

BEYOND



ŞUBAT 2016 SAYI: 24

DEÜ İşletme Fakültesi Kulübü ve EĞİAD Ortak Yayın Organıdır.



**İŞ BAŞARISINDA
KUŞAK FARKI**

Buse YILDIRIM

**EUROTRIP
AVRUPA'DA SEYAHAT ETMEK**

Salkım YAVUZ

**GOOGLE
CARDBOARD**

Çağatay ÇALIK



EGİAD ile D.E.Ü. İşletme Fakültesi Öğrencileri Tarafından Hazırlanmıştır.





KURŞUN KALEM
EĞİTİM VAKFI

Önemli günlerde özel bir hediye;
Çağdaş Türkiye'nin öğretmen adaylarına "EĞİTİM BURSU"

Kutlama ve taziyelerinizi vakfımıza bağışta bulunarak yapabilirsiniz.

Sizleri üye, bağışçı veya gönüllü olarak vakfımızda görmek isteriz.
Ayrıntılı bilgi için web ve facebook sayfalarımızı ziyaret edebilirsiniz.



Değişim emek ister;
Emek dünyayı değiştirir.

İÇİNDEKİLER

Geleceğin İş Alanlarını Etkileyen 4 Büyük Unsur	4
İş Başarısında Kuşak Farkı	6
Kent Konseyi ve Sorunları	10
Nesnelerin İnterneti	11
Beyond NLP	12
Röportaj: PepsiCo İzmir Satış Şefi Dinçer Demir ile	15
JTİ Staj	18
Erasmus Stajı	19
Eurotrip Avrupa'da Seyahat Etmek	20
Google Cardboard	24
DEU B Club Etkinliklerimiz	25
20. Yüzyılın Okunması Gereken 50 Romanı	26
Kalan Ömrümüz	31
Yanlış Tercihlerdeki Yanlış Hayatlar	32



Sahibi:
Seda KÂYA

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:
İlhan BİLGEHAN

Editör:
Serkan TOMAÇ

Yayın Kurulu:
Seray Çavlin ŞENTUNALI

Yazışma Adresleri:
D.E.Ü İşletme Fakültesi Kulübü
Tınaztepe / Buca / İZMİR
Tel - Faks: 0 232 453 50 67
www.deubclub.com
e-posta: deubclub@hotmail.com

Ege Genç İşadamları Derneği
1456 Sk. No:10/1 Kat:8
Punta İş Merkezi Alsancak / İZMİR
Tel - Faks: 0 232 422 30 00 /
0 232 422 33 00
www.egiad.org.tr
e-posta: egiad@egiad.org.tr

GRAFİK & TASARIM

Sba

ADVERTISING

Görsel Yönetmen: Beste PEZÜK

Tel: +90.232 446 84 94 - Fax: +90.232 446 59 17
Adres: Şair Eşref Bulvarı Karaahmetoğlu İş Merkezi
No:22 K:4 D:405 Çankaya - İzmir / TÜRKİYE
www.sbareklamcilik.com

BASKI

BEYOND Süreli yerel yayındır.



Seda KAYA
EGİAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Değerli Beyond Okurları, Sevgili Gençler,

2016 yılının ilk sayısı ile sizlerle yeniden buluştuk. Tüm üniversiteli kardeşlerimize öncelikle Bahar yarıyılında derslerinde başarılar diliyorum. Bu dönemin sonunda aranızdan bazı arkadaşlarınız üniversite öğrenimlerini tamamlayıp yaşamlarının yeni bir aşamasına adım atacaklar.Şimdiden onlara da iyi şanslar ve başarılar diliyorum.

Sizleri toplumsal sorunlara duyarlı ve çevresini sürekli gözlemleyerek sorunlara çözümler üreten aydın gençler olarak daha aktif görmek istiyoruz. Bir önceki dergimizde ve daha sonra İzmir'deki tüm üniversitelerden öğrenci temsilcilerinin katılımıyla düzenlediğimiz geniş katılımlı toplantıda EGİAD Parlak Fikirler Atölyesi (EGİAD BIZ) projemizi sizlere tanıttık. Bu süreçte sizlerden çok sayıda iyi fikirler geldi ve değerlendirilmeye başlandı. İzmir, Ege Bölgesi ve Türkiye ile ilgili sosyal, kültürel ve toplum yaşamını ilgilendiren her konuda parlak fikirlerinizi EGİAD BIZ web sayfasından bize ulaştırmanızı bekliyoruz. Böylelikle genç iş insanlarının sivil toplum örgütü olan EGİAD'ın gençlerle uzun yıllara dayanan sıcak ilişkisini devam ettirmekle kalmayıp onların özgün fikir ve projelerini de değerlendireceğiz. Amacımız sürekli bir fikir üretim ve öneri sistemini hayata geçirmektir.

EGİAD olarak 25 yıldan bu yana üniversitelerimiz ve özellikle üniversite öğrencisi arkadaşlarımızla çok sayıda projede bir araya geldik. Yönetimler olarak gençlerin yaptıkları birçok projeye imkanlarımız ölçüsünde destek olmaya çalıştık. Sizlerden isteğimiz öğrenci kulüplerini ve tüm arkadaşlarınızı EGİAD Parlak Fikirler Atölyesi'ne katılmaya teşvik etmektir.

Bu dönemde ayrıca Hayat Okulu ismini verdiğimiz ve meslek yüksek okulu öğrencilerine yönelik olarak her yıl düzenlediğimiz 10 haftalık kişisel gelişim eğitim programının dördüncüsü başlıyor. Kısa süre sonra sizlere ödüllü bir yarışmayı da duyuracağız. İzmir'in değerlerinden biri olan Tarihi Kemeraltı Çarşısı'nın yeniden canlandırılması, İzmirli ve yabancı ziyaretçiler için kentin çekim merkezlerinden biri olması için neler yapılabilir konulu özgün fikirler yarışmasına katılımınızı diliyoruz.

Sosyal medyayı çok etkin kullanan gençler olarak sizlerden İzmir'in tanıtımı için İzmir Büyükşehir Belediyesi ile ortaklaşa hazırladığımız Cityofİzmir Instagram projesine de katkıda bulunmanızı bekliyoruz. Sizleri hesabı takip ederek, arkadaş çevrenize duyurarak, İzmir ve çevresi ile ilgili çekeceğiniz özgün fotoğraflarla ve instagram hesabını üniversitenize gelen yabancı öğrenci arkadaşlarınızla paylaşarak kentimizin dünyaya tanıtımına katkıda bulunmaya davet ediyoruz.

Sevgili Gençler,

Derneğimizin çok önemseydiği yayınlarından biri olan BEYOND Dergisi tümüyle üniversite gençliğinin sesi olarak sadece öğrencilerin özgün yazıları ile çok uzun yıllardan beri yayınlanmaktadır. Beyond Dergisi'nin bu sayısında da onların kalemlerinden çıkan çok güzel yazıları bulacaksınız. Katkıda bulunan tüm yazarlara, yayın kuruluna ,siz değerli öğrenci arkadaşlarımıza ve emeği geçen herkese teşekkür ediyor ve sizlere sevgilerimi sunuyorum..

En iyi dileklerimle.

Seda Kaya
EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı

Serkan TOMAÇ
DEU İşletme Fakültesi
İşletme Fakültesi Kulübü
İletişim Departmanı Koordinatörü



Herkese Merhabalar,

Senenin bahar dönemine dergimizin yepyeni sayısı ile merhaba diyoruz. Dolu dolu geçirdiğimiz güz döneminden sonra bu dönemde hızlı bir başlangıç yapıp dönemi aynı dolulukla geçirmeyi umut ediyoruz.

Dergimizin 24. sayısını çıkarttığımız bu dönemde her zamanki gibi iş dünyasından kişisel gelişime, röportajlardan yaptığımız stajlara, edebiyattan teknolojiye kadar birçok konuda yazılar hazırladık sizler için. Dergimizin 24. sayısını hazırlarken bizler çok eğlendik umarım ki sizler de okurken aynı derecede keyif alırsınız.

Dergimizin hazırlanmasında emeği geçen tüm ekip arkadaşlarıma ve yıllardır dergimiz için desteğini bizden esirgemeyen Ege Genç İşadamları Derneği'ne çok teşekkür ediyorum.

Sevgilerle,
Serkan Tomaç
DEU İşletme Fakültesi
İşletme Fakültesi Kulübü
İletişim Departmanı Koordinatörü

Geleceğin İş Alanını Etkileyen 4 Büyük Unsur

Teknoloji çalışan insanların yıllar önceki haline göre bildiği bugünkü iş alanını tamamen değiştirdi. Ve mobil cihazlarla uzaktan çalışma kapasitelerinin kullanım oranı gün geçtikçe artıyor, iş alanının tekrar tamamen değişmesinden önce de çok uzun sürmeyecek gibi görünüyor.

Ama firmaların önemseydiği sadece giyilebilir cihazlar ve Nesnelerin İnterneti (Internet of Things-IoT) gibi teknolojik akımları geliştirmek değil. Sağlık bakımı ve işçi hakları alanlarında kanun yapma güç ve yetkisine ait değişimler ile buna ek olarak iş alanında değişen kuşaksal yapı da aynı şekilde işverenlerin ileriye yönelik stratejilerine çekidüzen vermelerini gerektirir.

İşletmelerin geleceğin iş çevresini düzenlemeye başlamalarına yardım etmek için, insan kaynakları uzmanları ve en önemli sorunlardan sorumlu işletme yöneticileri bundan sonraki yıllarda da iş alanını etkilemeye devam edeceklerdir.

Serbest ve uzaktan çalışan işçiler

Neredeyse her zaman her yerde bulunan mobil cihazlar ve Wi-Fi sayesinde, çok daha fazla iş geleneksel ofis dışında uygulanmaktadır. Ama serbest çalışan işçi çalıştırmaya devam eden firmalar, bağımsız müteahhitler ve iş alanlarında evden tam-zamanlı internet bağlantısıyla çalışan insanlar sık sık uzaktan çalışan insanları yönetmenin yeni ve büyük bir yaklaşım gerektirdiğini düşünmüşlerdir.

Danışmanlık firması PI Worldwide'ın ürün yönetimi başkan yardımcısı Matt Poepsel, "Yöneticiler kimi yönettiklerini bilmek zorundadırlar" der. "Dünya çapında yöneticilerin kendilerini çalışanlardan sorumlu buldukları zamanlarda, 'çalışanlarının tamamını tanıma' hareketi neredeyse imkânsız görünmektedir."

İnsan Kaynakları bakış açısından bakıldığında, Poepsel fiziksel olarak orada olmayan çalışanları başarılı bir

şekilde yönetmenin kendi personellerin arasındaki serbest ve bireysel çalışanlar hakkında daha çok şey öğrenmek anlamına geldiğini söylemiştir.

Poepsel Business News Daily'de aynı zamanda "Her işin yolunda gitmesinin anahtarı, çalışanları ve işverenleri mutlu edecek verimli ve bağlı bir çalışma ilişkisini garantileyen bir plana sahip olmaktır." demiştir. "Örneğin, müşterimiz Raidious bireysel takım çalışanlarının isteklendirme ihtiyaçlarına ve davranışsal dürtülerini incelemiştir. Sonra anlayış kazandırmayı rolleri ve sorumlulukları ayırmak, iş beklentilerini yönetmek ve takımın performansını zaman geçtikçe harekete geçirmek için kullanmışlardır."

Z Kuşağı

Z kuşağının ilk ortaya çıktığı yıl tam olarak bilinmese de, kesin olan bir şey var: Milenyum sonrası doğanlar grubunun en eski üyeleri koleje gitmek ve sonraki birkaç yıl içindeki iş alanına katılmak durumunda kalacak ve işverenler onlara hazır olmak zorunda kalacak.

While there's some disagreement as to the exact start year of Generation Z, one thing is certain: The oldest members of the post-millennial group will be off to college and joining the workforce within the next few years, and employers need to be ready for them.

Y ve Z kuşakları arasında yaş (kime sorduğuna göre değişir) ve iş alanı tercihlerine göre net bir örtüşme var. Amerikalı iş alımı çözüm sağlayıcı Condeco Software firmasının Kanal Satışları ve Stratejik İttifak Genel Başkanı Denise Lage, "Ama bu iki grup birebir aynı değil, ve öylelermiş gibi de davranılamaz", dedi.

Firması son zamanlarda Z kuşağının iş alanındaki davranışları üzerinde araştırmalar düzenleyen Lage, "Y kuşağından farklı olarak, en iyi happy hour'ları öneren iş mekânlarına, oyun geceleri ve yerinde fitness salonlarına doğru yönelmiş Z kuşağı eğlenceyi küçülten bir iş alanı aramaktadır ve tamamen ofis içi ve dışında bir değişim yaratmak üzerine yoğunlaşmışlardır." dedi. "İş alanlarında üretken olmaya değer verirler ve herhangi bir mantıksal veya teknolojik hıçkırığa müsamaha göstermezler."

Falcon Social firmasının CEO'su Ulrik Bo Larsen, Z kuşağına kendi girişimci sosyal medya yönetimi platformunda iş veriyor ve teknolojik güçlerinin bu kuşağın en belirgin karakter özelliklerinden biri olduğunu da belirtiyor. Daha yaşlı kuşak olan Y kuşağı bu dijital çağ boyunca yaşlandıkça, çoğu Z kuşağı bu çağda doğmuştu ve işverenler bu "dijital öz" kuşağının onların potansiyelinden tam yarar sağlamak için açıkça kullanmaya hazırlanmalıdır.





Larsen “İşverenlere bunun şimdiye kadarki en çevrimiçi ve sosyal kuşak olmalarından yararlanmalarını öneririm”, dedi. “Onları kendi işçiyi savunma programlarınıza dahil edin. Z kuşağı ile, kısa sürede çalışan sosyal medya uzmanlarını toplayıp, onları destekleyip onların amaçlarından yarar sağlayacaksınız –ama onlar da karşılık olarak sizden dahil olma ve aktive edilmeyi bekleyecekler.”

Sosyal medya kullanımı

Y kuşağının ilerlediği yeni firmalar sosyal medyayı günlük hayatın bir parçası olarak kabul ediyorlar. Çoğu köklü marka bile sosyal medya modasına uydu –müşterilerle iletişime geçmenin ve onlarla firma bilgilerini Twitter, Facebook, Instagram vb uygulamalarla paylaşmanın bu tarz pazarlama çabalarının ayrılmaz parçaları olduğunu biliyorlar.

Durumun daha da hilekârlaştığı yer de, şüphesiz ki, çalışanların kendi kişisel sosyal hesaplarından çalıştıkları yerle alakalı yorumlar paylaşmaya başlamalarıdır. Çoğu işveren kendi personellerini firma içinde kendi bağlantılarına terfi ettirmeyi tercih ediyor, ama bu özgürlüğü paylaşmak aynı zamanda olumsuz yorumların olma olasılığına da davet çıkarmak anlamına geliyor –ve bunu yasal bir şekilde durduramazsınız.

NFP’de Kurumsal İnsan Kaynakları üst düzey başkan yardımcısı Kim Davis, milli işgücü bağlantı kuruluna göre (National Labor Relations Board-NLRB), insanlar kendi iş şartlarını tartışma haklarına sahipler –daha iyisi veya kötüsü için.

Davis, “Çalışanlar bu görüşmeleri yapabilirler ve onların firmayla olan ilişkilerini vurgulama haklarını kimse durduramaz ve durdurmamalı.” dedi. “Ama sınırları belirleyebilirsin –sosyal medyanın uygun kullanımı hakkında konuşmalı, kim firmanın adına gönderi paylaşabilir, ne sıklıkta iş saatleri süresince kişisel hesaplara ulaşabilirsin, vb.”

İş-bağlantılı akıllı cihazlar

Bugün, çoğu firma kendi cihazını getirme (Bring Your Own Device-BYOD) tarzı, iş nedeniyle kişisel teknoloji alet kullanımına bağlı bir kurala sahip. Birkaç yıl önce, bu politikalar basitçe akıllı telefonlar ve laptoplar anlamına geliyordu, ama bugün, çalışanlar tablet, akıllı saatler, fitness izleyici ve diğer Internet –seçilmiş cihazlar- iş verisine ulaşan ve işveren bağlantısını kullanan aletleri kullanıyor.

Vox Mobile’in Strateji Genel Müdürü Jim Haviland, işletmelerin iş bölgesi içinde kişisel mobil cihazların geçidini daha fazla reddetmek durumunda olamayacak olduğunu söyledi, özellikle giyilebilir teknoloji konusunda geldiğinde. Ofisten bu tarz cihazları yasaklamaktan ziyade, işverenler veri güvenliğine yetişkin ve gerçekçi bir yaklaşım yaratmak zorunda kalacaklar.

Haviland iş yerindeki kişisel cihazları içeren gelecek sorunlarını uzaklaştırmanın en iyi yolunun çalışanların kullandıkları çevresindeki net anlama kapasitelerinin kuralları olduğundan emin olmak olduğunu söylemiştir. Firmanın hukuk ve İnsan Kaynakları departmanlarının teknoloji kullanımı politikasını belirlemede ana rol oynamasını önermiştir.

Benzer şekilde, Davis cihaz-bağlantılı politikaların hem kullanım senaryolarını belirlemesi hem de güvenliği sağlaması gerektiğini söylemiştir. Firmalar operasyonlar çevresindeki işletme için önemli olan ana noktaları belirlemek zorundadır: cihazı kim sahipleniyor ve cihaz kayıp olduğu zaman ne oluyor?

