

Japonya'nın Değişen Yüzü ve "Nozomi"

Yine çok kalabalık, yine çok çalışkan. Yine çok zarif ve nazik. Japonya hala "hınç a hınç", Ama hınçsız bir toplum olmaya devam ediyor. Bu Japon halkının dünden bugüne değişmeyen özelliği. Selam ve saygıda sınır yok. Vefa da fazlası bile var. Hala sizi insan olduğunuz için, onlara dost bir gülümseme ile baktığınız için sevgi ve saygı ile ödüllendiriyor, asla üsluptan ödün vermiyorlar.

Gaijin(Yabancı) Kompleksini Aştılar mı?

Teknoloji, kalite ve zevkte batıyı aşmışlardı. Ama bu defa, büyük ölçüde eskiden sahip oldukları "Gaijin" kompleksini de aşıp, batı tipi bir yaşantıya daha fazla öykündüklerini gördüm. Bu günlük yaşantının her yönüne, olumlu-olumsuz yansımış gözüyor.

Daha az pirinç, daha fazla patates ve ekmek yemeğe başlamışlar. Bununla birlikte iki olumsuz gelişmeye kendileri de parmak basıyor. Bunlardan biri, daha şişman Japon görüyorsunuz. Özellikle genç kuşak bir hayli kilolu gözükte gözüme. Yaşlanan Japonya'da hayli de genç nüfus olduğu için yeme alışkanlıklarındaki değişme hemen dikkat çekiyor. Bunun bir diğer sonucu ise, azalan pirinç üretimi olmuş. Kırsal kesimde, artık piyasa daraldığı için çiftçiler pirinç tarlalarını başka ürünlere tahsis ediyorlarmış. Yine de yeşil ve çiçek tutkuları aynı hızla devam ediyor.

Hamburger Kuşağına Dönüşmek

Japonya, vaktiyle Mc Donald's'ın Japon damak zevkini çelmek için, "Teryaki Burger" i icat ettiği bir ülkeydi. Bu küresel gırtlak devi o denli başarılı ki, hamburger daha fazla tüketilir olmuş. Yeme alışkanlıklarındaki değişme ile birlikte, sofranın tertibi de biraz değişmiş. Hala yemeğe başlamadan önce, sıcak el bezleri ile, anneannemin evinde olduğu gibi ellerini şartlayıp şurtluyorlar. Ama "hashi"(çubuk) kullanımının yanısıra çatal-bıçak ve kaşık üçlüsü sofralara kurulmaya başlamış. Baklava nedir diye soranlar azalmış, baklava mı? Bayılıyorum diyen bir nesil yetişmiş. Bunun aşırı kilo dışındaki sağlık etkilerini de herhalde yaşıyorlardır. "October Fest" i Mayıs ayında kutlamak, daha fazla bira tüketimi de getirmiş. Geleneksel ürünler yanısıra yabancı markalar da girmiş. Devlet binalarının yanıbaşında, adeta bir "bomonti" veya "bira bahçesi" havası taşıyan Hibiya parkı, eğlencenin taşkınlığa dönüşmediği bir mekan. Tüketilen alkole rağmen. Demek ki asıl fark, şişenin içindekinden çok insan davranışında.

Teknoloji ve Kitap Okuma ve Giyinip Kuşanma

Japonya'nın okuma yazma oranı çok zor olan alfabe'lerine rağmen çok yüksek. Ayrıca kitap okuma zevkleri, değme gaijin'de bulunmazdı. Muhtemelen hala öyle. Ancak kalabalık metro hatlarında aynı zamanda yüzü, yüzden ayıran bir seperatör görevi ifa eden kitap "out", cep telefonları "in". Herkez ya oyun oynuyor, ya mesajlaşıyor. Tabii bilgisayarı ile çalışanlar da var.

