

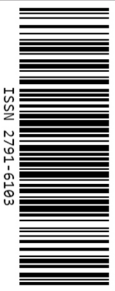
YENİ E-KONOMİ

WWW.VERGİALGI.NET

● NİSAN - MAYIS - HAZİRAN 2022

“MERHABA
YENİ DÜNYA”

- 1 UFUK TARHAN İLE
GELECEK ÜZERİNE
- 2 A'DAN Z'YE GELECEĞİN
TEKNOLOJİSİNE YATIRIM
- 3 BİR BAŞKA EVREN:
METAVERSE
- 4 MASKENİN ARDINDAKİ
DERİN SÖMÜRÜ: DİJİTAL EMEK



YENİ E-KONOMİ

YENİ E-KONOMİ
ELEKTRONİK DERGİ

ISSN: 2791-6103
3 AYDA BİR YAYINLANIR
YIL: 2 SAYI:5
NİSAN-MAYIS-HAZİRAN 2022

İMTİYAZ SAHİBİ

YENİ EKONOMİ DANIŞMANLIK AŞ.
ADINA

Mustafa SELÇUK

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Mustafa SELÇUK

YAYIN KOORDİNATÖRÜ

Berkay KARAKAYA

EDİTÖRLER

Merve HALHALLI
Berivan GÜNEŞ

GRAFİK - DİZGİ

Akif Furkan KARAGÖZ

YAZI KURULU

Akif Furkan KARAGÖZ
Aysu ŞİRİN
Berkay KARAKAYA
Berivan GÜNEŞ
Enes CEBE
Merve HALHALLI
Mert YILDIRIM
Özlem EKMEKCİ

Mottomuz
Gençlik bugünümüzdür

Reklam Rezervasyon
TEL: (312) 241 14 00
e-posta: bilgi@yeniekonomi.com.tr

İletişim Adresi
e-posta: bilgi@yeniekonomi.com.tr
www.yeniekonomi.com.tr
Konutkent Mah. 3028 Cd. No:16/A-11
Çankaya/ANKARA

© Tüm hakları saklıdır. Bu derginin tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı Yasanın hükümlerine göre YENİ EKONOMİ DANIŞMANLIK A.Ş.'nin yazılı izni olmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayınlanmaz.

EDİTÖRDEN

Zamanın geçip gidişi kadar hızlı bir şey varsa o da herhalde teknolojinin gelişimidir. Henüz birkaç yıl önce hayatımıza giren yenilikler bile bugün eskimeye yüz tutmuş halde karşımızda durabiliyor.

Örneğin, pandemi ile hayatımıza dahil olan uzaktan çalışma uygulaması bugün başka boyutlara taşıyor. İnsanların aynı anda hem evinde hem de ofisinde olabilmesi için sanal ortamda gerçekçi çözümler üretiliyor.

Çağımızda mimarlar yalnızca insanlar için gerçek yapılar tasarlamıyor. Bizi metaverse içerisinde temsil eden sanal karakterlerimiz için de yaşam ve çalışma alanı üretiliyorlar.

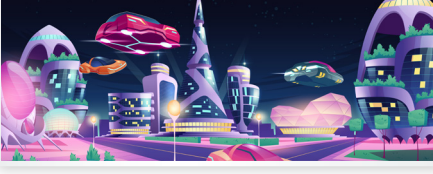
Bugün bir ressam içindeki ilhamı yalnızca elindeki fırça ve boya ile sanat eserine dönüştürmüyor. Aynı zamanda bu ilhamı dijital ortama taşıyıp NFT şeklinde sunabiliyor.

Bizler daha dün e-ticaret üzerinden satış yapan giyim firmalarını çağa ayak uydurdukları için takdirle karşılıyoruz, bugün sanal karakterlerimizi bu firmalardan giyindirebildiğimiz için seviniyoruz.

Kıymetli okurlar, YENİ E-KONOMİ Dergisinin 5. sayısında yarı gerçek-yarı sanal karakterimizle birlikte “MERHABA YENİ DÜNYA” diyoruz.

Keyifli okumalar dileriz...

ÖNE ÇIKANLAR



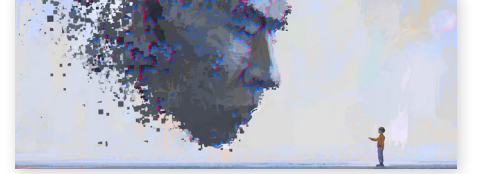
A'dan Z'ye Geleceğin Teknolojisine Yatırım:

S04 "Her geçen gün daha fazla insan geleceğin teknolojisini benimsiyor ve yatırım yapıyor. Biz de sizler için bu teknolojiye uyum sağlayan kişi ve kurumları derledik."



UFUK TARHAN

S10 "Yeni bir çağa geçiyoruz. İnsanlık bunu algılıyor ve korkuyor. Kafası karışıyor, debeleniyor. Yapacak bir şey yok. 10 seneye kalmaz alışırız. Hele bir 2030'lara gelelim, biraz olsun duruluruz."



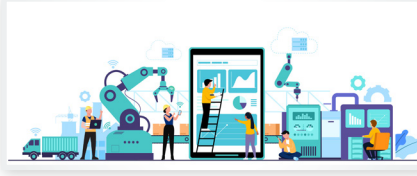
BUĞRA AYAN

S12 "Blokzincir mi yoksa kripto paralar mı büyük, sorusunun cevabı teknolojik olarak blokzincirdir. Fakat hayatın gerçeklerine göre ise kripto paralardır."



BURKA BAYRAM

S14 "Sanatın blockchain teknolojisi için bir vitrin görevi gördüğünü düşünüyorum."



MERT YILDIRIM

S16 "Sosyal medya platformlarının bacasız birer toplumsal fabrikaya dönüştüğü platform kapitalizminde hem üretici hem tüketici olan biz dijital işçiler/köleler, emeğin bedavalaştığı sonsuz bir sömürü düzeninin öznesi haline geldik."



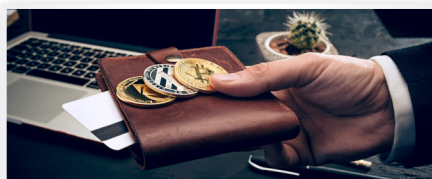
CAN YURDAKUL

S20 "Teknoloji, global ve merkezîyetçi şirketlerin tekelindeyken artık tüketicinin ve yaratıcı ekonominin kontrolünde. Bağlanmanın, yaratıcılığın ve birlikte hareket etmenin önündeki tüm engeller kalktı."



ERTAN TOY

S24 "Belki gelecekte herhangi bir ülkeye bağlı olmayan merkezîyetsiz metaverse üniversiteleri bile doğabilir."



FARUK ARSLAN

S28 "Kamuoyunda yapılan araştırmalar ve bilimsel analizlere göre Türkiye'de 5 milyondan fazla kripto para yatırımcısı mevcut."

YENİ E-KONOMİ

A'DAN Z'YE GELECEĞİN TEKNOLOJİSİNE YATIRIM



Her geçen gün daha fazla insan geleceğin teknolojisini benimsiyor ve yatırım yapıyor. Biz de sizler için bu teknolojiye uyum sağlayan kişi ve kurumları derledik.



YENİ E-KONOMİ



Meta

Facebook, adını “Meta” olarak değiştirdi ve sanal gerçekliğe büyük yatırımlar yaptı. İş toplantılarını metaverse üzerinden düzenledi.

Acun Ilıcalı

TV8 kanalının sahibi Acun Ilıcalı, “Eneftio” adlı bir NFT platformu kurdu.

Adidas

Adidas, NFT ve Metaverse dünyasında ilerlemek için Punks Comic, Gmoney ve Bored Ape Yacht Club ile anlaştı.

Ajda Pekkan

Ajda Pekkan, NasaDoge Finance ile ortaklık kurarak 100 parçalık bir NFT koleksiyonu duyurdu.

Akbank

Akbank Sanat, “Dijital Sanatta Şimdi: Alternatif Gerçeklikler + NFT” başlıklı sergisi düzenledi.

Anadolu Üniversitesi

Anadolu Üniversitesi “Metaverse: Ayrı Dünyalar” başlıklı seminer düzenledi.

Ankara Üniversitesi

Ankara Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Necdet Ünüvar, Güzel Sanatlar Fakültesi Temel Sanat Eğitimi Bölümü’ne “NFT’ye Giriş” dersini eklediklerini duyurdu.

Beşiktaş

Beşiktaş, kripto para platformu Rain ile sponsorluk anlaşması imzaladı.

Bilgi Üniversitesi

İstanbul Bilgi Üniversitesi, Bilgi Blockchain kulübünün kuruluşunu duyurdu.

Billie Eilish

Dünyaca ünlü genç sanatçı Billie Eilish, adı ve Blohsh logosu için ABD Patent ve Ticari Marka Ofisine (USPTO) başvuru yaparak metaverse alanında girişim başlattı.

Bob Dylan

Şarkıcı Bob Dylan, “Snowcrash” adlı bir NFT projesini duyurdu.

Can Bonomo

Can Bonomo, NFT dünyasına “An Anachronist NFT Drop” yazılı bir slogan ile giriş yaparak NFT projesi başlattı.

Cebelitank

Cebelitank hükümeti, kamu hizmetlerinin sunumunu iyileştirmek için Blockchain teknolojisini sistemlerine entegre edecek bir proje duyurdu.

Cem Yılmaz

Ünlü komedyen Cem Yılmaz da NFT furyasına katılan ünlülerden biri oldu.

