

NORMAL

ANLIK

e-ISSN: 2717-7378

DiJİTAL DERGİ

SONRA YENİ NORMAL / SAYI:2

KORONA
NEDENİYLE
KAPALI!

YENİ
NORMAL
Korona'dan
Sonra Yaşam

Kısım 1

**HERKESİN İNSAN
OLARAK EŞİTLENDİĞİ
1 AY İNSANLIĞI
KURTARIR MI?**

Dr. Yılmaz Argüden

Syf: 2

Kısım 2

**YENİ NORMAL,
GAZETECİLİĞİ
'TAÇLANDIRABİLİR' Mİ?**

Ümit Alan

Syf: 11

Kısım 3

**İLETİŞİMDE "YENİ
NORMAL" E "ANORMAL"
BİR BAKIŞ**

Cem Kıvırcık

Syf: 21

Kısım 4

**Korona sonrası
TARIM & GIDA**

Ali Ekber Yıldırım

Syf: 30

Kısım 5

YENİ NORMAL: DİJİTAL

İsmail Hakkı Polat

Syf: 39

HERKESİN İNSAN OLARAK EŞİTLENDİĞİ 1 AY İNSANLIĞI KURTARIR MI?

Yazar: Dr. Yılmaz Argüden

*Sen sana ne sanırsan,
Ayrığa da onu san,
Dört Kitabın manası var ise,
Budur işte.*

Yunus Emre

NE DERSİNİZ?

Dünyayı bir aylığına durdurmak ve adeta, virüsün dünyadan inmesini sağlamak!

COVID-19 kısa sürede yerel bir sorundan küresel bir salgına dönüştü. Geçmişteki deneyim ve tüm uyarılara rağmen, insanlar kadar devletler ve şirketler de bu salgına hazırlıksız yakalandı. Virüs dolaşmıyor, ama insanlar dolaştıkça çok geniş kitlelere bulaşıyor. Bu nedenle, devletler farklı zamanlarda ve bölgelerde insanların hareketlerini sınırlandırma yönünde kararlar alıyorlar.

Ancak, 'Hareket demek, bereket demektir' ve hareket kısıtlanınca ekonomi durma noktasına geliyor. Ekonominin durma noktasına gelmesinin yaşam kalitesi üzerinde olumsuz etkileri olacağı da aşikâr.

(i) Karşılıklı bağımlılık: Öncelikle ekonomideki değer zincirlerinin bölgeler ve ülkeler arasında bağlantılı olması, herhangi bir bölgedeki karantina başka bölgeleri de kaçınılmaz olarak etkiliyor. (Çin'in Wuhan bölgesindeki karantinanın Japonya'da birçok fabrikanın durmasına yol açması gibi).

(ii) Momentum kaybı: Ayrıca, tıpkı dönen bir çark durduğunda tekrar dönmeye

başlaması ve momentum kazanması için daha çok enerji gerektiği gibi, ekonomiyi bir süreliğine durdurmanın yaratacağı momentum kaybı da yadsınamaz.

(iii) Biriken yükümlülükler: Üstelik ekonomi durduğunda süregelen yükümlülüklerin nasıl karşılanacağı ve ilgili taraflarca nasıl paylaşılacağı da önemli bir konu olarak ortaya çıkıyor.

(iv) Güven kaybı ve potansiyel ihtilaflar: Belirsizliği yüksek olduğu ortamda ekonomik aktörler kararlarında daha yüksek risk primi kullanıyorlar. Bu durumda birçok denge bozuluyor, işsizlik artıyor, bireyler ve kurumlar arası ihtilaf potansiyeli artıyor.

Bu nedenle, virüs ile mücadelede hem sağlık hem de ekonomi açısından bütünsel etki yaratabilecek bir fikri tartışmaya açmak istiyorum:

Dünyayı bir aylığına durdurmak ve adeta, virüsün dünyadan inmesini sağlamak!

Konakçı “rezervuar” hayvanlar virüsle uzun süreli karşılıklı adaptasyon nedeniyle ya kendileri hasta olmuyorlar, ya da hastalığı çok hafif geçiriyorlar. Oysa virüs insan gibi yeni bir canlı türüne geçtiğinde, adaptasyon gelişene dek ağır hastalık tabloları ortaya çıkıyor.

Bu bir ayda devletlerin, sadece Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki en temel ihtiyaçlar olan ‘fiziksel ihtiyaçların’ (yemek, içmek, barınma, hijyen ve sağlık) karşılanmasını sağlaması ve bunların dışındaki tüm faaliyetleri dondurmasından söz ediyorum:

1. Bir aylığına herkesin tüm gelirlerinden vazgeçmeleri, ancak sadece yaşamak için gerekli olan maliyetlerin de devlet tarafından karşılanmasının sağlanması.
2. Vatandaşların ve işletmelerin bu bir ay içerisinde tüm yükümlülüklerinin dondurulması: Her bireyin ve her işletmenin bir ay boyunca tüm

Dr. Yılmaz ARGÜDEN (Stratejist)

Dr. Argüden kurumları geleceğe hazırlama çalışmaları, geliştirdiği yaratıcı ve yenilikçi yönetim stratejileri ve toplumsal katkılarıyla ile tanınan ARGE Danışmanlık’ın Yönetim Kurulu Başkanlığını yürütmektedir.

Strateji, iş mükemmelliği, kurumsallaşma ve sürdürülebilirlik konularında birçok Türk ve yabancı şirkete yönetim danışmanlığı hizmetleri vermektedir. UN Global Compact imzalayan ilk Türk şirketi olan ARGE, Avrupa Parlamentosu’nda kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile geleceği şekillendiren en iyi üç şirket arasında değerlendirilmiş ve B20 Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Bilgi Ortağı seçilmiştir.

Rothschild yatırım bankasının Türkiye Yönetim Kurulu Başkanlığının yanı sıra kariyeri boyunca çeşitli ülkelerde 70’i aşkın şirketin yönetim kurullarında görev almıştır. Deneyimlerini Boğaziçi Üniversitesi’nde, Koç Üniversitesi’nde ve Harp Akademilerinde strateji dersi vererek, kitapları ve köşe yazılarıyla paylaşmaktadır.

Boğaziçi Üniversitesini hem Birincilik, hem de öğrenci liderliği için Rektör Ödülü olarak; RAND Graduate Institute’deki Stratejik Analizler alanındaki Doktorasını ise Üstün Başarı ile tamamladı. Tarsus Amerikan Koleji ve Boğaziçi Üniversitesi basketbol takımları ile üç kez Türkiye Şampiyonluğu yaşadı. Türkiye Basketbol Federasyonu Asbaşkanlığı yaptı.

Stratejik Liderlik, Üstün Vatandaşlık, Seçkin Kariyer gibi birçok ödül sahibi olan Dr. Argüden, yaşam kalitesini yükseltme çalışmaları nedeniyle Dünya Ekonomik Forumu tarafından Geleceğin 100 Global Lideri arasına seçildi.



covid-19

karantina

covid-19

covid-19

karantina

covid-19

covid-19

karantina

COV

covid-19

karantina

covid-19

kazançlarının ve tüm giderlerinin (elektrik, su, doğalgaz, sigorta, kira ve faiz dahil) dondurularak bir ay sonra aynı noktadan devam etmelerinin sağlanması.

3. Bütün ekonomik işlemlerin durdurulması ve çalışanlara ücretsiz 1 aylık izin verilmesi. Böylece insan dolaşımını kritik alanlar dışında (ör. güvenlik, gıda, sağlık) asgari düzeye düşürülmesi ve virüsün yayılmasının yavaşlatılması.

4. Bu kritik alanlarda çalışanların maliyetlerinin de devlet tarafından üstlenilmesi.

5. Devletin her hane veya vatandaşa zorunlu ihtiyaç olan gıda ve diğer malzemelerin bedava, kamu eliyle ve gönüllülerin desteğiyle dağıtımının sağlanması.

Dağıtım sürecindeki kişilerin düzenli test edilerek virüsü yaymalarının önüne geçilmesi.

6. Virüs testi ve sağlık ile ilgili hizmetlerin bedava kılınarak panik ve kaygının önüne geçilmesi.

7. Sadece yaşamak için gerekli kritik faaliyetlerin sürdürülmesiyle ilgili maliyetlerin karşılanmasında devletlerin yedek akçelerinin yetmediği durumda gerekirse para basarak, ekonomi tekrar işlemeye başladığında bu maliyetin enflasyon yoluyla topluma yayılarak karşılanması.

8. Bu durumdan özellikle kötü etkilenecek ülkeler için küresel bir dayanışma kampanyasının başlatılması.



Tüm vatandaşların yaşamsal temel ihtiyaçların karşılanması, bunun dışında herkesin tüm gelir ve giderlerinin bir aylık süre için dondurulması herkesi rahatlatır.

Bu adımların elbette maliyetleri olacak. Ancak belirsizliğin ve buna bağlı güven kırılmasının toplumsal maliyetlerinden daha az ve kontrollü olacağını görmek pek de kehanet sayılmaz. Ekonomi yönetimi aslında beklentilerin yönetimi olduğu için devletin insanların güvenliği ve yaşa-

mı için güven vermesi ekonomik açıdan da en etkili araç olacaktır.

**ÖNCE YAŞAM:
BİRİMİZ HEPİMİZ,
HEPİMİZ BİRİMİZ İÇİN!**

Tüm vatandaşların yaşamsal temel ihtiyaçların karşılanması, bunun dışında herkesin tüm gelir ve giderlerinin bir aylık süre için dondurulması herkesi rahatlatır. Sosyal ve ekonomik hayatı 1 ay 'tatile' çıkararak, sadece kritik altyapının (su, elektrik, enerji, iletişim, lojistik) çalışmasının sağlanması ve diğer faaliyetlerin bu dönemde uyutulması bireyler ve kurumlar arasındaki güven duygusunu güçlü kılar:



Sosyal ve ekonomik hayatı 1 ay 'tatile' çıkararak, sadece kritik altyapının (su, elektrik, enerji, iletişim, lojistik) çalışmasının sağlanması ve diğer faaliyetlerin bu dönemde uyutulması bireyler ve kurumlar arasındaki güven duygusunu güçlü kılar.