Daha az **“kimono”**, daha fazla batı tipi giysi gördüm. Daha fazla bel bozan topuklu ayakkabı. Ama giyim kuşamda zarafet berdevam. Genç insanlar bile hala blue jean’den çok, takım elbiselerle dolaşmayı, mutlaka boyunlarına kadın ise bir ipek fular, erkek ise bir kravat takmayı tercih ediyor. Batı tipi giyim tercihi, tüm markaların Japon piyasasına girmesine ve geçmişte yapılmalarına ciddi itirazların olduğu AVM lerin artık Japon hayatının değişmez bir parçası olmasına neden olmuş. Yanlış okul çocukları hala üniforma’lı, hala şapkalı. Sanki babamın 1920 li yıllardaki veya annemin 1930 lu yılların sonundaki öğrencilik dönemi gibi.

Yeşil Alan Tercihi

Yeşili ve çiçeği adeta ibadetin bir parçası olarak gören Japon kültürü, hala park ve bahçelerin geniş ve çiçekli olmasına, parklardaki çiçeklerin özelliklerinin ayırt edilmesine önem veriyor. Nufusu çok, yüzölçümü az olan bu ülke, bir de 1990 lı yılların ortasında Tokyo merkezinde gayrimenkul ve toprak fiyatlarının çökmesi nedeni ile ciddi bir krize girdiği için, toprak orada **“kupon arazi”** olarak algılanmıyor. Böyle bir tercih bizdeki kadar hiç olmasa bile, bunun bedelini ağır ödedikleri için, bu mümkün de değil. Bununla birlikte Tokyo’daki Hibiya ve Sumidagawa parkları bir miktar yeni yapılanmaya feda edilmiş. Özellikle Hibiya parkının etrafında yeni kamu binaları anıt ağaçlarla yarış tutmuş. Yokohama ise bambaşka bir sima almış. Dev binalar ve hakikaten markaların egemen olduğu AVM ler orada da yerini alıp, Çin mahallesini adeta gölgede bırakmış. Yine de Yokohama çağ atlamış sanki.

Japonya da Sancılı Ama

Sancı da farklı, sancıyı çekiş şekli de. Artan tüketim ve değişen tüketim kalıpları nedeni ile durgunluk riski azalmış gibi gözüküyor. Yine de tasarruf sahipleri düşük faizden şikayetçi. Bu sermaye sahiplerinin görece olarak daha yüksek faiz piyasalarına kaçma eğilimlerini hızlandırıyor. Türkiye’de faizler olması gerekenin altında ama Japonya’dan yüksek. Bu nedenle Japonya için Türkiye bir cazibe merkezi olabilir. Ama faiz dışı risk faktörleri temkinli Japon girişimcisini caydırıyor. Özellikle, kalite endişesi ile güvenlik standartlarının hala Japon beklentilerini tatmin etmemesi, enflasyon ve jeopolitik risk ile siyasi gündemin üslup açmazları, Japon sermayesinin Türkiye finans piyasalarına rahmet yağdırmasına engel oluyor. En çok kendi derecelendirme kuruluşlarına itibar ediyorlar. Ama farklı görüşleri de aklın süzgecinden geçiriyorlar.

Dostluklara Duyulan “Nozomi”(Ümit)

Ankara’da görev yapmış eski ve deneyimli bir Japonya Büyük Elçisi, 22 milyar dolarlık Sinop nükleer santrali ile Çanakkale köprüsüne dikkat çekiyor. Yeni hükümetteki eğilimlere ve özellikle başbakanın tercihlerine bu açıdan güvendiğini ifade ediyor. **“Nozomi” (Ümit) en hızlıdan, “Hikari”(Şimşek) ve “Kodoma”(Yankı)** gibi daha yavaş uzanan farklı derecede hızlı trenleri(**Shinkan sen**) yıllar önce yaşama geçirip, bugün daha büyük bir güven ve teknoloji desteği ile kullanan Japonya’nın, neden Türkiye’nin hızlı raylı sistem tasarımlarında yer almadığına hayret ettiğini belirtiyor. Ama Batı’ya bakan yüzünün hala Türkiye’den daha ötedeki Batı’ya odaklı olduğunu söylüyor. Değişen Japonya’da, hala risk algılamalarında fazla bir değişiklik olmadığına tanık oluyoruz.

Prof.Dr. Sema Kalaycıoğlu