Disney

Disney, metaverse ve NFT alanında çeşitli girişimler başlattı. Tema parkında “metaverse alanı” oluşturmak bu projelerden biriydi.

Dolce & Gabbana

Lüks İtalyan markası Dolce & Gabbana (D&G), Polygon işbirliği ile NFT koleksiyonu başlatacağını duyurdu.

El Salvador

El Salvador, bitcoin’i ülkesinde resmi para birimi olarak kabul etti. Ayrıca bir bitcoin şehri kuracağını duyurdu.

Elon Musk

Elon Musk uzun bir süredir, kripto para sektörüyle alakalı mesajlar atmakta ve sektörü çok fazla etkilemektedir. Özellikle DogeCoin adlı kripto para birimini oldukça övdü.

Eminem

Eminem NFT pazar yeri Open-Sea’de bir NFT’yi yaklaşık 460 bin dolar ödeyerek satın aldı.

Emre Aydın

Emre Aydın, ilk şarkısını NFT formatında satışa çıkardığını takipçileriyle paylaştı.

Facebook

Facebook, adını “Meta” olarak değiştirdi ve sanal gerçekliğe büyük yatırımlar yaptı. İş toplantılarını metaverse üzerinden düzenledi.

Fenerbahçe

Fenerbahçe bir kripto para birimi olan Floki Inu ile sponsorluk anlaşması imzaladı.

Fransa

Fransa Merkez Bankası, merkez bankası dijital para birimi

(CBDC) testinin ilk aşamasını başarıyla tamamladı. Çalışmalar devam ediyor.

Gaziantep Üniversitesi

Gaziantep Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde görev alan akademisyenler metaverse'de bir araya gelerek metaverse hakkında bir tanıtım toplantısı gerçekleştirdi.

Google

Google'ın ana şirketi Alphabet Inc.'in CEO'su Sundar Pichai, blok zincir ve web 3.0 alanındaki gelişmeleri yakından izlediğini ve yakında bu alanlara yatırım yapacaklarını söyledi.

Güney Kore

Güney Kore Merkez Bankası, dijital para birimi (CBDC) projesinin ilk aşamasını tamamladığını açıkladı. Ayrıca Güney Kore'de Hoseo Üniversitesi mezunlarına NFT dağıttı.

Habitat

Habitat derneği Unicef ile ortaklaşa Blok Zinciri eğitimi verdi.

Hong Kong

Hong Kong Para Otoritesi, perakende kullanım için hazırlanan CBDC projesinde Hong Kong İnovasyon Merkezi ile birlikte çalıştığını duyurdu.

HTC

Akıllı telefon ve tablet üreticisi HTC, metaverse platformu "Viverse" vizyonunu tanıttı.

İran

İran Merkez Bankası'nın (CBI), CBDC için bir pilot proje başlatmayı planladığını bildirdi.

İsviçre-Lugano

İsviçre'nin Ticino kantonundaki en büyük şehir olan Lugano, bitcoin, Tether (USDT) ve şehrin LVGA Points tokenini yasal ihale olarak tanıdı.

İş Bankası

Türkiye İş Bankası, yenilikçi bir adım atarak oyun platformu ve oyun oluşturma sistemi Roblox'a ülkemizden reklam veren ilk banka oldu.

John Legend

Ünlü Amerikalı şarkıcı, söz yazarı ve yapımcı John Legend, "OurSong" adlı NFT platformunu duyurdu.

JPMorgan

Wall Street devi JPMorgan, blok zincir tabanlı Decentraland'da bir salon açtı.



İngiltere Premier Lig ekiplerinden Manchester City, Sony'nin VR uzmanlarının yardımı ile metaverse'de dünyanın ilk futbol stadyumunun inşaatına başladı.

Justin Bieber

Popüler şarkıcı Justin Bieber, Bored Ape Yacht Club koleksiyonundan 500 ETH (1.3 milyon dolar) değerinde bir NFT satın aldı.

Katy Perry

Amerikalı şarkıcı ve söz yazarı Katy Perry, Twitter üzerinden "The Roar Package" adlı ilk NFT projesini duyurdu.

Krafton

PUBG'nin yapımcısı Krafton, Güney Kore medyasına yaptığı açıklamada metaverse dünyasına gireceğini açıkladı.

Lamborghini

İtalyan lüks otomobil üreticisi olan Automobili Lamborghini, NFT PRO ortaklığıyla NFT koleksiyonunu duyurdu.

Malezya

Malezya Merkez Bankası, bir

CBDC projesi başlatmak için araştırma çalışmalarına başlayacağını duyurdu.

Manchester City

İngiltere Premier Lig ekiplerinden Manchester City, Sony'nin VR uzmanlarının yardımı ile metaverse'de dünyanın ilk futbol stadyumunun inşaatına başladı.

Manchester United

Manchester United blockchain platformu Tezos ile takımın eğitim setine sponsor olmasını sağlayacak çok yıllık bir anlaşma imzaladığını duyurdu.

Manga

Türk rock müziğinin popüler grubu maNga "Antroposen 001 Genesis" adlı NFT koleksiyonunu duyurdu.

Mc Donalds

McDonald's fast food zincirinin avukatı Josh Gerben, şirketin

YENİ E-KONOMİ



Siemens, ABD bankacılık devi JP Morgan ile bir araya gelerek Blok zinciri tabanlı bir ödeme sistemi oluşturdu.

metaverse teknolojisine yönelik marka başvurusu yaptığını bildirdi.

Melania Trump

Eski First Lady Melania Trump, ünlü beyaz şapkasını, NFT olarak açık artırmaya sundu.

Neymar

Paris Saint Germain'in ve Brezilya Milli Takımının yıldız oyuncusu Neymar Jr, Bored Ape Yacht Club NFT koleksiyonundan NFT satın aldı.

Nijerya

Nijerya kendi merkez bankası dijital para birimi (CBDC) "eNaira"yı çıkarttı.

Nike

Lider spor ayakkabı, spor giysisi ve spor aksesuarları markası Nike, NFT dünyasına katıldı. Şirket, NFT stüdyosu RTFKT'i (In-

gilizce de "Artifact" olarak telifuz edilir) satın aldığını açıkladı.

Nişantaşı Üniversitesi

Nişantaşı Üniversitesi metaverse konulu bir kurs açma kararı aldı. Bahar döneminde verilecek kursun adı: "The New Ecosystem of Gaming: Marketing, Metaverse and the Evolution of Sports" olarak belirlendi.

Nvidia

Teknoloji devi Nvidia, "mühendisler için metaverse" olarak adlandırdığı "Omniverse" platformunu başlattı.

Paris Hilton

Ünlü moda yıldızı Paris Hilton, NFT ve Metaverse projelerinde sık sık yer aldı. Katıldığı birkaç programda hayranlarına NFT hediye etti. Roblox platformunun düzenlediği metaverse et-

kinliğine DJ olarak katıldı.

Peru

Peru Merkez Bankası (BCRP), bir merkez bankası dijital para birimi (CBDC) geliştirdiğini duyurdu.

PowerTürk

2022 yılı PowerTürk Müzik Ödülleri'nde, sanatçılara verilecek ödüllerin, NFT şeklinde olacağı açıklandı.

Puma

Dünyaca ünlü spor ayakkabı şirketi Puma, metaverse, NFT ve Blok zinciri konularında bilgi sahibi bir yönetici istihdam edeceğini duyurdu.

Robert De Niro

İki kez Oscar kazanmış Hollywood yıldızı Robert De Niro, NFT koleksiyonu çıkardı. Bu doğrultuda LIT DAO ile ortaklık kurduğunu açıkladı.

Samsung

Samsung, Ethereum tabanlı oyun platformu Decentraland (MANA) ile iş birliği yaparak metaverse dünyasına adım attı ve "MyHouse" platformunu duyurdu. Söz konusu platform kısa sürede 4 milyondan fazla ziyaretçi çekerek büyük bir başarı elde etti.

Siemens

Siemens, ABD bankacılık devi JP Morgan ile bir araya gelerek Blok zinciri tabanlı bir ödeme sistemi oluşturdu.

Snoop Dogg

Ünlü rap yıldızı Snoop dogg, NFT sektöründe büyük yatırımlar yaptı. Twitter hesabı üzerinden, milyonlarca dolar değerinde NFT'si bulunduğu bilinen "Cozomo de' Medici" hesabının kendisine ait olduğunu bildirdi.

Stephen Curry

NBA yıldızı Stephen Curry, sayı rekoru kırdığı bir maçta giydiği ayakkabılarını NFT olarak çıkardı.

Suudi Arabistan

Suudi Arabistan, 2019 yılında BAE ile ortak başlattığı "Aber Projesi" ile CBDC denemelerini ilk başlatan ülkelerden biri oldu.

Tanzanya

Tanzanya Merkez Bankası başkanı Florens Luoga, itibari para birimlerinin dijital bir formunu piyasaya sürmeye hazırladıklarını bildirdi.

Türkiye

Türkiye'de birçok siyasi parti metaverse platformları üzerinden toplantılar gerçekleştirdi. Tapu

ve Kadastro Müdürlüğü, tapu-kadastro bilgilerini sanal olarak Metaverse ve akıllı şehirler gibi dijital ortama taşıyacağını duyurdu. Pilot il "Amasya" seçildi.

UFC

Amerikalı karma dövüş sanatları organizasyonu UFC, metaverse platformu üzerinden maçları yayınlayacağını duyurdu. Ayrıca organizasyon, 'UFC Strike' NFT pazarını başlatmak için Dapper Labs ile iş birliği yaptı.

Venezuela

Venezuela, ülke asgari ücretinin yüzde 50'sinin ulusal Petro (PTR) kripto para birimine sabitleneceğini duyurdu.

