BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Eylül 2008 - Sayı 362

Ölümsüz askere ölümsüz armağan:

Mehmetçik Anıtı

EURO NCAP
www.euroncap.com
FordKuga
Feel the difference
Ford
Neden hep aynı ve sıkıcı tasarımları takip ediyoruz?
Kuga
Boş bir tuvalde yeniden yaratma şansınız olsaydı...
Koç

EYLÜL | 2008

Küresel Vizyon
4 Otokar ALTAY'la zirvede
8 Tayfun Bayazıt: "Türkiye'de bankacı olmak heyecan verici"

Ayın Gündemi
12 Ölümsüz askere ölümsüz armağan: Mehmetçik Anıtı
16 Paronun yıldızlı bayileri

Marka Vizyon
18 Koç Kimlik Rehberi yenilendi

Stratejik Satınalma
22 Sabah ihale akşam teslimat

Kültürel Vizyon
24 İstanbul'un taşı toprağı tarih

Hayata Dair
26 Osman Atasoy yeniden uzaklarda

İletişim
28 İletişimin renkleri

İçimizden Biri
30 Nihat Berker: "Öğrenciler dünyanın her yerinde aynıdır"

Sosyal Sorumluluk
32 Opet bilinçli toplum için çalışıyor

Birlikte Başarmak
34 Tayfun Erdoğan: "Beko ile evinize dünyayı taşırsınız"

Divan Sohbetleri
36 Latif Demirci: "Dünyaya karakterlerimin gözünden bakarım"

Spor Vizyon
38 Satranç dehası bir genç: Kübra Öztürk

Ford ile Yollarda
40 Oya Başar: "Herkesin annesi melektir"

BİZDEN HABERLER
KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Gururluyuz...

Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün, Kurtuluş Savaşı'nın dönüm noktası olan Sakarya Meydan Muharebesi'ndeki veciz sözünü hepimiz ezbere biliriz: "Hattı müdafaa yoktur sathı müdafaa vardır. O satıh bütün vatandır. Vatanın her karış toprağı vatandaşın kanıyla ıslanmadıkça terk olunamaz..."

Geçen ay, Mehmetçiğin kazandığı bu şanlı zaferin anısını sonsuzluğa taşıyacak anıtın açılışını gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşadık. Aynı zamanda, bir ulusun yeniden doğuşunu ve kurtuluş mücadelesinin azmini simgeleyen Mehmetçik Anıtı'nı, Koç Holding ve Tüpraş olarak "kurumsal vatandaşlık" adına öncülük ettiğimiz önemli projelerimizden biri olarak görüyor, bundan dolayı da büyük bir gurur yaşıyoruz.

Gurur duyduğumuz bir başka konu ise Milli Tank Projesi'nde atılan imzalar. Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nca yürütülen "Altay Milli İmkânlarla Modern Tank Üretimi Projesi"nin ana yüklenicisi Otokar oldu. Otokar ilk Türk ana muharebe tankının tasarımından üretimine, proje kapsamındaki tüm faaliyetlerden sorumlu olacak ve tank projesi altı buçuk yılda tamamlanacak.

Koç Üniversitesi Fizik Bölümü Öğretim Üyesi Nihat Berker'in bilime katkıları dolayısıyla aldığı "Humboldt Araştırma Ödülü"nü ve Opet Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk'ün "Tarihe Saygı" projesi nedeniyle aldığı "TBMM Üstün Hizmet Ödülü"nü kutluyoruz.

Bankacılığı "heyecan verici" bulan Yapı Kredi Genel Müdürü Tayfun Bayazıt, sektörün durum değerlendirmesini yaparak, sorunları ve dış piyasalardaki gelişmelerin ülkemize yansımalarını anlattı.

"Koç Kurumsal Kimlik Rehberi"mizi yeniledik ve dergimize de konu ettik. Tüm şirketlerimiz için bir değer haline gelmiş Koç logotaypımız (kırmızı koç boynuzu ve siyah Koç yazısı), Topluluğumuzun sahiplendiği güven algısının da en belirgin sembolü. Topluluk olarak gücümüzü uluslararası platformlara da taşıyarak her geçen gün pekiştirdiğimiz ve hızla değiştiğimiz bu dönemde, Koç markası, pek çok farklı sektörde rekabetçi olmamızın da en büyük etkenlerinden biri. Yenilenen "Koç Kurumsal Kimlik Rehberi", Koç logotaypını koruyarak geleceğe taşımak için ihtiyacımız olan yeni kullanım kurallarını sade ve kolay anlaşılır bir şekilde ortaya koyuyor.

Rehberde göreceğiniz kuralları ve uygulama örneklerini, sizlerden ve müşterilerimizden görüş alarak özenle oluşturduk. Değerlendirmelerinize sunduğumuz rehberimizi zaman ayırıp incelemenizi rica ediyoruz. Umuyoruz ki yeni rehber, hem iletişim çalışmalarınızda size Koç logotaypının kullanımıyla ilgili yönderlik edecek ve işlerinizi kolaylaştıracak hem de Topluluğumuz genelinde Koç logotaypının kullanımına tutarlılık getirecek. Uygulama aşamasında tereddütte kaldığınız her konuyla ilgili olarak Kurumsal İletişim Direktörlüğümüzle temasa geçmeniz bizleri sevindirecektir. İlginize teşekkür eder, toplumumuzda her zaman birlik ve beraberlik duygularının pekişmesine vesile olan Ramazan ayının Topluluğumuz ve tüm iş ortaklarımız için de hayırlı olmasını dilerim.

Ali Y. Koç
Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı

KOÇ HOLDİNG A.Ş. AYLIK YAYIN ORGANI
Yönetim Yeri: Bizden Haberler, Nakkaştepe, Azizbey Sok. No: 1 81207 Kuzguncuk-İstanbul
Tel: (0 216) 531 03 86, Faks: (0 216) 343 15 37 İnternet: http://www.koc.com.tr
e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr Yayın Türü: Yerel, Süreli Eylül 2008 Sayı: 362

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına Dr. Bülent Bulgurlu
Genel Yayın Yönetmeni: Ali Y. Koç
Yayın Direktörü: Oya Ünlü Kızıl
Sorumlu Yönetmen: Şeniz Akan
Editör: Cüneyt Kural
Sanat Yönetmeni: Halil Ertunç Keskin
Yayın Kurulu: Ülkü S. Osmanoğlu, Arın Saydam, Talip Aktaş

Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve Tasarım Hizmetleri A.Ş.
Tel: (0 212) 337 51 99
Faks: (0212) 288 62 36
Renk Ayrımı ve Baskı:
Uniprint Basım Sanayii ve Ticaret A.Ş.
Tel: (0212) 798 28 40
Faks : (0212) 798 20 29

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

Otokar, Türk savunma sanayiinde devrim niteliğinde bir girişimde daha bulundu. Temmuz ayında Türkiye savunma sanayii için büyük bir adım olan Milli Tank Projesi'ne ana yüklenici olarak imza atan Otokar, minibüs, otobüs, treyler, semi-treyler, zırhlı personel taşıyıcı ürünlerinin arasına ALTAY tankını da ekledi

Otokar ALTAY'la zirvede

Milli İmkânlarla Modern Tank Üretimi Projesi'nin imza törenine Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Milli Savunma Bakanı M. Vecdi Gönül, Sağlık Bakanı Recep Akdağ, Milli Eğitim Bakanı Hüseyin Çelik, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Savunma Sanayii Müşteşarı Murad Bayar, Koç Holding Savunma Sanayii ve Diğer Otomotiv Grubu Başkanı ve Otokar Yönetim Kurulu Başkanı Kudret Önen, Dış Ticaret ve Turizm Grubu Başkanı Hasan Bengü, Otomotiv Grubu Başkanı Turgay Durak, Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç, CFO Ahmet Ashaboğlu, İnsan Kaynakları Direktörü Yağız Eyüboğlu ve Koç Holding üst düzey yöneticileri katıldı. İmza törenine ayrıca, projeye teknik destek sağlamak üzere seçilen Kore Cumhuriyeti'ni temsilen Milli Savunma Bakanı Sanghee Lee, projede alt yüklenici olarak görev alacak Aselsan, Hyundai-Rotem, Makine ve Kimya Endüstrisi Kurumu ve Roketsan üst düzey yöneticileri katıldı.

Beklemeye tahammülümüz yok

İmza töreninde bir konuşma yapan Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, projenin ilk ürününün 78.5 ay sonra alınacağını söyleyerek, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Koç'a "Beklemeye tahammüllerinin olmadığını ve süreyi kısaltmalarını" istediklerini söyledi. Türkiye'nin jeopolitik ve stratejik konumuna ek olarak dış politikada giderek daha aktif bir rol oynamaya başladığını anlatan Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, "Güçlü bir silahlı kuvvetlere sahip olma ihtiyacı bu durumun bir sonucu. Biz ulusal savunma sanayiinin ve TSK'nın modern teçhizata kavuşturulmasına büyük önem veriyoruz. Bunu da mümkün olduğunca ulusal sanayiinin imkânlarını geliştirerek yapmayı amaçlıyoruz" dedi. Erdoğan, 2016'ya kadar TSK'nın ihtiyacının en az yarısının yerli kaynaklarla karşılanmasını amaçladıklarını belirterek, 2001 yılında durma noktasına gelip personel çıkarmaya başlayan Türk savunma sanayiinin bugün kendi teknolojisini üreten bir konuma geldiğini anlattı. Sonraki hedefin hafif zırhlı araçlardan ana muharebe tankına kadar her türlü teçhizatı Türkiye'de üretmek olduğunu vurgulayan Erdoğan, "Proje ile üçüncü nesil tank üretimi kritik bir eşiğe işaret ediyor. Projenin ilk ürününü 78.5 ay sonra alacağız. Projeyi vardiya sayısını artırıp, daha kısa zamanda tamamlamayı istiyoruz" diye konuştu.

3 milyar doları aşan projeler

Milli Savunma Bakanı M. Vecdi Gönül de, Türkiye'nin bulunduğu coğrafya göze alındığında dünyada savunmaya önemli yatırımlar yapmaya devam edecek birkaç ülkeden biri olduğunu kaydederek, bu doğrultuda yıllık 3-4 milyar dolarlık kaynağın savunma ürünlerine harcanması gerektiğini söyledi. Geçtiğimiz dönem 3 milyar doları aşan yurtiçi geliştirme projeleri başlatıldığını

hatırlatan Gönül, milli savunma cirosunun son beş yılda yüzde 100 artarak 2 milyar dolara ulaştığını ifade etti. Gönül, 2001 yılında savunma sanayii projelerinde yüzde 25 olan yurtiçi katma değer oranının 2007 yılında yüzde 41'e ulaştığını kaydetti.

Kore Cumhuriyeti Milli Savunma Bakanı Sanghee Lee ise, proje ile iki ülkenin artık yol arkadaşı olduğunu söyledi. Kore ile Türkiye'nin ALTAY projesi sayesinde Ar-Ge alanında örnek bir işbirliği modeli inşa edeceklerini belirten Lee, "Artık Kore ve Türkiye, soyut ve somut manada en ileri seviyede savunma sanayii teknolojisine kadar paylaşan teknolojik ortak mertebesine varmış bulunmaktadır.

İki ülke savunma sanayii işbirliğinin ayrı bir simgesi olacak bu projenin başarısını ve Kore-Türkiye Cumhuriyetleri'nin sonsuza dek gelişmesini dilerim" diye konuştu.

ALTAY Projesi bir ilk

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Türkiye'nin milli savunma sanayii stratejisinde çok önemli olan "Milli Tank" projesinde bir Koç Topluluğu şirketinin tercih edilmesinden duyduğu mutluluğu dile getirerek, "Bu projenin savunma sanayii kara platform geliştirme ve üretim sahasına büyük bir ivme getireceği şüphesizdir. Türkiye'nin kendi bölgesinde

lider olması için istikrarlı yönetime, büyüyen ekonomiye ve kuvvetli bir silahlı kuvvetlere ihtiyacı vardır. Günümüz tehditleri ve modern savaş alanı şartları göz önüne alındığında modern ve güçlü bir ordu için insan gücünün yanı sıra teknolojik olarak üstün, yönelecek tehditleri bertaraf edecek yetenekte olan modern ekipmanlar, araç ve gereç gereklidir. Bu hususta da kendi kaynak ve kabiliyetlerimizi geliştirmemiz, kendi teknolojimizi yaratmamız şarttır. Ancak bu şekilde çağı yakalayabilir, savunma sanayiinde sürekli bir gelişme sağlayabiliriz. Arzuladığımız bu noktaya gelebilmemizde, milli savunma sanayiimizin yetkinlik ve kapasitelerini geliştirmeleri açısından büyük katkıları ve sorumluluk-

Projenin tarihçesi

2005: Savunma Sanayii Müsteşarlığı, "Milli Tank" projesinde üretim modelinin belirlenmesi amacıyla üç firmadan oluşan bir konsorsiyuma fizibilite çalışması görevini verdi. Yapılan fizibilite çalışması 27 Nisan 2005 tarihi itibarıyla tamamlandı ve projenin modeli "Gereken alanlarda yurtdışından teknik destek alınarak ana muharebe tankının yurtiçinde tasarlanması ve geliştirilmesi" olarak belirlendi. Fizibilite sonucu belirlenen modele uygun olarak hazırlanan Teklife Çağrı dosyası, fizibilite çalışmasında görev alan, aralarında Otokar'ın da bulunduğu firmalara 8 Şubat 2005 tarihi itibarıyla yayımlandı.

