

MAIL ATTIM GELDİ Mi?



Tayfun TEK

**MAIL
ATTIM
GELDi
Mi?**

Tayfun TEK

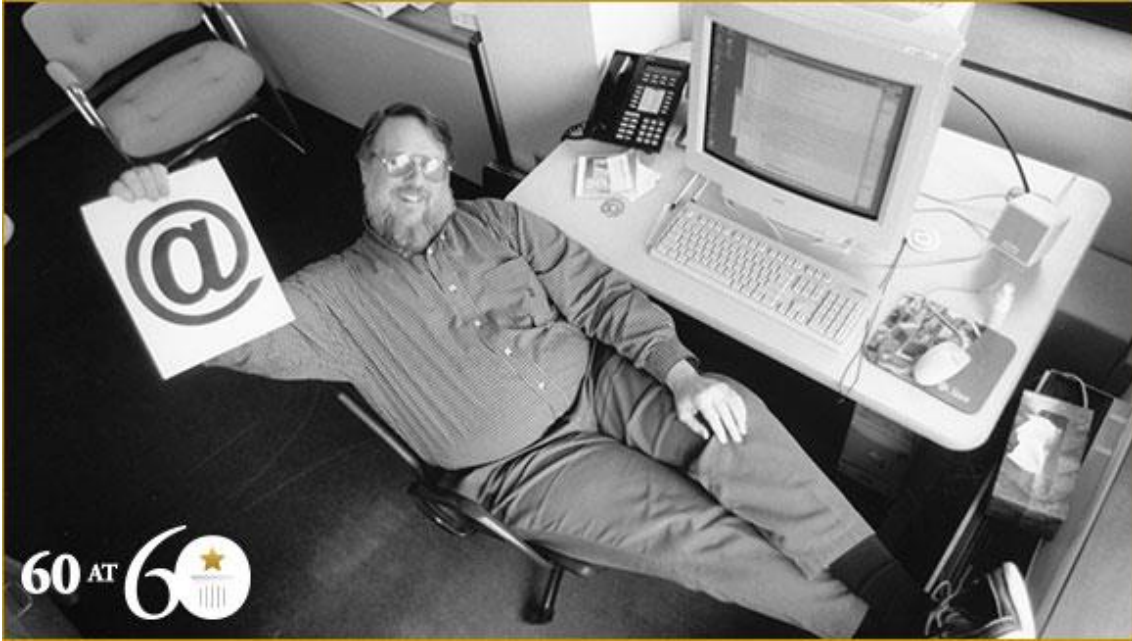
2022

BÖLÜM 1 - E-POSTA NEDİR?

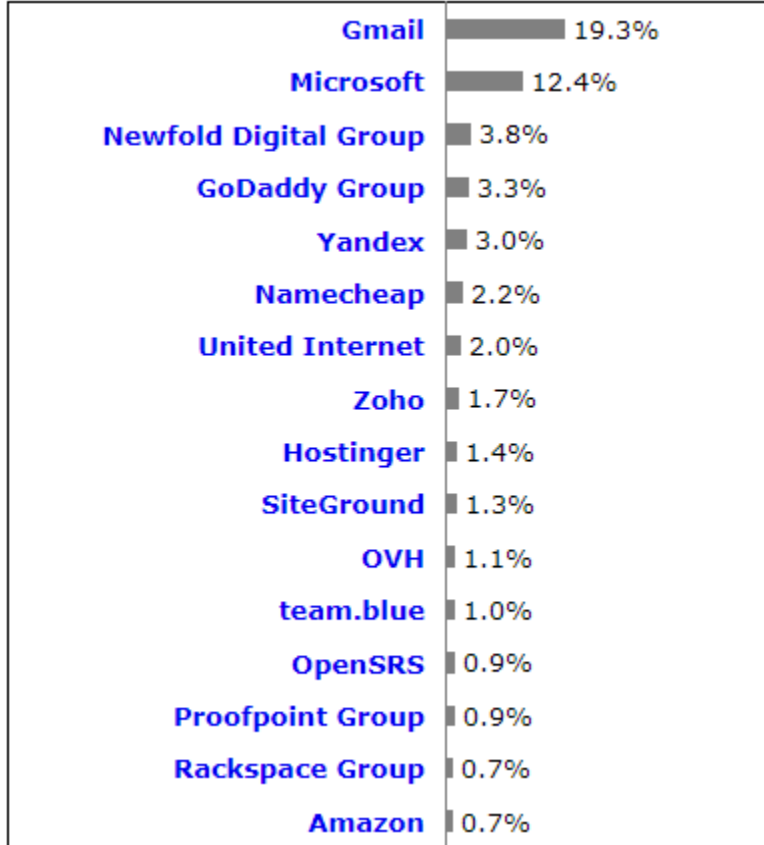
E-posta, bir ağ üzerinden belirli bir kullanıcı veya gruba gönderilen metin, dosya veya resim gibi ekleri içerebilen mesajlardır. İlk olarak **ARPANET** ağında 1971 yılında gönderilen e-post, **Ray Tomlinson** tarafından geliştiriliyor. Tomlinson'un ilk gönderdiği e-postanın içerisindeyse **"QWERTYUIOP"** yazıyormuş. Tabi o zamanlar "test" icat edilmediği için mucidimiz böyle bir içerik kullanmayı uygun görmüş. E-postayı atar atmaz da yan odaya gidip "Beyler **mail attım geldi mi?**" diye sormuştur.

Bilgisayarlar arası bu harika mesajlaşma protokolünü geliştirdikten sonra Tomlinson'un aklına hemen şu soru geliyor. *"Ben e-postayı gönderdiğimde hangi bilgisayara gideceğini nasıl belirteceğim?"* Çok geçmeden **"@"** işaretini buluyor ve bugün kullandığımız e-posta adresleme prensibinin temelini atıyor.

"kullanıcı@bilgisayar adı" şeklinde adresleme yaparak ARPANET ağında e-posta alışverişi yapmaya başlıyor. Bu e-postalar kısa sürede ARPANET trafiğinin %75'ini oluşturmaya başlıyor. Sonra Tomlinson ve arkadaşları, kendilerine şu soruyu soruyorlar *"Neden dış ağlara da e-posta göndermiyoruz ki?"*. İşte bu soru, internetin yani genel dış ağların birbirleri ile iletişimini ve gelişimini teşvik eden en büyük unsurlardan biri olarak internet tarihine yön veriyor.



Tabi internet geliştikçe bu basit ve kullanışlı iletişim yöntemi de popülerliğini katlayarak gelişiyor. Zamanla, birçoğunu hala bugün kullandığımız e-posta sunucuları (Hotmail, Yahoo vb.) ve bu sunuculara erişim uygulamaları ortaya çıkıp devasa bir pazar oluşturuyorlar. Pazarın bugünkü resmine bakarsak e-posta servis sağlayıcıları arasında en çok kullanılanın açık ara farkla Gmail yani Google olduğunu görüyoruz. %19.3'lük bir kullanım oranı ile zirvede olan Google'ı %12.4 ile Microsoft takip ediyor. Sanırım herkesin bir Gmail veya Hotmail/Outlook e-posta adresi vardır. İki dev şirket, Google Workspace ve Microsoft 365 gibi platformlar üzerinden kurumsal e-posta alışverişi için altyapı sağlasalar da onları zirvede tutan Gmail ve Hotmail/Outlook uzantılı bireysel e-posta kullanımlarıdır.

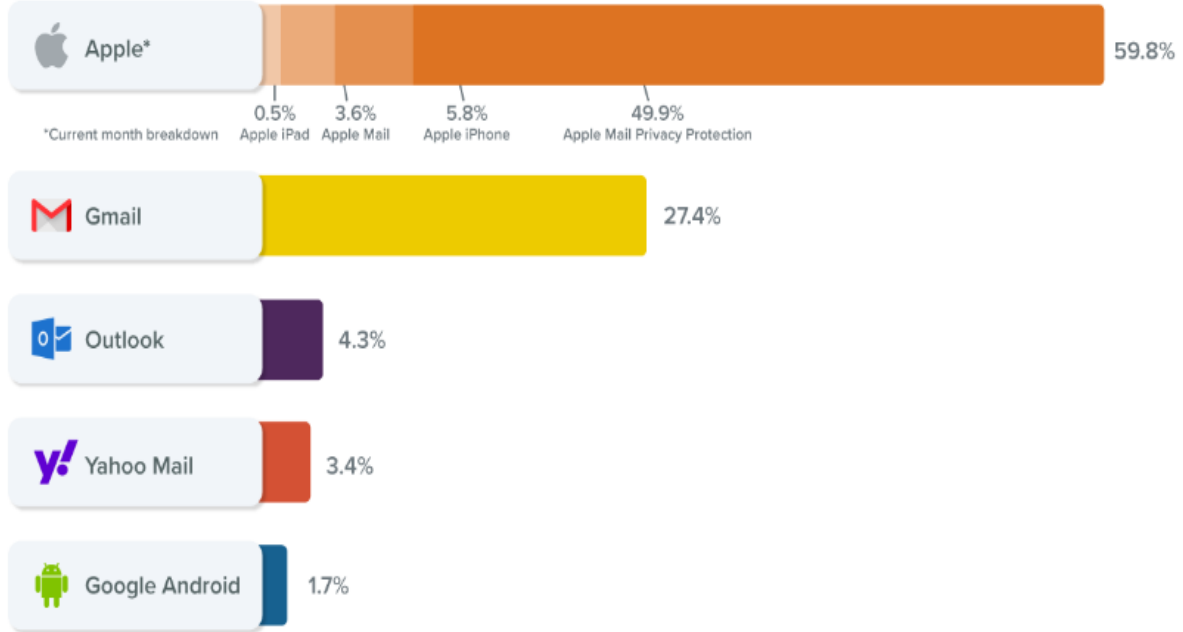


2022 yılında en çok kullanılan e-posta sunucuları - Kaynak: W3Techs.com

Öte yandan e-posta erişim uygulamalarına baktığımızdaysa Google ve Microsoft birer basamak inerek zirveyi Apple'a bırakıyorlar. Hem de %59.8'lik bir kullanım oranıyla. Dünya üzerindeki kullanıcıların yarısından fazlası e-postalarını kontrol etmek için Apple'ın Mail uygulamasını kullanıyor. Sizleri bilmiyorum ama bu benim için beklenmedik bir istatistikti. E-posta sağlayıcı sıralamasında esamesi

okunmayan Apple, nasıl oluyor da erişim uygulaması olarak en yakın rakibinin 2 katı kullanıma ulaşıyor?

Top 10 email clients overall



Kaynak: litmus.com

Akıllara ilk olarak güçlü Apple ekosistemi ve yaygın kullanımı geliyor fakat akıllı telefon pazarındaki en yakın rakibi olan Android işletim sisteminin Mail uygulaması ise sadece %1.7 oranında kullanıma sahip. Sanırım cevabı, kitabımızın konusunun biraz dışında, marka yönetimi ve kullanıcı deneyimi gibi alanlarda aramamız gerekecek. Fakat kitabın ilerisinde ele alacağımız konuların anlamını kuvvetlendirmek için bu aşamada e-posta kullanımı ve bu ekosistemi oluşturan öğelerle ilgili istatistikler paylaşmak istedim.

