğitime iletilir.
2. Öğitmen, dersini bir film senaryosu yazar gibi **Storyboard** formatında hazırlar ve UZEM'e gönderir.
3. UZEM uzmanları bu senaryoyu pedagojik ve teknik açıdan inceler, onaylar veya düzeltme ister.
4. Onaylanan içerik, öğretmen tarafından tasarlanır ve seslendirilir.
5. Son kontrolden sonra LMS'e (Sisteme) yüklenir. Bu süreç, öğretim elemanının sadece bir "anlatıcı" değil, bir "içerik tasarımcısı" olmasını sağlar.

İçerikler hangi yazılımlarla ve hangi formatlarda oluşturulmaktadır?

Asenkron içeriklerimiz, küresel e-öğrenme standardı olan **SCORM** paketleri halinde üretilir. İçerik üretiminde **Microsoft PowerPoint** tabanı ve **SCORM** içeriği hazırlayan profesyonel geliştirme araçlarını kullanıyoruz.

Özellikle "Mikro Öğrenme" prensibimiz gereği, içeriklerimiz tek parça uzun videolar değil; içinde etkileşimli soruların, okuma parçalarının ve videoların olduğu 15-20 dakikalık paketler halindedir. Bu sayede öğrenci sadece izlemez, içeriğin içinde aktif rol alır.



AKILLI FİNANSAL EĞİTMEN (SFT) MODELİ: ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ İLE FİNANSAL OKURYAZARLIĞI YENİDEN TASARLAMAK

Arş. Gör. Fatih DEMİR

Karadeniz Teknik Üniversitesi
fatihdemir@ktu.edu.tr

Finansal okuryazarlık, bireylerin ekonomik refahını sürdürebilmeleri için kritik bir 21. yüzyıl becerisi olmasına rağmen, küresel ölçekteki veriler yetişkin nüfusun finansal yetkinliğinin düşük seviyelerde seyrettiğini göstermektedir. Mevcut literatür, bu başarısızlığın temel nedenlerinden biri olarak, bireylerin heterojen bilgi düzeylerini ve öğrenme stillerini göz ardı eden geleneksel “herkese uyan tek tip” (one-size-fits-all) eğitim yaklaşımlarını işaret etmektedir. Bu çalışma, eğitim teknolojilerinde devrim yaratan Üretken Yapay Zekâ (GenAI) ve Büyük Dil Modellerinin (LLM), finansal eğitimdeki kişiselleştirme sorununu nasıl çözebileceğine dair kapsamlı bir kavramsal çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmada, Vygotsky'nin “Yakınsak Gelişim Alanı” (Zone of Proximal Development) teorisi ve Yapılandırmacı Öğrenme Kuramı temel alınarak, “GenAI Tabanlı Akıllı Finansal Eğitmen” (Smart Financial Tutor - SFT) modeli geliştirilmiştir. Önerilen bu model; (1) Çok Boyutlu Kullanıcı Profillemesi, (2) GenAI Pedagojik Motoru ve (3) Dinamik İçerik Üretimi olmak üzere üç katmandan oluşmaktadır.

Model, statik bilgi aktarımı yerine; Sokratik diyalog, simülasyon tabanlı öğrenme ve anlık düzeltici geri bildirim mekanizmalarıyla “diyalog tabanlı” bir pedagojiyi savunmaktadır. Kavramsal analizler, GenAI entegrasyonunun finansal danışmanlığı demokratikleştirme, maliyetleri düşürme ve yargılanma korkusu olmaksızın öğrenme fırsatı sunma (psikolojik güvenlik) gibi önemli fırsatlar barındırdığını ortaya koymaktadır. Ancak çalışma, bu teknolojinin uygulanabilirliğinin; halüsinasyon (yanlış bilgi üretimi), algoritmik önyargı ve veri mahremiyeti gibi kritik etik risklerin yönetilmesine bağlı olduğunu vurgulamaktadır. Sonuç olarak bu makale, finansal eğitimin geleceğinin statik müfredatlardan, yapay zekâ destekli hiper-kişiselleştirilmiş deneyimlere doğru evrileceğini öngörmekte ve politika yapıcılar için teorik bir yol haritası sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Okuryazarlık, Üretken Yapay Zekâ (GenAI), Kişiselleştirilmiş Öğrenme, Akıllı Finansal Eğitmen (SFT), FinTech Eğitimi, Büyük Dil Modelleri.



INDEPENDENT AUDITOR'S REPORT

GAS Bill

Business activity of Company and subsidiaries

Category	Sub-category	Value
Energy	Electricity	100.00
	Gas	200.00
	Water	50.00
	Other	150.00
Transportation	Car	100.00
	Bus	50.00
	Train	20.00
	Other	30.00
Communication	Mobile	50.00
	Internet	30.00
	Landline	20.00
	Other	10.00
Miscellaneous	Travel	100.00
	Entertainment	50.00
	Food & Beverage	30.00
	Other	20.00

A (25 days)
Account Number: 123456789
Billing Period: 01/01/2023 - 31/01/2023
Due Date: 15/02/2023
Total Amount: \$1,234.56
Payment Reference: 123456789

B
All payments for 100% of total consumption are accompanied by a valid receipt or invoice.

C
New Charges - Commercial
Account Number: 123456789
Billing Period: 01/01/2023 - 31/01/2023
Due Date: 15/02/2023
Total Amount: \$1,234.56
Payment Reference: 123456789

D
Energy

1. GİRİŞ

Finansal okuryazarlık, bireylerin bilinçli finansal kararlar alabilmesi, bütçe yönetimi yapabilmesi ve ekonomik refahlarını sürdürebilmeleri için 21. yüzyılın temel yaşam becerilerinden biri olarak kabul edilmektedir (*Lusardi ve Mitchell, 2014*). Artan finansal ürün çeşitliliği ve ekonomik belirsizlikler, bireylerin finansal yetkinliğe sahip olmasını zorunlu kılsa da, küresel ölçekteki veriler endişe verici bir tablo çizmektedir. OECD (2023) raporlarına göre, gelişmiş ekonomilerde dahi yetişkin nüfusun önemli bir bölümü temel finansal kavramları (enfasyon, bileşik faiz, risk çeşitlendirmesi) anlamakta güçlük çekmekte ve uzun vadeli finansal planlama yapamamaktadır.

Bu yetkinlik açığını kapatmak amacıyla hükümetler ve eğitim kurumları yıllardır çeşitli finansal eğitim programları uygulamaktadır. Ancak literatürdeki meta-analiz çalışmaları, geleneksel finansal eğitim yöntemlerinin (seminerler, statik ders materyalleri, broşürler) etkisinin sınırlı olduğunu ve zamanla azaldığını göstermektedir (*Fernandes vd., 2014*). Kaiser vd. (2022) belirttiği üzere, finansal eğitimin başarısızlığındaki en büyük etkenlerden biri, “herkese uyan tek tip” (*one-size-fits-all*) yaklaşımıdır. Bireylerin finansal bilgi düzeyleri, risk algıları, sosyo-ekonomik durumları ve öğrenme stilleri heterojen bir yapı gösterirken; standartlaştırılmış eğitim içerikleri bu çeşitliliği kapsamakta yetersiz kalmaktadır. Bu durum, finansal eğitimde ölçeklenebilir ancak aynı zamanda kişiselleştirilebilir yeni pedagojik araçlara duyulan ihtiyacı artırmıştır.

Dijitalleşme süreciyle birlikte mobil uygulamalar ve oyunlaştırma (*gamification*) teknikleri finansal eğitime entegre edilmeye başlansa da bu araçlar çoğunlukla önceden tanımlanmış kurallara dayalıdır ve kullanıcıyla derinlemesine bir etkileşime giremezler (*Morgan ve Trinh, 2019*). Ancak, yapay zekâ

teknolojilerindeki son gelişmeler, özellikle de Büyük Dil Modelleri (*Large Language Models - LLM*) ve Üretken Yapay Zekâ (*Generative AI - GenAI*) sistemlerinin ortaya çıkışı, eğitim teknolojilerinde bir paradigma değişimini tetiklemiştir. Kasneci vd. (2023), ChatGPT gibi üretken modellerin, öğrencilerin ihtiyaçlarına göre anlık olarak içerik üretebilme, karmaşık kavramları basitleştirme ve sokratik diyalog kurabilme yetenekleri sayesinde eğitimi “kişiselleştirilmiş bir deneyime” dönüştürme potansiyeline sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Geleneksel “tahminleyen” yapay zekâ modellerinden (örneğin robo-danışmanlar) farklı olarak GenAI, kullanıcı ile doğal dilde iletişim kurarak, kullanıcının finansal okuryazarlık seviyesini tespit edebilir ve eğitim materyalini bu seviyeye göre dinamik olarak uyarlayabilir (*Dwivedi vd., 2023*). Bu teknolojik yetkinlik, finansal eğitimdeki “kişiselleştirme paradoksunu” (hem geniş kitlelere ulaşma hem de bireye özel olma zorluğunu) çözmek için benzersiz bir fırsat sunmaktadır.

Bu çalışma, mevcut literatürdeki boşluğu doldurmak amacıyla, Üretken Yapay Zekâ'nın finansal okuryazarlık eğitimine entegrasyonuna yönelik kavramsal bir çerçeve sunmayı hedeflemektedir. Çalışmada, veri seti analizi yerine, GenAI teknolojilerinin finansal eğitimde nasıl bir “akıllı eğitmen” (*intelligent tutor*) rolü üstlenebileceği teorik düzlemde tartışılacak, bu teknolojinin fırsatları ve olası riskleri (halüsinasyon, veri gizliliği, önyargı) olabilirlik (*feasibility*) perspektifinden incelenecektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde, finansal okuryazarlık eğitiminin tarihsel gelişimi, dijitalleşme süreci ve yapay zekâ teknolojilerinin pedagojik potansiyeli ele alınmıştır. Mevcut literatür, eğitimin kitlesel erişimden bireyselleştirilmiş deneyime doğru evrildiğini göstermektedir.

2.1. Geleneksel Finansal Eğitimin Etkinliği ve Sınırlılıkları

Akademik literatürde finansal okuryazarlık, genellikle finansal kavramları anlama ve bu bilgiyi finansal kararlara dönüştürme yeteneği olarak tanımlanır (Lusardi ve Mitchell, 2014). Hükümetler ve STK'lar tarafından yürütülen geleneksel eğitim programları (sınıf içi dersler, broşürler, seminerler) uzun yıllar boyunca temel strateji olmuştur. Ancak, bu yöntemlerin etkinliği tartışmalıdır.

Fernandes vd. (2014) gerçekleştirdiği ve 201 çalışmayı kapsayan kapsamlı meta-analiz, geleneksel finansal eğitim müdahalelerinin finansal davranışlar üzerindeki etkisinin sadece %0.1 düzeyinde olduğunu ve bu etkinin zamanla hızla azaldığını ortaya koymuştur. Kaiser vd. (2022) ise daha güncel meta-analizlerinde, finansal eğitimin etkili olabileceğini, ancak bunun “doğru zamanda” (*teachable moment*) ve “hedef kitleye uygun” şekilde sunulması şartına bağlı olduğunu belirtmiştir. Literatürdeki temel eleştiri, standartlaştırılmış içeriklerin bireylerin heterojen ihtiyaçlarını (gelir düzeyi, risk algısı, borçluluk durumu) karşılayamadığı ve “herkese uyan tek tip” (*one-size-fits-all*) yaklaşımının motivasyon kaybına yol açtığı yönündedir (Hastings vd., 2013).

2.2. Dijitalleşme, FinTech ve Oyunlaştırma

Geleneksel yöntemlerin sınırlılıkları, araştırmacıları dijital çözümlere yöneltmiştir. Panos ve Wilson (2020), FinTech uygulamalarının finansal erişimi artırdığını ancak finansal okuryazarlığı artırmada aynı hızda ilerleyemediğini vurgulamaktadır. Yine de oyunlaştırma (*gamification*) tekniklerinin finansal eğitime entegrasyonu umut verici sonuçlar doğurmuştur. Morgan ve Trinh (2019), oyunlaştırılmış uygulamaların kullanıcı motivasyonunu artırdığını tespit etmiştir.

Ancak, mevcut dijital araçlar ve robo-danışmanlar (*robo-advisors*) genellikle kural tabanlı (*rule-based*) algoritmalarla çalışmaktadır (D'Acunto vd., 2019). Bu sistemler, kullanıcının portföyünü optimize edebilirken, kullanıcının “neden” o kararı alması gerektiğini öğretme konusunda eksik kalmaktadır. Başka bir deyişle, mevcut sistemler “balık vermekte” ancak “balık tutmayı öğretme” noktasında, etkileşim yetersizliği nedeniyle pedagojik bir boşluk yaratmaktadır.

2.3. Üretken Yapay Zekâ (GenAI) ve Kişiselleştirilmiş Öğrenme

2022 yılı sonu itibarıyla ChatGPT ve benzeri Büyük Dil Modellerinin (*LLM*) yaygınlaşması, eğitim teknolojilerinde yeni bir dönem başlatmıştır. Üretken Yapay Zekâ (*GenAI*), önceden tanımlanmış yanıtlar yerine, bağlama uygun ve özgün içerik üretebilme yeteneği ile önceki teknolojilerden ayrışır (Dwivedi vd., 2023).

Eğitim literatüründe Baidoo-Anu ve Owusu Ansah (2023), GenAI sistemlerinin kişiselleştirilmiş geri bildirim sağlama, karmaşık konuları analogilerle basitleştirme ve öğrencinin hızına uyum sağlama yeteneklerini vurgulamaktadır. Kasneci vd. (2023) ise, bu modellerin Sokratik yöntem gibi gelişmiş pedagojik stratejileri simüle edebileceğini ve öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerini destekleyebileceğini belirtmektedir.

Finansal alanda ise GenAI'in rolü henüz keşfedilme aşamasındadır. Literatürde, GenAI'in finansal raporlama veya piyasa tahminlerinde kullanımına dair çalışmalar (Kou vd., 2021) artmakla birlikte; bu teknolojinin bireysel finansal eğitmen olarak kullanımına dair kavramsal modellemeler sınırlıdır. Mevcut çalışmalar, GenAI'in finansal terminolojiyi (jargon) sadeleştirerek “bilişsel yükü” (*cognitive load*) azaltabileceğine ve böylece finansal okuryazarlığı daha kapsayıcı hale getirebileceğine işaret etmektedir. Bu çalışma, tam da bu noktada, GenAI'in

finansal eğitimdeki potansiyelini sistematik bir çerçeveye oturtarak literatürdeki boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

3. ÖNERİLEN KAVRAMSAL ÇERÇEVE: GenAI Tabanlı Akıllı Finansal Eğitim (SFT) Modeli

Bu çalışma, geleneksel statik finansal eğitim materyallerinin yerine, kullanıcının ihtiyaçlarına anlık olarak yanıt veren Üretken Yapay Zekâ Tabanlı Akıllı Finansal Eğitim (GenAI-based Smart Financial Tutor - SFT) modelini önermektedir.

Önerilen model, eğitim bilimlerindeki Yapılandırmacı Öğrenme Kuramı (*Constructivist Learning Theory*) ve Vygotsky'nin (1978) Yakınsak Gelişim Alanı (*Zone of Proximal Development - ZPD*) teorisi üzerine inşa edilmiştir. Vygotsky'ye göre öğrenme, bireyin tek başına yapabildikleri ile bir rehber eşliğinde yapabildikleri arasındaki alanda gerçekleşir. Bu modelde, Üretken Yapay Zekâ (ChatGPT, Claude vb.), öğrenciye bilişsel iskele (scaffolding) kurarak bu rehber rolünü üstlenir.

Model, üç ana katmandan oluşmaktadır:

1. Çok Boyutlu Kullanıcı Profillemesi,
2. GenAI Pedagojik Motoru ve
3. Dinamik İçerik Üretimi.

3.1. Katman 1: Çok Boyutlu Kullanıcı Profillemesi ve Bağlam (Girdi)

Geleneksel sistemler kullanıcıyı genellikle sadece demografik verilerle (yaş, gelir) sınıflandırırken, önerilen SFT modeli kullanıcıyı OECD/INFE (2022) Dijital Finansal Okuryazarlık Çerçevesi'ne dayalı olarak üç boyutta analiz eder:

1. **Bilişsel Düzey:** Kullanıcının mevcut finansal bilgi seviyesi ("Enflasyonu biliyor ama bileşik faizi bilmiyor").
2. **Davranışsal Eğilimler:** Risk toleransı ve harcama alışkanlıkları (Dürtüsel harcama eğilimi).

3. **Öğrenme Tercihleri:** Kullanıcının bilgiyi nasıl almayı sevdiği (Kısa metinler, analogiler veya matematiksel tablolar).

Bu veriler, sisteme "Sistem İstemi" (System Prompt) olarak beslenir ve yapay zekanın "persona"sını belirler.

3.2. Katman 2: GenAI Pedagojik Motoru (İşlem)

Bu katman, modelin "beyni"dir. Büyük Dil Modeli (LLM), aldığı veriyi işleyerek sadece finansal bilgi vermekle kalmaz, aynı zamanda bir öğretmen gibi pedagojik stratejiler uygular. Mollick ve Mollick (2023), yapay zekanın eğitimde etkili olabilmesi için yedi farklı yaklaşım (Mentor, Koç, Simülatör) tanımlamıştır. Önerilen model, bu yaklaşımları finansal bağlama uyarlar:

- **Uyarlanabilir Zorluk (Adaptive Difficulty):** Eğer kullanıcı bir konuyu anlamakta zorlanıyorsa, model Bloom Taksonomisi'nin (Anderson vd., 2001) alt basamaklarına inerek (Hatırlama/Anlama) daha basit açıklamalar üretir. Kullanıcı yetkinleştikçe üst basamaklara (Analiz/Değerlendirme) çıkarak karmaşık yatırım senaryoları sunar.
- **Kişiselleştirilmiş Analogiler:** Model, kullanıcının ilgi alanlarına göre metaforlar üretir. Örneğin, bir futbolsever için portföy çeşitlendirmesini "takım kadrosu kurmak (defans ve forvet dengesi)" üzerinden anlatır.

3.3. Katman 3: Dinamik İçerik Üretimi ve Geri Bildirim (Çıktı)

Son katman, kullanıcının deneyimlediği çıktıdır. Burada statik metinler yerine üç tür dinamik etkileşim önerilmektedir:

1. **Sokratik Diyalog:** Yapay zekâ doğrudan cevabı vermek yerine, "Eğer faizler yükselirse senin kredi borcun sence nasıl etkilenir?" gibi sorularla kullanıcının eleştirel düşünmesini sağlar (Rahwan vd., 2019).

2. **Simülasyon Senaryoları:** Kullanıcının gerçek hayatta karşılaşılabileceği krizler (işsizlik, ani sağlık harcaması) sanal ortamda simüle edilir ve kullanıcının tepkileri “güvenli bir ortamda” test edilir.
3. **Anlık Düzeltici Geri Bildirim** (*Corrective Feedback*): Kullanıcı hatalı bir finansal varsayımda bulunduğu anda, model yargılayıcı olmayan bir dille hatayı düzeltir ve doğrusunu açıklar. Hattie ve Timperley (2007), geri bildirim öğrenme üzerindeki en güçlü etkenlerden biri olduğunu kanıtlamıştır; GenAI bu geri bildirimini 7/24 ve anlık olarak sunabilme kapasitesine sahiptir.

3.4. Modelin Döngüsel Yapısı

Sistem doğrusal değil, döngüseldir. Kullanıcının verdiği her yanıt, bir sonraki etkileşimin girdisi olur. Bu sayede, finansal eğitim süreci statik bir müfredat takibi değil, yaşayan ve gelişen bir süreç haline gelir.

4. OLABİLİRLİK ANALİZİ VE FIRSATLAR

Önerilen GenAI tabanlı modelin uygulanabilirliği, teknolojik altyapının olgunlaşması ve finansal hizmetlere erişim maliyetlerinin düşmesiyle doğrudan ilişkilidir. Literatür, bu teknolojinin özellikle üç ana alanda dönüştürücü fırsatlar sunduğunu göstermektedir.

