



# BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ HABER BÜLTENİ

TÜRKİYE ODALAR VE  
BORSALAR BİRLİĞİ  
BİLGİ HİZMETLERİ  
DAİRESİ

TOBB BİLGİ HİZMETLERİ DAİRESİ AYLIK BÜLTENİ TEMMUZ 2007 YIL 2 SAYI 19

## İÇİNDEKİLER

- 1 Yazılım Pazarında Büyüme Eğilimi Sürüyor
- 2 Web Adreslerinde Türkçe Karakter
- 2 YouTube'da Virüs Uyarısı
- 3 Güvenlik Açıklarında Büyük Artış
- 4 e-Güvenlik Kapısı Açılıyor
- 4 300 Trilyon Sahibini Bekliyor
- 5 3. Kobiler ve Bilişim Zirvesi
- 5 CD 25 Yaşında
- 6 Teknolojide Tek Olmak

## YAZILIM PAZARININ BÜYÜME EĞİLİMİ SÜRÜYOR

**Dünya pazarında sayısal ofislerin önemli bir parçası olan yazılımlar pazarı büyümeye devam ediyor. Gartner tarafından yayınlanan raporlara göre 2004-2005 yıllarında daralan pazar, önümüzdeki dönemde büyüme eğilimi gösterecek.**

Türkiye pazarına bakıldığında bu gelişme biraz daha yavaş görünüyor. Ancak bu alandaki çözüm sağlayıcılar, kuruluşların sayısal teknolojilerin getirileri konusunda daha bilinçli hale gelmesiyle yerel pazarda da yaygınlaşmanın gerçekleşeceğini kaydediyor. Ofislerin sayısallaşmasında çok işlevli baskı araçları gibi bütünsel çözümler öne çıkıyor. İş süreçlerinin önemli parçası olan dokümanların sayısallaştırılarak, ortak bir platformda arşivlenmesi, paylaşılması ve iş süreçlerine dâhil edilmesi çok kritik. Bütün bu işlemlere bakıldığında, önemli olan diğer bir faktör ise bu süreçleri yönetecek yazılımlar olarak karşımıza çıkıyor.

Gartner'ın 2004-2010 yılları arasında ofis ve sayısal içerik yaratımı ( Digital Content Creation-DCC ) yazılımları alanlarını inceleyen araştırması dünya pazarına ayna tutuyor. Araştırma bu alanlarda 2000 yılına göre 2005 yılının daha verimli ancak bir o kadar da zorlu geçtiğini gösteriyor. 2005'te ofis yazılımları ve DCC büyüme oranları 2004 yılına göre %2.4 ve %9 azalmış durumda.

Bu çözümlere yönelik pazarın toplam gelirinde 2010'a kadar yıllık %6'nın üzerinde bir büyüme görülmesi bekleniyor. Müşteri taleplerindeki değişiklikler ve teknolojik gelişmeler nedeniyle organizasyonlar, kişisel üretkenliği yükselten çözümlere yöneliyor. Araştırma, ofis ve DCC yazılım sağlayıcılarının geleceklerinin Pazar dinamiklerinin değişmesiyle zorlu hale geleceğine dikkat çekiyor. Diğer yandan üreticilerin değişen Pazar ihtiyaçlarını dikkatle izlemeli ve değerlendirmeliler.

Ofis ve DCC yazılımları pazarı bundan sonra da hızla büyüyecek. Gartner'ın gerçekleştirdiği araştırma bunun sebeplerini açıklıyor. Bu paralelde 2006-2008 yılları arası bir geçiş dönemi olacak. Geleneksel lisanslı masa üstü yazılımları yerine ince istemci, web bazlı uygulamalara bırakacak. Diğer yanda Google masa üstü arama ve e-posta araçlarını geliştirerek ofis üretkenliğine yönelik çözümlere dönüşürecek. Web bazlı uygulamaları ücretsiz olarak sunan ve bu uygulamaların gelirlerini reklâmlardan elde eden 'startup' üreticiler pazara hareket getirdi. Bu üreticilerin çoğu belirli süreçte başarısız olacak ya da başka şirketler tarafından satın alınacak. Web 2.0 bazlı tükrevleri ise ofis yazılımları pazarına ses getirecek. Ancak bu noktada bazı girişimciler hâla zorluklarla yüzleşecek. Açık kaynak kodlu uygulamalar ve endüstri standartlı formatlar, pazar

penetrasyonu yükselmek için fırsat sunuyor.