Örneğin, bugün dünya genelinde günlük 333 Milyar e-posta gönderilmekte. Birçok kaynağa göre günlük dolaşımda olan bu e-posta miktarının %85'ini istenmeyen e-postalar (SPAM) oluşturuyormuş. Burada SPAM e-postalara bir parantez açmak istiyorum. İlk kez 1978'de birkaç yüz kişiye gönderilen SPAM e-posta, 90'ların başında internetin ticari amaçlarla kullanılmaya başlaması ile hızla artmaya başlamış. Bu dönemlerde gönderilen SPAM e-postaların geneli reklam amaçlı içerikler barındırıyor. İnternet erişimi olan bir kullanıcı yüzlerce/binlerce kişiye reklam ve tanıtım e-postaları gönderebiliyordu. Reklam için çok ucuz ve basit bir

yöntem olması SPAM e-postaların hızla artmasında en önemli faktördü. Tabi bu artış karşısında e-posta sıralama, filtreleme ve spam önleme gibi yazılımların ortaya çıkması çok uzun sürmemiştir.

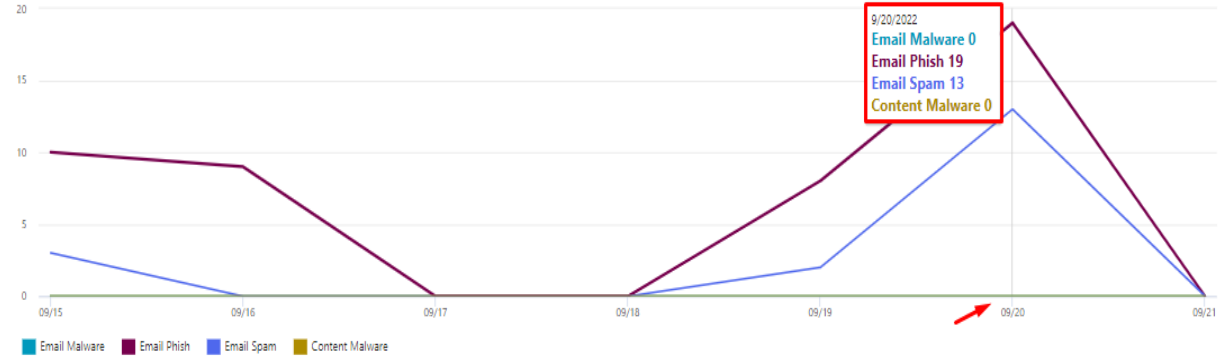
Aşağıdaki grafikte, e-posta sunucusu olarak Exchange Online kullanan küçük ölçekli bir firmanın (10 kullanıcı) bir hafta içerisinde maruz kaldığı spam ve phishing e-postaları görüyorsunuz. Özellikle 20 Eylül’de 19 tane Phishing, 13 tane de spam e-posta geldiğini görüyoruz. Orta ve büyük ölçekteki işletmeler için bu rakam günde 1000’leri bulabiliyor.

Reports > Email & collaboration > Threat protection status

Threat protection status

The Threat Date (UTC): 9/15/2022-9/21/2022 gives information about threats found prior to email delivery, covering relevant detection technologies, policy types, and delivery actions. [Learn more about this report](#)

Filters: Date (UTC): 9/15/2022-9/21/2022 Detection: Email Malware +3 Protected by: MDO +1 Tag: All Direction: All Domain: All Policy Type: All



Exchange Online Protection ve benzer e-posta güvenlik servisleri, bu gibi istenmeyen ve oltalama e-postaları büyük oranda engellese de tamamen önüne geçmek neredeyse imkânsız. Çünkü kötü aktörler her gün yeni bir yöntem geliştirebiliyor veya sistemin açıklarından kısa süreli de olsa faydalanabiliyorlar. İyi reputasyona sahip bir kaynaktan e-posta göndermek buna güzel bir örnek olabilir. Veri tabanları ve yapay zekalar bu kaynağın kötü amaçlı bir aktör tarafından kullanıldığını tanımlayıp engelleyene kadar birçok e-posta kullanıcısı bu kaynaktan gelen spam veya phishing e-postalarına maruz kalmış oluyor.

SPAM e-postaların bir tehdit haline gelmesi ise 2000’lerin başına tekabül ediyor. Bu dönemde daha çok zararlı yazılımların ve bağlantıların yayılmasını hedefleyen SPAM e-postaların en meşhuru **Love Bug**’dır. Konusunda **“I LOVE YOU”** yazan Windows kullanıcılarını hedefleyen bu SPAM aynı zamanda **“LOVE-LETTER-FOR-YOU.txt.vbs”** adlı bir ek içerir. Kullanıcı bu dosyayı açtığında bir Visual Basic script’i

çalışır ve bilgisayardaki Ofis dosyaları, JPEG, MP3 gibi dosyaların üzerine yazarak kullanılamaz hale getirir ya da dosyalar gizlenir. Sonrasında kullanıcının adres defterini kullanarak daha fazla kişiye ulaşır. ILOVEYOU SPAM'i bu özelliği sayesinde çok hızlı yayılır ve 10 gün içerisinde tahmini 45 Milyon kişiye ulaşır. Tahminen 10 milyar dolarlık bir zarara yol açan bu durum karşısında Pentagon, CIA ve İngiltere parlamentosu e-posta sunucularını kapatmıştır.



Tabi SPAM saldırıları bununla da kalmadı ve SPAM ile mücadele ciddi anlamda önem kazandı. Daha sonraları hem e-posta güvenlik uygulamalarının gelişmesi hem de SPF, DKIM ve DMARC gibi prensiplerin yaygınlaşması kurumları SPAM e-postalara karşı daha korunaklı hale getirse de tıpkı Covid-19 salgınında maske takıp burnu açık gezenler gibi kurumlar da bu uygulamaları ve prensipleri eksik ya da yanlış uyguladıkları için her yıl 20 Milyar dolarlık zarara uğramaktalar.

Örnek vermek gerekirse şirkete 5000\$ dolarlık bir yatırım ile **email gateway** yazılımı konumlandırılıyor. Bu yazılımı başarılı bir şekilde entegre etmek ve yürütebilmek için danışmanlık alınıyor. Belki de içerideki çalışanınıza bu ürün ile ilgili eğitim aldırıyorsunuz. Ciddi bir nakit ve vakit yatırımından sonra bir gün yöneticilerden veya satış ekibinden biri tedarikçilerden birinden e-posta alamadığını belirtiyor. Bu e-posta her zaman o kadar önemli oluyor ki kullanıcı e-postayı teslim alamazsa şirket batıyor. Daha da kötüsü şirkete FETÖ'den soruşturma açıyorlar ve herkes ailesi ile Madagaskar'da bulunan korkunç bir hapis haneye gönderiliyor. O kadar önemli bu e-posta yani umarım anlatabilmişimdir. Tabi tüm şirket ayakta BT departmanının kapısına dayanıyor. Bu baskı karşısında BT yöneticisi ne açıklama yaparsa yapsın ister karşıdaki gönderici tehdit barındıran bir link göndermiş olsun ister reputasyonu kötü olsun isterse bu

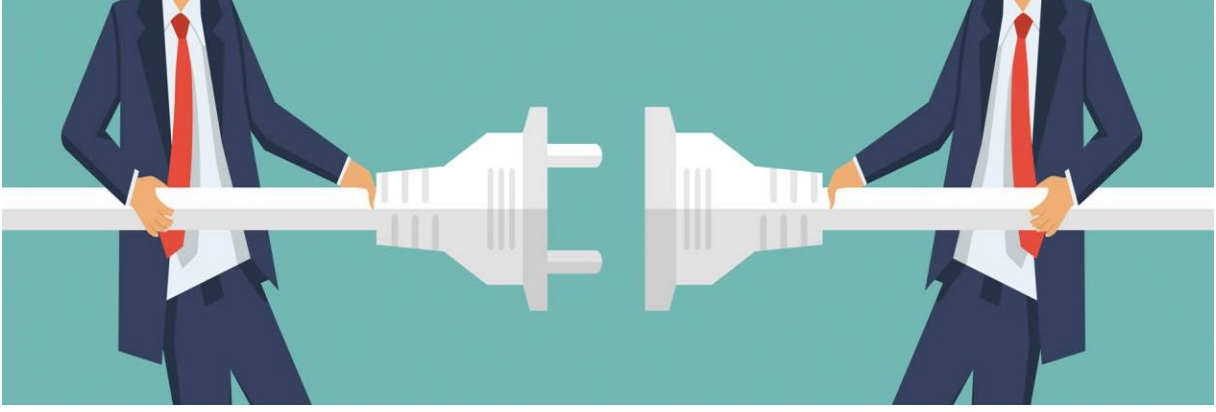
e-posta gerçekten bir taklit e-posta olsun. Hatta bazen o e-posta, gönderici tarafından çıkmamış yani gönderilememiş oluyor fakat yola çıkmayan e-postayı sizin teslim alamadığınız iddia ediliyor. Artık o e-postayı serbest bırakmaktan ve gönderici/domainini whitelist'e eklemekten başka çaresi yoktur. Daha da kötüsü bu e-postayı spam olarak işaretleyen kural parametre neyse onu da devre dışı bıraktırırlar.

İşte yapılan tüm yatırımların beş dakikada nasıl çöp olduğunun çok güzel bir özeti. Dolayısıyla her zaman söylendiği gibi güvenlik zincirinin en zayıf halkası insandır. Özellikle yetkiliyse.

Kimi zaman para, kimi zaman aşk kimi zamansa kirli defterler. Sizin için çok bariz ve aptalca görünen bir oltalama e-posta, zayıf noktasına denk gelen kişi için kaçınılmaz bir tuzaktır. E-posta içerisindeki senaryo hayatınızdan bir noktayla uyuşuyorsa ve biraz da dikkatsiz bir anınıza denk gelirse iş işten geçmiştir. Örneğin Turkcell kullanan birisi Turkcell'den olağanüstü tutarda bir fatura e-postası aldığı anda ilk olarak ne yapar? Faturayı görüntüle butonuna basarak detayları görmek ister. Butona bastıktan sonra o fatura artık görüldüğünden de pahalya patlamıştır 😊 Bunun için kişisel işlerimizde kurumsal e-postalarımızı kullanmamalıyız ve iş bilgisayarlarında ya da ağlarında kişisel e-posta adreslerimizi açmamalıyız.

Aslında bunun gibi birçok e-posta kullanma kuralı veya prensipleri vardır. Bazen güvenlik bazen de etik nedenlere dayanan bu kurallara uyma konusunda çok iyi olduğumuz söylenemez. Mesela biraz etik kurallara göz atalım.