2006: Teklifler 17 Temmuz 2006 tarihinde Savunma Sanayii Müsteşarlığına sunuldu.

2007: Ana yüklenicinin tayini amacıyla teklif değerlendirme süreci 2 Şubat 2007 tarihi itibarıyla tamamlandı. 30 Mart 2007 tarihinde yapılan Savunma Sanayii İcra Komitesi toplantısında alınan karar gereğince, Kara Kuvvetleri Komutanlığı'nın Modern Ana Muharebe Tankı ihtiyacının karşılanması amacıyla başlatılan Milli İmkânlarla Modern Tank Üretimi Projesi'nde Ana Yüklenici adayı olarak Otokar ile sözleşme görüşmelerine başlanmasına karar verildi.

2008: İlk Türk Milli Tankı'nın tasarlanması, prototiplerinin geliştirilmesi, üretilen prototiplerin test edilmesi ve kalifiye edilmesi konusunda sözleşme görüşmeleri tamamlanarak imza aşamasına gelindi. Bu anlaşma seri imalat sürecini kapsamıyor.

Savunma Sanayii Müsteşarı Murad Bayar:

"Silahlı Kuvvetler'in tüm

Savunma Sanayii Müsteşarı Murad Bayar ALTAY projesi ve kazanımlarını Bizden Haberler'e anlattı.

ALTAY projesi hakkında bilgi verir misiniz?

ALTAY projesinin Dönem I Proje Modeli (Tasarım ve Prototip Üretimi) ve Dönem II (Seri Üretim) olmak üzere iki dönemde gerçekleştirilmesi öngörülüyor. Dönem I faaliyetleri, Otokar A.Ş.'nin yükleniciliğinde yürütülecek; ROTEM teknik destek ve yardım sağlayıcı, Aselsan A.Ş. Tank Atış Kontrol Sistemi (TAKS) ve Tank Komuta Kontrol Muhabere ve Bilgi Sistemi (TKKMBS) sorumlusu, MKE 120 mm 55 kalibre Ana Silah Sistemi sorumlusu ve Roketsan A.Ş. Zırh Sistemi sorumlusu olarak projede görev alacak.

ALTAY projesinin hedef ve kazanımları hakkında bilgi verebilir misiniz?

ALTAY projesinin hedef ve kazanımlarını maddelere ayırarak şöyle özetleyebilirim:

✔ Fikri ve sınai mülkiyet hakkı Savunma Sanayii Müsteşarlığı'na ait bir tankın tasarımı, geliştirilmesi, kalifikasyonu ve üretimi;

✔ Kara Kuvvetleri Komutanlığı'nın modern tank ihtiyacının yurtiçinden karşılanması;

✔ Yurtiçinde, ana muharebe tankı tasarımı, geliştirilmesi, entegrasyonu, üretimi, testi ve kalifikasyonu ile ilgili altyapı, bilgi birikimi ve kabiliyet oluşturulması,

✔ Üçüncü ülkelere tank satışı veya yurtiçinde kazanılan kabiliyet kapsamında bu ülkelerdeki tankların modernizasyonu;

✔ Ana muharebe tanklarında kullanılacak zırhın tasarımı, geliştirilmesi, test ve kalifikasyonu ile ilgili altyapı, bilgi birikimi ve kabiliyeti oluşturulması;

✔ Modern bir atış kontrol sisteminin geliştirilmesi;

✔ Fikri ve sınai mülkiyet hakkı Savunma Sanayii Müsteşarlığı'na ait ana silahın üretimi;

✔ Türk savunma sanayiine kazandırılacak yeni teknoloji ve yetenekler ile TSK'nın önümüzdeki yıllarda ihtiyaç duyacağı kara platformlarının tamamen yurtiçinden karşılanması.

Takdir edersiniz ki ana muharebe tankları, ileri teknoloji ürünlerinin yoğun olarak kullanıldığı bir kara platformudur. Üçüncü nesil modern bir tankın yurtiçinde Türk mühendisi ve işçisi tarafından geliştirilip üretilmesi bir taraftan projede görev alan Otokar, Aselsan, Roketsan, MKE gibi savunma sanayii firma ve kuruluşlarımıza bir taraftan da yan sanayimize ilave yetenek ve altyapı kazandıracak. Proje sayesinde ülkemiz, sayılı tank üreticisi ülkeler arasında yer alacak.

Özetle, ALTAY projesi sayesinde, bir taraftan Kara Kuvvetleri Komutanlığı başka orduların ihtiyacına göre geliştirilip üretilen tankların yerine tamamen kendi teknik ve taktik ihtiyaçlarına göre geliştirilmiş bir tankı kullanma fırsatını yakalarken, bir taraftan da teknolojik kazanımlar sayesinde ülkemiz kara platformu ihtiyaçlarını tamamen yurtiçinden karşılar hale gelecek.

Üretilecek tankların gücü ve kapasitesi ne olacak?

120 mm 55 kalibre ana silah sistemine sahip ALTAY tankı, modern atış kontrol sis-

ları olacaktır. Başarı için uzun vadeli yaklaşım, vizyon ve liderlik gerekir" dedi. Koç Topluluğu olarak savunma sanayiinde uzun süredir emek ve kaynak harcayıp ve bunun sonucu olarak da büyük başarılara imza attıklarını söyleyen Mustafa V. Koç, Otokar, RMK Marine, Koç Bilgi ve Savunma Teknolojileri şirketleriyle Türkiye savunma sanayiinin ihtiyaçlarını karşılamanın ötesinde uluslararası rekabetin bir parçası olarak uzun vadede bölgeye ihracat yapabilecek seviyeye gelmeyi hedeflediklerini de sözlerine ekledi.

Koç Holding Savunma Sanayii ve Diğer Otomotiv Grubu Başkanı ve Otokar Yönetim Kurulu Başkanı Kudret Önen ise, Otokar'ın, birikim ve teknik imkânları ile fikri mülkiyet hakları Türkiye'ye ait olan, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ihtiyaçlarını tam anlamıyla karşılayacak yeni nesil bir tank tasarlamak için mühendislik gücü ve Ar-Ge imkânları ile hazır olduğunu söyledi. Önen "Türkiye için stratejik öneme sahip böylesine büyük bir milli projede Otokar olarak görevlendirilmekten büyük gurur duyuyoruz. Her zaman ol-

duğu gibi ülkemize en yakışanı gerçekleştirmek için tüm gücümüzle bu güvene layık olmaya çalışacağız. 45 yıldır otomotivde ilklere imza attık. Türkiye'nin ilk askeri zırhlı aracını tasarlayan, ilk zırhlı araç ihracatı yapan firmayız. 21 yıldır savunma sanayiinde aktif olarak faaliyet gösteriyoruz. 25 bin askeri aracımız bugün başta Türk Silahlı Kuvvetleri olmak üzere 15'ten fazla ülkenin ordusunda ve Birleşmiş Milletler görev birimlerinde dünyanın çeşitli bölgelerinde hizmet veriyor. ALTAY projesi ile bir ilke daha imza atacağız" dedi.

Ordunun elindeki tanklar yenilenecek

Önemli bir bölümü üçüncü ülkelerden hibe yoluyla temin edilen Kara Kuvvetleri Komutanlığı envanterindeki ortalama yaşı yüksek; teknolojik, fiziki ve ekonomik ömürleri ise azalmış durumdaki tankların yenilenerek modern tank ihtiyacının karşılanması amacıyla 1996 yılında "Modern Tank Projesi" başlatıldı. Seçilecek tankın lisans altında üretiminin öngörüldüğü projede yaşanan problemler ve gecikmeler nedeniyle, Kara Kuvvetleri Komutanlığı'nın ara nesil tank ihtiyacını karşılamak amacıyla, "Leopard 1 İyileştirme" ve "M60 Modernizasyonu" projeleri ise 2000 yılında başlatıldı. Bu projeler kapsamında; bir taraftan Kara Kuvvetleri Komutanlığı'nın tank ihtiyacının ara çözüm ile karşılanması, bir taraftan da modern tankın

ihtiyacı yurtiçinden karşılanacak”

temi, aktif ve pasif koruma sistemleri ile donatılacak olup, yüksek zırh koruması ve hareket kabiliyetine sahip olacak. Altay tankında yaklaşık 1500 beygirgücünde bir güç grubu kullanılması bekleniyor.

Tankların üretimi için gerekli finansal ve iş gücü kaynağı nasıl sağlanacak?
ALTAY tankının üretiminde gerekli kaynak Savunma Sanayi Destekleme Fonu'ndan sağlanacak.
Otokar, Aselsan A.Ş., Roketsan A.Ş. ve ROTEM/ADD'nin birlikte gerçekleştireceği Altay projesinde savunma sanayii şirketlerimizin önemli firmaları çalışacak. Bir fikir vermesi açısından yalnızca Otokar tarafından sağlanacak adam/saat yaklaşık 1.880.000 olması öngörülüyor.

Tanklar yurtdışına satılacak mı?
ALTAY projesinin hedefleri arasında tankın üçüncü ülkelere satışı da yer alıyor. Proje modeli belirlenirken de bu hedef doğrultusunda gerekli çalışmalar yapıldı. Proje kapsamında geliştirilecek tankın fikri ve sınai mülkiyet hakları ülkemize ait olup, ülkemizin savunma politikası çerçevesinde, söz konusu tanklar yurtdışına satılabilecek.

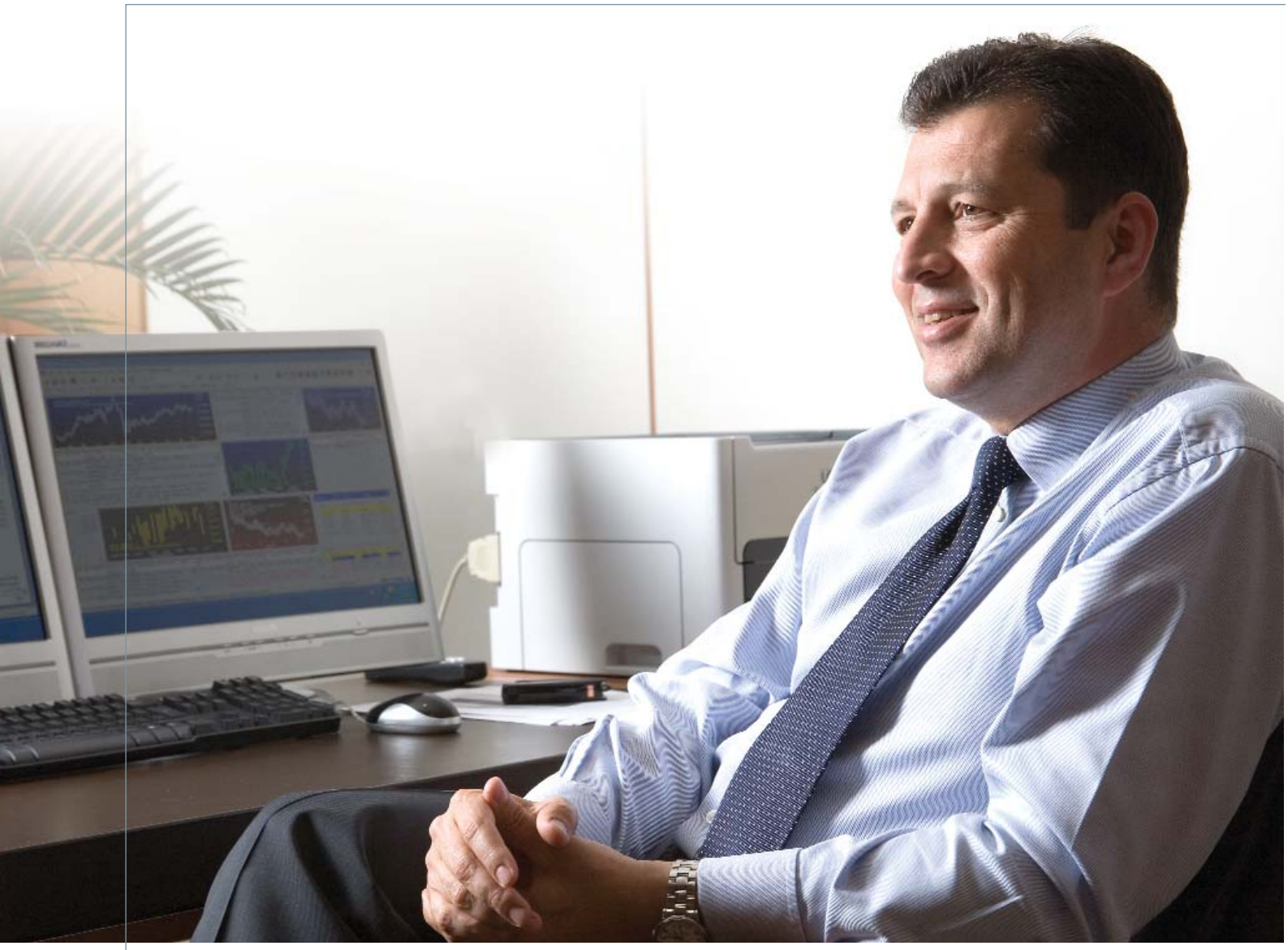
Türkiye ALTAY ve diğer projeleri hayata geçirecek yeterli teknoloji, işçi ve mühendis kadrosuna sahip mi?
M60 Tank Modernizasyonu ve Leopard 1 Tanklarının İyileştirilmesi projeleri kapsamında gerek sanayimizde gerekse askeri fabrikalarda, tank konusunda önemli bir bilgi birikimi ve altyapı oluştu. Son yıllarda Türk Silahlı Kuvvetleri'mizin modern araç, gereç ve silah ihtiyacının önemli bir bölümü savunma sanayii firmalarımızca geliştirilip üretilen özgün sistemlerle karşılanıyor. Söz konusu projelerden elde edilen birikim ve altyapıdan ALTAY projesinde istifade edilecek ve ilave ihtiyaçlar proje kapsamında yapılacak yatırımlar ve teknoloji transferi yoluyla karşılanacak.

