

A

NORMAL

N

LİK

e-ISSN: 2717-7378

DİJİTAL DERGİ

DOSYA PANDEMİ ZORUYLA DİJİTALLEŞME
SAYI:3 KISIM:1

PANDEMİ ZORUYLA EVDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Peki dijital platformlar nasıl bir kullanıcı deneyimi sunuyor?



36.7°

Pandemi zoruyla
dijitalleşme

Galatasaray Üniversitesi Öğretim Üyesi
Prof. Dr. Kerem Rızvanoğlu yazdı



Dijital platformlar nasıl bir "Kullanıcı Deneyimi" sunuyor?

Yazan: Prof. Dr. Kerem Rızvanoğlu

Malum pandemiyle birlikte evimizden çıkmadığımız bu dönemde hepimiz tüm ihtiyaçlarımızı dijital platformlar üzerinden karşılamak durumunda kaldık. Eğitimden alışverişe, yakınlarımızla iletişimden "temas takibi"ne uzanan bir çeşitlilikte bir çok iş için dijital platformlar göreve koşuldu. Bu durumu, herkesin diline pelesenk olmuş meşhur "dijital dönüşüm" ile yaşanan plansız bir yüzleşme olarak tarif etmek mümkün.

Peki -tercihlerden bağımsız- zorunlu olarak kullanmak durumunda kaldığımız bu platformlar ne kadar kullanıcı dostuydu? Yaşına, eğitimine ve sosyo-ekonomik statüsüne bağlı olarak bilişim teknolojileriyle ilgili bilgi ve deneyimi farklılaşan kullanıcılar için bu platformlar ne kadar

kullanılabilirdi? Yeterince kullanılabilir olmayan platformlar, kendine has ihtiyaçları olan ve yasal olarak evin sınırları içinde kalmaya zorlanmış çocuklar ve yaşlılar gibi özel kullanıcı toplulukları için somut bir dijital eşitsizliğe yol açıyor muydu? Bu noktada, "kullanıcı deneyimi" yükselen bir araştırma ve tasarım disiplini olarak bize somut cevaplar sunuyor. Herhangi bir mecra, kullanıcılarının bir işi hızlı, kolay, minimum hatayla ve keyifli yapmasını sağlayabiliyorsa "kullanılabilir" olarak tanımlanıyor ve etkili bir kullanıcı deneyimi bu temel fikir üzerinden kapsayıcı bir paradigma olarak şekilleniyor. Belli başlıklar altında pandemi döneminin popüler mecralarına kullanıcı deneyimi gözlüğüyle birlikte bakalım isterseniz.

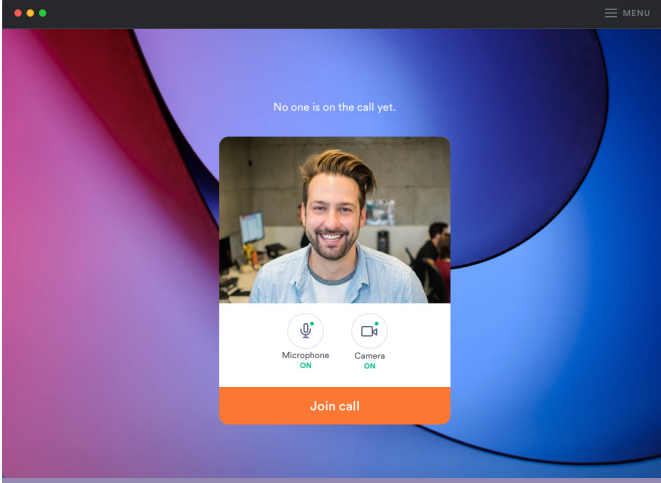
Video Konferans Uygulamaları

Deloitte'un yaptığı araştırmaya göre pandemi döneminde uzaktan eğitim ve çalışma platformlarına yönelik ilgi % 1500 artmış (Deloitte Analizler, 2020). Tabii burada eğitim bilimcilerle atıfta bulunarak önemli bir düzeltme yapmak gerek. Burada bahsi geçen, bizim ısrarla "uzaktan eğitim" olarak tanımladığımız ama aslında "e-öğrenim" olarak tercüme edilmesi gereken "e-learning" değil, "acil uzaktan öğretim (emergency remote teaching)" (Hodges ve diğ., 2020). Kendisi başlı başına bir bilimsel disiplin olan e-öğrenme alanının gerektirdiği tekno-