Geleneksel finansal danışmanlık hizmetleri, yüksek maliyetleri nedeniyle genellikle sadece varlıklı bireylerin erişebildiği bir ayrıcalık olmuştur. Mhlanga (2020), Yapay Zeka'nın (AI) finansal hizmetlerdeki en büyük katkısının “finansal kapsayıcılık” (*financial inclusion*) olduğunu belirtmektedir. Önerilen SFT (*Smart Financial Tutor*) modeli, marjinal maliyeti sifıra yakın bir şekilde milyonlarca kullanıcıya eş zamanlı olarak kişiselleştirilmiş danışmanlık hizmeti sunabilir. Noy ve Zhang (2023), üretken yapay zekanın bilgi işçiliğindeki verimliliği

%37 oranında artırdığını belgelemektedir; bu verimlilik, eğitim maliyetlerinin düşürülmesi ve dezavantajlı grupların (düşük gelirli hane halkları, öğrenciler) kaliteli finansal bilgiye erişimi açısından kritik bir fırsattır.

Finansal okuryazarlık eğitimindeki en büyük engellerden biri, bireylerin finansal başarısızlıkları (borç, iflas, birikim yapamama) nedeniyle hissettikleri utanç ve sosyal damgalanma korkusudur. İnsan-Bilgisayar Etkileşimi (HCI) literatüründe yapılan çalışmalar, insanların hassas konuları (sağlık, finans) sanal asistanlarla paylaşırken, insanlara kıyasla daha dürüst ve rahat olduklarını göstermektedir. Lucas vd. (2014), “sanal insanların” (*virtual humans*) yargılayıcı olmayan doğasının, kullanıcıların kendilerini ifşa etme oranını artırdığını kanıtlamıştır. Bu bağlamda, GenAI tabanlı bir asistan, kullanıcının “cahil görünme” korkusu yaşamadan en temel soruları bile sormasına olanak tanıyarak psikolojik güvenliği sağlar.

Kaiser ve Menkhoff (2017), finansal eğitimin etkili olabilmesi için bilginin, kararın verileceği anda (just-in-time) sunulması gerektiğini savunur. Geleneksel sınıf içi eğitimlerde öğrenilen bilgiler, gerçek hayatta karar anı geldiğinde genellikle unutulur. Mobil tabanlı GenAI sistemleri, kullanıcının tam da kredi çekeceği veya yatırım yapacağı anda devreye girerek, teorik bilgiyi pratik uygulamaya dönüştürme fırsatı sunar. Bu, bilginin kalıcılığını ve davranışsal değişimi maksimize eden bir pedagojik fırsattır.

5. RİSKLER VE ETİK TARTIŞMALAR

GenAI teknolojisinin finansal eğitimde kullanımını büyük fırsatlar sunmakla birlikte, finansal alanın “hatayı tolere etmeyen” (*zero-error tolerance*) doğası gereği ciddi riskleri de beraberinde getirmektedir.

Büyük Dil Modelleri, istatistiksel olasılıklara dayanarak metin üretir ve “doğruluk” kavramına sahip değildirler. Literatürde “halüsinasyon” olarak adlandırılan bu durum, modelin

tamamen yanlış bir bilgiyi, son derece ikna edici ve kendinden emin bir dille sunmasıdır (Bender vd., 2021). Finansal bağlamda, bir yapay zekanın vergi mevzuatı veya yatırım getirisi hakkında yanlış bilgi vermesi, kullanıcının doğrudan maddi kayba uğramasına neden olabilir. Weidinger vd. (2022), bu tür risklerin, özellikle finansal okuryazarlığı düşük olan ve yapay zekayı “otorite” olarak gören kullanıcılar için daha tehlikeli olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle, modelin çıktılarının denetimsiz bırakılması etik açıdan kabul edilemezdir.

Yapay zekâ modelleri, eğitildikleri veri setlerindeki önyarguları yansıtmaya meyillidir. Finansal verilerin çoğu gelişmiş ülkelerden ve belirli sosyo-ekonomik gruplardan elde edildiği için, modellerin önerileri “Batı merkezli” (Western-centric) olma riski taşır (Arslanian, 2019). Örneğin, modelin düşük gelirli bir kullanıcıya, sadece yüksek gelirli bireylerin erişebileceği yatırım araçlarını önermesi veya kredi skorlaması simülasyonlarında belirli demografik gruplara karşı ayrımcılık yapması, finansal eşitsizliği derinleştirebilir.

Kişiselleştirilmiş bir eğitim için modelin kullanıcının gelir, borç ve harcama verilerine erişmesi gerekmektedir. Ancak, bu hassas verilerin üçüncü taraf AI sağlayıcıları (OpenAI, Google vb.) ile paylaşılması, KVKK ve GDPR kapsamında ciddi ihlal riskleri doğurur. Tutaş vd. (2023), finansal teknolojilerde veri mahremiyetinin sağlanamamasının, kullanıcı güvenini tamamen yok edebileceğini belirtmektedir. Bu nedenle, önerilen modelde verilerin anonimleştirilmesi veya yerel cihazlarda işlenmesi (edge AI) gibi önlemler etik bir zorunluluktur.

Son olarak, kullanıcıların tüm finansal kararlarını yapay zekaya devretmesi, uzun vadede bireysel karar alma yetisinin körelmesine (deskilling) yol açabilir. Amaç finansal okuryazarlığı artırmak iken, sonucun “AI bağımlılığı” olması paradoksal bir risktir. Eğitim tasarımı, kullanıcıyı pasif bir uygulayıcı değil, aktif bir karar verici olarak konumlandırılmalıdır.

6. SONUÇ VE GELECEK İÇİN ÖNERİLER

Finansal okuryazarlık, bireylerin ekonomik refahı ve finansal sistemin istikrarı için kritik bir yetkinlik olmasına rağmen, geleneksel eğitim yöntemlerinin (sınıf içi eğitimler, statik materyaller) etkinliği, bireysel farklılıkları göz ardı etmeleri nedeniyle sınırlı kalmıştır. Bu çalışma, Üretken Yapay Zekâ (GenAI) teknolojilerinin, finansal eğitimde süregelen “ölçeklenebilirlik ile kişiselleştirme arasındaki ters orantıyı” (scalability-personalization trade-off) ortadan kaldıracak dönüştürücü bir potansiyele sahip olduğunu teorik olarak ortaya koymuştur.

6.1. Teorik Çıkarımlar ve Öneriler

Önerilen GenAI Tabanlı Akıllı Finansal Eğitmen (SFT) modeli, finansal eğitimi statik bir bilgi aktarımı sürecinden, dinamik ve etkileşimli bir öğrenme deneyimine dönüştürmeyi hedeflemektedir. Literatürdeki bulgularla tutarlı olarak (Panos ve Wilson, 2020), teknolojinin tek başına bir çözüm olmadığı, ancak doğru pedagojik stratejilerle (Vygotsky'nin ZPD teorisi gibi) birleştirildiğinde güçlü bir kaldıraç etkisi yarattığı sonucuna varılmıştır. GenAI, kullanıcının bilişsel yükünü azaltarak ve karmaşık finansal jargonun “tercümanlığını” yaparak, özellikle finansal sisteme mesafeli duran dezavantajlı gruplar için kapsayıcı bir araç (inclusive tool) işlevi görebilir. Bu bağlamda çalışma, finansal okuryazarlık literatürüne, “diyalog tabanlı öğrenme” (dialogue-based learning) paradigmasını entegre ederek katkıda bulunmaktadır.

İnsan-Yapay Zekâ İşbirliği (Human-in-the-loop): Jarrahi'nin (2018) belirttiği gibi, yapay zekâ insanların yerini almamalı, onların yeteneklerini artırmalıdır. Bu nedenle, geliştirilecek AI sistemleri, karmaşık ve yüksek riskli durumlarda kullanıcıyı mutlaka insan uzmanlara yönlendirecek “acil durum mekanizmaları” (fail-safe mechanisms) ile donatılmalıdır.

Sonuç olarak, Üretken Yapay Zekâ, finansal okuryazarlık eğitiminde “kitlesel kişiselleştirme” (*mass personalization*) dönemini başlatma potansiyeline sahiptir. Ancak bu potansiyelin hayata geçmesi; etik risklerin yönetilmesine, veri mahremiyetinin sağlanmasına ve teknolojinin pedagojik hedeflerle uyumlu bir şekilde tasarlanmasına bağlıdır. ■ **FD**

KAYNAKÇA

Anderson, L. W., Krathwohl, D. R., Airasian, P. W., Cruikshank, K. A., Mayer, R. E., Pintrich, P. R., ... & Wittrock, M. C. (2001). A taxonomy for learning, teaching, and assessing: A revision of Bloom's taxonomy of educational objectives. Longman.

Arslanian, H., & Fischer, F. (2019). The Future of Finance: The Impact of FinTech, AI, and Crypto on Financial Services. Palgrave Macmillan.

Baidoo-Anu, D., & Owusu Ansah, L. (2023). Education in the era of generative artificial intelligence (AI): Understanding the potential benefits of ChatGPT in promoting teaching and learning. *Journal of AI*, 7(1), 52-62.

Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big?. *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, 610-623.

D'Acunfo, F., Prabhala, N., & Rossi, A. G. (2019). The promises and pitfalls of robo-advising. *The Review of Financial Studies*, 32(5), 1983-2020.

Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., ... & Wright, R. (2023). “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, 102642.

Fernandes, D., Lynch Jr, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8), 1861-1883.

Hastings, J. S., Madrian, B. C., & Skimmyhorn, W. L. (2013). Financial literacy, financial education, and economic outcomes. *Annual Review of Economics*, 5, 347-373.

Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81-112.

Jarrahi, M. H. (2018). Artificial intelligence and the future of work: Human-AI symbiosis in organizational decision making. *Business Horizons*, 61(4), 577-586.

Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2017). Does financial education impact financial literacy and financial behavior, and if so,

when?. *The World Bank Economic Review*, 31(3), 611-630.

Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L., & Urban, C. J. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics*, 145(2), 255-272.

Kasneji, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., ... & Kasneji, G. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences*, 103, 102274.

Kou, G., Olgu Akdeniz, Ö., Dinçer, H., & Yüksel, S. (2021). Fintech investments in European banks: a hybrid IT2 fuzzy multidimensional decision-making approach. *Financial innovation*, 7(1), 39.

Lucas, G. M., Gratch, J., King, A., & Morency, L. P. (2014). It's only a computer: Virtual humans increase willingness to disclose. *Computers in Human Behavior*, 37, 94-100.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.

Mhlanga, D. (2020). Industry 4.0 in finance: The impact of artificial intelligence (AI) on digital financial inclusion. *International Journal of Financial Studies*, 8(3), 45.

Mollick, E., & Mollick, L. (2023). Assigning AI: Seven approaches for students, with prompts. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4475995>

Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2019). Fintech and financial literacy in the Lao PDR. *The Manchester School*, 87, 123-153.

Noy, S., & Zhang, W. (2023). Experimental evidence on the productivity effects of generative artificial intelligence. *Science*, 381(6654), 187-192.

OECD. (2022). OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion. Paris: OECD.

OECD. (2023). OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy. Paris: OECD Publishing.

Panos, G. A., & Wilson, J. O. (2020). Financial literacy and responsible finance in the FinTech era: capabilities and challenges. *The European Journal of Finance*, 26(4-5), 297-301.

Rahwan, I., Cebrian, M., Obradovich, N., Lynch, G., Scifleet, M., Dubey, S., ... & Jennings, N. R. (2019). Machine behaviour. *Nature*, 568(7753), 477-486.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.

Weidinger, L., Mellor, J., Rauh, M., Griffin, C., Uesato, J., Huang, P. S., ... & Gabriel, I. (2021). Ethical and social risks of harm from language models. *arXiv preprint arXiv:2112.04359*.

KURUMSAL EĞİTMENLİKTE İKNA, ETKİLEŞİM VE PROFESYONEL İLETİŞİM BECERİLERİ

Seda ÖZKAŞ

Öğretim Tasarımcısı

seda.ozkas@kliksoft.net

Kurumsal eğitimlik yolculuğu, yalnızca bilgi birikim ve tecrübesini aktarmaktan çok daha fazlasını gerektiren çok boyutlu bir meslektir. Şirket içi eğitimlerde, profesyonel gelişim seminerlerinde veya yönetici eğitimlerinde sahneye çıkan bir eğitmen hem etkili bir konuşmacı hem bir rehber hem de bir iletişim tasarımcısı olmak zorundadır. Bu nedenle, yetişkin profesyonellere eğitim vermeye hazırlanan eğitmen adaylarının güçlü bir sunum ve hitabet becerisi geliştirmesi kritik önem taşır.

1. Kurumsal Eğitimlikte Etkili Konuşmanın Rolü

Dale Carnegie, etkili konuşmanın temelini **doğallık, samimiyet ve hazırlık** olduğunu vurgular. Kurumsal eğitim ortamında bu üç unsur, katılımcıların eğitime duyduğu güveni doğrudan etkiler. Özellikle yetişkin öğrenmesinde, eğitmenin kendinden emin, açık ve anlaşılır bir iletişim kurması, öğrenmenin kalıcı olmasını sağlar (*Carnegie*).

2020 sonrası araştırmalar, kurumsal öğrenme deneyiminin %60'tan fazlasının eğitmenin iletişim tarzı ve öğrenmeyi kolaylaştırma yöntemlerinden etkilendiğini göstermektedir (*Kara & Yılmaz, 2021*). Bu nedenle konuşma becerisi, eğitmenin yalnızca bir aracı değil; mesleğin kendisidir.

2. Hitabet ve Diksiyonun Eğitimlikteki Önemi

Nüzhet Şenbay'a göre diksiyon, bir kişinin karakterini, kültürünü ve profesyonel duruşunu yansıtan temel göstergelerden biridir. Kurumsal eğitimlerde diksiyon sorunları; özellikle tonlama, vurgu ve nefes kontrolü yetersizliği eğitmenin mesajının gücünü zayıflatır. "Öyle güzel konuşanlar vardır ki, bildikleri konu üzerinde düşüncelerini, duygularını düzgün tümceler kurup etkili sözcükler bularak söyler, dinleyenleri hayran bırakırlar" (*Şenbay*).

2023 yılında yapılan bir çalışma; diksiyonun, sunum algısının profesyonellik düzeyini %48 oranında etkilediğini ortaya koymuştur (*Erden & Yalçın, 2023*).



Bu da eğitimci adaylarının temel diksiyon eğitimi almasını neredeyse zorunlu hale getirir.

3. Kurumsal Eğitimlerde İlk İzlenim ve Beden Dili

Kevin Hogan, insanların birini değerlendirirken ilk üç saniyede karar verdiğini hatırlatır. Kurumsal bir eğitimin ilk dakikası; eğitimcinin otorite, samimiyet ve profesyonellik dengesini doğru kurması açısından belirleyicidir (*Hogan*).

2020 sonrası araştırmalar, eğitimcilerin beden dili (mimikler, göz teması, yüz ifadeleri, hareketler vb.) kullanımının katılımcı motivasyonunu %30'a kadar artırdığını göstermektedir (*Singh & Patel, 2022*). Bu bulgu, etkili iletişimde sözsüz mesajların önemini yeniden doğrular.

Kurumsal ortamlarda özellikle şu unsurlar kritik rol oynar:

- Açık duruş ve jestler,
- Merak uyandırmak,
- Göz temasıyla yönlendirme ve kapsayıcılık,
- Eğitimcinin mekân kullanımındaki akıcılığı,
- Ses temposu ve tonlamadaki çeşitlilik.

4. Sunum Tasarımı: Mesajın Yapılandırılması

Kurumsal eğitimde etkili sunum sadece güzel bir konuşma değildir; tasarlanmış bir öğrenme deneyimidir. Carnegie'nin "zihinsel hazırlık" ve "ana fikri net tutma" ilkeleri; modern sunum tasarımının da merkezindedir.

2020 sonrası araştırmalar, yetişkin öğrenmesinde içerik yoğunluğu arttıkça öğrenme verimliliğinin düştüğünü gösteriyor (*Merrill, 2021*).

Bu nedenle:

- 20 dakikayı aşmayan modüller,
- Tek mesaj – tek görsel prensibi,
- Uygulamalı tekrar bölümleri,
- Mikro hikâye anlatımı, kurumsal eğitimin etkinliğini artırır.

5. Yetişkin Öğrenmesi ve Eğitimcinin İletişim Stratejisi

Yetişkin profesyonellerin öğrenme motivasyonu; deneyim, ihtiyaç ve iş hedefleri etrafında şekillenir. Bu nedenle eğitimcinin iletişim stratejisi **kolaylaştırıcı bir rehberlik yaklaşımını** içermelidir.

2020 sonrası literatür, yetişkin eğitiminin en etkili üç yöntemini şöyle özetlemektedir (*Knowles, Holton & Swanson, 2020*):

1. Deneyim odaklı uygulamalar,
2. Sorun çözme temelli yapı,
3. Gerçek iş senaryoları üzerinden öğrenme.

Bu yöntemleri benimseyen bir kurumsal eğitimci, konuşmasını sadece bilgilendirici değil aynı zamanda dönüştürücü hale getirir.

6. Eğitimcinin Sesi: Tonlama, Tempolama ve Etki Yaratma

Konuşmada ses, eğitimcinin en güçlü araçlarından biridir. Ses tonu mesajın duygusal etkisini belirlerken, tempo katılımcıların zihinsel takibini düzenler.

2022'de yapılan bir araştırma, ses dinamiklerinin öğrenme kalitesini %37 oranında etkilediğini ortaya koymuştur (*Li & Chen, 2022*).

Bu nedenle eğitimciler için önerilen bazı teknikler şunlardır:

- Konuşma nefesi ile diyafram desteği,
- Önemli noktalarda **stratejik duraksama**,
- Tempoyu konunun zorluğuna göre ayarlama,
- Ses aralığını genişleterek monotonluktan kaçınma.

7. Eğitimcinin Profesyonel İmajı

Kurumsal eğitimcinin görünüşü, iletişim tarzı ve sahne duruşu; mesajın güvenilirliğini doğrudan etkiler. 2021 yılında yapılan bir çalışma, profesyonel imajın eğitimcinin algısını %42 oranında etkilediğini göstermiştir (*Turner, 2021*).

8. Çıkarımlar ve Sonuç

Bu makalede ele alınan tüm başlıklar, kurumsal eğitmenliğin sadece konuşma becerisine değil; bütünsel bir iletişim becerisine dayandığını göstermektedir. Dale Carnegie'den Kevin Hogan'a ve Nüzhet Şenbay'a uzanan hat; modern araştırmalarla birleştiğinde şu temel sonuçlara ulaşılmaktadır:

- Etkili konuşma **mesleğin omurgasıdır**.
- Önemli olan kelimeler değil, konuşmanın verdiği tattır. Ne söylediğinizden çok nasıl söylediğiniz esastır.
- Diksiyon, eğitmenin profesyonel kimliğini güçlendirir.
- Beden dili, ilk izlenimin belirleyicisidir.
- Sunum konuşmasında söz edilen noktalar özetlenirse, anlatılanların zihinde yapılandırılması kolaylaşır.
- Bir konuşmanın stratejik açıdan en önemli noktası kapanıştır. Son sözler en uzun süre bellekte kalacak sözlerdir. Kapanışta esprili veya şiirsel bir dil kullanılabilir.

Bu nedenle etkili konuşma becerileri, kurumsal eğitmenlikte sadece bir avantaj değil; **zorunlu bir mesleki yeterlilik** haline gelmiştir.

9. Kurumsal Eğitmenler için Tavsiyeler

Aşağıdaki öneriler, kurumsal eğitmen adaylarının profesyonel gelişim yolculuğunda somut adımlar atmasını hedefler:

1. **Her eğitim için bir ana mesaj belirleyin:** Katılımcıların neyi öğrenmesini kesin olarak görmek istiyorsunuz?
2. **Diksiyon egzersizlerini günlük rutine ekleyin:** Nefes, vurgu ve tonlama tekrar gerektirir.
3. **Kısa hikâyeler geliştirin:** Eğitimlerde en çok hatırlanan içerik, hikâye formundaki bilgi olur.
4. **Konuşmanızda sözcüklerle resim çizin:** Betimlemeler soyut bilgiyi somut hale getirir.