1. Herkesin bir ay gelir ve giderlerden muaf olarak evinde yaşaması, insanları bu açıdan eşitleyerek empati duygusunu geliştirir,
2. Virüsün yayılması yavaşlatılarak hastalanan kişi sayısı sınırlı tutulur, sağlık altyapı ve hizmetlerinin kapasitesini aşmaması sağlanır,
3. Virüs testi ile ilgili kapasite sınırları nedeniyle bu testlerin kullanılacağı kişiler, hastalık belirtileri taşıyanlar ve yaşamsal faaliyetlerin yürütülmesi için görev alanlarla sınırlandırılır,
4. İşveren ve işçi ile iş paydaşlarının güven bağları korunmuş olur,
5. Ekonomik işlemlerde ortaya çıkacak belirsizlik asgari düzeye çekilerek belir-

sizlik nedeniyle yanlış kararlar alınmasına engel olunur,

6. Karşılıklı yükümlülüklerin dondurulmasıyla ekonomik aktörler arasında olası ihtilaflar minimum düzeye indirgenmiş olacağından mücbir sebep ile durdurulan faaliyetlerin tekrar başlayacağı dönemde yönetimin zamanını ihtilaf çözmek yerine değer yaratmaya odaklanmasını kolaylaştırır.

Burada en kritik nokta, işgücü ve iş paydaşları ile yaşanacak ihtilaf ve çatışmaların yol açacağı karışıklık ve kırılmalar ile oluşacak güven krizi ve ekonomik değer zincirinin bozulmasının ve birçok işletmenin bu krize dayanamamasıyla



oluşacak kapasite kaybının önüne geçilmesi olacaktır.

Türkiye'de 17,5 milyona yakın kişi tüketici ve konut kredisi kullanıyor. Kiracı aile sayısı ise 7 milyona yakın. Hane halkı tüketim harcamalarının ise %28'i kira giderleri. Para kazanmadan bu kadar ailenin ekonomik hayatın durduğu dönemde birikecek maliyetleri karşılamaları çok güç olacak. Keza, sayıları milyonu aşan işletmenin faaliyetlerinin durduğu (veya çok yavaşladığı) bir dönemde kredi, kira gibi yükümlülükleri birikmeye devam ederse bunları karşılamakta güçlük çekeceklerini ve bazılarının kapanmak zorunda kalacaklarını

da unutmamak gerekiyor. Her kapanan iş yerinin hem kaybedilen istihdam nedeniyle ekonomik ve sosyal sorunlara neden olacağını hem de içerisinde yer aldığı değer zincirindeki kapasiteyi azaltacağını da değerlendirmek gerekir.

Hane halkının gıda harcamaları istatistikleri göz önüne alındığında yaklaşık \$6,5 milyar dolarlık bir maliyetle Türkiye'de tüm vatandaşların bir aylık temel gıda harcamaları karşılanabilir. Buna su, elektrik, gaz ve sağlık masrafları da eklendiğinde aylık \$10-12 milyar civarında bir maliyet ile bu stratejinin uygulanması mümkün olabilir. Ne dersiniz?

İÇİNDE DÜNYA OLMAYAN, DÜNYA İÇİNDE OLAMAZ

Küresel bir sorun ile başa çıkabilmek için kararlarımız da küresel olmalı. Salgın ile ilgili kararlar birlikte alınmadığında, herkes sadece kendisini düşünerek karar almaya başladığında sorunun çözümü güçleşmekle ve daha pahalı hale gelmekle kalmıyor, AB gibi adında birlik kelimesi olan bir kurum bile çatırdamaya başlıyor.

Küresel sorunlarla baş edebilmek, küresel çaba gerektirir. Ancak, dünyadaki

Küresel bir sorun ile başa çıkabilmek için kararlarımız da küresel olmalı. Salgın ile ilgili kararlar birlikte alınmadığında, herkes sadece kendisini düşünerek karar almaya başladığında sorunun çözümü güçleşmekle ve daha pahalı hale gelmekle kalmıyor, AB gibi adında birlik kelimesi olan bir kurum bile çatırdamaya başlıyor.



200 kadar devletin egemenlik hakkı sadece kendi sınırları içerisinde geçerli. Bu devletlerin liderlerinin, özellikle 4-5 sene de bir seçimle bu pozisyona gelenlerin ortalama görev süresi 2-2,5 yıl. Küresel şirketlerdeki CEO'ların da ortalama görev süreleri de 5 yılın altına indi. Bu nedenle, kısa vadeli bakış açısı dünya kaynaklarına hükmeden yöneticilerin ufuklarını da sınırlandırıyor. 'Her koyun kendi bacağında asılır' anlayışı dünyayı toplumsal optimizasyondan uzaklaştırıyor.

Elbette küresel boyutta uygulanacak bir kararın önce uzlaşma ile alınabilmesi, ardından da gözetilmesi için devletlerin ortak söz sahibi oldukları bir kuruma ihtiyaç var. Her türlü zafiyetine rağmen, Birleşmiş Milletlerin bu krizde böyle bir rol üstlenmesi ve veto hakkına sahip ülkelerin bu kriz süresince bu haklarından feragat etmesiyle gerçek bir küresel uzlaşma platformuna dönüşmesi sağlanabilir mi, sizce?

İnsanlık 'Ümit' ve 'Güven'i kaybetmezse bu felaketin de üstesinden gelecek.

Bu zor dönemde şeffaflık, hesap verebilirlik, adillik, tutarlılık, sorumluluk, katılımcılık ve etkililik ilkelerini kapsayan iyi yönetişimin hayata geçirilmesiyle kurumlarına güven duyulan daha iyi bir dünyaya adım atabiliriz....

KİTAP KÖŞESİ

SUN TZU VE İŞLETME SANATI

Yazar: Mark R. Mcneilly

Yayınevi: The Kitap

Yayınları

Sayfa Sayısı: 340

Cilt Bilgisi: Karton kapak



İki bin yıldan daha uzun bir süre önce ünlü Çinli general Sun Tzu'nun askeri stratejiler üzerine yazdığı eseri Savaş Sanatı, üzerinden o kadar çok zaman geçmesine rağmen hâlâ güncelliğini yitirmedi. Klasik haline gelen bu eser ekonomistlere, siyasetçilere, sanatçılara ve aklınıza gelebilecek birçok sektörden yöneticilere kılavuzluk etmeye devam ediyor.

Sun Tzu ve İşletme Sanatı'nda Mark McNeilly, Sun Tzu'nun stratejik ilkelerinin yirmi birinci yüzyılda nasıl uygulanabileceğini gösteriyor. McNeilly, öncelikle Sun Tzu'nun fikirlerini yöneticiler için altı stratejik ilke halinde sentezliyor, sonrasında Samuel B. Griffith'in Savaş Sanatı çevirisine yer veriyor.

Kitabında McNeilly, rekabetçi karşı eyleme teşvik etmeden nasıl pazar payı kazanılacağını, rakiplerin zayıf noktalarına nasıl saldırılacağını ve piyasa bilgisinin rekabet avantajı için nasıl maksimize edileceğini açıklıyor. Rekabeti dengesiz kılmayı, rakibi yenme stratejisini ve liderlerdeki hızın ve hazırlığın değerini gösteriyor. Son olarak, McNeilly Sun Tzu'nun ilkelerini uygulamaya koymak için pratik bir yöntem sunuyor. Google, Zappos, Amazon, Dyson, Aflac, Singapur Havayolları, Best Buy, NFL, Tata Motors, Starbucks gibi firmaların yöneticilerinin, tarihin en saygın stratejisinin bilgeliğini izleyerek yönetim sorunlarının tehlikelerinden nasıl kaçındıklarını ve rekabet avantajı sağladıklarını anlatıyor.

NORMAL

ANLILIK

DiJİTAL DERİŞİM

SONRA YAŞAM / KISIM:2



**YENİ NORMAL,
GAZETECİLİĞİ
'TAÇLANDIRABİLİR' Mİ?**

**YENİ
NORMAL**
Korona'dan
Sonra Yaşam

“Heberler”in yazarlarından
biriydi, yeni normalde
haberleri yazdı:
Ümit Alan

YENİ NORMAL, GAZETECİLİĞİ 'TAÇLANDIRABİLİR' Mİ?

Bilgi kirliliği ilk kez dünyadaki herkesi ilgilendiren bir konu üzerine ve insanlar "hakikate" ihtiyaç duyuyor.

Yazan: Ümit Alan



Sahi bir gazetecilik vardı ne oldu ona? Haber bedel ödenmeden edinilebilen bir meta olduğundan beri bu soru pek sorulmamıştı.

Ölüm korkusu üzerine yapılmış popüler espridir: Düşen bir uçakta ateist kalmaz. Koronavirüs salgınından sonra benzer bir esprî herhalde herkesin bilime, hakikate ve gazeteciliğe duyduğu ihtiyaç üzerine yapılabilir. Oysa öncesinde farklı türden popüler yalan haberler, farklı kampları etkilerken "bilgi kirliliği" bir türlü herkesin ortak problemi olmuyordu. Bir gün bir haberle A kampının problemiyse, öteki gün başka bir haberle B kampının problemi oluyor ve herkes ötekinin bilgi kirliliği olduğunu düşünüyordu. Pandemi, dijital mecralarda nicedir söz konusu olan "bilgi kirliliğini" billurlaştırdı ve ortak bir sorun haline getirdi. Çünkü bilgi kirliliği ilk kez dünyadaki herkesi ilgilendiren bir konu üzerineydi ve insanlar "hakikate" ihtiyaç duyuyordu. Bu kez "hakikat" hayat memmat meselesiydi. Bu da akla "sahi bir gazetecilik vardı ne oldu ona?" sorusunu getirdi. Haber bedel ödenmeden edinilebilen bir meta olduğundan beri bu soru pek sorulmamıştı.



Dijitalden Kaçış



Bu sorunun ilk işareti, Türkiye özelinde insanların bazı bilim insanlarından hesap sorması ve adeta sosyal bir lince tabi tutmasıydı.

Çünkü bazı bilim insanları koronavirüs salgını henüz Türkiye'de değilken toplumu rahatlatmak için "paça çorbası için geçer", "bu virüs Türk genini etkilemez", "her yıl görülen virüs salgınları gibi basit bir şeydir" gibi sözler söylemişlerdi. Toplum da bu sözlerin etkisiyle rehavete kapılmış, ölümler başlayınca afallamıştı.

Uzman olmadıkları konuda ahkâm kesen bu bilim insanları hızla ekrandan uzaklaştırıldı. Haber kuruluşları sosyal linç kendilerine ulaşmadan

Ümit Alan

1979 yılında Eskişehir'de doğdu. Basın ve Yayıncılık ana bilim dalında master yaptı.

2000 yılından itibaren yazılarıyla basında yer almaya başladı.