E-posta, asenkron bir mesajlaşma yöntemidir. Dolayısıyla karşımızdakinden anlık olarak cevap veya seri bir şekilde yazışma gerçekleştirmesini beklemeyiz. Fakat bazen işimizin çok acil olduğuna inandığımız için mi yoksa işe bağlı kalmayı sevdiğimiz için midir bilinmez karşımızdakinden geç saatte de olsa e-postamıza yanıt vermesini bekliyoruz. Hatta yanıt alamayınca diğer iletişim kanallarından dürttüğümüz de olmuştur.



Bu durum etik bir sorun olarak başlasa da kimi kurumlarda ciddi bir probleme dönüştüğü için 2001 yılında Fransa’da **“Çevrimdışı kalma”** hakkı Yüksek mahkeme tarafından kabul edilmiştir. Bu çerçevede çalışan, iş saatleri dışında şirket ile ilgili elektronik ortamlarda/cihazlarda erişilebilir olmak zorunda değildir. Zamanla birçok Avrupa ülkesi de bu kuralı benimsemiş ve yasalaştırmıştır.

Peki bu konuya daha yakından bakacak olursak neden geç saatte e-posta gönderir veya yanıt bekleriz? Gelin önce daha temelden başlayalım.

Neden e-posta göndeririz?

Teknik olarak bir açıklama yapmak gerekirse başta da bahsettiğimiz gibi e-posta uygun maliyetli ve hızlı bir iletişim kurma aracı. Aynı zamanda içerisine ilıştirebildiğimiz ekler sayesinde birden fazla materyali birden fazla kişiye tek bir mesaj içerisinde sunabiliyoruz. Depolanabilir ve her yerden erişilebilir yapısı da düşünölünce bireysel veya kurumsal olarak hala birçok iş yükü (yazışma, reklam, tanıtım, bilgilendirme) e-posta sunucularının sırtında bulunmakta.

Şimdi, nedenlerine göre en sık gönderdiğimiz e-postalara bir göz atalım;

- 1- “İş yapıyorum görün” e-postası
- 2- “İnsanları darlamaktan başka işim yok” e-postası
- 3- “Aslında Google’a yazsam da bulurum ama maksat muhabbet olsun” e-postası
- 4- Ekibi gazlama e-postası
- 5- “Patronu CC’ye koydum hadi bakalım” e-postası
- 6- Veda e-postası

Tabi liste uzar gider ama ben en sevdiğim nedenleri buraya yazmak istedim.

Buraya kadar tamam. E-postanın neden kullanıldığını ve hala rafa kaldırılmamış etkin bir iletişim yöntemi olduğunu pekiştirdik. Peki,

Neden geç saatlerde e-posta göndeririz?

Tamam, e-posta asenkron bir mesajlaşma uygulaması dedik fakat çoğunluk bu asenkronluğunda bir sınırı olduğuna inanıyor. Yazılı olmayan e-posta görgü kurallarından üzerinde uzlaşması en zor olanı bu olsa gerek.

Araştırmalara ve blog yazılarına göz attığınızda geç saatte e-posta göndermenin birçok nedeni olduğunu görebilirsiniz. Bu nedenleri tekilleştirdiğimizde ise karşımıza iki temel neden çıkmakta.

- 1- Gün içerisinde atmamız gereken bir e-postayı unuttuğumuz için veya farklı bir etkenden ötürü daha fazla geç kalmayıp göndermek isteriz.
- 2- Aslında ertesi gün göndermemiz gereken bir e-postayı sabah olduğunda göndermeyi unutmaktan korkarız ve gece yarısı gönderiveririz.

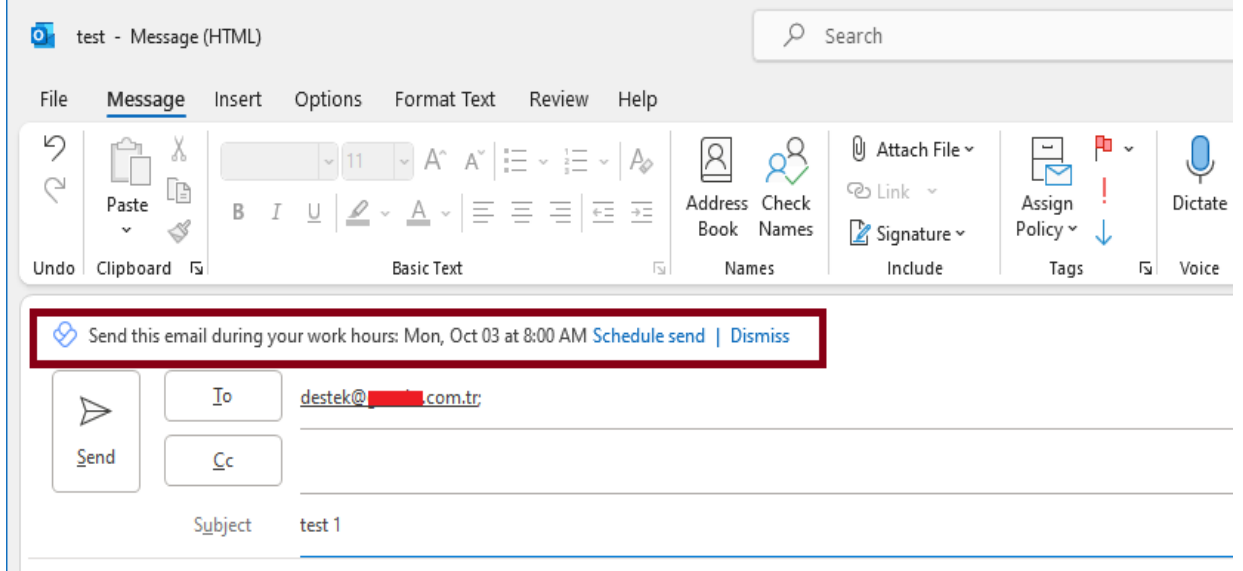
Şöyle düşünebilirsiniz; “Bunda büyütülecek ne var ki? Kimse seni gecenin bir yarısı e-postalarını kontrol etmeye ve yanıtlamaya zorlamıyor. Lanet e-postayı göndermem gerekti ve gönderdim.”

Fakat büyük bir kalabalık, geç saatte teslim alınan bir e-postanın kendilerinde yanıt verme isteği hatta konu ve gönderene göre değişmekle birlikte baskı oluşturduğunu belirtiyor. Hatta bazı araştırmalar, kurum içerisinde geç saatte e-posta alışverişinin çalışan ve ekip iletişiminin zedelendiğini göstermekte. Geç saatte e-posta göndermek o kadar da zararlı değil gibi görünse de bu hem çalışan hem de ekip için daha büyük problemleri tetikleyebilir.

İlginçtir ki Experian firmasının yaptığı araştırmaya göre kullanıcılar e-postalarını, %21.7 oranında akşam 8 ile gece 12 saatleri arasında, %17.6 oranındaysa gece 12 ile sabah 4 saatleri arasında kontrol etmekte. Bu da bize gece e-posta göndermenin veya almanın önüne geçmek yerine iki tarafı da mutlu edecek şekilde hareket etmemiz gerektiğini gösteriyor.

Bu nedenle eğer e-postanızı gece göndermeniz sizin için daha uygunsa bu e-postayı karşı taraf sabah teslim alacak şekilde planlayabilirsiniz. İlerleyen bölümlerde de değineceğimiz e-posta zamanlama özelliği, e-posta uygulamanız

tarafından desteklenmiyorsa hazırladığınız içeriği taslak olarak kaydedip sabah saatlerinde gönderebilirsiniz. Ya da gönderdiğiniz e-postanın başında veya sonunda karşı taraftan hemen yanıt beklemediğinizi belirtebilirsiniz. Bu sayede alıcının endişelerini gidermesine yardımcı olabilirsiniz. Ayrıca bu sizi, daha iyi bir e-posta kullanıcısı olmak için bir adım daha öteye taşıyacaktır.



Yukarıdaki görselde görebileceğiniz üzere mesai saatleri dışında e-posta göndermek üzereyken Microsoft Viva, bana bu e-postayı mesai saatleri içerisinde göndermem için zamanlamamı öneriyor.

BÖLÜM 2 - E-POSTA KULLANIMI VE ETKİLERİ

Kurum içi e-postaların çok büyük çoğunluğunun gereksiz olduğuna inananlardanım. Fakat en zararlı e-posta alışkanlığının gereksiz yere çok fazla kişiye e-posta göndermek olduğunu düşünüyorum. Tabi burda gönderen kadar her gruba herkesi üye yapan kurum alışkanlığının da payı bulunmakta.

Örneğin elimizde bir Kürşat Bey olsun. Kürşat Bey yönetici kadrosundan. Hemen hemen her grupta Kürşat Bey'i görüyoruz. Kendisi Satış grubunda var, Pazarlama grubunda var, İK grubunda var, var oğlu var. Hatta Kürşat Bey'in bazen kendisinin dahi *"bu mail bana neden geliyor kardeşim ne işim var benim bu grupta"* diye isyan ettiği olmuştur. Aslında sorun Kürşat Bey'in her şeyden haberdar olma sevdasından kaynaklanmaktadır. Onu da görevim bunu da izleyeyim derken Kürşat Bey her grubun müdavimi olmuştur. Artık e-postalar dikkatini bile çekmiyor Gelen kutusunun üzerinde en az 15.000 okunmayan e-posta ibaresi bulunmaktadır. Bu durum hem büyük bir e-posta kirliliği yaratır ki önemli bilgilerin atlanmasına yol açar hem de şirket veri saklama havuzlarında gereksiz yere ciddi bir yer işgal edilmesine neden olur. Düşünün 10 MB boyutundaki bir e-postanın gereksiz 20 kişiye ulaştığını. Gönderilen e-posta her bir kullanıcının e-posta kutusunda ayrı ayrı saklanacağı için şirket veri depolama alanında toplamda 200GB yer kapladı. Bunun gibi her gün onlarca gereksiz e-posta alışverişi yıl sonunda IT departmanlarını tekilleştirme yazılımlarına veya ek depolama alanı satın almaya itiyor.

Zaten biliyorsunuz kimse e-postalarını silmek istemiyor. 200.000 e-postası olan kişi 200.000 e-postanın her birinin önemli olduğunu ve kaybolursa tüm bilgi birikiminin gideceğine inanıyor. Halbuki ortalama bir kullanıcı için kısa veya uzun vadede erişmesi gereken e-posta sayısı toptasak 150-200'ü geçmeyecektir. Ama bu gözler 380 GB e-posta kutuları da gördü. Maalesef kurum ve çalışanlara bu farkındalığı kazandırmadıkça e-postalar büyük bir kaynak israfı olmaya devam edecek. Sanki e-posta kullanmak uygun maliyetli olmaktan çıkıyor gibi.

Tabi maliyet kadar zaman açısından da büyük bir kaynak israfı olduğunu atlamayalım. Birçok çalışan gününün ciddi bir kısmını e-postalara yanıt vermek ve kalabalık e-posta kutusu içerisinde aradığı bilgileri bulmakla geçiriyor. Verimlilik, üretkenlik gibi anahtar kelimelerin ön plana çıktığı günümüz iş dünyasında bu zaman israfı çok da kabul edilebilir bir durum değil.