Voodoo

Fransız video oyunu şirketi ve yayıncısı Voodoo, 2022'de blockchain oyun sektörüne yaklaşık 200 milyon dolar yatırım yapacağını söyledi.

Walmart

Walmart, sanal ürünler satmaya yönelik çeşitli ticari markalar için başvuruda bulundu.

Yeni Zelanda

Yeni Zelanda, merkez bankası dijital para birimine (CBDC) sıcak baktığını bildirdi.

Yıldız Teknik Üniversitesi

Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi'nde "NFT'ye Giriş" dersinin verileceğini duyurdu. Ayrıca üniversite, metaverse kursları da düzenledi.

Zambiya

Zambiya merkez bankası, işlem maliyetlerini düşürmek ve finansal katılımı artırmak için merkez bankası dijital para birimi (CBDC) üzerinde çalıştığını bildirdi.

NFT

non-fungible token

Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi'nde "NFT'ye Giriş" dersinin verileceğini duyurdu. Ayrıca üniversite, metaverse kursları da düzenledi.

RÖPORTAJ:
ÖZLEM EKMEKÇİ
EKONOMİ GAZETİCİSİ



Ufuk Tarhan

Fütürist, Ekonomist, Dijital Ajans
Başkanı, Yazar

RÖPORTAJ

UFUK TARHAN İLE

GELECEK ÜZERİNE

“TEKNOLOJİ İNSANI DAHA YETKİN, AYNI-ZAMANDA DAHA AGRESİF KILMIŞ”

Bilim ve teknoloji antik çağlardan bu yana insanların geleceği, geleceğin de insanları dönüştürme serüvenine eşlik etmiş. Bilim, teknoloji ve akıllı sayesinde geliştirdiği her yeni teknoloji insanı daha yetkin, aynı zamanda daha agresif kılmış ve buda böyle süregelmiş. Yerküreye istilacı bir yaklaşımla yayılan ve neredeyse kendisinden başka hiçbir canlıya yaşam hakkı tanımayan kibirli insanoğlu kalabalıklaştıkça teknolojiden yardım almış. Bu sayede daima yeni bir geleceğe doğru koşmuş ve önüne geldiği her bir yeni gelecek kapısının önünde korkuyla ellerini ovuşturmuş. Her bir yeniçağ geçişinde korktukça teknolojiyi suçlamış. Çünkü yenilik, değişim ve farklılaşmak demektir. İnsanlar doğaları gereği, korunma ve tedbir amaçlı güdülerle değişimden korkar hatta bundan acı duyar. Acı duydukça da değişime sebep olduğunu düşündükleri teknolojiyi kötüler,

reddeder, kullanımını geciktirmeye çalışırlar ve aslında kendileri ile çelişirler. Ama sonunda tabii ki daima değişimin gücüne yenilir ve ilerlerler. Yani adapte olup, versiyon yükseltirler. Bu sefer de öyle oluyor. Yeni bir çağa geçiyoruz. İnsanlık bunu algılıyor ve korkuyor. Kafası karışıyor, debeleniyor. Yapacak bir şey yok. 10 seneye kalmaz alışırız. Hele bir 2030'lara gelelim, biraz olsun duruluruz.

“EĞİTİMDE MEVCUT SİSTEM TAMAMEN VE BAŞTAN AŞAĞI YIKILMALI”

Tüm diğer sektörlerden ayrı olarak, eğitim miadını doldurmuş, en kesif naftalin kokusu yayan, en feci şekilde geri kalmış alan. Mevcut sistemde yapılacak iyileştirmelerle aşılabilecek bir sorun değil. Tamamen ve baştan aşağı yıkılmalı, değişmeli. İnsanları eğitmek yaklaşımı ile değil, insanların öğrenme, beceri kazanma ihtiyacına karşılık olma felsefesi ve prensibi ile sil baştan yeniden ele alınmalı. Artık statik, kalıpları ve çerçeveleri

olan eğitim model, sistem ve araçlarıyla ilerleyemeyiz. Hem online hem offline, hem sınıfta hem metaverse’de hem kitlesel hem bireysel, hem belli yaş ya da yetenek gruplarıyla hem de karma proje gruplarıyla, tamamen merkezizetsiz, diploma değil rozetlerle akreditasyon verilen bambaşka yapılar kurulmalı. Okul, sınıf, öğretmen, öğrenci tanımları değişmeli. Herkesin hem öğrenci hem öğretmen olduğu çevik ve esnek muhtelif eğitim sistemleri kurgulanmalı.

“TÜRKİYE BUGÜNKÜNDEN NE ÇOK İLERİDE NE DE ÇOK GERİDE OLACAK”

Türkiye gelecekte dünyanın geneli içinde, ortalama bir yerlerde olmayı sürdürecektir. Bugünkünden ne çok ileride ne de çok geride olacağını düşünüyorum. İyi ya da kötü açıdan aksini düşündürecek belirgin bir strateji vb. yok. Akışa kapılıp gidenler arasında kalmayı sürdürme olasılığı yüksek.



“YARININ İŞİNİ YARINA BIRAKMA”

Zamane insanı neredeyse 2050'lere kadar “yarınları” enikonu bilir hale geldi. Peki ya sonra? Bunlardan sonra ne olacak? Başka neler olabilir? Daha neler olmalı? Daha ötede ne var? Tüm bunları yapacağız da ne olacak? Neden? gibi sorular doğmaya başladı. Pandemi'nin hızlandırıcı etkisi ve ardından gelen ekonomik, siyasal krizler vb. ile 2050'leri ve daha ilerisini görememekten, düşünememekten dolayı bir karamsarlık, tıkanmışlık dönemine girdi. Bir anlamda hepimiz gelecekte yorgun düştük. Epey büyük kalabalıklar neredeyse “gelecekte ümit kesti.”

İşte tam da bu sebeple yarınların önünde adeta omuzları çökmüş, teknolojik buluşlar çağının bezgini insanlara “yarının işini yarına bırakma” ve “yarınlar için yeniden düşünmeye, yepyeni kurgular yapmaya başla. Hadi tempo!” demek için bu kitabı yazdım. İnsanlar seviye yükseltsin, bu kitap biraz daha kafa açsın. Nasıl eklektik, oksimoron, stoik ve alturist bir dünyada ilerleyeceğimizi fark etsin istedim.

YENİ E-KONOMİ

RÖPORTAJ:

BERKAY KARAKAYA
EKONOMİ GAZETİCİSİ

Buğra Ayan

Web3 Teknolojileri Derneği
Başkanı

RÖPORTAJ

METAVERSE, NFT'LERDEN

OLUŞAN BİR EVREN

“MEDENİYET TEKNOLOJİYİ YANINA ALARAK
GELİŞMEYE DEVAM ETTİ”

Geçtiğimiz yüzyıl tekno-optimistler ile tekno-pesimistler arasında tartışmalara sebep oldu. Radyodan televizyona, cep telefonundan internete kadar gelişen her teknolojinin oluşturabileceği tehlikeli senaryolara odaklanan tekno-pesimistler bu konularda yayınlar yaptı. Fakat medeniyet teknolojiyi yanına alarak gelişmeye devam etti. Bugün de karamsar senaryolara, endişeler konusunda yapılabilecek şey bu kaygılara sahip kullanıcıların komplo teorisyeni gibi sıfatlarla anılmasında değil bu kaygıların teknoloji denklemi içinde çözülmesinden geçiyor. Web1 aşamasında internetle Web2 aşamasında sosyal ağlarla bunu yaşadık. Web3 aşamasında da benzer bir çözüm bize yardımcı olacaktır. Elbette internet her yeni evreye geçerken hızlanan bir araba gibi. Mesafeler daha yakın hale gelirken kaza yapma riski artıyor. Bu yüzden de teknolojik okur-yazarlık her geçen gün biraz daha önem kazanıyor. Bizim arabada olmamız, etrafı çok iyi gözlemlememiz ve varmak istediğimiz hedefe yol almamız gerekiyor.

KRİPTO VARLIKLAR BU SİSTEMİN BENZİNİ,
BLOKZİNCİR İSE O BENZİNLE GİDEN ARABA

Blokzincir mi yoksa kripto paralar mı büyük sorusunun cevabı teknolojik olarak blokzincirdir. Fakat hayatın gerçeklerine göre ise kripto paralardır. Tıpkı sosyal ağlar olmadan Web2'yi düşünemeyeceğimiz gibi kripto varlıklar olmadan da bir Web3 düşünmemiz çok zor. Kripto varlıklar bu sistemin benzini ise, blokzincir o benzinle giden arabadır. Ne benzin arabasız ne de araba benzinsiz anlamlı.

Elbette blokzincir teknolojisi kullanılarak kripto varlıkları içermeyen sistemler yapılabilir. Fakat bunların pratikte çok büyük bir değere ulaşması şu anki şartlar içinde beklenmiyor. Tapu kayıtlarından yerel referandumlara, tedarik zincirlerinden seyahat verilerine kadar birçok şeyi blokzincire taşıyabiliriz. Ancak bunlar kripto varlıklar olmadan yüksek finansal değerlere ulaşmakta çok zorlanacaktır.

EĞİTİM 3.0

Geçtiğimiz günlerde Ankara Üniversitesi'nde ilk NFT dersini verdik. Bu anlamda konuyu Eğitim 3.0 dediğimiz yeni süreç üzerinden anlamaya çalışmak daha doğru olacaktır. Çünkü gerçek anlamda metaverse, NFT'lerden oluşan bir evren. Bu NFT'ler kullanıcıların dijital varlıklarıdır. Aynı zamanda DAO'larda (Merkeziyetsiz Otonom Organizasyonlar) veya farklı blokzincir konseptlerinde kullanılabilen lego parçacıklarıdır.