Stratejik öneme sahip “milli bir proje”nin, köklü geçmişi olan “milli bir şirket” tarafından üstlenilmiş olması karşısında neler hissediyorsunuz?
ALTAY projesine ilişkin ihale sürecinde, proje modeli gereğince belirli yetkinlik ve tecrübeyi haiz Türk ana yüklenici adayları rekabet etti ve nihayetinde Otokar ipi göğüsledi. Elbette, ülkemiz ve savunma sanayimiz için kritik öneme sahip böyle bir projenin, bir Türk şirketinin ana yükleniciliğinde icra edilecek olması tabii ki memnuniyet verici. Otokar'ın, projede görev alan savunma sanayimizin güzide kuruluşlarıyla birlikte, ALTAY projesini başarıyla yürüteceğine ve dünyanın sayılı tank üreticileri arasındaki yerini alacağına inanıyorum ve şimdiden kendilerine başarılar diliyorum.

yurtiçinde üretilmesi ve geliştirilmesi için altyapı ve kalifikasyon oluşturulması hedeflendi. Modern Tank Projesi yüksek proje maliyeti, ülke kısıtlamaları, kazanımların yetersizliği vb. nedenlerden dolayı 2004 yılında iptal edilerek, bunun yerine Kara Kuvvetleri Komutanlığı'nın ana muharebe tankı ihtiyacının milli imkânlarla karşılanması amacıyla yeni bir proje başlatıldı.
Savunma Sanayii Müsteşarlığı tarafından BMC, Otokar ve FNSS (BOF Grubu) firmalarına Temmuz 2004-Nisan 2005 tarihleri arasında yaptırılan “Türkiye'de Tank Tasarım ve Üretimi” fizibilite çalışması sonuncunda “Milli İmkânlarla Modern Tank Üretimi (ALTAY)” projesinin modeli, işbirliği yapılabilecek potansiyel ülkeler, yurtiçinde mevcut altyapı ve kabiliyetler tespit edildi. Belirlenen model çerçevesinde, “Gereken alanlarda yurtdışından teknik destek alınarak, Ana Muharebe Tankının yurtiçinde tasarlanması ve geliştirilmesi” kararı alınarak çalışmalar bu yönde sürdürüldü. Fizibilite çalışmasının sonucunda da “Tük Tankı”nın Türk savunma sanayii şirketlerince hayata geçirilebileceği kararlaştırıldı. Yapılan görüşmeler sonucundaysa, Otokar projenin ana yüklenicisi olarak ALTAY projesini üstlendi.

Otokar tek sorumlu

Otokar, tüm koordinasyonu sağlamak, Ar-Ge faaliyetlerini koordine etmek gibi konularda Savunma Sanayii Müsteşarlığına karşı tek sorumlu olacak. ALTAY projesinin tasarım ve prototip üretimi 78,5 ayda tamamlanacak. Seri üretime mümkün olan en kısa sürede geçilebilmesini sağladıktan sonra tasarım ve prototip üretimi döneminin son iki yılı içerisinde Otokar'la seri üretim sözleşmesi imzalanması hedefleniyor. Herhangi bir gecikme yaşanmaması halinde ilk tank, tasarım ve prototip üretimi dönemini takip eden 2-3 yıl içerisinde üretim hattından çıkacak. ■



"Türkiye'de bankacı olmak heyecan verici"

Yapı Kredi Genel Müdürü Tayfun Bayazıt'la Türkiye'de bankacılık sektörünün karşılaştığı sorunlar, yurtdışı gelişmelerin sektörde yarattığı olumsuzluklar ve sektörün bugünkü durumu üzerine konuştuk

Bankacılık sektörünün bir durum değerlendirmesini yapar mısınız?
Bugün bankacılık sektörü, sağlıklı bir sermaye ve bilanço yapısına sahip, hızlı büyüyen, iyi denetlenen, güçlü bir beşeri sermayeyi içinde barındıran ve ileriye dönük son derece olumlu beklentiler taşıyan bir sektör. 2002 yılında yüzde 14 civarında olan kredi/GSYH oranının 2007 yılında yüzde 32'ye çıkmış olması, sektörün ve finansal aracılık fonksiyonunun genişlemesinin önemli bir göstergesi olarak alınabilir.
Bu ve benzer göstergeler gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında sektörün ekonominin geneline nüfuzunun henüz düşük sayılabilecek düzeylerde olduğu ve dolayısıyla da önemli bir büyüme potansiyeli barındırdığını söyleyebiliriz.

ABD ve Avrupa bankacılığıyla karşılaştırıldığında Türk bankacılık sektörünün artıları ve eksileri nelerdir?
Finansal sistem içindeki konumu itibarıyla Türk bankacılık sektörünün konumunun Avrupa bankacılık sistemine daha yakın olduğu söylenebilir. ABD'de klasik mevduat bankalarının dışındaki kurumların (yatırım bankaları, hedge fonlar, emeklilik fonları, mortgage kurumları vs.) finansal sistem ve ekonomi içindeki ağırlığı Avrupa'ya göre daha yüksek. Türkiye'de ise bankacılık sisteminin çok baskın bir konumu var. Konut kredilerine bağlı menkul değerlerin ve benzeri karmaşık finansal enstrümanların Türkiye'de olmaması bir yandan gelişmenin henüz erken aşamalarında olmasıyla ilgili iken, öte yandan bir şans olarak da nitelendirilebilir, zira yaşanan son çalkantılar bu enstrümanlarla ilgili önemli dersler alınmasını sağlamıştır.
Teknolojik altyapı açısından Türk bankacılık sektörünün gelişmiş ülkelerdeki sektörlerden çok geride olmadığını söyleyebiliriz. Bunun yanı sıra kredi kartları gibi çok önemli bazı alanlarda Türkiye'nin Avrupa'da birçok ülkeye örnek teşkil edebilecek bir ürün yönetimi ise olduğu rahatlıkla söylenebilir. Sektörün, gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında ölçek olarak geride olduğunu ifade edebiliriz. Türkiye'de kredi ve mevduat toplamının GSYH'ye oranı 2007 yılında yüzde 72 iken, Euro bölgesinde bu oranın 2006 yılında yüzde 237 olduğunu görüyoruz. Bu gösterge, bir yandan sektörün ekonominin geneline nüfuzunun ne kadar geride olduğunu gösterirken, diğer yandan, ciddi bir büyüme potansiyeli olduğunu ortaya koyuyor.

Bankacılık sektörünün günümüz koşullarında karşılaştığı sorunlar nelerdir?
Bilançolardaki vade uyumsuzluğu, Türkiye gibi hem uluslararası gelişmelerden etkilenme potansiyeli yüksek hem de zaman zaman kendine özgü koşulların yarattığı dalgalanmaları yaşayan bir ekonomi içinde kârlılığın dalgalanma göstermesine yol açabilecek bir faktör. Bunun yanında, KOBİ kesiminde düzgün ve şeffaf finansal veriler elde etmenin zorlukları, sektörün ciddi bir rekabet içinde olduğu bu segmentte sağlam müşteriye ulaşma çabalarında karşılaşılan bir zorluk.

Geçtiğimiz günlerde BDDK'nın bankacılık sektörüne yönelik uyarıları basında yer aldı. Bu konuda görüşlerinizi alabilir miyiz?
Bankaların kredi genişlemesinde kendi mali yapılarının sağlığını dikkate almaları konusunda uyarıda bulunan BDDK Başkanı'nın uyarıları yerindedir. Tüm bankalar kârlarını artırmaya, bunun için de büyümeye gayret edeceklerdir, ancak bunu yaparken alınan riskleri iyi hesaplamak ve bankanın mali yapısını bozacak agresiflikten kaçınmak, basiretli bankacılığın gereklerindendir.

Geçmişte çok sancılı kriz süreçleri yaşayan Türkiye'deki bankacılık sektörü, eskisine göre ekonomik krizlere daha mı hazırlıklı ve dayanıklı? Tüm dünyada yaşanan ekonomik dalgalanmalar Türk bankacılık sektörünü nasıl etkiliyor?
Türk bankacılık sektörü, 2001 yılındaki kriz sonrasında ciddi bir yeniden yapılanma sürecinden geçti ve eski dönemin yapısal sorunlarından büyük ölçüde arındı. Kamu bankalarının katrilyonlarca liralık likidite gereksinimleri, özel bankaların sermaye yetersizlikleri ve devasa açık pozisyonları, sektörde denetim zayıflığı gibi krize dayanıksızlık yaratmanın ötesinde kendileri kriz nedeni olan faktörlerde ortadan kalkmış durumda. Sermayesi yeterli, iyi denetlenen ve risk yönetiminin önemini kavramış olan sektör, makroekonomik şoklardan etkilenmeye doğal olarak açık olmakla birlikte, sektörün bunları absorbe etme potansiyeli geçmişle karşılaştırılamayacak kadar yüksek.
Yaşanan mali krizin sonucunda yabancı yatırımcıların risk iştahlarında görülen azalma, doğal olarak gelişmekte olan bir piyasa olan Türkiye'ye portföy yatırımlarını bir miktar olumsuz etkiledi. Bunun yanı sıra Türkiye'ye özgü riskle ve enflasyon görünümündeki kötüleşmenin de etkisiyle faizlerin yükselmesi bankacılık sektö-

Tayfun Bayazıt kimdir?

S. Illinois Üniversitesi Makine Mühendisliği Fakültesi lisans (BS1980) eğitimi sonrası Columbia Üniversitesi'nden Finans ve Uluslararası İlişkiler alanlarında yüksek lisans (MBA1983) derecesi aldı.
Bankacılık kariyerine Citibank'ta adım atan Bayazıt, daha sonra 13 yıl Çukurova Grubu bünyesinde Yapı Kredi Bankası (Genel Müdür Başyardımcısı ve İcra Kurulu Üyesi), Interbank (Genel Müdür) ve Banque de Commerce et de Placement S.A. İsviçre'de (President & CEO) üst düzey yöneticilik görevlerinde bulundu.
1999 yılında Doğan Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği ve Dışbank Murahhas Azalığı'na getirildi. Nisan 2001'de Doğan Holding'deki görevinden ayrılarak aynı grup içinde Dışbank İcra Başkanlığı'nı (CEO) üstlendi. 2003 yılı Genel Kurulu'nda İcra Başkanlığı'na ilaveten bankanın Yönetim Kurulu Başkanlığı'na da seçilen Bayazıt, bankanın mali iştirakleri olan finans kuruluşlarının yönetim kurulu başkanlıklarını da yürüttü. Temmuz 2005'te Fortis'in, Dışbank'ın çoğunluk hisselerini satın alması sonrası Fortis Bank A.Ş. İcra Başkanlığı (CEO) ve Fortis Yönetim Komitesi üyeliğine getirildi.
2005 yılında Dünya gazetesinin "Ekonominin Şeref Kürsüsü" anketinde, "Yılın Profesyonel Yöneticisi" seçildi. Mayıs 2006'da Fortis Bank A.Ş.'nin Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini üstlendi. Özel Sektör Gönüllüleri Derneği ve Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği başkanlıklarını yürüten Bayazıt aynı zamanda Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) yönetim kurulunda aktif olarak görev alıyor.
Evli ve iki çocuk babası olan Bayazıt KFS ve Yapı Kredi Bankası Murahhas Azası ve Genel Müdürlüğü görevini 2007 yılı Nisan ayından beri sürdürüyor.

ründeki hızlı büyümeyi bir miktar frenledi. Yine de Türk bankacılık sektörünün bu çalkantıdan kaynaklanan çok ciddi bir olumsuzluk yaşamadığını söyleyebiliriz.

Yabancı yatırımcıların Türk bankalarına ilgisini nasıl değerlendiriyorsunuz? Bankacılık sektöründe yabancıların artmasının avantaj ve dezavantajları nelerdir?