Çözüm pazarını etkileyen pek çok faktör söz konusu. Araştırmaya göre ekonomik koşullar BT bütçelerini etkiliyor. Şirketlerin çözümlerde iş süreçleri için gerekli olan fonksiyonlara yönelmesine neden oluyor. Öte yandan düşük maliyetli web bazlı uygulamalar ve açık kaynak kodlu yazılımlar dikkat çekmeye başladı. Gelecek dönemde bu çözümlerin kullanıcılar tarafından daha çok ilgi görmesi bekleniyor. Pek çok ulusal ve yerel yönetim, programların açık standart formatında olması konusunda ısrarcı. Pazarda birleşmeler sürüyor. Bu paralelde küçük çaplı üreticiler büyük çaplı şirketlerle birleşmeye devam edeceği öngörülüyor.

### Dünya pazarı oranları

Dünya pazarında belirli bölgelerin Pazar paylarına bakıldığında ufak çaplı büyüme ve küçülme görülüyor. Araştırmaya göre 2005-2010 yılları arasında dünya pazarında bölgesel Pazar payı oranlarında yaşanacak değişimler şöyle sıralanıyor:

- ABD pazarında %47.3'ten %46.5'e ufak bir gerileme söz konusu olacak.
- Kanada %3 lük sabit Pazar payını koruyacak.
- Batı Avrupa pazarı %29.5'ten %28.4'e düşecek.
- Orta ve Doğu Avrupa %1.9'tan %2'ye çıkacak.
- Asya-Pasifik %8.2'den %9.9'a çıkacak.
- Latin Amerika Pazar payı %2'den %2.1'e ufak bir yükseliş yaşayacak.
- Orta Doğu ve Afrika pazarı %1.8'den %2.1'e yükselecek.
- Japonya pazar payı ise %6.4'ten %6.1'e getirilecek

BTHABER

## WEB ADRESLERİNDE TÜRKÇE KARAKTER

IDN (Uluslararası Alan Adı) ASCII olmayan harfler içeren alan adlarıdır. Bir çok avrupa dilleri, latin olmayan Arapça, Çince gibi dillerde kullanılan karakterleri içeren alan adlarına duyulan ihtiyaç, Internet'in gelişmesi ve web sitelerinin çoğalması neticesinde giderek artmıştır. Bunun sonucunda Internet adresleri artık sadece İngilizce harflerde değil aynı zamanda ülkelerin kullandıkları alfabelere bağlı olarak yerel harfleri de içerebilmektedir.

2003 yılında ICANN (Internet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu) tarafından IDNA (Uygulamada Uluslararası Alan Adı) kullanım rehberi yayınlanmış ve üst seviye alan adları kayıtları 2004 yılında kabul edilmeye başlanmıştır.

Günümüzde ç, ğ, ı, ö ve ş harflerinin yer aldığı Türkçe karakterler Mozilla 1.4, Netscape 7.1, Opera 7.11, Safari gibi tarayıcıların ilgili sürümlerinden itibaren desteklenmeye başlanmıştır. Internet Explorer 7 de bu desteği sağlamakla beraber 6.0 etiketli sürümü ise harici bir eklenti kurulumuyla bu tür adreslere ulaşma olanak vermektedir.

Alan adlarının geri uyumluluğu açısından ToASCII algoritmasını kullanmaktadır. ASCII harf içermeyen alan adlarının başına dört karakterli "xn--" dizgisi getirilir; ortasına ASCII olan karakterler getirilir. Sonuna da ASCII olmayan karakterleri "punycode" kodlamasıyla çevrilerek eklenir. Örneğin: <http://www.türkçe.com.tr> adresi <http://www.xn--trke-2oa7j.com.tr> olarak değişerek erişime izin verilir. Böylece internet adreslerinde Türkçe karakterler kullanılabilir.

Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi ve başvuru için <http://nic.tr> adresi ziyaret edilebilir.

## YOUTUBE'DA VİRÜS UYARISI

Bir güvenlik firması, YouTube sitesinde video dosyası gibi gözükken yeni bir "zlob" raporladı. Zlob kullanıcı bilgisayarında arka kapı açan Trojan'lara verilen ad olarak tanımlanıyor.