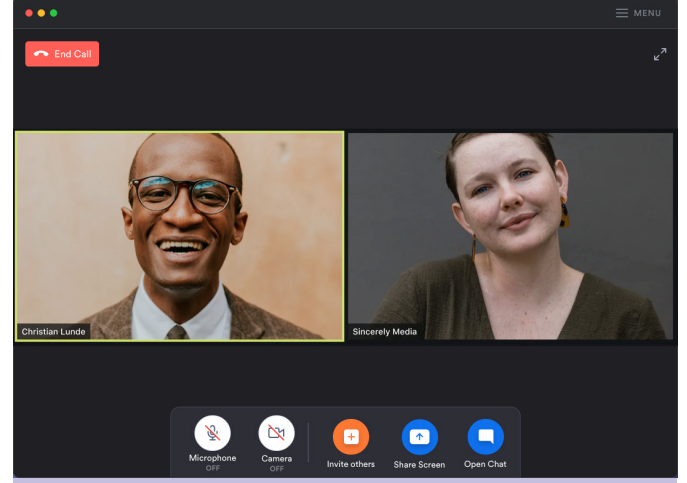
lojileri kullanmadığımız gibi hazırlıksız yakalandığımız bu dönemde bu bağlama uygun içeriklerden de faydalanmıyoruz. Yaptığımız, sıradışı bir kriz anında artık sürdürülemeyen yüz yüze örgün eğitim içeriklerini doğrudan video konferans araçları üzerinden sunmaya kalkmak. "Öğreten" ve "öğrenen" her iki tarafın da bu süreçte ciddi sorunlar yaşadığı ortada. İki tarafın arasında kuranderde kalan bir persona olarak ebeveynlerin yaşadığı sıkıntılar ise başlı başına ayrı bir yazının konusu. Pandemi dönemi sona erdikten sonra hem eğitim bilimcilerin hem de pedagoji alanının temsilcilerinin bu süreçte yaşanan eğitim ve öğrenim deneyimlerinin kapsamlı bir muhasebesini yapması gerektiği açık.

Yaptığımız, sıradışı bir kriz anında artık sürdürülemeyen yüz yüze örgün eğitim içeriklerini doğrudan video konferans araçları üzerinden sunmaya kalkmak.





Oturuma katılım ekranı basit ve temiz. Kimin oturumda olduğunu hızla anlayabiliyoruz. Tüm işlevler açık ve görünür. Minimum tıklama maliyetiyle oturuma dahil olabiliyoruz. Mikrofon - kamera erişimi ve büyük - kontrast renkte bir "katıl" butonu ile gerekli tercihleri yapıp oturuma katılmak mümkün.



Oturum ekranındaki tüm eylem butonları aşağıda bir bar içinde ayırd edici renklerle sunuluyor. Tek tıkla erişilebilen bir bağlamsal menü içinden başkalarını kolaylıkla davet edebiliyoruz. "Konuşmayı sona erdir" butonu kontrast bir renkte ve pencere kapatma butonuna yakın bir yere konumlandırılmış.

Kaldı ki eğitimden bağımsız olarak video konferans araçlarını yakın çevremizle görüşmek için de kullanıyoruz. Anadolu Üniversitesi'nin yaptığı bir araştırmada bu uygulamalar aracılığıyla görüşme yapan kişi sayısı koronavirüs öncesi döneme göre yüzde 273,5 artmış (Karakuzulu, 2020). Ancak bu araçların basit bir görüşme için dahi ne kadar nitelikli bir kullanıcı deneyimi sunduğu şüpheli. Nitekim Alope (2020), video konferans araçları arasında bu dönemin yükselen yıldızı olan Zoom platformunun aslında ne kadar da sorunlu bir kullanıcı dene-