5. **Kamera kaydı alın:** Beden dili ve ses kullanımınızı izlemek gelişimin en hızlı yoludur.
6. **Eğitim tasarımınızı modüllere ayırın:** 15–20 dakikalık bölümler öğrenmeyi kolaylaştırır.
7. **Gerçek kurumsal örnekler kullanın:** Katılımcılar kendi iş deneyimleriyle bağ kurduğunda öğrenme kalıcı olur.
8. **Teknik terimler kullanmaktan kaçının:** Yalın iletişim eğitim verimliliğini artırır.
9. **Görsellere önem verin:** İyi seçilmiş görseller karmaşık kavramları sadeleştirir ve akılda tutmayı kolaylaştırır.
10. **Konuşmanıza bireyselliğinizi, kendinize özgü özelliklerinizi katın:** Çünkü özgünlük, dinleyiciyle daha güçlü bir bağ kurmanızı sağlar. ■ **SÖ**

KAYNAKÇA

Yerli Kaynaklar

- Şenbay, Nüzhet. Söz ve Diksiyon Sanatı.
- Erden, B. & Yalçın, E. (2023). Sunum Becerilerinde Diksiyonun Rolü Üzerine Bir Araştırma.
- Kara, M. & Yılmaz, S. (2021). Kurumsal Öğrenme Ortamlarında Eğitmen Etkisinin Analizi.

Yabancı Kaynaklar

- Carnegie, Dale. Söz Söyleme ve İş Başarma Sanatı.
- Hogan, Kevin. 3 Saniyede Karşınızdaki İnsanı Nasıl Anlarsınız.
- Knowles, M., Holton, E., & Swanson, R. (2020). The Adult Learner.
- Li, H. & Chen, Y. (2022). Vocal Dynamics and Learning Outcomes.
- Merrill, M. D. (2021). Effective Learning Design: Contemporary Approaches.
- Singh, R. & Patel, K. (2022). Nonverbal Communication in Corporate Training.
- Turner, J. (2021). Professional Image and Perceived Trainer Credibility.

METAVERSE ÜNİVERSİTELERİ: GERÇEKLİK ALGISI

Büşra ŞAHİN

Öğretim Tasarımcısı

busra.sahin@kliksoft.net

Son yıllarda metaverse kavramı, eğitim dünyasında yeni bir dönem başlattı. Artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojilerinin birleşimiyle oluşan bu dijital evren, yalnızca oyun veya eğlence sektörünün değil, aynı zamanda eğitimin de dönüm noktalarından biri hâline geldi. Özellikle yetişkin eğitiminde metaverse teknolojisinin sunduğu esneklik, deneyimsel öğrenme ve gerçeklik hissi, geleneksel uzaktan eğitimin aksine büyük bir önem kazandırmaktadır.

Bu yazıda metaverse evreninin ne olduğuna, bu evrende kurulan üniversitelere, bu yapının avantaj ve dezavantajlarına, ayrıca Türkiye ve dünyadan örneklerle yer verdim.

Şimdi sizlerle birlikte öncelikle metaverse nedir ve metaverse evreninde üniversitelerin yerin nedir bunlara göz atalım.

Metaverse Nedir?

Metaverse, en basit tanımıyla, kullanıcıların üç boyutlu sanal ortamlarda etkileşime girdiği kalıcı bir dijital evrendir. Bu ortamda bireyler avatarları aracılığıyla var olur ve iletişim kurarlar.

2020’li yılların başında Facebook’un “Meta” markasıyla yeniden yapılması, metaverse kavramının tüm dünyada tanınmasını hızlandırmıştır. Türkiye’de de bu konuda önemli adımlar atılmıştır. Özellikle Anadolu Üniversitesi, Bahçeşehir Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi gibi kurumlar, metaverse ortamlarında ders simülasyonları ve sanal kampüs projeleri geliştirmeye başlamıştır.

Ancak metaverse yalnızca bir teknoloji değil, aynı zamanda bir sosyokültürel deneyimdir. Çünkü bu dijital



evrende zaman, mekân ve kimlik kavramları yeniden tanımlanır. Örnek olarak; bir yetişkin öğrenci, fiziksel olarak evinde otururken sanal bir amfide ders dinleyebilir, dünyanın başka bir köşesindeki diğer insanlarla etkileşim kurabilir ve metaverse evreninde de var olabilir.

Metaverse Evreninde Üniversiteler

Metaverse üniversiteleri, bilinen üniversitelerin aksine kampüsleri olmayan; bunun yerine sanal gerçeklik ortamlarında faaliyet gösteren kurumlardır. Bu üniversiteler, öğrencilere üç boyutlu sınıflar, interaktif laboratuvarlar, sanal kütüphaneler ve hatta kampüs etkinlikleri gibi birçok fırsatlar sunar.

Metaverse evreninin çok yeni olmasının ötürü Türkiye’de tamamen metaverse tabanlı bir üniversite bulunmamaktadır. Birçok öğretim kurumu metaverse evrenine pilot projelerle dahil olmuştur. Örneğin, Bahçeşehir Üniversitesi’nin 2023’te başlattığı BAU Metaverse Kampüsü, öğrencilerin sanal ortamda ders deneyimlemesine olanak tanımıştır. Bir başka örnek ise Anadolu Üniversitesi’nin “Sanal Kampüs Deneyimi” projesidir. Bu projenin en büyük hedefi, uzaktan öğretimde aşılamayan sorunlardan biri olan etkileşimi arttırmaktır.

Uzaktan eğitim yetişkinler için ekstra önemlidir çünkü birçok insan, zaman ve mekân kısıtlamaları nedeniyle yüz yüze eğitime katılamamaktadır. Öğrenci, Metaverse evreninde eğitim ile bu tür sorunları aşarken aynı zamanda katılımcılara bir aidiyet duygusu da sunar. Geleneksel uzaktan eğitimde eksik hissedilen “kampüs kültürü” metaverse evreninde yeniden yaratılabilir.

Metaverse Evreninde Öğrenci Değerlendirme

Metaverse evrenindeki eğitim ortamlarında öğrenci değerlendirme süreci, yalnızca geleneksel ölçme araçlarından ibaret olmamalıdır. Bu evrende değerlendirme sadece sınav, ödev veya proje odaklı değil; aynı zamanda öğrencinin et-

kileşim düzeyi, katılım davranışı, sanal ortam içindeki varlığı ve öğrenme sürecine gösterdiği **aktif katkı** üzerinden de yapılabilmektedir.

Yetişkin eğitiminde ölçme ve değerlendirme, öğrenme sürecinin en kritik basamaklarından biridir. Çünkü yetişkin eğitiminde öğrenciler, genellikle kendi deneyimlerinden yola çıkarak öğrenirler ve not almaktan daha çok yaşayarak öğrenmek isterler. Bu noktada metaverse, çok boyutlu veri toplama ve analiz etme olanığı sunduğu için oldukça avantajlı bir ortam sağlar. Öğrencinin sanal sınıftaki hareketleri, avatar etkileşimleri, göz teması simülasyonları ve mikro etkileşimleri bile öğrenme analizlerinde kullanılabilir.

Bu tür sistemlerde en büyük yardımcı tabi ki **yapay zekâ destekli değerlendirme araçları**. Örneğin, öğrencinin dersteki performansına göre gerçek zamanlı geri bildirim sağlayan sanal danışmanlar, bireyselleştirilmiş öğrenme süreçlerini destekler. Bahçeşehir Üniversitesi’nin 2024 yılı metaverse pilot uygulamasında, yapay zekâ tabanlı bir “öğrenci katılım puanlama sistemi” test edilmiştir. Bu sistemde, öğrencilerin sanal kampüs içindeki konuşma, tartışma ve materyal etkileşimleri sayısal verilere dönüştürülmüş ve öğrenme süreci nitel olarak değerlendirilmiştir.

Bununla birlikte, ölçme ve değerlendirme sürecinin etik boyutu da atlanmamalıdır. Metaverse ortamlarında toplanan her veri, kişisel bilgilerin ötesine geçer; bireyin davranış kalıplarını, düşünme biçimini ve hatta duygusal tepkilerini içerebilir. Bu durum, **hem etik hem de mahremiyet** açısından ciddi bir tartışma alanı yaratmaktadır. Türkiye’de KVKK kapsamında bu tür verilerin nasıl işleneceği konusu hala tam oturmamıştır.

Pedagojik açıdan bakıldığında, metaverse değerlendirmelerinde **sürece dayalı ölçüm** yaklaşımları daha işe yarar görünmektedir. Çünkü yetişkin eğitiminde öğrenenler, çoğu zaman geçmiş deneyimlerini ve tecrübelerini



sanal ortamda yeniden yapılandırmakta ve öğrenmeyi üretim yoluyla gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla yalnızca sonuç odaklı sınavlar değil; problem çözme, senaryo temelli görevler ve takım içi proje değerlendirmeleri, metaverse üniversitelerinde daha etkili sonuçlar verebilir. Sonuç olarak, metaverse evreninde öğrenci değerlendirme, klasik ölçme kalıplarını aşarak **katılım, deneyim, etkileşim ve dijital davranış** temelli çok boyutlu bir yapıya dönüşmektedir. Ancak bu dönüşümün başarılı olabilmesi için öğretim tasarımcılarının, sadece teknolojik ölçütleri ele alması yeterli olmaz. Etik ölçütler ile birlikte gözetmesi gerekmektedir. Aksi hâlde ölçme, öğrenmeyi destekleyen bir araç olmaktan çıkıp, dijital gözetimin yeni bir biçimine dönüşebilir.

Peki metaverse evreninde okumanın ne gibi avantajları olabilir? Sizce dezavantajları var mıdır? Gelin sizlerle birlikte göz atalım.

Metaverse Üniversitelerinin Artıları

Metaverse tabanlı üniversiteler, yetişkin eğitimi açısından çeşitli avantajlar sunmaktadır:

- 1. Deneysel Öğrenme:** Metaverse ortamında öğrenciler, soyut bilgileri somut deneyimlerle öğrenebilir. Örneğin, sağlık bilimleri öğrencisi bir yetişkin, sanal bir ameliyathanede etkileşimli olarak uygulama yapabilir. Bu, teoriyi pratiğe dönüştürme açısından oldukça değerlidir.
- 2. Zaman ve Mekân Esnekliği:** Yetişkin öğrencilerin çoğu, iş ve aile sorumluluklarıyla birlikte eğitim görmektedir. Metaverse evrenin-

de dersler, senkron veya asenkron biçimde, mekândan bağımsız olarak yürütülebilir.

3. **Etkileşim ve Sosyalleşme:** Geleneksel uzaktan eğitimde sıkça karşılaşılan yalnızlık hissi, metaverse ortamlarında azalabilir. Avatarlar aracılığıyla yapılan grup çalışmaları, sanal kampüs etkinlikleri ve sosyal alanlar, öğrencilerin birbirleriyle daha canlı bir şekilde etkileşim kurmasını sağlar.
4. **Gerçeklik Algısının Güçlenmesi:** Üç boyutlu ortamlar, öğrencide “orada bulunma” hissini artırır. Bu da öğrenme motivasyonunu yükseltir. Özellikle yetişkinler, soyut kavramları somut ortamlarla bağdaştırdıklarında öğrenme daha kalıcı olur.

Metaverse Üniversitelerinin Eksileri

Bu dijital dönüşümün zorlukları da vardır.

1. **Teknolojik Erişim ve Dijital Uçurum:** Türkiye’de hâlâ birçok yetişkin öğrenci, yüksek hızlı internet veya VR gözlüğü gibi donanımlara erişememektedir. Bu durum, metaverse üniversitelerine katılımı sınırlayabilir.
2. **Gerçeklik Karmaşası:** Sanal dünyada geçirilen yoğun zaman, bireyin gerçeklik algısını dönüştürebilir. Özellikle yaşça ileri yetişkinler, sanal ile fiziksel gerçeklik arasındaki farkı ayırt etmekte güçlük çekebilir. Bu, psikolojik olarak “yapay yalnızlık” veya “dijital tükenmişlik” gibi sorunlara neden olabilir.
3. **Veri Güvenliği ve Gizlilik:** Metaverse ortamlarında öğrencilerin hareketleri, sesleri ve hatta yüz ifadeleri veri hâline gelir. Bu durum, kişisel verilerin korunması açısından risk taşımaktadır. Türkiye’de KVKK bu konuda yasal çerçeve sunsa da uygulamada ciddi açıklar bulunmaktadır.
4. **Pedagojik Uyum Sorunu:** Her ders, metaverse ortamına aynı kolaylıkla taşınmaz. Özellikle teorik derslerde, üç boyutlu ortamın sunduğu görsel yoğunluk dikkati

dağıtabilir. Yetişkin öğrenenler, genellikle hedef odaklı olduklarından, “fazla görsellik” öğrenmeyi verimsizleştirebilir.

Bonus: Metaverse Evreninde Bulunan Üniversiteler

Dünya genelinde metaverse tabanlı üniversiteler hızla yaygınlaşmaktadır.

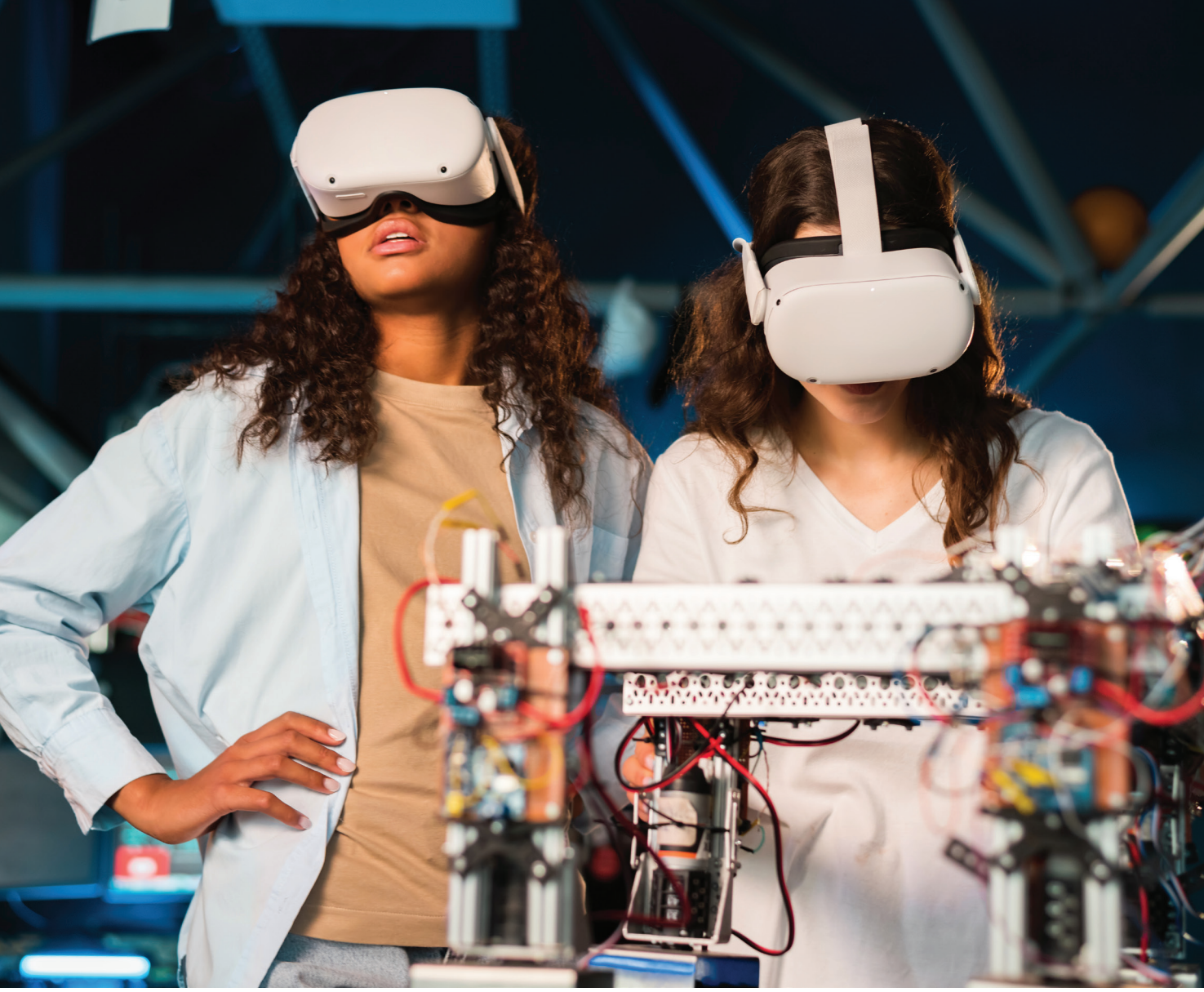
- The University of Nicosia (Kıbrıs), blok zinciri ve metaverse teknolojilerini kullanarak sanal kampüs oluşturmuştur.
- Stanford Üniversitesi “Virtual People” dersiyle tamamen sanal bir sınıf deneyimi sunmaktadır.
- Türkiye’de ise Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi bu alanda öncü girişimlerde bulunmaktadır.

Bu örnekler, gelecekte “metaverse diploması” kavramının dahi gündeme gelebileceğini göstermektedir. Ancak burada kritik nokta, teknolojinin değil, öğrenenin merkeze alınmasıdır. Metaverse, bir araçtır; amaç, yetişkinlerin öğrenme motivasyonunu, etkileşimini ve katılımını güçlendirmektir. Gerçeklik algısının yeniden inşa edildiği bu yeni dönemde, “gerçek öğrenme”nin de yeniden tanımlanması gerekmektedir.

Sonuç

Yetişkin eğitimi, yaşam boyu öğrenme anlayışının en somut alanlarından biridir. Metaverse üniversiteleri ise bu anlayışa yepyeni bir boyut kazandırmaktadır. Fiziksel sınırların ortadan kalktığı, gerçeklik ve sanallığın iç içe geçtiği bu yeni evrende, yetişkin öğrenenlerin rolü yeniden şekillenmektedir.

Türkiye’de henüz bu alanda yolun başındayız; ancak üniversitelerin ve uzaktan eğitim merkezlerinin attığı ilk adımlar, gelecekte daha kapsayıcı, etkileşimli ve erişilebilir öğrenme modellerine zemin hazırlayabilir.



Sonuç olarak, metaverse üniversiteleri yetişkin eğitime yeni bir “gerçeklik algısı” kazandırmakta; öğrenmeyi sadece bilgi edinimi değil, aynı zamanda dijital bir varoluş biçimi hâline getirmektedir. Ancak bu dönüşümün sağlıklı ilerlemesi, teknolojiye erişim, etik ve pedagojik standartların doğru biçimde oluşturulmasına bağlıdır. ■ **BŞ**

KAYNAKÇA

- Anadolu Üniversitesi Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi (2023). Sanal Kampüs Deneyimi Raporu.
- Bahçeşehir Üniversitesi (2023). BAU Metaverse Kampüsü Tanıtımı.
- İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi (2024). Uzaktan Eğitimde Yeni Teknolojiler Bülteni.
- Yükseköğretim Kurulu (YÖK) (2023). Türkiye’de Dijital Yükseköğretim Stratejisi.
- Tüfekçi, H. (2022). “Metaverse ve Eğitim: Yeni Öğrenme Alanlarının Pedagojik Boyutları.” Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi (AUAd).
- Çakır, S. (2023). “Yetişkin Öğrenmede Sanal Gerçeklik ve Metaverse Deneyimi.” Eğitim Teknolojileri Dergisi.
- TRT Akademi (2024). Metaverse Çağında Eğitim ve Toplum.