“Ne yapacağın ve çevredeki bu cihazları taşıyan çalışanların sorumlulukları konusunda net ol,” dedi Davis. “Çalışanlara söyle ki veri toplanıyor, süreçten geçiyor ve saklanıyor. Saklanması gerekiyor –politikaların net ve ısrarcı olması kritiktir. Çalışanlara ne kadar önemli bir şeye sahip olduklarını anlamalarına ve kendilerini veya genel olarak işi incitmeden nasıl kullanacakları konusunda yardım et.”

BUSE YILDIRIM

İŞ BAŞARISINDA KUŞAK FARKI



Baby Boomer'lar, X, Y ve Z Kuşağı, doğdukları yıllara göre ayrılan 4 grup. En yaşlıları 63, en gençleri 9 yaşında. Her birinin karakteri, beklentileri, yaşama amacı, içinde buldukları koşullar, iş yapış şekilleri farklı. Baby Boomer'lar tek bir yerde uzun süre çalışırken, Y Kuşağı için 10 kereden fazla iş değiştirmeleri öngörülüyor. Henüz iş hayatına atılmayan Z Kuşağı için ise çalışma zamanı geldiğinde karar vermelerini gerektiren her şey sistemler tarafından yapılacak, yapay zekâ tarafında karar veriliyor olacak.

Baby Boomer Kuşağı (1946-1964)

En yaşlısı 63, en genci 45 yaş civarında. Bunlara "Sandviç Kuşağı" da deniyor, çünkü aynı evde önce çocuklarına, sonra yaşlanan ana-babalarına baktılar. Dünyanın insan hakları hareketlerini, radyonun altın çağını, Türkiye'nin ise ihtilali ve çok partili döneme geçiş sancılarını yaşadığı yıllar. Sadakat duyguları yüksekti, kanaatkârlardı; aynı yerde uzun süre çalıştılar. Teknoloji kimine yakın kimine uzak oldu, çok benimse(ye)mediler.

Aslında babaları gibi otoriteye saygılılardı. İçlerinden en idealistleri toplumsal haksızlıklara isyan edip 68 gençlik hareketlerinin kahramanı olurken, büyük çoğunluk hayattan beklemediklerini elde ettiğini düşünerek tatmin ve mutlu oldu. İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonraki "nüfus patlaması" yıllarında doğan bu 1 milyar bebeğe "Baby Boomers" deniyor. Bu kalabalık bebek nüfusu büyüdükçe, ihtiyaçlarına göre çeşitli sektörler de her on yılda bir müthiş büyüme gösterdi. 1960'lı yıllar televizyon yılları; 70'ler fast food; 80'ler - bebekler evlenme çağına geldiği için - gayrimenkul yılları; 90'lar, artık sıra yaşam

kalitesini yükseltmeye geldiği için, mikrodalga gibi elektronik ev aletleri ve ardından, iletişim patlamasıyla internet ve cep telefonu yılları oldu. 2000'lerde artık yaşları 50'yi geçmişti, ceplerinde paraları vardı, ömrün uzadığını biliyorlardı, "iyi yaşlanmak" hatta mümkünse yaşlanmamak için sağlık ve güzellik-bakım sektörlerini de patlattılar. Savaş sonrasının yokluklarını, sıkıntılarını unutmadılar, zenginleşmenin tadını aldılar.

İşe bakışları: Çalışmak için yaşamak!

Z Kuşağı (2000-2021)

"İnternet kuşağı" da denen bu ufaklıkların en büyüğü daha 9 yaşında. Bunlar tam teknoloji çağı çocukları. Taşınabilen, hep yanlarında olan küçük aygıtları, bilgisayar, MP3 çalar, i-Pod'ları, cep telefonları, DVD oynatıcıları ayrılmaz parçaları. Onlar, ev ödevi yapamadıklarında "elektrikler kesildi, ondan yapamadım" değil; "internet bağlantım kopuktu" diyen kuşak. Yeni teknolojik olanaklarla iletişim ve ulaşım kolaylıkları ile hep bir aradalar. Uzakta olsalar bile ufak cihazlarıyla her an sözel, hatta görsel iletişim kurarak, birbirlerine bağlanabiliyorlar. Onlar, önceki kuşaklardan farklı olarak, 'network' gençleri; çeşitli ağların üyeleri oluyorlar. Uzaktan da ilişki kurabildikleri için, fiziksel olarak tek başlarına, yalnız yaşıyorlar ve yaşayacaklar. Aynı anda birden fazla konuyla ilgilenebilme becerileri geliyor. İnsanlık tarihinin, el, göz, kulak vb gibi motor beceri senkronizasyonu en yüksek nesli. Ancak bu avantajlar, dikkat ve yoğunlaşma zorluklarıyla dezavantaja da dönüşebiliyor. Olanak fazlalığı, eğlenceyi erteleme

güçlüğü, yaşamalarına neden oluyor. Bu da onların başarıya giderken önlerine çıkan en önemli engel haline geliyor. Geleneksel eğitim yöntemleri, bu yeni kuşağa uygun görünmüyor. Yaratıcılığa izin veren aktivitelerden hoşlanıyorlar. Edilgenliği kabul etmiyorlar. Uzun dönemli hafızaları, ezberden çok oyun, hikâyeleştirme ve hayallerle etkin hale gelebiliyor. Sonuç odaklılar. Sorgusuz yaşayacaklar çünkü iş yaşamına atıldıklarında karar vermelerini gerektiren her şey sistemler tarafından yapılıyor, yapay zekâ tarafında karar veriliyor olacak. Çok diplomalı, uzman ve buluşçu olacaklar. Yaşamlarında otorite kavramının önemi kalmayacak. Tatminsiz, kararsız ve doğuştan tüketiciler.

İşe bakışları: Daha durun bakalım!

Y Kuşağı (1980-1999)

En yaşlısı 29, en genci 10 yaşında. Sadakat duyguları az. Teknoloji hayatlarında pek çok şeyin simgesi. Narsist, bireyci ve girişimciler. Çalışmaktan hoşlanmıyor, eğlenceyi, kazanmayı çok seviyorlar. Otoriteye saldırgan davranıyorlar, tatminsizler, istekleri çok. Beklentileri yüksek ama bedelini ödemek istemiyorlar. Hızlı tüketiyorlar. Türkiye’de yağ kuyruklarını, benzin sıkıntısını yaşamadıkları için “her şey her zaman böyleydi ve böyle olacak” sanıyorlar. Eş zamanlı olarak birkaç işi birden yapabilirler. Kariyer yaşamları boyunca 10 kereden fazla iş değiştirecekleri öngörülüyor. Kitlesele olanı değil, kişiye özel olanı seviyorlar. Türkiye’de yaşayan 71.517.100 kişinin yüzde 25’i bu kuşaktan. İyi

yönetildiğinde ve ilham (gaz!) verildiğinde, Y Kuşağı çalışanlar çok zengin bir yetenek kaynağı olurlar. “Sahiciliğe” çok önem veren Y’lere hayali ürünlerle, hayali projelerle, hayali kahramanlarla ulaşmak zor. Çok önemli bir diğer faktör ise “akran onayı”. Sıra arkadaşının, mesai arkadaşının, internetteki oyun arkadaşının önermediği ve onaylamadığı bir ürün ile Y’nin buluşması çok zor. Standart olanı sevmez, kendine özel olanı ve üstelik “hemen-şimdi” ister, öyle -cek, -cak’larla işi olmaz. Y’nin dikkatini çekmek istiyorsanız, mesajınızı, markanızı, iletişiminizi sadeleştirmeniz gerekir. Girişimcilik en önemli özelliklerindedir, özgüvenleri biraz abartılıdır. İş hayatına atılırken CEO yahut patron olmayı hesaplarlar. Bu arada, daha okurken işini kuranlara da rastlamak mümkün.

İşe bakışları: İş ve yaşam dengesi!

X Kuşağı (1965-1979)

Dünyanın petrol krizini, Türkiye’nin ise sağ-sol çatışmalarını yaşadığı yıllar. En yaşlısı 44, en genci 30 yaşında. Dünyaya gözlerini, merdaneli çamaşır makinesi, transistorlu radyo, bantlı teyp ve pikapla açtılar. Sadakat duyguları duruma göre değişir, daha iyi kariyer imkânları ararlar, çoğu (teknolojik devrime denk geldiklerinden) teknolojiyi kerhen, zorunluluktan kullanmaya başladılar. (Ağabeylerinin, ablalarının aksine a-politik hale getirildiler ama yine de) Toplumsal sorunlara duyarlılar, iş motivasyonları yüksek, otoriteye saygılı ve kanaatkârlar. Kadınlar iş gücüne katılmaya başladı. Daha (iyi yaşamak



için, daha) az çocuk sahibi oldular. (Özellikle gözlerini Özalp yıllarda açanlar) Paraya daha fazla odaklandılar ve bireycilik önem kazandı. Boşanma, HIV, uyuşturucu gibi kavramlarla tanıştılar.

İşe bakışları: Yaşamak için çalışmak!

İdealleri pazarlama üretime yanaşmıyorlar

Realt'a'nın yaptığı, 87 üniversiteden 19.894 öğrencinin tercihleriyle belirlenen Türkiye'nin En Gözde Şirketleri 2009 araştırmasına göre öğrencilerin en çok çalışmak istedikleri departmanlar sırasıyla: Pazarlama, Mali İşler, AR-GE, İthalat/İhracat, İnsan Kaynakları, Bilgi Teknolojileri, Satış, Halkla İlişkiler, Eğitim, Üretim. Y Kuşağı Danışmanı Evrim Kuran'a göre, Y Kuşağı'nın X'ten en önemli farkları şöyle: Pek çok Y'nin kahramanı anne-babaları. Y, çok daha iş değiştirmeye meyilli. Y, daha eğitilmiş ve teknolojik bilgi itibarıyla daha yetkin." Y Kuşağı yetenek havuzunu zenginleştirmek için geleneksel kaynaklardan verim alamayız" diyen Kuran, onlarla buluşmak için üniversite kampüslerinde ve sosyal medyada daha çok vakit geçirilmeli diyor. Kuran, Y Kuşağı yetenek havuzunu genişletmek için çalışan tavsiyesinin çok önemli olduğunu söylüyor. Çünkü tavsiye programları sayesinde firmalar daha kalifiye adaylara, daha az maliyetle ulaşabiliyor. Y için akran onayının ne denli önemli olduğu düşünülürse, bu etki daha da iyi anlaşılıyor. Y ile birlikte iş yerinde zihniyet de değişiyor. Özellikle de Baby Boomer kuşaktan kalan "Bu işten niye ayrılalım ki?" sorusunun yerini "Bu işte niye kalayım ki?" sorusu alıyor. Baby Boomer'lar için iş değiştirmek bir risktir. X'ler için iş değiştirmek gereklidir. Y'ler için ise iş değiştirmek yaşamın bir parçasıdır.

Y'yi işte tutabilmek için

Evrim Kuran, Y Kuşağını işte tutabilmek için şu yolların izlenmesi gerektiğini söylüyor:

Strateji 1: Bilgi paylaşımı ve öğrenmeyi kurum kültürünün parçası yapmak.

Strateji 2: Ebeveynleri işgücü stratejisinin parçası yapmak.

Strateji 3: Esnek ve eğlenceli bir çalışma ortamı yaratmak.

Strateji 4: İşte geçirilen zaman yerine işe odaklanmak.

Best Buy Genel Müdürü John Thompson, şu cümlesiyle esas odaklanılması gerekeni çok iyi özetliyor: "Meğer yıllardır yanlış birime odaklanıyordum. İnsanların burada olup olmadığına bakıyordum. Hâlbuki ne sonuç yarattıklarına bakmalıydım."

Strateji 5: Genel yapı ve sınırları sağlamak. Y'ler, Amerika'yı yeniden keşfetmek istemiyorlar. Tembellikten değil; zaman kaybetmeyi sevmeyen bir kuşak olduklarından.

Strateji 6: İlk amirleri ile ilişkilerinin en önemli motivatör olduğunu anlamak. Y Kuşağının işten ayrılmasının ya da işi sevmesinin en önemli sebeplerinden biri rapor ettikleri kişi ile ilişkilerinin kalitesi.

Strateji 7: Baby Boomer ve X'lerin mentorluğundan faydalanmak. Şirketlere mentorluk ve koçluk ayrımını ciddiye almaları, şirket içi kaynakları mentorlukta kullanmaları, koçlukta ise objektivite sağlanmasının önemi sebebiyle dış kaynağa yönelmeleri önerilebilir.

Strateji 8: Kişiselleştirilmiş motivatörler kullanmak. Kitlesele, yani herkese seslenen değil, kişiye özel ödüllendirme ve takdirleri daha çok tercih ederler. İsimlerine hitaben bir teşekkür kartı, maddi açıdan daha değerli bir ödülün anlamı olabilir.

Strateji 9: Y Okuryazarı olmak. Onların dilini anlamak



ve konuşmak için çaba sarfetmek mutlaka karşılığını verecektir.

Z'nin sağlıklı büyümesi için

Danışman, M-GEN Gelecek Planlama Merkezi Kurucusu Ufuk Tarhan, Z kuşağının sağlıklı büyümesini istiyorsak, kilit faktör anne ve babaların teknolojik seviyesinin yükselmesi diyor: "Ebeveynlerin ve özellikle annelerin "Teknoloji Algı-Bilgi ve Kullanım" düzey ve kalitesini hızla yükseltmeleri gerekiyor. Bu nedenle biz (M-GEN) Fütüristler Derneği'ne bir proje tasarladık: Tekno Kadın. Tekno Kadın Geliştirme Merkezi (TEKEM) kuracağız. Milli Eğitim Bakanlığı ile birlikte birkaç ay içinde şekillendirip, başlatacağız. Bizzat Bakan Nimet Çubukçu destek veriyor. Projenin amacı, tüm anne ve kadınları blogger ve sanal alışveriş yapar hale getirmek."

İşyerinde 3 kuşak çatışıyor

Ufuk Tarhan, iş yerlerindeki en temel sorunlardan birinin kuşaklar arası çatışma olduğunu söylüyor: "Ast-üst çatışması diye, ilişkiler sorunlu diye algılanan pek çok problemin altında, üç neslin bir arada (BB, X, Y), ortak amaç için, ekip olarak iş çıkarmaya çalışması yer alıyor. Özellikle bugünün kurumsal denen iş ortamlarında kuşaklar arası yetişme tarzları, ortamları nedeniyle, algı, yöntem, uygulama, iletişim farklılıklarından kaynaklanan problemler çok yoğun yaşanıyor."

Bu kuşaklar birbirlerine nasıl davranıyor? Bunu anlamak ve analiz etmek için kuşakların (en genel) temel belirleyicilerine bakmak gerekiyor.

Baby Boomer: Uyumludur, amaç odaklıdır, pozitif yaklaşım benimser, özgürlükçüdür, dünyayı kendilerininmiş gibi benimser, çatışmalardan kaçınmacıdır, kadın erkek rolünde gelenekçidir ve hizmet odaklıdır. Organizasyonun başarısında bireysel katkılara önem verir, hangi durumlarda bireysel katkıların daha önemli olduğunu fark eder, kişilerin organizasyona olan katkısını vurgular, çalışana başarı fırsatları oluşturmaya çalışır. En çok arzu ettikleri; sürekli büyüyen bir kariyer, tek bir işte çok parlak bir başarıya ulaşmak, büyüme ve gelişme arayışı, takım çalışması, para, statü, esnek çalışma saatleri. Yansıtıkları, grup kararlarına yatkınlık, işkoliklik, iş ahlakı, başarı odaklılık, anında ödül beklentisi, geri bildirim görüşmelerine yatkınlıktır.

X kuşağı: Güvenilir, şüpheli, teknolojiye meraklı, mücadelecidir. Taşınabilir kariyer, yükselme fırsatları olan işlerde ilerlemek, tek başlarına çok iyi çalışırlar, sabırsızdırlar, iş odaklıdırlar. Otoriteden korkmaz ama uyumludurlar, çok kaliteli sonuç isterler, üretkenlikleri yüksektir, yorgundurlar, zaman yönetimi sorunları vardır. Dışarıdan hizmet alırlar, teknik uzmanlığa yakındırlar, iç motivasyonları yüksektir, anında geri bildirim verirler, iş ve özel yaşam dengesine

saygı gösterirler, görmek de isterler. Çoklu iş yürütmeye çalışırlar, yalnız çalışmak isterler, onaylama ve onaylanmaya önem verirler, tutarlı yönetim politikaları izlemeye çalışırlar, amaçlarını gerçekleştirmek için ofis politikasını, iş koşullarını değiştirirler.

Y kuşağı: Hızla adapte olmaya, değişime ve kendilerini gösterme fırsatlarına, yaratıcılığa 'heveslidir'. Evrensel bakışa yatkındır. Aynı anda birçok iş ve paralel kariyer, aynı anda bile bir işin pek çok alanında çalışabilmek, değişik seçeneklere yönelme, yaratma halleri vardır.

İşleri ile kendilerini ifade etmek, çoklu iş yürütmek, her şeyi anlamaya çalışmak, aktif katılım, sorumluluk almak, yüksek esnek iş ortamı ve giyim-kuşam-prestij unsurlarına düşkünlük, ekip çalışması, her şeyi geçici görmek, sürekli öğrenmek, işte eğlence ve tutku arayışı, beklentilerini anında ve şimdi gerçekleştirmek eğilimi, yetki arzusu, iş ve özel yaşam arasında denge kurmak belirgin özellikleridir. Terfi olanakları ararlar. Kendi uygun bulunduğu zaman geri bildirim yapar ve almak isterler. Eleştiriye tahammülü en az kuşaktır.