Kullanıcı bu özel zlob'a tıkladığı zaman, sürekli reklamlarla karşılaşmaya başlıyor. firma, bu reklamların da kötü kod yüklediğini bildiriyor.

Sahte videonun adı "YouTube - Afterworld Episode 6 - Hibakusha." Tanımdaki ufacık bilgi kırıntısı da ilginç : "Nüfusun % 99'u kayboluyor. Teknoloji öldü" Afterworld, web için yapılmış animasyonlu bir kurgu bilim serisi, modern uygarlığın esrarengiz bir olay ile yok olmasından sonrayı anlatıyor.

Afterworld'ün potansiyelinin çok yüksek olduğu bildiriliyor. Güvenlik firması, dosyanın kullanıcılara, çalıştırılacak bir .EXE dosyası indirmeyi gerektirmediğini bildiriyor.

YouTube sözcüsü ise firma tarafından gönderilen linki tıkladığında kötü bir şey olmadığını belirterek, YouTube'ün güvenliğe büyük önem verdiğini hatırlattı. Sözcü "Birilerinin bizim markamızı ya da sitemizi başka bir noktadan virüs yüklemek amaçlı olarak kullandığını görürsek, araştırmaya başlar ve önlem alırız." dedi.

Buna karşın güvenlik firması ise bu tür kötü kodların kısa bir süre kaldığını belirtirken, Bu kötü adamların YouTube gibi ziyaretçi sayısı fazla olan siteleri tercih ettiklerini de not etti ve şöyle devam etti: "YouTube'e virüsü ancak bir kaç saatliğine yerleştiriyorlar. Ama yine de yeterince etkili olabiliyorlar. İstmeden pop-up'ların açılması belki sadece rahatsız edici olabiliyor ama key-logger yüklenmesi durumunda çok daha tehlikeli durumlar ortaya çıkabiliyor.

TURK.INTERNET

## GÜVENLİK AÇIKLARINDA BÜYÜK ARTIŞ

**Bilgi güvenliği alanındaki açıklar her geçen gün kurumlara biraz daha zor anlar yaşıyor. Bir güvenlik yazılım firmasının genel müdürü, önümüzdeki dönemde çok ciddi sorunların şirketleri beklediğini belirtti.**

Gartner raporlarının 2008 yılında şirketlerin yüzde 75'inin sanal suçlar nedeniyle hırsızlığa maruz kalacağını ortaya koyduğunu söyleyen firma, kayıtlara göre sadece 2006 yılında, 1990-2005 arasındaki 15 yılı aşkın sürede rapor edilenden daha fazla zararlı yazılım ve tehdit rapor elde edildiğini kaydetti.

2007 yılında şu ana kadar geline sürecin de bu grafiği devam ettirebilecek yönde geliştiğini dile getiren uzmanlar, şöyle konuştu: "Bilgisayar dünyasındaki tehditlerin geldiği noktada artık şirketler sadece çalışanlarının uğrayacağı zaman kaybından hayıflanmamacaklar. Önümüzde çok daha zorlu bir yönelim var. Denildiği gibi bu tehditleri yaratan kişiler artık bu işten para kazanabileceklerini görmüş durumdalar. Bunun için daha fazla, daha agresif bir şekilde zorlamaya devam edecekler. Şirketlerin güvenlik nedeniyle en çok uğradıkları kayıplara bakıldığında ise zaman ve para ana başlıklar arasında yer alıyor."

Güvenlik nedeniyle şirketlerin farklı seviyelerde kayıplar yaşadığını söyleyen CA'ya göre ise spam e-postalar, virüsler nedeniyle birçok kurumda önemli iş gücü kayıpları oluşuyor. Bunun yanında kurum bilgi sistemlerinde oluşan güvenlik aktivitelerinin etkin bir biçimde kontrol edilememesi nedeniyle, birçok güvenlik riskinin fark edilmemesinin çok yaygın olduğunu belirten uzmanlar, konu ile ilgili olarak "kontROLSÜZ USB disk kullanımı, bilgi sisteminde oluşan aktivitelerin kontrol altına alınmaması, kurum içerisinde kaynaklanan saldırıların hızlı bir biçimde tespit edilememesi, fazla yetkiye sahip kullanıcıların varlığı ve veri şifreleme sistemlerinde yaşanan sorunlar nedeniyle bilginin korunama-

ması ve yetkisiz işlemlerin tespit edilememesi kurumlarda bilginin güvenliğinin sağlanamamasına yol açıyor ve genellikle oluşan yetkisiz işlemler tespit edilemiyor" diye belirtiyorlar