Bu durumu kabul etmeyen ve radikal bir kararın eşiğine gelen **Thierry Breton** ile tanışın.



Thierry Breton, Fransa merkezli bilişim teknolojileri şirketi **ATOS**'un CEO'su olduğu dönemde şirket içi e-posta trafiğini tamamen engelleme projesini dile getirmişti. O dönemde dünya genelinde 80.000 çalışana sahip ATOS içerisinde ne kadar gereksiz e-posta alışverişi döndüğünü bir hayal edin.

Breton hayal etmekle kalmayıp danışman firma aracılığıyla detaylı bir analiz gerçekleştiriyor. 80.000 çalışanın her gün ortalama 100 dahili e-posta aldığını öğreniyor. Çalışanlar ise bu e-postaların yalnızca %15'inin faydalı olduğunu belirtiyorlar. Fakat geri kalan e-postalara da bir şey kaçırmak kaygısıyla baktıkları için bu e-postaların büyük bir zaman kaybı olduğunu belirtiyorlar. Çalışanlarının işlerine odaklanmak yerine e-postalar üzerinde çok fazla vakit kaybettiğini fark eden Breton, dahili e-posta alışverişini tamamen durdurup bunun yerine anlık mesajlaşma veya daha iyi bir yöntem entegre etmeyi düşünüyor.

Breton'un tespitleri ve nedenleri ne kadar haklı olsa da tüm cezayı e-postanın kendisine kesmek beni biraz hüsrana uğratan bir son oldu. Sonuçta temeldeki sorun e-postanın kendisi değil yanlış kullanımı. Örneğin biraz yukarıda

bahsettiğimiz iş saatleri dışında arama veya yazışma yoluyla iletişime geçilmesi **Volkswagen** gibi birçok firma tarafından yasaklanmış bir davranıştır. Fakat kullanıcılar aynı alışkanlıkları farklı uygulamalara veya platformlara da kolayca taşıyabilir.

Bu ve birçok kötü kullanım alışkanlıklarını kökten çözmek veya iyileştirmek için kullanıcılara e-posta gönderme-yanıtlama, arşivleme ve temizleme konusunda daha fazla farkındalık eğitimi verilmesini düşünmekteyim. Şahsen ülkemizde bu konuda bir farkındalık eğitimi verildiğine hiç rastlamadım. Oysa birkaç paragrafta ne kadar zaman ve vakit kaybı yarattığına hepimiz şahit olduk. Tabi tek yöntem eğitim değil. Her zamanki gibi ceza ile daha hızlı eğitilebileceğimizi düşünenler de var.

Örneğin daha önce ortaya atılan ve çok da mantıklı görünen bir diğer seçenek: **“E-posta ücretli olsun.”** Aslında hiç fena bir fikir değil. Sonuçta küçükten büyük resme doğru baktığınızda gereksiz e-postalar daha fazla depolama alanına ihtiyaç duymamızı sağlıyor. Bu depolama alanlarının barındırılması için veri merkezleri gerekiyor. E verim merkezleri için de iyi bir iklimlendirme altyapısı. Sonuca baktığımızda müthiş bir elektrik ihtiyacı ortaya çıkıyor. Bu da yalnızca şirketimizin değil dünyamızın da kaynaklarına zarar verdiğimizi gösteriyor. Bu nedenle gereksiz e-posta alışverişi ile mücadele azımsanmayacak kadar büyük öneme sahip. Eğer bunu önlemenin hızlı yöntemi ücretli olması ise neden olmasın?

Bir çok insan gereksiz kağıt tüketimini önlemek için e-posta imzalarına “yazdırmadan önce düşün”, “think before print” gibi ibareler ekliyorlar. Böylece gereksiz çıktıların yani kâğıt tüketiminin önüne geçilmek isteniyor. Belki de buna “yanıtlamadan önce düşün”, “iletmeden önce düşün”, “CC’ye eklemeyen önce düşün” gibi uyarlamalar şeklinde e-posta imzalarımızda yer vermenin zamanı çoktan geldi. Çünkü gereksiz e-postaların dünyamıza etkileri gerçekleşen küçümsenmeyecek boyutlara ulaşıyor.

The Guardian gazetesinde yayınlanan bir makaleye göre Britanya’da her gün 64 Milyon gereksiz e-posta gönderiliyor. Bu e-postalardan birçoğu teşekkür, şakalaşma veya selamlaşma üzerine. Haberin içeriğinde “kaba olun, selam vermeyin fakat gezegeni kurtarın!” ibaresi yer alıyor. Haberin devamında herkesin günde yalnızca bir tane daha az e-posta gönderdiğinde yılda 16.000 ton daha az

karbon tüketileceği belirtiliyor. Daha somut örneklendirirsek bu rakam, Londra'dan Madrid'e 80.000 kişinin uçak yolcuğu yapmasına eşdeğer.

Durumun ciddiyetinin farkında olan Lancaster Üniversitesi Çevre Bilimi Profesörü Mike Berners-Lee, bu duruma mükemmel bir benzetme ile yaklaşıyor. "Bir e-posta hazırlarken bilgisayarınız elektrik tüketiyor, e-postayı gönderdiğinizde yolculuk ettiği ağ üzerinde belli bir elektrik tüketiyor ve nihayetinde yolcuğulu sona erdiğinde bir Cloud veya lokal sunucuda depolanıyor. E-postanın depolandığı hatta yedeklendiği sunucular ise oldukça ciddi bir elektrik tüketimi yapıyor." Berners-Lee sözlerine şöyle devam ediyor; bu durum bizi rahatsız etmiyor çünkü bilgisayarımızdan çıkan dumanı göremiyoruz fakat e-postanın bıraktığı karbon ayak izi git gide büyüyor.



Berners-Lee'nin "**How Bad are Bananas?: The Carbon Footprint of Everything**" adlı kitabında farklı e-posta tiplerinin yarattığı karbon ayakizlerinden bahsediyor. (Karbondioksit eşdeğerı olarak tanımlanıyor)

Ortalama bir spam e-posta: 0,3 g CO2e (karbondioksit eşdeğerı)

Standart bir e-posta: 4 g CO2e

Uzun ve büyük ekleri olan bir e-posta: 50 g CO2e

Gördüğünüz gibi rakamlar gerçekten rahatsız edici. Adeta sigara içen kişilerin akciğer grafisi gibi. Belki de bu konuda farkındalığı artırmak için tıpkı sigara paketlerinin üzerindeki gibi bazı rahatsız edici görseller yayınlanmalı. Öte yandan Green IT gibi karbon ayak izini azaltmaya yönelik prensipler ve bu prensipleri

benimseyen şirketler bulunmakta. Fakat bu kitapta daha çok son kullanıcıların sahip olduğu ve önlenemeyen kötü e-posta alışkanlıklarından hatta kültüründen bahsediyoruz. Şirketler ve e-posta sağlayıcıları, e-posta depolamanın oluşturduğu yükü hafifletmek için her ne kadar veri tekilleştirme, saklama politikası ve veri yaşam döngüsü gibi otomatize çözümler kullansa da en az nüfuz edebildikleri şey kullanıcı alışkanlıklarıdır.

E-posta kullanım alışkanlıklarımızda gerçekleştireceğimiz değişiklikler, pozitif anlamda bir çıkış etkisi yaratarak şirketlerin ve doğanın üzerinde bulunan devasa yükü azaltabiliriz.

Bir sonraki bölümde, birer e-posta kullanıcı olarak e-posta alışverişi esnasında ne gibi unsurlara dikkat etmemiz gerektiğini inceleyeceğiz. Bir başka deyişle nasıl dünyayı kurtaracağımıza göz atacağız.

BÖLÜM 3 - DAHA İYİ BİR E-POSTA MÜMKÜN

Dünyamızı tehlikeye sokan birçok duruma karşı bireysel olarak gösterdiğimiz çabalar, toplumun genelinin umursamaz ve negatif tutumu nedeniyle etkisini kaybediyor. Fakat e-posta konusu biraz farklı. Bu konuda elimizin daha güçlü olduğunu düşünüyorum.

Sonuçta iki yönlü bir mesaj trafiğinin paydaşlarından biriyiz. Dolayısıyla bu trafiği istediğimiz gibi yönetebilir veya manipüle edebiliriz. Örneğin; gerekmediğini düşündüğünüz bir e-postayı göndermeyerek veya yanıtlamayarak belki de 3-4 e-postalık bir yazışmanın (loop) önüne geçmiş olacaksınız.

E-posta kullanımının son kullanıcı kısmında değineceğimiz bu bölümde, kaçınmamız gerekirken sınırsız sarıldığımız hatta elimizden gelse içimize sokacak kadar sevdiğimiz hatalı davranışlardan bahsedeceğiz. Bunlara, sizleri sıkımsamak ve tekrara düşmemek adına madde madde kısa açıklamalar ile değineceğim. Belki maddeleri okurken bu kadar şeye nasıl dikkat edeceğim diye sorabilirsiniz. Peşinen hatırlatmak isterim. E-posta bir asenkron mesajlaşma uygulamasıdır. Yani kimse sizden anlık olarak cevap veya seri bir yazışma trafiği beklemez. Dolayısıyla teslim aldığınız veya göndereceğiniz iletileri gözden geçirmek için yeterince vaktiniz var. Emin olun bu esnada harcayacağınız vakit sonra oluşacak karmaşa ve gereksiz ileti kalabalığını önleyeceği için zamanınızı çöpe atmış olmayacaksınız. Ayrıca başlangıçta dikkat kesildiğiniz bu konular bir süre sonra bir disiplin haline gelip otomatik olarak uyguladığınız davranış filtreleri haline gelecekler.

1- Gerekmiyorsa göndermeyin veya yanıtlamayın

Unutmayın, ne kadar e-posta gönderiyorsanız o kadar e-posta alırsınız. Bunun için gereksiz e-posta yazışmalarını başlatmaktan veya sürdürmekten kaçınmanız gerekir.

Bir e-posta yazışması başlatmadan önce bazı soruları sormakta fayda var.

-Vermek istediğiniz mesaj yüz yüze iletişimi bekleyemez mi?

-Peki gerçekten bu iletişim kanalını mı kullanmalısınız? Anlık mesajlaşma veya sesli iletişim yöntemlerine ne dersiniz?

-Göndereceğiniz yanıt, zaten sona ermiş bir yazışma için gereksiz bir teşekkür veya şakadan ibaret mi?

Eğer yanıtlar evet ise ne yapacağınızı biliyorsunuz. Eğer yanıtlar hayır ise 2. madde ile devam edelim.

2- Tek e-postada her şeye yer verdiğinizden emin olun

Göndereceğiniz e-posta veya yanıt içerisinde karşı tarafa söylemek istediğiniz her şeye yer vermeye özen gösterin. Hatta bir adım ötesini görüp karşı tarafın sorabileceği bir sorunun da muhtemel cevabını metnin sonuna ilâştirebilirsiniz. Bir diğerk dikkat etmeniz gereken unsur ise alıcının daha fazla soru soracağı veya anlamlandıramayacağı metinler hazırlamayın. Bu size çok uzun bir e-posta döngüsüne sokabilir.