Y'den korkuyorlar

Bunca farklılığı olan üç kuşak bir arada, üstelik de yakıcı rekabet ortamında daha çok kazanmak odaklı bir şeyler yapmaya kalkınca, birbirlerine çok da iyi davranmıyorlar, epey çatışma çıkıyor haliyle. Tarhan, 25-28-30 yaş ortalamalarındaki çoğunluğun, 40-45'li yaşlarındaki iş arkadaşlarına "sinir olduğunu" söylüyor. "Aralarında daimi bir gerginlik ve sinir harbi var. Onun üzerindeki ise dinazor, miadını doldurmuş çekip gitmesi gereken ihtiyarlar' gibi bakıyorlar. Hatta arkalarından dalga geçiyorlar. Kısacası, kuşaklar birbiriyle uyum sağlamakta büyük güçlük çekiyor. Bunun yarattığı iletişim sorunları ilişki problemlerine ve neticede çok büyük verimsizliklere, işten soğumaya neden oluyor."

Tarhan iddiasına göre, yeni gelen kuşak, öncekileri korkutuyor. BB ve X'ler teknolojiyi iyi kullanan Y kuşağından çok korkuyor. "Korkmalılar da" diyen Tarhan, artık iyi seviyede teknoloji algısı, bilgisi, kullanımı olmayan bir çalışanın pek dik iş tutturması mümkün değil, diyor. "Kendini geliştirip, Y'lere teknolojiye yatkınlık açısından yetişen BB ve X kuşağı yönetici çok ama çok az. Pek çok iş yerinde BB ve X'ler hâlâ e-postalarını bastırıp, kağıttan bakıyor. Ofis programlarını, cihazlarını, scanner'ı, sunum programlarını kullanabilen çok az BB ve X var. Bu da sabırsız, hızlı Y neslini çileden çıkarıyor. Bilgi, deneyim seviyesi çok yüksek olsa bile teknoloji kullanımında böyle geri kalmak BB ve X'lerin kredibilitelerini müthiş düşüyor."

BUSE YILDIRIM

Kent Konseyleri ve Sorunları

Kent konseyini, gençlik meclislerini, kadın meclislerini, çocuk meclislerini duyanlarınız vardır mutlaka. Öncelikle, bu yapı nedir, nasıl başladı, nereden geldi de girdi bu yapılar Türkiye'ye, bildiğim kadarını anlatarak başlayacağım yazıya.

1992'de Brezilya'da Rio de Janeiro'da BM Dünya Çevre ve Kalkınma Konferansı gerçekleşiyor. Bu konferansın amacı 21. yüzyılın asıl hedefi olarak belirlenen sürdürülebilir kalkınmanın ne şekilde hayata geçirileceğini belirlemek. Bu noktada alınan kararlar doğrultusunda "Gündem 21" adı altında küresel bir eylem planı oluşturuluyor. Toplantıda Türkiye de başbakanlık düzeyinde temsil ediliyor. Eylem planına göre dünyadaki klasik yönetim anlayışı, yerini 'yönetişim' kavramına bırakmalıdır. Bu kavrama göre yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve diğer yerel unsurlar merkezi yönetimlerin karar alma mekanizmalarına etki etmelidir. Yani bu eylem planına göre sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için toplumsal uzlaşma ilk sırada geliyordu. 1996'da İstanbul'da gerçekleştirilen Habitat 2 - Kent Zirvesi'nden sonra da ortaya çıkan Yerel Gündem 21 kararlarının akabinde, her ülke yerinden yönetim ve yönetişim hedefleri bağlamında kendi formüllerini oluşturma çabasına girmişlerdir. Bundan sonra da Türkiye'de ortaya çıkan 'Kent Konseyleri' yapılarına gelmiş oldu. Bu yapılar bir ilde ve ilçede yaşayan vatandaşların yaşadıkları kentlerde karar alma mekanizmalarına etki etmesi için kurulmuş köprülerdir. Ana yapı olarak Kent Konseyi yer almaktadır. Kent Konseyi içerisinde kurulmuş olan Gençlik Meclisleri, Kadın ve Çocuk Meclisleri, Engelli Meclisleri ve yaşanan kentin sahip olduğu sorunlar ile alakalı çözüm önerileri arayan ve sunan çalışma grupları bulunmaktadır. Bütün bu yapılar siyasi yaklaşımdan uzak, bütün bir kenti kapsayan yapılar olmalıdırlar. Kent Konseyleri'nin asıl amacı halkın il ve ilçede yaşamış olduğu problemleri, yine halkın fikrini alarak bu problemlere bir çözüm önerisi getirip, bu çözüm önerilerini de direkt belediye meclis toplantılarında birinci ağızdan yerel yönetimlere sunmak ve bu çözümlerin uygulanması konusunda da kamuoyu oluşturmaktır. Maalesef başlangıçta dünyaya örnek olarak gösterilen Kent Konseyi modelimiz bugün vahim bir halde. Zira gelinen noktada kent konseyleri siyasi yapılar halinde yaşamlarını sürdürmektedir. Bir problemin çözümü yönünde çalışmak yerine bayram merasim ekibi gibi çalışan kent konseyleri mevcut. Sadece ağaç dikimi yapan, tonlarca toplantı yapıp belediyeye bir tane çözüm önerisi sunmamış kent konseyleri var bugün. Karşıt görüşlü bir partidenseniz veyahut bırakın başka partili olmayı karşıt bir görüşünüz varsa o kent konseyine hakim olan siyasi düşünceye, emek verip günlerce haftalarca uğraştığınız projeler "Bu zaten kabul

edilmez." denip rafa kalkabilir. Bunu söylerken bütün siyasi partileri kastediyorum. Maalesef Türkiye'de hemen hemen bütün belediyeler Kent Konseyleri'ni siyasi yapılar haline getirmiş durumda. Bunun sebebi de yasadaki sıkıntı. Çünkü Kent Konseylerinin ayrı bir bütçesi yoktur. Belediyeler tarafından finanse edilirler. Belediyenin kaynak ayırması yasa ile zorunlu hale getirilmiş değil. Bu yüzden ki bu duruma geliniyor.

Velhasıl,

Kent Konseylerinin, hepsi olmasa da bir çoğu, parti şakşaklığına devam ettikleri sürece bir sorun olmaktan öteye gidemeyecekler. Ne acıdır ki asıl amacı sorunların çözümüne, kent yönetimine, alınan kararlara; kentin bütününü göz önünde bulundurarak katkı sunmak olan bir yapı Türkiye'de sorunun ta kendisi haline gelmeye başlamıştır. Bütün bu durumun yanında, içerik olarak bakıldığında kent konseyleri ve bünyesindeki meclisler tören merasim ekibi de değildir. Sorun belirlemek ve bu sorunlara hemşehrilerin gözü ile kapsayıcı bir biçimde çözümler geliştirmek, bu çözümlerin de yerel yönetimlerde uygulanmasına ön ayak olmak en temel kent konseyi faaliyetidir. Ancak bilinmelidir ki bu ana faaliyetler dışında kendi derdine düşüp parti teşkilatlarındaki meseleleri konsey toplantılarında ana gündem maddesi haline getirenler kentlerine ve hemşehrilerine bir şey kazandırmayacaklar.

BUĞRA AVCI



Internet Of Things (NESNELERİN İNTERNETİ)

Nedir bu nesnelere interneti? Hangi teknolojiler için nesnelere interneti kavramını kullanabiliriz? Internet of things (IoT) ya da Türkçe söyleyişle nesnelere interneti birçok fiziksel objeyi birbirlerine internet yolu ile bağlamayı sağlayan, aynı zamanda bu nesnelere daha büyük bilgi bankaları yaratmasını sağlayan kablosuz bağlantı bazlı teknolojik ürünlerin genel adıdır. Aynı zamanda bu nesnelere doğru çalışabilmesi için birbirinden farklı sensörler yazılımlar ve donanımlar kullanılır.

Nesnelere interneti terim olarak ilk kez 1999 yılında İngiliz bir hayalperest olan Kevin Ashton tarafından bir sunum sırasında kullanılmıştır. Ashton'unda dahil olduğu birçok bilim insanı ve şirket yöneticisi tarafından çığır açması beklenen bir gelişme olarak varsayılmıştır. Özetle hayal edilen birbiri ile sürekli bilgi paylaşımı içinde olabilecek günlük nesnelere geliştirilmesiydi ki süreç hayal edilenden çok da farklı ilerlemiyor denebilir. Teknolojik gelişmelerin ikinci çağı olarak da adlandırılan dönem akıllı telefonların hayatımıza girmesi ile başlıyor. Bu çığır açan gelişme 2007 itibari ile telefonlara konuşmak ve mesajlaşmak haricinde onlarca özellik ekleyebilmemize imkan veriyor. Bununla beraber esasında akıllı telefonlar nesnelere internetinin de ilk ve en önemli parçalarından birini oluşturuyor.

Peki biz bu teknolojik gelişmelerin ne kadar farkındayız. Bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de nesnelere interneti herkesin dikkatini Apple'ın nisan 2015 itibari ile piyasaya sürdüğü Apple Watch ile çekmeye başladı. Esasında tabii ki bu ürün ne piyasada ki ilk akıllı saati ne de ilk IoT ürün. Fakat yenmiş elma yine inovasyonun önemli vitrinlerinden biri olmayı başarıyordu.

Peki sadece akıllı telefonlar ya da saatler mi nesnelere internetine örnek verilebilir? Tabii ki hayır! Bu teknolojik gelişmenin uçsuz bucaksız bir kapasite ve ürün yelpazesine ulaşması bekleniyor. Öyle ki Cisco'nun CEO'su John Chambers'a göre 2020 itibari ile IoT pazarı 19 trilyon dolar hacme ulaşacak. Bu Pazar yaklaşık dünya çapında internete ve birbirine bağlanabilen 50 milyar cihazdan oluşacak ve bu cihazların %39'u ağ hizmetleri %58'i ise yönetilebilir birimlerden oluşacak.

Şimdiye kadarki tahminler ve gelişmeler gösteriyor ki IoT gerçekten de yakın geleceğimizin kaçınılmaz hem bireysel hem de kurumsal teknolojisi olacak. Hepimizin bildiği gibi tarım ülkemizin önemli gelir kaynaklarından biri olmayı sürdürüyor fakat verimlilik problemimiz hala çözülmüş değil. İşte IoT teknolojisi ile birlikte çalışan sensörler ve damlama sistemleri tarlanıza hava durumunun değişimlerine ve bitkinin türüne göre en optimum miktarda suyu aktaracak. Aynı zamanda yakın gelecekte zirai ilaçlama işlemleri de "drone" ismi verilen küçük akıllı uçan aletler tarafından insan sağlığını tehdit etmeden gerçekleştirilecek.

IoT sistemlerinin en etkili olacağı alanlardan biride bireysel kullanıcılar için üretilen sistemleri içerecek. Sağlık söz konusu olduğunda ilaç saatini unutmak ya da görme engelli olup yürümekte zorluk çekmek gibi problemler kademeli olarak ortadan kalkacak. Bununla birlikte hali hazırda etrafımızda beliren akıllı bileklik ve saatler gün içinde yediklerimizin analizinden tutun nabzımızın dağılımını ve yaktığımız kalori hesaplamalarını daha da hassas yapabilir hale gelecek.



Bireysel kullanımlar için en önemli alanlardan biri tabii ki evimiz. Bizim için büyük önem taşıyan bu alanlar içinde birçok yenilik bizi bekliyor denebilir. Akıllı beyaz eşyalar çok büyük ihtimalle bu gelişmelerin ilk adımlarını oluşturacak. Önceden mesaj atarak çalıştırabileceğiniz iklimlendirme sistemleri, içeriğinde bulunan yiyeceklerin besin değerlerini hesaplayan buzdolapları ve bütün bu cihazları evde değilken kapatmanızı sağlayacak tam otomize sistemler bizi bekliyor.

Bütün bunlarla beraber bazı çok yakından tanıdığımız teknolojilerde IoT etkisi ile çok daha keyif verici ve kullanışlı hale geliyor. 2015 Şubat ayında dünyanın en büyük araba üreticilerinden Mercedes-Benz, Las Vegas elektronik ürünler fuarında herkesi şaşırtacak bir sürpriz yaptı ve F 015 modelini tanıttı. Kendi kendine sürüş özelliği bulunan araç görüntüsü ve dizaynı ile inovasyonun otomobil endüstrisi için ulaştığı boyutları gözler önüne seriyordu. İnsan beyninden daha yüksek güvenilirlikli sürüş sistemleri ve sensörleri ile donatılmış olan otomobil sürüş anında dahi güzergah üzerindeki insanları led ışıklarla bilgilendiriyor. İç dizaynı tam bir toplantı odası gibi görünen otomobilin kapı içleri de dokunmatik bilgisayarlar ile donatılmış.

İşte özet olarak nesnelere interneti bu sebeplerden dolayı geleceğin teknolojisi. Bütün bu yeniliklerin etrafımızı kuşatmasına da az kaldı diyebiliriz. Umalım ki Türk teknoloji üreticileri de IBM gibi büyük oyuncular gibi kendilerini en kısa zamanda bu teknolojileri üretebilir hale getiriler.

TOLGA KAZANCIOĞLU



-- Şimdi uzun ve kısa vadede ulaşmayı arzu ettiğin hedefleri tanımlayarak yazmaya başla. Örneğin: “Birinci hedefim, başarılı olmak istiyorum”. Bu iyi tanımlanmış bir hedef değildir. “Nasıl? Ne kadar? Nerede? Ne zaman? Kiminle birlikte başarılı olmak istiyorum?” ve benzeri sorular hedefini tanımlamaya ve onu gerçekleştirebilir kılmaya yardımcı olacaktır.

-- Henüz ulaşmadığın bir hedefi tanımlamakta zorlanıyorsan şunu da deneyebilirsin: Farz et ki bir eşyanı kaybettin. Gazeteye bir kayıp ilanı vereceksin, ilanda bu eşyayı nasıl tanımlardın...? Şimdi henüz ulaşmadığın fakat ulaşmayı arzu ettiğin şeyleri, aslında önceden sahip olduğun fakat bir eşya misali yitirdiğini farz et. Akıl gözünde canlandırma yaparak, onu bulmak için detaylar içeren bir kayıp ilanı verdiğini düşünebilirsin...

-- Unutma, zihninde ulaşılabilir bir sonuç oluşturursan, o sonuca ulaşmak yönünde ilk ve en büyük adımı atmış olursun!

-- Yazmış olduklarını titizlikle sakla! Uygulama esnasından aklından geçen düşüncelerine ve hissettiklerine dikkat et ve not al. Aşağıda hedeflerini birlikte gözden geçireceğiz.

HEDEFLER II.

-- NLP, arzu ettiğin sonuçlara ulaşabilmen için, hedef odaklı sistematik bir yapı sunar. Hedeflerimiz doğrultusunda herhangi bir şey yapabilme yeteneğimiz, sinir sistemimizi doğru yönlendirmemize bağlıdır. Tanımladığımız hedeflerin, arzuladığımız sonuçlara ulaşabilmemiz için ihtiyaç duyacağımız davranışları üretmek yönünde, sinir sistemimizi uyarıcı bir niteliği vardır. Yani bir hedef tasarımı yaparken, aslında beynimizi programlıyoruz. Bu program, zihinsel, stratejik bir sürecin başlamasına neden olur. Stratejilerin işlevselliğini test etmede kullanılan TOTE-Modeli, bu karmaşık sürecin basitleştirilmiş akış şemasını aşağıdaki gibi görselleştirir.

-- Hedefin tanımlanması TOTE sürecini devreye sokar. Uygun tanımlanmamış bir hedef, hatalı bir girdiye benzer, dolayısıyla verim kaybına veya istenmeyen sonuçlara neden olur. Bu riski en aza indirmek için, hedeflerini NLP Uygunluk Kriterlerini göz önünde bulundurularak yeniden düzenleyebilirsin.

UYGUNLUK KRİTERLERİ

1. Hedefin Olumlu Tanımlanması

-- Hedefini tanımlarken dikkat etmen gereken ilk koşul, istenilen sonucun olumlu bir biçimde formüle edilmesidir. Hedeflerini tanımlarken olumsuz bir tanımlamadan yola çıkmak, sorunlara odaklanmana neden olup, asıl hedeflerin yolunda ilerlemeni zorlaştıracaktır.

“Pembe benekli bir fili aklına getirme!” dediğimde, zihninde pembe benekli bir fil canlandırmaman insanüstü bir çaba gerektirir. Zihnimiz olumsuz canlandıramaz. Önce ona odaklanır ve daha sonra silmeye çalışır. Veya Paris’e gitmek için seyahate çıkmak istemiyorsan, bunun sana önümüzdeki tatil için plan yapmada faydası olmamaktır. Beynimizin bu çalışma prensibini göz önünde bulundurarak başarılı sonuçlar üretebilmemiz için, olumlu girdilere ihtiyacımız vardır. Ne istediğin üzerinde düşünmek, soruna değil, hedefe odaklanmanı sağlayarak, seni sonuca yönleltecektir.