yimi sunduğunu örnekler üzerinden ortaya koymuş. Muhtemelen hepimiz bu sorunlardan muzdaribiz. Zoom içinde yeni bir oturuma dahil olmak için tıklamamız gereken butonları görebilmek ve anlamak zor olduğu gibi oturum içinde "davet et", "ekran paylaş", "chat" ve "oturumu terket" gibi önemli işlevlere erişim de ciddi bir tıklama maliyeti ve bilişsel yük getiriyor. Sorunları ortaya koyan Alope (2020), Zoom için yeni bir tasarım önerisi sunmaktan da geri kalmıyor. Ben aşağıda önerilen bu yeni halini gayet sevdim, ya siz?



Prof. Dr. Kerem Rızvanoğlu

Kerem Rızvanoğlu Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak çalışmaktadır. Rızvanoğlu, aynı zamanda Türkiye'de sadece kullanıcı deneyimi odaklı araştırma hizmetleri sunan tek kurum olan Xedzone Araştırma Danışmanlık şirketinin kurucu ortağı olup on beş yıldan uzun süredir dijital dünyada kurumlara kullanıcı deneyimi araştırma, tasarım, eğitim ve strateji danışmanlığı konularında hizmet vermektedir. Kerem Rızvanoğlu, UXPA (User Experience Professionals Association) Türkiye biriminin bir süre kurucu başkanlığını yürütmüş olup, halen danışma kurulu üyesidir. Rızvanoğlu, "data intelligence" odaklı bir

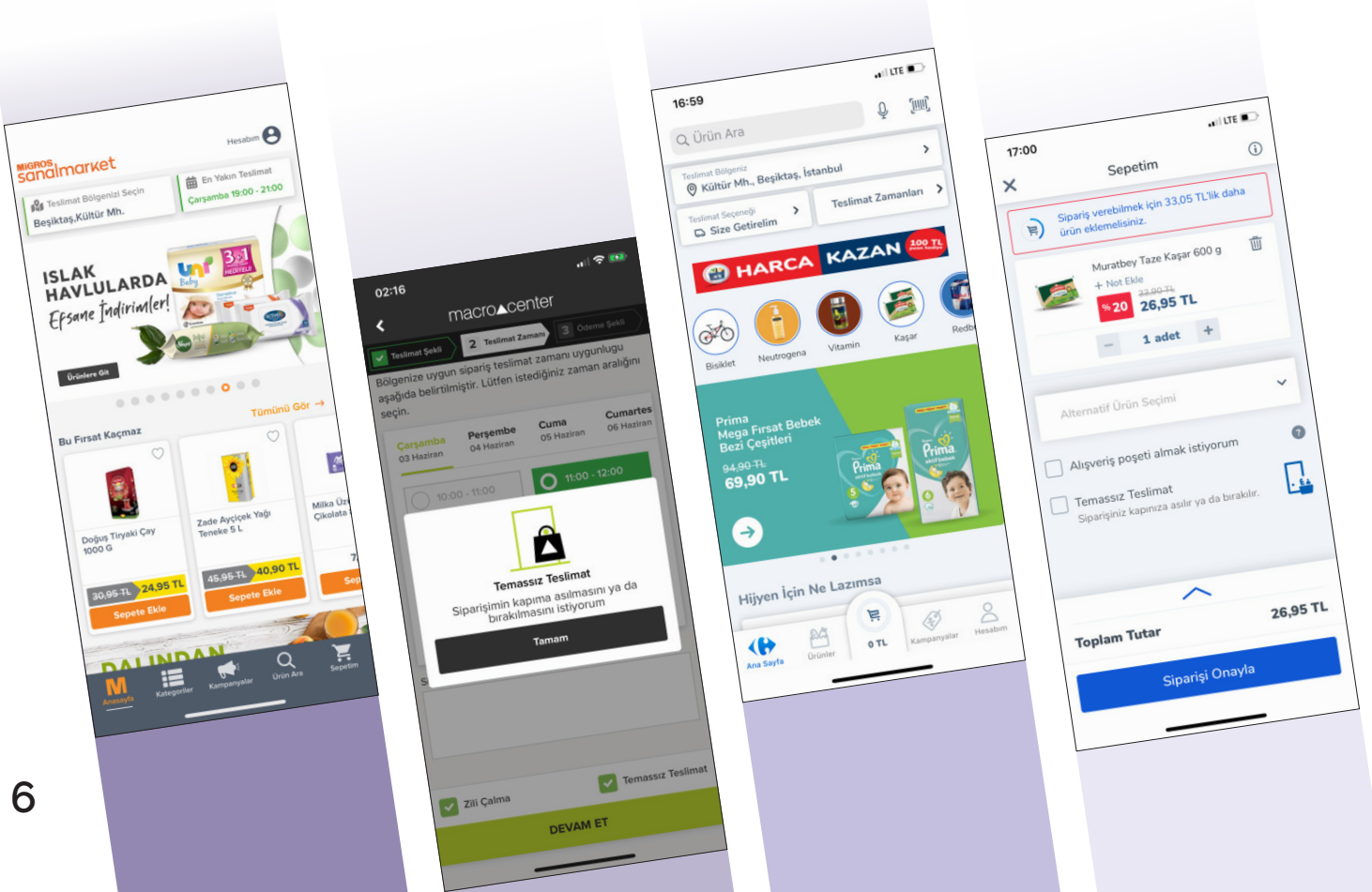
girişim olan Xeddata'nın da kurucu ortağıdır. Rızvanoğlu, 1999 yılından beri insan-bilgisayar etkileşimi disiplini içinde kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimi ekseninde araştırmalarını sürdürmekte olup bu başlıklar kapsamında ödül almış bir çok ulusal ve uluslararası yayın yapmıştır. Rızvanoğlu, 2001 yılından beri kullanıcı deneyimi, kullanılabilirlik ve etkileşim tasarımı başlıkları altında lisans, lisansüstü ve sertifikasyon seviyelerinde farklı kurumlarda ders vermektedir. Rızvanoğlu, geçmiş yıllarda Boğaziçi ve Koç Üniversitesi'nde lisans ve lisansüstü dersler vermiştir. Galatasaray Üniversitesi ve Bilgi Üniversitesi halen düzenli olarak ders vermekte olduğu kurumlardır.