2009 yılında BirGün gazetesi için medya eleştirisi konseptli köşe yazıları yazmaya başladı. Yazılarının konsepti 2016'dan itibaren dijital medya okur yazarlığına genişledi.

Televizyonda Heberler (2010-2013) isimli hiciv programının senaryo yazarları arasında yer aldı.

Saray'dan Saray'a Türkiye'de Gazetecilik Masalı (Can Yayınları, 2015) isimli bir kitabı var. Birçok çok yazarlı kitapta da hikâye ve makaleleriyle yer aldı. KRT TV'de Ayşen Şahin ile birlikte doğru sosyal medya kullanımı ve sosyal medyadaki iletişim pratikleri üzerine "Ne Yaşadık Şimdi Biz" isimli tv programını yaptı.

2003 yılından bu yana iletişim sektöründe reklam ve metin yazarlığı yapmaktadır.



ekranı daha akli başında (olduğu kadar) bilim insanlarına bırakma yolunu tercih ettiler. Nitekim insanların haber için dijital medyadaki bilgi kirliliğinden kaçıp televizyona yöneldiği medya raporlarına da yansdı. (İlk vakanın görüldüğü 11 Mart öncesi ve sonrasında tüm gün tv izleme oranlarında 20 yaş ABC1 hedef kitlesinde %22, C2DE hedef kitlesinde %17 artış vardı) Üstelik akşam saatlerinde Google'da artan "streaming video" aramaları, bu artışın haber ihtiyacı ağırlıklı olduğu yorumunu destekliyordu. Şaşırtıcı bir şekilde, öncesinde çok tartışılan televizyon, pandemi sırasında daha güvenilir mecra olarak konumlandı.

Habere Güvenin Gerilemesi

Batı'da ise farklı bir şaşkınlık vardı. Harvard Üniversitesi'ne bağlı gazetecilik laboratuvarı NiemanLab'in internet sitesinde 27 Mart'ta yayınlanan makalesinde Jacob L. Nelson, "Amerika'da haber medyasının aylarca koronavirüs alarmı vermesine rağmen neden kimsenin umursamadığını?" soruyordu. Nelson'a göre, koronavirüs salgını Çin'in Wuhan şehrinde başladığından beri, en büyük ABD haber kuruluşlarından gazeteciler, hızlı yayılmasının yol açtığı tehlikeleri özenle rapor etmişlerdi. Yani Nelson, ABD'nin en büyük haber



kuruluşlarının işini yaptığını düşünüyordu. Ancak salgının ABD'deki yayılma hızından da görülüyordu ki insanlar bunu pek umursamamıştı. Nelson, bunun en büyük nedeninin, insanların medyaya olan güvenini kaybetmesi olduğunu düşünüyor ve bunu verilerle destekliyordu. ABD'de 1977'de %72 olan haber medyasına güven oranı, 2016'da %32 ile dibi görmüş, bugün ancak %41'lere çıkmıştı.

Haberin Yeni Rakipleri

Haber medyasına güvenin kaybolması önemli bir veri olsa da bir başka tehdit, haberin sosyal medya akışında eğlenceli içerik ve siyasi tartışmalar arasında

kaybolması. Haberin yeni bir forma ihtiyacı var. Çünkü haber, televizyonda önceden kendine ait bir kuşakta yayınlanan özel bir alandı. Öyle ki, bütün kanallar ana haber kuşağını aynı saatte yayınlamaya dikkat ederdi. Gazetenin ana işi haberdir, ancak eklerinde "eğlence" yer alırdı. Sosyal medya ve algoritma düzeni bu ezberi tamamen bozdu. Şu an haberin rakibi ve alternatifi haber değil. Komik bir video olabilir, bir Youtuber'ın slime performansı olabilir, akla gelebilecek her şey olabilir. Sosyal medya akışında algoritmalarla desteklenen korkunç bir dikkat rekabeti var. Haber de "sansasyonel" olmadığı sürece, bu rekabetin içinde kaybetmeye mahkûm bir form.

Koronavirüs salgını sonrası habercilik alanında bu tartışma biraz daha derinleşecek gibi görünüyor. Çünkü koronavirüs salgını gösterdi ki, bilim gibi her zaman tek bir doğrunun olmadığı, yavaş ilerleyen, yanlışlanabilen bir alanda “hızlı gazetecilik” bir işe yaramıyor.



Haber Sonrası Gazetecilik Nasıl Olacak?

Amerika'da bu tartışma “haber sonrası gazetecilik” (Post News Journalism) kavramı üzerinden yürüyor. Harvard Shorenstein Merkezi Araştırmacısı Hossein Derakshan, “Gazetecilik ‘haber sonrası gazetecilik’ dediğim biçimde kendini yeniden keşfediyor” tespitiyle bunu destekliyor. Çünkü yapay zekâ nicedir rutin haberleri bildiğimiz haber formuyla yazıyor ve bu ekstra bir gazetecilik çabası gerektirmiyor. Ancak yine Derakshan'a göre yapay zekâ; “Errol Morris, Bob Woodward veya Michael Barbaro gibi hikâyeleme tekniğiyle gazetecilik yapan isimlerin yerini alamaz.” Yani ister hikâyeleme olsun, ister Netflix'in popü-

ler şovlarından Patriot Act with Hasah Minhaj'da olduğu gibi sırtını mizaha dayasın, haber yeni bir forma kavuşmak zorunda.

Yavaş Gazetecilik ve Uzmanlaşma

Haberin ihtiyaç duyduğu ve daha da fazla duyacağı yeni formun temelinde “yavaş gazetecilik” var. Her nasılsa, özellikle sosyal medyadan sonra dünya, her dakika haber almak gerektiği yanılsamasına kapıldı. “Son Dakika” haberciliği, normalde günün ya da haftanın sonunda tek parça halinde alınan haberi parçalara böldü. Bu hem insanların algısını dağıttı hem de haberi değersizleştirdi. Koronavirüs salgını sonrası habercilik alanında bu tartışma biraz daha derin-



O yüzden, yeni dönemde “büyük ve köklü haber markasıym” demek her zaman yeterli olmayabilir. Çünkü itibarın medyadaki değeri, salt ticari ürün ve hizmetlerden daha kritik: “İtibar” medya için ürünün kendisi. İtibar yoksa marka hiçbir anlam ifade etmiyor.

leşecek gibi görünüyor. Çünkü koronavirus salgını gösterdi ki, bilim gibi her zaman tek bir doğrunun olmadığı, yavaş ilerleyen, yanlışlanabilen bir alanda “hızlı gazetecilik” bir işe yaramıyor. Dahası hem bilim haberleri hem de sağlık haberleri belli oranda uzmanlaşma istiyor. Bir internet editörüne tüm haberleri yaptırmaya kalktığınızda ise “bilgi kirliliği” ortaya çıkıyor. Bunun da sonucu itibar kaybı.

İtibarlı Olan Kazanacak

Chris Foster, Reputation Strategy and Analytics in a Hyper-Connected World (Türkçede: Hiper-Bağlı Bir Dünyada İtibar Stratejisi ve Analitiği, Koç Üniversitesi Yayınları, 2019) isimli kitabında itibar meselesini dijital devrimle birlikte ele alıyor. Ona göre marka ve itibar kavramları bazen karıştırılsa da aynı şey değil. Herkesin sürekli çevrimiçi olduğu bir



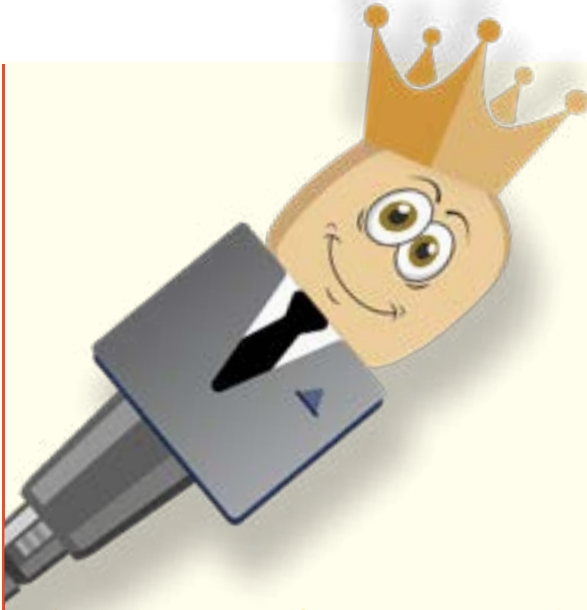
İnsanların bir okumak istedikleri şeyler vardır, bir de gerçekte okudukları şeyler vardır. İşte koronavirüs sonrası gazetecilik ve yayıncılık, insanların 'okumak istedikleri' ile "gerçekte okudukları şeyler arasındaki dengeyi kurmak ve hakikate sadakat duymak çerçevesinde şekillenecek.

dönemde, marka ile itibarı karıştırmanın bedeli ağır. O yüzden, yeni dönemde "büyük ve köklü haber markasıyım" demek her zaman yeterli olmayabilir. Çünkü itibarın medyadaki değeri, salt ticari ürün ve hizmetlerden daha kritik: "İtibar" medya için ürünün kendisi. İtibar yoksa marka hiçbir anlam ifade etmiyor.

Okur Ne Bekliyor?

İşte habercilikte hız yüzünden yaşanan itibar kaybı, köklü ve itibarlı haber kuruluşlarına ihtiyacı daha da çok artıracak. Ancak yukarıda "haber sonrası gazetecilik" olgusunda da değindiğimiz üzere, bu kuruluşların da yeniliğe ihtiyacı var.

Bunun için haberin formu ve dili üzerine daha fazla düşünceleri şart. Çünkü yeni kuşakların haber talebiyle, geleneksel habercilik dili çoğu kez örtüşmüyor. Derek Thompson'ın Hit Makers Dikkat Dağınıklığı Çağında Popülerlik Bilimi (Türkçede The Kitap, 2017) kitabı için Facebook'ta ürün yönetiminden sorumlu Adam Mosseri ile görüşmesinden çıkarıldığı bulgu bu noktada önemli: İnsanların bir okumak istedikleri şeyler vardır, bir de gerçekte okudukları şeyler vardır. İşte koronavirüs sonrası gazetecilik ve yayıncılık, insanların 'okumak istedikleri' ile "gerçekte okudukları şeyler arasındaki dengeyi kurmak ve hakikate sadakat duymak çerçevesinde şekillenecek.