Uzmanlara göre güvenlik sorunu nedeniyle şirketlerin uğradığı kayıplar birkaç başlık altında sıralanıyor. Özellikle kritik veya gizli bilgileri bulunan şirketlerin, e-ticaret uygulaması yapan kurumların, bankalarda finans kuruluşlarının sistemlerinin dış dünyaya açık bir şekilde çalıştığını hatırlatan uzmanlar, "sistemde var olan güvenlik açıkları, kurumların iş sürekliliğini durduracak, bilgilerini dışarı sızdıracak kurumların ve kurum müşterilerinin ciddi zarar görmesine sebep olacaktır" diyor. Para kaybının da ötesinde önemli noktalardan birinin kurumlardaki iş sürekliliğinin zedelenmesi olduğuna dikkat çeken yetkililer, bu tür durumların kurumların itibarını da çok olumsuz etkilediğini kaydetti. Uzmanlar, şirketler için yaşanan güvenlik açıkları nedeni ile ortaya çıkabilecek kayıpları ise şöyle sıralıyorlar: İş sürekliliğinin durması, kuruma ait bilgilerin ( müşteri bilgileri, şifreler, yazışmalar, tasarım ve projeler vs ) kötü niyetlerin eline geçmesi, para kaybı, itibar kaybı.

Güvenlik nedeniyle şirketlerin en çok uğradıkları kayıpların ilk anda maddi kayıplar olarak gözükse de orta ve uzun vadede dolaylı olarak ciddi maddi kayıplarla sonuçlanacak imaj ve prestij kayıplarının da meydana gelebileceğinin altı çiziliyor. Şirketlerin yaşadıkları güvenlik olayları maddi bir kayıpla sonlanmamış olduğu zaman herhangi bir kaybın oluşmadığını düşünerek hareket edebildiğine dikkat çeken yetkililer, "Aslında orta ve uzun vadede sonuçlar ortaya çıkabilecek ve çoğu zaman tahminlerin çok ötesinde sonuçları olan kayıpları hiç hesaba katmamak bir şirketin içine düşebileceği en büyük yanılgıdır" diyorlar

BTHABER

## E- GÜVENLİK KAPISI AÇILIYOR

**Tübitak, Ekim ayına kadar Bilgi Güvenliği Kapısını kurarken bilgisayar olaylarına acil müdahale için bir merkez oluşturulacak**

TÜBİTAK Ulusal Elektronik ve Kriptoloji Araştırma Enstitüsü (UEKAE), BT güvenliği konusundaki bilgi birikimini kamuya paylaştı. “Kamu Kurumları Bilgi Teknolojileri Güvenlik Günü”, 8 Haziran 2007’de Tübitak Feza Gürsey Konferans Salonu’nda yapıldı. Etkinlikte, Bilgi Toplumu Stratejisinin (BTS) Ulusal Bilgi Güvenliği Programı kapsamında, Ekim’e kadar bilgi güvenliği kapısı kurulacağı ve bilgisayar suçlarına acil müdahale için bir merkez oluşturulacağı anımsatıldı.

UEKAE Ortak Kriter Test Merkezi (OKTEM) adına katılan bir yetkili ise 1999da çalışmaya başlayan bilgi güvenliği grubunun TSK’ya hizmet verdiğini, e-dönüşüm projeleri içinde yer aldığını, güvenlik standartları konusunda çalıştıklarını, Genel Kurmay, NATO ve Sayıştay ile protokol yapıp işbirliği geliştirdiklerini anlattı.

Yetkili, bilgisayar sistemlerine saldırıların kolay saptanamadığını, 39 kurumda yaptıkları inceleme sonucunda kamunun bilgi güvenliği konusunda durumunun kötü olduğunu bildirdi.