2. Hedeflerin denetim altında olması

-- İkinci koşul, tanımladığın hedefinin senin denetimin altında olmasıdır. Hedeflerine ulaşabilmen tamamen başka insanların inisiyatifi altındaysa, hedefin kendi denetim alanının dışında yer alıyor demektir.

“Çocuklarımın başarılı olmasını istiyorum” veya “Eşimin beni daha çok sevmesini istiyorum”, ve benzeri tanımlamalar, doğrudan kendi denetimimiz altında değildir. Başka birini, istemekle değiştiremezsiniz. Değiştirebileceğimiz tek kişi kendimiz olduğumuza göre, hedeflerimizde sorumluluk üstlenmemiz gerekir. Ör: “Çocuklarımın okulda başarılı olmasını istiyorum” (öz-denetimsiz hedef), yerine: “Çocuklarıma her akşam ödevlerini yaparken yarım saat destek olacağım” (özdenetimli hedef). Hedeflerini tanımlarken kendine şu soruyu sorabilirsin: Hedefime ulaşabilmem için kendi denetimim altında neler yapabilirim? Sorunun yanıtı, kendi denetiminde sonuçlar üretebilmen için somut adımlar atabilmeni sağlayacaktır.

3. Hedefin somutlaştırması ve başarı kanıtı

-- Üçüncü koşul, hedeflerin mümkün olduğunca somut ve detaylı tanımlanmasıdır. “Mutlu, başarılı veya zengin olmak istiyorum”, somut tanımlamalar değildir. Bu ve benzeri genellemeleri, hedefinizi tanımlarken kullanmamaya özen gösterin çünkü belirgin ölçüleri, boyutları veya oranları yoktur ve bizi bir sonuca ulaştırmazlar.



“Kiminle mutlu olmak istiyorum? Nasıl zengin olmak istiyorum? Hangi alanda nasıl başarılı olmak istiyorum?” gibi sorulara vereceğin cevaplar ile hedefini somutlaştırarak bir ilerleme kaydedebilirsin. Hedefini somutlaştırdıktan sonra kendine şu soruları sor: “Hedefime ulaştığımı tam olarak nasıl bileceğim? Ne yapıyor? Ne işliyor veya ne hissediyor olacağım?” Bu sorulara vereceğin cevaplar senin başarı kanıtın olacak. Hedeflerin yolunda davranış sergilerken, elde edeceğin bütün sonuçlar, zihin tarafından sürekli olarak başarı kanıtıyla karşılaştırılarak, yolun neresinde olduğumuz konusunda bize geri bildirim sunacaktır. Bu şekilde hatalarımızdan ders alırız ve davranışlarımızı yeniden düzenleyebiliriz.

4. Hedefin uygun büyüklükte olması

-- Hedefinin çok küçük olması durumunda, harekete geçebilmen için gerekli olan motivasyonu bulamayabilirsin. Bu durumda kendine, “Bu hedefime ulaşmam bana ne kazandıracak?” sorusunu sorarak bir üst çıkarım elde edeceksin. Gerekirse sorunu bu üst çıkarım için de tekrarla.

Elde edeceğin üst-üst çıkarımın sağlayacağı motivasyon, harekete geçmeni kolaylaştıracaktır.

- Hedef: “Çalışma masamı toparlamak istiyorum.” -----
- Motivasyon =

Soru: “Toplanmış bir çalışma masası bana ne sağlayacak?”

- Üst çıkarım: “Düzenli - stressiz bir çalışma ortamı” ----
---- Motivasyon =

Soru: “Stressiz bir çalışma ortamı bana ne sağlayacak?”

- Üst-üst çıkarım: “İşimde daha çok başarı, kalite...” -----
--- Motivasyon =

-- Veya uzun vadede gerçekleşecek olan çok büyük bir hedefin varsa, hedefin uzaklığı veya büyüklüğü, ümitsizlik ve korku duygularının etkisiyle, motivasyon kaybına neden olabilir. Bunun için, onu küçük bölümlere ayırarak, ulaşılabilirliği daha kolay ara hedefler haline dönüştürebilirsin...

5. Hedefin ekolojik olması

-- Hedefin yolunda elde edeceğin bütün sonuçları, bir göle (yaşamına) atılan çakıl taşları gibi düşünebilirsin. Taş, suya değdiği yerin merkezinden dışa doğru halkalar halinde değişim dalgaları oluşturacaktır. Aynı şekilde yaşamında yapacağın her türlü değişiklik, seni oluşturan ve sende bir parçası olduğun sistemleri aşama aşama etkisi altına alacaktır.

Bunun için hedeflerimizin yaşamımızın diğer alanlarıyla da ekolojik bir uyum içerisinde olmasına özen göstermemiz gerekiyor. Ör: Gündüz işinin dışında bir de geceleri çalışmaya başlamanın sana sağlayacağı artı kazancın yanında bu değişim, ruhsal ve bedensel sağlığını üzerinde olumsuz etkileri de beraberinde getirecektir. Elde edeceğin olası olumsuz etkileri değerlendirip bunlara değip değmeyeceğini sorgula. Değiyorsa olumsuz etkileri en aza indirmek için hedeflerin üzerinde gereken değişiklikleri yap.

-- Hedefinin Ekolojik Sınamasını şu sorularla yapabilirsin: “Hedefime ulaşmam başka kimleri ve ya neleri etkileyecek?”, “Hedefime şimdi ulaşmış olsaydım, bu yaşamımda başka ne tür değişiklikleri beraberinde getirirdi?”

Tebrikler!

Hedeflerin yukarıdaki kriterler ile uyum içerisindeyse, artık ne istediğini bilen, olumlu, ulaşılabilir, uygun büyüklükte ve yaşamının diğer alanlarıyla uyumlu çekici bir hedefin var.

Şimdi sıra sende! En uzak seyahatler bile ilk adımı atmakla başlar...

Başarılar diliyorum!

BUSE YILDIRIM

RÖPORTAJ: PepsiCO İzmir Satış Şefi Dinçer Demir ile Satış ve Pazarlama üzerine...

PepsiCo İzmir Satış Şefi Dinçer Demir ile Satış-Pazarlama üzerine yaptığımız samimi ve hoş bir sohbet havasında geçen röportajımızı keyifle okuyacağınızı düşünüyoruz.

Dinçer Demir'e bizlere vakit ayırıp, sorularımızı cevaplandırdığı için teşekkür ediyoruz.

1.Soru

Dinçer Bey, kısaca kendinizden ve çalışma hayatınızdan bahseder misiniz ?

Merhabalar,tabii ki. 1984 Eskişehir doğumlu, eğitimci bir ailenin büyük oğluyum. Bir erkek kardeşim var. Makine Mühendisliği ve İşletme bölümlerinden mezunum. Son iki buçuk yıldır İzmir'de yaşıyorum. İzmir'e son işim olan PepsiCo firmasındaki pozisyonum dolayısıyla geldim ve şu anda PepsiCo firmasında İzmir Satış Şefi pozisyonunu yürütüyorum.

Daha önce ise Bosch & Siemens Gmbh firmasında Satış Yöneticiliği, Koç Holding bünyesindeki Arçelik firmasında Satış Sonrası Hizmetler Mühendisliği ve Zeytinoğlu Holding bünyesindeki Entil A.Ş.'de Satış ve Pazarlama Mühendisliği pozisyonlarında çalıştım.

2.Soru

Satış departmanına yönelişinizde ne gibi etmenler etkili oldu?

Kişinin karakter yapısının, yetkinliklerinin, hayallerinin ve öne çıkan özelliklerinin yapacağı işle derin bağlar kurması gerektiğine inanan bir insanım. Bence bu doku uyumunun insanın başarıya ulaşmasında ve mutlu olmasında büyük bir etkisi var. Bu yüzden Satış Departmanı'nın hızlı, sonuç odaklı, takipçi, hırslı ve zafer kazanmayı seven yapısı benim kişisel özelliklerimle örtüşüyor ve bu işe yönelmemi sağlıyor.

3.Soru

Makine Mühendisliği'nden mezun olmanız Satış-Pazarlama alanındaki çalışmalarınıza ne gibi katkılar sağlıyor? Satış-Pazarlama alanında kariyer yapmak isteyen arkadaşlara ne gibi tavsiyelerde bulunmak istersiniz ?

Açıkçası Satış departmanına yönelmeyi düşündüğüm için İşletme eğitimi de aldım. Buna ek olarak mühendisliğin bana analitik düşünme , kıt kaynaklarla maksimum sonuç alma, teknolojik birikim, sorun çözümüleme yeteneğini geliştirme, sistem oluşturma ve süreç yönetme konularında yetkinlikler katıyor olması, iş yapış aşamalarında ve kariyer yolumda beni hep bir adım öne çıkarıyor.

Satış pazarlama alanında kariyer hedefleyen arkadaşaların önce gerçekten istedikleri işin satış olup olmadığını iyi analiz etmeleri gerektiğini düşünüyorum. Mücadeleden yorulan, iletişim konusunda çekingen, hedeflerle çalışmaktan rutini ve düzeni seven, sahadan hariç ofis ortamında çalışmaktan hoşlanan, baskı altındaki çalışma ortamlarını kaldıramayan arkadaşların özellikle çok daha titiz değerlendirmeler yapması ve kendi mutlulukları için satışı tercih etmemesi gerekir. Çünkü kişilik özelliklerinizden çok farklı dinamikleri olan işlerde kaybedeceğiniz zamanı aynı zamanda kariyer yolculuğunuzdan da çalmış olursunuz.

Bu yüzden sizden beklenenleri iyi analiz etmeli ve bunların sizde halihazırda veya potansiyel olarak olup olmadığını bilmeniz gerekir. Eğer gerekli yetkinlik ve potansiyeli kendinizde görüyorsanız çalışması bence en zevkli departmanlardan ikisi satış ve pazarlama.

4.Soru

Bizlere firmanızın (PepsiCo) faaliyetleri hakkında biraz bilgi verir misiniz ?

Firmamız dünyanın en büyük yiyecek ve içecek firmalarından biri olup, Türkiye'de içecek kategorisinde 1962, yiyecek kategorisinde ise 1988'den bu yana hizmet vermektedir.

Marka değeri 1 milyar dolardan daha yüksek 22 mega markasıyla 215 ülkede 285000'den fazla çalışanıyla ve 700'e yakın işletme de faaliyetini sürdüren PepsiCo, Türkiye'de de 3 içecek 2 yiyecek fabrikasıyla faaliyetlerine devam ediyor.

Gıda ve meşrubat alanında dünyanın en geniş portföyünü sunan bir dev markanın bir ferdi olmak da bana gurur veriyor.

5.Soru

Peki PepsiCo işe alım süreçleri nasıl işliyor? Özellikle stajyer olarak çalışacak arkadaşlara yönelik farklı programlar geliştiriyor musunuz ?



PepsiCo Türkiye'de işe alım süreci, Çeşitlilik ve Dahil Etme prensibimiz ışığında, PepsiCo Liderlik yetkinliklerine göre yapılır.

Sözel ve sayısal beceriyi ölçmeyi amaçlayan sınavlar, özgeçmiş ve yetkinlik bazlı mülakat, değerlendirme merkezi, mesleki kişilik envanteri ve referans kontrolü kullanılan araçlardan bazılarıdır.

Yöneticilerimiz tüm sürece birebir dahil olup, adaylarımızı daha yakından tanır ve en doğru işe alımı yapmak için İnsan Kaynakları ile birlikte etkin şekilde çalışır.

Staj ve iş olanakları hakkında daha detaylı bilgi almak için www.pepsico.com/careers

Adresini ziyaret edebilirsiniz.

6.Soru

Daha önce siz de bu tür mülakatlara katıldınız. Mutlaka sorular dediğiniz sorular nelerdir? Mülakatlarda özellikle dikkat edilen hususlar nelerdir?

Bu tür işe alım mülakatlarında aday personelin söz konusu pozisyon ile uyumu, yetkinliklerinin seviyesi/ yeterliliği ve pozisyonun gerekliliklerini sağlayabilecek akademik geçmiş ve tecrübenin sağlandığı sağlanmadığı gibi ana maddeler ön plana çıkmaktadır.

Özgüveni yüksek, kanıtlanabilir başarıları olan, gerekli akademik eğitimi tamamlamış adaylar farklı mülakat teknikleri ile elemine edilerek en doğru tercih yapılmaya çalışılır. Bu yüzden mülakata katılacak aday klasik sorularla karşılaşsa dahi vereceği farklı ve yaşanmış deneyimleri içeren cevaplarıyla ön plana çıkmalı, pozisyonda yaratacağı farkı ortaya koymalı, isteğini ve iştahını kısıtlı sürede karşı tarafa aktarabilmelidir.

7.Soru

Bugüne kadar rastladığınız en ilginç mülakat anınızı bizlerle paylaşabilir misiniz?

Kimi zaman çok uğraştığınız bir şey istediğiniz gibi sonuçlanmazken kimi zaman hayatta size güzel sürprizler yapabiliyor.

Kariyerimde ilk mülakatlarımdan birisi CNC tezgahlar üreten büyük bir firmada Satış Mühendisliği pozisyonu içindi. Bu pozisyon için tam 5 kez İstanbul'a gitmiş, 2'si tamamen İngilizce olmak üzere biri 1'e1 İnsan Kaynakları, biri departman yöneticisi ile özgeçmiş, biri Hindistanlı bir yöneticiyle yabancı dil yetkinlikleri, biri teknik altyapı ve biri de grup mülakatı olmak üzere 5 farklı değerlendirme sürecine tabi tutulmuş, mülakatları başarıyla tamamlamış ve işe seçilmiştim. Lakin teklif aşamasında teklif edilen rakam asgari ücret civarlarındaydı ve tabiki İstanbul gibi bir yerde yaşamam için çok yetersiz bir ücret olduğu için tüm emeklerime rağmen pozisyonu reddetmek zorunda kalmıştım.

Ama kısa bir süre sonra sadece 2 mülakat ile çok severek yaptığım ilk işime başladım. Benim için hala tebessümle hatırladığım bir anı ve güzel bir mülakat tecrübesidir.



PEPSICO
TURKEY

8.Soru

Bizlerde akla satış-pazarlama denilince heyecanlı, hareketli ve her gün farklı bir koşuşturmanın içinde olan bir departman canlanıyor. Siz de buna katılıyor musunuz? Bir Satış Şefinin bir günü nasıl geçer? (en rutin haliyle)

Satışta çalışan birinin özel hayatı dışında bir ayrı hayatı daha oluyor desek yanlış bir tanım olmaz sanırım. Sabahın erken saatlerinden itibaren yoğun tempoda mesai kavramı dinlemeden sürekli yeni zaferler kazandığınız, hedefleriniz sayesinde sürekli aktif kaldığınız, durağanlığa yer olmayan bir hayatın içinde buluyorsunuz kendinizi.

Aynı gün içerisinde onlarca farklı konuya temas ediyorsunuz. Hedeflerinizi belirli kontrol aralıkları ile takip ettiğiniz, fark yaratmak için ciddi saha çalışmaları ile tüketicilere ulaştığınız, firma ve satış noktaları arasında köprü olduğunuz, ofis analizleri ile planlamalar yaptığınız, yönettiğiniz ekibinizle aktivitelerde bulunduğunuz sürekli yaşayan bir ortam bu.

Bu sürat ve çeşitlilik aynı zamanda Hızlı Tüketim Ürünleri sektörünün de bir yansıması tabiki. Dev oyuncuların tek bir paket daha fazla ürün satışı için farklı stratejileri ile tatlı bir rekabet içinde olduğu bir habitat. Tabiki sizin de bu rekabet içinde birey olarak yer alabilmeniz için kişisel gelişimi sürekli ön planda tutmanız gerekiyor.

9.Soru

Firmalar için en önemli şey ürettiği malları satabilmektir. Bu görüş doğrultusunda bizlere 'Satış' olayının inceliklerini anlatabilir misiniz? Bu olayın özel bir formülü var mı?

Aslında son noktada üretici firmalar olarak karşınızdaki müşterilere/satış noktalarına/dağıtım firmalarına "FAYDA" satıyorsunuz. Bu faydanın satışa dönüşmesi için de alıcıyı hem mantık hem de duygusal açıdan satınalma fikrine yönlendirebilerseniz işte o zaman verimli bir ticaret yapabiliyorsunuz demektir.

Mantıksal açıdan bakınca öncelikle bu faydanın alıcının ihtiyaçlarını karşılama noktasında öne çıkan tüm özelliklerine sahip olup bunu karşıya doğru zaman ve doğru yerde aktarabiliyor olmak gerekir. Aynı zamanda sevkiyat-hedef-tahsilat-hizmet ve ödeme gibi kalemlerde kazan-kazan ilkesi ile açık bir ticaret sağlamayı hedeflemelisiniz. Karşınızdaki kişilerin de bunu kazanç sağlamak için yaptığını unutmadan ortak müştereklere ticareti getirebilen bir yapıya sahip olmalısınız.

Duygusal olarak incelersek de alıcı sizi her probleminde yanında görebileceği, ulaşılabilir, açık ve güvenilir ticaret yapan bir noktada görmek ister. Sizinle arasında güvene dayalı bir bağ olduğu anda satışın devamlılığı ve ticaretin gücü sağlanabilecektir.

Her ne kadar mantıksal detaylar daha önemli gibi gözükse de saha tecrübelerimiz güvene dayalı ve sıkı ilişkilerle desteklenen duygusal bağ kurabildiğimiz alıcılarla ticaret

hacimlerinin daha güçlü olduğunu göstermektedir.