KURUMSAL EĞİTMENLİKTE ÇOCUK MERAKINI YENİDEN CANLANDIRMAK

Seda ÖZKAŞ

Öğretim Tasarımcısı

seda.ozkas@kliksoft.net

Yerel ve küresel değişim hızının arttığı günümüzde, çocukların dünyayı anlamlandırma süreçlerinde soru sormanın merkezî bir rol oynaması, öğrenmenin doğasına dair önemli ipuçları sunmaktadır. Türkiye'nin altın cevherleri olarak gördüğüm değerli eğitimcilerimizin kaynaklarından harmanlanan bir makale sunmaya çalışacağım. Dr. Özgür Bolat'ın motivasyon odaklı yaklaşımı, Doç. Dr. Saniye Bencik Kangal'ın çocuklukta duygusal güven üzerine vurguları ve Doğan Cüceloğlu'nun iletişimde "öz" ve "özgürlük alanı" temelli açıklamaları, çocukların öğrenme süreçleri boyunca araçsallaştırdıkları temel mekanizmanın merak, ilişki kurma ve içsel anlamlandırma olduğunu ortaya koyar (Bolat, 2017; Kangal, 2020; Cüceloğlu, 2019).

Profesyonellerin öğrenme deneyimi, temelde aynı psikolojik süreçlere dayanır: merak, güven, ilişki, anlam ve içsel motivasyon. Bu nedenle çocuk gelişimi literatüründeki bulgular, şirket içi eğitim programları geliştirmek isteyen kurumsal eğitimler için

son derece yapıcı bir çerçeve sunar. Bu makalede, çocuk gelişimindeki soru sorma yaklaşımının yetişkin profesyonellerin öğrenme süreçlerine nasıl uyarlanabileceğini, kurumsal eğitimlerde etkili iletişim ve öğrenme kültürünün nasıl oluşturulacağını ve eğitimci adaylarının mesleğe hazırlanırken hangi tutum ve becerileri geliştirmesi gerektiğini ele alacağız.

1. Çocuklukta Soru Sormanın Öğrenmedeki Yeri ve Kurumsal Eğitime Yansımaları

Çocuklar içinde bulunduğu çevre ve dünya arasında bağlantı kurmak için soru sorar; soru onların hem bilgi edinme hem de ilişki kurma aracıdır. Çocukların bu bağlantıları kurmalarına ve öğrendiklerinin yaşamla bağlantılı olduğunu görmelerine yardımcı olarak ilerideki öğrenimleri için güçlü bir alt yapı kurulur. Bolat'a göre çocuğun merakı desteklenmediğinde, dışsal motivasyon içsel motivasyonun yerini alır ve öğrenme isteği zaman içinde zayıflar (Bolat, 2017). Kangal ise güvenli bağlanmanın, çocuğun



B2B SALES STRATEGY & BRAND COMMUNICATION

SALES STATES

2014

çevreyi keşfetmek için “güvenli bir üs” oluşturduğunu, bu zeminin merakın sürdürülebilirliği için kritik olduğunu vurgular (Kangal, 2020). Cüceloğlu ise sağlıklı iletişim ortamlarında bireyin kendini ifade etme cesaretinin arttığını, tehdit algısının azaldığını ve öğrenme yöneliminin güçlendiğini belirtir (Cüceloğlu, 2019).

Yetişkin öğrenmesi de benzer şekilde merakla başlar. Şirket içinde yapılan eğitimlerde katılımcıların soru sorabilmesi, sorgulayabilmesi ve eğitmenle eşit ilişki kurabilmesi, öğrenmenin kalitesini belirler. Yetişkin öğrenmesinin (*adult learning*) öncü kuramcılarında Knowles’ın belirttiği gibi yetişkinler “kendilerini yöneten öğrenenler” olmak ister; soru sorabilmeleri bu özerklik hissinin temelidir (Knowles, 1984).

Kurumsal eğitmenler için çıkarım şudur:

Eğitim yalnızca bilgi transferi değildir; merakı yeniden aktif hâle getirme sürecidir.

Bilgiye ulaşmanın yolu ise soru sormaya, tartışmaya, güçlü yönlerini ve sınırlılıklarını keşfetmeye alan açmaktan geçer.

2. Kurumsal Eğitimde Güvenli Öğrenme Ortamı: Çocuk Gelişiminden Yansıyan İlkeler

Kangal’ın araştırmalarında, çocuğun etkin bir öğrenme sürecine girebilmesi için kendini güvende hissetmesinin gerektiği özellikle vurgulanır. Bu güven yalnızca fiziksel ortamdandır değil, duygusal ve iletişimsel iklimden de beslenir (Kangal, 2020). Çocuğun hata yapmasına izin verilen, yargılanmadığı bir ortamda öğrenme derinleşir.

Çocuklardan yetişkin profesyonellere geçildiğinde bu ihtiyaç değişmez. Kurumsal eğitimlerde katılımcıların kendilerinden emin olmaları, eleştirilme korkusu taşımamaları ve eğitime güven duymaları öğrenme sürecini doğrudan etkiler. Yetişkin öğrenmesi araştırmaları, “psikolojik güven” kavramının ekip performansı ve öğrenme çıktıları üzerindeki büyük etkisini defalarca göstermiştir (Edmondson, 1999).

Bu bağlamda kurumsal eğitmenlerin:

- Katılımcıların görüşlerini rahatça paylaşabildiği,
- Başkalarının inançlarının, bakış açılarının, dinlerinin ve düşüncelerinin farklı olabileceğinin kabul edildiği,
- Soru sormanın cesaret gerektirmediği,
- Hata yapmanın tehdit değil öğrenme fırsatı olduğu

bir ortam tasarlamaları gerekir.

Eğitmenin kullandığı dil, beden dili, yönlendirme biçimi ve grup dinamiğini yönetme becerisi bu atmosferin temelini oluşturur.

3. Motivasyon: Çocuklukta İçsel Motivasyonun Rolü, Yetişkin Öğrenmesine Uyarlanması

Bolat’ın motivasyon çalışmaları, çocukların “sevildikleri için değerli olduklarını” hissetmelerini hâlinde içsel motivasyonlarının güçlendiğini; dışsal ödüllere dayalı öğrenmenin ise yüzeysel kaldığını vurgular (Bolat, 2017). Cüceloğlu da insanın kendini değerli hissetmesinin, özgüven ve üretkenlik için temel zemin olduğunu söyler (Cüceloğlu, 2019).

Kurumsal ortamda yetişkinlerin motivasyonu daha karmaşıktır; fakat temel ihtiyaç aynı kalır:

Değer görmek, yetkin hissetmek ve bir amaçla bağlantı kurmak.

Bu nedenle eğitmenlerin:

- Eğitimin neden önemli olduğunu net bir şekilde açıklaması,
- Katılımcılara kendi deneyimlerini ilişkilendirebilecekleri alanlar yaratması,
- İçsel motivasyonu tetikleyen öğrenme deneyimleri tasarlaması

Öğrenmeyi kalıcı hâle getirir.

Örneğin, doğrudan bilgi aktarmak yerine vaka analizleri, ekip tartışmaları, keşif soruları gibi yöntemler kullanmak içsel motivasyonu artırır.



4. Çocuk Gelişimi Yaklaşımlarının Kurumsal Eğitimde Uygulanabilirliği

4.1. “Soru Kültürü” Oluşturmak

Çocuklara, doğru kalıplarla sorular sorarak düşünme becerisi kazandırıldığı gibi, kurumsal eğitimlerde de soru kültürü öğrenmeyi derinleştirir.

- Açık uçlu sorular,
- Varsayımsal senaryolar,
- Kendi deneyimi üzerinden düşünmeye teşvik eden yansıtıcı sorular

Eğitmenin sınıfta merkeze alması gereken araçlardır.

4.2. Gelişim Odaklı Geri Bildirim

Kangal’ın gelişim odaklı yaklaşımı, çocuğun eleştirilmediği, bunun yerine davranışın sonuçlarına dair rehberlik edildiği bir iletişimi önerir. Benzer şekilde kurumsal eğitimlerde geri bildirim:

- Yargılayıcı değil açıklayıcı,
- Kişiye değil davranışa odaklı,
- Gelişim fırsatı sunan

Bir çerçevede verilmelidir.

4.3. İlişki ve Bağ Kurma

Cüceloğlu’nun “ilişki odaklı iletişim” yaklaşımı, kurumsal eğitimler için kritik bir hatırlatmadır: Eğitim, ilişki kurmanın bir sonucu olarak

etkili hâle gelir. Katılımcının eğitime ve gruba duyduğu yakınlık arttıkça öğrenme daha derin gerçekleşir.

Eğitmenler:

- Kendilerini tanıtan kısa kişisel hikâyeler,
 - Katılımcılar arasında bağlantı kuran açılış etkinlikleri,
 - Sıcak ve kapsayıcı bir iletişim tonu
- Kullanarak bu ilişkiyi güçlendirebilir.

5. Kurumsal Eğitimde Soru Sorma Teknikleri ve Çocuk Gelişiminden Esinlenen Modeller

5.1. Keşif Soruları (“Neden...?”, “Nasıl...?”)

Çocuklar dünyayı anlamak için “neden” sorularını sıkça kullanır. Bu sorular, analitik düşünmeyi tetiklediği için kurumsal eğitimlerde de etkin bir araçtır.

5.2. Yönlendirilmiş Soru Yöntemi

Çocuğun düşünme sürecini bozmadan rehberlik eden sorular, yetişkin öğrenmesinde de yapılandırılmış keşif sağlar.

Örneğin:

- “Bu durumda hangi alternatifleri düşünebiliriz?”
- “Sizce bu yaklaşımın sonucu ne olur?”

5.3. Duygusal Farkındalık Soruları

Kangal'ın çalışmalarında duygusal farkındalık, öğrenmenin önündeki engelleri tanımlamada önemlidir. Kurumsal eğitimlerde de:

- “Bu süreç sizi en çok nerede zorladı?”
- “Bu deneyim sizde nasıl bir duygu yarattı?”

Gibi sorular öğrenmeyi derinleştirir.

6. Kurumsal Eğitim Adayları için Temel Yetkinlikler

6.1. İletişim ve Empati

Cüceloğlu'nun insanın içsel dünyasına dair açıklamaları, eğitmenin empatik yerleştirmeler yapabilmesini destekler. Empati, katılımcının eğitimi bir tehdit değil gelişim fırsatı olarak algılamasını sağlar.

6.2. Öğrenme Psikolojisini Anlama

Çocuk gelişimi ve yetişkin öğrenmesi literatürünün ortak noktalarını bilen eğitmen, öğrenme ortamını çok daha bilinçli tasarlar.

6.3. İçsel Motivasyon Odağı

Bolat'ın yaklaşımından esinlenerek, eğitmenlerin dışsal ödül ve baskı yerine anlam, özerklik ve ustalık duygularına hitap etmeleri gerekir.

6.4. Grup Dinamiğini Yönetme

Kurumsal ortamlarda farklı seviyelerden, farklı beklentilerden gelen katılımcılar olur. Bu çeşitliliği yönetebilmek eğitmenin en kritik becerilerindedir.

7. Çıkarımlar ve Sonuç

Çocuk gelişimi literatüründe ortaya konan merak, güven, ilişki ve içsel motivasyon kavramları, kurumsal öğrenme ortamları için güçlü bir epistemolojik temel oluşturur. Çocukların öğrenme biçimleri ve onlara sunulan gelişimsel destek, aslında yetişkin eğitime doğrudan uyarlanabilir. Çünkü insanın öğrenme doğası yaşam boyu büyük ölçüde değişmez; yalnızca öğrenme koşulları çeşitlenir.

Bu nedenle kurumsal eğitimler:

- Soru sormanın öğrenmedeki yerini güçlendirmeli,
- Psikolojik güven ortamı oluşturmalı,
- Fikirleri tartışarak fikir birliğine ulaşmaya çalışmalı,
- İlişki ve empatiyi katılımcılar içinde aktif biçimde kullanmalı,
- Dışsal motivasyon yerine içsel motivasyonu harekete geçiren tasarımlar yapmalı,
- Çocuk gelişiminden çıkan temel ilkeleri yetişkin öğrenmesine uyarlamalıdır.

8. Kurumsal Eğitimler için Tavsiyeler

- 1. Eğitiminize her zaman bir soru ile başlayın:** Merakı aktive etmek için “Bu konuyla ilgili en büyük zorluk nedir?” gibi sorular kullanın.
- 2. Yargısız bir iletişim alanı kurun:** Katılımcılar düşünce ve görüşlerini ifade ederken kendilerini güvende hissetmelidir.
- 3. Deneyim aktarımlarına alan açın:** Yetişkinler bilgiyi kişisel deneyimlerine bağladıklarında daha hızlı öğrenir.
- 4. Etkin dinleme pratiği geliştirin:** Katılımcının söylediği kadar söylemediği şeyler de önemlidir.
- 5. Geri bildirim davranış odaklı verin:** Kişiliğe yönelik eleştiriler öğrenmeyi kapatır.
- 6. Çocuk gelişimi literatüründen ilham alın ama yetişkin bağlamına uyarlayın:** Merak, güven ve ilişki yetişkin eğitiminde de anahtar kavramlardır.
- 7. Yaşam boyu öğrenen eğitmen olun:** Yeni yaklaşımlar, teknolojiler ve pedagojik modeller hakkında güncel kalın. ■ **SÖ**

KAYNAKÇA

- Bolat, Ö. (2017). Beni Ödülle Cezalandırma.
- Kangal, S. B. (2020). Çocuklarda duygusal güven ve öğrenme üzerine makaleler.
- Cüceloğlu, D. (2019). İnsan İnsana.
- Knowles, M. (1984). The Adult Learner.
- Edmondson, A. (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams.



KARNINIZ MI AÇ, AĞZINIZ MI YALNIZ? KUÇİSABIŞI'YE DUR DEYİN!

Cem KARAHANOĞLU

Grafik Tasarımcısı, Kurumsal Eğitimci
cem.karahanoglu@kliksoft.net

Kuçisabişi (*kuchisabishii*), Japoncada “yalnız ağız” anlamına gelen ve gündelik dilinde, aslında aç olmadığımız hâlde sırf ağzımız boş durmasını diye bir şeyler atıştırma hâlini veya ihtiyacı anlatmak için kullanılan bir ifade.

Yani “*şu yazıyı okurken bir şeyler atıştırırım*” diye dolaba bakan, televizyon karşısında patlamış mısırı açan, bilgisayar başında bir avuç çerezle başlayıp ardından paketin dibini gören herkes için oldukça tanıdık bir durum.

1. Kuçisabişi'nin Kökeni ve Anlam Dünyası

Japoncada “**kuçi**” ağız, “**sabişi**” ise yalnız / kederli anlamlarına geliyor; birleşince “yalnız ağız” veya “ağzın bir şey istemesi” gibi bir anlam ortaya çıkıyor.

- Can sıkıntısından atıştırmayı,
- Sigara bırakınca ağız boş kalanların sakız, kraker, fındık-fıstık, çekirdek gibi şeylere yönelmesini,
- Fiziksel açlık yokken “*bir şeyler yersem iyi hissederim*” düşüncesini oldukça şiirsel bir şekilde özetliyor.

Batı psikolojisinde buna en yakın kavramlar “**oral fiksasyon**” (*oral fixation*) ve “**mindless eating**” (*farkında olmadan yeme*) kavramları. Beslenme psikoloğu **Brian Wansink**, insanların gün içinde yemekle ilgili yaklaşık 200 mikro karar aldığını, bunların çoğunu ise farkında bile olmadan verdiğini vurguluyor.

İşte kuçisabişi tam da bu otomatik, duygusal ve çoğu zaman **boşuna** alınan atıştırma kararlarının kültürel adı gibi düşünülebilir.



2. Aç değiliz ama yiyoruz: Tarihsel Arka Plan

İnsanlık tarihinde “atıştırma” yeni bir davranış değil. İlk insanlar için yiyecek bulmak bir yaşam mücadelesiydi; fırsat buldukça az az yemek, hayatta kalmanın doğal bir parçasıydı.

Fakat bugün yaşadığımız kuçisabişi çağının arka planında bambaşka dinamikler var:

2.1. Üç Öğün (Saba-Öğle-Akşam) Düzeni ve Atıştırmanın Yükselişi

Tarihçiler, **üç ana öğün** (sabah-öğle-akşam) düzeninin aslında sanayi devrimi ve modern çalışma saatleriyle yaygınlaştığını, ondan önce insanların gün içinde daha esnek ve çok daha parçalı yeme düzenleri olduğunu belirtiyor.

20. yüzyılın ortalarından sonra:

- Ambalajlı atıştırma ürünleri (bisküvi, çikolata, cips vb.) yaygınlaştı,
- Market ve benzin istasyonu kültürü gelişti,
- Televizyon ve reklamlar, “**ara öğün**”leri “*hak edilmiş küçük ödülleri*” gibi pazarlamaya başladı.

Günümüzde ise gıda üreticileri, atıştırma ürünü dev bir endüstri hâline getirdi; hem tarihsel kaynaklar hem de güncel pazar analizleri, atıştırma ürününün hem konfor hem de kârlı bir “**alışkanlık ürünü**” olduğunu gösteriyor.

2.2. Modern Çağda Sürekli Yeme Kültürü

Bugün özellikle büyük şehirlerde:

- Evde, metroda, işte, toplantı aralarında,
- Film izlerken, oyun oynarken, sosyal medyada gezinirken

bir şeyler atıştırmak neredeyse varsayılan davranış hâline geldi. Araştırmalar, özellikle ABD’de çocukların ve yetişkinlerin geçmişe göre çok daha sık atıştırdığını ve günlük kalori alımının büyük kısmının bu “**ara lokmalar-dan**” geldiğini gösteriyor.

Yani tarihsel olarak zorunluluktan yapılan küçük öğünler, günümüzde **duygusal ve çevresel tetikleyicilerle şişmiş bir kuçisabişi döngüsü** hâline gelmiş durumda.

3. Psikolojik Temelleri

Kuçisabişi yalnızca bir “**iradesizlik**” meselesi değildir; arkasında oldukça karmaşık psikolojik süreçler vardır.

3.1. Duygusal Yeme (*Emotional Eating*)

Duygusal yeme, kısaca şöyle tanımlanabilir:

“Negatif duygular karşısında (stres, üzüntü, yalnızlık, can sıkıntısı) yemek yiyerek kendini rahatlatma eğilimi”

Araştırmalar, **duygusal yeme**’nin hem sağlıklı bireylerde hem de yeme bozukluğu olan kişilerde yaygın olduğunu, ancak uzun vadede kiloyu arttırdığını ve ruh hâlini daha da kötüleştirdiğini gösteriyor.

2020’de yayımlanan bir derleme çalışması, duygusal yemenin:

- Olumsuz duyguları **geçici olarak uyuşturduğunu,**
- Uzun vadede ise **pişmanlık, suçluluk ve özgüven kaybına yol açtığını,**
- Diyet yapmayı ve **zayıflama süreçlerini belirgin biçimde zorlaştırdığını** ortaya koyuyor.

Kuçisabişi, özellikle can sıkıntısı ve yalnızlık gibi duyguların tetiklediği duygusal yemenin gündelik adı gibi görünüyor.

3.2. Can Sıkıntısı ve Anlam Boşluğu

“*Eaten Up by Boredom*” başlıklı bir çalışma, can sıkıntısının hayatta anlam eksikliği hissiyle bağlantılı olduğunu ve bu duygunun, insanları daha fazla yemeye yönelttiğini gösteriyor.

Özellikle kendini gözlemlenme eğilimi yüksek kişilerde, can sıkıntısı hissi arttıkça:

- Daha çok atıştırma,
- Daha fazla gereksiz (acıkmadan) yeme,

- “Bir şey yesem de şu duygudan kurtulsam” tarzı davranışlar gözleniyor.

Başka bir deyişle, **hayat anlamlı gelmediğinde, buzdolabı daha anlamlı görünmeye başlıyor.**

3.3. Stres, Duygular ve “Yalnız Ağız”

2025 tarihli bir çalışma, stres ve duygusal yeme arasında güçlü bir bağ olduğunu; insanların özellikle yoğun duygusal dönemlerde daha kalorili ve lezzetli yiyeceklere yöneldiğini vurguluyor.

Bu noktada kuçisabişi:

- Karnın değil,
- Duyguların, can sıkıntısının, boşluğun ve bazen de alışkanlığın açlığı oluyor.