Türkiye ekonomisinin geçmişin sert iniş çıkışlı performansını geride bırakarak sağlıklı bir büyüme yoluna girdiğine ve bu ekonomi içinde bankacılık sektörünün payının da artacağına duyulan güven, doğal olarak sektöre yabancı ilgisini üst düzeye çekti. Dünyanın en önde gelen, en güçlü bankacılık kurumları Türk bankacılık sektörüne yatırım yaptılar. Bunun getireceği rekabet artışı, yenilikler, ürün çeşitliliğinde artış kuşkusuz sektöre ve müşteriye fayda sağlayacaktır. Bankacılık sektöründe yabancı varlığının artışının önemli herhangi bir dezavantaj ortaya çıkardığı kanısında değilim. Sektörde yabancı sermayeye karşı en sık ortaya konan endişe, yabancı sermayeli bankaların ekonomik durgunluk dönemlerinde kredilerini yerli bankalara göre çok daha fazla kısabileceği düşüncesi. Ancak yerli veya yabancı tüm bankaların rasyonel temellere göre hareket eden ticari kurumlar oldukları, bu bankalardaki yabancı sermayenin uzun dönemli yatırımlar olduğu, böyle bir davranışın uzun dönemde bankanın kendi çıkarına aykırı olacağı ve yine bu bankaların Türkiye'nin koşullarını çok iyi bilen kadrolar tarafından yönetildikleri dikkate alındığında bu tür endişelerin yerinde olmadığı kanaatine varılacaktır.

Peki ABD'deki mortgage krizinin Türkiye'ye yansıması nasıl olacak?

Bu krizin derinleşmesi ve uzun sürmesi halinde, bunun Türkiye'ye iki yolla yansıması olabilir. Birincisi, finansal piyasalar yoluyla; yani, risk artışının kur ve faiz yükselişlerinin yanı sıra sermaye çıkışlarına neden olması şeklinde. Bu durum ekonomik büyümeyi oldukça yavaşlatır. İkincisi, Türkiye'de ticaretin yoğun olduğu bölgelerde ekonomik yavaşlamanın şiddetlenmesiyle (ki, bu öncelikle Euro bölgesidir), Türkiye'nin ihracatının azalması şeklinde. Henüz Türkiye her iki durumdan da çok etkilenmiş değil. Euro bölgesinde ekonomik büyüme ve buna bağlı olarak ihracatımızın güçlü seyri devam ediyor. Öte yandan sermaye girişlerinde, özellikle doğrudan yatırımlar ve portföy yatırımları girişlerinde, 2008 yılında bir miktar azalma gözlemlemiş olsak da, şirketler kesimi borçlanmasının devam etmesi nedeniyle yabancı sermaye girişlerinde bu yıl için bir sıkıntı söz konusu olmayacak gibi görünüyor.

> Dünyanın en önde gelen, en güçlü bankacılık kurumları Türk bankacılık sektörüne yatırım yaptılar. Bunun getireceği rekabet artışı, yenilikler, ürün çeşitliliğinde artış, kuşkusuz sektöre ve müşteriye fayda sağlayacaktır

Bir de kredi kartı ödemelerinde yaşanan ve ciddi bir krize dönüşeceği düşünülen bir sorun var. Bankacılık sektörü buna nasıl bir çözüm getirmeyi düşünüyor?

Kart sayısı ve ve kullanımının arttığı koşullarda ödenmeyen kart borçlarının da yükselmesi olağan bir durum. Ödenmeyen kart borçlarının toplam kart borçlarına oranı ise 2006 yılı sonunda yüzde 7.3 iken bugün bu oran yüzde 6.1 düzeyinde. Bu doğal olarak dikkat edilmesi gereken bir konu; ancak ciddi bir krize dönüşecek bir durumun söz konusu olduğu kanaatinde değiliz. Tabii ki bu alanda derin sorunlardan kaçınmak için, bankaların kart limiti tahsis ederken müşterilerinin gelir düzeyini, ödeme gücünü dikkate almaları büyük önem arz ediyor.

Yapı Kredi Bankası kârını geçen yıla göre yüzde 55 oranında artırdı; bunu nasıl başardınız?

Yapı Kredi, çok olumlu olmayan dış koşullara rağmen takım halinde entegrasyon sonrası ticari odaklanmasını koruyarak, özellikle tüketici kredilerinde piyasa payını yükselterek ve sağlam bir mevduat büyümesi gerçekleştirerek gelirlerinde kayda değer bir artışa ulaşırken, oldukça iddialı bir şube artışı sürecinde maliyetlerini de kontrol etmeyi başardı ve bu sayede kârında ve özsermaye kârlılığında önceki senenin aynı dönemine göre belirgin bir artışa ulaştı.

Tüm bu bilgiler ışığında şunu sormak istiyorum: "Türkiye'de bankacı olmak" kolay mı?

Değişime, gelişime, büyümeye son derece açık olduğu kadar, iç ve dış birçok faktörün olumlu-olumsuz etki alanında bulunan, rekabetin çok keskin olduğu, risklerin çok iyi yönetilmesi gereken bir sektörde olmanın kolay olmadığını ama zevkli ve heyecan verici olduğunu söyleyebiliriz. ■

PC MAGAZINE

Klik, klik, klik, klik, klik...

Türkiye'de en iyi
internet bankacılığı
Yapı Kredi'de!

PC Magazine dergisi, yani işin uzmanı,
www.yapikredi.com.tr'yi ikinci kez
Türkiye'nin en iyi internet şubesi seçti.
Yapı Kredi, bankacılığın sınırları olmadığını
bir kez daha, en iyi şekilde gösterdi.

YapıKredi
Hizmette sınır yoktur.

www.yapikredi.com.tr | 444 0 444

Dur yolcu! Bilmeden gelip bastığın
Bu toprak, bir devrin battığı yerdir.
Eğil de kulak ver bu sessiz yığın
Bir vatan kalbinin attığı yerdir.

Bu ıssız, gölgesiz yolun sonunda,
Gördüğün bu tümsek, Anadolu'nda
İstiklal uğruna, namus yolunda,
Can veren Mehmet'in yattığı yerdir.

Bu tümsek, koparken büyük zelzele
Son vatan parçası geçerken ele
Mehmet'in düşmanı boğduğu sele
Mübarek kanını kattığı yerdir.

Düşün ki haşrolan kan, kemik, etin
Yaptığı bu tümsek amansız çetin
Bir harbin sonunda bütün milletin
Hürriyet zevkini tattığı yerdir.

Necmettin Halil Onan

Ölümsüz askere ölümsüz armağan:

Mehmetçik Anıtı

Kurtuluş Savaşı'nın en kanlı çatışmalarından birinin yaşandığı Sakarya Meydan Muharebesi'nde şehit olan 5713 Mehmetçiğin kahramanca direnişi bir anıtla taçlandırıldı. Sakarya Meydan Muharebesi'nin geçtiği Polatlı'nın 6 km batısında, Genelkurmay Başkanlığı, Tüpraş ve Ulaştırma Bakanlığı işbirliğiyle heykeltıraş Doç. Dr. Sait Rüstem'e hazırlatılan Mehmetçik Anıtı, düzenlenen bir törenle açıldı. Kaidesiyle birlikte 32 metre yüksekliğe ulaşan anıt, Mehmetçiğin ölümsüz mücadelesine sonsuza dek tanıklık etmek üzere düşman askerlerinin ilerlediği son nokta olan Kartaltepe'de inşa edildi. Açılış törenine Milli Savunma Bakanı Vecdi Gönül, Ulaştırma Bakanı Binali Yıldırım, Genelkurmay Başkanı Orgeneral Yaşar Büyükanıt, Genelkurmay İkinci Başkanı Orgeneral Ergin Saygun, Kara Kuvvetleri Komutanı Orgeneral İlker Başbuğ, Jandarma Genel Komutanı Orgeneral Işık Koşaner, Kara Kuvvetleri Komutanlığı Kurmay Başkanı Orgeneral Atila Işık, Kara Kuvvetleri Eğitim ve Doktrin Komutanı Orgeneral Erdal Ceylanoğlu, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç, Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Erol Memioğlu, Tüpraş Genel Müdürü Yavuz Erkut, Koç Topluluğu yöneticileri, şehit aileleri ile vatandaşlar katıldı.Törende ayrıca Sakarya Meydan Muharebesi'ni görsel teknikler kullanılarak anlatacak, TCDD tarafından yaptırılan Panorama Müzesi'nin de temeli atıldı.

Bir ulusun yeniden doğuşu

Bütün dünya tarafından artık yenildiği ve yok olduğu düşünülen Türk ulusunun yeniden doğuşunun sembolü olan Sakarya Meydan Muharebesi, Viyana Kuşatması'ndan beri geri çekilmekte olan Türk ordusunun ilk ileri hamlesi olarak da değerlendiriliyor. Bir ulusun yeniden doğuşunu

Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi'nden.

ve Başkomutan Mustafa Kemal Atatürk'ün müthiş askeri dehasını gözler önüne seren bu savaşın bir anıtla onurlandırılması, Sakarya Meydan Muharebesi'nde şehit olan askerlerimizin ulusal gururumuzun birer simgesi olarak tarihteki yerlerini almalarını sağladı.

Çağdaş uygarlık yolunda ilerlemek

Törende bir konuşma yapan Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, "Tarihimizde sayısız zaferler kazandık ve bu zaferlerin her birinde topraklarımız binlerce Mehmetçiğin kanıyla sulandı. Dünyada eşi benzeri olmayan siyasi ve askeri deha Atatürk ve arkadaşlarının üstün stratejisinin sonucunda kazanılan Sakarya Meydan Muharebesi tarihimizdeki en önemli zaferlerden biridir" dedi. Kartaltepe'de inşa edilen bu anıtın Sakarya Meydan Muharebesi'nde şehit düşen Mehmetçiklerimize ve şehit annelerine ithaf edildiğini belirten Mustafa V. Koç şöyle devam etti: "Kurucumuz Vehbi Koç'un 'Ülkem varsa ben de varım' ilkesi doğrultusunda yalnızca ticari alanda başarı değil, 'kurumsal vatandaşlık' alanında da her zaman örnek ve öncü bir rol üstlenmeyi hedefliyoruz. Koç Holding adına geçmişten geleceğe köprü kurulmasına olanak tanıyacak bu anıtın inşasında katkımız olduğu için de çok gururluyuz, mutluyuz. Şehitlerimizin ruhu şad olsun."

Genelkurmay Başkanlığı ile Ulaştırma Bakanlığı'nın işbirliği ve Koç Holding öncülüğünde Tüpraş tarafından yapımının üstlenildiği Mehmetçik Anıtı'nın 32 metre yükseklik ile Türkiye'nin en büyük anıtı olduğunu ve bağımsızlık mücadelesinin sembolü olarak Polatlı'ya gelen ziyaretçileri karşılayacağını belirten Koç, şöyle konuştu: "Bu anıtı ziyaret edenler bu ülkenin bağımsızlığını nasıl büyük bir mücadele ile elde etmiş olduğunu hatırlayacak ve çocuklarına anlatacaklar. İçinde bulunduğumuz bölgeye örnek olan laik ve demokratik Cumhuriyetimiz, emsali az görünen bir fedakârlık, kahramanlık ve vatana bağlılık sonucu kuruldu. Bugün bize düşen görev Cumhuriyet ilkelerine her şartta sahip çıkarak Atatürk'ün açtığı çağdaş uygarlık yolunda ilerlemek, bunu geliştirmektir. İşte bu nedenle Koç Topluluğu olarak, ülkemizin geleceği için yaptığımız tüm çalışmalar içinde tarihi yaşatmaya, değerlerimizi gelecek kuşaklara aktarma olanağı veren projelere özel önem veriyoruz." Türkiye'nin stratejik konumu, sahip olduğu kaynaklar, genç ve dinamik insan gücüyle bulunduğu coğrafya için gelecek vaat ettiğini belirten Koç, "Tüm kurum ve kuruluşlar her zamankinden daha büyük bir gayret içinde ülkenin aydınlık geleceği için işbirliği yapmak durumundadırlar" diye konuştu. Aydınlık yarınlara birlik ve beraberlik içinde hareket ederek kavuşulabileceğini belirten Koç, "Çok çalışacağız ve ne olursa olsun yılmayacağız" dedi.

Türk tutsak edilemez

Ulaştırma Bakanı Binali Yıldırım, şehit kanlarıyla sulanmış bu topraklar üzerinde yükselecek Mehmetçik Anıtı'nın milli mücadele ruhunun önemli bir sembolü olacağını belirterek Türk milletinin vatanını savunma azminin, bağımsızlık ruhunun sembolü olan Kartaltepe Mehmetçik Anıtı'nın bu mevzilerde vatanı uğruna canlarını veren şehitler kadar bağımsızlık uğruna her şeyini ordusunun emrine veren Türk halkını da temsil ettiğini ifade etti.