Eğitim 3.0 dediğimiz süreç, Web3 teknolojilerinin eğitimdeki bir yansımasıdır. Bunu kurumlar, öğretmenler ve öğrenciler açısından ele almak gerekir. Kurumlar tarafından baktığımızda; metaverse üzerinden eğitim hizmetlerini, kurumsal sosyal medya hesaplarının dijital varlık cüzdan-

larına ve bu cüzdanlarda dijital varlıklara sahip olmasını, robotik ve IoT'yi, oyun vs. bazı blokzincir ile akıllı kontratlar üzerinden iş birliğini, mezunlar ile akıllı kontratlar üzerinden otonom yapıda finansal organizasyonların kurulmasını görüyoruz. Öğretmenlerin perspektifinden baktığımızda; sosyal medyaya yönelik içerik üretiminin dijital varlıklara dönüşümünü, Web3 konularında konferans, panel gibi çalışmaların yapılmasını ve eğitimsel çalışmalarda blokzincir teknolojisinin getirdiği fırsatlardan faydalanmayı görüyoruz. Son olarak, öğrencilerin perspektifinden baktığımızda ise NFT sergilerini, öğrencilerin dijital verilerinin korunması için DID (blokzincir kimliği) oluşturulmasını, aynı alanda çalışan öğrenci topluluklarının akıllı kontratlar ile organize olabildiğini ve çeşitli amaçlarla blokzincir teknolojisi içeren projelerin yapılmasını görmekteyiz.



RÖPORTAJ:

AYSU ŞİRİN

EKONOMİ GAZETİCİSİ



Burka Bayram

Grafik Tasarımcı, NFT
Sanatçısı, Ressam

RÖPORTAJ

SANATIN

NFT İLE BULUŞMASI

“NFT TURKEY’İ, SANATÇILARI BİR ARAYA GETİRMEK, BİRBİRİMİZLE YENİ GELİŞMELERİ PAYLAŞMAK VE YENİ KATILANLARA İŞLEYİŞİ ÖĞRETMEK İÇİN KÂR AMACI GÜTMİYEN BİR PLATFORM OLARAK KURDUK.”

Bundan iki yıl önce ortağımın yurt dışında yaşayan bir eğitmeni aracılığıyla NFT pazar yerlerinden haberimiz oldu. O zamanlar bu yeni teknoloji hakkında çok fazla detaylı bilgi olmadığı için ve benim de kripto hakkındaki bilgilerim çok yüzeysel kaldığı için aylarca üzerinde araştırmalar yaptım, makaleler okudum, toplantılara katıldım, ardından da benim gibi meraklı olan diğer sanatçılarla tanıştım ve birbirimizle yardımlaşarak, hep birlikte öğrenerek sanat eserlerimi NFT olarak yayınlamaya başladım.

NFT Turkey, iki yıl önce tam olarak da bu ihtiyaçtan doğdu. Henüz insanlar bu yeni teknoloji hakkında yeteri kadar bilgi sahibi değilken sanatçıları bir araya getirmek, bir-

birimizle yeni gelişmeleri paylaşmak ve yeni katılanlara işleyişi öğretmek için kurduğumuz kâr amacı gütmeyen bir platformdu. Bu görevini de başarıyla tamamladıktan sonra sanatçıların kendi küçük topluluklarını kurmalarıyla beraber artık sadece Türkiye’den NFT üreten sanatçıların işlerinin paylaşıldığı bir sayfa işlevi görüyor.

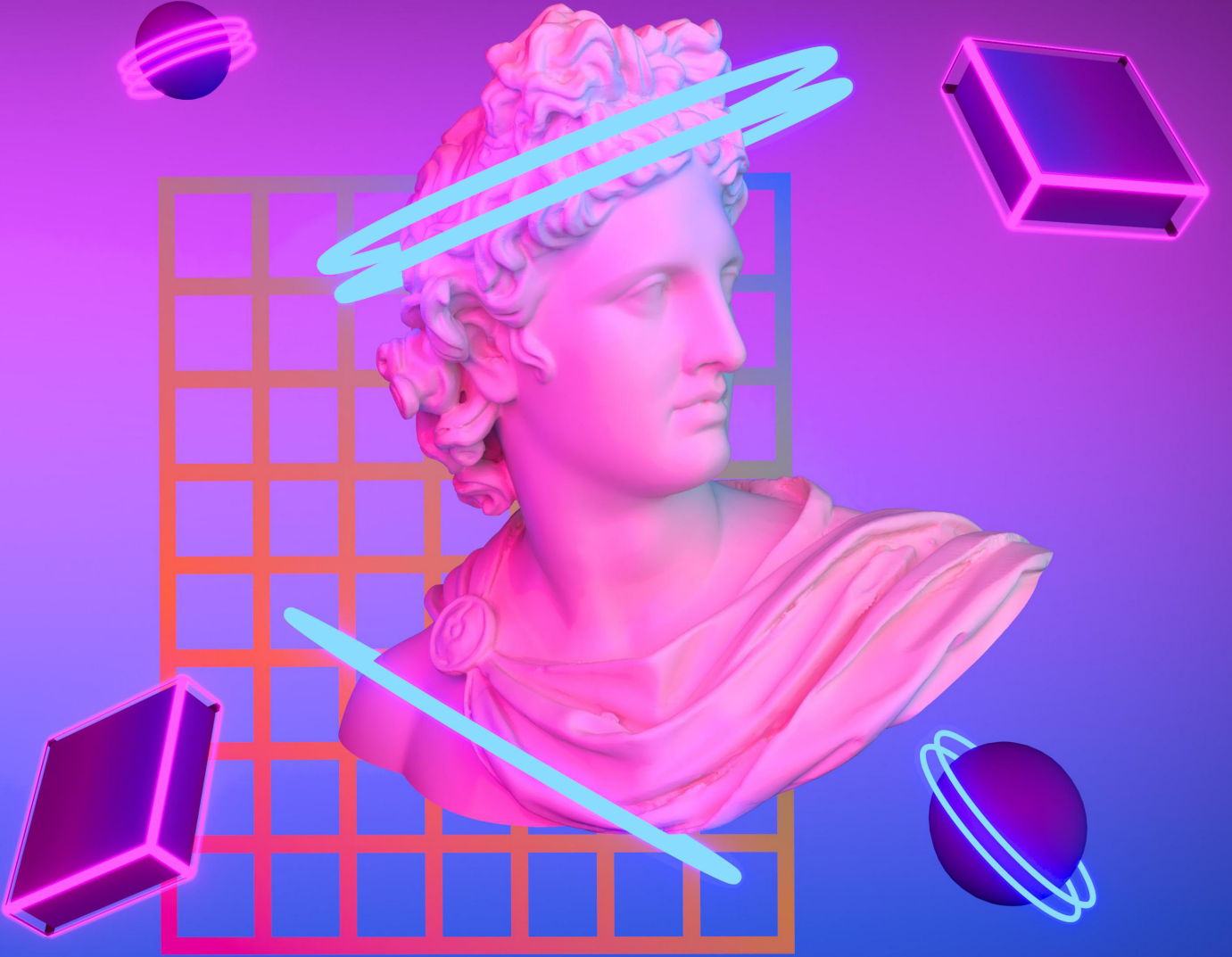
“NFT’LERİ BİR SANAT ESERİNİN YALNIZCA SOSYAL MEDYADA KARIN DOYURMAYAN BEĞENİLER VE PAYLAŞIMLAR ALMASI YERİNE KENDİ BAŞINA DEĞER ÜRETEBİLDİĞİ BİR ALTERNATİF OLARAK DÜŞÜNEBİLİRSİNİZ.”

NFT üretiminin günümüz sanat üretiminden aslında hiçbir farkı yok. Yalnızca üretilen sanat eserinin Blockchain üzerine kaydedilmesiyle işiniz, sizin dijital imzanızla beraber orijinallik kazanıyor, asla kaybolmuyor ve kripto varlıklar aracılığıyla alınıp satılabilir.

yor. Günümüz sanat piyasasının aksine, bütün araçları ortadan kaldırıyor, galerilerin ve diğer araçların eserin satışından aldığı komisyonun tamamının sanatçıya kalmasına olanak sağlıyor. Üstelik konvansiyonel sanat pazarında ilk satış gerçekleştikten sonra eserin akıbetinden haberimiz dahi olmazken artık sanatçılar, kendi belirledikleri oranda her satıştan komisyon alabiliyor ve eserinin kimde olduğunu rahatlıkla görüntüleyebiliyor.

“SANATIN BLOCKCHAIN TEKNOLOJİSİ İÇİN BİR VİTRİN GÖREVİ GÖRDÜĞÜNÜ DÜŞÜNÜYORUM.”

NFT ve sanat ilişkisi gayet tabii uzun soluklu olacaktır ama blockchain, uzun vadede özellikle bürokratik olarak hayatımızın ayrılmaz bir parçası olacak.