3.4. Çevresel ipuçları ve Düşüncesizce Yemek Yeme (*Mindless Eating*)

Brian Wansink ve arkadaşlarının çalışmaları, yemek yeme davranışımızın:

- Tabağın boyutu,
- Paketin büyüklüğü,
- Televizyon izlerken dikkat dağınıklığı,
- Yiyeceklerin göz önünde olması gibi çevresel ipuçlarından **son derece güçlü şekilde etkilendiğini** gösteriyor.

Yani çoğu zaman kuçisabişi:

“Aç mıyım?” sorusuna verilen cevap değil, “Ortada yiyecek var mı?” sorusuna bilinçdışı verilen “Evet, al gitsin!” cevabı.

4. Döngü nasıl işliyor?

Kuçisabişi genelde şöyle bir döngüyle çalışıyor:

1. Tetikleyici:

Can sıkıntısı, yalnızlık, stres, bir dizinin yeni bölümü, film gecesi, ders çalışırken sıkılma, işten sonra “kendini ödüllendirme” ihtiyacı...

2. Düşünce:

“Bir şey yesem iyi gelir.”

“Sadece bir iki lokma alacağım.”

“Bugün zaten kötü geçti, bunu hak ettim.”

3. Davranış:

Dolaba gitme, paket açma, peynir-ekmek, cips, çekirdek, kuruyemiş vs. alma

4. Kısa Vadeli Rahatlama:

Dilin, beynin ve ödül sisteminin aldığı haz: tuz, yağ, şeker ve rahatlatan çıtırıtı...

5. Uzun Vadeli Sonuç:

Pişmanlık, suçluluk, kilo artışı, sağlıksız yeme alışkanlığı, özsaygı kaybı.

6. Kendini Tekrar Üretme:

Kişi kendini iyi hissetmediği için tekrar yemek yer; ki böylece **kuçisabişi** kendi kendini besleyen bir döngüye dönüşür.

5. Kuçisabişi’den Kaçınma

İyi haber: Kuçisabişi döngüsü kırılabilir.

Hem araştırmalar hem de klinik öneriler, basit ama düzenli uygulandığı takdirde güçlü etkisi olan stratejiler sunuyor.

5.1. Gerçek Açlık – Sahte Açlık Ayrımı

Uzmanlar, fiziksel açlık ile duygusal/psikolojik açlığın ayırt edilmesini, duygusal yeme ve can sıkıntısı atıştırmalarını azaltmak için temel bir adım olarak görüyor.

Kendinize şu soruları sorabilirsiniz:

- “Midem gerçekten kazınıyor mu, yoksa sadece canım mı sıkıyor?”
- “Sağlıklı herhangi bir yemeği de yesem olur mu, yoksa şu anda sadece atıştırmalık mı yemek istiyorum?”
- “Son tam öğünümden bu yana en az 3 veya 4 saat geçti mi?”

Eğer cevaplar hayırsa, büyük ihtimalle kuçisabişi modundasınız, gerçekten aç değilsiniz.

5.2. Çevreni Yeniden Tasarla: Gözden Irak, Gönülden Irak

Bir beslenme bilimci, kendi hikâyesini anlatırken 3 basit değişiklikle atıştırma krizlerini büyük ölçüde kontrol altına aldığını söylüyor:

- Evdeki cazip atıştırma malzemeleri azaltmak,
- Sağlıklı seçenekleri göz önünde tutmak,
- Market listesinden “tetikleyici” ürünleri çıkarmak.

Araştırmalar, **Beden Kitle İndeksi**'nin mutfağa **göz önünde duran sağlıklı yiyecekler** ile (meyve gibi) ilişkili olduğunu ortaya koyuyor.

Dolapta ne varsa, kriz anında ona yönelirsiniz. Bu nedenle, önce menünüzü ve dolayısıyla **buzdolabınızdaki yiyecekleri değiştirin**.

5.3. Düzenli ve Dengeli Öğünler

Mayo Clinic gibi kurumlar, aşırı kısıtlayıcı diyetlerin ve öğün atlamanın, özellikle akşam ve gece saatlerinde aşırı atıştırmaya yol açabileceğini vurguluyor.

- Gün içinde **yeterli protein, lif ve sağlıklı yağ içeren** 2–3 ana öğün,
- Gerekirse 1–2 planlı, sağlıklı ara öğün, kan şekeri daha dengeli tutarak “**akşam dolap saldırısını**” azaltabiliyor.

Yeni çalışmalar, **atıştırmanın kendisinin değil, atıştırmanın niteliğinin önemli olduğunu**; kaliteli, işlenmemiş ve besleyici ara öğünlerin kardiyometabolik sağlıkla daha olumlu ilişkili olduğunu gösteriyor.

5.4. Düzenli Uyku ve Stres Yönetimi

Uyku, iştahı düzenleyen leptin ve ghrelin gibi hormonları doğrudan etkiliyor. Geç saatlere kadar uyanık kalmak:

- Hem fiziksel yorgunluk,
- Hem de duygusal tükenmişlik yaratarak akşam ve gece kuşabişisini artırıyor.

Çalışmalar, **düzenli uyku alan kişilerin** daha az abur cubura yöneldiğini ve daha dengeli beslendiğini gösteriyor.

6. Yememek için Motive Olmak

Kuşabişi'nin merkezinde çoğu zaman **boşluk ve anlık haz arayışı** vardır. Bunu kırmak için motivasyonu sadece “**kilo vermek**” üzerinden kurmak çoğu zaman yeterli olmaz. Daha derin ve daha pozitif hedeflere ihtiyaç vardır.

6.1. Kimlik Temelli Hedefler Koymak

Araştırmalar, “*kilo vereceğim*” demekten çok,

- “*Ben bedenine saygı duyan bir insanım*”
- veya “*Ben sağlığına önem veren biriyim*” gibi **kimlik odaklı ifadelerin** davranış değişikliğini daha kalıcı hâle getirdiğini gösteriyor.

Bir örnek:

Hedef: “*Akşamları cips yemeyeceğim.*”

Kimlik: “*Akşamları vücuduma iyilik eden seçimler yapan biriyim.*”

Her kuşabişi krizinde kendinize şu soruyu sorabilirsiniz:

“*Şu anki seçimim, olmak istediğim kişiyi mi besliyor, yoksa sadece ağızımı mı oyalıyor?*”

6.2. Küçük Zaferler, Somut Hedefler

Motivasyonun düşmesinin en büyük sebeplerinden biri, gerçekçi olmayan hedefler:

- “*Bir daha asla gece atıştırmayacağım.*”
- “*Bundan sonra hiç abur cubur yemeyeceğim.*”

Bunun yerine:

- “*Bu hafta 3 akşam, saat 21.00'den sonra hiçbir şey yemeyeceğim.*”
- “*Her kuşabişi geldiğinde önce 10 dakika bekleyip su içeceğim.*”

gibi ölçülebilir ve ulaşılabilir mikro hedefler, hem başarı hissini artırır hem de davranış değişikliğini pekiştirir.



6.3. Yeme Davranışının Yerine “Yiyeceksiz Aktivite” Koymak

Bazı uzmanlar, atıştırma isteğini yönetmek için “Yiyeceksiz Aktivite” (*Non-Food Activity*) prensibinden bahsediyor:

“Yiyecek içermeyen, ama zevk ve meşguliyet sağlayan bir aktiviteyle yeme alışkanlığının yerini doldurmak”

Örneğin:

- Bir film veya dizi açınca eline cips vb. değil, stres topu almak,
- Telefonda gezinirken kuruyemiş yemek yerine küçük bir su şişesiyle oynamak,
- Can sıkıntısında buzdolabına değil, balkona gitmek veya kısa bir yürüyüşe çıkmak.

Böylece beyin hâlâ “**ödül**” alır, fakat bu ödül yiyecek üzerinden değil, hareket ve üretkenlik üzerinden gelir.

7. Ağzını Değil, Kendini Meşgul Etmek

Kuçisabişi çoğu zaman, vaktimizin “**boşluk anlarında**” ortaya çıkar:

- Reklam arasında,
- İş ile ev arasındaki yorgunluk saatlerinde,
- Yatmadan önceki “**telefona gömülme**” zamanlarında.

Bu boşlukları kasıtlı olarak doldurmak, kuçisabişiyi azaltmanın en etkili yollarından biridir.

7.1. Atıştırmalık Yerine Aktivite

Hayatınızda günün belli saatlerini fark edin:

- En çok ne zaman dolaba gidiyorsunuz?
- Hangi durumda “*ağzım bir şey istiyor*” diyorsunuz?

Böyle zamanlar için önceden alternatif mini aktiviteler planlayın:

- 10 dakikalık esneme veya basit egzersiz,
- Dışarıda kısa bir yürüyüş,
- Günlük tutma, çizim yapma, yanabcı dilde kelime ezberleme,
- Küçük bir ev işi (çekmece düzenleme, masa toplama vb.).

Araştırmalar, can sıkıntısının anlamlı bir işle meşgul olduğunda büyük ölçüde azaldığını, bu sayede duygusal yeme ihtiyacının da düşüşe geçtiğini gösteriyor.

7.1. "Yasak Bölge" ve Dış Fırçalama

Davranış değişikliği uzmanları, özellikle akşam saatlerinde mutfak için "**Sınırlı Yasak Bölge**" ilan etmenin etkili olabileceğini söylüyor:

- Örneğin, saat 20.30'dan sonra mutfağa sadece su almak için girilebilecek,
- Buzdolabına değil yaklaşmak, kapısına bakmak bile yasak olacaktır.

Bunun yanı sıra, dişleri daha erken saatlerde fırçalamak, beyne "**günün yeme faslı kapandı**" sinyali verdiği için atıştırma ihtimâlini büyük ölçüde azaltabildiği de belirtiliyor.

Bu, hem sembolik hem biyolojik bir bariyer; çünkü tertemiz dişler ve mentol kokulu ferah bir ağızla çikolata yeme ve dişleri tekrar kirletme fikri birbiriyle pek fazla bağdaşmıyor.

8. Sonuç: Kuçisabişi'yi Susturmak Değil, Anlamak

Kuçisabişi, yani "yalnız ağız", aslında:

- Yalnız bir zihin,
- Yorgun bir beden,
- Canı sıkılan bir ruh ve
- Anlam arayan bir yaşamın kendince geliştirdiği küçük bir kaçış kapısı.

Bu yazıda gördüğümüz gibi:

- **Tarihsel açıdan**, atıştırma insanlık kadar eski ama modern endüstri ve medya tarafından büyütülmüş bir alışkanlık;
- **Psikoloji açısından**, duygusal yeme, can sıkıntısı, stres ve çevresel ipuçlarıyla sıkı sıkıya bağlı;
- **Davranışsal açıdan**, gerçek açlıkla sahte açlığın ayırt edilmesi, çevrenin yeniden düzenlenmesi, düzenli uyku ve dengeli öğünler büyük fark yaratıyor;
- **Motivasyon açısından**, kimlik temelli hedefler, küçük zaferler ve "Yiyeceksiz Aktivite" gibi yaklaşımlar kuçisabişi döngüsünü kırmaya yardımcı oluyor.

Kuçisabişi'ye dur demek, ağız susturmak değil; kendimizi daha iyi duymayı öğrenmek demek.

Bir dahaki sefere eliniz pakete giderken, kendinize sadece şunu sorun:

"Gerçekten aç mıyım, yoksa sadece ağzım yalnızlık mı çekiyor?"

Eğer cevap "*Ağzım yalnızlık çekiyor*" ise, belki de o an ihtiyacınız olan şey,

- bir bardak su, kısa bir yürüyüş, sevdiğiniz birine mesaj atmak
- veya yıllardır erteleyip durduğunuz yaratıcı bir uğraşa başlamak olabilir. ■ **CK**

KAYNAKÇA

- "Kuchisabishii: Lonely mouth", Untranslatable
- LearnJapanese community, "kuchisabishii", Reddit
- Reichenberger, J. (2020). Emotional eating in healthy individuals and patients with an eating disorder. PubMed Central
- Ahlich, E. – Boredom, Interoceptive Ability, and Emotional Eating, digitalcommons.usf.edu
- Moynihan, A. vb. – "Eaten Up by Boredom: Consuming Food to Escape Awareness of the Bored Self", ResearchGate



- Wansink, B. – Mindless Eating: The 200 Daily Food Decisions We Overlook, ResearchGate
- Mayo Clinic – “Weight loss: Gain control of emotional eating,” Mayo Clinic
- SPINS – “The Evolution of Snacking: From Impulse to Intention,” spins.com
- “Snack” maddesi (tarih, kültürel bağlam), Wikipedia
- “The Evolution of Snacking: A Bite-Size History,” cravebox.com
- “A Brief History of Food: The evolution of mealtimes,” Tastes of History
- Aulbach, M. B. (2025). Emotional eating and boredom-emotional eating concepts, ScienceDirect
- “Boredom Eating: 10 Ways to Stop Emotional Snacking,” myjuniper.co.uk
- “Snacking’s Bad Rap Might Be Undeserved, New Research Suggests,” Food & Wine
- “How to beat the munchies and turbocharge weight loss in 8 steps,” The Sun
- “A nutrition scientist ... now enjoys snacks without overeating,” Business Insider

İNSANLIĞIN EN ESKİ DİLİ: SANAT

Melisa DEMİR

Öğretim Tasarımcısı

melisa.demir@kliksoft.net

Sanat, insanın kendini ve dünyayı anlamlandırma sürecinin en eski tanıklarından biridir. Sözcüklerin henüz var olmadığı zamanlardan bugüne kadar insan, gördüklerini, hissettiklerini ve düşündüklerini farklı biçimlerde ifade etme ihtiyacı duymuştur. Mağara duvarlarına çizilen hayvan figürlerinden çağdaş dijital enstalasyonlara uzanan bu uzun yolculuk, yalnızca estetik arayışların değil, insan olmanın temel reflekslerinin de hikâyesidir.

Sanat, zamanla biçim değiştirmiş; çizgi, renk, ses, beden ve teknolojiyle yeniden şekillenmiştir. Ancak bu dönüşümün arkasındaki temel dürtü hep aynı kalmıştır: Anlatmak, anlamak ve başkalarıyla bağ kurmak. Sanat, bir iletişim aracı olmanın ötesinde, bireysel deneyimlerin toplumsal hafızaya dönüştüğü bir alan yaratır. Farklı coğrafyalardan, kültürlerden ve dönemlerden gelen eserlerin bugün hâlâ bize dokunabilmesinin nedeni de budur.



1. Çizgilerle Başlayan Hikâye

İnsanlığın ilk izleri, kelimelerden çok önce kayaların yüzeyine çizilmiş şekillerle ortaya çıktı. Bugün Fransa'daki **Lascaux Mağaraları** ya da İspanya'daki **Altamira Mağarası** duvarlarında gördüğümüz hayvan figürleri, yalnızca av sahnelerinin belgesi değil; o dönemin insanının dünyayı anlama ve onu aktarma çabasının en erken kanıtlarıdır. Bir bizon resmi, bir at silueti ya da avcıyı betimleyen birkaç çizgi... Bunların her biri, binlerce yıl önce bir insanın "Ben gördüm, hissettim ve aktardım" deme biçimiydi.

Zamanla çizgiler çoğaldı ve yeni yüzeylere taşındı. Anadolu'daki **Göbeklitepe** kabartmaları, Mısır'daki hiyeroglifler, **Maya** uygarlığının taş

sütunlarına işlenen figürler... Hepsi aynı temel dürtünün farklı kültürlerdeki yansımalarıydı. İnsan, yaşadığı dünyayı unutulmamak üzere bir yere kaydetmek istiyordu. Bu nedenle sanatın başlangıcı, belirli bir dönemden çok, insan olmanın doğal bir refleksidir.

Bugün modern galerilerde gördüğümüz, örneğin **Wassily Kandinsky**'nin soyut çizgileri veya **Joan Miró**'nun sembolik figürleri, aslında o ilk mağara resimlerinin devamı niteliğindedir. Çünkü insan, binlerce yıldır kendini anlatmanın yeni yollarını keşfediyor olsa da, o anlatma ihtiyacının özü aynı kaldı. Çizgilerle başlayan bu hikâye, her dönemde yeniden yorumlandı ve bugün hâlâ bizim dokunuşlarımızla yeniden yazılıyor.



(1) Lascaux mağaralarından bir fotoğraf, Fransa



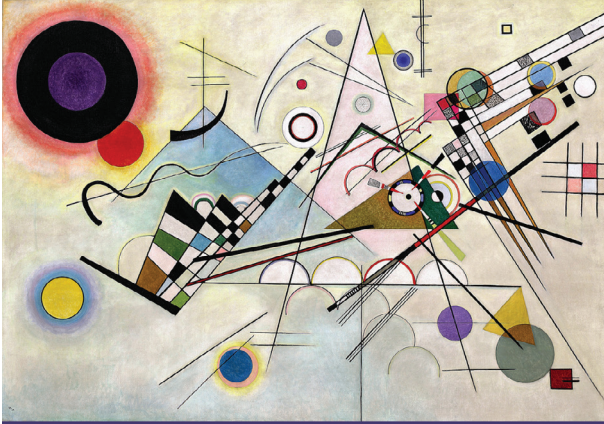
(2) Altamira Mağarasından bir fotoğraf, İspanya



(3) göbeklitepe kabartmalarından bir örnek, Türkiye



(4) Maya dönemine ait Plaza of the Thousand Columns / Savaşçılar Tapınağı çevresindeki sütunlar/Meksika



(5) The Blue Rider (1903), Wassily Kandinsky



(6) The Farm (1921-22), Joan Miró

2. İnsanın Kendini Anlatma İhtiyacı

Sanat, insanın iç dünyasını ifade etme biçimlerinden biridir. Tarih boyunca insanlar, hislerini, korkularını ve umutlarını kelimelerle anlatamadığında, bunu renklerle, çizgilerle, heykellerle ve ritimlerle yapmıştır. Örneğin **Frida Kahlo**'nun otoportreleri, sanatçının fiziksel ve duygusal acılarını güçlü bir şekilde yansıtır; her detay, Kahlo'nun içsel dünyasının görünür bir izdüşümüdür. Benzer şekilde Michelangelo'nun **Sistine Şapeli** tavanındaki figürleri, yalnızca dini anlatımlar değil, insan doğasının çeşitliliğini ve karmaşıklığını da aktaran bir anlatı biçimi sunar. Bu örnekler, sanatın bireyin kendini anlamlandırma ve ifade etme aracı olduğunu gösterir.

İnsanlar sadece bireysel değil, toplumsal duygularını da sanat aracılığıyla aktarır. İlkel kabilelerin maskeleri, toplumsal ritüellerin bir parçası olarak hem koruma hem de kimlik ifade aracıdır. Aynı şekilde Rönesans dönemi portreleri, bir toplumun değerlerini, statülerini ve sosyal normlarını yansıtır. İnsan kendini ifade ettikçe, hem bireysel hem de toplumsal hafıza yaratır. Sanat, böylece insan olmanın temel ihtiyaçlarından biri olarak, yalnızca geçmiş değil geleceği de şekillendirir.

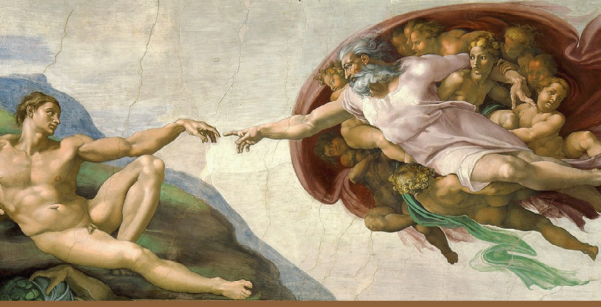
Bugün çağdaş sanatçılar, geleneksel ifadeyi aşarak, dijital ortamda, performanslarla ve interaktif projelerle kendilerini anlatıyor.