Hakikat ve Çözüm Odaklı Yeni Bir Gazetecilik İhtiyacı

Koronavirüsün adı yüzeyin kaplayan halkadan geliyor. Çünkü bu halka taca benzetiliyor ve taç anlamına gelen "corona" ile ifade ediliyor. Gazetecilik de pandemi sonrası daha da billurlaşan dijitaldeki bilgi kirliliğinin yarattığı fırsatı değerlendirirse, bu süreçten taçlanarak çıkabilir. Bu belki de yeniden yaygın olarak "para" ödenmeye değer bir meta haline gelmeyi ve habercilik alanında yıllardır süren "gelir modeli krizi"nin çözülmesini de hızlandırır. Salt muhalefet veya yandaşlık temelinde kalan gazeteciliğin artık pek şansı yok. Gazetecilik hakikat ve çözüm odaklı, yenilikçi olmadığı sürece, tıpkı koronavirüs salgını öncesinde olduğu gibi yerinde saymaya ve gerilemeye devam eder.

KİTAP KÖŞESİ

KARAR KİTABI: STRATEJİK DÜŞÜNME ÜZERİNE 50 MODEL



Yazar: Mikael Krogerus

Yayınevi: The Kitap Yayınları

Sayfa Sayısı: 192

Cilt Bilgisi: Karton Kapak

"İş değiştirmeli miyim, evlenmeli miyim, diyet yapmalı mıyım" türünde, sonuçları kişisel olan sorularla ve "Daha çok eleman mı almalıyım, yeni ürün mü çıkarmalıyım, satış sistemini mi değiştirmeliyim" türünde, sonuçları kurumsal olan sorularla yüzleşmediğimiz gün yok!

Uluslararası çok satan İletişim Kitabı'nın yazarları şimdi de Karar Kitabı'nda çok kullanılan 50 karar verme modelini tek bir kitapta topluyorlar.

İddiaları da şu: bu kitabı okuyarak çok kısa sürede karar modellerine hâkim olacaksınız! Karar Kitabı'nda; Uzun Kuyruk Modeli Maslow Piramitleri SWOT Analizi Lastik Bant Modeli Mahkûmun İkilemi Bilişsel Uyumsuzluk Eisenhower Matrisi Çatışmaların Çözümü Akış Kişisel Potansiyel Tuzağı İsviçre Peyniri Modeli Sonuç Optimizasyonu Modeli Aşırı Seçenek Yükleme Geribildirim Analizi Durma Kuralı Bilişsel Yanlılık Evet/Hayır Kuralı Rumsfeld Matrisi Beklentiler Modeli çok anlaşılır bir şekilde açıklanıyor.

Karar Kitabı'nı okuyunca yazarlarının iddialarında ne kadar haklı olduğunu anlıyorsunuz. Kişisel ve kurumsal kararlarınızı daha kolay ve doğru almak istiyorsanız Karar Kitabı size kesinlikle yardımcı olacaktır.

HEMEN AL

A N L I K

NORMAL
DİJİTAL DERGİ

DOSYA YENİ NORMAL / KISIM:3

YENİ
NORMAL
Korona'dan
Sonra Yaşam



iletişimde
“yeni normal”e
“anormal” bir bakış

Teknoloji yazarı Cem Kıvırcık yazdı



İletişimde “yeni normal”e “anormal” bir bakış

Teknoloji yayıncılığı yaptığım için bu tür “sakız” kavramlara karşı bağışıklığım var.

Cem Kıvrıkcık

Korona pandemisiyle birlikte ağızlarımı-za sakız olan kavramlardan biri de “yeni normal”... Teknoloji yayıncılığı yaptığım için bu tür “sakız” kavramlara karşı bağışıklığım var. Mesela “Big Data – Büyük Veri”, “Industry 4.0 – Endüstri 4.0” ve “Internet of Things – Nesnelerin İnterneti” bunların sadece bir kaçı... Aslında seviyoruz böyle kavramlar üretmeyi ve kullanmayı. Uluorta yerde söylediğimizde, ya da bir yerlere karaladığımızda çok şık duruyor. Dinleyenler, okuyanlar, “Breh

breh breh!..” diyor hakkımızda; “Adam malumatfuruşluğun zirvesine bayrak dikmiş!”

Son günlerde katıldığım online toplantılarda, konuşmalarda sosyal medyada, orada burada hep bu kavramla karşılaşıyorum. Kader ağlarını örüp de Anlık “Normal” Dergi’den iletişimde “yeni normal” dönemi ile ilgili bir yazı istenince, kendi kendime dedim, “Oğlum Cem, bu işten kaçış yok. Yaz kurtul!”...

Normal nedir?

Kelimelerin köklerini inceleyen bilim adı olan etimoloji ilgi alanlarımdan biridir. "Normal" kelimesinin köküne indiğimizde Latince "normalis" kelimesiyle karşılaşırız. Hatta, o dönemin dülgerlerinin, yani marangozlarının kullandığı gönye de diyebileceğimiz cetvelin adı "norma". Normal de bu cetvelle ölçülmüş, biçilmiş, uygun anlamına geliyor. Modern dünyada kullanılmaya 19. yüzyıl ortalarında başlanıyor. Tabii bu durum 19. yüzyıldan önce "normal" olmadığı gibi bir algı yaratmasın.

Aslında hayatımızdaki birçok kavram gibi "normal" de zamana ve mekana göre değerlendirilmesi gereken bir kavram. Bir yerde normal olan bir başka yerde anormal olabiliyor. Ya da bir zaman normal olarak değerlendirilenler, bir başka zamanda kabul görmeyebiliyor. Özellikle teknolojideki gelişmelerin neredeyse 10 yılda bir hayatımızı kökten değiştirdiği bu çağda "normal" kavramının son derece göreceli olduğunu söylersek yanılmayız.

Tekrar pandemiye dönecek olursak, aslında "yeni normal" düzen milenyuma geçiş sürecimizde başladı. 1990'lı yıllarda internet yaygınlaştı, bilgisayarlar evlere girdi ve geçen 10 yıllık süreçte bizi kara kara düşündüren ilk panik Y2K sayesinde yaşandı.



Özellikle teknolojideki gelişmelerin neredeyse 10 yılda bir hayatımızı kökten değiştirdiği bu çağda "normal" kavramının son derece göreceli olduğunu söylersek yanılmayız.

Peki neydi Y2K? Basitçe anlatacak olursak, bilgisayarların işletim sistemleri, yazılımlarını vs. hazırlayan mühendisler, çok fazla veri kullanmamak adına sistemlerde yıl hanesini iki haneli olarak düzenlemişlerdi. 01, 02, 03... gibi. Dolayısıyla 99 rakamı, 1999 yılını temsil ediyordu. Yıl 2000 olduğunda 00 olacaktı ki, bu da acaba 1900 yılına mı döneceğiz paniği yarattı. Çünkü bankacılık başta olmak üzere bu değişiklikle birçok sektör olumsuz olarak etkilenecekti bilim adamlarına göre. Ancak 31 Aralık 1999 günü saat 23:59'da nefesler tutulmuşken hiç de öyle olmadı. 1 Ocak 2000 günü, beklenen "dijital kıyamet" yaşanmadı. Daha sonra kronolojik olarak, Şarbon, SARS, Kuş Gribi, Domuz Gribi, Maya Takvimi ve Ebola salgını gibi birçok kıyamet senaryolarına muhatap olduk. Ama hayat hep kaldığı yerden "normal" bir şekilde devam etti.

Geleneksel medya araçlarından gazeteler, dergiler yavaş yavaş iletişim dünyamızdaki ağırlıklarını ve etkilerini yitirdiler. "Gazetede yazıyorsa doğrudur" anlayışı artık geçerli değildi.

"Yeni normal" düzen milenyumla gelmişti zaten

Milenyumla birlikte 1789 Fransız İhtilali ile başlamış olan "toplumsalcılık" anlayışı, yerini şiddetli bir "bireyselleşme"ye bıraktı. Daha fazla kendimize döndük. Tüm iletişim ihtiyacımızı hayatımıza giren "ekran"lardan karşılıyorduk. Önceleri TV, daha sonra internetin gelişmesi, bilgisayarların yaygınlaşmasıyla monitörler ve en sonunda mobil genişbantla birlikte akıllı telefonlar. Geleneksel medya araçlarından gazeteler, dergiler yavaş yavaş iletişim dünyamızdaki ağırlıklarını ve etkilerini yitirdiler. "Gazetede yazıyorsa doğrudur" anlayışı artık geçerli değildi.

Cem Kıvırcık

Kendini anlatırken "Babıali Yokuşu'nu tırmanan neslin sonuncularından..." kavramını sıklıkla kullanan ve altını çizen Cem Kıvırcık, 1983 yılında Milliyet Dergi Grubu'nda yayınlanmakta olan Hey dergisinde muhabir olarak işe başladı. Henüz Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu'nda ilk yılını yeni tamamlamıştı. Dolayısıyla eski bir deyişle "hem alaylı, hem de mektepli"dir. Birçok yayında ağırlıklı olarak müzik, magazin, spor konularında

içerik üretti, yöneticilik yaptı. 1996 yılında geri döndüğü Milliyet grubunda Türkiye'nin ilk internet dergisini çıkarttı. Daha sonra birçok teknoloji yayınına imza attı. Halihazırda bu konuda değişik yayınlarda yazarlık, yöneticilik, yayın danışmanlığı gibi pozisyonlarda çalışmalarına devam ediyor. Fotoğraf tutkuları arasında önemli bir yer tutuyor ve ülkemizde yayınlanmakta olan birkaç fotoğraf dergisinden biri olan Digital Photoline'in yöneticiliğini yapıyor. Bilişim Medyası Derneği, Magazin Gazetecileri Derneği ve İFSAK üyesi.





2000'li yılların ikinci yarısından tanıştığımız sosyal medya ile birlikte iletişim anlayışımızda "yeni normal" düzeni başladı. Adına "vatandaş gazeteciliği" denilen kavramla birlikte hem "haber" üretebiliyor, hem de profesyonel bir yayıncıya ihtiyaç duymadan dünyanın bir başka ucunda, hiç tanımadığımız kişilerin ürettiği içeriği tüketebiliyorduk. Yıllarca gazetecilik yapan, haber üreten, köşe yazarları ile fikirlerini paylaşan, TV'de haber sunan, yorum yapanların yerini influencer'lar, fenomenler, YouTuber'lar aldı. Yapılan bir araştırmaya göre 6-17 yaş aralığındaki gençlerin yüzde 75'i YouTuber olmak istiyor. Doktor, mühendis, ya da avukat değil...