Market Alışveriş Platformları

Biraz da pandemi döneminin en popüler mecralarından alışveriş, özellikle de market alışveriş platformlarını konuşalım. Yine Deloitte'un raporuna göre çevrimiçi ulusal market zincirlerinin kullanımı % 150 artarken, mobil perakendedeki artış % 200 seviyesinde. Gerçekten de bu platformlar özellikle gıda ve temizlik ürünleri gibi temel yaşamsal ihtiyaçların temininde etkili bir rol oynadılar. Bir çok kişi -zorunlu olarak- hayatında ilk kez bu platformları kullanmak durumunda kaldı. Bu platformlar, pandemi öncesinde de kullanıcı deneyimi-

ne önem veriyordu. İlbars'a göre (2020) Türkiye'de market ürünlerinin teslimatını yapan uygulamaların öne çıkan belli başlı özellikleri hız, düşük gönderim ücretleri, zengin ürün çeşitliliği, gerçek zamanlı sipariş takibi, kolay ödeme seçenekleri, aranan ürünleri kolaylıkla bulabilme, anlık bildirimler, geri bildirimler (şeffaflık) olarak sayılabiliyor. Peki olağan günlerde müşteri deneyimine bir çok seviyede yatırım yapan bu platformlar olağanüstü kriz döneminin özel ihtiyaçlarına cevap veren bir kullanıcı deneyimi sunuyor mu? Gelin bu alandaki öncü platformlarından Migros Sanal Market, Macrocenter ve Carrefoursa'yı birlikte inceleyelim.