10.Soru

Peki Satış departmanında çalışmanın özel hayat-iş dengesine verdiği ekstra bir yük durumu var mıdır? Bu durum ile ilgili kendi hayatınızdan örnek verebilir misiniz?

PepsiCo da iş-özel hayat dengesi önemli bir konu olup çok iyi sağlanmaktadır. Sizin kendinize ayırdığınız vakti, zihinsel ve bedensel olarak zinde hale gelmeniz açısından bir fırsat olarak gören bir yapı var. Mutlu, sağlıklı, dinlenmiş ve zinde bir birey olarak işe geldiğinizde zaten bu verimlilik olarak da işinize yansıyor. Şirketimiz de bunu iyi tahlil ediyor bence. Tabiki kimi zaman istediğiniz sonuçlara ulaşabilmek için mesai kavramına takılmadan çalıştığınız oluyor, çünkü satış özünde fedakarlık gerektiriyor. Ama gelen sonuçlar ve kazandığınız zaferler herşeyi unutturuyor.

11.Soru

Hızlı Tüketim sektörünün ülkemizde büyüme potansiyelini nasıl görüyorsunuz ?

Hızlı tüketim sektörü tüketim ömrü bir yıl kadar olan ve insanların temel ihtiyaçlarına (gıda, temizlik, kişisel bakım, sigara vs.) hitap eden bir sektör. Sizde tahmin edebileceğiniz gibi bu sektörün büyük bir kısmını da bizim de oyuncusu olduğumuz "gıda ürünleri" oluşturuyor. Bu yapısı sebebiyle krizlerden nispeten daha az etkilenen bir sektör olduğunu söyleyebiliriz. Bu da nüfus yoğunluğu ve paketli ürün tüketimi arttıkça bu sektörün de büyüme potansiyelinin her zaman olduğu gerçeğini ortaya koyuyor.

Ayrıca paketli olarak tüketilen ürün çeşitliliğinin artması, gıda güvenliği gibi sebeplerle daha sağlıklı olduğu düşünülen kalite kontrolü yapılmış paketli ürünlere yönelim, evde hazırlanabilen ürünlerin de (Örn: kurabiye vs.) paketli halde hazır şekilde hızlı tüketime sunulması gibi sebeplerle sektörün büyüme hızının artarak devam edeceğini düşünüyorum.

12.Soru

Firmanızın ilerleyen yıllar için ülkemizde yeni pazar arayışları olacak mı ? Firma olarak totalde hedeflediğiniz yerde misiniz ?

Dünyanın yiyecek ve içecek olarak en geniş ürün portföylerinden birini sunan PepsiCo her zaman inovatif ürünler, ambalajlar ve kampanyalarla tüketicilerimizle buluşmaya devam edecektir. Son çıkan markamız 7 Days kruvasan ile de Türkiye'de yeni bir kategoriye giriş yapmış olduk. Geçmişimizde bu ve bunun gibi birçok örnek var. Firma olarak sorumluluğumuz, bugünden daha iyi bir yarın oluşturmak için, dünya üzerinde faaliyet gösterdiğimiz her noktada çevresel, toplumsal ve yetenek sürdürülebilirliğinde sürekli iyileştirme sağlamaktır. Bu kapsamda faaliyet verdiğimiz her alanda zirveyi hedefliyoruz ve çalışmalarımızı bu doğrultuda yapıyoruz.

13.Soru

Kariyeriniz ile ilgili gelecek planlamalarınız nelerdir? Özellikle hedeflediğiniz bir nokta var mı?

Şu anki kariyer önceliğim, PepsiCo'daki şu anki

pozisyonumda benden istenilenden fazlasını verip, kattıklarımın fark yaratmaktır. Katkılarımla, "Olanaklar" programıyla size fırsatlar yaratma konusunda cömert olan şirketimde görülüp, bunun bana daha üst pozisyonlar ve yeni sorumluluklarda çalışma fırsatı vereceğine inanıyorum. Zaten kariyer hedefim de Hızlı Tüketim Sektöründe üst düzey yöneticilik yapmaktır.

14.Soru

Birazda iş dışı konuşursak, mesela İzmir de yaşıyor olmaktan memnun musunuz ? Bu şehir sizin için ne ifade ediyor?

Son 3 yıldır İzmir'deyim ve buraya yerleştikten sonra şehri daha da çok sevdim. Trafik sıkıntısının çok olmaması, iklimi ve güzel insanları beni mutlu ediyor. Özellikle bahar ve yaz aylarında tüm Türkiye'deki insanların yıl boyu plan yaparak 1 haftalığına tatile geldiği birçok doğa harikası tatil yoresine en yakın 30 dakika- en geç 2 saat uzaklıkta olması gerçekten büyük bir şans. Bu sebeplerden dolayı İzmir bana "mutluluğu" ifade ediyor.

15.Soru

Hobileriniz nelerdir? Olmazsa olmazım muhakkak yaparım dediğiniz bir aktivite var mı ?

Gerçekten sıkı bir sinema takipçisiyim, her hafta evimde birçok film seyretmenin yanında birçok filmi arşivleyip, her hafta bir kez de sinemaya giderim.

Hafta içi en az 2-3 akşam spor yapıyor, her gece okuyor ve haftada 1 gün de yeni başladığım Keman derslerime devam ediyorum.

16.Soru

Son olarak ,üniversitemizdeki arkadaşlara ne gibi tavsiyelerde bulunursunuz ?

Öncelikle ömürlük iyi dostluklar edindikleri, her anlarını ayrı ayrı hatırlayacakları anılarla dolu harika bir üniversite hayatı geçirmelerini diliyorum.

Öğrenim hayatları boyunca üniversitedeki klüplerde faaliyet göstermeleri , aktivitelere katılım göstermeleri ve sosyalleşerek networklerini arttırmaları çok önemli. Şu an bir kulüpte arkadaşınız olan birini belki 10 yıl sonra bir şirketin başında görebileceğinizi unutmamalı ve herkesle irtibatta kalmalısınız. Boş vakitlerin tamamını eğlenceye ayırmak yerine özellikle yaz aylarında staj ve dönemsel çalışma fırsatlarını değerlendirmelisiniz. İlk iş mülakatlarında karşınızdakilere aktarabileceğiniz edinimleriniz ve hikayeleriniz olmalı. Ayrıca üniversite hayatları boyunca bir yurtdışı deneyiminin de kendilerine çok şey katacağı kanaatindeyim.

FURKAN DURMAZ



"JTI" STAJIM

Herkes merhabalar. 2012 yılından beri bir işletme fakültesi olarak hem gururluyum hem de iyi ki buradayım diyorum. Hem bölgenin en iyi okulu olmasından dolayı hem de kaliteli eğitimi sayesinde 4. dönem yazında, mülakat süreçleri biraz zorlamış olsa da, okul hayatımın en güzel stajına kabul edildim. Şimdi biraz bunun hakkında hem bilgi vermek hem de siz değerli fakülte arkadaşlarıma deneyimlerimden bahsetmek istiyorum.

Her şey JTI (Japan Tobacco International) şirketinin ilanına denk gelmemle başladı. Başvurumun ardından mülakat süreci ve en sonunda 6 haftalık bir deneyim beni bekliyordu. Biraz şirket hakkında bilgi vermem gerekirse; JTI, hızlı tüketim (FMCG) sektöründe faaliyet gösteren bir tütün firmasıdır. Ayrıca, herkes tarafından bilinen Winston, Camel, Salem gibi sigara markalarının üreticisidir.

Öncelikli olarak okul hayatımızda da sıkça duyduğumuz kurumsallık kelimesinin adeta vücut bulduğu bir şirketle karşılaştım. Bunu daha kapıdan adımınızı atar atmaz hissettiriyor. Gerek insan kaynakları gerekse eğitim departmanının da katkılarıyla hazırlanan oryantasyonun ardından vakit kaybetmeden ben de diğer şirket çalışanları gibi yoğun bir çalışma temposunun içine girdim. Finans bölümünde çalışmam dolayısıyla, bizim işlerimiz daha çok sayısal verilere dayalı olduğu için fiziksel açıdan herhangi bir zorluk çekmiyorsunuz ancak mental olarak oldukça yorucu olan bir departmandı. Ama bundan hiç şikâyet etmedim çünkü bütün finans verilerine sahip olmamdan dolayı şirketin bütün departmanları hakkında fikir sahibi olmuştum. Çalışma saatlerinin de serbest oluşu sebebiyle gün içerisinde çok rahat bir çalışma ortamına sahiptik.

Çok uluslu bir firmada çalışmanın sağladığı faydaları da es geçmemek gerekiyor. Mailleştığımız insanlar bütün dünyadan JTI çalışanları oluyor ve daha da iyisi bu iş akış süreçlerine biz de aktif bir şekilde dâhil olabiliyorduk. İlk aşamada oldukça heyecanlı olan bu durum bir süre sonra alışkanlık haline geliyor. Ayrıca kurum kültürünü de bu sayede birebir deneyimlemiş oldum.

Son olarak ben JTI'da stajyere önem verilen, normal çalışandan ayrı tutulmayan bir ortam gördüm. Çalışanlarının da sıcakkanlı olmalarından çok kısa bir sürede ayak uydurdum ve çok verimli geçen bir staj süreci geçirdim.

MUSTAFA CAN KAYA



"ERASMUS" STAJIM



Erasmus + Staj Programı, Erasmus öğrenim hareketliliğine gidemeyenler ya da gitmek istemeyenler için tercih edilebilir güzel bir fırsat. Yaz ayınızı yurtdışındaki firmada staj yaparak değerlendirebilir ve Erasmus'un olanaklarından yararlanabilirsiniz. Erasmus + Staj Programı, nedendir bilinmez, öğrenim hareketliliği kadar yaygın değil. Aslında bu da staja gitmek isteyenler için piyango niteliğinde. Çünkü az bilinmesi size hibe çıkmasını kolaylaştırıyor. Hibe ücretleri öğrenim hareketliliğinde verilen miktardan aylık 100 € fazla üstelik. Diğer süreçler öğrenim hareketliliği ile neredeyse aynı. Ancak sigorta poliçelerinde sıkıntılar yaşanabiliyor, staj yapıldığı için ek sigortalara yükümlü tutuluyorsunuz. Eğer staj yapacaksınız mutlaka AIG firmasından sigortanızı yaptırmalısınız çünkü başka hiçbir şirket istenilen sigortayı gerçekleştiriyor. Zamanınızdan ve kafa yorgunluğunuzdan kurtulmuş olursunuz.

Bu sene yurtdışında Erasmus Programı ile staj yapmak istiyorsanız şimdiden şirketlere mail atmaya başlamalısınız; yurtdışındaki Türk Ticaret Odaları olabilir, tanıdığınız ya da iletişimde olduğunuz küçük firmalar bile olabilir. Mail taslağı hazırladıktan sonra şirketlere mail atmak oldukça kolay, internette de Erasmus stajında deneyimli olan şirketleri bulabilirsiniz.

Ben Erasmus stajımı İzmir Erasmus Konsorsiyumu ile gerçekleştirdim. Ek faydası şirketi siz bulmuyorsunuz, hibeniz zamanında yatıyor ve şirketle ilgili belgeleri siz değil, konsorsiyum adına yetkili kişi düzenliyor. Davet mektubu şirketten alınıyor, Learning Agreement için gerekli olan yerler şirket tarafından dolduruluyor. Bundan sonra koşturma dönemi başlıyor. Resmi belgelerinizi (sigorta, dilekçeler, davet mektubu, uçak bileti, Learning Agreement, € banka kartı, vize pasaport işlemleri) ne kadar çabuk hallederseniz, hibe işlemleri o kadar erken başlar ve gittiğinizde uzaktan işlem yapmak zorunda kalmazsınız.

Erasmus stajı kalacak yerinizi ayarlamıyor, size tavsiyem Erasmus öğrencileri için internette bulacağınız yerlerde kalmamak çünkü oldukça pahalı. Staj yapacağınız yerde öğrenci evine aylık sözleşme yaparak kalmanız sizin yararınıza olacaktır.

Stajımı üç ay boyunca Yunanistan'da Selanik'te Elegance firmasında İhracat-İthalat Yönetici Asistanı olarak yaptım. Çalışanlar oldukça sabırlıydı. Akıcı İngilizceniz olmasa da korkmaya hiç gerek yok çünkü oldukça yardımsever ve güler yüzlüler. Selanik yurtdışına çıkmaktan çekinenler için uygun bir yer çünkü Yunan kültürü kültürümüze çok benziyor ve elbette bize çok yakın. İzmir ve Selanik arası bir buçuk saat sadece. Yunan insanları aynı zamanda çok sıcakkanlılar, Türkleri çok seviyorlar ve her akşam Türk dizelerini televizyonlarda izliyorlar. Yunanistan Shengen ülkesi olduğu için diğer ülkelere de seyahat etmeniz çok ucuz ve kolay.

Erasmus stajı yapmak isteyenler varsa ve daha ayrıntılı süreci öğrenmek isterseniz bu güzel deneyiminiz için her zaman istediğinizi bana sorabilirsiniz.

EUROTRIP

Avrupa'da Seyahat Etmek



Seyahat denince aklımıza gelebilecek en doğal sorulardan biri: Nasıl az bütçeyle çok yer gezebilirim? Gezmek istiyoruz, yeni yerler keşfedip, yeni deneyimler yaşayıp, farklı yiyecekler tadıp, farklı şeyler içmek, farklı bir atmosfer solumak istiyoruz. Tabi bir sürü şey yapmak isterken öncelikle bütçemizi düşünüyoruz: buraya param yetmez benim dediğimiz çok da olmuştur.

Bu yazıda Avrupa'ya gitmeye imkan tanıyacak programlardan veya kuruluşlarda, projelerden bahsetmeyeceğim. Bu seçenekler dışında, bireysel olarak oturduğumuz yerden nasıl bir seyahat planı yapabiliriz sorusunun cevabını kendi deneyimlerimden yararlanarak anlatmaya çalışacağım.

Ben ilk Avrupa seyahatimi üniversite 2. Sınıfta yaptım. Öncesinde Avrupa seyahati yapmadığım için üzülüyordum ve insanların nasıl olup da rahatça gidebildiğine anlam veremiyordum. İlk gittiğim yer İspanya'nın Barcelona şehriydi. Müthişti, hayatımın en unutulmaz seyahatiydi. Tabi en pahalısıydı aynı zamanda. İnternette bulduğum bir tur şirketinden ayarlamıştım, çünkü yalnız seyahat etmek istiyordum ve ailem sıcak bakmıyordu o bu duruma.

Barcelona seyahatim boyunca edindiğim deneyimleri, neyin yapıp neyden kaçınılması gerektiği bir sonraki seyahatlere de uygulamaya çalıştım ve böylece her gittiğim yerden seyahat nasıl yapılır adına bir şeyler öğrendim. Peki neler bunlar:

•Nereye gitmek istediğine karar ver.

Hepimizin aklında hep gitmek, görmek istediği bir yer vardır. Ama yukarıda da bahsettiğim gibi bizi bağlayabilecek unsurları da göz önünde bulundurmakta fayda var.

•Kimle gitmek istiyorsun?

Hepimizin birlikte seyahat etmeyi istediği kişiler olabilir: kardeş, sevgili, dost, anne, baba vs. Fakat, seyahat edeceğin kişiyi seçmek çok önemlidir. Gideceğiniz yerde yapmak istediğiniz şeyler neler, birbirinize uyum sağlayabilecek misiniz? Bunlar her açıdan düşünülmesi gereken şeylerdir. Çünkü çok iyi anlaşan kişilerin seyahat sırasında birbirlerine uyum sağlayamadıkları çok sık rastlanan bir durum.

•Para biriktir.

Nereye gitmek istersek isteyelim para olmadan gidemeyiz. Bu nedenle eğer gezmek istiyorsak bazı alışkanlıkları bırakıp para biriktirmeye başlamak lazım: sigara mı içiyorsun? Bırak. Ayda en az 100 lira(en az diyorum) biriktirmiş olursun. Dışarıda yemek mi yiyorsun? Yeme. Ya evinde yap, ya yurttan ye, ya da imkan yoksa yemekhaneyi yaşam alanına dönüştür. Kıyafetlere harcama, boşver zaten vardır yeterince.

•Gideceğin yerin para birimini takip et.

Sonuçta gideceğin yerde o parayı harcayacaksın, bu nedenle hep takipde olmakta fayda var. Ekonomiyi ve kurun takibinde ol, ne zaman düşüp ne zaman yükseleceği

üzerine tahminleri dinle, izle. Kur düştüğü anda git elinde biriktirdiğin parayla o ülkenin para birimini al (Avrupa'da 19 ülke euro kullandığı için, büyük ihtimalle bu biriktireceğin para birimi eurodur).

•Önceden planla!

Belki de en önemli şeylerden biri de budur. Çünkü uçak bileti alacaksın rezervasyonlar yapacaksın bunları son dakika yaparsan çok pahalıya mal olur o nedenler aylar öncesinden planla.

•Peki ya vize?

