

NORMAL

ANLIK

e-ISSN: 2717-7378

DiJITAL DERGi

SAYI:15 KISIM:4



Radyo Programcısı ve Podcast Yayıncısı

AYKUT BALCI

“Podcastlerin ilgi görme sebebi insanların Yalnızlıkları”

Röportaj: Harun Akkoyun

Radyo Programcısı ve Podcast Yayıncısı Aykut Balcı:

“Pandemi sırasında insanların yalnızlıkları ve bir şeyleri kaçıyorum hisleri, podcastlerin ilgi görmesinde etkili oldu.”

Kimsenin inkar edemeyeceği bir şey varsa o da pandemi sürecinin hayatımızdaki bakmak ve görmek fiillerine yaptığı yadsınamaz katkılardır. İnsanız ve doğamız gereği oluşan ihtiyaçlara göre pozisyonlar alıp çözümler üretiyoruz, bu çözüm üretme ve eklemleme sürecinin içinde geçirdiğimiz iki yıllık süreç bunun açık göstergeleriyle dolu bile.

Aslında hayatımızda hali hazırda var olan konuları popüler hale getirdik ve önemsenmeye başladık. İletişimin ve iş yapabilme yöntemlerinin alternatiflerinin haricinde açlığımızı karşılayacak, ilgi odağımızdaki içerikleri tüketmenin yeni yollarına adapte olduk.

Bu açlığı arabada, yolda yürürken ya da evde otururken gidermek için, ister eğlenmek ister öğrenmek amacıyla olsun, son yıllarda hayatımıza podcast kavramını yoğun şekilde soktuk. Podcastin dünyada hali hazırda var olan popüleritesi son birkaç yıldır ülkemizde de etkisini açıkça gösteriyor. Bu yüzden biz de bu konunun iç yüzünü her zamanki gibi uzmanına, yani bir podcast yayıncısına soralım istedik.

Detaylı ve samimi cevapları için Radyo programcısı ve podcast yayıncısı Aykut Balcı'ya çok teşekkür ederim.

Röportaj: Harun Akkoyun



Podcast yayıncılığının yükselişini neye bağlıyorsun, neden bu kadar popüler oldu?

Podcastin tarihine baktığımızda aslında epey eskiye dayanıyor. Önemli kilometre taşları aktarmadan geçemeyeceğim. 2003 yılında Dave Winer radyo sunucusu arkadaşı Christopher Lydon için RSS feedleri mp3 dosyaları içerecek şekilde geliştirmiş ve Christopher Lydon NPR'daki programının ses dosyalarını web bloğundan RSS feed yoluyla dinleyicilerine ulaştırıyordu. Bu otomasyon bloglardaki ses dosyaları için büyük bir kolaylıktı. Teknik olarak sadece bir yerde yayınladığınız bir dosya her yerde aynı anda gözükebiliyordu. Adam Curry bir sonraki aşamada iPodder isimli bir program yazarak RSS feed yardımıyla indirilen ses dosyalarının Apple firmasının meşhur müzik çaları iPod'lara senkronize edilmesini, yani otomatik olarak aktarılmasını sağladı.

Tüm dünyanın podcast ile tanışması 2005 yılında Steve Jobs'un iTunes'un podcasti destekleyeceğini duyurması ile başladı. Podcast isminin ortaya çıkışı ise yazar Ben Hammersley'nin The Guardian'da 12 Şubat

2004'te yayınladığı makaleye dayanıyor. Bu konuda çok kesin bir bilgi olmamasına rağmen podcast isminin bilinen ilk kullanılışı bu makalededir. Kelime iPod ve broadcast (yayın) kelimelerini birleştirerek yaratılmıştır.



Tüm dünyanın podcast ile tanışması 2005 yılında Steve Jobs'un iTunes'un podcasti destekleyeceğini duyurması ile başladı.



Ana akım medyada kendilerine yer bulamayan içerikler burada yer bulabiliyor; kolay ulaşılabilir olması, üretim zevki ve basit olması üretici tarafı bu mecraya yöneltti.