Bu aşamada, kullanıcı deneyimi alanının kurucu isimlerinden birisi olan NN Group bünyesinde yürütülen bir araştırma bizim için yol gösterici olabilir (Budiu, 2020). Bu araştırmaya göre market ürünlerinin teslimatını yapan platformların **pandemi döneminde sunduğu deneyimi en çok sorun gözlenen beş başlık altında ele almak mümkün.**

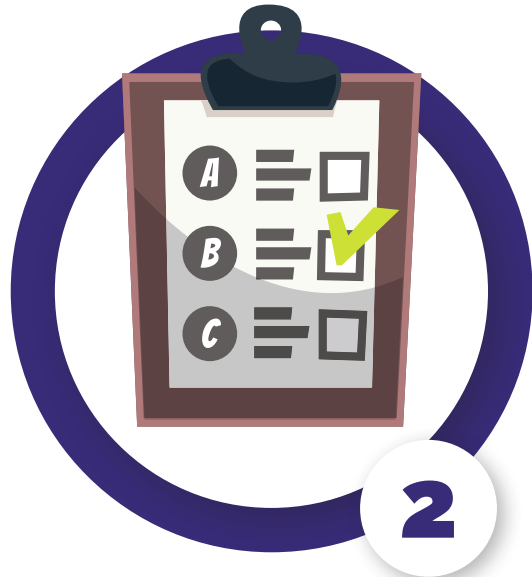


1

Adrese Teslimat ve Mağazadan Alım:

Kullanıcılara hem adrese teslimat hem de mağazadan alım olanaklarının sunulması gerekiyor. Kullanıcılara kendi adreslerine uygun teslimat zaman slotlarının alışverişin başında gösterilmesi ve bu slotların yine alışverişin başında -alışveriş tamamlanana kadar- belli bir süre için rezerve edilmesi önemli. Her üç platform da uygun teslimat slotlarını bildirmekle birlikte alışverişin başında belli bir slotu rezerve etme olanağı sunmuyor. Teslimat zamanı ancak ödeme aşamasında seçilebiliyor.

Alternatif Ürün Temini: Alışveriş akışında kullanıcılara özellikle stoğu kısıtlı ürünler konusunda önden bilgi verilmesi ve bu ürünlerin yerine alternatif başka ürünlerin seçilebilmesinin sağlanması gerekiyor. Bu eylemin alışverişin son aşamasına bırakılmaması gerek. Sadece CarrefourSa'nın alışveriş akışında sepet içinde bu bilgiyi açıkça sunduğu ve değişiklik yapma olanağı sağladığı görülüyor.

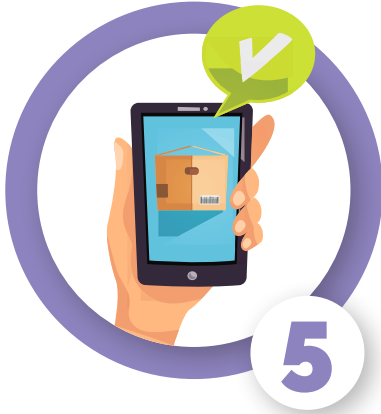


2



Alışveriş Süreci: Alışveriş sürecinde stoğu sınırlı bir ürünün açıkça belirtilmesi gerektiği gibi stoğu biten bir ürünün sepet içinden -herhangi bir bilgilendirme yapılmaksızın- çıkartılmaması önem taşıyor. Stoğu biten bir ürünün açıkça söylenmesi, mümkünse ne zaman temin edilebileceğinin bildirilmesi ve ürün stoklara girdiğinde e-posta gibi kanallar üzerinden kullanıcıların haberdar edilmesi öneriliyor. İncelediğimiz platformlar önerilen deneyimi sunmuyor.

Ücretler: Çevrimiçi alışverişlerde bazı ürünler mağazaya kıyasla daha pahalı olabiliyor. Buna ek olarak talep edilen teslimat zamanına göre ek maliyetler olabileceği gibi ücretsiz teslimat için minimum alışveriş bedeli söz konusu olabiliyor. Tüm ekstra ücretlerin alışverişin sürecinin başında kullanıcıya açıkça aktarılması gerekiyor. İncelenen üç platformda da ücretsiz teslimat için minimum alışveriş bedeli talep edilmekte olup, bu bilgi alışveriş sürecinin başında sunulmuyor. Ancak sepet içinde anlık olarak minimum alışveriş bedeline ulaşmış olunduğu bilgisi sunuluyor. Bu yaklaşım kullanıcının satın alma kararını anlık bildirimle desteklemek adına olumlu.