Genelkurmay Başkanı Orgeneral Yaşar Büyükanıt ise konuşmasında şunları söyledi: "Türk ordusu Kurtuluş Savaşı'nda kanıyla, canıyla yılmadan mücadele etmiştir. Kurtuluş mücadelesi sırasında elde edilen başarılarda stratejik savaş taktiklerinin yanı sıra Türk askerinin bitmek tükenmek bilmeyen

Mustafa Kemal Atatürk'ün ağzından Sakarya Meydan Muharebesi*

... Efendiler, 12 Ağustos 1921 günü, Genelkurmay Başkanı Fevzi Paşa Hazretleri'yle birlikte Polatlı'ya cephe karargâhına gittim.

Düşman ordusunun cephemize yüklenerek sol kanadımızdan kuşatacağı yargısına varmıştık. Bu görüşe dayanarak tam bir cesaretle gerekli tedbirleri aldırdım ve yapılacak hazırlıkları yaptırdım. Olaylar görüşümüzü doğruladı. Düşman ordusu, 23 Ağustos 1921'de ciddî olarak cephemize doğru ilerlemeye başladı ve taarruza geçti. Birçok kanlı, bunalımlı safhalar ve dalgalar oldu. Düşman ordusunun üstün grupları, savunma hattımızın birçok parçalarını kırdılar. Bu ilerleyen düşman birliklerinin karşısına kuvvetlerimizi yetiştirdik.

Meydan muharebesi yüz kilometrelik cephe üzerinde oluyordu. Sol kanadımız, Ankara'nın elli kilometre güneyine kadar çekilmişti. Ordumuzun yönü batıya iken güneye döndü. Arkası Ankara'ya iken kuzeye çevrildi. Cephenin yönü değiştirilmiş oldu. Bunda hiçbir sakınca görmedik. Savunma hatlarımız kısım kısım kırılıyordu. Fakat kırılan her kısmın yerine en yakın bir yerde hemen yeni bir savunma hattı kuruluyordu. Savunma hattına çok ümit bağlamak ve onun kırılmasıyla, ordunun büyüklüğü ölçüsünde çok gerilere çekilmek gerektiği teorisini çürütmek için memleket savunmasını başka türlü ifade etmeyi ve bu ifademde direnerek şiddet göstermeyi yararlı ve etkili buldum. Dedim ki: "Savunma hattı yoktur, savunma sathı vardır. O satıh bütün vatandır. Vatanın her karış toprağı vatandaşın kanıyla ıslanmadıkça terk olunamaz. Onun için küçük büyük her birlik bulunduğu mevziden atılabilir. Fakat küçük büyük her birlik, ilk durabildiği noktada yeniden düşmana cephe kurup savaşa devam eder. Yanındaki birliğin çekilmeye mecbur olduğunu gören birlikler ona tâbi olamaz. Bulunduğu mevzide sonuna kadar dayanmaya ve karşı koymaya mecburdur."

İşte ordumuzun her ferdi, bu sistem içinde her adımda en büyük fedakârlığını göstererek ve düşmanın üstün kuvvetlerini yıpratıp yok ederek, sonunda onu, taarruzuna devam güç ve kudretinden yoksun bir duruma getirdi.

*"Nutuk"tan

Genelkurmay Başkanı Org. Yaşar Büyükanıt, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç'a bir teşekkür plaketi sundu.*

azmi çok büyük rol oynamıştır. Sakarya Meydan Muharebesi de Gazi Mustafa Kemal Atatürk önderliğindeki Türk ordusunun en zorlu mücadelelerinden biridir. Bugün burada muharebede şehit olan binlerce askerimizin anısına inşa edilen anıtın açılışı nedeniyle bulunuyoruz. Şehit olan Mehmetçiklerimize layık olabilmek için kutsal vatan toprağını en iyi şekilde koruyup kollama görevini devraldık. Şehitlerimizin gözü arkada kalmasın. Bize bu zaferi armağan eden eşsiz kahramanları rahmetle anıyor, hatıraları önünde saygıyla eğiliyoruz".

Bu topraklar üzerinde ulusal bağımsızlık savaşına ait hatıraların yaşatılmasının yarınlar için ayrı bir değer taşıdığını ifade eden

Mehmetçik Anıtı'nın anlattıkları...

Anıt kaidesinin etrafında 5x3 ebadında, 15m²'lik sekiz adet rölyef bulunuyor. Bakırdan dökme olarak hazırlanan rölyeflerin her biri, savaş sırasındaki önemli olayları anlatıyor.

1. **Rölyef:** Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün kaburgasından yaralı bir şekilde muharebeyi izlemesini anlatıyor.
2. **Rölyef:** Türk ulusunun erkeğiyle, kadınıyla, çocuğuyla beraber savaşa hazırlığını temsil ediyor.
3. **Rölyef:** Türk kadınının savaş için cephane taşımasını simgeliyor.
4. **Rölyef:** Savaş için demiryollarını kadınların tamir edişini anlatıyor.
5. **Rölyef:** Süvari hücumunun öyküsünü temsil ediyor.
6. **Rölyef:** Sivil halkın savaşa katılmasını temsil ediyor.
7. **Rölyef:** Subay savaşını temsil ediyor. Normalde komuta kısmında olan subaylar, savaşta çok sayıda şehit verilmesi sebebiyle savaşa katılırlar. Ancak tüm subaylar şehit olur ve en yaşlı er komutaya geçer.
8. **Rölyef:** Düşmanın Sakarya Nehri'nden batıya püskürtülmesini temsil ediyor.

Bir destanı ölümsüzleştiren eller: Doç. Dr. Sait Rüstem

Ağustos ayı başında Sakarya Meydan Muharebesi'nin anahtar mevzii olan Polatlı ilçesindeki Kartaltepe'ye dikilen 32 metrelik Türkiye'nin en büyük anıtının heykeltıraşı Sait Rüstem'le hem eserini hem de yaratım sürecini konuştuk

Anıt heykelin yapımı ne kadar sürdü?
Ön araştırma süresi de dâhil olmak üzere, iki yıla yakın bir sürede bitti. Ama özellikle son sekiz ayda çok yoğun çalıştım. Çünkü Genelkurmay Başkanımız Sayın Yaşar Büyükanıt'ın hayali diyebiliriz bu heykel için. Böyle bir heykel yaptırmak onun fikriydi ve bu anıtın yapılabilmesi için gerçekten çok büyük çabalar sarf etti. Dolayısıyla Büyükanıt Paşa emekli olmadan bu heykelin açılışını yapmak herkes için çok önemliydi. O nedenle gece gündüz demeden çalıştım.

Az önce ön araştırma sürecinden bahsettiniz. Bu süreç hakkında bizlere biraz daha bilgi verir misiniz?
Biz heykeltıraşlar belirli bir konu ya da durumu betimleyen anıt heykeller yapacağımız zaman araştırmalarımızı derinleştiririz. Hele ki tarihi bir konuda çalışacaksak iyice titizleniriz. Yani kullanacağımız malzeme ve çalışacağımız tekniğe zaten vakıfız ancak meydana getireceğimiz eserin, "o tarih parçasındaki aslı"na uygun olması için çok büyük özen gösteririz. Ben bu anıt heykeli yapmadan evvel oldukça uzun ve ciddi bir araştırma yaptım. Sakarya Meydan Muharebesi'nde çarpışan askerlerin giydiği üniformadan kullandıkları tüfeğe, taktıkları palaskalardan, süngülerine, ayakkabılarına kadar her ayrıntıyı dikkatle araştırdım. Edindiğim bilgileri konunun uzmanlarıyla paylaştım ve var olan eksikleri gidererek eserin taslağını orijinaline uygun olarak hazırladım. Maket doğru olunca geriye sadece esas malzemeyle uygulama kalıyor ki o da zaten profesyonel olduğumuz bir alan. Anıt heykelin ebatları ve kullanacağım malzemeye ilişkin çalışmaları da bu süreçte şekillendirdim. Zira bu kadar büyük bir heykelin ayakta durması için doğru malzeme ve teknik seçmek gerekiyor.

Kullandığınız malzeme ve teknikten de bahseder misiniz?
Bu heykel beton üzerine bakır sac kaplamadır. Türkiye'de kullanım açısından pek örneği olmayan bu malzeme ve teknik daha ziyade Azerbaycan ve Rusya'da kullanılıyor. Avrupa'da da yaygın olarak kullanıldığını söyleyebilirim.

Heykelin fiziksel özelliklerinden bahseder misiniz?
"Dur Yolcu - Mehmetçik Anıtı" kaidesiy-

Orgeneral Büyükanıt, 22 gün, geceli gündüzlü devam eden çetin mücadelelerden başarıyla çıkan kahraman Türk Ordusu'nun yine bu toprak üzerinde Sakarya Meydan Savaşı ile "Türk'ün tutsak edilemeyeceğini, ülkesinin işgal edilemeyeceğini" bir kez daha gözler önüne serdiğini, "Yok oldu" denilen bir ulusun yeniden doğuşunun destanını yazdığını söyledi.

22 gün 22 gece

Ebedi Başkomutan Mustafa Kemal Atatürk'ün, Sakarya Zaferi'nden sonra kahraman Türk Ordusu'na, "Dünyanın hiçbir ordusunda yüreği seninkinden daha temiz ve sağlam askere rastlanmamıştır. Her zaferin mayası sendedir. Her zaferin payı sendedir" diye seslendiğini anım satan Orgeneral Büyükanıt, kahraman Mehmetçiğin anılarının Kartaltepe'de yapılan anıtla yaşamaya devam edeceğini söyledi. Birinci ve İkinci İnönü Savaşları'ndan Türk Ordusu'nun başarıyla çıktığını ifade eden Büyükanıt, ancak bu galibiyetlerin saldıranların iştahını kesmediğini kaydetti.

Soldan sağa: Törene, Kara Kuvvetleri Komutanı Org. İlker Başbuğ, Milli Savunma Bakanı Vecdi Gönül, Genelkurmay Başkanı Org. Yaşar Büyükanıt, Ulaştırma Bakanı Binali Yıldırım, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç, sivil ve askeri yetkililer ile Polatlı halkı katıldı. *

Orgeneral Büyükanıt, bu en haklı ve onurlu mücadelenin görkemini yansıtan Kartaltepe Mehmetçik Anıtı'nın yapımını üstlenen Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Koç'a ve anıtın yapımında emeği geçen herkese, heykeltıraş Sait Rüstem'e, Genelkurmay Sanat Danışmanı Mehmet Özel'e teşekkür ederek "Ulusal bağımsızlığımız uğruna canlarını feda etmekten çekinmeyen şehitlerimizin ve kahraman gazilerimizin, ordularımızın başkomutanı Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün aziz hatıraları önünde saygıyla eğiliyor, şehitlerimize rahmet diliyorum" dedi. ■

*** Askeri ünvanlar anıtın açılış tarihindeki görevlerine göre belirtilmiştir.**

le birlikte toplam 32 metre yüksekliğinde. Ayaklar, bel, gövde, baş ve tüfekten olmak üzere beş parçadan oluşan heykelin kendisi 22 metre. Kaidesi ise 10 metre ve üzerinde Sakarya Meydan Muharebesi'ni anlatan sekiz adet rölyef var. Bu rölyeflerde cepheye mermi taşıyan kadınlar, yaralı olduğu halde savaşmaya devam eden askerler gibi "o savaşa ait anlar" var.

Bu kadar büyük bir heykelin sadece yapım süreci değil montajı da bir hayli zorlu olsa gerek…

Ebatları büyüdükçe eser artık sadece eser olmaktan çıkıyor. Ayakta durabilecek kadar güçlü, depremlere dayanabilecek kadar sağlam yapılması gerekiyor ki bu da ciddi bir mühendislik bilgisi ister. Bu anlamda, "Dur Yolcu - Mehmetçik Anıtı"nı yaparken sadece bir heykeltıraş değil ama aynı zamanda mimar ve mühendis gibi de çalıştım. Sürekli hesaplar yaptım, heykelin her bir parçası üzerinde titizlikle çalıştım. Montaj ise tam anlamıyla sınav anıydı. Açılıştan önce heykelin montajını yaparken Genelkurmay Başkanlığı'nın temsilcileri de oradaydı. Biz vinç üzerinde montaj yaparken onlar da aşağıda, bir aksilik olmaması ve heykelin boynunun başını taşıması için, adeta dua ettiler. Sonuçta titiz mühendislik hesapları kazandı. Herhangi bir sıkıntı

olmadan kaidenin ve heykelin montajını yaptık.

Anıtın kendisi kadar dikildiği yer de önemli sanırız…

Kesinlikle. Biliyorsunuz anıt Polatlı'daki Kartaltepe Mevkii'ne dikildi. O bölgede yer alan Duatepe, Malıköy, Beştepe ve Çaldağ gibi yerler Sakarya Meydan Muharebesi'nde en şiddetli çarpışmalarının yaşandığı yerler. Kartaltepe'nin ise çok daha büyük bir önemi var çünkü düşman ordusu burada durdurulmuş. Yunanlılar Kartaltepe'de bir daha ilerleyememecesine durduruluyor ki bu, savaşın kazanılması demek. Anıttaki Mehmetçik de düşmana eliyle "dur"' diyor,"Buradan ileri geçemezsin". Nitekim düşman ordusu bu noktadan sonra hezimete uğruyor ve geri dönmek zorunda kalıyor. Böylece hem TBMM'nin hem de Kurtuluş Savaşı'nın karargâhı olan Ankara düşman tarafından işgal edilemiyor ki bu çok büyük bir moral kaynağı.