Bu aşamadan sonra yakın gelecekte podcastin çok büyüyeceğine inanılıyordu. Dünyanın birçok ülkesinde de böyle oldu. Ama Türkiye için aynı şeyi söylemek doğru değil. Türkiye için kırılma noktası daha geç, 2019 yılında oldu. 2019 yılından itibaren yükselen

bir farkındalık ve pandemi ile birlikte zirve yapan bir podcast sektörü gördük. Bunun birçok sebebi var. Ana akım medyada kendilerine yer bulamayan içerikler burada yer bulabiliyor; kolay ulaşılabilir olması, üretim zevki ve basit olması üretici tarafı bu mecraya yöneltti. Pandemi sırasında insanların yalnızlıkları ve bir şeyleri kaçıyorum hisleri podcastlerin ilgi görmesinde etkili oldu diye düşünüyorum. Ayrıca dünya üzerinde gerçekten podcast pazarını kızıştıran en büyük oyuncu Spotify oldu. Çünkü Spotify müziklere verdiği yüksek telif ücretleri sebebiyle gelirini artırmak için podcast içeriklerine yöneldi. Podcast yapım şirketleri, reklam şirketleri ve barındırma hizmeti sağlayan şirketlere yatırım yaptı.

İnsanların ücretsiz bir şekilde podcastlerini barındırmalarını sağlayan Anchor'da tıpkı Youtube gibi bu hizmeti kullanmalarına izin verdi.



Aynı zamanda Amerika ve Dünya'nın en çok dinlenen podcast yayını olan 'The Joe Rogan Experience' yayıncısı Joe Rogan, Spotify ile rekor bir ücretle anlaşmış ve Apple Podcast ve Youtube yayınlarını Spotify'ya taşımış. Tabii ki pazarın bu denli kızılgması diğer oyuncuların Apple Podcast, Google Podcasts ve Deezer gibi

şirketlerin içerikler üretmesine ve yatırımlar yapmasına neden oldu. Buna radyo istasyonlarını da ekleyebiliriz. Artık onlar da bu mecraya özgü içerikler üretiyorlar. Unutmamamız gereken yegane şey değişen alışkanlıklarımız. Netflix, Spotify, BlueTv, YouTube gibi platformlar bize kişiselleştirilmiş yayın alışkanlıkları kazandırdı.

Unutmamamız gereken yegane şey; değişen alışkanlıklarımız.

Yani sonradan dinleme-izleme, istediğimiz zaman dinleme-izleme gibi bir rahatlığı keşfettik. Podcaste en yakın olan mecra radyoda bunu bulamıyoruz. Bunu da podcastin ayrılgarak yükselme sebeplerinden biri olarak görebiliriz.

Dünya Trendleri

Podcast : #106

„Temiz Su Krizi Gerçekleri ve Bilgileri“



@dunyatrendleri
/dunya.trendleri

DR. EŞREF ATABEY





Henüz radyo kadar geniş bir kitleye ulaşamadı belki ama daha eğitilmiş bir kitlenin burada olduğunu düşünüyorum.



Radyoda bu konforu bulamıyoruz dedin, podcast radyonun modernize edilmiş hali mi? Merak ettiğim bir diğer konu da genel bir podcast kitlesi var mı? Yoksa herkes ilgi alanına göre mi tüketiyor içerikleri?

Aslında modernize tanımına kesinlikle katılıyorum. Teknik olarak radyo ile benzeşiyor ama içerik olarak ben podcastin daha zengin ve kullanıcı isteklerine daha çok cevap verdiğini düşünüyorum. Radyoda içerik seçimini siz yapamıyorsunuz. Sonra da dinlemiyorsunuz. Her ne kadar yeni yeni radyolar artık programlarını podcast olarak web sitelerine koyuyor olsa da, her mecradan ulaşma şansı ya da telefonunuza indirme şansı genelde olmuyor. Ama podcastler, internetinizin olmadığı yerde de takip edilebiliyor. Bir de diğer farklılık şu; sizin ilgi alanınız ne ise onu seçip binlerce içerikten birine ulaşabiliyorsunuz. Podcastte kişiselleştirme daha fazla. Ben özellikle bir podcast kitlesi olduğunu düşünüyorum. Çok geniş bir kitleye