MERT YILDIRIM

MASKENİN ARDINDAKİ

DERİN SÖMÜRÜ: DİJİTAL EMEK

DİJİTALLEŞEN KAPİTALİZM VE TOPLUMSAL FABRİKALAR

Küreselleşme ile birlikte üretim sistemleri ve ekonomi enformasyon temelinde yükselmeye başlamış, internetle beraber de dijitalleşme olgusu yaşamımızda büyük bir gerçeklik haline gelmiştir. Bilgi ve iletişim çağında enformasyon temelli şekillenen bu yeni dijital ekonomide kapitalizm, sosyal medya platformlarının başat rol oynadığı bir platform kapitalizmi formatıyla dijitalleşmiştir. Ekonomideki bu dijitalleşme sürecine koşut olarak, emek ve sermaye birikimi arasındaki ilişki ve özelde emeğin niteliği ile niceliği büyük ölçüde değişmiştir. Deyim yerindeyse bu sosyal medya platformlarının bacasız birer toplumsal fabrika olduğu ve biz kullanıcıların da dijital işçiler/köleler olarak bedava emek karşılığında sonsuz sömürü döngüsünde yer aldığı söylenebilir. Nasıl mı? Görelim!

DİJİTALLEŞEN EMEK

Post-modernleşme çağında ekonomide enformel sürecin işlemesiyle birlikte somut meta/mal üretiminde kullanılan fiziki emek yerine, sermayesi insan olan ve soyut çıktılara sahip bir emek türü ön plana çıkmıştır. Gayri maddi emek olarak adlandırılan bu kavram, hizmet, kültürel ürün, bilgi gibi soyut nitelikteki ürünler ile bunların bilişsel, kültürel içeriğini üreten emek olarak ifade edilmektedir. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte gayri maddi emek, dijital emek (bu iki kavram birbirlerinin yerine de kullanılmaktadır) kavramsallaştırmasıyla daha derin ve karmaşık bir metalaşma sürecine girmiştir.

Enformasyon çağında emeğin soyutlaşması sürecinde yaygın hale gelen dijital emek kavramı, dijital medyanın üretilmesi, yayılması ve kullanılması için gereken karşılığı ödenen ve ödenmeyen tüm emek biçimleri olarak tanımlanmaktadır. Bu süreçte örneğin, bir dijital medya uygulamasının yazılımını gerçekleştiren bir mühendis emeğinin karşılığını ücret olarak

alır. Ancak sosyal medya platformlarını kullananlar bu platformlarda boş zamanında çevrimiçi yer alarak profil oluşturma, paylaşım yapma gibi işlemlerle reklam şirketleri için enformatik bir meta sağlar, fakat karşılığında bu platform şirketlerinden hiçbir ücret almazlar.

İşte bu dijital emeğin karşılığı verilmeyen bedava emek yönünün arka planında ise kullanıcıların “üreten tüketici (üretüketici)” konumunda olmaları yatmaktadır. Yani dijital medyada kullanıcılar hem içerik üreticisi hem de yarattıkları içeriğin tüketicisi konumundadırlar.

Tüm bu emeğin dönüşüm sürecinde emeğin sömürülmesi olgusu geçerliliğini korumakta ve daha derinleşmiş bir yapıda devam etmektedir. Peki ya dijital emeğin yaratım sürecinde derinleşen sömürünün ve artı değer oluşumunun işleyişinin ardında yatan mekanizma nedir? ve nasıl işlemektedir?

KAPİTALİZM FANİ, SÖMÜRÜ BAKİ

Dijital emek teorisinin kökenleri Marksist ideolojiye dayandığı için bu emeğin sömürü mekanizmasına da Marksist bir perspektiften bakmak gerekir. Dijital ekonomide değer yaratım sürecinde Marx’ın klasik emek-değer teorisinde vurguladığından daha derin ve gizli bir emek sömürü durumu mevcuttur.

Platform kapitalizminin başrolünde yer alan sosyal medya ağları (Facebook, Twitter, Youtube, vb.), kullanıcılarına erişim iznini ve içerik üretmelerini ücretsiz olarak sağlayarak özünde bir sermaye birikimi oluşturur. Kullanıcılar da genellikle boş zamanlarında sosyal olarak varlık göstermek amacıyla bu platformlar üzerinden etkileşimde bulunurlar (beğeniler, paylaşımlar, vb.). Sosyal medya platformları için artı değer yaratım süreci de tam bu noktada



YENİ E-KONOMİ

başlar.

Sosyal medya platformları tarafından depolanan kullanıcı deneyimlerine dayalı enformatik veriler, kar motivasyonu ile ticari web sitelerine ve reklam şirketlerine satılmaktadır. Özünde neredeyse hiçbir kullanıcının tam anlamıyla okumadığı kullanıcı sözleşmeleri ile sosyal medya platformlarının verilerimize (yani yarattığımız enformasyona) erişiminin hukuki altyapısı oluşur ve böylece kullanıcılar farkında bile olmadan hedefli reklam içeriklerinin hem öznesi hem de nesnesi haline gelmektedir.

Kullanıcılar sosyal medya platformlarının reklam şirketlerine meta olarak satılmakta ve aslında bu platformlarda çevrimiçi olarak har-

cadıkları zaman karşılığında herhangi bir ücret almamaktadırlar (bedava emek). Sosyal medya platformlarının kullanıcılardan (dijital işçiler) herhangi bir sabit veya değişken yatırım maliyetine katlanmadan sermaye birikimi oluşturması ve dijital işçilere herhangi bir ücret ödenmemesi dijital ağ işçilerinin (kullanıcıların) sonsuz bir şekilde sömürülmesine yol açmaktadır.

GÜÇ İÇİMİZDE!

Aslında tüm bu anlatılan hikayede dijital emek süreci ile köle çalışması arasında benzerliğin bulunduğu bile iddia edilebilir. Nitekim her iki grup da metalaşan emeğinin karşılığını alamamakta ve buna bağlı olarak her iki grubun emeği de yüksek oranda sömürüye maruz kalmaktadır. Burada biz üretüketicilerin köle-





lerden farkı; köleler sahiplerinin özel mülkü iken üretüketicilerin sosyal medya ağlarına tüm toplumun içinde bulunduğu dijital ekosistemde sosyal bir varlık olarak yer alma güdüsüyle gönüllü olarak katılmasıdır.

Bu noktada biz kullanıcılar için önemli olan husus, maskenin arkasında gizli olan dijital emek sömürsünün bilincinde, gücün kendimizde olduğunun farkına varmamızdır. Nihayetinde bizler kullanıcılar olarak bu platformları kullanmayı azaltığımızda kullanıcı sayısının azalışına bağlı olarak şirketlerin aldıkları reklam sayıları ve reklam gelirleri düşecektir. Bu da sosyal ağ platformlarının iflasını beraberinde getirebilecek bir süreci tetikleyebilecektir. O nedenle sosyal medya platformlarında yaptığımız her etkileşimin dijitalleşen kapitalizmin bir tuzağı olan gizli emek sömürsüne yol açtığı bilincinde olmalıyız. Marx'dan alıntıyla bitirmek gerekirse, “Bur-

juvazi her şeyden önce kendi mezar kazıcılarını yetiştirir. Burjuvazinin çöküşü ve proletaryanın zaferi aynı ölçüde kaçınılmazdır.”

RÖPORTAJ:

BERKAY KARAKAYA
EKONOMİ GAZETİCİSİ

Can Yurdakul

STANDBY ME Ajans Başkanı

RÖPORTAJ

İLK METAVERSE AJANSI:

STANDBY ME

“DÖNÜŞÜME İLK OLARAK KENDİMİZDEN BAŞLADIK”

STANDBY ME olarak dünyada bütünleşik hizmet sağlayan ilk Metaverse Ajansı'yız. “Meta Agency” hizmet kapsamında hem global hem de lokal rakiplerimizden bizi ayırtıran en temel imkan global partnerimiz ILLUSORR'un 3 yıldır AR-GE çalışmalarını yaparak, dünyada ilk kez oluşturduğu di-zayn odaklı, blockchain altyapılı Metaverse evreni. Yani biz markalarımıza halihazırdaki süreç içerisinde nasıl konumlanmaları ve yatırım yapmalarına dair fikirler sunmaktan öte, onların metaverse altyapılarını, metaverse deneyim tasarımlarını ve community'lerini oluşturmalarına imkan sağlayabiliyoruz. Ayrıca sağladığımız topluluklar, deneyim tasarımları ve altyapı ile onlara ekonomik yeni bir habitat oluşturabiliyoruz.

Dönüşüme ilk olarak kendimizden başladık. Ofisimizi, web sitemizi, çalışma materyallerimizi Metaverse'e taşıdık ve müşterilerimize

bu alanları deneyimletiyoruz. Ekip yapımızı da aynı perspektifle dönüştürerek meta marka temsilcileri ve meta yaratıcılar olarak iki temel kategoride yetenek profillerine ayrıştırarak oluşturuyoruz. Markalara sunduğumuz iş modelini üç temel fazda ele alıyoruz. Strateji-Kreatif-Teknoloji olarak ayrıştırdığımız her aşamadaki ihtiyaçlar ve çözüm süreçleri farklılaşıyor.

Kurumsal ve sektörel hedeflerimizi ise iki aşamaya ayırdık. İlk aşamada markalarımıza ve yatırımcılarımıza Markalı Meta Deneyim Tasarımı, NFT Üretimi & Pazarlaması, Avatar/Item Oluşturma & Danışmanlığı, Topluluk Evrenleri Oluşturma & Yönetimi, MetaOfis Tasarımı & Yönetimi gibi hizmetler sunuyoruz. Bu fazda ekosistemi oluşturarak, markaların oluşturduğumuz yeni ekosistemle birlikte tüketiciye en doğru deneyimi yaşatmasını sağlıyoruz. İkinci aşamada ise Metaverse Yatırım Danışmanlığı, Merkeziyetsiz İş Modeli Tasarımı, Coin, Token Üretimi & Finansal Danışmanlık gibi servisler vermeye

de başlayacağız. Bu fazla birlikte hem yaratıcı hem de ekonomik ekosistemi bir bütün haline getirip Web 3.0 kültürünü, blockchain teknolojisini ve yeni ekonomik modelleri markalar ve kullanıcılar dünyasına entegre edeceğiz. 2022 sonunda ikinci aşamadaki hizmetlerimizi yine açıklayacağımız global bir partnerlik ile hayata geçirmeyi hedefliyoruz.