Pasaportun var mı? Yoksa ve eğer seyahat işini ciddiye alıyorsan kısa dönemli pasaport alma. 6 aylık pasaport işine yaramaz, bir sonraki gidişinde daha pahalıya mal olabilir. Pasaportun tamamsa ve vize sıkıntın yoksa süper! Ama vize alman gerekiyorsa mutlaka ve mutlaka önceden her şeyi araştır ve seyahat edeceğin kesinleşirse vize başvurusunu en kısa zamanda yap ki gitmeden vizem çıkmadı derdi yaşamayasın. Maalesef Almanya, İtalya gibi bazı ülkeler için idata.com gibi bir seçenek olsa da her ülke vizesi için bu mümkün olmuyor.

•Uçak bileti için hep tetikte ol.

Gerekirse saplantıya dönüştür ama sürekli fiyat kontrol etmekte fayda var. Uçak bilet fiyatları değişkendir. Hatta denir ki en düşük uçak biletleri gideceğiniz günden ortalama 52 gün öncesi en uygun bulacağınız zamandır, bu da 2 aya karşılık geliyor ortalama. Bence yine de siz çok son dakikaya bırakmayın aylar öncesinden ayarların derim. Siteleri takip edin. Hatta benim sürekli uçak biletlerini sorguladığımı arama motorum farketmesin diye gizli sekmede bile giriyorum (fiyatı arttırmaları diye, ne kadar doğruluğu var bunun orası da tartışılır gerçi).Uçak şirketlerinin kampanyalarını takip edin, hatta uçak şirketlerinin avantaj sağlayan ya da mil biriktirmenizi sağlayan ücretsiz kartlarından edinin.

•Neyle, nereye gidiyorsun?

Türkiye'den giderken uçak en önemli taşıt fakat Avrupa içerisinde tren ve otobüs seçenekleri de oldukça

uygun fiyatlar sunuyor. Ryanair gibi uygun havayolu şirketleriyle İspanya'dan Portekiz'e 38 euroya gidiş-dönüş bilet alabiliyorsunuz (takip etmekte fayda var sürekli) ya da FleixBus gibi otobüslerle Almanya'dan Fransa'ya 20 euroya gidebiliyorsun. Trenler pahalı olabiliyor elbette, onlar içinde takip etmekte fayda var, çünkü uygun fiyata bir tren yolculuğu çok eğlenceli olabiliyor. Tabi her zaman rezervasyonlarınızı kontrol etmekte fayda var. Bir problem çıkarsa sizden bir anda 50 euro alabilirler.

•Kartın var mı?

Rezervasyon yaparken, bilet alırken mutlaka bir kredi kartı, banka kartı olması lazım. Bazı sitelerde, uygulamalarda banka kartıyla almak mümkün olmayabiliyor. Bu tür zamanlarda havale yoluyla para gönderebilirsin ya da kredi kartı kullanabilirsin. Bunun için internet bankacılığını açtır, evinde havale imkanın olabilsin, hatta ek masraflardan da kurtulmuş olursun böylece. Olmadı kredi kartının limitini geçici olarak arttır. Limit artışında alışverişe yönelip borç bataklığına sürüklenmek istemiyorsan çok dikkat et ama.

•Kalacak yerini belirle

Avrupa'da yaşayan arkadaşların var mı? Gitmek istediğin yer de arkadaşların var mı? Aile bireylerin, tanıdıkların var mı? Varsa çok şanslısın çünkü kalacak yer sorunun yok demektir. Bu da bütçen için çok olumlu bir şey. Ama yoksa da napalım, başka yollar bulacağız.

Booking.com vs gibi siteler var, orada otel ve hosteller istediğin kriterlere göre listelenir. Yine bu bu ilk seçeneğimiz olmasın ama. Çünkü oteller pahalı olur genelde (gideceğiniz yere ve kalacağınız bölgeye göre de değişir tabi), hosteller ise özellikle tek başına gidecekler için (yine bölgeden bölgeye değişse de) çok da güvenli yerler değildir. Eğer kalabalıksanız ve odada başkaları olmazsa (ki kalabalık yatakhaneyse düşük bir ihtimal) güzel de bir deneyimdir aslında hosteller ama dikkatli olmakta fayda var hep.

Son zamanlarda gitgide artan kullanımı, şeffaflığı ve yorumlardan gideceğiniz yer ve kalacağınız ev hakkında fikir edinmenizi sağlayan bir uygulama var: Airbnb.



Bu uygulamayı mutlaka edinin. Kısaca söylemek gerekirse gitmek istediğiniz şehri seçip orada istediğiniz ev seçeneklerini (sadece bir odayı mı kiralayacaksınız, bütün daireyi mi, evde ne olsun istersiniz, nereye yakın olsun, interneti var mı..) filtreleyip, evde kalma koşullarını, daha önce kalanların yorumlarını, ev sahibinin yazdıklarını okuyup karar verebilirsiniz. Ücret olarak otelde kalmaktan çok çok daha uyguna gelebilir. Siz yine de sezonlara dikkat edin çünkü yaz dönemi ve noel dönemlerinde daha pahalı olabilir ve gitmek istediğiniz aralıklarda evler dolu da olabilir.

•Çıktı al!

Tüm biletlerinin çıktısını, dökümünü al. Bir dosyaya koy ve ulaşabileceğin bir yerde bulundur. Kalacağın yerin haritası olması çok büyük bir avantaj olabilir.

•Internet seçeneklerini araştır.

Farklı bir ülkeye gidiyorsun, ora hakkında çok bir fikrin yok hele de dil bilmiyorsan internet kurtarıcın olur. Eğer o ülkede internet erişimi olanakları sınırlıysa önceden önlemini al. Gitmeden buradan hattını yurtdışında da açabilirsin. Eğer yapmak istemiyorsan risklerin farkında ol. Mesela iniş yapacağın havaalanında internet erişimi var mı diye kontrol et (çoğu havaalanında kısıtlı bir süreyle ya da ücretsiz giriş yaparak internet erişimi sağlıyorlar ama bazen olmayabiliyor ya da o ülkenin dilinde yazılmış bir web sitesiyle de karşılaşabiliyorsunuz).



•Kültürü araştır.

Yapılan en büyük yanlışlardan biri bence gidiceğiniz yerin kültürünü bilmeden gitmektir. Araştır! Madem gezmek istiyorsun bil orada insanlar nasıldır, neler yaparlar, neleri meşhurdur... Haritalara da bakmakta fayda var, gideceğin yerin coğrafyasını tanı, yerleri az çok da olsa öğren, en azından isimlere, mesafelere aşina olursun.

•Gezilecek yerler nereler?

Gir internete yaz yapılması gereken şeyler, görülmesi gereken yerler, alınması gereken şeyler tadılması gereken yemekler, içecekler vs vs. Bunları yapmadan gitme, pişman olursun dönünce. Youtube'a yaz, izle videoları, vlogları, dinle insanlar neler yapmış, nasıl yapmış, nereleri gezmiş. Bunlar dışında birçok şehirde "free tour"lar (bedava yürüyerek gezilen) oluyor, onlara rezervasyon yapılabilir.

•Etkinlikleri kontrol et!

Öncelikle o dönemde bir resmi bayram var mı kontrol et (her yerin kapalı olduğu bir yere gidip kaybolma). Sonra o dönemde bir festival konser, etkinlik var mı kontrol etmekte fayda var. Eğer operaya meraklıysan opera sezonlarını bil (sonra Ağustosta gidip neden izleyemedim deme), gösteriler mi var eğer uygun fiyatıysa kaçırma çünkü şu bir gerçek ki Türkiye'de etkinlik biletleri Avrupa'ya göre çok çok daha pahalı olabiliyor. Tüm bunlar ilgi meselesi ama bazı aktivitleri kestirip atmadan önce araştırıp anlamaya çalışmakta fayda var.

•Önceden rezervasyon yap!

Örneğin bir müzeye mi gitmek istiyorsun? Eğer önceden rezervasyon yapabiliyorsan (ki artık bu birçok müze için mümkün) mutlaka yap. En büyük avantajı kuyruklarda saatlerce beklememek olur. Louvre için sabah erken kalkıp git müzeye ama Vatikan müzesi için önceden rezervasyon yap ki aynı parayı veren kişilerden oluşan 4-5 saat bile sürecek kuyruğun yanından yürüyerek geçip vip gibi içeri girebilesin.

•Günleri planla.

Bazıları yeni bir yere giderken plan yapmazlar, tabiri caizse rüzgar nereye götürse giderler. Bu eğlenceli ve heyecanlı bir deneyim olabilir fakat yine de eğer görmek istediğiniz yerler, yapmak istediğiniz şeyler çoksa mutlaka günlere bölün ve hangi gün hangisinin yapıp yapılamayacağını mutlaka tek tek kontrol edin. Açılış- kapanış saatleri önemli kriterlerdir ve ülkeden ülkeye değişebilir.

•Sokakları, meydanları gez.

Görülecek yerler sadece para verilen yerler değildir. Birçok şehrin sokakları, caddeleri, nehir kenarları deniz kenarları, meydanları görülmesi gereken en önemli yerlerdir. Mesela Floransa açık hava müzesinde gezme ve zaman tünelinden geçip 16. Yüzyıla gitme imkanı tanırken, Lizbon atlantik okyanusunu, o büyüleyici manzarasını ayaklarına sunar.

•Turist olma, gezgin ol.

Turistik alanlara şöyle bir bak, gez ama şehrin kalbi nerede atıyor, orada yaşayanlar ne yapar bil, onların yaptığını yap. Ne demişler: Romada romalı gibi davran.

•Ye, iç, mutlu ol!

Gittiğin yerin yemek kültürünü de bil. Ne yenmeli? Dene, damak tadın zenginleşsin. Ne içlerler? İç. Ama yemediğin ve içmediğin şeyler varsa bunları mutlaka belirtmenin bir yolunu bul çünkü belirtmezsen istemediğin bir şey gelir ve yemeği yemezsen beğenmediğin anlamına gelebilir ve bazı insanlar buna alınabilir (bknz. Bazı İtalyanlar). Yemek konusunda tavsiyem eğer restoranlara vs. gitmek istemiyorsan süpermarketlerden yiyecek al ve götür onu ya güzel bir manzara eşliğinde ye. Çok daha ucuza gelir ve inanılmaz keyifli olur. Hatta Türkiye'ye geri dönerken yiyecek- içecekleri süpermarketten al, duty freelerde hem yöresel şeyler bulmakta zorlanırsın hem de çok pahalı olur.

•Dil, dil, dil!

İletişim kurmak istorsan dil bilmen lazım. İngilizce'yi zaten mutlaka öğren artık, seyahat ediyorsan biliyorsun ki en geçerli dil İngilizce. Bunun dışında tabi gideceğin yerde insanların ne konuştukları da önemli. Eğer İngilizce bilen çok yoksa orada mutlaka o dille ilgili bazı temel şeyleri öğren gitmeden.

•Oku!

Eğer kitap okumaktan hoşlanıyorsan, gittiğin yerle ilgili bir kitap al ve oku. Unutma ki bir yerin kültürünü ne kadar öğrenirsen o kadar anlam kazanır başlar bazı şeyler.

•Not al.

Küçük, taşınabilir bir not defterin olsun ve ona gitmeden önce yapılacak şeyler, görülecek yerler, planları yaz, seyahat sırasındaki deneyimlerini ve döndükten sonraki izlenimlerini de ekle. Mutlaka işine yarayacaktır.

•Az eşya götür, getirebileceğini getir.

Havayolu şirketlerinin bagaj kurallarına mutlaka bak yoksa sonradan Hangi mevsimde ne giyilmesi gerektiğini öğren ve ihtiyaçtan fazlasını götürme. Giydiklerin rahat edebileceğin şeyler olsun aynı zamanda, yürüyebileceğin ayakkabılar alman önemli. Avrupa içinde Ryanair gibi bir uçak firmasıyla seyahat edeceksen sırt çantası tek seçeneğin ve ağır bir sırt çantası seni yavaşlatabilir. Unutma ki oradan da mutlaka bir şeyler alacaksın. En güzeli az götürüp, çok getirmek.

•Kısıtlamaları bil.

Örneğin sıvı kısıtlamalarından haberin olsun. Bir ülkeden normal bir uçak biletiyle bagajda 2-3 litre sıvı taşınabilir. Ama eğer daha da almak isterse Duty Free'lerden de bir uçak biletiyle 3 litre sıvı daha satın alabileceğini bilmen gerekiyor(Buradaki sıvılardan kasıt alkollü ürünler



de olabilir, herhangi bir içecek de olabilir). Ya da sırt çantasında akışkan bir peynir taşımaya kalkarsan, onu alıp kontrolde çöpe atabileceklerinin farkında ol.

•Fotoğraf çek.

Bol bol fotoğraf çek ama sadece kendini çekme. Doğayı çek sanatı çek, güzel anları çek, hatırlamak için çek. Fotoğraf çek ama gereksizleri de ayıklamayı öğren, aynı kareden 30 tane bir işine yaramaz. O fotoğraflar sadece profil fotosu değil, unutma.

•Keyfini çıkar!

Öyle ya da böyle bir seyahat organize etmişsen ve birçok şeyi göze alıp gitmişsen o seyahatin keyfini çıkar. Burada olan şeyleri burada bırak. Orada yeni şeyler keşfet, kendini tanı, insanları tanı, vaktini olumlu şeylere harca, olumsuzluklarla karşılaşırken de bunların seyahatini mahvetmesine izin verme. Dikkatli, ihtiyatli olmak önemlidir ama eğlenmeyi de unutma!

SALKIM YAVUZ

DENEMEYE DEĞER TEKNOLOJİK ÜRÜNLER

“GOOGLE CARDBOARD”



Teknolojiyi yakından takip eden hemen hemen herkesin bildiği bir şey Oculus Rift!

Sanal gerçeklik deneyimini satın alınabilir seviyelere ulaştıran bir Kickstarter projesi. Vaad ettiği fiyat ve sunduğu deneyim o kadar ciddi ki sadece 4 saatte Kickstarter'ın 250 bin dolarlık barajını geçip, 36 saatte ise milyon dolar barajını aşmış, toplamda 2 milyon 437 bin 429 dolar toplamayı başarmıştır. (Kickstarter hakkında bilgisi olmayan için söylemek gerekirse, 4 saat içinde hiç tanımadığın insanlardan 250 bin dolar, aynı şekilde 36 saat içinde 1 milyon dolardan fazla BAGIŞ toplamak demek)

Peki neden bu kadar çok tutuldu?

Aslında sebebi çok basit. Getirmiş olduğu yenilik ve oyun deneyimine olan katkısının tartışmasız çok büyük olması. Fakat yeterli mi? HAYIR.

Bir diğer sebep ise sanal gerçeklik teknolojisinin bundan 15 sene kadar öncesine kadar dayanması ve eski versiyonlarının-The Sims oynayanlar bilir, en pahalı elektronik alet vardı ya hani Simsler kafalarına takınca uçarlardı ,işte o. Gerek fiyatıyla ,gerek te sunduğu deneyimin yetersizliği, Oculus Riftin bu kadar tutulmasını sağladı.

Oculus Rift'i basit bir şekilde anlatmak gerekirse, iki adet mercekten ve de bir adet monitörden oluşan bir alet aslında. Kafanıza taktığınızda 60fps üzeri oynayabileceğiniz hangi oyuna girerseniz, sanki o oyunun içindeymişsiniz havası yaratıyor. Bunun da en önemli nedeni, kafa hareketlerinizle gördüklerinizin eşzamanlı olması. Siz kafanızı hangi yöne çevirirseniz, oyunda da karakteriniz o yöne çeviriyor. Ayrıca mercekle sayesinde oyuna katılan derinlik algısı o kadar gerçekçi olabiliyor ki bazen çok komik kazalar ve tepkiler de alınabiliyor. Youtube' da yapacağınız kısa bir gezinti ile ne demek istediğimi çok daha iyi anlayacaksınız.

Her ne kadar ucuz fiyatlı olarak lanse edilse de Türkiye de satışı yok. Bir şekilde alabileceğiniz yöntemler elbette var. Fakat yine de fiyat olarak baktığımızda 1500 TL civarlarında dolaştığını göreceksiniz.

İşte burada, bizim gibi öğrenci insanlara bu deneyimi en ucuz yollu tattırarak, kurtarıcımız olan Google Cardboard'a yönelmek en güzel seçim olacaktır. Evet belki bir Oculus Rift havası yaşatabilir ama kendi deneyimlerime dayanarak söylüyorum, taktıktan sonra “whoaw” dedirtecek bir ürün.

Google Cardboard'un çalışma prensibi Oculus Rift'le hemen hemen aynı. Ürün içeriği de oldukça basit. Bir adet şekle girebilen karton ve iki adet lens. Şekle girebilen kartonu talimatlar eşliğinde katlama işlemleri ile şekle sokup lensleri yerleştirince gözlük hazır hale geliyor. Monitör görevini ise bu sefer akıllı telefonlar üstlenmiş-çeşitli sensörler sayesinde yön algısını telefonlar üstleniyor-. Tabi telefonunuzu monitör olarak kullanabilmeniz için uygulama marketinizden Cardboard uygulamasını indirmeniz lazım (android 4.1 jelly bean ve üzeri). İçerisinde 6 adet demo bulunan Cardboard uygulamasının demoları her ne kadar yeterli olsa da daha fazlasını isteyenler de düşünülmüş. Uygulama içinden başka sanal gerçeklik uygulamalarını indirebileceğiniz bir seçenek var.

Online alışveriş sitelerinde yaygın olarak bulabileceğiniz Google Cardboard'ın en önemli özelliği ise fiyatı. Saadece 35 TL gibi bir Fiyata sahip olan bu ürün, Oculus deneyimi yaşamak isteyen bütçe sıkıntısı çekenler için “ilaç” diyebiliriz.