Gelelim pandemi sürecinde virüsü nasıl ifade ettiğimize... "Corona, Korona, COVID-19, KOVID-19, Coronavirus, Koronavirus, Koronavirüs, Korona virusu, Korona virüsü, vs..." Daha virüsün ismi konusunda bile ortak bir yol bulamadık. Özellikle TV ekranlarında boy gösteren, sağlık profesyonelleri "virus" diyorlardı, garipsedim.

Gelecek yıl yine kucak kucağa olacağız

Peki, bu pandemiden sonra ne olacak? "Yeni normal"lerle hayatımız değişecek mi? Aslında çok da köklü değişikliklerin olacağını düşünmüyorum.

Zaten iletişimimizi online ortamda yapıyorduk, buna devam edeceğiz. Yıllardır bilişim dünyasına pazarlanmaya çalışılan video konferans sistemleri kullanım oranları artarak pazar paylarını arttıracak.

Bir süre daha biraz “septik” davranacağız. Maskeler, sosyal mesafe, vs. Ancak bakın şuraya yazıyorum, gelecek yıl herkes yine kucak kucağa olacak.

Evden çalışma konusuna gelince, aslında bir süre verimliliği arttırır gibi görünse de, uzun vadede pek de verimli olduğunu düşünmüyorum. Bir süre hibrit ta-kılmakta yarar var. Tamamen evden, ya da mekan bağımsız çalışmak için en az iki neslin daha adaptasyonu gerekiyor.

Pandemi süresince evden çalışan birçok kişi, ofisler açılrsa da işe gitsek diye fink atıyor. Trafik sıkıntısına bile razılar hatta...

E-ticaret hacmi katlanarak artıyor ama bu sektörün en önemli paydaşı olan kargo sisteminin durumu bir felaket. Havadan drone, ya da otonom araçla kapıya servisi Türkiye’de düşünün. O drone hangi mahalleye nasıl inecek, kapı numarasını nasıl bulacak çok merak ediyorum.

Dolayısıyla kargo sektörü yeni bir açılımla gelişmez, tüketici hakları konusundaki düzenlemeler gereken noktaya gelmezse e-ticaret de doyum noktasına ulaşacaktır.

“Pandemiyle gelen “yeni normal”ler geçici, teknolojiyle gelenler kalıcı olacaktır.

GELECEK ve GİDECEK “YENİ NORMALLER”

Pandemiden sonra hayatımıza kaldığı yerden devam ederken, bu süreçte karşılaşmış olduğumuz bazı “yeni normal”lere elveda derken, bazılarının da hayatımızda kalmaya devam edeceği kanaatindeyim.

Maskeli, siperlikli, eldivenli hayat bir süre devam edecek ama pandemi konusu kapandıktan bir süre sonra hayatımızdan çıkacak. Açıkçası bu konuda kullanımı daha konforlu, havayı filtreleyen farklı çözümlerin geliştirilmesini bekliyorum. Hatta modacıların çizgi-lerini, artık şıklık kadar hijyen ve sağlığın da etkileyeceğini düşünüyorum. **Yeni kreasyonlardaki Korona tasarımlarını merakla bekliyorum.**

Pandemi döneminde üzerinde en fazla konuşulan konulardan biri de, “tarım” oldu. Bugüne kadar çok da önemsemediğimiz bu mesele gündem haline geldi. Teknoloji destekli tarım faaliyetlerinin eskiye oranla artacağı ve artık kalıcı olacağı kanaatindeyim. Toprak analizi, ölçümleme, kontrol ve denetimin yanı sıra, tohum ıslahı, tohum bankacılığı gibi konularda yatırımlar artacak. Ancak olası pandemi süreçlerinde tarlada çalışacak iş gücüne de ihtiyaç duyulacağından, bugüne kadar “kentsoylu” olan robotlar ve **robotik teknolojiler kendilerini kırsalda da gösterecek.** Otonom traktörler, eken, biçen, sulayan, ilaçlayan, hasat kaldıran robotlar çiftçilerin en büyük dostu olacak.

Yine robotik teknolojiler üzerinden gidecek olursak, **robotların sağlık sektöründeki rolünün** de artacağını bekliyorum. Hasta bakımı, yoğun bakım yönetimi gibi konularda sağlık çalışanlarını riske atmamak adına **“hastabakıcı” robotlar**la karşılaşacağız.

Giyilebilir teknolojiler konusunda da nabız, kandaki oksijen miktarı ve stres ölçümünün yanı sıra **düzenli ateş ölçümü** özelliğinin de devreye alınması gerekecek. Yüksek ateş, kandaki oksijen miktarının düşmesi gibi konularda kullanıcı ve uygulama aracılığıyla sağlık çalışanları uyarılacak.

Uzun vadede her ne kadar “doğal” gıdalar konusunda önemli adımlar atılacak olsa da, **sente-tik beslenme sistemleri**yle insan vücudunun bağışıklığını arttırma konusunda da çalışmalara hız verilecektir. Alternatif besin kaynakları, **“yapay et”** gibi çalışmalarla ileride karşılaşacağımız felaket senaryolarına yeni hazırlıklar yapılacaktır.

Çalışanlar sevinecek mi üzülecek mi bilmiyorum ama işverenler, artık **“evden çalışma”** fikrine daha sıcak bakmak durumunda kalacaklar. Büyük ofis kiralaları, yemek, ulaşım ve hatta tuvalet kağıdına kadar birçok masraf kaleminden kurtulacak işverenler muhtemelen. Araştırmalara göre birçok firma çalışan kadrosunun neredeyse **yüzde 75’ini evden çalışmak konusunda teşvik etmeye** başlamış bile.

Dergiler, gazeteler derken, bildiğimiz anlamda TV de bir anlamda tarihe karışacak gibi görünüyor. İnternet platformu üzerinden yapılan yayıncılık sektörü gelişimini katlayarak sürdürecektir. Bir örnek verecek olursak **Netflix, ikinci çeyrekte 7,5 milyon abone beklerken, iki ayda 15,77 milyon yeni abone kazandı.**

KİTAP KÖŞESİ

Merve Okçuoğlu merokcu@gmail.com



Yeni normal: Yemek yapmak

Çalışan kesim için pandemi öncesi yemek yapmak bir dertti, hele ki İstanbul gibi bir kozmopolitanda. Trafik, ofis, iş arkadaşları, toplantılar derken evimize yorgun argın dönmüş olurduk. Öyle ya, bir de yemeği mi düşünecektik? Peki, düşünmedik de ne oldu? Dışarıdan yemekler söylendi, dışarıda yemek yendi, sosyallik hep dışarıda kuruldu. Şimdi ne yapıyoruz? Belki hiç yapmadığımız yemekleri yapıyor, yaptığımız yemeklerin fotoğraflarını whatsaptan birbirimize gönderiyoruz. Sosyalleşmenin dibine vuruyoruz, birbirimizle yemek yoluyla iletişim kuruyoruz. İki çift laf ederken araya bir de tarif "sıkıştırıyoruz". O da yetmiyor, sosyal medyada tarif paylaşıyoruz, tarifleri bir de yaptığımız yemeğin fotoğrafıyla "koronalyoruz" (Corona kelimesinin İngilizce'de taç, hale gibi anlamları var). Online (çevrimiçi) kurulan sofralarda online muhabbetler ediyoruz, kadeh tokuşturuyoruz; aslında yemek yoluyla bir nevi online sosyal bulaş yaratıyoruz. Zaten yapılan son araştırmalar da evde kaldığımız bu süreçte evde yemek yapma oranının arttığını söylüyor.

Çevrimdışı tarifler

Online sofralar kuruladursun, biz yediği ve yaptığı yemekleri yıllarca belleğinde "demlemiş" bir mutfak profesyoneli Silva Özyerli'nin Yemekli Diyarbakır Tarihi- Amida'nın Sofrası adlı kitabına bakalım. Evet, Silva Özyerli bir mekânda aşçılık yapmıyor, mesleki anlamda bir "şef" değil ama mutfak tutkusunu çocukluğunu geçirdiği Diyarbakır'la birleştirmiş bir mutfak profesyoneli ve araştırmacı. Diyarbakır mutfağı ve likör yapımı başlıca araştırma konuları. Yemek tarifleri için internet uçsuz bucaksız bir kaynak ancak internette tarif arayanların dikkatini çekmiştir, genellikle birbirini tekrarlar tarifler. Bu yılın başında Dünya Gazetesi Kitap Dergisi'nin 27. kez verdiği Yılın En İyileri

Ödülü'nde, Gastronomi dalında Jüri Özel Ödülü'ne layık görülen Amida'nın Sofrası gibi kitapların, tam da bu yüzden yemek kültürümüzde önemli yer tuttuğunu düşünüyorum. Amida'nın Sofrası, 70'li yıllarda Diyarbakır (Ermenicede Amida veya Dikranagerd) yemek kültürüne ve aynı zamanda Diyarbakır ve çevresinin yüz yılı aşkın tarihine ışık tutan titiz bir çalışmanın ürünü.



Aras Yayıncılık kitaba bu yüzden "Yemekli Diyarbakır Tarihi" üst başlığını eklemiştir. Özyerli sık sık kendi belleğine başvurmuş; hatıralarından ve ayrıca sözlü ve yazılı tarihten de faydalanarak Diyarbakır ve yöresinin yemek kültürünün yanısıra Diyarbakır'ın ve Diyarbakır Ermenilerinin gündelik yaşamına dair bütün manzarayı da betimlemiştir. Temel gıdaya yönelik aklımıza gelecek her türlü alışveriş alışkanlığını, alışveriş adabını, peynir seçiminden bastırma (pastırma) için kıyım seçimine, buğdayın ayıklanmasından leblebi yapımına kadar en temel malzemelerin tabiatını kolektif yaşamın ve aile yaşantısının içinden, kendi hatıralarıyla anlatmıştır. Kitabında Diyarbakır'da ve Diyarbakır Ermenilerinin mutfağında yer etmiş lüle kebabı, khirçikli meftune (kış meftunesi), çiküfte (çiğköfte), herise (keşkek), kenger meftunesi, badem ezmesi gibi pek çok yemeğin ve tatlının tariflerine de yer veren Özyerli'ye, bu güzel coğrafyanın pişirme tekniklerini, efsanelerini, anlatılarını ve ailesinin manevi zenginliğini bizimle büyük bir cömertlik ve samimiyet içerisinde paylaştığı için buradan ayrıca teşekkür etmek isterim.