“HER FİRMA BİR TEKNOLOJİ ŞİRKETİ OLMA POTANSİYELİNİ TAŞIYOR”

Teknoloji, global ve merkezîyetçi şirketlerin tekelindeyken artık tüketicinin ve yaratıcı ekonominin kontrolünde. Bağlanmanın, yaratıcılığın ve birlikte hareket etmenin önündeki tüm engeller kalktı. 2022 yılı itibariyle markalar artık belli değerlerin savunucusu değil, birer işbirlikçisi. Her firma bir teknoloji şirketi olma potansiyelini taşıyor. Her tüketici de kendi dijital hayatının yazarı olmayı amaçlıyor. Bu sebeple tarihte ilk kez bir teknoloji halka arz edilmeden halk tarafından talep ediliyor. Çünkü blockchain teknolojisi, onun uzantısı olan

NFT’ler yani belgeleyiciler ve merkezîyetsiz evrenlerin birleşimiyle oluşacak. Metaverse; aidiyet göstergelerini “sınırsız” ve “çok boyutlu” bir gerçeğe dönüştürüyor. İnsanlık olarak fiziksel aidiyet göstergelerimizin neredeyse tamamı bir ekonomi oluşturuyor. Şimdi blockchain teknolojisi ve metaverse sayesinde dijital dünyadaki göstergelerimizin hepsi de NFT’ler sayesinde birer göstergeye dönüşüyor; bu sayede de güçlü bir ekonomi oluşturuyor. Yaratıcı ekonominin yükselişindeki anahtar tam olarak burada başlıyor.

Metaverse iş hayatı, yapay yaşam (yapay zeka vb. teknolojilere entegre yaşam) dijital yaşam, fiziksel yaşamların birleştiği bir yol hikayesi. Metaverse öncelikle hem markalara hem de tüketicilere dijital olarak “merkezîyetsiz” aitikler imkanı sağlıyor. Bu Web 2.0 çağından beri tüm markaların tüketicilere segmentler eşliğinde oluşturmak istedikleri dijital kimliklerin çok daha ötesinde, hem üç boyutlu hem de kendi ekonomik, dinamik ve yaratıcı ekosistemi olabilen bir varoluş.



YENİ E-KONOMİ

Buna "Yeni Gerçeklik" demek şu günlerde biraz iddialı olsa da, yakın gelecekte o da bir psikomotor haline gelecek.

Markalar bu yeni "gerçekliğin" içerisinde eskisindeki kadar somut şekilde var olma imkânına sahipler. Çünkü ürünleri, hizmetleri, sunduğu anlamlar itibarıyla yepyeni göstergeler oluşturma potansiyelini taşıyorlar. Tüketicilerini birer üretici, paydaş ve en önemlisi arkadaş haline getirebilecekler. Bu noktada pazarlama ve iletişimdeki mecazi ve gerçek anlamdaki iki boyutluluk çok daha boyutlu ve duygudaş hale gelecek. Bu da daha dokunulabilir, tasarlanabilir ve dönüşebilir bir ekonomi zemini de yaratacak.

İLK REAKSIYON OLUMLU

Türkiye'de finans ve yaratıcılık konularında "merkeziyetsiz" oluşumların yoğun talep görmesi bizim için oldukça beklenen bir sonuç oldu. Çünkü kültürel kodlarımızdan ötürü topluluklar halinde ortak fikirlerde buluşma kaslarımız güçlü. Hem de noter gibi kurumlarla birçok aşamada "onaylanma" ilişkisi alışkın olduğumuz bir ilişki. Bu sebeple blockchain teknolojilerinin ve metaverse kavramının bireysel olarak karşılık bulması kolaylaşıyor.

Çoğunluk için kavram olarak da yatırım olarak da oldukça soyut bulunan, konuşulması heyecan verici olsa da kurgulanması için erken görülen ve Türkiye pazarında geç adapte olunacağı düşünülen Metaverse evreninin markalar ve yatırımcılar tarafından bu kadar hızlı reaksiyon alması bizleri ve global partnerimiz ILLUSORR'u oldukça mutlu etti.





Bu yeni evrende “ilk” olmak değerli bir paye olarak görülebilir ama nitelikli bir şekilde gerçekleştirilmediği sürece ölü yatırım olmaktan öteye gitmeyecektir.

Markalar nasıl geleneksel ve dijital medya iletişimleri için reklam ajanslarıyla çalışıyorlarsa, bu yeni teknoloji kapsamına giren projeler için de yetkinliğe sahip Metaverse ajanslarıyla çalışmaları gerekiyor. Şirketlerin kendi bünyelerinde yeni ve sürekli gelişen inovasyonlar adına departmanlar kurmaları hem oldukça maliyetli hem de olgunlaşması hayli uzun zaman alan bir süreç. Metaverse ise disiplinlerarası uzmanlık gerektirdiği için alanında yetkin ve yetenekli bir kadro kurmak yaşadığımız dönem için en

büyük zorluklardan biri. Bu konuda öncü ajans olarak marka ekipleri ve teknoloji şirketlerinin arasında bizim gibi çözüm partnerlerinin olması iletişimdeki diğer tüm alanlarda olduğu gibi bu alanda da ana ihtiyaç haline geleceğini düşünüyoruz. Yaratıcı ekonominin tarihteki en büyük gücüne erişeceğini öngördüğümüz bu süreçte markalar-ajanslar-teknoloji şirketleri-tüketiciler ilişkisinin daha sıkı, daha güçlü olacağını farkındayız.

RÖPORTAJ:

BERİVAN GÜNEŞ
EKONOMİ GAZETİCİSİ

Doç. Dr. Ertan Toy

Yıldız Teknik Üniversitesi

RÖPORTAJ

BİR BAŞKA EVREN:

METAVERSE

Metaverse terimi aslında yeni icat edilmiş bir kelime değil, ilk olarak 1992 yılında yayınlanan “Snow Crash” romanında tanımlanan bir kavram. Özünde kullanıcıların gerçek dünyada olduğu gibi etkileşimde bulunabileceği, deneyimleyebileceği ya da oyun oynayabileceği bir sanal gerçeklik evreni veya evrenler bileşkesidir. Bir tanım yapmak gerekirse metaverse; gerçek dünyayı taklit eden zengin kullanıcı etkileşimleri için alanlar yaratmak üzere genişletilmiş gerçeklik ve blokzincir teknolojilerini kullanarak simüle edilmiş bir dijital evren ya da evrenler olarak tanımlanabilir.

SANAL EVRENLER ARASINDAKİ BAĞLANTILAR YENİ GİRİŞİMLER YARATACAK

Tarihsel olarak incelendiğinde günümüzde metaverse olarak anılan çevrimiçi çok kullanıcı platformlarının ilk örneklerinden biri Lucasarts firmasının 1980’lerde piyasaya sürdüğü “Habitat”dır. Daha sonraları 2003 yılında piyasaya sürülen “Second Life” adlı çevrimiçi oyun platformu ile devam etti ve günümüze kadar pek çok oyun şirketi bunlara benzer platform-

ları oluşturdu. Zuckerberg, şirketinin metaverse vizyonunu temeline oturttuğu “Horizon Worlds” uygulaması aslında sosyal sanal gerçeklik platformu (social VR platform) olarak tanımladığımız bir uygulamadır. Bu uygulama ve benzerleri merkezîyetli (centralized) metaverse platformlarına örnek verilebilir. Yani bir şirketin sunucularında barındırılan ve kontrolü bir şirkette olan platformlardır. “Decentraland” ve benzeri platformlar ise Web 3.0 ve blokzincir teknolojileri ile ilişkilendirilen merkezîyetsiz (decentralized) metaverse ortamlarıdır. Bu sistemler ise blokzincirler üzerinde kurgulanmış, sunucuları herhangi bir şirketin kontrolünde olmayan kullanıcıların bilgisayarlarının sunucu gibi kullanıldığı bağımsız yapılardır.

Günümüzde bu sanal evrenler arasında doğrudan bir bağlantı bulunmamaktadır. Ancak “Ready Player Me” gibi pek çok şirket bu platformlar arasında bağlantılar kurmaya başlamıştır. Bu sistemde oluşturacağınız bir avatarı çeşitli platformlarda kullanabilmektesiniz. Aslında metaverse ortamı için oluşturduğunuz dijital kimliğinizi bir nevi metaverse ağına bağlamış oluyorsunuz. İleride bu bağlantıları farklı alanlarda kurmaya çalışan

birçok yeni şirketin doğacağını öngörüyorum. Çünkü bir noktadan sonra her metaverse bazı alanlarda ön plana çıkacak. Belki bir metaverse platformu sadece alışveriş yapılabilen bir yapı sunacakken, diğer metaverse platformu sadece eğlence sektörüne odaklanabilecek.