Temassız Alışveriş: Temassız alışveriş olanağı söz konusuysa, alışverişin başında, bu olanağın detaylarıyla kullanıcılara anlatılması gerekiyor. Bu noktada "Teslimatı kapıya as" veya "Kurye geldiğinde kapıyı çalmasın, mesaj atsın" gibi ifadeler örnek olarak verilebilir. Üç platformun da bu imkanı sunduğu görülüyor, ancak bu hizmetle ilgili bilgilendirme alışverişin başında değil ödeme aşamasında yapılıyor.

Sonuç olarak, market ürünlerinin teminini sağlayan çevrimiçi alışveriş platformlarının kriz koşullarına kendini adapte etme konusunda gözle görülür bir çaba içinde olduğu söylenebilir, ama yukarıdaki araştırmaya konu olan kriterler ekseninde yaptığımız değerlendirmeye göre deneyim seviyesinde daha katedecek yol olduğu açık.

Temas Takip Uygulamaları: Özgürlük mü Güvenlik mi?

Yazımızı bitirirken pandemi döneminin merkezine konumlanan temas takip uygulamalarına değinmeden geçmemekte fayda var. Çok hızlı bulaşan bir virüs olan COVID-19 ile mücadelede salgının yayılımını izleyebilmenin salgını bastırabilmek adına büyük olanaklar sağladığı açık, ancak bu bağlamda, yapılacak izlemenin merkezi mi yoksa gayrı-merkezi mi olacağına yönelik verilecek karar mahremiyet ihlali ve insan hakları adına kritik bir önem taşıyor. Merkezi sistemde, COVID-19 testi pozitif çıkan bir kişinin anlık konum bilgisi mobil uygulama aracılığıyla alınıyor ve merkeze iletiliyor. Temas ve yayılma izleme görevini bu bilgileri işleyen merkez yürütüyor. Gayrı-merkezi yapılarda anonimlik vurgusu önde. Belli bir mesafe içindeki kişilerin cihazları arasında Bluetooth vasıtasıyla ID kodları paylaşılıyor. Kişilerin bilgisi dahilinde gerçekleşen bu alışverişte bireylerin kimlikleri korunuyor. COVID-19 testi pozitif çıkan bir kişi kendi iradesiyle bu bilgiyi sisteme girdiğinde sistem daha önce ID kodu paylaşılmış bireylere bu bilgiyi aktarıyor. "Temas izleme" kavramından ziyade "maruz kalma bildirimi (expo-



sure notification)" olarak tanımlanan bu yaklaşımı destekleyen Google ve Apple, sağlık kurumlarının mobil platformlarında kullanılmak üzere ortak bir API geliştirdiler. Şimdiden 23 ülkede bu teknoloji kullanılıyor (O'Neill, 2020).

**Kişisel verilerin mahremiyetinin
halk sağlığı adına geçici olarak
sınırlandırılmasının otoriter bir yeni
normalin olağan parçası haline gelip
gelmeyeceği sorusu öne çıkıyor
(Çayır, 2020).**

**“Özgürlük mü yoksa güvenlik mi?”
ikilemini sıkıştırılan bir tartışmada
bireylerin her şekilde savunmasız
kalacağını unutmamak gerek
(Alan, 2020).**

Türkiye'de ilgili tartışma Sağlık Bakanlığı tarafından yayına sunulan "Hayat Eve Sığar" adlı uygulama etrafında şekilleniyor. Bu kapsamda, kişisel verilerin mahremiyetinin halk sağlığı adına geçici olarak sınırlandırılmasının otoriter bir yeni normalin olağan parçası haline gelip gelmeyeceği sorusu öne çıkıyor (Çayır, 2020). Bunun anlamlı bir soru olduğu açık. "Özgürlük mü yoksa güvenlik mi?" ikilemini sıkıştırılan bir tartışmada bireylerin her şekilde savunmasız kalacağını unutmamak gerek (Alan, 2020). Pandemi döneminin bu yakıcı tartışmalarını değerlendirirken sosyal bilimlerin alanının geçtiğimiz yüzyıldaki kurucu isimlerine dönüp bakmak elimizi güçlendirebilir. Tartışmalar tüm şiddetiyle sürerken, iktidar ve bu taşıyıcı hastalıklar etrafında geliştirdiği kavram setleriyle Foucault bizim için önemli bir rehber olmaya aday gözüküyor (Sarasin, 2020).