Leyleğin getirdiği

Kışın bitişini, baharın gelişini müjdeleyen leylekler Özyerli'nin bu kitabı yazmasının nedenlerinden biri. 13 Şubat Melet Bayramı

**Ne de olsa hayat,
korkunun ve acının
baharat olarak tat
verdiği koca bir
soğan. Bu güzel
yemeğe sevgimizi
katabilirsek ne
mutlu; çevrimiçi
veya çevrimdışı...**

(İsa'nın doğumunun kırkıncı günü) arifesinde kilisede mumlar yakılır ve o mumlar söndürülmeden evlere taşınmıştır. "Kiliseden getirdiğimiz mumla önce evin lambasını yakar, yanan lambayla birlikte evin dört bir tarafını dualar eşliğinde dolaşır anam. Bir nevi aydınlanmayı, ışığı, ışığın nurunu eve taşımış olurduk." 14 Şubat günü ise Özyerli'nin annesinin söz verdiği üzere bir leylek muhakkak kilisenin çan kulesini mesken tutarmış. Dolayısıyla, "Biz tertemiz dünyamızda, masallar diyarında dolanıyor, 14 Şubat'ı leyleğin geldiği, aydınlanmanın kutsandığı Melet Bayramı olarak kutluyorduk." Anlatıldığına göre, yine bir 14 Şubat gününde Diyarbakır valisi bir hamamın kubbesine yuva yapmış bir leyleğin yavrusunu yıldıktan kurtarmış ve bir sonraki 14 Şubat'ta aynı leylek valinin evinin avlusuna ne olduğu belirsiz birkaç çekirdek bırakmış. Baharda Dicle kıyılarına ekilen çekirdekler meğer Diyarbakır karpuzunun doğuşunu müjdeliyormuş. Çiftçiler tarlaya tohum serperken "Kurda, kuşa, aş," derlermiş. Yani yediğimiz, içtiğimiz her şey sadece bizim için varlığını sürdürmüyor, bu dünya sadece biz insanoğluna ait değil. Dünya üzerinde sadece biz online'iz. Amida'nın Sofrası'nın hem bize hem de çevrimdışı canlılara faydalı olması dileğiyle...

ANLIK NORMAL MÜZİK



The Onion Song - Marvin Gaye & Tammi Terrell

NORMAL ANLIK

DiJİTAL DERGi

DOSYA YENİ NORMAL / KISIM:4

YENİ
NORMAL
Korona'dan
Sonra Yaşam



Dünya
Gazetesi
Tarım
Yazarı
Ali Ekber
YILDIRIM
yazdı.

Korona sonrası TARIM & GIDA

“Üretmezsek aç kalırız, üretirsek dünyayı besleriz.
Türkiye böyle bir ülke.”

Uzman Ürünleri Yeterlilik Merkezi Gıda Milliyetçiliği Koruma Koruyuculuğu

**Korona virüs sonrası
tarım ve gıdada yeni bir
düzen kurulacak.**

Yazar: Ali Ekber YILDIRIM
Dünya Gazetesi Tarım Yazarı
www.tarimdunyasi.net

Çin'den başlayarak dünyaya dalga dalga yayılan ve gezegeni adeta esir alarak insanları eve kapatan koronavirüs (CO-VID-19) yaşamın her alanını etkilediği gibi tarım ve gıdayı da derinden etkiliyor.

Bu süreçte, bireylerin, toplumların, devletlerin tarım ve gıdaya bakışı değişti. Uygulamaya konulan önlemler, kısıtlamalar, devletlerin tarıma ve gıdaya bakışı her yönüyle yeni bir döneme girileceğini gösteriyor. Koronavirüs sonrası tarım ve gıdada yeni bir düzen kurulacak.

Tarım ve gıda konusunda ulusal, bölgesel ve küresel boyutta yaşanacak değişimin ana eksenini, kendine yeterlilik, belli ürünlerde uzmanlaşma, dış ticarete korumacılık ve gıda milliyetçiliği oluşturacak.

Yeni dönemde tarımda kendine yeterlilik en önemli ilkelerden birisi olacak. Her ülke sahip olduğu iklime, coğrafyaya, doğal kaynaklara ve ürün desenine göre üretim odaklı bir tarım politikası uygulayacak. Bunun için üreticisine her türlü desteği sağlayacak. İhtiyacı olan ürünleri kendi topraklarında üretecek. Üretmediği ürünleri ithalatla karşılayacak.

Koronavirüsün ortaya çıkmasından önce yaşanan ticaret savaşlarının da ana ek-

Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump'ın "yerli üretim" stratejisi, Avrupa Birliği, Amerika ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerin yaptırımlarına karşı Rusya'nın 5 yıllık "tarımda yerli üretim stratejisi" yeni dönem için önemli ipuçları vermişti. Koronavirüs ile birlikte bu süreç daha çok hızlandı. Biraz da zorunluluk haline geldi.



senlerinden birisi tarım ve gıdaydı. Ticaret savaşları tarım ve gıda ürünleri üzerinden yapılıyordu. Bu da korumacılığı ön plana çıkardı. Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump'ın "yerli üretim" stratejisi, Avrupa Birliği, Amerika ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerin yaptırımlarına karşı Rusya'nın 5 yıllık "tarımda yerli üretim stratejisi" yeni dönem için önemli ipuçları vermişti. Koronavirüs ile birlikte bu süreç daha çok hızlandı. Biraz da zorunluluk haline geldi.

Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) Mayıs ayı verilerine göre, 93 ülke ihracatta kısıtlama uygularken, 104 ülke ithalatta liberalizasyona gitti.



Korumacılık ve destekler artacak

Dünya Ticaret Örgütü ve diğer uluslararası kuruluşlar korumacılığın ticareti olumsuz etkileyeceğini öne sürseler bile, devletler daha korumacı bir tarım politikası ile yerli üretimi destekleyecekler. Bunun ilk uygulamalarını koronavi-rüs salgınının en yaygın seviyeye ulaştığı Mart-Nisan 2020 döneminde gördük.

Amerika Birleşik Devletleri tarıma 19 milyar dolarlık ek destek paketi açıkladı. Topraklarının sadece yüzde 12'si tarıma

Ali Ekber Yıldırım

Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu (İletişim Fakültesi) Gazetecilik Bölümü'nden 1987'de mezun oldu. Okul yıllarında çeşitli dergilere röportajlar yaptı. Gazeteciliğe ANKA Haber Ajansı'nda başladı. Dünya Gazetesi'nde 1988 yılından bu yana muhabir, haber müdürü ve İzmir Temsilcisi olarak görev yaptı. Gazetenin Kurucusu Nezhir Demirkent'in yönlendirmesi ile 1996'dan beri tarım yazıları yazarak bu alanda uzmanlaştı. İzmir Gazeteciler Cemiyeti'nde 4 yıl başkan yardımcılığı yaptı. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından 2010 yılında Haber ve Ekonomi dalında

Yılın Gazetecisi seçildi. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Nezhir Demirkent Özel Ödülü, İzmir Gazeteciler Cemiyeti Hasan Tahsin Ödülü, Ziraat Mühendisleri Odası Basın ödülünün yanı sıra, ekonomi gazeteciliği ile tarım yazarlarından dolayı aldığı çok sayıda ödülü vardır. Dünya Gazetesi'nde tarım yazarı olarak köşe yazısı, haber ve araştırma yazıları yazıyor. Ayrıca, 2007 yılından bu yana www.tarimdunyasi.net'in yöneticisi ve yazarıdır.

2020 yılında yayınlanan "Üretim Tüket/İthalat, Siyaset, Rant Kısacasında Tarım" kitabı kısa sürede 6 baskı yaptı.



elverişli Japonya, 5 milyar dolarlık destek paketi uygulamaya koydu. Bir çok ülke tarıma ilave destek paketi açıkladı.

Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) Mayıs ayı verilerine göre, 93 ülke ihracatta kısıtlama uygularken, 104 ülke ithalatta liberalizasyona gitti. Ülkeler sağlık ürünlerinin yanı sıra tarım ve gıda ürünlerinin ihracatını kısıtlarken ithalatını kolaylaştırdı.

Rusya'nın başını çektiği Avrasya Ekonomi Birliği, 25'ten fazla tarım ve gıda ürününe ihracat yasağı getirdi. Rusya buğday ihracatını önce yasakladı, sonra kota uygulamasına geçti. Kota dolunca tekrar ihracatı durduracak.

Bulgaristan, kendi çiftçisini korumak için bakanlar kurulu kararı ile marketlerde yerel ürünlerin satışını zorunlu hale getirdi. Satışı zorunlu ürünler arasında süt ve süt ürünleri, balık ve balık ürünleri, taze et, yumurta, arı balı, taze meyve ve sebzeler var. Yerel üretici seralarından alım yapan perakende gıda ticaret şirketlerine domates için ton başına 600 leva, salatalık için 400 leva ve biber için 800 leva ödeme yapmaya başladı.

Buna benzer daha bir çok örnek var. Ülkeler üretime daha çok destek vererek çiftçisini korumaya çalışıyor. Avrupa Birliği, 1950'lerde gündemine aldığı Ortak Tarım Politikası çerçevesinde ilk ortak piyasa

Korona sonrası dönemde ülkeler arasında rekabet tarım ve gıdada yoğunlaşacak.

Tarımda teknoloji kullanımı yaygınlaşacak.

Dondurulmuş gıdalar, bakliyat ve diğer kuru gıdalara yönelme bekleniyor.



düzenini 1962'de tahılda faaliyete geçirdi. O günden bu yana bir çok reformlarla revize edilen Ortak Tarım Politikası'na aykırı olacak bir çok uygulama koronavirüsle birlikte yaşama geçirildi. Avrupa Birliği üyesi ülkeler "yerli malı tüket" kampanyaları açtı.

Gıda milliyetçiliği yükseliyor

Küresel salgın gıda milliyetçiliğini hiç olmadığı kadar yükseltti. Her ülke, salgının tehlikelerini görerek "önce kendi yurttaşının gıda güvenliği" diyerek gıda milliyetçiliği yaptı. Elindeki gıdayı satmak yerine stoklarda tutmayı tercih etti. Önümüzdeki dönem bu eğilimin devam edeceği tahmin ediliyor.

Korona sonrası dönemde ülkeler arasında rekabet tarım ve gıdada yoğunlaşacak. Uzun zamandır dillendirilen "tarım ve gıdada söz sahibi olmak, güçlü ülke olmanın önemli şartlarından birisi olacak" görüşü bu dönem daha çok önem kazanacak. Bu nedenle tohumdan sofraya kadar olan süreçte her ülke kendi gıda egemenliğini sağlamaya çalışacak. Bireysel bazda da toprağa sahip olmak, üretim yapmak, dikey tarım gibi uygulamalar artacak.