METaverse PLATFORMLARI YAKIN GELECEKTE MEVCUT SOSYAL MEDYANIN YERİNİ ALABİLECEK

Web 1.0'da şirketler ve kurumlar kendi internet sitelerini kurdular. Bir zaman sonra bu internet siteleri arama motorların oluşturduğu köprüler sayesinde birbirine bağlandı. Metaverse platformlarının mevcut durumu aslında internetin ilk zamanlarında oluşturulan internet sitelerine

benziyor. Günümüzde birbirinden kopuk olarak görülen metaverse platformlarının, Web 3.0 ile birlikte birbirine bağlanacağını düşünüyorum. Merkezizsiz platformlarda bu dönüşümün lokomotifi olacak. Kişisel verilerin şirketlere ve kurumlara satılarak pazarlama stratejilerinin bir parçası haline getirilmesi devasa sosyal medya şirketlerinin değer kaybetmesine yol açtı. Kullanıcıların bu sitelere güveni azaldı ve farklı arayışlara girdiler. Blokzincir teknolojisinin sağladığı veri güvenliği, yakın gelecekte bildiğimiz internetin (Web 2.0) yerini alacak yeni bir yapının (Web 3.0) önünü açacaktır. Bu bağlamda metaverse platformlarının da yakın gelecekte mevcut sosyal medyanın yerini alabileceğini düşünüyorum.



YENİ E-KONOMİ

DÜNYA ÜZERİNDE BİRÇOK ÜNİVERSİTE KENDİ METAVERSE ALTYAPILARINI KURMAYA BAŞLADI

Yıldız Teknik Üniversitesi çatısı altında 2019 yılından bu yana yüksek lisans düzeyinde “Genişletilmiş Gerçeklik Teknolojileri” isimli bir ders veriyorum. Akademide bu konular çok yeni değil aslında, son 10 yıldır üniversitelerimizde bu alanda araştırma yapılmaya başlanmıştır. Tabii metaverse kavramının po-

pülerleşmesi, bu konunun lisans düzeyinde ders müfredatına bile girmesine vesile oldu. Öğrencilerimizi bu konularda doğru bilgilendirmek adına “Sanal Evrene Giriş” (Introduction to Metaverse) isimli bir ders açtım. Bu dersin müfredatını daha önce verdiğim genişletilmiş gerçeklik teknolojileri dersinin üzerine, blokzincir ve Web 3.0 konularını ekleyerek oluşturdum. Öğrencilerimizin çok ciddi bir ilgisi oldu, dersin kontenjanını birkaç kez arttırmak zorunda kaldık. Mevcut durumda dersimi alan 300’den fazla öğrencimiz bulunmakta. Diğer eğitim kurumlarında da bu eğitimler için içerikler oluşturulmaya başlandı. Tabii bu içeriklerin birçoğu daha



başlangıç seviyesinde ve yakın gelecekte daha çok araştırmayla geliştirilmeleri gerekir.

Genişletilmiş gerçeklik teknolojilerinden biri olan sanal gerçeklik eğitim sektöründe uzun yıllardır kullanılmaya başlanmıştır zaten. Sanal gerçeklik, başlık kullanabilen herkes için sürükleyici bir deneyim sunuyor. Kullanıcılar sanal gerçeklik başlığını taktıklarında 360 derece görüş açısında sahip oldukları sanal dünyaları deneyimleyebiliyorlar. Bu nedenle çok daha gerçekçi deneyimler yaşayabiliyorlar. Dünya üzerinde birçok üniversite kendi metaverse altyapılarını kurmaya başladılar. Eğitim kurumları bu platformlarını kullana-

• rak öğrencilerin evlerinden kolayca bağlanabilecekları, zengin etkileşim ve eğitim içerikleri sunabilecekler. Özellikle sanal gerçeklik başlıklarının dahil edildiği derslerde öğrenme oranlarının arttığını gösteren pek çok araştırma yayınlandı.





Faruk Arslan

Sektörel-1 Denetim Daire
Başkanlığı Vergi Müfettişi

KRIPTO VARLIKLARIN

VERGİLENDİRİLMESİ

KRIPTO VARLIKLARIN VERGİLENDİRİLMESİ
VE PİYASADA OTOKONTROL/GÜVENLİK
NASIL SAĞLANIR?

Kamuoyunda yapılan araştırmalar ve bilimsel analizlere göre Türkiye’de 5 milyondan fazla kripto para yatırımcısı mevcut. Ayrıca kripto para piyasasında Türkiye’nin ulaştığı piyasa büyüklüğü (işlem hacmi değil!) 1 milyar dolar seviyelerini çoktan aştı. Yapılan bir ankette “kripto paranız var mı?” sorusuna Türkiye’de “evet” cevabı %18 oranlarına ulaşırken, Avrupa’da bu durum ortalama %9 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’de günümüz itibarıyla 40 civarı yerli borsa mevcut (Merkez Bankası raporuna göre). Ayrıca yerli borsalar dışında global borsalar üzerinden piyasa yapıcı ve trader olarak on binlerce Türk’ün yatırım yaptığı tahmin ediliyor.

Genelde sosyal medya platformlarında kripto varlıklardan elde edilen gelirlerin vergilendirilmesine ilişkin yazılan çizilenlerin çoğunluğu kripto paranın tanımlanması

aşamasında kalıyor (başlığı "kripto varlıklar nasıl vergilendirilmeli?" olan yazılar dahi) ve ilerisine ilişkin hiçbir şey önerilemiyor. Yani kısaca konu sikkeyle gümüşle kıyaslamaya geliyor, Lidyalılardan başlayıp Milenyum çağına kadar para kavramı değerlendiriliyor ve dönüp dolaşıp sonuç alınamıyor. Vergilendirilmesi gerekir mi gerekmez mi diye biz tartışıp dururken acı gerçek: Atı alan Üsküdar’ı değil, Paris’i geçmiş ve Atlas Okyanusunda yüzerken kripto borsaların vadeli işlemlerinde "long" ve "short" pozisyonlarda, mevzuattaki eksik durumu değerlendiriyor.

Öncelikle yazımızın en önemli amacı; “elde edilen kazançlar vergiye tabi mi değil mi” veya “nasıl vergilendirilmeli” tartışmasından daha çok; tam olarak bir yasal altyapısı oluşturulmadığından dolayı güvenlik ve otokontrol kısmına odaklanmamızın daha acil ve elzem olduğunu vurgulamaktır. Tabi ki bunu ele alırken vergisel konulara ilişkin değerlendirmelerimize ve soru işaretlerine de yer vereceğiz.

Bazı cevabı çoktan verilmesi gereken ancak hâlâ verilemeyen/verilmeyen soruları buraya sıralamak isteriz...

1- Global borsalarda yeni kripto varlıkların ihracına Türkiye’de mukimlerin katılımına ilişkin nasıl düzenlemeler yapılmalı ve/veya önlemler alınabilir?

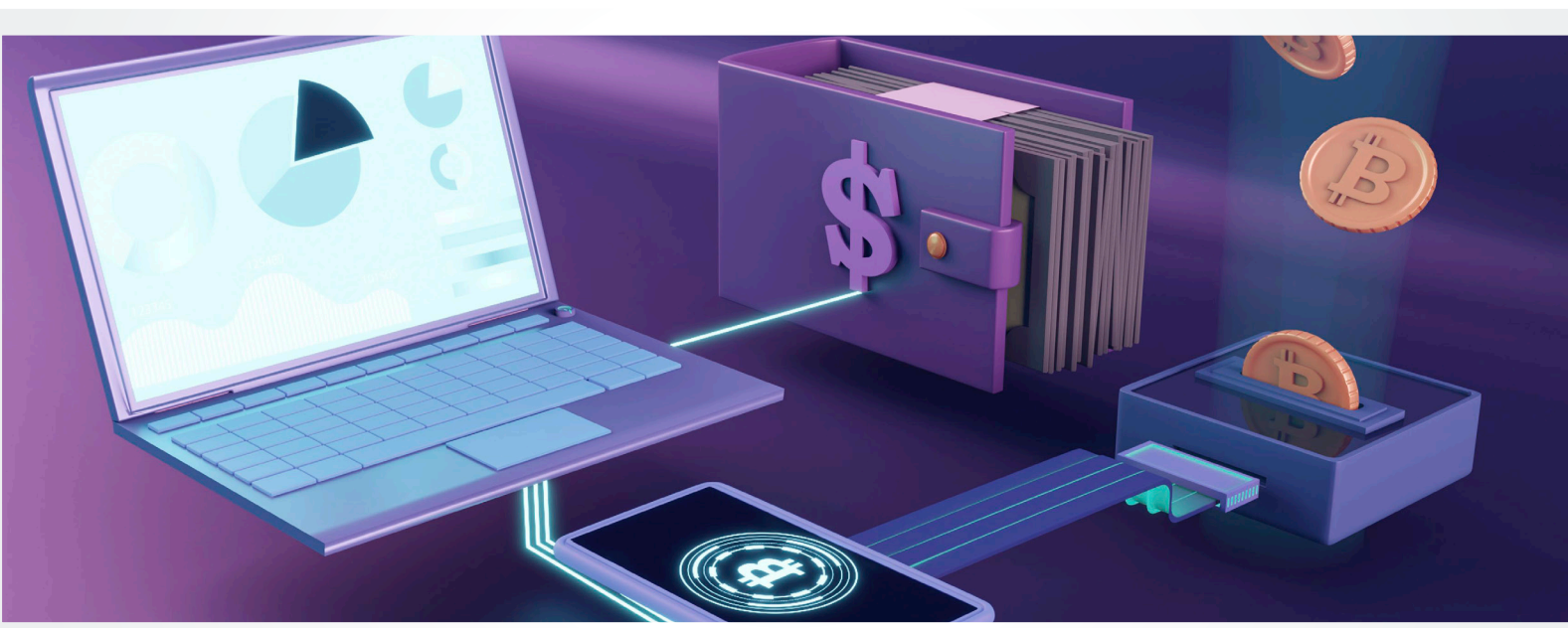
Mesela gate.io diye bir kuluçka kripto borsası mevcut, kripto konusunda global boyutta ilgilenen Türklerin en çok kullandığı borsalarda ilk sıralarda yer alıyor. Meşhur “Shiba” token... (token, coin, blockchain vs. bu ayrıntılara girip kimseyi sıkmayacağım. İsteyen araştırır ve çok kolay ve hızlı şekilde makaleler bulabilir. Bu konuya ilişkin özel kavram ve terimleri sadece tırnak içine almakla yetineceğim.) Herkes tarafından bilinmediği sıralarda çok düşük fiyatlardan tutucuları ("holders" :)) tarafından söz konusu borsadan alınarak ciddi karlar elde edenler olduğu kripto haberlerinde medyaya yansımıştır. Ancak aynı borsada çıkan binlerce projenin sonu her zaman bir “Shiba” gibi olmamakta, yatırımcının sermayesi çok ciddi oranlarda eriyebilmektedir. Dolayısıyla bazı ülkeler bu risk faktörünü dikkate alarak kısıtlamalar getirmişlerdir. Örnek vermek gerekirse söz konusu borsaya Almanya’dan üye olan bir vatandaş, yeni çıkan coin/tokenların ihracı sırasında ön alım yapamıyor.