(7) The Two Fridas (Las dos Fridas), Frida Kahlo



(8) Ceiling of the Sistine Chapel, Michelangelo



(9) Ceiling of the Sistine Chapel
(The Creation of Adam), Michelangelo



(10) Circle of Animals/Zodiac Heads, Ai
Weiwei



(11) Narcissus Garden, Yayoi Kusama



(12) "Vollmond" (Full Moon), Pina Bausch

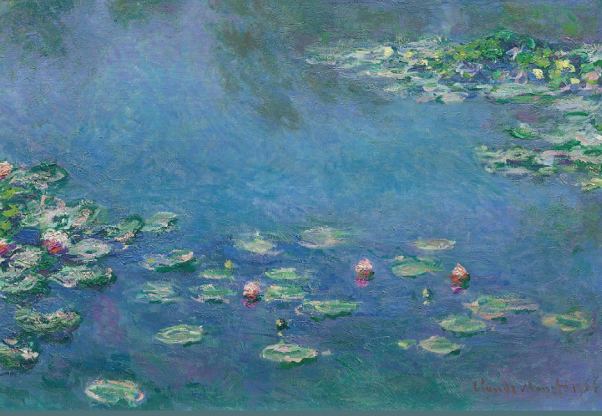
Ai Weiwei'nin eserleri, politik ve toplumsal mesajlarını sanat aracılığıyla dünyaya iletirken, Yayoi Kusama'nın enstalasyonları, bireysel deneyimi kolektif algıya dönüştürüyor. Böylece sanat, insanın kendini anlatma ihtiyacını her dönemde farklı biçimlerde karşılamaya devam ediyor.

3. Sesler, Renkler, Bedenler: Duygunun Dönüşümü

Sanat sadece görsel bir deneyim değil; aynı zamanda işitsel, bedensel ve hatta mekânsal bir deneyimdir. Beethoven'in Senfoni No. 9'u, dinleyicide coşku ve umut duygusu yaratırken, Miles Davis'in caz performansları, ritim ve melodiye kullanarak dinleyiciye farklı bir zaman

ve mekân algısı sunar. Dans da duygunun bedensel ifadesidir; Pina Bausch'un modern dans performansları, izleyiciyi hem büyüler hem de insan duygularının karmaşıklığını hissettirir. İnsan, sanat aracılığıyla içsel dünyasını sadece ifade etmekle kalmaz, aynı zamanda başkalarının duygularını da deneyimler.

Görsel sanatlarda ise duyguların dönüşümü renk ve biçimlerle gerçekleşir. Claude Monet'in su nilüferleri, izleyicide dinginlik ve huzur uyandırırken, Jackson Pollock'un soyut ekspresyonist tabloları, kaos ve enerji hissini taşır. Sanatın farklı formları, aynı duyguyu farklı yollarla deneyimlememizi sağlar. Örneğin Edvard Munch'un Çılgılık, yalnızlık ve kaygıyı dramatik bir biçimde aktarırken, Gustav Klimt'in Öpücüğü,



(13) Water Lilies (1906), Claude Monet



(14) Convergence, Jackson Pollock



(15) The Scream, Edvard Munch



(16) The Kiss (öpmük), Gustav Klimt

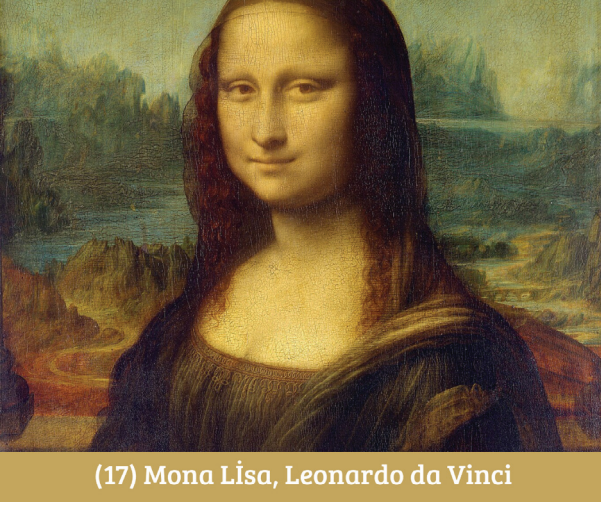
yakınlık ve tutkuyu simgeler. Bu çeşitlilik, sanatın evrensel bir duygusal dil olduğunu gösterir. Sanatın duyguyu dönüştürme gücü, bireysel deneyimle toplumsal deneyimi birleştirir. Performanslar, enstalasyonlar ve müzik, izleyiciyi pasif bir gözlemci olmaktan çıkarır, aktif bir katılımcı hâline getirir. **Joan Miró**'nun sembolik figürleri veya **Mark Rothko**'nun renk alanları, izleyicinin kendi duygularını yansıtabileceği bir alan açar. Böylece sanat, hem bireysel hem de kolektif duyguların dönüştürücü gücünü ortaya koyar.

4. Sanat Neden Evrenseldir?

Sanat, dilden, coğrafyadan ve kültürden bağımsız olarak insanlara dokunabilir. Örneğin Afrika maskeleri, İnkâ heykelleri veya İslam

minyatürleri, farklı dönemlerde ve yerlerde yaratılmış olmalarına rağmen evrensel bir etkiye sahiptir. İnsanlar, farklı biçimlerde de olsa aynı korkuları, umutları ve duyguları paylaşır; sanat bu ortak deneyimi görünür kılar. Bu nedenle, bir Japon ukiyo-e baskısı, bir Avrupa Rönesansı tablosu veya bir Afrika kabilesinin maskesi, izleyicide benzer duygusal tepkiler uyandırabilir.

Leonardo da Vinci'nin Mona Lisa'sı veya **Hokusai**'nin Büyük Dalgası, binlerce kilometre ve yüzyıl ötesinden bağ kurar. Evrensellik, sanatın zaman ve mekân sınırlarını aşmasını sağlar. Sanat, bu yönüyle hem bireysel hem de toplumsal bir deneyimdir; farklı kültürlerde üretilmiş eserler, benzer duygusal rezonanslar yaratır.



(17) Mona Lİsa, Leonardo da Vinci



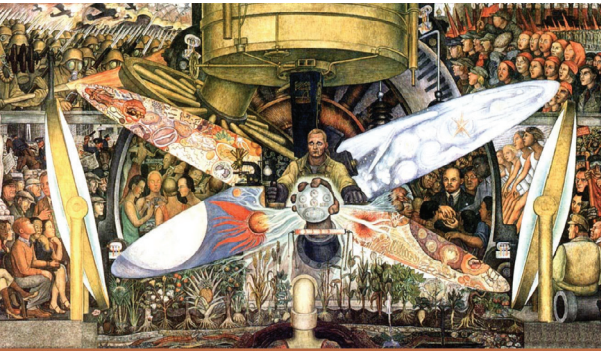
(18) The Great Wave off Kanagawa (Kanagawa Açıklarında Büyük Dalga), Katsushika Hokusai

Ayrıca evrensellik, sanatın eğitim ve iletişim alanındaki gücünü de artırır. Modern dünyada performans sanatı ve dijital sanat platformları, farklı kültürlerden izleyicileri bir araya getirir. İnsanlık, farklı coğrafyalarda yaratılmış eserler aracılığıyla evrensel bir bağ kurar; sanat, ortak bir dil olarak varlığını sürdürür.

5. Toplumun Aynası Olarak Sanat

Sanat, bireysel bir ifade biçimi olmanın ötesinde, toplumu yansıtan bir aynadır. Tarih boyunca sanatçılar, eserleri aracılığıyla toplumun değerlerini, sorunlarını ve çelişkilerini gözler önüne sermiştir. Örneğin **Diego Rivera**'nın Meksika duvar resimleri, sanayi devrimi

sonrası toplumsal eşitsizlikleri ve işçi sınıfının durumunu büyük bir görsellikle aktarır. Benzer şekilde, **Honoré Daumier**'in karikatürleri, 19. yüzyıl Fransı'sındaki politik skandalları ve toplumsal eleştirileri mizahi bir dille yansıtır. Sanat, bazen toplumun eleştirmeni, bazen ise rehberi olur. **Édouard Manet**'nin Olympia'sı, döneminin toplumsal normlarını sorgularken; **Ai Weiwei**'nin eserleri, modern dünyada özgürlük, adalet ve ifade özgürlüğü üzerine düşünmeye davet eder. Sokak sanatı örneği olarak **Banksy**'nin duvar grafitileri, günümüz toplumunun karmaşıklığını, politik çelişkilerini ve insan ilişkilerini görünür kılar.



(19) Man at the Crossroads, Diego Rivera



(20) Rue Transnonain, Honoré Daumier



(21) Olympia, Édouard Manet



(22) (Girl with Balloon) Balonlu Kız, Banksy

Toplumsal yansımalar sadece eleştiri değil, aynı zamanda kimlik ve kültür aktarımı için de önemlidir. Maya uygarlığının freskleri, İslam minyatürleri, veya Afrika kabile maskeleri, dönemin kültürel değerlerini ve toplumsal ritüellerini nesilden nesile taşır. Bu bağlamda, sanat toplumu hem yansıtır hem de şekillendirir; birey ve toplum arasındaki köprü görevini üstlenir.

6. Teknolojiyle Yeniden Şekillenen Sanat

Günümüzde sanat, teknoloji ile birlikte evrim geçiriyor ve sınırlarını yeniden tanımlıyor. Di-

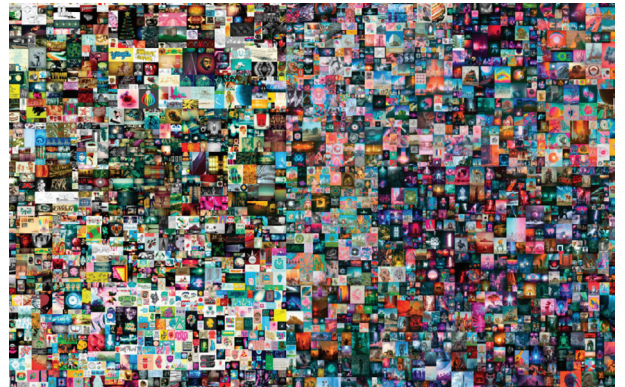
jital platformlar, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri, sanatın sadece fiziksel bir deneyim olmadığını gösteriyor.

Refik Anadol'un veri tabanlı enstalasyonları, izleyiciyi hem görsel hem de işitsel bir yolculuğa çıkarırken; **Beeple**'ın dijital sanat eserleri, geleneksel galerilerin ötesine geçerek sanatın yeni bir mecra kazandığını ortaya koyuyor.

Teknoloji, sanatın üretim süreçlerini de dönüştürüyor. Yapay zekâ ile üretilen tablolar, sanatçının bireysel yaratıcılığını makine öğrenimi ile birleştiriyor. Aynı şekilde, interaktif enstalasyonlar izleyiciye sadece eserle gözlemci olarak değil, aktif katılımcı olarak deneyimleme imkân-



(23) Machine Hallucinations, Refik Anadol



(24) Everydays Projesi, Beeple (Mike Winkelmann)

nı sunuyor. Bu durum, sanatın hem ifade hem de iletişim biçimini zenginleştiriyor.

Ancak teknoloji ne kadar gelişirse gelişsin, sanatın özünü oluşturan insan duygusu ve ifade ihtiyacı değişmiyor. Dijital araçlar, yalnızca bu ihtiyacın farklı yollarla dile gelmesini sağlıyor. Geleceğin sanatı, teknolojiyi insanın içsel dünyasını ve toplumsal deneyimlerini aktarmak için bir araç olarak kullanmaya devam edecek.

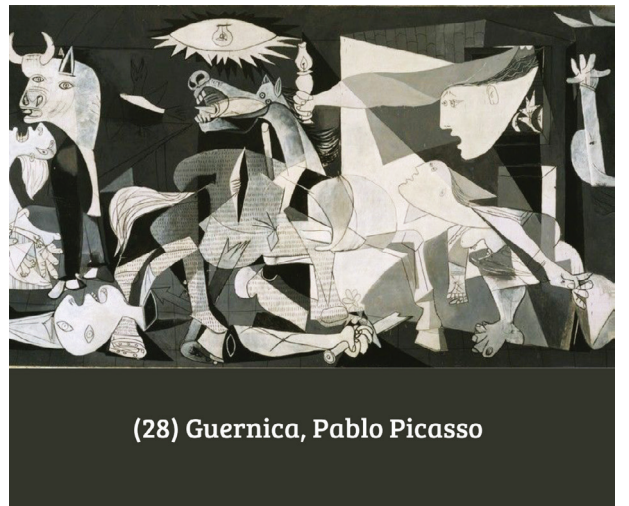
7. Sanat Bize Ne Söylüyor?

Her sanat eseri, bir hikaye anlatır ve izleyiciyle sessiz bir diyalog başlatır. **Edvard Munch**'un Çılgınlık, yalnızlık ve kaygının evrensel duygularını aktarıyor; **Gustav Klimt**'in Öpücüğü, aşk

ve bağlılık temalarını görsel bir şiire dönüştürüyor. İzleyici, eseri anlamaya çalışırken kendi deneyimlerini ve duygularını da esere yansıtıyor, böylece eser hem bireysel hem de evrensel bir deneyime dönüşür.

Sanat, duyguları ve düşünceleri somutlaştırarak iletişim kurar. **Caravaggio**'nun dramatik ışık kullanımı, izleyicide empati ve merak uyandırırken; **Yayoi Kusama**'nın noktalardan oluşan odaları, izleyiciyi hem hayran bırakır hem de düşündürür. Bu eserler, sanatın bir dil olarak hissettirdiklerini aktarabileceğini gösterir.

Sanat, aynı zamanda bizi sorgulamaya davet eder. **Joan Miró**'nun sembolik figürleri veya **Mark Rothko**'nun renk alanları, izleyiciyi





Natürmort, Caravaggio

pasif bir gözlemci olmaktan çıkarır, aktif bir katılımcı hâline getirir. Böylece sanat, yalnızca estetik bir deneyim değil, aynı zamanda bir düşünme ve hissetme pratiği olarak da varlığını sürdürür.

8. Bir Bakışta Değişen Dünya

Sanatın etkisi, bazen bir bakışta dünyayı değiştirebilir. **René Magritte**'in sürreal tabloları, gerçeklik algısını sorgulatırken; **Kara Walker**'in silüet çalışmaları, tarih, kimlik ve toplumsal meseleler üzerine farkındalık yaratır. Bir eser, izleyici üzerinde düşündürücü ve dönüştürücü bir etki bırakabilir.

Sanat, bu gücü sayesinde sadece estetik bir deneyim değil, toplumsal ve bireysel bir etkileşim aracıdır. Guernica tablosu, İspanya iç savaşı sırasında yaşanan trajediyi anlatmakla kalmaz, aynı zamanda izleyiciyi savaşın yıkıcı etkilerini sorgulamaya zorlar. Benzer şekilde, modern sokak sanatı ve dijital enstalasyonlar, izleyicinin katılımıyla aktif bir deneyime dönüşür.

Tek bir bakış veya deneyim, hem bireysel algıyı hem de kolektif bilinci etkileyebilir. Sanat, bu özelliği sayesinde tarihin, kültürün ve insan deneyiminin dönüştürücü bir unsuru olmaya devam eder.

9. Bugünün Sanatçısı: Sınırları Aşan Zihinler

Modern sanatçılar, disiplinler ve kültürler arası sınırları zorluyor. **Yayoi Kusama**, **Ai Weiwei**, **Banksy** ve **Kehinde Wiley**, eserlerinde geçmiş ve günümüzü, gelenek ve yeniliği harmanlıyor. Günümüz sanatçısı, artık sadece bireysel ifade değil, küresel bir bakış açısını da temsil ediyor.

Bu sanatçılar, eserleriyle izleyiciyi düşünmeye, sorgulamaya ve hatta harekete geçmeye davet ediyor. Örneğin, **Ai Weiwei**'nin eserleri, politik baskıları ve insan hakları ihlallerini gündeme taşıırken, **Banksy**'nin grafitileri sosyal sorunları görselleştiriyor. Günümüz sanatçısı, sadece estetik bir yaratıcı değil, aynı zamanda toplum ve kültür üzerinde etkili bir aktör hâline geliyor.

Sanatçının sınırları aşması, izleyiciyle olan ilişkiyi de dönüştürüyor. Geleneksel galerilerden dijital platformlara, sokak sanatından interaktif performanslara kadar, günümüz sanatçısı yeni alanlarda kendini ifade ederek sanatın evrenselliğini ve güncelliğini koruyor.

10. Sanatın Geleceği: Dil Değişiyor mu?

Geleceğin sanatı, teknoloji, kültür ve bireysel ifade ile şekillenecek. Yapay zekâ ile üretilen tablolar, VR ve AR enstalasyonları, sanatın sınırlarını yeniden tanımlıyor. Ancak insanın kendini ifade etme ihtiyacı değişmiyor; yeni araçlar yalnızca bu ihtiyacın farklı yollarla dile gelmesini sağlıyor.

Sanatın geleceği, daha interaktif, daha katılımcı ve daha küresel bir hâl alacak. Dijital platformlarda yaratılan eserler, yalnızca izlenmekle kalmayıp, izleyiciyle etkileşime giriyor; performanslar ve sanal deneyimler, sanatın sınırlarını genişletiyor. Bununla birlikte, binlerce yıl önce mağara duvarlarına çizilen figürlerden

günümüz dijital eserlerine kadar, sanatın özü, insanlığın kendini ifade etme ve dünyayı anlamlandırma ihtiyacıdır.

Gelecekte sanat, yeni araçlarla daha hızlı ve yaygın bir biçimde yayılsa da, özünde aynı dili konuşmaya devam edecek: İnsanlığın en eski dili, duygularını ve düşüncelerini paylaşma arzusu.

Sonuç: Değişen Biçimler, Değişmeyen İhtiyaç

Sanatın tarihi, insanın kendini anlatma ve dünyayla ilişki kurma biçimlerinin tarihidir. İlk çizgilerden dijital imgelerine kadar geçen süreçte sanat, biçimsel olarak sürekli değişmiş; ancak özündeki anlam yaratma ihtiyacı varlığını korumuştur. Mağara resimlerindeki basit figürler ile çağdaş sanatın çok katmanlı anlatıları arasında doğrudan bir bağ vardır: *İnsanın duygularını, düşüncelerini ve deneyimlerini kalıcı kılma arzusu.*

Sanat, bireysel olanı görünür kılarken, aynı zamanda toplumsal hafızayı da inşa eder. Kimi zaman bir eleştiri aracı, kimi zaman bir iyileşme alanı, kimi zaman da bir ortak dil olur. Farklı dönemlerde üretilmiş eserlerin hâlâ yeni kuşaklara hitap edebilmesi, sanatın evrensel ve zamansız doğasını ortaya koyar. Bir tablo, bir melodi ya da bir performans; izleyiciyle kurduğu bağ sayesinde her seferinde yeniden anlam kazanır.

Bugünün ve geleceğin sanatı, teknolojiyle birlikte yeni ifade alanları yaratmaya devam edecektir. Ancak hangi araç kullanılırsa kullanılsın, sanatın merkezinde daima insan olacaktır. Çünkü sanat, en temelde, **“ben buradayım”** deme biçimidir. Duyguların, düşüncelerin ve soruların paylaşıldığı bu alan, insanlık var olduğu sürece değişen biçimlerle ama aynı özle varlığını sürdürecektir. ■ **MD**



TÜRKİYE'DE EĞİTİM KURUMLARININ VERGİ STATÜSÜ KAPSAMLI BİR ANALİZ VE REHBER

Av. Sercan KOÇ

GENESIS HUKUK Kurucusu

Bölüm 1: Eğitim Kurumlarının Yasal Çerçevesi ve Kurumsal Yapısı

Bu bölüm eğitim kurumlarının vergi mevzuatının doğru bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli olan temel yasal ve kurumsal bağlamı oluşturmaktadır. Yürürlükteki kanunları ve uygun iş yapılarını anlamak, vergi yükümlülüklerini ve istisnalarını kavramanın ön koşuludur.

1.1. Düzenleyici Mevzuat: 5580 Sayılı Kanun ve İlgili Yönetmeliklerin Analizi

Türkiye'de tüm özel eğitim faaliyetlerini düzenleyen temel yasal çerçeve, 5580 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu'dur. Bu kanun, okul öncesi kurumlardan çeşitli kurslara kadar geniş bir yelpazedeki özel eğitim faaliyetlerinin kapsamını belirler ve bu kurumların Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) denetimi altında faaliyet göstermesine yönelik operasyonel çerçeveyi çizer.