Anıt, galiba sadece düşmana değil, yolu oraya düşenlere de 'Durun' diyor ve herkesi Kurtuluş Destanı üzerinde düşünmeye çağırıyor. Bu nedenle mi adı "Dur Yolcu - Mehmetçik Anıtı?"

Sakarya Meydan Muharebesi bu milletin özgürlük fermanı. Bu savaşta cepheye koşan subay ve astsubayların yüzde 80'i; erlerin ise yüzde 40'ı şehit düşmüş ya da ağır yaralanmış. Türk ordusunun ve milletinin verilen onca kayba rağmen özgürlüğünü korumak adına canını dişine taktığının bir ifadesi bu savaş. Bu nedenle üzerinde düşünülmeyi hak ediyor. Nitekim ülkemizde çok yaygın değil ama bu tür anıt heykeller dünyada eğitimin de bir aracı olarak kullanılıyor.

Paronun yıldızlı bayileri

Paro üyelerinin üye işyerlerindeki paro tecrübelerini ölçümleyen gizli müşteri araştırmasında parolu üç bayi tam puan aldı. Araştırmada başarılı sonuçlarıyla dikkat çeken bayilerimize göre müşteri memnuniyeti her şeyden önce geliyor ve her müşteri güler yüzle karşılanıyor

Paro, Koç Bilgi Grubu şirketlerinden Tanı Pazarlama ve İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin yönettiği bir müşteri programı. Paronun simgesi mavi yıldız bulunan üye işyerlerinde, parolu kart kullanan müşteriler ekstra paropuan, kampanya ve indirimler kazanıyorlar. Arçelik, Arstil, Avis, Aygaz, Beko, Continental, Divan, Fiat, Ford, KoçAllianz, Koçtaş, Migros, Opet, Setur, Yamaha'da hem paropuan kazanılıyor hem de harcanabiliyor. Tanı, paro üyelerinin üye işyerlerindeki paro tecrübelerini ölçümlemek için, bir gizli müşteri araştırması yaptı. Gerçek müşteriler uygulamada görev alarak bayileri ziyaret edip bu noktalardan alışveriş yaparak hizmet alırken, paro programının bayi çalışanları tarafından nasıl uygulandığını gözlemledi. Parolu kartın sorulması, paro kuponunun ve paropuan slibinin verilmesi, paro görsellerinin sergilenmesi ve Worldcard'ın paro özelliğinden bahsedilmesinin dikkate alındığı değerlendirme sonucunda üç bayi tüm kriterlerden tam puan aldı. İşte Aygaz Tüpgaz Denizli, Ford Servis Niğde ve Arçelik Edirne bayilerinin paro uygulamalarındaki başarılarının sırları.

Yılmaz Ticaret, Denizli

Ramazan Yılmaz, 1989'dan bu yana Aygaz Tüpgaz Bayii. Denizli'deki, Yılmaz Ticaret adlı işyerini, oğlu Özgür Yılmaz'la birlikte işletiyor. Ramazan ve Özgür Yılmaz, paro uygulaması başladığından bu yana, yani 2004 yılından beri müşterilerini paroyu kullanmaya teşvik ediyorlar. 2006'da 5 bin parolu kart dağıttıklarını anlatan Ramazan Yılmaz, paronun müşterileri tarafından tercih edilmesini, devamlı fayda sağlamasına bağlıyor.

Paro programının, Yılmaz Ticaret'in müşterileri arasında etkin kullanılmasının ardında ise farklı nedenler var. Bunların en önemlisi, müşteri memnuniyetiyle, paronun kullanım yaygınlığı arasındaki bağlantıyı keşfetmiş olmaları. Özgür Yılmaz, şöyle anlatıyor: "Müşterilerle temas eden personelimiz, sipariş alanlar ve servis görevlilerinden oluşuyor. Tüm çalışanlarımızın, müşteri memnuniyeti esasıyla çalışmalarına özellikle dikkat ediyoruz. Bir aksama olduğunda, neden kaynaklandığını, nasıl gideceğini mutlaka tespit ediyoruz. Müşteriyle temas edip görüşlerini alıyoruz. Böyle bir sistemimiz var. Servis elemanlarımızın, müşterilere parolu kartları olup olmadığını sormaları, kartın faydalarını anlatmaları ve müşterileri kartı

edinmeye teşvik etmelerine özellikle dikkat ediyoruz. Çünkü paronun, müşteri memnuniyetinin artmasına etkisi olduğunu biliyoruz. Müşterilerimizle iletişim kurduğumuzda bu memnuniyeti gözlemliyoruz." Yılmaz, paroyu kullananların sayısının gittikçe arttığını, gelecekte de artmaya devam edeceğini düşünüyor. Yılmaz Ticaret'in 36 çalışanının 19'u servis görevlisi. Özgür Yılmaz, servis görevlilerini paro uygulamasını tanıtmaya teşvik etmek için kendi içlerinde bir prim sistemini devreye soktuklarını anlatıyor:
"Kendi içimizde servis görevlilerimizi teşvik etmeye çalışıyoruz. Her ay, en fazla sayıda müşterinin parolu kart edinmesine vesile olan veya en fazla paropuan toplatan çalışanımıza 50 YTL prim veriyoruz. Ay sonunda kim iyi çalışmış diye bakıyor, en iyi çalıştığını belirlediğimiz kişiye bu primi veriyoruz."

BEPA, Niğde

Ford Bayii Bekir Paslanmaz'ın Niğde, Nevşehir ve Aksaray'da olmak üzere üç mağazası var. 2002'den bu yana bayilik yapan Paslanmaz'ın şirketinin adı, kendi isim ve soyadının ilk hecelerinin birleşiminden oluşuyor: BEPA. Bekir Paslanmaz, arada beş yıllık bir boşluk olsa da, aslında bir anlamda babasının işini devam ettiriyor. Çünkü babası Mustafa Paslanmaz da, 1973-1993 yılları arasında Ford bayiliği yapmış.
Bugün üç ile yayılmış olan BEPA'lar, paro kampanya ve avantajlarını 2005 yılından bu yana aktif olarak müşterilerine sunuyor. Bekir Paslanmaz, paro programının sağladığı faydaların bir hayli fazla olduğunu anlatıyor: "Paro üye işyerlerinin sayısının her geçen gün artmasıyla, parolu kart sahibi müşterilerimizin kendilerini ayrıcalıklı, öncelikli ve kazançlı hissederek daha rahat alışveriş yapmaları için olanak sağlandı. Uygulama sayesinde müşteri yelpazemiz daha da genişledi. Paronun, müşterilerin her türlü ihtiyaçlarını giderme yönünde sağladığı güven ve artırdığı memnuniyetin, satışlarımıza olumlu etkisini açıkça gözlemleyebiliyoruz."
BEPA'daki ilgili çalışanlar, paro ile ilgili tüm eğitimleri almış ve paro uygulamalarının önemini özümsemiş durumdalar. Bekir Paslanmaz, çalışanların paroyu, uygulamanın müşteri memnuniyetine etkisini gördükleri için hızla benimsediklerini anlatıyor. "Çalışanlarımız, müşteri memnuniyetine hizmet eden tüm imkânları maksimum seviyede kullanmayı gaye edinmişlerdir" diyor.
Paslanmaz, gizli müşteri uygulamasının, tüm müşterilere eşit seviyede hizmet verme açısından objektif bir bakış açısı sağladığı için de önemli olduğunu söylüyor. Paslanmaz'ın, paro uygulamalarında başarılı olmak için önerileri ise şöyle: "Paro üyesi olan müşterilerimize parolu kartların faydalarının ayrıntılı bir şekilde anlatılması gerekir. Paro üyesi olamamış müşterilerin belirlenerek, uygulamalar hakkında bilgilendirilmeleri ve üye olmalarının sağlanması gerekir. Üye işyerleri, mutlaka paro uygulama ve kampanyalarına duyarlı hareket etmeliler."

Özdimetokalı Ltd., Edirne Uzunköprü

Burhan Özdimetokalı, tam 35 yıldır Edirne Uzunköprü Arçelik Bayii. 73 yaşındaki Özdimetokalı her gün, sabah 08.30'dan akşam kapanışa kadar diğer çalışanlarla birlikte mağazada bulunuyor. Sekiz aydır paro üyesi olarak faaliyet gösteren Özdimetokalı Ltd'nin iki şubesi var. Buralarda, Burhan Özdimetokalı'yla birlikte toplam dokuz kişi çalışıyor. Özdimetokalı çalışanların, "paro bizim mavi yıldızımızdır" dediklerini, paronun ne olduğunu ve sağladığı avantajları müşterilere özenle anlattıklarını belirtiyor.
18 yıldır burada çalışan Mağaza Yöneticisi İsmail Ateş, kendilerini paro uygulamalarında başarıya götüren unsurları şöyle anlatıyor: "Paroyu özendirdik, teşvik ettik. Kart verdik, 'Bakın şu kadar paropuan kazandınız, bunu bir dahaki alışverişinizde de kullanabilirsiniz, Türkiye'nin her yerindeki üye işyerlerinde kullanabilirsiniz' şeklinde ifadelerde bulunduk. Her gelen müşteriye, istisnasız, paroyu anlatırız. Paroda başarılı olmak zorundayız çünkü o bizim mavi yıldızımız." Ateş, "Parolu alışverişler müşteriye bir hediye olarak yansıyor. Müşteri memnun oluyor, paropuan kazandığını bilen müşteri alışveriş yapma ihtiyacı duyuyor" diyor.
Ateş, "Her müşteri bizim için gizli müşteridir" anlayışıyla hareket ettiklerini söylüyor. "Müşterileri hepimiz, her zaman güler yüzle karşılarız" diyor: "Müşteriye elimizden gelen gayretin fazlasını gösteririz. Müşteri velinimetimizdir, deriz. Sonuçta burada markamıza hizmet ediyoruz. Satış yaparken Arçelik'in büyük bir marka olduğunu anlatıyor, servis hizmetlerinden bahsediyoruz. Bunun satışlarımıza büyük katkısı oluyor."
Ateş'in, paro uygulamalarında başarılı olmak için verdiği tavsiyeler şunlar:
"Uygulama öncelikle personele çok iyi anlatılmalı. İşyerindeki herkes paronun avantajlarının neler olduğunu bilmeli. Personel, müşterilere uygulamayı anlatmaları yönünde teşvik edilmeli. Bayiler bu konulara özen gösterirlerse, müşteri zaten 'hayır' demez. Çünkü müşteri paroyu kullanmaya alışıyor, bu avantajı kullanmak istiyor. Müşteriler buraya geldiklerinde 'Ne kadarlık alışveriş yapmam lazım, karşılığında ne alacağım?' diye soruyor. Bu soruların yanıtlarını güzel izah etmek lazım."■

Ramazan Yılmaz

Bekir Paslanmaz

Burhan Özdimetokalı

Koç Kimlik Rehberi yenilendi

Yeni kurumsal kimlik çalışması tamamlandı. Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç ile kurumsal itibar ve yönetimi, Koç marka değerleri ve kimlik rehberinin yenilenme süreci ile ilgili konuştuk

Kurumların görünen yüzü olan ve logolarından başlayarak web sitelerine, ambalaj tasarımlarından vitrinlerine, tabelalarından resmi evraklarına, kurumsal yayınlarından ofis mimarisine uzanan "kurumsal kimlik" uygulamaları, stratejik iletişim planlamalarının bir parçası olarak zaman zaman yenileniyor. Koç markası için de böyle bir yenilenme çalışması, Koç Kurumsal İletişim Direktörlüğü yönetiminde, Koç logotaypını da (Koç boynuzu ve Koç yazısı) yaratmış olan dünyaca ünlü tasarımcı Ivan Chermayeff liderliğinde ve ülkemizin tasarım alanında önde gelen isimlerinden Serdar Benli ve ekibinin çalışmalarıyla sonuçlandırıldı. Koç logotaypının topluluk şirketlerinin iletişimine olumlu katkı sağlayacak bir mimari ile kullanılmasını sağlamak amacıyla başlatılan bu sürecin sonunda açıkça tarif edilmiş ve sınırları net olarak belirlenmiş yeni bir "Kurumsal Kimlik Rehberi"ne sahip olundu. Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi, Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç, konuyla ilgili sorularımızı yanıtladı.