3- CC veya BCC'ye gereğinden fazla alıcı eklemeyin

Unutmayın ki gönderdiğiniz e-postaların alıcı kısmına ne kadar çok kişı eklerseniz e-postanın o kadar çok kopyası sunucularda yer kaplayacak. Evet burada çok önemli teknik bir bilgi vermediğimin ben de farkındayım ama yukarıda bahsettiğimiz herkes günde bir eksik e-posta atsa örneğini düşünün. To, CC veya BCC kısmından sildiğiniz her bir gereksiz kullanıcı aslında göndermediğiniz bir e-posta anlamına gelir.

4- Gereksizdikçe “Reply All” özelliğini kullanmayın.

Aslında bir üstteki madde ile çok benzer bir konu. Burada biraz dikkat faktörü devreye giriyor. Çünkü teslim aldığınız e-postanın alıcılarını siz seçmemiş sadece alıcılardan birisi olabilirsiniz. Bu durumda ezbere bir şekilde “Reply All” butonunu kullanmanız gereksiz birçok alıcıya da e-postanızın ulaşmasına neden olacaktır.

5- Grup üyeliklerine ve aboneliklere dikkat edin

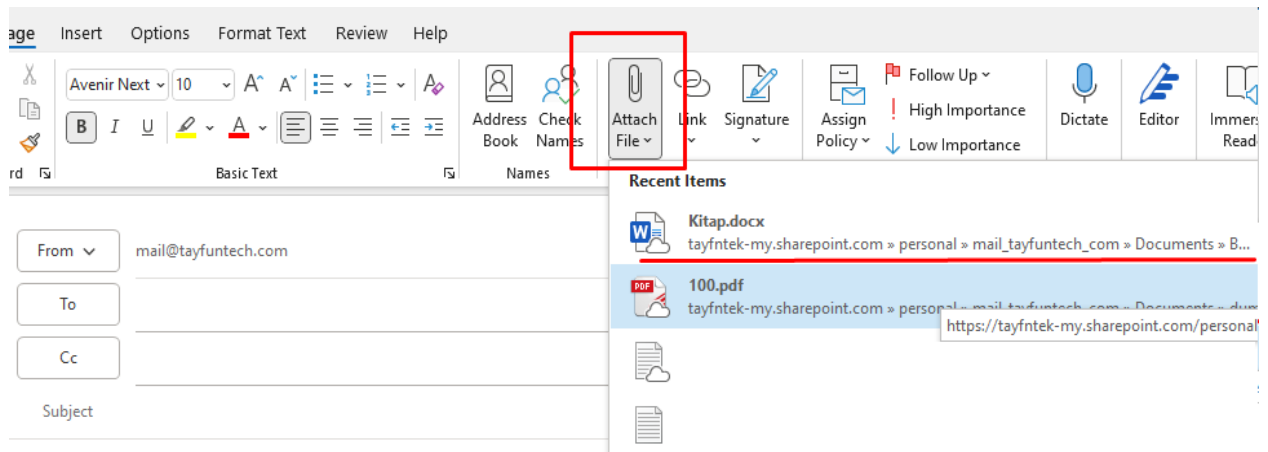
Her ne kadar yönetimsel bir konu gibi görünse de en büyük sorunlarımızdan birisi her gruba üye olmak ve her şeyden haberdar olmak istememiz. Eğer bir ekibe gelen her şey bizi ilgilendirmiyorsa çok küçük ve seyrek konular için o ekibin e-posta grubunda yer almamıza gerek yok. Bunun yerine sizinle ilgili e-postalarda

alıcı kısmına eklenmeyi veya ekip üyeleri tarafından e-postanın size iletilmesini rica edebilirsiniz. Hatta e-posta sunucunuzda uygulayabileceğiniz bir kural aracılığı ile sadece belirli konulardaki e-postalar otomatik olarak size yönlendirilebilir.

Aynı zamanda haber, reklam ve tanıtım aboneliklerinde de seçici olmakta fayda var. Eğer daha önce abone olduğunuz e-posta kanalları artık ilginizi çekmiyorsa mutlaka aboneliğinizi sonlandırın veya gönderici için engelleyici kurallar oluşturun. Teslim aldığınız bu tarz iletilerin birçoğunda “abonelikten çık” ibaresine tıklayarak göndericinin e-posta gönderim listesinden tek tıkla ayrılabilirsiniz.

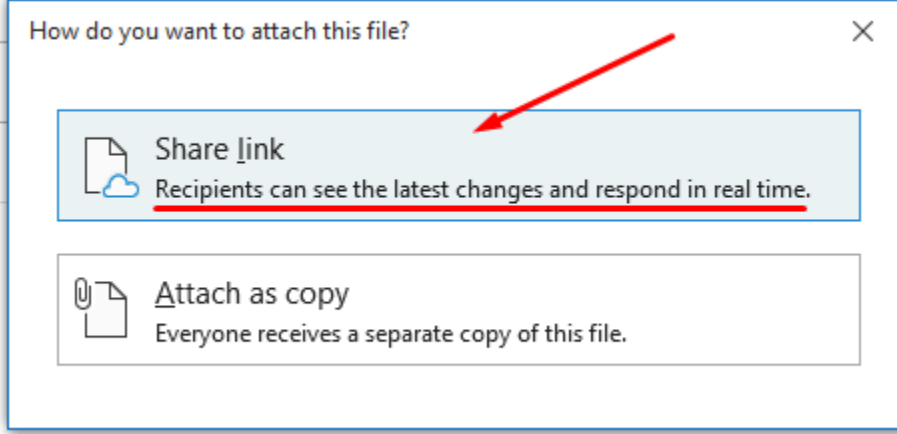
6- E-posta eklerini kontrol edin.

Daha önce e-postaların ortalama karbon ayak izinden bahsetmiştik. Normal e-postalar ile ek barındıran e-postalar arasındaki farkı hatırlayacaksınız. Tam 12.5 katı daha fazla. Bunun için e-posta eklerinin boyutlarını mümkün olduğunca minimize etmeye çalışalım. Bu dosyaları eğer şirket içi bir lokasyonda veya cloud hizmetinde barındırıyorsak dosyanın kendisi yerine URL veya klasör yolunu (path) paylaşalım. Böylece e-postalar çok daha küçük boyutta teslim edilirken alıcı da dosyalara ortak alandan orijinal kalitesinde erişebilir. Örnek verecek olursak güncel Outlook versiyonlarında OneDrive veya SharePoint gibi bulut tabanlı depolama alanlarında barındırdığınız dosyaları göndereceğiniz e-postaya ek olarak ilıştirebiliyorsunuz.



Buradaki amacımız söz konusu dosyanın hem gönderim esnasında e-posta boyutunu etkilememesi hem de her bir alıcının ayrı ayrı indirme yaparak aynı dosyanın birçok kopyasının oluşmasının önüne geçmek. Bu nedenle OneDrive’da

bulunan dosyanızı bir e-postaya eklerken **“Share link”** yani “Bağlantı paylaş” seçeneğini kullanmanız daha verimli olacaktır. Böylece alıcılar hem dosyayı indirmek zorunda kalmadan online olarak görüntüleyebilir hem de dosyanın en güncel halini takip edebilirler.



Eğer bu adımları düzenli bir şekilde uygularsak günlük iş akışımızı daha akıcı ve sade hale getirirken zaten canı burnunda olan ekosisteme oluşturacağımız yükü olabildiğince azaltmış olacağız. Emin olun tek taraflı gibi görünen bu disiplin diğer ekip arkadaşlarınızın da dikkatini çekecek veya onları da yönlendirmenizi sağlayacak. Dolayısıyla başlangıçta bir hassasiyetten ibaret olan bu e-posta tutumunuz bir süre sonra kolektif bir bilinç haline dönüşerek hedeflediğinizden de büyük bir fayda sağlayabilir.

Ayrıca E-posta imzalarının da çoğu zaman birer ek olduğunu unutmayın. İmzalarda kullanılan görseller e-postanın boyutunu artırırken gömülü linkler ise spam olarak algılanmanıza yol açabilir. Bu nedenle daha sade bir imza kullanmak e-posta alışverişinizin kesintiye uğramaması için de çok önemlidir.

E-posta dağınıklığından kurtulun

Birçok insanın e-posta kutusunun üzerinde 1500 okunmamış e-posta olduğunu görüyorum. Peki bu nasıl olur?

Şöyle bir tekrar edin."Okunmamış 1500 e-posta". Bunun iki anlamı vardır. Birincisi, işinizi önemsemiyorsunuz. Bilmeniz veya cevaplamanız gereken 1500 e-postayı

açmamışsınız bile. İkincisi, bu e-postaların hiçbirisi sizi ilgilendirmiyor hatta artık bunlara karşı duyarsızlık kazanmışsınız. İkinci cevap çok daha gerçekçi ve sık görülen bir senaryo. Gerçekten önem düzeyi yüksek ve anlık olarak aksiyon almanız gereken birçok e-posta bu karmaşanın içerisinde gözünüzden kaçıyor. Bu durum kimi zaman sizin kimi zamansa ekip arkadaşlarınızın işlerinin aksamasına yol açabilir. Bu karmaşadan kurtulmak ve daha sade bir gelen kutusuna sahip olmak şüphesiz verimliliğinizi arttıracaktır.

Bu bölümde e-posta kalabalığına hızlı bir son verip yeni ve kullanışlı bir gelen kutusu için yapmanız gerekenlere değineceğiz.

1- Temiz bir başlangıç

Her zaman olduğu gibi sorunlardan kurtulmanın en kolay yolu onları halının altına süpürmektir. Bu nedenle geçmişimizle mücadele etmek yerine geçmişimizi onun için oluşturduğumuz bir arşiv klasörüne taşıyabiliriz. Böylece yeni bir başlangıç için gerekli olan temiz posta kutusunu hızlıca elde etmiş oluruz. Öte yandan ihtiyaç duyduğumuz taktirde geçmiş e-postalarımıza da bu arşiv klasöründen ulaşabiliriz. Arşiv konusuna ilerleyen bölümlerde detaylı bir şekilde değineceğiz.