Bu kapsamda bilişim sistemlerinin denetimi ve bilgisayar destekli denetim alanlarında kapasitenin güçlendirildiğini, bilgi işlem merkezinin TÜBİTAK’ın işbirliğiyle yeniden yapılandırıldığını ve Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemini (BGYS) oluşturmak için gerekli hazırlıklara başladığını anlatan yetkililer, önceliklerinin denetimde bilişim sistemleri desteğini azami derecede sağlayacak otomasyon çözümlerini üretmek olduğunu vurguladı.

IT BUSINESS WEEKLY

## 300 TRİLYON SAHİBİNİ BEKLİYOR

**Evrensel Hizmet Yasası’nın 26 Haziran 2005 tarihinde uygulamaya girmesinin ardından, Evrensel Hizmet Fonu’nda toplanan para 300 trilyona ulaştı.**

Telekom sektörü serbestleşen ve özelleşen ülkelerde, sayısal uçurumu engelleme amaçlı olarak geliştirilen “Evrensel Hizmet Fonu”nun Türkiye’deki uygulaması fonu oluşturan şirketlerin tepkisini toplarken, Ulaştırma Bakanlığı Haberleşme Genel Müdürlüğü’nün fonun kullanıma yönelik açtığı danışmanlık ihalesine girmek için biri ulusal olmak üzere 5 şirketin ön yeterlilik dosyası verdiği kaydedildi. 22 Temmuz’daki genel seçimler öncesi danışmanlık ihalesinin iptal edilmesi dikkatleri Evrensel Hizmet Fonu’nda biriken 300 trilyon liranın nasıl kullanılacağına çekti. Evrensel Hizmetin verilmesi için ihaleye çıkılması gerekmekte iken bazı hizmetlerin, doğrudan Türk Telekom’a verilmesi, fona katkı sağlamakta olan işletmecileri, olumsuz yönde etkiliyor.

TELKODER, söz konusu uygulamanın düzeltilmesi için yaptığı girişimlerin sonucunda, 27 Nisan tarihli 2007 Resmi Gazete’de yayınlanmış olan ve “Farklı yayın ortamları ve teknolojisi kullanılarak yapılan sayısal yayıncılığın (DVB-T, DVB-S, DVB-C) Karasal sayısal vericiler üzerinden ülkemizdeki yerleşim alanlarının tamamını kapsayacak şekilde sunulmasına yönelik hizmetlerin, 5369 sayılı Evrensel Hizmetin Sağlanması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun 5. maddesinde yer verilen evrensel hizmet kapsamına dahil edilmesi....” ifadesini içeren 2006/10318 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı’nın iptali için yargı yoluna başvurdu.

BTHABER

### 3. KOBİLER VE BİLİŞİM ZİRVESİ

KOBİ'lerin rekabet güçleri, ülke ekonomilerinin etkinliğinde belirleyici rol oynamaktadır. Rekabet avantajının yakalanmasında bilişim teknolojilerinin rolünün ve yenilikçiliğe olan katkılarının sektörel bazda ele alınacağı 3. KOBİ'LER VE BİLİŞİM ZİRVESİ bu yıl 6 Temmuz 2007'de Eskişehir'de gerçekleştirilecektir.



2005 ve 2006 yıllarında KOBİ'lerin Bilişim Teknolojilerine olan yatkınlığını güçlendirmek amacıyla organize edilen "KOBİLER VE BİLİŞİM ZİRVESİ"nin bu yıl üçüncüsü düzenlenecektir.

Türkiye'nin en büyük KOBİ odaklı bilişim zirvesi olan bu etkinlik, girişimciliğin ve yenilikçiliğin etkin rekabet değerleri olmasından hareket ederek Türk KOBİ'lerinde teknolojinin etkinliğini ve verimliliğini arttırmayı hedeflemektedir. 3000'den fazla KOBİ ve teknoloji profesyonelinin bir araya geleceği etkinlik süresince 3. KOBİ'LER VE BİLİŞİM ZİRVESİ'nin temel amacı KOBİ'lerle çözüm sağlayıcılara arasında daha yakın bir işbirliğinin kurulması olarak belirlenmiştir.