Kanunun uygulanmasına ilişkin detaylar, Millî Eğitim Bakanlığı Özel Öğretim Kurumları Yönetmeliği gibi ikincil düzenlemelerle sağlanır. Bu yönetmelik, kurum açma, işletme, devir ve kapatma gibi süreçlere ilişkin usul ve esasları ayrıntılı olarak düzenlemektedir.

Özel eğitim ve rehabilitasyon merkezleri gibi daha spesifik alanlarda faaliyet gösteren kurumlar ise 573 sayılı Özel Eğitim Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ve Millî Eğitim Bakanlığı Özel Eğitim Kurumları Yönetmeliği gibi özel düzenlemelere tabidir. Bu mevzuatlar, müfredattan personel gerekliliklerine kadar her detayı belirleyerek bu kurumların kendine özgü yapılarını düzenler.

1.2. Vergi Mevzuatı Açısından Kurumların Sınıflandırılması

"Eğitim kurumu" terimi geniş bir anlam taşısa da vergi uygulamaları açısından 5580 sayılı Kanun'da tanımlanan kurum türleri arasında ayırım yapmak kritik öneme sahiptir:

- **Okullar:** Okul öncesi eğitim kurumları, ilkokullar, ortaokullar ve liseler. Bu grup, en önemli vergi teşviklerinden yararlanma potansiyeli en yüksek olan çekirdek kategoriyi oluşturur.
- **Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezleri:** Özel gereksinimli bireylere hizmet veren bu merkezler de belirli vergi teşviklerinden yararlanmaktadır.
- **Çeşitli Kurslar:** Dil okulları, sanat, spor ve mesleki eğitim merkezleri gibi geniş bir yelpazeyi kapsar.



Bu kurumların belirli vergi avantajlarından yararlanma durumları, örgün eğitim veren okullardan farklılık gösterebilir.

- **Motorlu Taşıt Sürücüleri Kursları:** Kanun kapsamında ayrı bir kategori olarak tanımlanmıştır.
- **Vakıf Üniversiteleri:** Vakıflar tarafından kurulan ve temel olarak 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'na tabi olan bu kurumlar özel bir statüye sahiptir. Kamu tüzel kişiliğine sahip olmaları, onlara benzersiz bir vergi konumu kazandırmaktadır.

1.3. Kuruluş Prosedürleri ve Önerilen Şirket Yapıları

Bir eğitim kurumu açmak için MEB'den "kurum açma izni ile iş yeri açma ve çalışma ruhsatı" alınması zorunludur. Bu izin, kurumun yasal olarak tanınmasını ve vergi avantajlarından yararlanabilmesini sağlayan temel belgedir.

Mevzuat belirli bir şirket türünü zorunlu kılmasa da eğitim kurumları için en yaygın ve tavsiye edilen yapılar sermaye şirketleridir:

- **Anonim Şirket (A.Ş.):** Sermaye artırımını ve hissedar yapısı açısından daha fazla esneklik sunar. Kuruluş için asgari 250.000 TL sermaye gerektirir. Genellikle büyük ölçekli operasyonlar veya gelecekte yatırım almayı planlayan girişimler için tercih edilir.
- **Limited Şirket (Ltd. Şti.):** Yönetimi bir A.Ş.'ye göre daha basittir ve küçük ile orta ölçekli kurumlar için uygundur. Kuruluş için asgari 50.000 TL sermaye gerektirir.
- **Şahıs Şirketi:** Yasal olarak mümkün olmakla birlikte, sınırsız sorumluluk ve ölçeklenebilirlik sorunları nedeniyle eğitim kurumları için genellikle tavsiye edilmez.

Yasal yapı, yalnızca bir formalite olmaktan öte, vergi avantajlarına açılan kapıdır. MEB'den alınan ruhsat, bu sürecin kritik halkasıdır. Bir işletme, MEB tarafından resmi olarak "özel öğretim kurumu" statüsü kazanmadan, beş yıllık kazanç istisnası veya indirimli KDV oranları

gibi avantajlardan yararlanamaz. Bu durum, düzenlenmiş ve vergi avantajı sağlanan eğitim hizmetleri ile düzenlenmemiş ve tam vergilendirilen eğitim faaliyetleri arasında net bir ayırım yaratır. Dolayısıyla, bir yatırımcının vergi açısından "eğitim kurumu" sayılabilmesi için öncelikle MEB tarafından onaylanmış olması gerekir. Bu, mevcut bir okulu devralma sürecinde, MEB izninin geçerliliğinin ve kapsamının titizlikle incelenmesini zorunlu kılar.

1.4. Vakıf Üniversitelerinin Özel Hukuki ve Vergisel Statüsü

Vakıf üniversiteleri, bir kurucu vakıf tarafından kurulur ve özel şirketlerden farklı olarak kamu tüzel kişiliğine sahiptir. Bu kurumlar öncelikli olarak 2547 sayılı Kanun ve **Vakıf Yükseköğretim Kurumları Yönetmeliği**'ne tabidir.

Kanunen kâr amacı gütmeyen kuruluşlar olmalarına rağmen, ücret karşılığı eğitim hizmeti sunmaları gibi iktisadi faaliyetleri, onları başta Katma Değer Vergisi (KDV) olmak üzere vergi kanunları kapsamına sokar. Kurumlar Vergisi karşısındaki durumları ise daha karmaşıktır; genellikle vergiden muaf olmakla birlikte, ayrı bir iktisadi işletme işletmeleri durumunda bu işletme üzerinden vergiye tabi olabilirler.

Bölüm 2: Kurumlar Vergisi Yükümlülüğü ve Eğitim Kazanç İstisnası

Bu bölüm, eğitim kurumlarına sunulan en önemli vergi teşviki olan kurumlar vergisi istisnasını detaylandırmaktadır.

2.1. Genel Kurumlar Vergisi Yükümlülükleri

Sermaye şirketi (A.Ş. veya Ltd. Şti.) olarak kurulan eğitim kurumları, elde ettikleri net kâr üzerinden **Kurumlar Vergisi**'ne tabidir. Ayrıca, yıllık kurumlar vergisine mahsuben peşin ödeme niteliğinde olan **Geçici Vergi** beyannamelerini üçer aylık dönemler halinde vermeye yükümlüdürler.

2.2. Beş Yıllık Eğitim ve Öğretim Kazanç İstisnası (KVK Madde 5/1-ı)

Kapsam ve Yasal Dayanak

5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'nun (KVK) 5. maddesinin 1. fıkrasının 'ı' bendi, belirli eğitim kurumlarının işletilmesinden elde edilen kazançları, faaliyete başladıkları hesap döneminden itibaren **beş vergilendirme dönemi** boyunca kurumlar vergisinden tamamen istisna tutar.

İstisnadan Yararlanabilecek Kurumlar

Bu istisna, açıkça aşağıdaki kurumlar için geçerlidir:

- Okul öncesi eğitim kurumları
- İlköğretim ve ortaöğretim özel okulları
- Özel eğitim okulları
- Özel kreş ve gündüz bakımevleri
- Cumhurbaşkanınca vergi muafiyeti tanınan vakıflara veya kamu yararına çalışan derneklere bağlı rehabilitasyon merkezleri.

Başlangıç ve Süre

Beş yıllık süre, kurumun **faaliyete geçtiği hesap döneminden** itibaren başlar. Bu nokta son derece önemlidir; çünkü süre, kârlılığa ulaşıldığı andan değil, operasyonların başladığı andan itibaren işlemektedir.

Başvuru Prosedürü

Eskiden Maliye Bakanlığı'na yazılı başvuru gerekirken, mevcut düzenlemeler (295 Seri No'lu Gelir Vergisi Genel Tebliği uyarınca) uyarınca bu şart kaldırılmıştır. Kurumlar vergisi mükellefleri için geçerli bir MEB işletme ruhsatına sahip olmak, istisnadan yararlanmak için yeterlidir ve istisna doğrudan yıllık vergi beyannamesi üzerinde uygulanır.

İstisna Kapsamındaki ve Kapsam Dışındaki Gelirler

- **İstisna Kapsamındaki Gelirler:** İstisna, yalnızca temel eğitim-öğretim veya rehabili-

tasyon faaliyetlerinden elde edilen kazançlara uygulanır. Bu, öğrenim ücretlerini içerir. Eğer yemek ve konaklama gibi yan hizmetler okul bünyesinde veriliyor ve bedelleri ana öğrenim ücretine dahil ediliyorsa, bu hizmetlerden elde edilen kazanç da istisna kapsamında değerlendirilir.⁷ Yemek hizmetinin dışarıdan temin edilmesi, ücretin tek bir paket olarak faturalandırılması koşuluyla istisnanın uygulanmasına engel teşkil etmez.

- **İstisna Kapsam Dışındaki Gelirler:** Ayrı bir ticari işletme olarak kabul edilen faaliyetlerden elde edilen kazançlar istisna kapsamında değildir. Kantin, büfe, kitap satış yeri işletilmesi veya okul tesislerinin dışarıdan etkinlikler için kiralanmasından elde edilen gelirler bu kategoriye girer. Bu kazançların muhasebe kayıtlarında ayrıştırılması ve standart kurumlar vergisine tabi tutulması gerekir.

Kurumsal Değişikliklerin Etkileri

- **Devir/Satış:** İstisnadan yararlanan bir kurum satıldığında, yeni sahip, orijinal beş yıllık sürenin yalnızca kalan kısmından faydalanabilir. Beş yıllık süre devirle birlikte yeniden başlamaz.
- **Yeni Şube:** Mevcut bir kurum yeni bir okul veya şube açarsa, bu yeni birim ayrı bir işletme olarak kabul edilir ve kendi faaliyete başlama tarihinden itibaren beş yıllık yeni bir istisna hakkı kazanır.
- **Kapasite Artırımı/Taşınma:** Mevcut bir okulun kapasitesinin genişletilmesi veya başka bir binaya taşınması, yeni bir kurum açılışı olarak kabul edilmez ve yeni bir istisna süresi başlatmaz.

Beş yıllık istisna süresinin, kurumun faaliyete geçtiği andan itibaren başlaması, kârlılığa ulaşma anından değil, önemli bir stratejik zorluk yaratır. Eğitim kurumları genellikle ilk yıllarında yüksek başlangıç maliyetleri ve düşük öğrenci sayıları nedeniyle zarar ederler. Bu durum, değerli istisna süresinin önemli bir kısmının, vergilendirilecek

bir kârın olmadığı yıllarda "boşa harcanması" anlamına gelebilir.

Örneğin, bir okul ilk iki yıl zarar ederse, en önemli vergi teşvikinin %40'ını fiilen kaybetmiş olur. Bu nedenle, yeni bir okul yatırımında temel stratejik hedeflerden biri, istisnanın faydasını maksimize etmek için mümkün olan en kısa sürede operasyonel kârlılığa ulaşmak olmalıdır.

2.3. İstisna Sonrası Vergilendirme ve İndirilebilecek Giderler

Beş yıllık istisna süresi sona erdiğinde, kurum normal bir kurumlar vergisi mükellefi haline gelir. Personel maaşları, kira, kamu hizmetleri, eğitim materyalleri gibi tüm standart ticari giderler matrahtan indirilebilir. Özellikle öğrencilere verilen burslar gider olarak yazılabileceği gibi, okullara ve üniversitelere yapılan bağışlar da belirli sınırlar dahilinde kurumlar vergisi matrahından düşülebilir.

Bölüm 3: Eğitimde Katma Değer Vergisi (KDV) Uygulamaları

KDV, indirimli oranlar ve kısmi istisnaların bir arada bulunması nedeniyle eğitim kurumları için karmaşık bir alan teşkil etmektedir.

3.1. Eğitim Hizmetlerinde KDV Oranları

Türkiye'de standart KDV oranı %20'dir. Ancak, eğitim hizmetlerinin büyük bir kısmı **indirimli KDV oranına** tabidir. Tarihsel olarak %8 olan bu oran, COVID-19 pandemisi sırasında geçici olarak %1'e indirilmiş, mevcut durumda ise eğitim hizmetleri için geçerli olan indirimli oran **%10'**dur.

Bu %10'luk oran, 5580 sayılı Kanun kapsamında faaliyet gösteren okullar, üniversiteler ve diğer öğretim kurumları tarafından verilen hizmetler için uygulanır. İndirimli oranın kapsamına açıkça girmeyen hizmetler (örneğin, MEB onayı olmayan özel şirket eğitimleri veya online kurslar) genel oran olan %20 KDV'ye tabidir.

3.2. Temel KDV İstisnaları

Ücretsiz (Burslu) Eğitim İstisnası

Bu önemli istisna, 3065 sayılı KDV Kanunu'nun 17/2-b maddesi ile düzenlenmiştir.

- 5580 sayılı Kanun'a tabi özel okullar (okul öncesinden liseye kadar) tarafından bedelsiz olarak verilen eğitim hizmetleri, kurumun toplam öğrenci **kapasitesinin %10'unu aşmamak kaydıyla** KDV'den istisnadır. 5580 sayılı Kanun'un kendisi en az %3 oranında ücretsiz öğrenci okutma zorunluluğu getirirken, bu oranı %10'a kadar artırma yetkisini Bakanlığa vermiştir. KDV istisnası bu üst sınıra paralel olarak düzenlenmiştir.
- **Üniversiteler ve yüksekokullar için** ise bu istisna çok daha geniştir ve **kapasitelerinin %50'sine kadar** olan bedelsiz eğitim hizmetlerini kapsar.

Bağış ve Yardımlarda KDV İstisnası

Üniversiteler ve MEB'e bağlı okullar dahil olmak üzere belirli kurumlara yapılan bağışlar KDV'den istisnadır. Bu, hem KDV'nin konusuna girmeyen nakdi bağışları hem de mal ve hizmet şeklindeki aynı bağışları kapsar.

3.3. Kısmi İstisna ve İndirilemeyen Yüklenilen KDV Sorunu

Burslu öğrenciler için sağlanan KDV istisnası, vergi tekniği açısından bir "kısmi istisna" (kısmi vergi indirimi) niteliğindedir. KDV Kanunu'nun 30/a maddesi uyarınca, vergiden istisna edilmiş bir hizmetin sunulması için yapılan mal ve hizmet alımlarına ilişkin ödenen KDV (yüklenilen KDV), vergiye tabi işlemler üzerinden hesaplanan KDV'den **indirilemez**.

Bunun pratik sonucu şudur: Bir okulun öğrencilerinin %10'u tam burslu ise (ve dolayısıyla KDV'den istisna ise), okulun genel giderleri (elektrik, kırtasiye, bakım vb.) için ödediği toplam KDV'nin %10'luk kısmını indirim konusu yapamaz. İndirilemeyen bu KDV, kurum için doğrudan bir maliyet veya gider unsuru haline gelir. Bu durum, bursların maliyetini sadece

vazgeçilen öğrenim ücretiyle sınırlı bırakmaz, aynı zamanda geri kazanılamayan bir vergi yükü de yaratır.

3.4. Bütünleşik Hizmetlerin Faturalandırılması ve Beyanı

Farklı KDV oranlarına tabi hizmetler bir arada sunulduğunda (örneğin, %10 KDV'li eğitim ve %20 KDV'li kitap satışı), faturalandırmanın doğru yapılması gerekir. Yemek veya ulaşım gibi yan hizmetler, ana eğitim hizmetinin ayrılmaz bir parçası olarak tek bir öğrenim ücreti içinde sunuluyorsa, genellikle ana hizmetin indirimli KDV oranına (%10) tabi olurlar. Ancak bu hizmetler ayrı olarak faturalandırılırsa veya isteğe bağlı ise, kendi KDV oranlarına tabi olabilirler, bu da faturalama ve muhasebede karmaşıklığa yol açar.

3.5. Bütünleşik Hizmetlerin Faturalandırılması ve Beyanı Işığında Çeşitli Eğitim ve Yan Hizmetlerin KDV Uygulamaları

Eğitim kurumlarında sıkça karşılaşılan hizmetlerin Katma Değer Vergisi (KDV) karşısındaki durumu aşağıdaki gibidir:

Standart Öğrenim Ücreti (MEB Okulu):

- Uygulanacak KDV Oranı: %10
- Dikkat Edilmesi Gerekenler: 5580 Sayılı Kanun kapsamında faaliyet göstermesi gerekir. (Yasal Dayanak: KDVK Md. 28)

Üniversite Öğrenim Ücreti:

- Uygulanacak KDV Oranı: %10
- Dikkat Edilmesi Gerekenler: Vakıf veya devlet üniversitesi olması fark etmez. (Yasal Dayanak: KDVK Md. 28)

Online Kurs (MEB Onaysız):

- Uygulanacak KDV Oranı: %20
- Dikkat Edilmesi Gerekenler: Genel orana tabidir. (Yasal Dayanak: KDVK Md. 28)

Okul Yemeği (Ücrete Dahil):

- Uygulanacak KDV Oranı: %10

- Dikkat Edilmesi Gerekenler: Ana hizmetin (%10 KDV'li eğitim) oranına tabidir.

Okul Yemeği (Ayrı Faturalı):

- Uygulanacak KDV Oranı: %10 veya %20
- Dikkat Edilmesi Gerekenler: Hizmetin niteliğine göre değişebilir.

Ders Kitapları:

- Uygulanacak KDV Oranı: %10 veya %20
- Dikkat Edilmesi Gerekenler: Kitap teslimi genellikle %10'dur, ancak diğer materyaller %20 olabilir.

Okul Servisi:

- Uygulanacak KDV Oranı: %10
- Dikkat Edilmesi Gerekenler: Eğitim hizmetinin bir parçası olarak kabul edilir.

Kantin Satışları:

- Uygulanacak KDV Oranı: %10 veya %20
- Dikkat Edilmesi Gerekenler: Satılan ürüne göre değişen oranlar uygulanır.

Tesis Kiralama (Okul Alanlarının Kiraya Verilmesi):

- Uygulanacak KDV Oranı: %20
- Dikkat Edilmesi Gerekenler: Genel orana tabi ticari bir hizmettir.

Bölüm 4: Eğitimcilerin ve İdari Personelin Vergilendirilmesi

Bu bölüm, eğitim kurumları personelinin gelir vergisi yükümlülüklerine odaklanmaktadır.

4.1. Ücret Gelirlerinin Standart Vergilendirilmesi

Türkiye'deki tüm çalışanlar gibi, eğitimciler ve idari personel de ücret gelirleri üzerinden Gelir Vergisi'ne tabidir. Bu vergi, işveren tarafından maaş ödemesi sırasında kaynaktan kesinti (stopaj) yoluyla tahsil edilir ve **Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi (MPHB)** ile vergi dairesine beyan edilip ödenir.

Vergi, artan oranlı bir tarife kullanılarak hesaplanır. 2025 yılı için öngörülen gelir vergisi dilimleri şu şekildedir:

- 158.000 TL'ye kadar kazançlar için vergi oranı %15'tir.
- 330.000 TL'nin 158.000 TL'si için 23.700 TL, bu tutarı aşan kısım için ise %20 vergi uygulanır.
- 1.200.000 TL'nin 330.000 TL'si için 58.100 TL, bu tutarı aşan kısım için ise %27 vergi uygulanır.
- 4.300.000 TL'nin 1.200.000 TL'si için 293.000 TL, bu tutarı aşan kısım için ise %35 vergi uygulanır.
- 4.300.000 TL'den fazla kazançlar için, 4.300.000 TL'si için 1.378.000 TL, bu tutarı aşan kısım için ise %40'a varan en yüksek oran geçerlidir.

4.2. Özel Okul Öğretmenlerine Yönelik Gelir Vergisi İstisnası (5580 Sayılı Kanun, Md. 9)

Bu, son derece önemli ve spesifik bir istisnadır. 5580 sayılı Kanun'un 9. maddesi, özel okullarda çalışan öğretmen ve yöneticilere yapılan ödemelerin, **dengi resmi okullardaki personele ödenen tutara kadar olan kısmının gelir vergisinden istisna** olduğunu belirtir.