Kaynakça

- Deloitte Analizler (2020) Küresel Covid-19 Salgınının Türkiye'de Farklı Kategorilere Etkileri - II, <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/consulting/articles/kuresel-covid-19-salgininin-turkiyede-farkli-kategorilere-etkileri.html>
- Hodges, C., Moore, S., Lockee, B., Trust, T. ve A. Bond (2020), The Difference Between Emergency Remote Teaching and Online Learning, Educause Review, <https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-difference-between-emergency-remote-teaching-and-online-learning>
- Karakuzulu, M. (2020) , Koronavirüs sürecinde görüntülü konuşma yapan kişi sayısı yüzde 273,5 arttı, Demirören Haber Ajansı, <https://www.dha.com.tr/ekonomi/koronavirus-surecinde-goruntulu-konusma-yapan-kisi-sayisi-yuzde-2735-artti/haber-1774367>
- Aloke (2020), Rethinking Zoom's User Experience, UX Collective, <https://uxdesign.cc/rethinking-zooms-user-experience-6f89dcbc9667?gi=2538312248fc>
- İlbars, E. (2020), Covid-19 ile Sipariş Servislerinin Onlenemez Yükselişi ve Uygulamalar Arası Bir Deneyim Yolculuğu, Commencis - FOOD FOR THOUGHT, <https://www.commencis.com/thoughts/covid-19-ile-siparis-servislerinin-onlenemez-yukselisi-ve-uygulamalar-arasi-bir-deneyim-yolculugu/>
- Budiu, R. (2020), Online Shopping for Food and Groceries During Covid-19: Workflow Issues Impact the Ecommerce Customer Experience, NN Group, <https://www.nngroup.com/articles/food-shopping-covid19/>
- O'Neill, P. H. (2020) Apple and Google's covid-tracing tech has been released to 23 countries, MIT Technology Review, <https://www.technologyreview.com/2020/05/20/1002001/apple-and-googles-covid-tracing-tech-has-been-released-to-22-countries/>
- Çayır, F. (2020) COVID-19 Sürecinde Temas Takip Uygulamaları ve Kişisel Verilerin Korunması, Alternatif Bilişim Derneği Raporu, <https://alternatifbilisim.org/covid-19-surecinde-temas-takip-uygulamaları-ve-kisisel-verilerin-korunması/>
- Alan, S. (2020) HES uyarısı: Kişisel verilerin gizliliği ihlal edilebilir, GazeteDüvar, <https://www.gazeteduvar.com.tr/gundem/2020/05/25/hes-uyarisi-kisisel-verilerin-gizligi-ihlal-edilebilir/>
- Sarasin, P. (2020) Foucault Koronavirüs Pandemisini Anlamamıza Nasıl Yardımcı Olabilir?, Skop Bülten, Çeviren: Ayşe Boren, <http://www.e-skop.com/skopbulten/foucault-koronavirus-pandemisini-anlamamiza-nasil-yardimci-olabilir/5758>

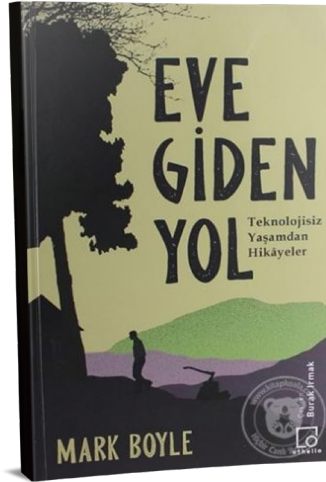


Teknolojisiz Yaşam

"Seçimler, farkında olsak da olmasak da her zaman yapılır. Hayatımın çoğunda, çok mantıklı gelen sebeplerle makineleri ve parayı seçerek, onların yerine geçtiği şeyler olmadan yaşamayı bilinçsizce tercih etmiş oldum. O zaman hepimizi ilgilendiren ve nadiren kendimize sorduğumuz soru şudur: şu hasbelkader yolumuzu bulduğumuz kısacık ve değerli hayatımızda, neyi kaybetmeye hazırız ve neyi kazanmayı istiyoruz?"