radyo kadar ulaşamadı belki ama, daha eğitilmiş bir kitlenin burada olduğunu düşünüyorum. Aslında ilgi alanına göre radyoda ya da ana akım medyada yer bulamayan içerikler podcastte karşımıza çıkabiliyor. Dünyada daha çok komedi podcastleri ilgi görüyor doğal olarak. Ama insanların gerçekten bir şeyler öğrenmek, kendini geliştirmek ve doğru haberlere ulaşmak için burada olduklarını biliyorum. Nasıl artık ana akım medya yerine daha çok dijital medyayı tüketiyorsak zamanla radyonun da yerini podcaste bırakacağını düşünüyorum. Tamamen yok olması tabii ki beklenemez belki ama bir gün podcast radyoyu geçecek. Ya da radyolar artık birer podcast mecrasına dönüşmek zorunda kalacaklar. Yaratıcı yıkım kaçınılmaz...



Eskiden, radyo varken insanların podcasti tercih etmeyeceği düşüncesindeydim.



Sen de yıllarca radyo programcılığı yaptın ve şimdi de Dünya Trendleri adında bir podcast yayınlıyorsun, Dünya Trendleri nasıl ortaya çıktı? Ne yapar neyi amaçlar?

Dünya Trendleri aslında benim planımda olan bir podcast projesi değildi. 2018 yılı sonlarında yazılımcı bir arkadaşım olan Yılmaz Yavuz bana geldi ve Türkiye’de dinlenebilecek profesyonel pod-

cast bulamadığını, zamanının büyük bir çoğunluğunu trafikte geçirdiğini ve bu süreyi kendini geliştirmek adına verimli kullanmak istediğini söyledi. Benim radyo yayıncısı olduğum için daha profesyonel yapabileceğimi düşündüğünü aktardı. Açıkçası ben onun bu söylemini çok dikkate almadım. Çünkü radyo varken insanların podcasti tercih etmeyeceği düşüncesindeydim. Bazen işin içindeyken geleceği göremiyorsunuz. Bir yıl boyunca sürekli beni motive etmiş olması işleri değiştirdi. Sonra araştırmaya başladım. Var olan içeriklerden daha iyi içerikler üretebileceğim düşüncesi oluştu. Bunun için podcastleri dinlemeye başladım. Burada sorun şuydu; kişiselleştirme. Yani uzman olduğunuz bir konuda podcast yaparsanız daha çok ilgi çekebileceğini düşündüm. Bu sefer de neden ben dinleyici ile birlikte bir şeyler öğrenmiyorum fikri ortaya çıktı.



Dünya Trendleri



International
Podcast Day
organizasyonu
Dünya Podcast
Günü'nde
Türkiye'den ilk defa
Dünya Trendleri'ni
davet etti.

Yani her hafta bir konuk Dünya Trendlerinde olsun ve biz onlardan yeni bir şeyler öğrenelim, keyifli ve sıkıcı olmayan sohbetler yapalım diye düşündüm. Çünkü dinleyici olduğum dönemde solo podcastler dışında 2 kişinin yaptığı podcastler çok daha hoşuma gitmişti. 2019 yılında bugün başlıyorum, yarın başlıyorum derken bir yıl geçti, ama bu süreçte epey bir podcasti deneyimleme şansım oldu. En azından burada nasıl davranmam gerektiğini öğrendim ve öğrenmeye devam ediyorum. Çünkü içerik

olarak da anlayış olarak da radyodan gerçekten farklı. Sonrasında Mart 2020'de ilk yayına başladım. Şu anda 106 bölümü geride bıraktık. Güzel bir topluluk oluşturduk diye düşünüyorum. Her geçen gün de büyümeye devam ediyoruz. İlk yılımızda International Podcast Day organizasyonu Dünya Podcast Günü'nde Türkiye'den ilk defa bir podcasti davet etti ve ona katıldık. 2021 yılı boyunca Apple Podcastler'de İş ve Yönetim kategorisinde en çok dinlenen podcast oldu ve olmaya da devam ediyor.