Hesaplama ve Uygulama

Bir özel okul öğretmenin brüt maaşının, aynı kıdeme sahip bir devlet okulu öğretmenin brüt maaşına tekabül eden kısmı gelir vergisinden muafır. Bu tutarı aşan kısım ise normal gelir vergisi tevkifatına tabidir.

İstisna Kapsamındaki Sosyal Yardımlar

Kanun, bu istisnayı, bütçe kanunları ile resmi okul personeline sağlanan sosyal yardım ödemelerine (aile, doğum, ölüm yardımı vb.) denk olan ödemeler için de genişletir. Bu tür sosyal yardım ödemeleri tamamen gelir vergisinden istisnadır.

Bu istisna, özel okulun bordro departmanı için ciddi bir idari yük oluşturur. Çünkü her bir çalışan için doğru istisna tutarını hesaplayabilmek amacıyla, devlet okulu öğretmenlerinin resmi maaş skalalarını sürekli olarak takip etme zorunluluğu getirir.

4.3. Vakıf Üniversitelerindeki Akademik Personele İlişkin Özel Durumlar

Vakıf üniversitelerindeki akademik ve idari personel, maaş ve diğer özlük hakları bakımından 4857 sayılı İş Kanunu'na tabidir. Ücretleri, özel okul öğretmenlerine tanınan istisnadan yararlanmaksızın, tamamen standart artan oranlı gelir vergisi tevkifatına tabidir. Ancak "Yükseköğretim Tazminatı" gibi bazı ödemeler damga vergisi hariç gelir vergisinden istisna olabilir.

4.4. Birleşik Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi (MPHB)

İşverenler, hem çalışanlardan kestikleri gelir vergisini (stopaj) hem de Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) primlerini tek bir birleşik beyanname olan MPHB ile beyan etmekle yükümlüdür. Bu beyanname genellikle aylık olarak, takip eden ayın 26'sına kadar verilir. 10'dan az çalışanı olan işletmeler için üç aylık beyan seçeneği de mevcuttur.

Bölüm 5: Diğer Vergi Yükümlülükleri ve Belediye Mükellefiyetleri

Büyük vergi kalemlerinin yanı sıra, eğitim kurumları çeşitli diğer mali yükümlülüklerle de karşı karşıyadır.

5.1. Damga Vergisi

488 sayılı Kanun uyarınca, çok çeşitli resmî belge ve sözleşmeler üzerinden Damga Vergisi alınır. Eğitim kurumları için bu vergi genellikle aşağıdaki belgelerde ortaya çıkar:

- **İş Sözleşmeleri:** Brüt maaş tutarı üzerinden hesaplanır.
- **Kira Sözleşmeleri:** Toplam kira bedeli üzerinden hesaplanır.

- **Hizmet ve Tedarik Sözleşmeleri:** Sözleşme bedeli üzerinden binde 9,48 (\$0.00948\$) oranında alınır.
- **Maaş Bordroları:** Her ay brüt maaşlar üzerinden damga vergisi kesintisi yapılır.
- **İhale Kararları:** İhale bedeli üzerinden binde 5,69 (\$0.00569\$) oranında alınır.

Kurum, bu verginin beyan edilip ödenmesinden sorumludur. Belirli kanunlar kapsamında, özellikle ilköğretimle ilgili harcamalar için bazı istisnalar uygulanabilir. Damga vergisi, özellikle büyük inşaat veya hizmet sözleşmeleri gibi yüksek bedelli işlemlerde, bütçede öngörülme-yen önemli bir maliyet kalemi oluşturabilir.

5.2. Emlak Vergisi

Belediyeler tarafından binalar ve araziler üze-rinden alınan bir vergidir. Eğitim kurumları için önemli bir istisna mevcuttur. Özellikle **vakıf üniversitelerine ait binalar, gelirleri üniversite amaçları için kullanıldığı sürece, kiraya verilmiş olsalar dahi bina ve arazi vergisinden muaf**tır. Diğer özel eğitim ku-rumları da özellikle kamu tarafından tahsis edilen arazilerde veya belirli teşvik programları kapsamında faaliyet gösteriyorlarsa, emlak vergisi muafiyetlerinden yararlanabilirler.

5.3. Belediye Vergileri ve Harçları

Kurumlar ayrıca çeşitli belediye harçlarına da tabidir:

- **Çevre Temizlik Vergisi:** Yılda iki taksit halinde ödenir.
- **İlan ve Reklam Vergisi:** Tabela, afiş ve diğer reklam unsurları için ödenir.

Belediye Kanunu, belediyelere eğitim kurumla-rına indirimli veya ücretsiz su sağlama yetkisi verse de bu tamamen belediyenin takdirindedir.

Bölüm 6: Eğitim Yatırımlarına Sağlanan Devlet Teşvikleri

Türkiye, eğitimi öncelikli bir sektör olarak ka-bul ederek bu alandaki yatırımları güçlü teşvik mekanizmalarıyla desteklemektedir.

6.1. Eğitimin Öncelikli Yatırım Sektörü Olması

Okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve lise eğitimi-ne yönelik özel sektör yatırımları, "**öncelikli yatırım konuları**" arasında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma, yatırımın Türkiye'nin nere-sinde yapıldığına bakılmaksızın, en avantajlı bölgelerden biri olan **5. Bölge** için sağlanan teşviklerden yararlanabilmesi anlamına gelir.

6.2. Yatırım Teşvik Belgesi Kapsamındaki Avantajlar

Yatırımcıların bu teşviklerden yararlanabil-mesi için öncelikle Sanayi ve Teknoloji Bakan-lığı'ndan Yatırım Teşvik Belgesi alması ge-rekmektedir. 5. Bölge desteği kapsamında bir eğitim yatırımının yararlanabileceği başlıca avantajlar şunlardır:

- **Kurumlar/Gelir Vergisi İndirimi:** Yatırım tutarının önemli bir kısmı, kurumlar vergisi matrahından indirilir. Bu destek, KVK kap-samındaki beş yıllık tam istisna süresi sona erdikten sonra devreye girerek, vergi avantajı süresini etkin bir şekilde uzatır.
- **SGK Primi İşveren Hissesi Desteği:** Belir-lenen süre boyunca (5. Bölge için 7 yıl gibi) işe alınan personel için ödenmesi gereken SGK primi işveren hissesi devlet tarafından karşılanır. Bu, personel maliyetlerini önemli ölçüde düşürür.
- **Faiz Desteği:** Yatırım için kullanılan TL veya döviz cinsi kredilerin faiz ödemeleri-nin bir kısmı (5. Bölge için TL kredilerde 5 puan, döviz kredilerinde 2 puan) devlet tarafından karşılanır.
- **Yatırım Yeri Tahsisi:** Devlet, yatırım projesi için kamu arazisi tahsis edebilir.
- **KDV ve Gümrük Vergisi İstisnası:** Yatırım kapsamında yurt içinden veya yurt dışından temin edilen makine ve teçhizat, KDV ve Gümrük Vergisi'nden istisnadır. Bu, başlan-gıç sermaye maliyetini ciddi oranda azaltır.

Yatırım Teşvik Belgesi'nin sağladığı vergi indirim avantajı, KVK'daki beş yıllık tam kazanç istisnasının sona ermesinin ardından devreye girecek şekilde tasarlanmıştır. Bu durum, eğitim yatırımcıları için uzun vadeli, iki aşamalı bir vergi kalkını oluşturur. Birinci aşamada beş yıl boyunca %100 vergi muafiyeti sağlanırken, ikinci aşamada Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında yıllara yayılan indirimli kurumlar vergisi uygulaması başlar. Bu yapı, projenin uzun vadeli yatırım geri dönüşünü önemli ölçüde iyileştirir.

6.3. Teşvik Başvuru ve Uyum Süreçleri

Başvuru, detaylı bir proje dosyası ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na yapılır. Belgenin, asgari yatırım tutarı ve tamamlama süresi gibi belirli koşulları vardır. Bu koşullara uyulmaması, belgenin iptaline ve sağlanan tüm desteklerin faiziyle birlikte geri alınmasına yol açabilir.

Bölüm 7: Vergi Uyum Takvimi ve Dijital Yükümlülükler

Bu bölüm, eğitim kurumlarının düzenli olarak yerine getirmesi gereken vergi beyan ve ödeme yükümlülüklerine ilişkin pratik bir rehber sunmaktadır.

7.1. Yıllık, Üç Aylık ve Aylık Beyan Yükümlülükleri

YILLIK

- **Kurumlar Vergisi Beyannamesi:** Mali yılın toplam kâr veya zararını beyan eder.
- **Gelir Vergisi Beyannamesi:** Şahıs işletmeleri için geçerlidir.

ÜÇ AYLIK

- **Geçici Vergi Beyannamesi:** Üç aylık dönemler halinde kâr/zarar beyan edilir.

AYLIK

- **Katma Değer Vergisi (KDV) Beyannamesi**
- **Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi (MPHB)**
- **Damga Vergisi Beyannamesi**

7.2. Dijital Uyum: E-Defter, E-Fatura ve E-Arşiv

Türk vergi mevzuatı, belirli ciro eşiklerini aşan mükellefleri dijital dönüşüme zorunlu kılmaktadır. Eğitim kurumlarının da bu kapsamda aşağıdaki sistemleri kullanması gerekebilir:

- **E-Fatura:** Kurumlar arası (B2B) işlemlerde kullanılır.
- **E-Arşiv Fatura:** Nihai tüketicilere (velilere) yönelik (B2C) işlemlerde kullanılır.
- **E-Defter:** Yevmiye defteri ve defter-i kebirin dijital olarak tutulup Gelir İdaresi Başkanlığı'na beratlarının gönderilmesidir. Elektronik defter beratlarının yüklenme süreleri son derece katıdır.

Bölüm 8: Stratejik Vergi Planlaması ve Sonuç

Bu son bölüm, yapılan analizleri eyleme geçirebilir stratejik tavsiyelere dönüştürmektedir.

8.1. Etkin Vergi Planlaması İçin Kritik Hususlar

- **Kârlılığa Hızlı Geçiş:** Beş yıllık kurumlar vergisi istisnasından azami düzeyde faydalanmak için operasyonel kârlılığa mümkün olan en erken tarihte ulaşma stratejisi geliştirilmelidir.
- **Hizmet Paketlemesi:** Yemek, ulaşım gibi yan hizmetler, ana öğrenim ücretine dahil edilerek hem kurumlar vergisi istisnasının hem de indirimli KDV oranının kapsamı genişletilmelidir.
- **Burs Yönetimi:** Burs programları, KDV istisna limitleri (okullar için %10, üniversiteler için %50) dikkate alınarak dikkatli bir şekilde yönetilmeli ve olumsuz vergi sonuçlarından kaçınılmalıdır.
- **Proaktif Teşvik Başvurusu:** Büyük sermaye harcamaları yapılmadan önce Yatırım Teşvik Belgesi için proaktif olarak başvuruda bulunularak KDV/Gümrük Vergisi istisnaları ve diğer uzun vadeli avantajlar güvence altına alınmalıdır.

- **Kurumsal Yapılanma:** Gelecekte açılacak yeni şubelerin, kendi beş yıllık istisna haklarından yararlanabilmesi için kurumsal yapı buna uygun olarak planlanmalıdır.

8.2. Yaygın Hatalar, Uyum Riskleri ve Azaltma Stratejileri

- **Risk:** Yan hizmetlerden (kantin vb.) elde edilen gelirin yanlışlıkla istisna kapsamında değerlendirilmesi.
Önlem: İstisna dışı ticari faaliyetlerin muhasebe kayıtlarında net bir şekilde ayrıştırılması.
- **Risk:** Öğretmenlere yönelik gelir vergisi istisnasının yanlış hesaplanması.
Önlem: Kamu sektörü maaş skalalarını takip eden uzman bordro yazılımları veya danışmanlık hizmetlerinden yararlanılması.
- **Risk:** Burs programlarından kaynaklanan indirilemeyen KDV yükünün bütçelerde hesaba katılmaması.
Önlem: Bu "gizli maliyetin" finansal yardım modellerine dahil edilmesi.
- **Risk:** Yüksek frekanslı beyan tarihlerinin kaçırılması.
Önlem: Sağlam bir uyum takvimi ve otomatik hatırlatma sistemlerinin uygulanması.

8.3. Gelecekteki Olası Değişikliklere Bakış

Türkiye'nin vergi ortamı dinamiktir. KDV oranlarındaki periyodik değişiklikler ve ekonomik koşullara bağlı olarak teşvik programlarında yapılabilecek ayarlamalar, eğitim kurumlarının sürekli olarak vergi mevzuatını ve politikalarını izlemesini gerektirmektedir. Eğitim sektörüne sağlanan güçlü desteklerin devam etmesi beklenmekle birlikte, bu desteklerin koşulları ve oranları zaman içinde değişebilir. Bu nedenle, kurumların esnek finansal planlama yapmaları ve güncel mevzuatı yakından takip etmeleri, uzun vadeli başarıları için hayati önem taşımaktadır. ■ **SK**





EĞİTİMLERİMİZ

Eğitmenlerimiz, hem lisansladığımız ürün ve teknolojiler hem de müşterilerimizin kendi ihtiyaç duydukları teknik ve meslekî alanlarda yüz yüze ve çevrimiçi eğitim faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Eğitimler, her biri kendi alanında yetkin sertifikalı eğitmenler tarafından verilmekte, katma değerli çözüm ortaklığı ilkesi çerçevesinde katılımcıların üretkenliklerine ve verimliliklerine katkıda bulunmaktadır. Bu sayıdan itibaren, aşağıda listesini verdiğimiz Adobe eğitimlerini siz değerli dergi okurlarımızla da paylaşmak ve sizin de üretkenliğinize ve verimliliğinize bir nebze katkıda bulunmak niyetindeyiz.



Eğitim ekibimiz, grafik tasarımı, masaüstü yayıncılık, ambalaj görselleştirme, kullanıcı deneyimi tasarımı, web tasarımı, çizgi animasyon, ses miksajı, video montajı, görsel efektler, teknik dokümantasyon, e-öğrenme içerik geliştirme, öğrenim yönetimi ve web konferans ana başlıklar altında ürün temelli eğitimler vermektedir.

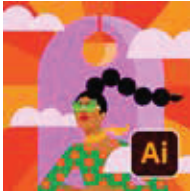
Her bir uygulamanın yüzüze temel eğitimi 3 tam gün (18 saat) sürmektedir.

Yüz yüze eğitimler, adım adım uygulanan senaryo tabanlı derslerden oluşur ve yaratıcı profesyonellerin iş üretirken en çok ihtiyaç duyacakları araçlara ve tekniklere odaklanır.

Sizlerle bu sayıdan itibaren paylaşacağımız öğretici içerikler, konuya merak duyan her düzeydeki kullanıcı için uygundur.



Adobe
Photoshop



Adobe
Illustrator



Adobe
InDesign



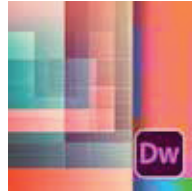
Adobe
Acrobat Pro



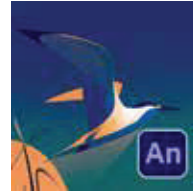
Adobe
Dimension



Adobe
XD



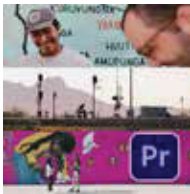
Adobe
Dreamweaver



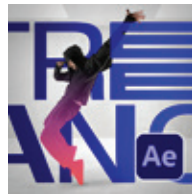
Adobe
Animate



Adobe
Audition



Adobe
Premiere Pro



Adobe
After Effects



Character
Animator



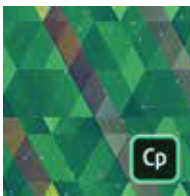
Adobe
FrameMaker



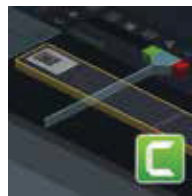
Adobe
RoboHelp



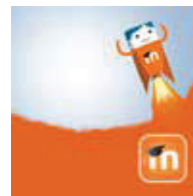
iSpring
Suite



Adobe
Captivate



Camtasia
Studio



Moodle
LMS

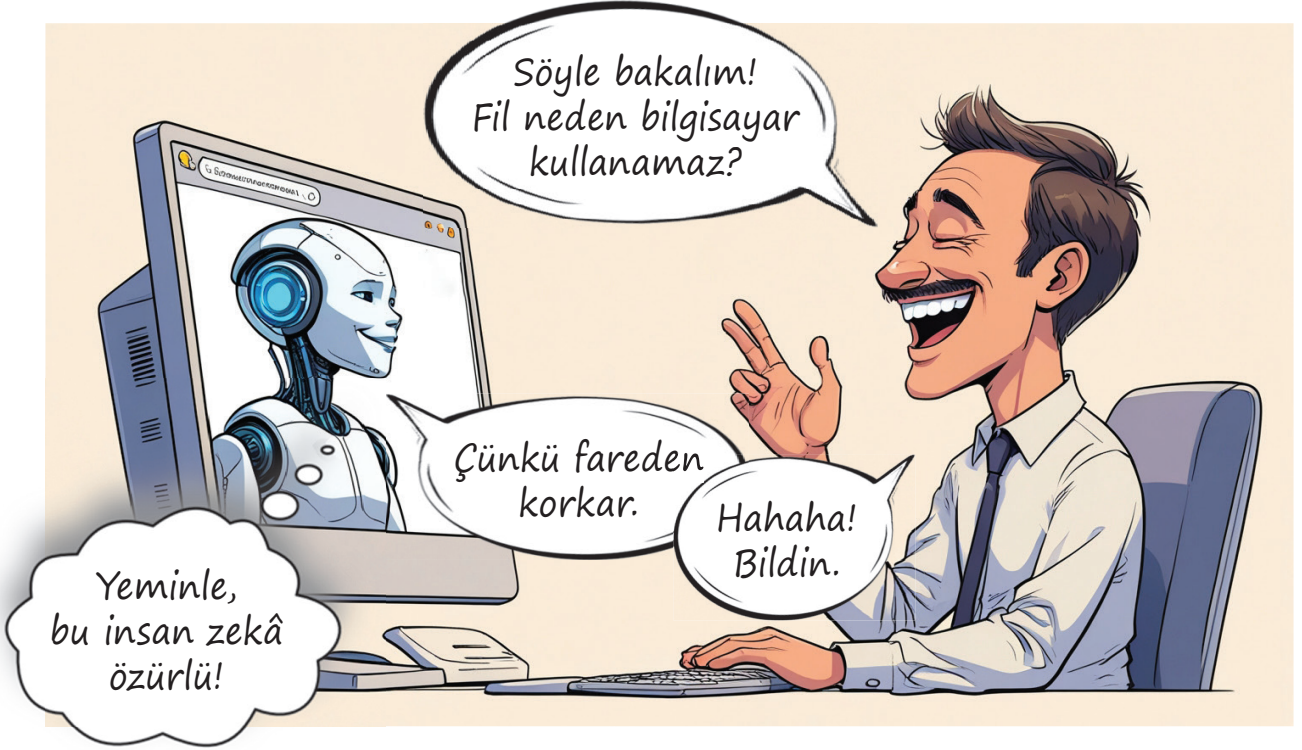


Adobe
Connect



Diğer
Eğitimlerimiz

YAPAY ZEKÂ İLE GEYİK MUHABBETİ





moodle

Türkiye'nin önde gelen kurumlarının kullandığı **öğrenim yönetim sistemi** ile eğitim maliyetlerinizi en aza indirin!

Moodle LMS, GPL v3+ lisansı ile dağıtılan, açık kaynak kodlu ve dünya genelinde en yaygın kullanılan öğrenim yönetim sistemidir.

Telefon veya eposta yoluyla bize ulaşabilir, **Moodle** öğretim yönetim sistemi ve tümleşik çözümler konusunda bilgi alabilirsiniz.

Bize **0216 518 46 67** ve **0555 505 80 80** no'lu telefonlardan veya **info@kliksoft.net** eposta adresinden ulaşabilirsiniz.

Kliksoft, web konferans, webinar ve sanal sınıf ihtiyaçlarınız için bütünlük Adobe Connect çözümlerini önerir.

Bilgi için: +90 (216) 518 46 67
info@kliksoft.net