Tarımda teknoloji kullanımı yaygınlaşacak. Tarımda teknoloji şirketleri ön plana çıkacak. Koronavirüs nedeniyle insan hareketlerinin kısıtlanması, işgücü olanaklarının daralması teknolojiye olan talebi artıracak. Zirai ilaçlama, ekim, hasat baş-



Her fırsatta dile getirdiğimiz gibi, zengin toprakların yoksul insanları olmayı hak etmiyoruz.

ta olmak üzere bir çok alanda teknoloji yoğun çalışılacak. Dijital yaşamla birlikte dijital tarım da artacak. Drone teknolojisi, sensörler, uzaktan algılama sistemleri tarım dünyasında daha yaygınlaşacak.

Koronavirüsün etkisi ile gıdada tüketim alışkanlıkları büyük oranda değişecek. Ambalajlı gıdalara, konserve ev tüketimine uygun kolay ulaşılabilir ve kolay tüketilebilir ürünler tercih edilecek. Dondurulmuş gıdalar, bakliyat ve diğer kuru gıdalara yönelme bekleniyor.

Türkiye yol ayrımında

Yeni tarım düzeninde üretmeyen ülkelerin, toplumların işi çok zor olacak. Bu yönüyle Türkiye yol ayrımında, ya yeni tarım ve gıda düzenine uygun politikalar uygulayarak üretim odaklı bir politika seçecek ya da ithalata dayalı politikayı sürdürecektir. İthalata dayalı politikayı sürdürürse ve sahip olduğu büyük tarımsal potansiyeli değerlendiremezse gıda arzında sıkıntı yaşayacaktır.

Üretmezsek aç kalırız, üretirsek dünyayı besleriz. Türkiye böyle bir ülke.

Her fırsatta dile getirdiğimiz gibi, zengin toprakların yoksul insanları olmayı hak etmiyoruz. Türkiye'nin kendisine yeterli olduğu ve dünyada söz sahibi olduğu çok sayıda ürün var. İlk akla gelenler, fındık, üzüm, kayısı, incir, limon, mandalina, nar, portakal, mandalina, elma, şeftali, greyfurt, havuç, domates, kabak, biber, hıyar, bezelye, ıspanak, pırasa, lahana, marul, patlıcan.

Koronavirüsle birlikte tarımda bir farkındalık oluştu. Tarıma uzak duranlar bile bu alana yatırım yapmak, üretim yapmak istiyor. Bu fırsatı değerlendirmek için tohumdan başlanarak ıslah çalışmalarının, çeşit geliştirmenin, hayvancılıkta ıslahın önemi dikkate alınarak araştırma-geliştirme çalışmalarına, verimliliğe odaklanmak gerekir.

- ✓ Türkiye, meyve ve sebzelerde kendine yeterli ve ihracatçı konumda.
- ✓ Hububat ürünlerinde de büyük oranda kendine yeterli.
- ✓ Bakliyat ürünlerinde ise nohut üretiminde kendine yeterli ama fasulye ve mercimekte bir miktar ithalat yapıyor.
- ✓ En sorunlu alan yağlı tohumlar, yem bitkileri, hayvancılık ve tarımsal girdiler.
- ✓ Gübre, mazot, tohum, ilaç gibi temel girdilerdeki dışa bağımlılık üretimin önündeki en büyük engel.

KİTAP KÖŞESİ

Merve Okçuoğlu merokcu@gmail.com



Yeni normal: Balkon bahçeciliği

İki yıldır şehirde balkon bahçeciliği yapan biri olarak salgın sürecinde ne kadar doğru bir işe el attığımı anladım. Üstelik uzmanlar da salgın dönemiyle birlikte artık tarımda yeterliliğin ve sürdürülebilirliğin önem kazanacağını söylüyorlar; yani aslına bakarsanız küçük çapta özellikle şehir insanı için de kendi başına yetecek ve sürdürülebilir sistemler kurmak mümkün. Bu iş için büyük çaplı eğitimler almaya da gerek yok; faydalanılabilecek pek çok kitap, Youtube videoları ve sağduyunuz var.

Sonia Day, *Şehirdeki Bahçe* isimli kitabında balkonlarda, bahçelerde ve teraslarda kolayca yetiştirilebilecek; içlerinde nane, maydanoz, biber, domates, çilek, biberiye, patates, turp, kereviz, pancar, bakla, patlıcan ve havucun da olduğu 43 bitkiye yer vermiş. Yazarın yedi kitabı var; bahçecilik konusundaki yazıları bir dönem, Kanada'nın en büyük gazetesi Toronto Star'da yayınlanmış. İnkılap Kitabevi'nden çıkan, çevirisini Cumhur Mısırlıoğlu'nun yaptığı ve Sonia Day'in yetiştirdiği her türlü bitkinin



çekimlerini yapan fotoğraf sanatçısı Barrie Murdock'ın bitki fotoğraflarıyla da zenginlik kattığı kitapta; toprak ve saksı seçimi, kemirgenlerden kurtulmanın yolları, hava durumu gibi toplamda on altın kuralla birlikte şehirde yetiştirmeye elverişli bu 43 bitkinin her biri için zorluk derecesi, gereksinimler, ekme yöntemi, ekme zamanı, hasat zamanı, hasat sonrası saklama yöntemleri, bitkinin saksıya ve/veya bahçeye uygunluğu

detaylıca anlatılmış. Ayrıca her bitki özelinde unutulmaması gereken püf noktalarını da Day okurla paylaşmış.

Şehirde kendi yiyeceğinizi üretmek, tohumları, mayaları takas yoluyla dolaştırmak, bilgiyi ve deneyimi paylaşmak yazarın sözlerinde anlamını buluyor: "Bahçivanlar dünyanın en cömert insanlarıdır. Her zaman paylaşmayı severler; sadece mahsullerini değil, yeni fikirlerini, yetiştirme ipuçlarını ve tariflerini de paylaşır."

Şehirde bahçe yaratmanın mottosu da benden: Artık değişim zamanı ve bir yerden başlamak yeter...

ANLIK NORMAL MÜZİK



Sam Cooke - A Change is Gonna Come

ANLİK

NORMAL
DİJİTAL DERGİ

DOSYA YENİ NORMAL / KISIM:5



YENİ
NORMAL
Korona'dan
Sonra Yaşam



YENİ NORMAL

DİJİTAL

Metropolden kaçış yönetilebilir mi?

Kadir Has Üniversitesi Yeni Medya Bölümü öğretim görevlisi

İsmail Hakkı Polat yazdı.

Yeni normallerimiz daha uzaktan, daha temassız, daha hijyenik ve daha güvensiz. Peki bu normaller üzerinden dijital teknolojiler ve mecraları kullanarak nasıl bir hayat, nasıl bir ülke inşa etmeliyiz?

Yazar: İsmail Hakkı Polat

Mart ortasından beri ülke ve dünya olarak 3 aya yakın bir süredir yepyeni bir yaşam tarzı deneyimiyle daha uzaktan, daha temassız, daha hijyenik ve daha güvensiz yaşıyoruz, iş yapıyoruz veya eğitim görüyoruz. Umutla beklediğimiz aşı veya ilaç bugün bulunsa bile hayatlarımızın 3 ay önceki eski normallerimize dönmesi en iyi ihtimalle 6 ay ila 1,5 yıl arası bir zaman alacak.

Tabii o zamana kadar insanlar arası fiziksel/sosyal mesafenin bir norm olması ve bu süreçte deneyimlediğimiz iş yapış ve/veya yaşam biçimlerinin kimilerinin verimlilik aracı, kimilerinin önlem ve kimilerinin de travma olarak sürmesi kaçınılmaz.



Haziran başından itibaren açılmaya başlayan kapalı alışveriş mekanlarındaki olası sosyal mesafe ihlallerinin yaratacağı hijyen ve güven sorunları, geniş kitlelerinin alışveriş tercihlerini de değiştirecek ve daha uzaktan, daha temassız vasıflara sahip e-ticaret hizmetlerine olan potansiyel ilgisi- ni, giderek sağlamaşaın bir seçenek haline getirecek.

Corona sürecinden post-corona sürece geçerken her birimizin birey olarak yapacağı bu tür yaşam tercihleri toplumu da şekillendirecek ve devletlerin de tüm bu gelişmeler karşısındaki yol verici veya sınır- layıcı yaklaşımları da ülkelerin gelecekteki gidişatını belirleyecek.

Bireysel deneyimlerden yola çıkmak gere- kirse, özellikle büyükşehirlerde yaşayan in- sanların çoğunun pandemi öncesi yaptık- ları tüketime yönelik harcamaların önemli bir kısmından bu süreç sonrasında vaz geçecekleri ve hatta vazgeçmek zorunda kalmaları güçlü bir olasılık. Kent yaşamının o çılgın tüketim sarmalına kapılmadan da daha minimalist yaşanabileceğini keşfe- den bireyler buna bir yaşam tercihi olarak yaklaşabilir ama önemli bir çoğunluk da pandemi sonrası giderek zorlaşacak eko- nomik koşulları nedeniyle buna mecbur kalacak. Dolayısıyla temel ihtiyaçların öte-



Kent yaşamının o çılgın tüketim sarmalına kapılmadan da daha minimalist yaşanabileceğini keşfeden bireyler buna bir yaşam tercihi olarak yaklaşabilir ama önemli bir çoğunluk da pandemi sonrası giderek zorlaşacak ekonomik koşulları nedeniyle buna mecbur kalacak.

sindeki tüketim alanlarında faaliyet gös- teren işletmelerin çoğunun kısa ve orta vadede bu yeni normale dayanamaya- cıkları ve bu tür işletmelerde çalışanların da önemli ölçüde işlerini kaybedecekleri, göz önüne alınması gerekli bir senaryo.

Öte yandan, pandemi süreciyle birlik- te değişen ihtiyaçlar, tarım, hayvancılık, temel gıda ve lojistik gibi sektörlerin de önünü açtı ancak ülkeler arası küresel ticaret akışkanlığının kesintiye uğrama- sı da, Türkiye gibi ülkelerin söz konusu

Önümüzdeki dönem büyükşehirlerden daha az nüfuslu yerleşimlere doğru bir göç eğilimi oluşabileceğini düşünüyorum.

sektörlerde kendi kendine yetecek ve sürdürülebilir ulusal iş süreçlerini hayata geçirmelerini de zorunlu hale getirdi. Ana hatlarını çıkarmaya çalıştığım ama yaşamlarımızın temelini teşkil edecek bu koşullara, kalabalık ve sosyal mesafeye olanak tanımayan metropollerdeki yaşam ritmini de eklersek, önümüzdeki dönem büyükşehirlerden daha az nüfuslu yerleşimlere doğru bir göç eğilimi oluşabileceğini düşünüyorum. Ancak bu eğilimin fiyata dönüşebilmesi için, devletin de bu teşvik eden formüller geliştirmesi gerekecek.