Marka gücünün rekabet gücüyle çok yakın ilişkisi olduğu biliniyor. Koç Topluluğu da günümüzde artık küresel marka olmuş kurumlar gibi, "güçlü bir marka kültürü"ne sahip olma özelliğini DNA'sında taşıyor. Kurumsal itibarın marka üzerindeki etkileri hakkında düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

İtibar yönetimi her geçen gün daha önemli hale geliyor. Kurumsal itibar ta-

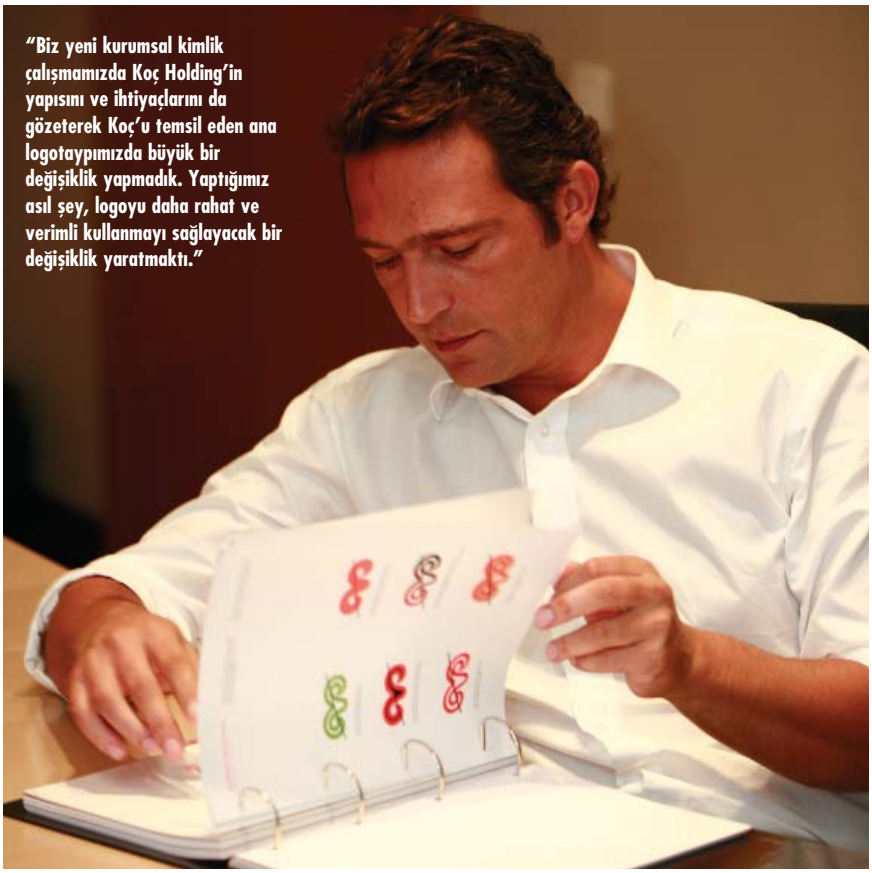
Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç, "Değişim ve yenilenme; marka algısının ve müşteriyle olan bağın güçlenmesi yönünden önemli" diyor.

nım olarak insanların bir kuruluş hakkındaki olumlu ya da olumsuz değer yargılarının bütünü demektir. Güçlü ve olumlu kurumsal itibara sahip olan şirketler, paydaşlarının, yani müşterilerinin, çalışanlarının, tedarikçilerinin, hatta yatırımcılarının ilk tercihi haline gelir. Özellikle de müşteriler nezdinde yaratılan kurumsal itibar marka değerini yükseltir ve müşteri sadakatini artırır. Bu da kurumsal itibarın marka üzerindeki etkisini doğrudan ortaya koymaktadır.

Rekabette kurumsal kimliğin önemini ve Koç Topluluğu özelinde neyi ifade ettiğini sizden dinlemek isteriz.

Koç markasının gücü, pek çok farklı sektörde rekabetçi olmamızın kuşkusuz en büyük etkenlerinden biri. Tutarlı iletişimi, ortak bir dili ve doğru marka algılamasını temin eden kurumsal kimlik uygulamaları da, şirketlerin markalarını koruyabilmeleri, sağlıklı bir şekilde geleceğe taşıyabilmeleri ve rekabetçi olabilmeleri için hayati öneme sahip. Şirketler için marka iletişimlerini yönetmede bir rehber niteliği taşıyan kurumsal kimlik çalışmaları, Koç Topluluğu özelinde de istenen Koç marka algısını oluşturabilmek için A'dan Z'ye gerekli olan tüm temel prensipleri belirler.

Chermayeff, kendisiyle geçen yıl yaptığımız röportajda "değişim ile devamlılık" arasındaki dengeye dikkat çekmişti ve "Devamlılık kimliği oluştururken, değişiklik ilginin devam etmesini sağlıyor" demişti. Buradan yola çıkarak kurumsal kimlikteki yenilenme çalışmasını bir değişim ihtiyacı olarak değerlendirebilir miyiz? Böyle bir ihtiyacı oluşturan nedenleri konuşabilir miyiz?



Kurumsal kimlik oluşturmanın ve kimlik yenilemelerinin markaya yapılan yatırımları ve marka çalışmalarına odaklanmayı işaret etmesi bakımından şirket çalışmalarını ve performansını olumlu etkilediğini düşünüyoruz. Pek çok konuda olduğu gibi değişim ve yenilenme, marka algısının ve müşteriyle olan bağın güçlenmesi yönünden de önemli.

Biz yeni kurumsal kimlik çalışmamızda Koç Holding'in yapısını ve ihtiyaçlarını da gözeterek Koç'u temsil eden ana logotaypımızda büyük bir değişiklik yapmadık. Yaptığımız asıl şey, logoyu daha rahat ve verimli kullanmayı sağlayacak bir değişiklik yaratmaktı. Logotaypımızı daha "kullanıcı dostu" bir hale getirdiğimizi söyleyebiliriz.

Koç logotaypı, yıllardır tüm Topluluk için bir değer. Bu değeri kaybetmeden yenilenmesini istedik. "Güven" algısı yaratan bu değerin doğru kullanılması, geleceğe taşınması bizim için çok önemliydi. Koç logotaypı, Topluluk şirketleri tarafından iletişim çalışmalarında imza olarak yer alıyordu. Tüm Topluluk şirketleri tarafından kullanılan mevcut logotaypın, her uygulamayı destekleyebilen esnek bir yapısı yoktu. Bu nedenle şirketlerimizin yaşamını kolaylaştıracak bir kimlik rehberi çalışması yapmak ana hedefimiz oldu. Bu amaçla yola çıktık ve hem şirketlerimizin ilgili profesyonellerinden hem markamızla teması olan müşterilerimizden hem de pazarlama/tasarım uzmanlarından destek aldık ve hedefe doğru ilerledik.

> "Rehberimiz, şirketleri kendi logo kullanımlarında özgür kılmak, Koç markasını imza olarak kullanırken tüm Topluluğun ortak prensiplere göre hareket etmelerini sağlamak amacını taşıyor"

Ortak bir imza

Kurumsal kimlik çalışmaları neticesinde yapılanları ve ana uygulama değişikliklerini özetleyebilir misiniz? Uygulamadaki yeniliklerin getireceği faydaları ve kullanım kolaylıklarını da öğrenebilir miyiz?

Yaptığımız araştırmalar sonucunda kırmızı koç boynuzunun Koç Holding'le bire bir eşleştirildiğini gördük. Koç logotaypı, tek başına tüm kamuoyunun kolaylıkla Topluluğumuzla özdeşleştirdiği bir iletişim aracına ve ortak bir imzaya dönüşmüş durumda. Yeni kurumsal kimlik çalışmamızda, ana Koç logotaypımızda değişiklik yapmadık. Ancak logomuza kullanım esnekliği sağlamanın bir ihtiyaç olduğunu düşündük ve renk alternatifleri getirdik. Daha önce Topluluk şirketlerinde Koç, "kıvrım" ile sembolize ediliyordu; yeni kurumsal kimlik çalışması ile bu kullanımı da değiştirdik. "İmza" olarak kodladığımız yeni bir tasarımda karar kıldık.

Bu çalışmalar kapsamında, kurumsal kimlik rehberimizi de yeniledik. Hem Koç Holding'e özel uygulamalara kurallar getiren hem de oluşturduğumuz marka mimarisi üzerinden şirketlere yönderlik eden bu rehber, şirketleri kendi logo kullanımlarında özgür kılmak, Koç markasını imza olarak kullanırken tüm Topluluğun ortak prensiplere göre hareket etmelerini sağlamak amacını taşıyor.

Koç markasının değerleriyle ilgili kapsamlı çalışmalar yaptınız ve bu çalışmalardan yola çıkarak dört değer belirlediniz. Bu çalışmadaki amacınız neydi?

"Kurumsal Kimlik Rehberi"mizin üstünde çalışırken, Koç Holding olarak marka değerlerimizle ilgili de stratejik çalışmalar yaptık ve rehberde kısaca bu değerlere de yer verdik. Koç markasının ayrılmaz dört değerini liderlik, iyimserlik, dayanışma ve değer yaratma olarak belirledik. Önümüzdeki dönemde bu değerlerin iletişimini daha etkin bir şekilde yapmayı da hedefli-

yor ve onların yaptığımız her işte bütün çalışanlarımıza yol göstermesini ve ilham vermesini istiyoruz. Tüketicilerimiz ve kamuoyu için "güven" kavramıyla hemen eşleştirilen Koç imzamızın, bu dört değere odaklanarak yönetildiğinde daha da güçleneceğini düşünüyoruz.

Bu dört değer ve açılımları hakkında neler söylemek istersiniz?
"Kurumsal Kimlik Rehberi"mizde de yer alan açıklamaları okuyucularımıza aktarmak en doğrusu olacaktır. Buradaki açıklamaların marka değerlerimizin özünü yansıttığını düşünüyorum.
Liderlik: Her zaman olduğu gibi yeniliklerde başı çeken, örnek alınanı yaratan, öncü kurum olarak yola devam edeceğiz. İlerici düşünerek, cesur ve azimli olarak, yetkin davranarak, gerçek anlamda lider olmayı sürdüreceğiz.
İyimserlik: Modern dünyanın bir parçasıyız ve dünyayı daha iyi bir yer haline getirebileceğimize inanırız. Odaklanma yeteneğimiz ve dinamik tavrımızla her zaman doğru yönde hareket etmeye kararlıyız. Dünya hakkında daha fazla öğrenmeye ve sunduğu fırsatları değerlendirmeye son derece istekliyiz.
Dayanışma: İnsanlar ve ilişkiler yaptığımız işin merkezini oluşturur. Ortaklarımızla, dağıtımcılarımızla, küresel aktörlerle olan bağımız ve onlarla gerçekleştirdiğimiz ekip çalışması bizim için yaşamsal öneme sahiptir. Dayanışmaya inanırız. Hem Türkiye'yle hem de bütün dünyayla...
Değer Yaratmak: Değer yaratmaya ve büyümeye, sadece parayı değil, insanları, fikirleri, teknolojiyi ve çevreyi de içine alan bütünsel bir yaklaşımla bakarız. Şirketimizi uzun vadeli bir perspektifle yönetiriz.

"Koç boynuzu bire bir markayla örtüşüyor"

Kurumsal Kimlik Rehberi'ndeki önsözünüzde çalışmalar sırasında müşterilerinizden ve şirketlerinizden görüş aldığınızı belirtiyorsunuz. Çalışmaya yansıyan görüşler üzerine konuşabilir miyiz?
Mevcut logomuzun algısını ölçtüğümüzde, kırmızı Koç boynuzunun bire bir Koç markasıyla örtüştüğünü gördük. Ana logomuzu olduğu gibi tutup, Topluluk şirketlerindeki imzamızı yenilemeye karar verdiğimizde de yine müşterilerimize döndük. Gençlere, öğrencilere, ev hanımlarına, işadamlarına, çalışanlara ulaştık ve buna göre de alternatiflerimizin zayıf ve güçlü yanlarını belirledik. Bu süreçte bir yandan da şirketlerimizdeki profesyonellerden ve bayilerimizden görüş aldık, çünkü üzerinde çalıştığımız kimlik düzenlemeleri hem yenilenmek hem de şirketlerimizin işlerini kolaylaştırmak içindi. Tüm bu değerlendirme sürecinin sonunda Koç markamızı ve yeni marka mimarimizi belirledik.

> "Koç markasının ayrılmaz dört değerini liderlik, iyimserlik, dayanışma ve değer yaratma olarak belirledik. Önümüzdeki dönemde bu değerlerin iletişimini daha etkin bir şekilde yapmayı da hedefliyoruz"

Koç logotaypının farklı zeminlerde kullanım örnekleri.

Koç Topluluğu gibi farklı sektörlerdeki 80'i aşkın şirketi temsil eden bir yapıda böylesine kapsamlı bir çalışmayı yapmanın güçlükleri nelerdir?
Hem ilgili Koç Holding yöneticileri hem de şirketlerimizdeki profesyoneller bu değişimi olumlu karşıladıkları için güçlük yaşanmadı demek en doğrusu olur. Özünde ihtiyaç üzerine başlanmış bir çalışma olduğu için memnuniyetle ve ilgiyle karşılandı. Uzman tasarımcılarımızı ve zaman zaman da reklam ajansımızı işin içine alan süreçte işlerin pürüzsüz ilerlediğini söyleyebiliriz. Şu sıralar şirketlerimizin de desteğiyle yeni kurumsal kimlikle ilgili uygulamalarda hızla yol alıyoruz.