Bu sözler; Mark Boyle'un, Othello Kitap'tan çıkan ve çevirisini Burak Irmak'ın yaptığı, Eve Giden Yol-Teknolojisiz Yaşamdan Hikayeler isimli kitabından. İrlandalı Boyle; işletme okumuş, organik gıda firmalarında yedi yıl kadar yöneticilik yapmış eski bir beyaz yakalı. İlk kez 2008-2009 yılları arasında parasız yaşamı tecrübe etmiş. Meteliksiz isimli kitabı da geçtiğimiz yıllarda Türkçe de yayınlanmıştı.

Gandhi'nin sözlerini, ünlü filozofun hayatını anlatan bir filmde duyduğunda hayatı artık geri dönülmez biçimde değişmiş Boyle'un: "Dünyada görmek istediğin değişimin kendisi ol." Boyle hayatından parayı ve teknolojiyi çıkarmış ancak değişim elbette bugünden yarına gerçekleşmemiş: kendisiyle ve bu dünyanın "nimetleriyle" hesaplaşmalar yaşayan, Eve Giden Yol'u yazmak için mecburen bilgisayarın



başına oturan ve ikilemlerini açık yüreklilikle anlatan bir adamdan bahsediyoruz.

Teknolojisiz yaşam derken sadece internet, elektrik, telefon, çamaşır makinesi, buzdolabı olmadan kurulan bir düzenden bahsetmiyor Mark Boyle. Örneğin masa saati, kol saati veya duvar saati kullanmıyor; postacıyı gördüğünde sabah saatin 9:10 olduğunu anlıyor. Cumartesi günleri dışında her gün aynı saatte kız kardeşine giden bir tanıdığını gördüğünde de saatin 13:55 olduğunu kestirebiliyor. Aslına bakılırsa güneşin pozisyonlarından

saati bilmeyi öğrenmiş olmasına rağmen, insana bağlı kalarak yaptığı bu tahminlerin kendisine "musallat olduğunu" düşünüyor. Bunu da, yapmış olmak için yapmıyor; işin teori tarafında, kullandığımız saat zamanının endüstriye ve ekonomiye ait olduğunu, kısacası sistemin bir parçası olduğunu düşünüyor. Tahmin edileceği üzere kendi kulübesini inşa ettiği arazide kompost tuvalet kullanıyor, külden ürettiği macunla bulaşıklarını yıkıyor ve bisikletini çok seviyor.

Mark Boyle, halen Loughrea, İrlanda'da yaşıyor; ücretsiz, popüler tabirle "organik" bir pansiyon işletiyor. Bağış beklentisi yok ancak bağış kabul ediyor.

Yazıyı bitirirken, yakın arkadaşım bilgisayarına bakıyorum çünkü beni en iyi o anlıyor.

ANLIK NORMAL MÜZİK



Kate Bush - Deeper Understanding



Normal bir dijital dergi

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

NEDEN ANLIK?

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

NEDEN NORMAL?

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

Sahibi

Aabir Yayın Dağıtım Danışmanlık Eğitim ve
Araştırma Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
ve Genel Yayın Yönetmeni
Hilmi Atıl Ünal

Görsel Tasarım:
Serkan Korkmaz / Lagalugacılar

Dijital Altyapı ve Uygulama:
Lagalugacılar
www.lagalugacilar.com

İletişim Adresi

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

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

Aabir Yayın Dağıtım Danışmanlık Eğitim ve
Araştırma Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi

Ticaret Sicil No: 930524
Vergi Dairesi: Ümraniye VD.
Vergi No: 0012081908
Mersis No: 0001208190800001