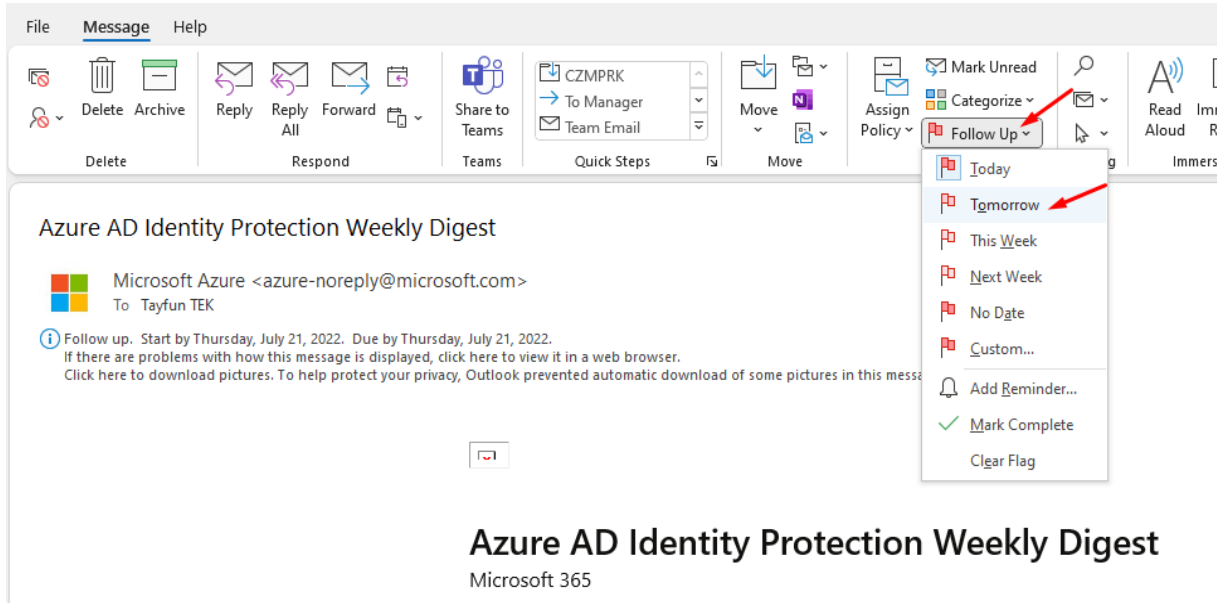
2- Planlı yığınlama

Masaüstü veya mobil bildirimlerinizi kapatın. Sürekli gelen e-posta bildirimleri zaten odaklanmakta zorlandığınız işinizden kolayca uzaklaşmanız için en sakıncalı uyarılardan birisidir. Çalışma temponuzu kolayca alt üst eden bu bildirimleri kapatarak e-postalarınızı kontrol etmek için gün içerisinde belirli zaman aralıkları belirleyin. Tabi bu e-posta yoğunluğunuza ve iş yükünüze göre değişebilir. Fakat ana odağı e-posta alışverişi üzerinde olmayan biriyseniz sabah 9, öğlen 1 ve akşam üzeri 4 gibi bir rutin oluşturabilirsiniz. Hatta Office 365 abonelikleri dahilinde ücretsiz olarak kullanabileceğiniz **Microsoft Viva** servisi ile gününüzün bir kısmını e-posta okumak veya farklı bir şeye odaklanmak için rezerve edebilirsiniz. Sürekli “Acil” ibareleri barındıran e-postalar tarafından taciz edilmek ve temponuzu kaybetmek yerine belirli aralıklarda e-postaların kontrollü bir biçimde birikmesine izin verebilirsiniz.

3- Yanıtla veya Bayrakla

E-postalarımızı kontrollü bir şekilde yığınladık diyelim. Peki bu yığını kontrol etme zamanı geldiğinde tutumumuz ne olmalı?

İlk prensibimiz şu olmalı. Eğer o an yanıt verebileceğiniz bir şeye mutlaka yanıt vermelisiniz. Bunu mümkün olduğunca ertelemeyin. Bir sonraki sefere bu e-postayı bulmak ve yazacaklarınızı hatırlamak farklı bir zaman kaybı olacağı gibi bu davranışınız “düzenli yığın” prensibinize de zarar verecektir. Çünkü bir önceki kontrolden devreden e-posta sayısı zaten kısıtlı bir zaman ayırdığınız e-posta yığınızı şişirecek ve daha fazla zamanınızı alacaktır. Fakat e-posta, hemen yanıt veremeyeceğiniz bir şeye bu e-postayı bayraklayın veya zamanlayın. Yine Outlook üzerinden örnek verecek olursak. Bir e-postanın üzerinde “**Follow Up**” seçeneğine tıkladığınızda otomatik olarak tanımlanmış Today, Tomorrow veya This Week gibi takip seçenekleri çıkacaktır. Hatta bir hatırlatıcı bile ekleyebilirsiniz.



4- E-posta girişini durdurun

Kullanıcıların birçoğu sosyal medya, tanıtım veya “CC” e-postalardan dolayı bazı e-posta tiplerine karşı duyarsızlaşıyor. Örneğin Microsoft tarafından çok fazla servis güncelleme veya tanıtım e-postası alıyorsanız aboneliğinizle ilgili ödeme

problemlerinin yer aldığı uyarı e-postalarını da muhtemelen okumayacaksınız. Ödeme probleminden haberdar olmadığınız için servis kesintisine kadar varacak sorunlar yaşayabilirsiniz. Bu nedenle önemli kaynaklardan gelecek e-postalara duyarsızlaşmamak için gereksiz aboneliklerden çıkın. Alternatif olarak bu e-posta tiplerini oluşturacağınız kurallar yardımıyla sizi rahatsız etmeyecek şekilde istifleyebilir veya engelleyebilirsiniz. Dikkat etmeniz gereken ise kuralları oluştururken doğru parametreleri kullanmalısınız ki bu kez de okumanız gereken e-posta yanlışlıkla silinmesin veya göz ardı ettiğiniz klasöre taşınmasın.

Gereksiz e-posta girişini durdurmanız için bir diğer önemli önlem ise sizi e-posta gruplarına ekleyerek veya CC'ye koyarak her şeyden haberdar etmeye çalışan altlarınız/ekip arkadaşlarınız. E-posta kutunuza çeki düzen vermeye başladığınızı arkadaşlarınızla paylaşmanızda hiçbir sakınca yok. Aksine onlara bir rica e-postası göndererek gerçekten gerekmediği sürece sizi CC'ye koymamalarını rica edebilirsiniz. Böylece onlardan gelecek e-postaların gerçekten önemli olduğunu bilir ve daha fazla dikkat kesilebilirsiniz. Bunu bilmeleri ricanızı yerine getirmeleri için iyi bir motivasyon olacaktır.

5- Otomatize edin

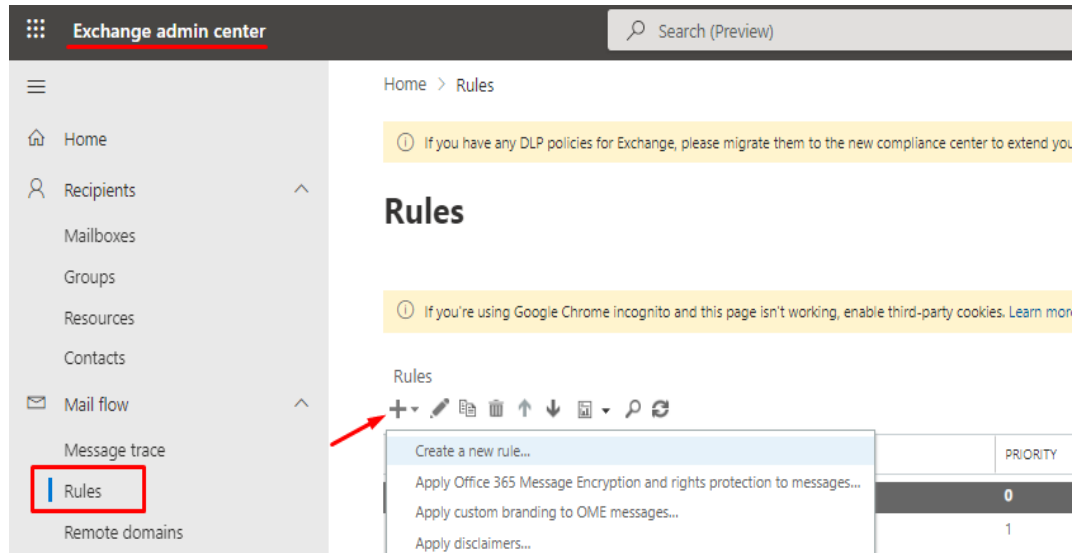
Amacımız verimlilik ve e-posta için harcadığımız zamanı azaltmak olduğu için her şeyi manuel yapmak çok da mantıklı olmaz. Birçok e-posta sunucusu ve erişim uygulaması kullanıcılara e-posta yönetimini otomatik hale getirmesi için kurallar, yönlendirmeler, zamanlayarak e-posta gönderme, arşivleme, saklama veya silmek için saklama politikaları gibi özellikler sunuyor. Bu sayede biz işlerimiz ile ilgilenirken e-posta sunucusu (Exchange) veya erişim uygulaması (Outlook) bizim yerimize posta kutumuzu işletmekle meşgul oluyor. Burada özellikle yukarıdaki konularda bize yardımcı olacak Exchange Online özelliklerinden birkaçına değinmek istiyorum.

- a- Transport Rule
- b- Saklama ve bekletme ilkeleri
- c- Online Arşiv
- d- E-posta zamanlama
- e- Görev planlama
- f- Odaklanmış gelen kutusu
- g- Ignore conversation
- h- Outlook kuralları

a- Tansport Rule

Microsoft 365'in e-posta servisi olan Exchange Online üzerinde, oluşturacağınız kurallar ile e-posta akışını manipüle edebileceğiniz araçlardan biridir.

Exchange Admin Center>>Mail Flow>>Rules menüsüne giriş yaptığınızda burada + butonuna tıklayarak yeni bir kural oluşturabilirsiniz. Bu kuralların içerisinde **koşul** ve **aksiyon** olmak üzere iki ana unsur bulunur. ***Apply this rule if...** kısmında bir koşul belirtip bu koşulu karşılayan e-postaların ***Do the following...** kısmındaki belirteceğiniz aksiyona maruz kalmasını sağlayabilirsiniz.



Örnek için aşağıdaki kuralı inceleyebiliriz.

SCL-Rule

Name:

*Apply this rule if...

*Do the following...

Except if...

Mark specific messages with an SCL before they're even scanned by spam filtering. Use mail flow rules to set the spam confidence level (SCL) in messages in EOR.

The subject or body includes: mail şifresi

Bu kısımda e-postanın konu veya gövdesinde “mail şifresi” kelime öbeğinin bulunmasını koşul olarak belirtiyoruz.

Set the spam confidence level (SCL) to: 5

Bu kısımda yukarıdaki koşulu karşılayan e-postaların SCL yani spam seviyesini 5 olarak işaretletiyoruz.

Bu sayede zararlı olduğunu düşündüğümüz bir e-posta içeriğini Transport Rule aracılığıyla spam olarak işaretletebiliyoruz.

b- Saklama ve bekletme ilkeleri

Bazı posta kutularında e-postaların silinmesine tahammülümüz olmadığı gibi bazılarında ise belirli bir süreden eski e-postaların silinmesini veya arşivlenmesini isteyebiliriz. Bu durumda imdadımıza saklama etiketleri ve bekletme politikaları yetişiyor. Exchange Admin Center üzerinden **Compliance management>>Retention tags** menüsüne giriş yaptıktan sonra + butonu ile bir saklama etiketi oluşturabilirsiniz. Bu saklama etiketini bir saklama ilkesi içerisine ekledikten sonra dilediğiniz e-posta kutusuna atayabilirsiniz.