NEDEN?

Çünkü Alman Hükümeti söz konusu borsaya “benim ülkemde mukim ve borsanıza kayıtlı olan müşterilerinizin yeni ihraçlara katılmasına izin vermeyin” talimatını çoktan ilgili borsaya iletmış ve Almanya’da mukim bir vatandaş bu şekilde riskli ihraçlara istese de katılmıyor ve borsa bunun uyarısını "KYC"sine bir “pop-up”la bildiriyor.

Peki, Türkiye bu konuda bir ilerleme kat edebildi mi? Yakın zamana kadar böyle bir önlemlerle karşılaşmadığımızı büyük bir üzüntüyle belirtirim.

2- Gelelim yerel borsalarımıza. Yerel borsalarda kripto varlıklara ilişkin gerçekleştirilen start-up, ihraçlar için denetim ve kısıtlamalar mevcut mu ve/veya nasıl olmalı? Örnek veriyorum, “X” Türk kripto borsası “PireCoin” adında bir kripto varlığı çıkarmış olsun. Bu “PireCoin”i hangi şartlarda ihraç edebilir/etmelidir? Kripto varlıklara ilişkin meşhur bir deyim olan “rug pull” olma riski karşısında yatırımcıları koruyan bir güvence sistemi kurmak mümkün mü? İhracı gerçekleştiren borsa/şirket için asgari sermaye şartı veya teminat uygulaması getirilebilir mi?



YENİ E-KONOMİ

Medyayı bu konuda takip ediyorsanız hatırlarsınız: Thodex, Vebitcoin ve Sistemcoin gibi (en güncel dolandırıcılık haberi ise Smart Trade Coin) kripto borsalar ardında yüz binlerce mağdur ve milyarlarca liralık kayıp bıraktı. Bunun sebebi hukuki düzenlemelerde eksiklikler ve otokontrolün bulunmaması ve girişimcilerdeki iş ahlakının eksik olmasıydı.

Medyaya tam olarak yansımadiğı halde büyük organizasyonlarla yeni coin/token projesi olarak lanse edilen güven esasına dayalı olarak para toplanan ve bu şekilde dolandırılan vatandaşlar da azımsanamayacak kadar fazla.

3- Türkiye’de mukim kripto borsalarının mevcut müşteri bilgileri, elde ettikleri komisyon gelirleri ile ilgili olarak günlük işlem hacimlerine uygun beyanda bulunup bulunmadıkları vb. hususlara ilişkin bugüne kadar bir araştırma ya da bunun sürekli olarak kontrolünü ve denetimini sağlayabilecek projeler (yazılımlar, mutabakatlar vs.) mevcut mudur?

- Bu konuda hem düzenli hem düzensiz denetimlerin sıklaştırılması, gerekirse belirli bir parasal büyüklüğün üzerinde işleme sahip kripto borsalarına devleti temsilen daimi temsilci/nezaretçi ataması yapılması gerektiğini düşünmekteyiz.

- Sektörde yer alan tüm grup ve rollerin aktif şekilde devlet denetiminde eşgüdümlü hareket etmesi; hem devletin riskleri kontrol etmesinde hem paydaşların birbirine olan haklarının gözetilmesi hem de yatırımcının güvenliği açısından önem arz etmektedir.

4- Global borsalara yerel borsalardan kripto

varlık transferlerinde nispi bir vergi rejimi uygulanabilir mi? Yoksa soğuk-sıcak (cold-hot wallet) cüzdanlardan ve global borsalardan yerli borsalara aktarılan kripto varlıklara ilişkin “TL” çekim esnasında bir vergi rejimi mi oluşturmak daha doğru olabilir?

- Bu konuda getirilebilecek çok farklı düzenlemeler mevcut. Aslında yukarıda sonuç odaklı olarak olası “kripto paradan hangi aşamada, nasıl vergi alınır?”a ilişkin durumu özetliyoruz.

- Söz konusu vergilendirme rejiminin hake hukuka uygun olması için, belirli bir dönemde mutabakat yapılarak karlılık ve zarar durumuna göre tevkif edilmesi de mümkün olabilir.

- Kazanç üzerinden vergilendirmenin aracı kuruluşlara (kripto borsalarına ve diğer paydaşlara) sorumlu sıfatıyla bırakılacağı uzaktan bakınca tahmin edilebiliyor.

- Bu aşamada aracı kuruluşların stopajı hangi rakam üzerinden yapacağına ilişkin önerimiz GVK Geçici 67/11’de yer alan düzenlemenin bire bir aynısı ya da revize edilmiş bir halinin uygulamaya alınması olacaktır. Aksi takdirde yatırımcının hak ve hukuku korunamaz, verginin gerçek matrahı tespit edilememiş olur.

5- Türkiye’de mukim borsaların müşteri memnuniyetine ilişkin sorunlara ne zaman çözüm aranacak?

Bunları genel olarak sıralarsak, en çok şikayetçi olunan konular şunlardır:

- uptime (kesintisiz çalışma) performans problemi (bazen 1 günü aşan kapanmalar)



- hesapları sebepsiz dondurabilme (internetten çok fazla şikayet bulabilirsiniz)
- işlemleri geçici süreyle askıya alma, (sistemsel arıza adı altında yaşanan aksaklıklar)
- müşterilere 7/24 sesli, görüntülü veya mail üzerinden destek hakkının tam olarak verilmemesi

6- Yasadışı kumar ve bahis gibi konularda faaliyet gösterenlerin, deep web içerik satışlarının kısacası illegal organizasyonların kullandığı kripto cüzdanlara yapılan transferlerin takibi mümkün mü? Tespit edilen adreslere ilişkin yerel borsalar üzerinden nasıl bir kara liste yöntemi koordineli şekilde uygulanabilir ve tüm paydaşlara geri bildirim nasıl bir sistem üzerinden yansıtılabilir?

- TCMB tarafından 16.04.2021 tarihinde yayımlanarak yürürlüğe giren “Ödemelerde Kripto Varlıkların Kullanılmamasına Dair Yönetmelik” sonrası detaylarına çok yer vermeksizin piyasada bulunan riskli işlemlerin azaldığını söylemek mümkün. Burada ilgili Yönetmeliğin dijital paranın hâkimiyetine ilişkin sınırları daralttığını söyleyebiliriz ancak arka planda devlet otoritesinin yasal altyapısı tam oturmamış bir sisteme günümüz şartlarında tamamen izin vermesi de riskleri yanında getirmektedir.

- Diğer yandan Türkiye'nin de taraf olduğu FATF (Financial Action Task Force on Money Laundering) kuralları kapsamında, devletin suçun ve terörün finansmanını önlemeye yönelik yükümlülükleri vardır. FATF kurallarına uyma konusunda gri listede yer aldığımızı maalesef belirtmek durumundayım. Gri listede bulunmaktan kasıt; kara para aklama ve terörün finansmanı konusunda eksiklikleri bulunan ve risk içeren ülkelerin yakın gözetim altında tutulması gerektiği anlamına geliyor.

7- Kamuya açık olmayan (şeffaf olmayan) , transfer takibi yapılmasının mümkün olmadığı coin ve tokenler Türkiye'de mukim borsalarda mevcut mudur? Mevcutsa bunların alım/satımını engellemek gerekir mi?

- Araştırmak isteyenlere Monero (XMR) coini örnek verebilirim. Çok detayına girmeden sorumuzu eklemiş olduk.

Bu şekilde çok fazla yapıcı soru sorularak sorunların çözümüne ulaşmak mümkün olduğu kanaatindeyiz. Aslında riskler ve güvenlik açıkları apaçık ortada olduğu halde, biz bu sistemin adını koymaya ve sadece “aslan payımızı” almaya daha fazla kafa yorarken; kayıpları ve zafiyetleri görmezden geliyor olabilir miyiz?

TEŞEKKÜRLER...

YENİ E-KONOMİ Dergisinin “MERHABA YENİ DÜNYA” başlıklı beşinci sayısında desteklerini bizden esirgemeyen; Buğra Ayan’a, Burka Bayram’a, Can Yurdakul’a, Doç. Dr. Ertan Toy’a, Faruk Arslan’a ve Ufuk Tarhan’a teşekkür ederiz.

BURUŞTURUP KENARA ATTIĞINIZ SADECE BİR KAĞIT DEĞİL!