Bu kapsamda şu başlıklara yönelik toplantılar organize edilmesi planlanmaktadır: Mevcut teknolojilerin KOBİ'lerde kullanılabilirliğinin artırılması ve KOBİ'lere ulaşmayı hedefleyen bilişim sektörü şirketlerinin çözümlerini ve deneyimlerini aktarabilecekleri bir platform oluşturulması.

Ayrıntılı bilgi için <http://kobilervebilisim.org> adresi ziyaret edilebilir.

### CD 25 YAŞINDA



Müzik endüstrisine yeni bir soluk getiren Compact Disc kısaca CD, 25'inci yaşını kutluyor. İlk piyasaya sürüldüğünde beklenmedik düzeyde iyi bir ses

kalitesi sunan CD, sadece insanların müzik dinleme alışkanlıklarını değiştirmekle kalmadı, dijital çağın da başlangıcı oldu.

Müzik sektöründe yıllarca rakipsiz kalan Compact Discler halen müziğin dağıtımında en fazla tercih edilen format olma özelliğini koruyor.

Gelişen teknoloji sayesinde CD'lerin üretimi de kolaylaştı. 1982'de bir CD'nin üretimi 27 saniye sürerken, şu anda bunun için 3 saniye yeterli oluyor.

Bundan tam 25 yıl önce piyasaya sürülen ilk CD, ABBA grubunun 'The Visitors' adlı albümüydü.

Günümüzde optik medyaların başlangıcı olarak kabul edilen CD'ler bugünlerde HD-DVD ve Blu-Ray ile üçüncü nesil ürünlerine ulaşmak üzereler ancak maliyetlerinin düşük olması nedeniyle hala müzik sektöründe CD'ler tercih ediliyor.

CD'ler sadece müzik sektöründe değil; aynı zamanda veri depolama alanında da çığır açtılar. Önceleri veriler sadece 1.44 MB kapasiteli disketlerde saklanırken daha sonra 650 ya da 700 MB kapasiteli CD'ler sayesinde kullanıcılar çok daha fazla depolama alanlarına sahip oldular. CD'ler kullanışlılık ve düşük maliyetten dolayı depolamada diğer bir alternatif olan zip driver olarak adlandırılan birimlerin de önüne geçtiler. Günümüzde yeni nesil optik medyalar da CD teknolojisinin geliştirilmesiyle ortaya çıktılar

NTVMSNBC



## TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ BİLGİ HİZMETLERİ DAİRESİ

Aylık Bilişim Teknolojileri  
Haber Bülteni  
Yıl: 2 Sayı: 19  
Temmuz 2007

Her ayın ilk iş günü elektronik  
olarak yayınlanır ve dağıtılır.

Atatürk Bulvarı No : 149  
Bakanlıklar ANKARA  
Tel : 312-413 80 00  
Faks : 312-425 48 54  
E-posta : [sinan@tobb.org.tr](mailto:sinan@tobb.org.tr)

# BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ HABER BÜLTENİ

## TOBB BİLGİ HİZMETLERİ DAİRESİ AYLIK BÜLTENİ

### TEKNOLOJİDE TEK OLMAK

**Teknoloji firmaları yeni ürünleri rakiplerinden daha önce pazara sunarak pastadan büyük dilim almak için zamana karşı yarışıyorlar. Bu da kullanıcılara teknolojinin en güncel ürünlerine daha hızlı ulaşma fırsatı sunuyor.**

Söz konusu bu durum kullanıcılar için çok faydalı olsa da üreticiler açısından bakıldığında durum biraz değişebiliyor. Üreticiler, kullanıcılar ürünlerini satın aldıktan sonra da kendilerinin tercih edilmesi için ellerinden geleni yapıyorlar. Eğer ürün kaliteli ise kullanıcılar zaten bir sonraki seferde de aynı markayı seçme eğilimindedirler ancak firmalar işlerini garantiye almak için başka yollar da deneyebiliyorlar.

Firmalar ürünlerinin bazı parçalarını standartların dışında tutarak sadece kendileri üretiyorlar. Böylece kullanıcı ürün arızalandığında ya da ürünü geliştirmek istediğinde sadece üretici firmada bulunan ekipmanları almak zorunda kalıyorlar.