Son olarak uzun kullanımlarda beyni ciddi bir şekilde yanılttığı için hafif mide bulantısı ve baş dönmesi yaratabildiğini de eklemek isterim.

Bu yazımda sizlere Sanal Gerçekliğin işlevinden, Oculus Rift'ten ve de satın alıp deneyimleme fırsatı bulduğum Google Cardboard'dan bahsettim.

Bir sonraki yazımda görüşmek üzere.

ÇAĞATAY ÇALIK

DEU B CLUB ETKİNLİKLERİMİZ



Backyard Party



Backyard Party



Happy New Year



Happy New Year



Erasmus Bilgilendirme Toplantısı



Ankara BD Gezisi



Ankara BD Gezisi



Ankara BD Gezisi



Dogan CÜCELOGLU Gençlerle



Dogan CÜCELOGLU Gençlerle



Dogan CÜCELOGLU Gençlerle



Finance Masters In Da House



Finance Masters In Da House

20. Yüzyılın Okunması Gereken 50 ROMANI

Edebiyat, yaratıcılığa dayanan bütün sanat dallarında olduğu gibi, öznedir. Belirli ve herkes için geçerli ölçütlerle değerlendirilemez bu alanda verilen eserler. Yine de edebiyat eserlerini, çağdaşları ve toplum üstündeki etkilerinden yola çıkarak bir değerlendirmeye tutabiliriz. Özellikle söz konusu olan tür romansa, onların kendinden sonraki eserleri nasıl etkilediği, öbür yazın türleri üstündeki etkisinin ne olduğu ve okurların gözünde nasıl bir yer edindikleri önemlidir. Bunun içindir ki onlarca yıl önce yazılmış bir roman hâlâ okunur, edebiyat dünyasını ve bireyleri bugün de etkilemeye devam eder.

Aşağıda, 20. yüzyılda yazılan ve mutlaka okunması, anlaşılması gereken 50 roman listesi yer alıyor. Kitapların sıralaması yazıldıkları yıllara göre yapılmıştır.

1. *Şikago Mezbahaları* (1906) – *Upton Sinclair*

İşçi sömürsünü ve Amerikadaki yetersiz gıda güvenliğini sergileyen roman, Başkan Roosevelt'in 1906'da sağlıkla ilgili iki yasayı geçirmesine neden oldu.

2. *Dönüşüm* (1915) – *Franz Kafka*

Dönüşüm, varoluşçuluğu temele alan mükemmel romanlardan biridir. Kafka'nın karakteri Gregor Samsa, bir sabah uyanığında kendini bir böcek olarak bulur. Bu böcek metaforu ise bütün toplumsal rahatsızlıklara cesaret kırıcı bir bakış açısı sunar.

3. *Sanatçının Bir Genç Adam Olarak Portresi* (1916) – *James Joyce*

Bu yarı otobiyografik roman, cinselliğe, sürgüne, sömürgeciliğe ve estetiğe bir yolculuk yapar. Kitap, Joyce'un kendisiyle mücadelesine ayna tutmaktadır.

4. *Siddhartha* (1922) – *Hermann Hesse*

Roman, yalnızca Siddhartha Gautama'nın hikâyesini anlatmaz, Siddhartha'yı yüce Buda olarak tanımlar, çünkü ana karakter ona benzer bir aydınlanma yolu izler.

Yolculuğu boyunca karşılaştığı herkes ve yaşadığı her olay, Siddhartha'ya değerli bir katkıda bulunur.

5. *Muhteşem Gatsby* (1925) – *F. Scott Fitzgerald*

Caz çağının alegorisi olma özelliği taşıyan ünlü roman, "Amerikan Rüyası"nın çöküşünü, lüks bir hayat süren bir adamın hüznü hikâyesi yoluyla anlatır.

6. *Döşegimde Ölüirken* (1930) – *William Faulkner*

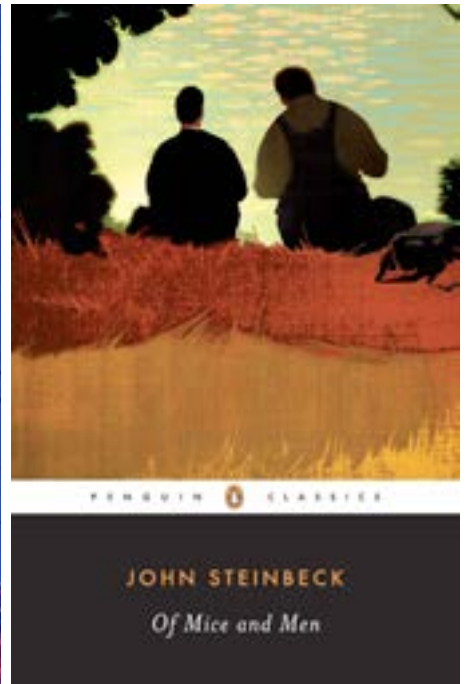
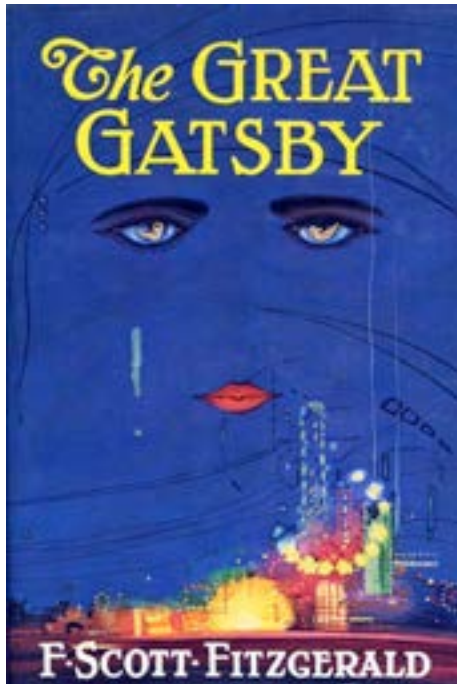
Bilinçakışı yöntemiyle yazılan romanda, on beş farklı anlatıcının ağzından karışık bir düzende aile bireylerinden birisinin gömülme arzusu yerine getirme çabası anlatılır.

7. *Mübarek Toprak* (1931) – *Pearl S. Buck*

Dünya Savaşı'ndan sonra, bir çiftçi ve karısının yaşam savaşının betimlemesi özelliği taşıyan roman, çiftçinin ve ailesinin, yaşamlarını kontrol etme hikâyesini zaman ve yer kavramlarını aşarak anlatır.

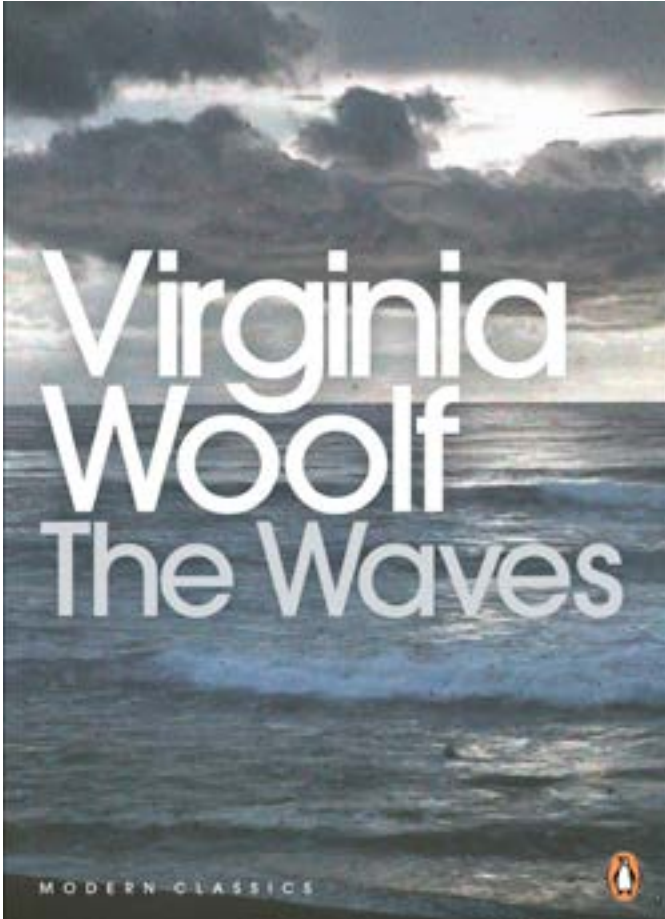
8. *Dalgalar* (1931) – *Virginia Woolf*

Sansür döneminde kadınların arzularını ve eşcinselliğini





oldukça keskin hatlarla ve açıklasıklıkla araştıran Woolf, bu kavramların “edepli toplum” değerlerinden öte bir yerde düşünülmesi için okurlarına meydan okur. Arkadaşları karşılıklı bir trajedide hemfikir olurken birçok fikir ve felsefe nihai feminist hareketin belirginleştiğini ima eder.



9. Fareler ve İnsanlar (1937) – John Steinbeck

Büyük bunalım boyunca fakirlik ve eziyetle mücadele eden iki göçmen işçinin trajik ve tozlu hikâyesi, Steinbeck'in en meşhur eserlerindedir. Kahramanlarının birbirleriyle olan ilişkisini ve etraflarındaki umutsuzluğu inceleyen bir eserdir.

10. Tanrıya Bakıyorlardı (1937) – Zora Neale Hurston

Antropolog Hurston, Karaib ve ya Afrika soyundan gelen Amerikalıların kişisel deneyimlerine ışık tutmak için Amerika'nın güneyi ve Karayipler ile ilgili araştırmasına dikkat çeker.

11. Sessiz Gezegenin Dışında (1938) – C.S. Lewis

Lewis, Narnia gibi canlı ve hayal gücü kuvvetli bir dünyada, insan içgörüsüne bazı fantastik yaratıklarla uzaylı manzaraları yerleştirerek bilimkurguyu çözmeye çalışır.

12. Hoşça Kal Berlin (1939) – Christopher Isherwood

Bir hiciv geçidi, eksantrik ve grotesk figürlü, ilginç hikâyeler dizisi, Berlin'deki Nazi saldırısının öncesinde ana karakter Isherwood'un başına gelen olaylardan esinlenerek ortaya çıkmıştır.

13. Altın Gözde Yansımalar (1941) – Carson McCullers

Carson McCullers, ABD'nin güneydoğu eyaletlerinden birinde, barış zamanı bir ordugâhta geçen bu romanında, beş kişinin yalnızlıkları, düşleri, saplantıları, başarısızlıkları ve zaaflarından bir “insani cehennem” örüyor.

14. Yabancı (1942) – Albert Camus

Varoluşçu bir roman olarak etiketlenmesine rağmen, Camus, politika, felsefe, edebiyat ve din gibi çok geniş bir açıdan alır sorunları. Romanda bir katilin hayatında gittikçe artan absürt ve ruhsuz olayları anlamlandırma

çabası yer alır.

15. Başka Sesler Başka Odalar (1948) – Truman Capote
Old South, etrafında bir viraneye dönüşürken genç bir çocuk tanımadığı akrabalarıyla yaşamak için gönderilir ve kendisini insanlığın anlamını, onun güzel ve karmaşık yapılarını sorgularken bulur.

16. 1984 (1949) – George Orwell

1984, şimdiye kadar yazılmış en etkili politik ve distopik romanlardan biridir. Bu tartışmasız klasik, bireyin toplumla olan ilişkisini dikkatli bir biçimde irdeler. Sadık bir sosyalist olan Orwell, komünizm, faşizm ve totalitarizmin mantıksal aşırılıklarını ortaya çıkarmak niyetindedir ve bunu büyüleyici ve korkunç anlatımı ve diliyle yazmıştır.

17. Çavdar Tarlasında Çocuklar (1951) – J.D. Salinger

1951 yılında yayımlanmasına rağmen, Salinger'in ikonik, isyankâr antikahramanı Holden Caulfield hâlâ yaşamaktadır ve Amerikan toplumunun iki yüzölçümünü ve sahtekârlığını dile getiren güvenilir bir ses olarak da okunmaktadır.

18. Görülmeyen Adam (1953) – Ralph Ellison

Çok az roman insan hakları hareketinden önce Afroamerikan toplumunun duygularını Görülmeyen Adam kadar iyi yakalamıştır. Ellison, marjinalleşme, hayal kırıklığı ve çağdaşlarını değersizleştirme gibi kavramları politik bir bireşime dönüştürmektedir.

19. Sineklerin Tanrısı (1954) – William Golding

Makro konuya mikro bir bakış getiren roman, bir uçak kazasından sonra adaya sıkışan, orada uygarlık çatışmalarına ve farklı gruplaşma yolları arayan ve bunu, gücü güvence altına almak için yapan İngiliz okul çocuklarının hikâyesini anlatır.

20. Lolita (1955) – Vladimir Nabokov

Birçok okur romanın merkezindeki tartışma yaratan pedofili ilişkiiyi görüp, romanın özünü atlamıştır. Lolita, kurbanla kurban eden arasındaki çizginin bulanıklaşmasını özenle inceler.

21. Şafak Tapınağı (1956) – Yukio Mişima

İnsan zihninin gizli kalmış yerlerini usta bir anlayışla anlatan Mişima, tapındaki evi tarafından büyülenen genç Budist'in deliliklerini ve eziyetlerini incelemektedir.

22. Zen Kaçıkları (1958) – Jack Kerouac

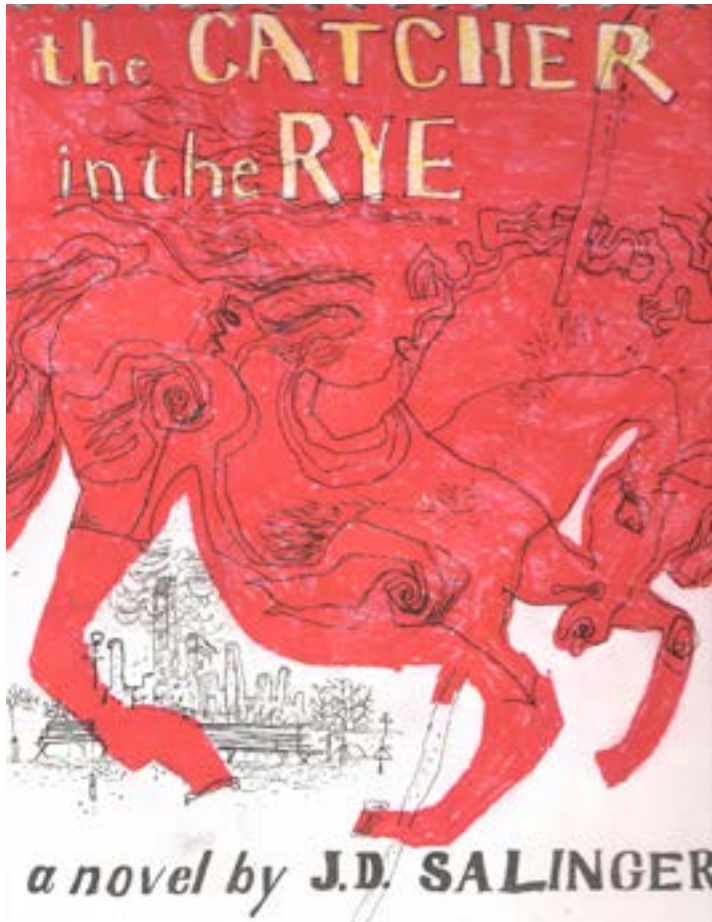
Beat neslinin temel taşı olarak bilinen Kerouac, özgür Zen Kaçıkları'nda konformist Atom Çağı'nda, toplumun gittikçe sertleşen anlam arayışını net bir biçimde gösterir.

23. Gece (1958) – Elie Wiesel

Çok az roman, soykırımın onur kırıcı ve iç burkan korkularını toplama kampında geçen, yarı otobiyografik, didaktik ve trajik bu roman kadar iyi anlatabilir.

24. Parçalanma (1958) – Chinua Achebe

İgbo lideri Okonkwo, kabilesinin hem içerde hem de İngiliz kolonisi gibi dış kaynaklarla parçalanmasını izlemektedir. Bu roman postkolonyel edebiyat tarzında



şimdiye kadar yazılmış en aydınlatıcı ve provokatif eserlerden biridir.

25. Bülbülü Öldürmek (1960) – Harper Lee

Lee'nin bu uzun eseri, zorlukların içinde dürüstlüğü devam ettirme ve toplumsal ahlakı sürdürebilme mesajlarını taşıyan, içerik bakımından zengin bir romandır.

26. Madde 22 (1961) – Joseph Heller

Heller, bu kara mizah öğeleri barındıran romanında, absürt hükümet bürokrasisi yoluyla savaşa ve şiddete ciddi eleştiriler gönderir.

27. Otomatik Portakal (1962) – Anthony Burgess

Özgür iradenin sınırlarını ve doğasını sorgulayan bu provokatif ve distopik roman, sokak çetelerinin acımasızlığıyla hükümetin yaptığı tuhaf deneyleri konu edinir.

28. Guguk Kuşu (1962) – Ken Kesey

Zihinsel sağlık enstitüsü ve MKULTRA'da edindiği tecrübelerle ortaya çıkan Kesey'nin tartışmalı romanı, toplumun yanlış anlaşılan, aşağılanan ve gözden kaçanlarına bir ışık tutmaktadır.