İçeriklerle dinleyicinin gözünde bir değer yaratmak bence hepsinden önemli.

Konsept ve içerik oluşturma süreçlerinden bahsedermisin? Bir ihtiyaç tespit ederek mi yoksa herkes ilgi alanı üzerine mi yoğunlaşıyor.

İlk önce bir tema belirlemeniz lazım. Buna göre içerikleriniz şekillenecektir. Podcastiniz ne hakkında olacak? Ne anlatacaksınız? Sonra zaten kategoriniz ortaya çıkacaktır. Teknoloji, Komedi, Kişisel Gelişim, Kültür ve Sanat vs. sonra podcastinize bir isim bulmalısınız? Tek kişi mi sunacaksınız yoksa çoklu mu yapacaksınız bunu belirlemek lazım. Podcaste bir görsel yapma-

nız gerekiyor. Bunun dikkat çekici olması önemli. Çünkü sizi ilk olarak keşfedenler bu şekilde keşfedebiliyor. Ayrıca sosyal medya paylaşımları ile podcasti desteklemek de çok önemli. Süreniz ne olacak? Ne kadar sürede yayınlayacaksınız. Haftalık mı? Günlük mü? Aylık mı? Bu çok önemli. İlgi alanı tabii ki önemli eğer bir uzmanlığınız varsa bu konuya odaklanmak kesinlikle yerinde olacaktır. Buna göre içerikleri belirlemek daha kolay olabilir. İçerik belirlerken tabii ki dinleyici istekleri ve önerileri de dikkate alınmalı diye düşünüyorum. En önemlisi de ihtiyaç tespiti, çünkü değer yaratmada çok etkili oluyor. Yani içeriklerle dinleyicinin gözünde bir değer yaratmak bence hepsinden önemli.



Follow

ANLIK

SAYI:15 KISIM:4



Yani herkes kolayca
bir yayıncı olabilir.



Podcast mecralarına içerik
yüklenbildiği ve herkesin ilgi
alanına göre istediği içeriği
tüketebildiği için sosyal mecrada
denebilir mi?

Kesinlikle denebilir. Özellikle tıpkı Youtube gibi Spotify da Anchor gibi bir barındırma platformunu satın alıp herkese ücretsiz hale getirdikten sonra, bunu daha fazla gözlemledik. Herkes podcastini ücretli ya da ücretsiz yayınlayabiliyor. Yani herkes kolayca bir yayıncı olabilir. Bunun için artık çok fazla bütçelere de ihtiyaç yok. İlgi alanınız ve uzmanlığınız ne ise bununla ilgili bir yayın yapabilirsiniz. Ya da herhangi bir uzmanlığa da gerek yok herkes istediği yayını istediği şekilde yapıp o mecrada konuşabilir.

SOCIAL
MEDIA

SEARCH

LOGIN



Aykut Balcı

12 Mayıs 1979 yılında İstanbul'da doğdu. Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme ve Medya ve İletişim mezunu olan Aykut Balcı Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Stratejik Marka Yönetimi Yüksek Lisans yaptı.

1999'da Anadolu Üniversitesi radyosu Radyo A 'da yayıncı olarak kariyerine başladı. Farklı tarz yayınları ile sunumları ile fark edilen Balcı, 2003'te Kiss Fm (Radio City) ile anlaşarak ulusal yayıncılarına devam etti. Metin yazarlığı, seslendirme, danışmanlık ve video çekimleri de yaptı. Kariyerine Power Fm ile transfer oldu. Powertürk ekibinde ve Radyo Fenomen'in kurucu kadrosunda yer aldı. Power Fm ile eş zamanlı Radyo Fenomen'de en sevilen dj programcılardan biri olarak yaklaşık 9 yıl yayınlarını sürdürdü.

Türkiye'de Formula 1'i canlı olarak radyodan anlatan ilk yayıncılardan biri olmayı başardı. Yayın alanına kurulan özel radyo istasyonu ile İstanbul Park'ta start - finish düzlüğünün hemen önünde keyifli ve heyecanlı yarışların anlatımını gerçekleştirdi.