[Exchange admin center](#)

RETENTION PERIOD	RETENTION ACTION
30 days	Delete
7 days	Delete
365 days	Delete

Örneğin aşağıdaki gibi bir saklama etiketinde 365 günden eski öğelerin arşive taşınması isteniyor. Eğer kullanıcının online arşiv özelliği açıksa 1 yıldan eski e-postaları, sürekli ve otomatik olarak arşive taşınacaktır.

*Name:

Retention action:
☐ Delete and Allow Recovery
☐ Permanently Delete
☒ Move to Archive

Retention period:
☐ Never
☒ When the item reaches the following age (in days):

Peki e-postaların sonsuza kadar saklanmasını istiyorsak ne yapmalıyız?

Bu konuda da Litigation hold özelliği bize belirli veya belirsiz süre ile e-postaların saklanmasını sağlıyor. Kullanıcı bir e-postayı silse bile Microsoft 365 yöneticisi olarak gerektiğinde bu e-postayı export edip gerekli mercilere sunabiliyorsunuz. Litigation hold özelliğini aktif edeceğiniz kullanıcının Exchange Online Plan 2 veya Exchange Online Archiving lisansına sahip olması gerekmektedir. **Exchange Admin Center>>Mailboxes** menüsünden ilgili kullanıcıyı seçip **Others** başlığından **Manage Litigation Hold** seçeneğine tıklayarak bu özelliği aktif edebilirsiniz.

Manage litigation hold

① When litigation hold is turned on for a mailbox, users can remove items from their mailbox, but those items will still be saved by Office 365.

Litigation hold

☒ On

Date hold created : 1/1/1970 02:00

Hold started by : None

Hold duration (days). Leave blank for no limit.

Note (visible to the user)

Web page with more information for the user

Bu başlıkta bahsetmek istediğim bir diğer şey ise Retention hold özelliğidir. Eğer kullanıcı tatile çıkmışsa, e-posta kutusuna uygulanan arşivleme, silme gibi ilkelerin veya kuralların işlenmesini istemeyebilirsiniz. Bu durumda aşağıdaki komutu

çalıştırarak e-posta kutusunu tabiri caizse bekleme moduna alabilirsiniz. Eğer 365 günden eski e-postaları arşive taşımak gibi bir ilkeniz varsa bu ilke siz Retention Hold'u kapatana kadar çalışmayacaktır.

Set-Mailbox "Michael Allen" -RetentionHoldEnabled \$true

c- Online arşiv

Exchange Online üzerinde bulunan her lisanslı posta kutusu aynı zamanda online arşiv adı altında ikincil bir posta kutusu hakkına sahiptir. Bu özellik otomatik olarak açık gelmez. Aktif etmek için **Exchange Admin Center>>Mailboxes** menüsünden ilgili kullanıcıyı seçip ve **Others** başlığında **Manage Mailbox Archive** seçeneğini kullanabilirsiniz. Bir önceki başlıkta ele aldığımız saklama ilkeleri yardımı ile belirli bir tarihten daha eski e-postaları otomatik olarak arşive taşıyabilirsiniz. Böylece hem e-posta kutunuzun kotasını verimli kullanır hem de kontrol etme ihtiyacı duymayacağınız öğelerin oluşturduğu karmaşadan kurtulabilirsiniz.

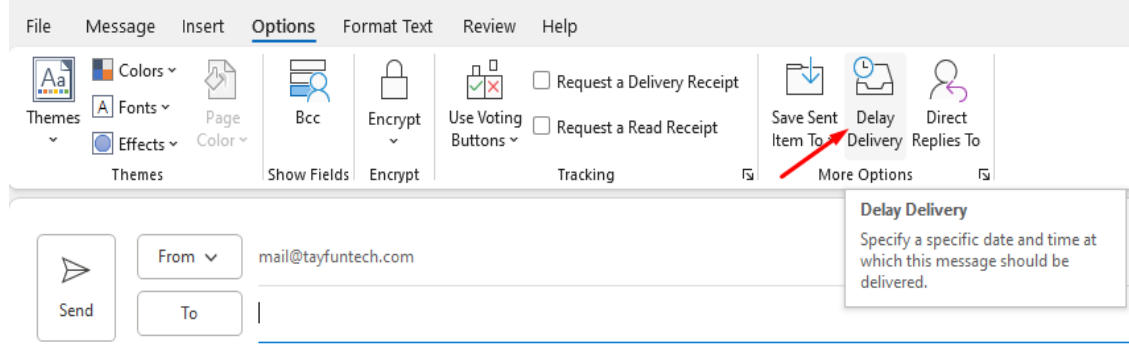
Online arşive taşınan veriler daha yavaş ve düşük performanslı disklerin çalıştığı depolama alanlarında saklanır. Aslında bu hizmeti kullanmanın bir diğer artısı şudur; bizim için önem derecesi düşük öğeleri daha düşük performanslı disklere atarak arka planda çalışan kaynakların daha verimli kullanılmasına yardımcı oluruz.

d- E-posta zamanlama

Söz konusu zamanı iyi yönetmek olunca orada olmasak da bizim için işleri yapacak sistemler gerekiyor. Bunlardan biri de Outlook uygulaması. Outlook herkesin yakından tanıdığı ve kullanımı oldukça yaygın olan bir e-posta erişim uygulamasıdır. Microsoft dışında farklı e-posta sunucularını kullanan şirketlerin dahi yüksek oranda Outlook kullandığı görülmekte. Fakat bu kullanıcılar için en büyük dezavantaj Outlook'u tam anlamıyla deneyimleyememeleri. Çünkü Outlook üzerindeki birçok özellik sadece Exchange/Exchange Online sunucuları ile uyumluluk göstermektedir. Örneğin zamanlanmış iletiler.

Geç saatte hazırladığınız yeni bir e-postayı veya yanıtı anında göndermek istemeyebilirsiniz. Bu durumda e-posta penceresinde **Delay Delivery** seçeneğini

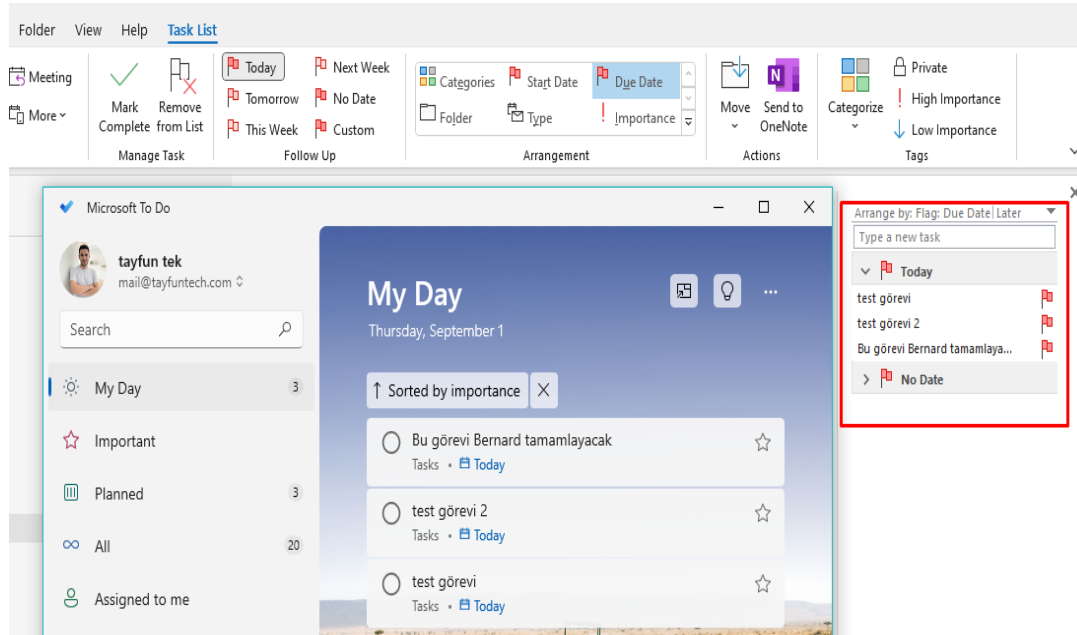
kullanarak e-postanızın belirteceğiniz gün ve saatten sonra iletilmesini sağlayabilirsiniz.



e- Görev Planlama

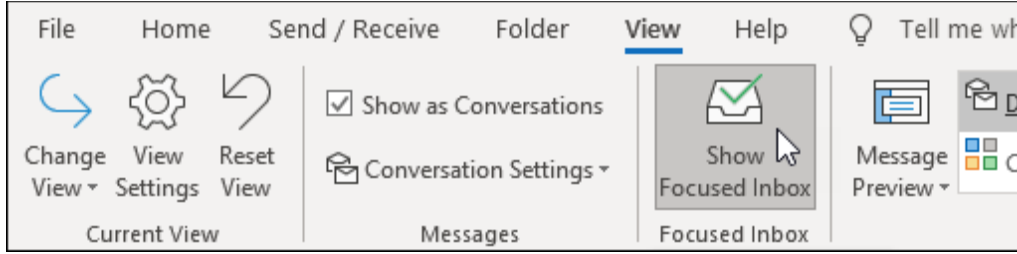
Microsoft Exchange servisinin e-posta, takvim ve kişiler dışında önde gelen özelliklerinden biri de görevler bölmesidir. Outlook üzerinde kontrol edebileceğiniz görevler bölümü **Microsoft To Do** uygulaması ile senkron çalışmaktadır. Oluşturulan veya atanan görevleri her iki uygulamadan da takip edip düzenleyebilirsiniz.

Böylece hem bireysel hem de ekip olarak görev yönetimini tek bir pencereden daha etkili biçimde gerçekleştirebilirsiniz.

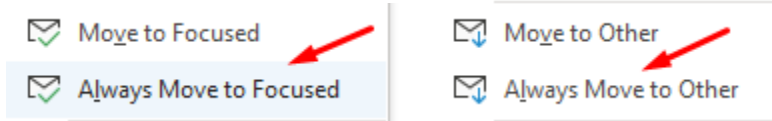


f- Odaklanmış Gelen Kutusu

Odaklanmış Gelen Kutusu, e-postalarınızı önem sırasına göre gruplar ve sizin için öncelikli olan e-postaları **Focused** (Odaklanmış) gelen kutusu içerisinde gösterirken genellikle etkileşime girmediğiniz e-postaları, reklam ve toplu e-postaları **Other** (Diğer) gelen kutusu içerisinde gösterir. Böylece abonelikten çıkmak istemediğiniz kanalların e-postalarını alternatif bir gelen kutusunda istiflerken daha sade bir gelen kutusuna odaklanma şansınız olur.