29. Kedi Beşiği (1963) – Kurt Vonnegut

Kedi Beşiği'nde teknoloji, din, bilim ve soğuk savaş, nüktedan ve kırıcı bir mizaha kurban gitmektedir ki bu eser aynı zamanda ana ilkeleri de ayrıntılı biçimde inceler.

30. Herzog (1964) – Saul Bellow

Mektup tarzında düzenlenen bu roman, orta yaş bunalımına yenik düşen ana karakter Moses Herzog'un zihnine bir gedik açar.

31. Paris Bir Şenliktir (1964) – Ernest Hemingway

Bu yaratıcı romanda Hemingway, 1920'li yıllarda Paris'te bir göçmen olarak edindiği tecrübeyi ve sayısız önemli yazar ve sanatçıyla olan iletişimini dile getirir.

32. Kişisel Bir Sorun (1964) – Kenzaburo Oe

Ailevi sorumluluk ve gerçeklerden kaçış bu romanın merkezini oluşturur. Bir babanın, yeni doğan zihinsel engelli oğlundan uzaklaşmak gibi yüz kızartıcı kararı ve bu karardan kendini alkole ve kadınlara vererek vazgeçmesi anlatılır.

33. Maus Hayatta Kalanın Öyküsü (1972) – Art Spiegelman

Spiegelman'ın babasıyla olan hasarlı ilişkisini düzeltme çabalarını anlatan ilginç bir hikâyeye çerçevelenen iki ciltlik bu roman, soykırım edebiyatı ve grafik roman tarzına önemli bir örnektir.

34. Gravity's Rainbow (1973) – Thomas Pynchon

II. Dünya Savaşı'nın tuhaf ve postmodern bir yorumu olan bu roman, birbirinden farklı gerçek konu ve fikirleri araştırırken 73 bölümde 400'ü aşkın karakteri uzun uzun anlatır.

35. Suttree (1979) – Cormac McCarthy

Ortada hiçbir neden yokken varlıklı bir adam, lüks

hayatını terk edip Tennessee nehrindeki tekne evine kendini hapseder. Orada birçok kötü insanla karşılaşır, kendisi ve çevresi hakkında çok şey öğrenir.

36. Ahklar Birliği (1980) – John Kennedy Toole

Şimdiye kadar Pulitzer kazanmış ve aynı zamanda sevimli bir absürt tarzı olan romanlardandır. Toole, trajik ve gülünç olan New Orleans'ın bir portesini çizer.

37. The Color Purple (1982) – Alice Walker

Walker, 1930'ların Georgia'sında geçen bu romanında, o zamanlar görmezden gelinen bir grup olan Afroamerikan kadınların var olma mücadelesini ele alıyor.

38. Beyaz Gürültü (1985) – Don DeLillo

Postmodern bir ana karakter olan Jack Gladney ve ailesi, yerel bir felaketin ardından kendi varoluşlarını incelemeye başlar.

39. Watchmen (1986) – Alan Moore

Watchmen, soğuk savaş, Thatcherizm ve Reaganizm hakkında yorum yapan, geleneksel süper kahraman mitoslarını tahlil eden, yarı gafik tarzında yazılmış bir romandır.

40. Mutfak (1988) – Banana Yoshimoto

Tokyo'da kederin, yenilginin, aşkın ve yemeğin merkeze alındığı bir kitap olan Mutfak, Yoshimoto'nun ilk romanıdır ve toplum tarafından askıya alınan hayatın





sınırlarına dikkatle bakan bir romandır.

41. Biz (1988) – Yevgeny Zamyatin

1920-1921 yılları arasında yazılan fakat 1988'e kadar basılmayan bu Zamyatin romanı, iki farklı Rus devriminden edinilen deneyimlerle ortaya çıkan totaliter, kötücül ve distopik bir geleceği anlatır.

42. A Good Scent from a Strange Mountain (1992) – Robert Olen Butler

Vietnam savaşından kısa bir süre sonra Louisina'da kendi yalnız hayatlarını dokumaya başlayan göçmenler, gaziler, fahişeler ve öbür yabancılaştırılmış insanları konu alan bir kitaptır.

43. Snow Crash (1992) – Neal Stephenson

Cyberpunk hareketinin temel taşlarından biri olan ve oldukça titizlikle yazılan bu roman, Second Life gibi metaverselerin, Google Earth gibi evrensel servislerin ve internet kültüründeki dil temelli fikirlerin nihai doğuşunu doğru bir biçimde öngörmüştür.

44. Art & Lies (1994) – Jeanette Winterson

Benlik, cinsellik, yaratıcılık hakkında sorular soran, Picasso'nun, Sappho'nun hayatını içeren büyümlü gerçekliğin postmodern bir eseridir.

45. Life After God (1994) – Douglas Coupland

Coupland, hayatlarında din olmadan yetişen bireyler ile maneviyatı ve anlamı bulmada sayısız yolları deneyen insanları karşılaştırır.

46. Fight Club (1996) – Chuck Palahniuk

Palahniuk, bu ilk romanında Amerikan toplumunun yalnızca yapay şeyler üretmek için insan doğasını kısıtlamasına ve baskı altına almasına derin ve keskin bir ayna tutar.

47. The Lives of Animals (1999) – J.M. Coetzee

Coetzee, insanlığın hayvanlara gösterdiği farklı

davranışlarla veganizmden esinlenerek yazdığı bu romanda, bu iki bakış açısını dengeleyerek eserine yansıtmaktadır

48. Saksı Olmanın Faydaları (1999) – Stephen Chbosky

Anlatıcı Charlie, aslında parçası olmak istediği dünyadan ayrılma ve tecrit hissi ile büyüyen yeni nesil için, yeni çağın Çavdar Tarlasında Çocuklar'daki Holden Caulfield'i gibi davranır.

49. Places Left Unfinished at the Time of Creation (1999) – John Phillip Santos

Santos, ailesinin mirasını anmak ve araştırmak için gelecek, geçmiş ve günümüz arasında bir köprü kurar. Bunu yaparken Meksika geleneğinin parçalarıyla süslenmiş hikâyelere ve arkeolojik duyarlılığı olan bir tarih bilincine yer verir.

50. Sputnik Sweetheart (1999) – Haruki Murakami

Çok az yazar Murakami'nin anlattığı gibi karşılıksız aşkı ve kaybı anlatabilir. Yazarın şiirsel ve çağrışımsal tarzıyla bezenmiş roman, bireylerin kendilerini bir bütün olarak toplumdaki uzaklaştırılmasını ve bunun yarattığı yalnızlığı yansıtır.

Temaya, milliyetlere, toplumların kökenine, geçen yıllara ya da kabul gören başarı düzeyine aldırılmadan, bu elli kitabın yazarı, okurlara yeni fikir ve bakış açısı kazandırmayı başarmıştır. Bazıları toplum tarafından göz ardı edilen grupların ya da bireylerin sözlerini yansıtmıştır, bazıları dışta olanı açıklamak için içsel bir bakış sergilemiş, bazıları da insanlık için olası kaderleri doğru varsaymıştır. Her durumda tümü de uygarlığın nerede başladığını ve şimdi nerede olduğunu anlatan, okunmayı hak eden romanlardır.

SERHAT GÜZELBABA

KALAN ÖMRÜMÜZÜN İLK GÜNÜ

Bazen durup düşünüyorum da ne kadar anlamlı ve güzel günler geçirmişiz çocukken. Sabah babalarımızı işe gitmek için yola çıktığında bizim de sokak mesaimiz başlıyordu. Bazen bir evcilik oyununda, bazen birbirimizden saklanarak, bazen de bir topun peşinde günü dolduruyorduk kız erkek ayrımı yapmadan. Nasıl yapabiliydik ki? Çocuktuk biz, cinsiyetimiz yoktu. Yemek kültürümüz pek yoktu; ekmeğin arasına koyulan domatesin tadı, bir tabak sıcak yemekte yoktu. Camlardan salınan her ekmeğe yiyebileceğimizden fazlaydı. Paylaşmayı orada öğrendik sanki. Kimimiz ekmeğini, kimimiz suyunu, oyuncağını ya da emeğini...

Sevmeyi ve sevmeyi, saygıyı, hoşgörüyü mahalle aralarında öğrendik biz. Mahallenin çocuğuyduk sonuçta; bizi sevmeyip de ne yapacaklardı? Herkesin vardır o mahallelerde ilk sevgilisi, onu seven biri ya da senin sevdiğin biri. Kendimizden bir yaş bile büyüğe ağabey, abla demeyi o kültürden öğrendik. Küçükleri koruyup kollamayı görev saydık kendimize. Aynı evin camını defalarca kırsak da çocuktur diyerek bize kızmayan amcalarımızı teyzelerimizi de unutmadık. Şu anda bile sokakta ya da hayatın farklı bir noktasında onlarla yolumuz her kesiştiğinde sadece küçük bir gülümseme dahi o günlere tekrardan geri dönmemize yetiyor.

Hep son defa şanslar verdik birbirimize oyunlarda. En çok golü atanın değil, son golü atanın kazandığı oyunlar oynadık biz. Birbirimize her kızdığımızda üçe kadar sayıp, üçü söylememek için iki buçuk, iki yetmiş beş diye uzatan nesildik biz. Günler birbirini böyle kovalayıp durdu. Her yeni gün yeni bir umutla çıktık sokaklara. Çıktık çıkmasına da çocukluğumuzun geçtiğinin farkına varamadık.

Büyüdükçe masumiyet duygusundan da uzaklaşmaya başladık. Önceleri kendi içimizde başladı çıkmazlar, ardından ailemizle olan problemler baş gösterdi. Önceleri hoş karşılanan şeyler ya birilerine batıyordu kendi tabirimizle ya da biz gerçekten göze batmak için elimizden geleni yapıyorduk. Mesele kimin ne yaptığından ziyade, geçip giden çocukluğumuzun farkında olamıyor oluşumuzdu. Yaşamayı sınırsız olarak görüp sınırlar çizmeye başlıyorduk etrafımıza.

Dün sokakta oynadıklarımızın çoğu savruldu farklı yerlere; kimimiz evlendi kimimiz okuyor. Sorumluluklarımız varmış ve her geçen gün artıyormuş. Tamam anladık büyüyoruz da içimizdeki çocuk ne yapıyor bu arada?

İçindeki çocukla yaşayanlar hayatının her noktasında mutlu olacaktır. O çocuğu öldürenler de bugünkü mutsuzluklarıyla geri kalan ömründe etrafına fitne fesat dağıtmaya devam edecektir. İçindeki çocukla yaşayanlara selam olsun.

Bugün bitti fakat yarın geri kalan ömrünün ilk günü olacak. Her ne durumda olursan ol, dur ve iki dakika çocukluğunu düşün. Aklına gelen ilk şey seni güldürmeye yetecektir.

#kırıkkalem

BURHAN YILMAZ

YANLIŞ TERCİHLERDEKİ YANLIŞ HAYATLAR

Tercihler mi yanlıştı yoksa yanlışlıklar mı tercihti?

Hangimiz tercihlerimizi doğru yapabildik ki ya da hangimiz hayallerimizin peşinden koşup onları tercih olarak belirleyebildi. Bazısının hayatında doğru karar yanlış tercihken, bazısı içinse yanlış karar doğru tercih oluveriyordu. Neydi bu tartışmanın asıl belirleyecisi ya da kim, kimin hakkında kararlar verip bunların uygulanmasını istiyordu? Kader miydi bunun adı? İnsanların kaderi kendi avuçlarında yazılıyken herkes bir başkasının çizdiği kaderin arkasından neden koşuyordu?

İnsanlar neden düşüncelerinin ardından koşamıyor? Peşinden koştukları düşünceler kimlerin düşünceleri esasında? Çocukluğumuza inelim desem tipik bir terapist uygulamasından öteye gitmez. Biraz daha öncesinden ele almak gerekir konuyu. Hangimiz cinsiyetini kendi seçebildi ki? Çocuk annenin karnında büyümeye başlarken çok güzel bir duygu sarar aileyi. Anne babadan çok, ailenin geri kalanları sahiplenir onu. Daha doğmadan çocuk hakkındaki hükümler verilir, rotası çizilir, sanki bir gemi misali. Gün gelir çatar ve cinsiyet öğrenilir. O andan itibaren çocuk kıza pembelere boyanır her yer. Pembe olan ne varsa kıza hak görülür. Mavi olan ne varsa da erkeğe... Kızımız maviye, erkeğimiz pembeye ait olamaz mıydı? Dar olan ne kadar kalıp varsa açar çocuklar gözünü dünyaya. Çocuklar, çocuklarımız açabilse gözlerini dünyaya, bütün renklere ait olarak...

Yalnızca doğmakla olmuyor tabii. Birinin başucunda bebekler, diğerininkinde arabalar... Kızlar akletle dolaşamaz mesela ortalıkta ya da yazın sıcağında bacaklarında kısa şortlarıyla. Çünkü o "namus timsali"dir. Ya erkekler, evin ortasında leğende özgürce yıkanabilir, cıvil cıvil gezer. Göster bakalım oğlum amcana pipini gibi anlamsızca cümlelerle öğütlenir. O erkektir, yiğidin malı meydandadır. Saçmalıklar silsilesi arasında büyür gider çocuklar. Kendileri anlamadan ne olduğu... Yalnızca etrafındakilerin yönlendirmesiyle...

Sokakta oynayan bir nesil vardı bir zamanlar. Artık ne sokak kaldı oynayacak ne de sokaklara çocuklarını salacak aileler. Mahalle aralarına yapılmış, alın bu size yeter, denilmişçesine ortaya kondurulmuş parklar... İş ve ekmek kavgası arasında koşuşturmaya çalışan aile büyükleri arasında yetişen çocuklar. Çocukluklarının farkında olmadan, daha çocuk olmadan büyük olmaya şartlanan çocuklar... Altı yaşlarında okuldan eve gelen, eve geldiğinde günün özetini geçeceği yerde ya da ailesiyle zaman geçireceği yerde bir hışımınla tabletlerine ve telefonlarına şarj aleti takan çocuklar...

Ergenliğe gireceği yıllar sıkıntılı geçen, kendini, bedenini yeni yeni tanıyan gençler. Bunları kaç gerektiği gibi öğrenebiliyor? Ya da kaç bu süreci suistimsiz atatabiliyor? Bunca stresin arasında bir de iyi bir liseye girebilme yarışı... Kendi çocuklarımızdan çok, hep başkasının çocuklarında arıyoruz başarıyı. Hep şöyle başlar cümleler: Elin çocuğu bak neler yapıyor! Esasında senin çocuğun da bir başkası için elin çocuğuyken saçma salak kıyaslamaların ardından gidiliyor. Sen, kendi olanın için ne yaptın ki dışarıdakini örnek veriyorsun. Konuşarak problem çözebilmek yerine gençlerin her biri, birbirine rakip olarak yetiştiriliyor.

Üniversite hazırlıkları gelip çatıyor. Oğlum bak biz senin için her şeyin en iyisini yapıyoruz. Kızım bu sene de kalmadan git bir üniversiteye, elalem ne der! Bunlar ailenin istekleri, bir de akrabalar girince araya ayrı bir curcuna. Kimse sormaz gençlere neyi istediğini. Biz sana emek verdik, şimdi emeklerini ödeme zamanı deyip bedel isterler acımasızca. Yav kim ne derse desin sen ne istiyorsun arkadaşım? Neyi nasıl yaşamak istiyorsun? Kendini hazır hissediyor musun?

Sayısal bir bölüm mü istiyorsun yoksa sözel mi ya da eşit ağırlık. Sen sanatla mı uğraşmak istiyorsun arkadaşım? Kaçımız seçebildi Allah aşkına kendi meslek dalını ya da eğitim görebileceği üniversiteyi? Sınavda puan alındı ve yerleştirildi bölümlerine. O tercih listesinde hayaller yazılıyken hayatlar koyuldu bavullara ve düştü gençler zorunlu yolculuğa. Ayaklar geri giderek, araçlar rotalarında ilerleyerek.

Kaç kişi koşabildi hayallerinin peşinden ve kaç kişi gidebildi kendi hayatlarının ardından? Yanlışlıkla yanlışlık burada ayrılıyor birbirinden. Kendi kararlarını verebilenle, yani kaderleri kendi avuçlarında olanlar ve başkalarının hayatlarında figüran olup bir yaprak gibi savrulanlar. Hayat senin arkadaşım. İstedğin hayatı yaşamakta özgürsün. Ama unutma ki hiçbir şey için geç değil. İstedğin anda kaderini avuçlarının içine alıp düşüncelerinin peşinden koşabilirsin. Çünkü sen değerlisin. Birileri senin hakkında değer biçtiği için değil, insan olduğun için.

Gittiğin yol, seçtiğin meslek, yediğin yemek senin de çocuğunun göz rengini belirleyecek unutma. Senin girdiğin kalıplara sen de senden olacak olanı sokma. Başkasının senin yerine seçtiği tercihler yanlıştı belki fakat sen tercihini yanlışlıktan yana kullanma.

#kırıkkalem

BURHAN YILMAZ





EGİADBİZ
BRIGHT IDEAS ZONE
PARLAK FİKİRLER ATÖLYESİ

FİKRİNİ



GÖNDER

*Tüm öğrencilerimizi EGIADBİZ
Projemize katılmaya davet ediyoruz.*

*Sosyal ve toplumsal sorumluluk
projelerinizi EGIADBİZ'e gönderin
birlikte hayata geçirelim...*

fikir@egiadbiz.com - www.egiadbiz.com