Örneğin bir medya oynatıcısı, medyaları sadece kendisinin desteklediği bir formatta sunarak o parçayı izlemek ya da dinlemek isteyenleri sadece kendi ürünlerini almak zorunda bırakabiliyor ya da bir cihazı başka bir cihaza bağlamak için standart dışı girişler kullanarak sadece kendi ürettikleri kabloyu kullanma mecburiyetini getirebiliyorlar.

İlk bakışta bu durum kabul edilebilir gibi görünebilir. Kullanıcılar da genel olarak ürünü en iyi üretici firmanın tanıdığı inancıyla parçalar arası uyumsuzluk riskini göze almadan bu duruma ses çıkarmayabilirler.

Yukarıda verilen örnekler ve

sözü edilen durumun dışında olayın başka bir yönü de vardır. Bazen aynı işlemi yapacak birbirinden farklı ürünler piyasaya sürülebilir ve bu durum kullanıcıların kafasını karıştırıyor.

Aynı görev için üretilmiş ürünler farklı teknoloji kullandığı için hepsi aynı şeyleri desteklemeyebiliyor. Bu durumda kullanıcı ihtiyacının ne olduğunu tam olarak saptamak ve alacağı ürünü bu doğrultuda temin etmek durumunda kalıyor. İlgili alanda yeterli bilgiye sahip bir kullanıcı için şikayet edecek bir durum oluşmasa da tecrübesiz kullanıcılar için bu durum çok karmaşık bir hal alabiliyor.

### Üreticiler tek olmak amacını gütmeselerdi, kullanıcılar da bu kadar hızlı gelişen bir teknolojiye tanıklık edemezlerdi

Yukarıda bahsedilen durumun en bilinen örneği geçmiş yıllarda optik medyalar alanında yaşanmıştı ve günümüzde de yeni nesil optik medyalar da yaşamaya devam ediyor.

CD'lerden DVD'lere geçerken DVD+R ve DVD-R formatları arasında neredeyse bir Pazar savaşı yaşanmıştı. İki formatın da kendilerine göre avantajları ve dezavantajları vardı. Okuyucular da ya sadece tek formatı destekliyor ya da iki formatı birden destekliyorlardı ancak bu durumda iki formattan birisi istenilen performansı gösteremiyordu. DVD yazıcılar her marka DVD medyasını yazamıyordu ve kullanıcılar sahip oldukları yazıcıyla en uyumlu çalışan medyayı arayıp bulmak zorunda kalıyorlardı.

Günümüzde artık bu durum

aşıldı ve bir sorun teşkil etmiyor denebilir.

Yeni nesil optik medyalar ise rekabet son hızıyla sürüyor. Bir yanda HD-DVD, diğer yanda ise Blu-Ray diskler ilgili alanda standart haline gelebilmek için sürekli gelişiyorlar. HD-DVD daha iyi bir kopya koruması vaat ederken; Blu-Ray ise tek katmanda 25, çift katmanda 50 GB gibi büyük bir depolama alanı sunuyor.

Firmaların çoğu şimdilik bu alanda sadece tek bir formata destek vereceklerini açıklamışlarken yeni yeni ikisini de destekleyecek firmalardan söz edilmeye başlandı.

Sonuçta ilerleyen zamanda ya yarışı kazanan ya da her ikisi de kullanıcıların PC'lerinde yerlerini alacaklar.

Bu durum kullanıcılara en iyisine ulaşma şansı veriyor ancak lider olan firmalar kazandıkları bu ayrıcalığı fiyatlara yansıttığı takdirde kullanıcılar açısından hoş olmayan bir durum ortaya çıkıyor. Burada tabii ki firmalara da hak vermek gerekiyor çünkü hem ürün geliştirilirken hem de rekabet sürecinde büyük maddi harcamaları oluyor. Herhalde standart haline gelmeye çalışmaktaki en büyük neden kullanıcıları kendilerine bağlayarak Ar-Ge süreci boyunca yapılan harcamaları telafi etmek.

Şimdilik ne yazık ki her iki tarafı da memnun edecek bir orta yol bulunabilmiş değil. Herkes durumu kendi açısından inceliyor. Kabul etmek gerekir ki üreticiler tek olmak amacını gütmeseler, kullanıcılar da bu kadar hızlı gelişen bir teknolojiye tanıklık edemezler ve kaliteli ürünlere sahip olamazlardı.

([sinan@tobb.org.tr](mailto:sinan@tobb.org.tr))