Radyo yayıncılığı dışında Tv programları ile ve tanınmış markalara yaptığı seslendirmeler ile sektörün farklı alanlarında da karşımızda olan Aykut Balcı, Trt Avaz kanalında yayınlanan Kültür - Sanat programında Az Laf çok Sanat ile ekranlarda boy gösterdi.

2014 yılında Türkiye'nin en önemli medya gruplarından biri olan Pal Media bünyesinde kariyerine devam etti.

Pal Station'da hafta içi her gün 10:00 - 12:00 arası öğleden önce No Repeat programı ile aynı şarkıyı tekrar çalmadan ilerledi ve Türkiye'nin En Enerjik Sabah Programı ile hafta içi her sabah Aykut Balcı ile Pal Sabah programı ile sosyal medya, teknoloji, spor, ilginç haberler, yol - hava durumu, müzik haberleri daha fazlası ve başarılı sunumu ile Türkiye'yi uyandırır.

2017 - 2020 yılları arasında Trt Kent Radyo ve Trt Fm'de yayınlarına devam etti.

2016'dan bu yana Almanya'nın önemli medya gruplarından biri olan RadioCom'a bağlı Big Fm'in Türkçe web radyosu Big Ses'te yayınlarını sürdürmektedir.

2020 yılında Teknoloji ve İş dünyasına yönelik yayınları ile Dünya Trendleri podcastini başlattı ve yayınlarını sürdürüyor.

2021 yılından beri Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Nrg Türk'te yayınlarını sürdürüyor.

2021 yılında Podcast yapım şirketi olan Lans Digital'ı kurdu.

KİTAPÇILARDA

BAŞKA BİR DÜNYA MÜMKÜN BİR BAKI'N



the ROMAN

SANATTAN — NE — HABER?

MUSA GÖÇMEN

Dünya çapında büyük senfonik konserler yönetmiş ve kayıtlar yapmış sıra dışı besteci ve orkestra şefi Musa Göçmen, Senforock Şarkıları ile harika bir müzik şöleni sunuyor. Göçmen, birçok senfonik eser bestelemenin yanı sıra operalar da yazmıştır. Özel senfonik projelere imza atan Musa Göçmen, Senforock, Dostum Mozart, The Cure, Çok Sesli Gösteri gibi birçok konser projesini hayata geçirerek, izleyicilerini büyülemeye devam ediyor. <https://www.passo.com.tr/tr/etkinlik/musa-gocmen-senforock-musagocmensenfoniorkestrasikonsersalonu-ankara-3nisan/2685327>



“BİR VE SIFIR İKİ EDER”

“0” rakamının felsefede mevcut olmama durumu, mutlak anlamda yokluk ve ‘görelî hiçlik’ konuları üzerinde duran Cem Sonel’in “Bir ve Sıfır İki Eder” isimli kişisel sergisi ziyarete açıldı. Sergiyi 27 Şubat 2022’ye kadar Anna Laudel’de ziyaret edebilirsiniz.

Bilgisayarlar, kullanıcının kendilerine iletmek istediği şeyleri kendi dillerinde 1’ler ve 0’lar şeklinde algılar. Felsefi ve teknik olmayan günlük kullanım anlamında ‘hiç’ veya ‘yok’ kelimesi varlıktaki bir eksiği ifade eder. Bu kavramlardan yola çıkan sanatçı, sanatsal üretiminde sokaktan beslenerek hayat ve algoritmalar arasındaki bağı inceliyor.

<https://annalaudel.shop/collections/cem-sonel>



ANLIK NORMAL MÜZİK



Love For Sale - Lady Gaga, Tony Bennett

Söz, Müzik: Cole Porter, Dae Bennett



SANATTAN — NE — HABER?