İsmail Hakkı Polat

1989 yılında ODTÜ Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan İsmail Hakkı Polat, 1989-2004 yılları arasında Siemens, Nortel-Netaş, Ericsson ve Turkcell gibi telekom firmalarında mühendis ve yönetici olarak çalıştı. 2004 yılından bu yana Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesinde Öğretim Görevlisi olarak Yeni Medya dersleri veren Polat, üniversitenin İletişim Fakültesi bünyesindeki Türkiye'nin ilk Yeni Medya Bölümü'nün kuruluş çalışmalarında da rol aldı. Ayrıca, BBC Media Action kuruluşu için Bakü Slav ve Devlet Üniversitelerindeki Yeni Medya ders müfredatlarının hazırlanması konusunda dönem dönem danışmanlık yapan Polat, NewYork Open School of Journalism kuruluşu için "Mobil Gazetecilik" başlıklı online eğitim içerikleri de hazırladı. Polat, 2013 yılında Kadir Has Üniversitesi Yeni Medya bölümü bünyesinde Vodafone firması ile işbirliğiyle hayata geçirilen Türkiye'nin ilk üniversite tabletli uzaktan eğitim dersi olan "Mobil Ders" projesinin liderliğini de yaptı ve proje sürecinde elde edilen deneyim ve bulguları da Dünya Mobil Eğitim Kongresi'nde bir akademik tebliğ olarak sundu. Son dönemde çeşitli kurum

ve kuruluşlara Dijital Dönüşüm kavramına ilişkin eğitimler veren ve stratejik dönüşüm mentorluğu yapan Polat, bu bağlamda 2015 yılında kurulan Dijital Dönüşüm Derneği'nin kurucu başkanlığını da yürüttü. Polat'ın Dijital Dönüşüm ve Yeni Medya konusundaki görüş ve düşünceleri, her hafta Bloomberg Business Week dergisinin Türkiye baskısında düzenli olarak yayınlanmakta.





Metropolden kaçış yönetilebilir mi?

Bu süreçte "metropolden kaçış" eğilimine sahip kabaca 2 büyük kitle oluşacak:

1. Büyükşehirlerin hizmet ve tüketime dayalı sektörlerde çalışırken işsiz kalıp memleketine dönmek isteyen az vasıflı kitle.
2. Metropol hayatının sağlık risklerinden ve yaşam ritminden bunaldığı halde fiziksel olarak orada bulunması türlü nedenlerle zorunlu olan uzmanlık, yöneticilik ve/veya girişimcilik vasıfları yüksek kitle.

İşte devlet, vasıfları daha az ilk kitle için ağırlıklıla kırsal ve az nüfuslu yerleşimler-

Dijital araçlar ve mecralar sayesinde birkaç metropolde merkezileşen tüketim temelli ekonomiden tüm Anadolu'ya dağılacak dijital iş temelli üretim ekonomisine geçmek mümkün olabilir.

de özellikle tarım, hayvancılık ve lojistik sektörlerini temel alan ama tüm bu sektörleri çağın dijital teknolojileriyle verimli ve karlı hale getirmek suretiyle yeni bir ekonomik işleyiş modelleyerek tüm Anadolu coğrafyasında istihdam yaratıl-



masının önünü açmalı. Vasıfları yüksek ikinci kitle için ise, nüfus yoğunluğu nispeten düşük kent ve özellikle kıyı yerleşimlerde güçlü bilgi ve iletişim altyapısı kurarak buraları uzaktan iş yapmaya elverişli hale getirerek söz konusu kitlenin bu yerleşimlerde yaşayıp metropollerdeki mevcut işlerine devam etmelerini ve hatta tüm dünyaya yönelik işler geliştirmelerini teşvik etmeli.

Böyle bir stratejiye söz konusu yerleşimlerin yerel yönetimleri de destek verirse, dijital araçlar ve mecralar sayesinde birkaç metropolde merkezleşen tüketim temelli ekonomiden tüm Anadolu'ya dağılacak dijital iş temelli üretim ekonomisine geçmek mümkün olabilir ve bunun da ötesinde, o yerleşimlerdeki

Devlet, Tarım Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığının geçenlerde açıkladığı Dijital Tarım gibi projelerle hem arazi ve teknoloji hem de finansal destek sağlayabilirse bu strateji kiteselleşebilir.

sosyal hayatın canlanmasına dayalı ancak metropoller kadar aşırı olmayan tüketim ekonomileri de yaratılabilir.

Ayrıca, bu vasıflı kitle göç ettiği yerleşimin iş potansiyelini de harekete geçirecek orada yaratacağı girişimci teknolojik işletmeler sayesinde birinci kitleye men-

sup daha az vasıflı tersine göç kitlesi için de yeni istihdam alanlarının açılmasına ön ayak olabilir. Örnek vermek gerekirse; bir miktar sermaye ve devlet desteğiyle Anadolu'nun bir kentine veya kasabasına yerleşecek beyaz yaka bir girişimci, bir dijital tarım veya hayvancılık işletmesi kurarak büyükşehirde işsiz kalarak memleketine dönmüş insanları bu girişiminde istihdam edebilir ve dijital araçlar sayesinde hasılayı daha verimli hale getirebilir, dijital mecralardan (ve/veya blokzincir temelli gıda alım-satım platformlarından) faydalanarak daha aracısız ve şeffaf fiyatla ürününü ülkenin her yerine satma imkanına sahip olabilir ve tüm ülkeye yayılacak dijital temelli lojistik şirketleri üzerinden de malını söz verdiği sürede müşterisine teslim edebilir. Hatta drone operatörlüğü gibi yeni çağın becerilerini bile o yerleşime taşıyarak ülkenin toptan dijital dönüşümüne katkıda bulunabilir. Devlet de, Tarım Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığının geçenlerde açıkladığı Dijital Tarım gibi projelerle hem arazi ve teknoloji hem de finansal destek sağlayabilirse bu strateji kitleselleşebilir.

Bu sayede, tarım, hayvancılık ve lojistik potansiyeli Anadolu'nun en ücra köşelerine kadar yaygınlaştırılırken, bir üst katmandaki az nüfuslu kentsel alanlar-

da da uzaktan iş yapma ve dijital iş ve hizmet sektörleri geliştirilmiş olur. Kalabalıklardan yorulmuş büyükşehirlerimiz de biraz soluklanarak daha yaşanabilir yerlere dönüşebilir.

Bu politikanın bir sonraki aşamasında ise, mal ve hizmet üreten sektörlerin de daha organik ve dengeli biçimde bu yerleşimlere doğru kayması beklenebilir.

COVID19 bir şer olarak başladı ve binlerce canımızı aramızdan aldı ve maalesef almaya da devam ediyor ama bu sürecin sonrasının daha kötüye mi yoksa daha iyiye mi gideceği, her şerden hayır çıkarabilme becerimize ve uzgörümüze bağlı.





Yeni normal: Tersine tarım

Göçün; daha iyi yaşam standartları, daha iyi gelir, daha temiz bir hava, çocuklar için daha iyi bir eğitim gibi farklı sebepleri var. Ülkenin farklı dönemlerde yaşadığı ekonomik ve siyasi krizler de elbette göçü dönemsel olarak tetikliyor, tıpkı salgın süreci gibi. Yetişmiş iş gücünün şehirden kırsala göç etmesi, metropoller açısından bir tehdit oluşturabilir ancak büyük şehirleri daha yaşanır yerler kılmak bir yana dursun, iyileştirme çalışmaları ya yavaş kalıyor ya da halihazırdaki koşullar daha da kötüye gidiyor.

Tersine göç kavramından hareketle şehirden kırsala göç eden kesimin bir kısmının tarımla uğraştığını biliyoruz. Tarım politikaları üzerine çalışan bir uzman ve yeşil tarım aktivisti Süleyman Yılmaz, Yeni İnsan Yayınevi'nden çıkan kitabı *Sürdürülebilir Tarım Mümkün mü?* isimli kitabında endüstriyel tarımın yaşadığı krizi, küresel iklimdeki değişikliklerin hayatımıza etkilerini, Türkiye'de tarım alanlarının korunmasına yönelik yapılması gerekenleri ve alınması gereken tedbirleri, sürdürülebilir tarıma geçilmesinin gerekliliğini anlatıyor.

Şehirden kırsala gitmek demek bambaşka bir yerde belki bambaşka kimliklerle yaşamını sürdürmek demek. Bir kesim belki çiftçi olmak isteyecek, ki tam da bu noktada Yılmaz, "Küçük



çiftçi olmak isteyen yeni insanların eğitimi amacıyla şimdiye kadar endüstriyel tarımın gelişmesi için örnek olan devlet üretme çiftlikleri, haralar gibi devlet kurumları, endüstriyel tarımdan sürdürülebilir tarıma nasıl geçileceğine örnek olmak üzere dönüştürülmeli ve bu konuda gereken eğitimi veren kurumlar olmalıdır." diyor ve ekliyor: "Ekoköyler oluşturmak isteyen kişi ve gruplar kamusal kaynaklardan desteklenmeli, kentlerden kırsala yeniden göç teşvik edilmelidir."

Salgın süreci sonrası şehirden kırsala göç etmesi beklenenler arasında; geçmişte kırsaldan, memleketinden şehre göç etmiş aileler de var. Yılmaz'ın kitabında bu konuda da önemli yönlendirmeler var; toprağın mülkiyet üzerinden değerlendirilmesine ve kullanılmasına son verilmesi gerekliliği, Türkiye'de miras hukuku nedeniyle topraklar üzerinde pek çok sorun olduğu, bir ailenin geçimini sağlayacak şekilde ve buldukları coğrafi özellikler göz önüne alınarak birleştirilmesi gerekliliği, sürekli göç sebebiyle ekilip biçilmesi sekteye uğramış arazilerin topraksız köylülere ve tarım yapmak isteyen gençlere devredilmesi gibi bir dizi reform öneriyor. Küçük, yerel aile çiftliklerinin korunması gerektiğini de hatırlatıyor.

Zihinsel kölelikten kurtulmak, özgürleşmeyi kimseden beklememek; işte bütün mesele bu...

ANLIK NORMAL MÜZİK



Bob Marley - The Wailers - Redemption Song

ANLIK

NORMAL
DİJİTAL DERGİ

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

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