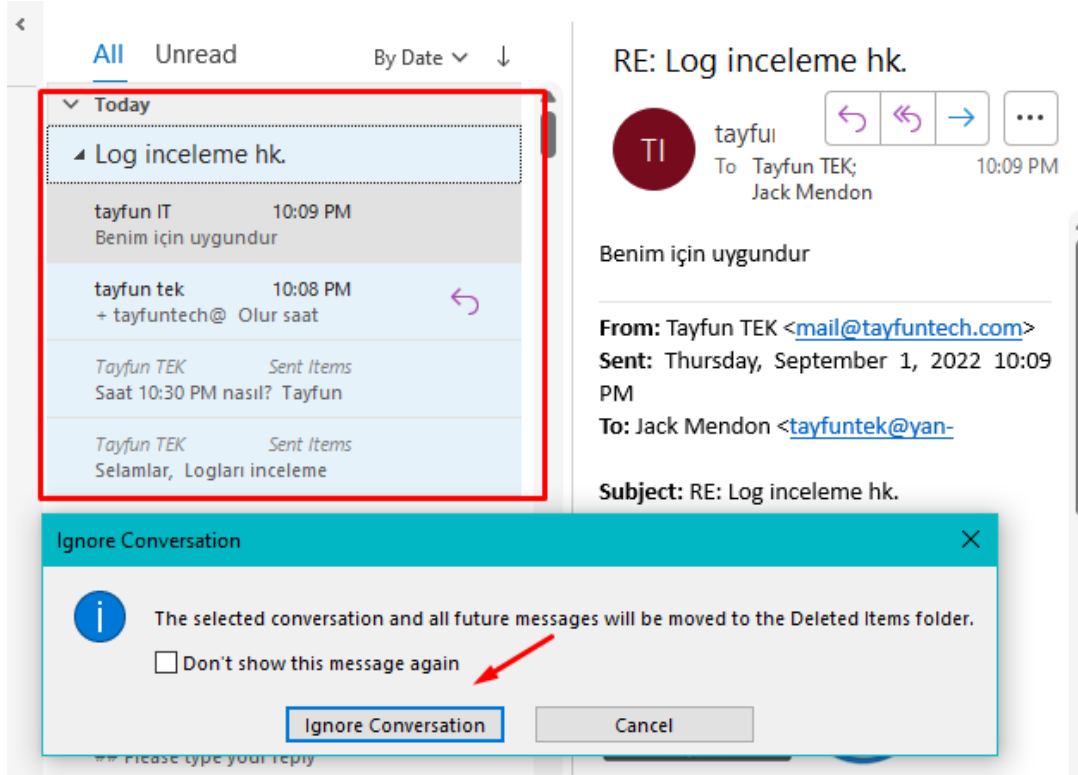


Eğer bir e-postanın doğru yerde olmadığını düşünüyorsanız üzerine sağ tıklayarak odaklanmış veya diğer başlığı altında görünmesini istiyorsanız üzerine sağ tıkladıktan sonra **Always Move to Focused** ya da **Always Move to Other** seçeneğini kullanabilirsiniz.



g- Ignore Conversation

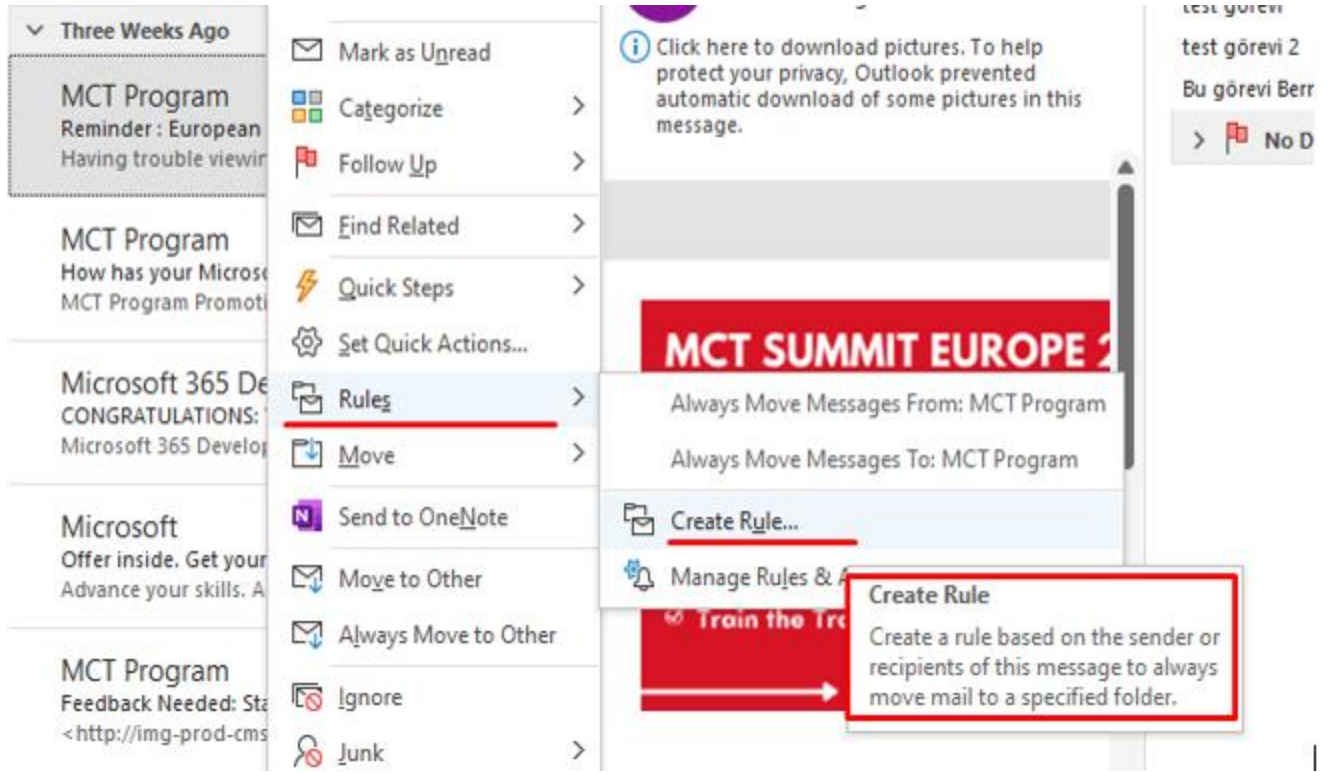
CC'ye eklendiğiniz veya bir grupta bulunduğunuz için kendinizi yoğun mesajlaşan bir e-posta döngüsünün içinde bulabilirsiniz. Eğer bu karmaşa sizi ilgilendirmiyorsa ve bu konuda bundan sonra gelecek e-postaları da göz ardı etmek istiyorsanız ilgili Conversation üzerine sağ tıklayıp **Ignore** seçeneğine tıklayın. Ardından bu diyalog içerisinde bulunan ve gelecekteki tüm e-postalar silinen öğeler klasörüne taşınacaktır. Böylece tek tek e-posta ayıklamak veya silmek yerine bu diyalogdan tek seferde kurtulabilirsiniz.



h- Outlook ve OWA (Outlook Web Access) kuralları

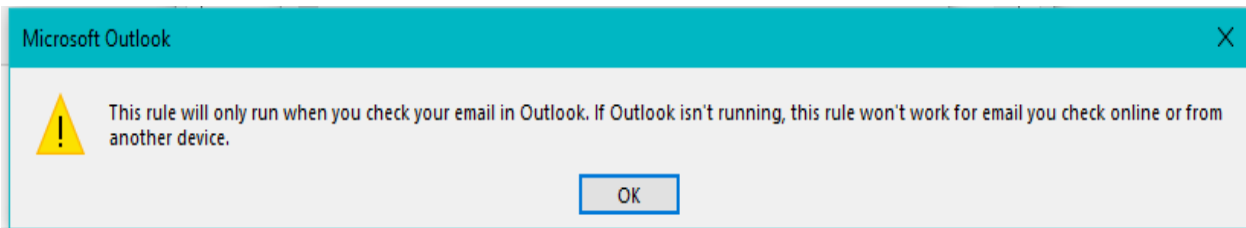
Daha önce de değindiğimiz gibi temiz ve verimli bir posta kullanımında en önemli unsur biz orada değilken bizim yerimize çalışan araçlardır. Bu konudaki son alt başlığımız ise Outlook ve OWA üzerinden oluşturabileceğiniz kurallardır.

E-Posta kutunuza gelen e-postaları sınıflandırmak, reddetmek veya yönlendirmek gibi başlıca görevleri Outlook kuralları ile otomatize edebilirsiniz. Oluşturacağımız bu kuralda da tıpkı transport rule'da olduğu gibi belirteceğiniz bazı parametreler ile eşleşen e-postalar için bir aksiyon belirliyorsunuz. Örneğin: *konusunda "Log inceleme" içeren e-postaları Investigation klasörüne taşı*. Bu gibi kuralları **Outlook>>File>>Manage Rules & Alerts** menüsünden oluşturabileceğiniz gibi herhangi bir e-postanın üzerinde sağ tıklayarak **Rules>>Create Rule** seçeneklerinden de oluşturabilirsiniz.



Eğer posta kutunuza erişmek için OWA kullanıyorsanız **Settings>>View all Outlook settings>>Rules** menüsünden kuralları yönetebilirsiniz.

Bu konuda dikkat etmeniz gereken önemli bir detay bulunmakta. Bazı kurallar yalnızca Outlook üzerinden oluşturulabilir ve sadece Outlook aktif olduğunda çalışır. Bu tip kuralları oluştururken aşağıdaki gibi bir uyarı ile ikaz edilirsiniz. Eğer OWA ağırlıklı bir kullanımınız varsa Outlook masaüstü uygulamasından oluşturduğunuz bu kurallar sürekli olarak işinizi görmeyebilir.



Tabi birçok e-posta sunucusu ve istemci uygulaması farklı otomatize çözümler sunuyor. Fakat konuyu Microsoft Exchange ve Outlook üzerinden ele almamın sebebi, Microsoft'un kullanıcılara tek bir ekosistem içerisinde hem sunucu hem de istemci bazında e-posta akışlarını kontrol edebilmelerini sağlaması. Tabi sizlerin de Microsoft ekosistemine en azından aşina olmanız konuyu tek bir açıdan ele alıp anlatabilmemizi kolaylaştırıyor.

Maalesef günümüz dünyasına bir adım geriden baktığımızda çok olumsuz bir tablo görünmekte. Birçok kişi bu tablonun farklı noktalarına dikkat çekmeye ve bir değişimin parçası olmaya çalışıyor. Ben de içinde bulunduğum sektörün en büyük problemlerinden birini dile getirmek ve ne kadar basit davranış değişiklikleri ile çözülebileceğini anlatmak istedim. Aslında bakarsanız dünyayı değiştirmek ve kötü gidişatı bir nebze olsun yavaşlatmak için oturduğunuz yerden yapabileceğiniz bir şeyler olduğunu göstermek istedim.

Kabul edelim birçoğunuz burada okuduklarınızın hemen hepsini harfiyen uygulamayacaksınız. Fakat artık e-posta kirliliğine, kötü kullanımının neler doğurduğuna dair bir bilinciniz var. Eminim bu bilinç sizi, eski alışkanlıklarınızı sürdürmeden alıkoyacak ve değişime bir yerden başlamanıza vesile olacaktır.