'ALICE' MÜZİKALİ GERİ DÖNDÜ

Lewis Carroll tarafından yazılan ve bugüne kadar 174 dile çevrilerek edebiyatın eşsiz eserlerinden biri olma özelliğine sahip "Alice Harikalar Diyarında", Serdar Biliş'in yönetmenliği ve Beyhan Murphy'nin koreografisi ile çağdaş bir müzikal uyarlama olarak yeniden sahnedeki yerini alıyor. İlk kez 7 Şubat 2019'da perde açan, pek çok kez kapalı gişe oynayan, 23. Afife Tiyatro Ödülleri'nde "Haldun Dormen Özel Ödülü" ve En İyi Koreografi Ödülleri'nin sahibi olan Alice Müzikali, uzun bir aranın ardından Zorlu PSM Turkcell Sahnesi'nde izleyicisi ile yeniden buluşacak olmanın heyecanını yaşıyor. "ALICE" adı ile izleyicisiyle buluşan müzikalde Serenay Sarıkaya "Alice"



olarak izleyicisinin karşısına çıkarken, Ezgi Mola "Kraliçe", Enis Arıkan "Tavşan", Şükrü Özyıldız "Şapkacı", İbrahim Selim "Kral", Merve Dizdar ise "Kedi" rolü ile başrolleri paylaşıyor.

360 DERECE DEN AŞK FESTİVALİ

360 Dereceden Aşk Festivali onbirinci defa sanatı sözcüsü yapıyor ve tüm dünyayı İstanbul'a sevginin yanında olmaya çağırıyor. "İstanbul'un Kültür, Sanat ve Yaşam Festivali. Türkiye'nin bu festivale ihtiyacı var. Şubat ayını SEV.Gİ.Lİ Ayı ilan ediyoruz. Sizi kalıpların dışına çıkmaya, görebildiğinizin ötesine gitmeye davet ediyoruz. Çünkü "Aşk Her Yerde". Şubat Ayı boyunca Dünyanın bu festivale ihtiyacı var"



KİTAP KÖŞESİ

Büyük Yakınsama: Bilgi Teknolojisi ve Yeni Küreselleşme

1800'lerde, buhar gücü ve uluslararası barış, malların sınır ötesine taşınmasının maliyetlerini düşürdüğünde, küreselleşme bir sıçrama yaşadı. Bu, günümüzün zengin uluslarını hâkimiyet kurmaya iten, kendi kendini besleyen bir endüstriyel yığılmayı ve büyüme döngüsünü tetikledi. Büyük Iraksama'ydı bu. Yeni küreselleşme ise, fikirleri sınır ötesi taşımanın maliyetini kökten azaltan bilgi teknolojisi tarafından yönlendirildi. Bu, çok uluslu firmaların emek yoğun işleri, gelişmekte olan ülkelere taşımasını pratik hale getirdi. Ancak firmalar, tüm üretim sürecini senkronize tutmak için deniz aşırı işleriyle birlikte pazarlama, yönetim ve teknik bilgilerini de yurt dışına gönderdi. Yüksek teknolojiyi düşük ücretlerle birleştirmenin yeni olasılığı, bir avuç gelişmekte olan ulusun hızlı sanayileşmesini, gelişmiş ulusların eşzamanlı sanayisizleşmesini ve şu an sönmekte olan bir emtia süper döngüsünü harekete geçirdi. Sonuç, bugünün Büyük Yakınsaması'dır.

Büyük Yakınsama, hikâyeler ve analizler olarak sunulan örnekler arasındaki dengeyi açık ve hevesli bir şekilde aktaran önemli bir kitap.

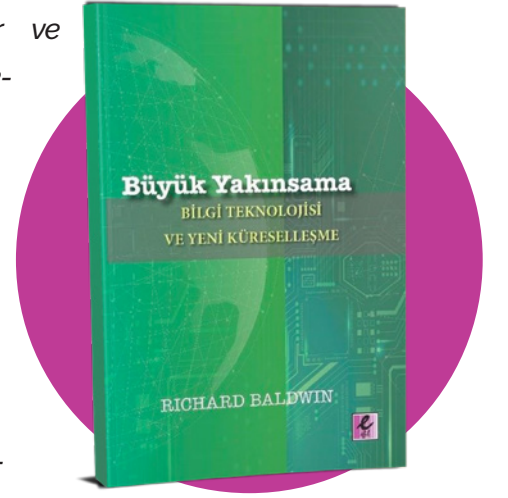
- Paul Collier, Oxford Üniversitesi / Kapitalizmin Geleceği kitabının yazarı.

Bu önemli kitap, küreselleşmeyle ilgili düşüncelerimizi değiştirmeli. Son iki yüzyılda dünya, iki büyük küreselleşme patlaması yaşadı. Bunlardan ilki zengin ve fakir ülkeler arasında iraksamaya; 1970'lerden beri süregelen ikincisi ise yakınsamaya sebep oldu. Richard Baldwin, ustaca bunun nedenlerini bize anlatıyor.

- Jeffrey G. Williams, Harvard Üniversitesi / Unequal Gains kitabının yazarı.

Birçok kitap, küreselleşmenin çeşitli türleriyle ilgileniyor. Fakat yalnızca Baldwin'in kitabı küreselleşmenin mantığına iniyor. Küreselleşme, insanların, malların ve bilginin ülkeler arası geçişinin ucuz ve mümkün olmasıyla gerçekleşir. İlk küreselleşme malların geçişi üzerine; bugünkü ise bilgi ve kavrayış üzerine kuruldu. Bir sonraki ise insanların hareketini konu alacak. Bu kitap, küreselleşmenin geçişini ve geleceğini anlamak isteyen herkes tarafından okunmalı.

- Branko Milanovic, New York Şehir Üniversitesi / Küresel Eşitsizlik ve Kapitalizm, Tek Başına kitaplarının yazarı.



Yazar: Richard Baldwin
Yayınevi: Elif Yayınevi

ANLIK

NORMAL
DİJİTAL DERGI

Normal bir dijital dergi

Normal olan, boş kalınca bir şeyler okumak
Bazı anlarda da en önemli ihtiyaç doğru bilgiyi okumak
Okumak normal ama, sıradan olmamalı
Anlık ortaya çıkan bilgi ihtiyacını normal bir şekilde karşılamak istedik
Bilgi vermek dışında tek derdimiz var, normal olmak, normalleşebilmek.
Sıradanlaşan anormallikleri anlatabilmek.
Normal derken ne kastettiğimizi aşağıda kısaca özetlemeye çalıştık ancak,
daha da kısası, ideolojik körlük barındırmayan demek yeterli.
Bu anlık bu kadar...

NEDEN ANLIK?

Şu anda neye ihtiyaç varsa ona cevap verdiği/vereceği için...
Anın ihtiyacı olan bilgileri içerdiği için...
O anlık ruh halimizin yansıması...
veya o anlık tepkimiz...

NEDEN NORMAL?

Normal olanın, olması gerekenin eksikliğini çektüğümüz için...
Popüler olan normal olandan uzaklaştığı için...
Popüler olana dair konuşulanlar normal olmaktan çıktığı için...
Moda, trend kelimelerinin tarif ettiği şeyler normallikten çok uzaklaştığı için...
Sıradanlaşan anormallikleri fark etmek gerektiği için...
Marjinallik normal sanılmaya başladığı için...
Normal olanlar, kendini marjinal sanmaya başladığı için...
Normal olanlar sesini kesip konuşmadığı için...
Marjinaller konuşup normalleştiği için...
Anormalin normalleşmesini anlatabilmek için...
Anormalliğin sıradanlaşması normal olmadığı için...
İdeolojik körleri okumaktan sıkıldığımız için...

Sahibi

Aabir Yayın Dağıtım Danışmanlık Eğitim ve
Araştırma Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
ve Genel Yayın Yönetmeni
Hilmi Atıl Ünal

Editör:
Harun Akkoyun / Lagalugacılar

Görsel Tasarım:
Serkan Korkmaz / Lagalugacılar

Dijital Altyapı ve Uygulama:
Lagalugacılar
www.lagalugacilar.com

İletişim Adresi

Kısıklı Mahallesi, Alemdağ Caddesi,
No:60 F Blok, Daire 7
Üsküdar / İstanbul

Tel: +90 0216 521 60 11
Email: info@normaldergi.com

Aabir Yayın Dağıtım Danışmanlık
Eğitim ve Araştırma Hizmetleri
Ticaret Anonim Şirketi

Ticaret Sicil No: 930524

Vergi Dairesi: Ümraniye VD.

Vergi No: 0012081908

Mersis No: 0001208190800001