"Şirketlerimizle sürekli temastayız"

Yeni kurumsal kimlik çalışmalarınızın sosyal paydaşlarınız nezdinde daha çok benimsenmesi için nasıl bir çalışma yürütmeyi planlıyorsunuz? Bu konuda özel olarak sizin Koç Topluluğu şirketlerine bir mesajınız var mı?
Şu anda önceliğimiz, tüm Koç Topluluğu şirketlerinin rehberi anlamaları, benimsemeleri ve tutarlı bir şekilde kullanmaya devam ederek ilgili tüm çalışmalarına yansıtmaları. Şirketlerimizle sürekli temastayız, bir süre beraber ve yakın çalışacağız. Sonrasında zaten rehber de oldukça anlaşılır olduğu için sürecin oturacağını düşünüyoruz. Biz tabii ki yine markamızın iletişim mecralarındaki duruşunu takip ediyor olacağız ki rehber bize uzun zaman sağlıklı bir şekilde hizmet edebilsin.
İletişim ekipleriyle düzenli olarak toplantılar yapılacak, ayrıca proje ve işler bazında bire bir görüşmeler de devam edecek. En başta aktardığım gibi, benimsendiğini test edip emin olduğumuz bir çalışmayı derinlemesine ele alıp bitirdik. Şirketlerimizin iletişimlerine 1 Eylül 2008 itibarıyla yeni Koç imzası ve yeni rehberimizin içeriği işledikçe, rehberin daha da çok benimseneceğini düşünüyorum. Yaptığımız yenilikler ve düzenlemeler şirketlerimizin ve bizim çalışmalarımızı hızlandıracak ve kolaylaştıracak çözümler sunuyor.
Şirketlerimize uygulama aşamasında verdikleri destekten dolayı teşekkür ederim. ■

Sabah ihale akşam teslimat

Üstelik her gün!

VKV Amerikan Hastanesi, ilaç taleplerinin günlük online ihalelerle karşılanması için Promena ile çalışmaya başladı. Hastane'nin Satınalma ve Lojistik Müdürü Vedat Peker ile Eczane Müdürü Aslı Özyıldırım bu süreci ve sonuçlarını değerlendirdi

Vehbi Koç Vakfı Amerikan Hastanesi'nin Promena ile birlikte geliştirdiği proje hayata geçti. Bu sayede hastanenin tüm ilaç satın alımları online platforma aktarılmış oldu.

İlaç Yönetimi Süreci;
İlacın,
- Seçimi
- Tedarikçinin belirlenmesi
- Teslim alınması
- Depolanması
- Doktor tarafından direktif edilmesi
- Eczanede hazırlanması
- Hasta bakım alanına transferi
- Hastaya uygulanması
- Hasta üzerindeki etkilerinin izlenmesi

süreçlerini içeren multidisipliner bir süreçtir. Bu süreçlerin bir veya birkaçında oluşabilecek aksaklıklar hastanın tedavi kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir.

İlaç Yönetimi Sürecine bakıldığında, hastanemizdeki en kritik ve uzmanlık gerektiren satınalma faaliyetlerinden birinin ilaç satın alımları olduğunu söylemek gerekir. Bir bütün olarak ilaç tedarik zincirinin son derece düzgün çalışması, sağlık hizmetlerinin başarılı bir şekilde yönetilmesi açısından son derece önemli hale gelmekte, toplam başarı içinde Satınalma ve İlaç Yönetimi faaliyetlerinin birbiriyle uyumlu ve entegre çalışması kaçınılmaz olmaktadır. Tüm bunların yanında ilaç maliyetlerinin hastanenin en başta gelen direkt maliyet kalemlerinden biri olması, ilaç satınalma faaliyetlerinin başarısı ile doğru orantılıdır.

Sürekli iyileştirme

Bu konuda Promena ile birlikte geliştirip uygulamaya koyduğumuz, "Online ilaç ihalelerinin sistematik hale getirilmesi" şeklinde özetleyebileceğimiz model yaklaşık bir ay süren deneme süresinin sonucunda oldukça başarılı oldu ve kullanıma girdi.

Yeni uygulamanın hayata geçmesiyle yaklaşık olarak yıllık 5-6 milyon YTL tutarındaki ilaç alımlarımız bütünüyle Promena platformuna aktarılmış oldu.

İlaç alımlarının son derece dar kâr marjları ile, günübirlik ve oldukça dinamik çalışan bir piyasada gerçekleşiyor olması yaptığımız ilaç satın alımlarının da dinamik, akılcı ve günübirlik olmasını zorunlu kılmaktaydı. Rekabetin, günlük iskontoların ve günlük kampanyaların çok yoğun olduğu ilaç sektöründe uzun dönem anlaşmalar ilaç maliyetlerini artırmakta, günlük satın alımlar ise rekabet yaratılmasının zor olduğu bir sistemde yoğun bir işgücü ve zaman kaybına yol açmaktaydı.

Sürekli iyileştirme anlayışı içinde, eczane bölümü tarafından oluşturulan ilaç taleplerinin günlük online ihaleler ile karşılanmasının en uygun yöntem olacağını düşünüp bu konu üzerinde Promena ile çalışmaya başladık.

İşgücü verimliliğinde artış

Kısaca uygulamadan bahsedecek olursak; VKV Amerikan Hastanesi'nin stok yönetimi sisteminin hastane stoklarını tarayarak oluşturduğu ilaç talepleri eczane kontrolünden geçtikten sonra satınalma bölümüne yönlendirilir, bu ilaç talepleri satınalma tarafından uygun formata getirildikten sonra her sabah Promena'ya aktarılır. Online ihale platformu, VKV Amerikan Hastanesi sayfasında daha önceden satınalma ve eczane bölümleri tarafından akredite edilip onaylı tedarikçi listesine alınmış, ülkenin en büyük ilaç depolarının yer aldığı ve kazanan tedarikçilere satınalma bölümü tarafından siparişlerin geçildiği bir ortam şeklinde tasarlanmıştır. Pren-

(Soldan sağa) Nilgün Tekin (Satınalma Uzmanı), Vedat Peker (Satınalma ve Lojistik Müdürü), Aslı Özyıldırım (Eczane Müdürü), Müge Kayrak (Eczacı).

Büyük yatırımların başarılı bir şekilde online ihale yoluyla satın alınabilmesi aslında kurumsal başarının ve ekip çalışmasının bir simgesidir. Bu durumda elde edilen başarı da doğal olarak kurumsal bir başarı oluyor

sip olarak verilen ilaç siparişlerinin yüzde 90 oranında ihale gününde, yüzde 10 oranında 2 gün içinde teslim edilmesi benimsenmiştir. Bu anlayış içerisinde online ihale faaliyeti ilaç alımı konusunda günlük işlerimizin değişmez bir parçası, Promena ise daimi iş ortağımız haline gelmiştir. Bu yöntem kaliteyi sürdürmek için bizlerin önem verdiği yeni bir anlayıştır. Deneme süresi içinde online ihale yönteminin sadece bir fiyat düşürme aracı olmadığını, uygun şartlar yaratıldığında satınalma faaliyetlerini hızlandırdığını ve bu sebeple ciddi anlamda işgücü verimliliği sağladığını net olarak gözlemledik.

Sistemin bize kazandırdıkları

▼ Promena ile gerçekleştirilen projeden önce günübirlik değişen fiyatlar sebebiyle uzun dönemli ilaç sözleşmeleri verimsiz olduğundan her gün gelen onlarca sipariş sebebiyle satınalma bölümü çalışanları saatler süren fiyat araştırması yapmak zorunda kalıyordu. Online ihale ile bu faaliyet bütünüyle sonlanmış, ciddi işgücü verimliliği sağlanmış, daha kaliteli bir işleyiş daha kısa bir zamanda gerçekleşmiş oldu.

▼ Günlük online ihale siteminden önce zaman darlığı sebebiyle en büyük iki-üç ilaç deposu ile çalışmak zorunda kalıyorken yeni uygulamada en büyükler de dahil 9-10 tedarikçinin (direkt üreticiler ve aracı depolar) ihaleye katılımını sağlıyoruz. Böylece sektör içindeki rekabetçi ortamda söz sahibi olabiliyoruz.

▼ Online ihale uygulaması ile ihale başına yüzde 2 ile yüzde 6 aralığında bir maliyet avantajı yakalanmış durumdadır.

Kurumsal başarının yolu

İlk kez VKV Amerikan Hastanesi'nde uygulanan online ihale yöntemi şeffaf ve güvenilir olması sebebiyle ilaç tedarikçileri tarafından da oldukça başarılı ve profesyonel bulunmuş ve çok beğenilmiştir. Genel kanımız, bizler tarafından tasarlanan bu modelin bir müddet sonra sektörde yeni bir anlayışın temelini oluşturacağı, standart satınalım modeli olarak kabul göreceği şeklindedir.

İlaç satın alımlarında online ihaleler ile sağladığımız bu gelişmeden sonra, "İlaç Otomasyon Sistemi" ile "ERP Sistemi"nin birbiri ile entegre çalışmaya başlayacak olması; ilaç yönetimi sürecinin, kaçağa yer vermeyen, hasta güvenliği ve kaliteyi ön planda tutan bir süreç olarak adımıza yaraşır bir şekilde sürdürülmüş olmasını sağlamış olacaktır. ERP Sisteminde otomatik olarak üretilen her ilaç talebinin eczane kontrolünden geçtikten sonra Promena Platformu'nda işleme girerek siparişinin verildiği, teslim alınan ilaçların eczane bölümü tarafından yönetilen İlaç Otomasyon Sistemi ile VKV Amerikan Hastanesi'nin her köşesine kontrollü bir şekilde dağıtıldığı, takip edildiği, doğru ilacın doğru hastaya, doğru zamanda, doğru miktarda uygulanmasını sağlayan, meydana gelebilecek olası ilaç hatalarını minimize edecek olan, tam anlamıyla entegre bir ilaç lojistiği sistemine sahip olacağız. Böylesine gelişmiş bir model Türkiye'de ilk olarak VKV Amerikan Hastanesi'nde kullanılıyor olacak.

VKV Amerikan Hastanesi Satınalma ve Lojistik Bölümü olarak online ihale yöntemini kullandığımız tek alan ilaç satın alımları değil. Hastanemizde kullanılan birçok direkt ve endirekt malzemeyi artık online ihaleler ile aldığımız gibi, en gelişmiş teknolojileri bünyesinde barındıran ve kullanım alanı itibarı ile alım kriterleri çok farklılaşabilen Tıbbi Cihaz alanında da başarılı ihaleler düzenleyebiliyoruz. VKV Amerikan Hastanesi teknolojik altyapısına büyük katkı sağlayan PACS (Picture Archiving Communication System), RIS (Radiology Information System), malzeme ve ilaç otomasyon sistemleri, Dijital Mamografi Cihazı gibi birçok yüksek bedelli, karmaşık ve ileri teknoloji ürünü sistemlerin satın alımı Promena Platformu'nda yapılmıştır. Bu örneklerin herbiri Türkiye'de sağlık sektöründe yapılan ilk online ihale uygulamaları olup VKV Amerikan Hastanesi'ne ciddi maliyet avantajlarının yanında büyük bir prestij de kazandırmıştır.

Bu büyük yatırımların başarılı bir şekilde online ihale yoluyla satın alınabilmesi aslında kurumsal başarının ve ekip çalışmasının bir simgesidir. Bu tip çok kullanıcılı sistemlerde ihale şartnamelerinin hazırlanması, tedarikçilerin tespit edilmesi, kullanıcıların, proje yöneticisinin, satınalma bölümü çalışanlarının ve ilgili diğer bölümlerin ortak hareket edebilmesi ile mümkün olabiliyor. Bu durumda elde edilen başarı da doğal olarak kurumsal bir başarı oluyor.

Kesin sonuç

Bu gelişmeler altında biz VKV Amerikan Hastanesi olarak ihale ve kazanılacak maliyet avantajının büyüklüğünden bağımsız olarak online ihale yöntemini temel iş yapış prensibi olarak benimsemiş durumdayız. Buna paralel olarak üst yönetimimizin de bizi sınırsız bir şekilde desteklemesi ve teşvik etmesiyle uygun olduğunu düşündüğümüz her alımı Promena Platformu'na taşımayı öncelikli hedef olarak görmekteyiz.

Sonuç olarak satın alım yöntemi ne olursa olsun uygun rekabet şartları ve şeffaf ihale ortamı yaratılmamış ise yapılan satınalma başarılı olamaz. Fakat uygun bir konuda, iyi hazırlanılmış, tedarikçi seçimleri iyi yapılmış bir online ihalenin geleneksel ihale yöntemlerinden daha iyi sonuç vermesi neredeyse garantidir. ■

İstanbul'un taşı toprağı tarih

Yenikapı, Sirkeci ve Üsküdar hattında sürdürülen Marmaray kazılarının sonucunda binlerce arkeolojik eser gün ışığına çıkarıldı. Ortaya çıkan eserlerle 8 bin yıllık bir tarihe sahip İstanbul'un geçmişi de gün ışığına çıkıyor. İstanbul Arkeoloji Müzesi Müdürü ve Marmaray Kazıları Başkanı İsmail Karamut'la kazılarda ortaya çıkarılan buluntular ve bunların dünya ölçeğindeki yansımalarını konuştuk

İstanbul'da metro ile başlayıp Marmaray ile devam eden ulaşım projeleri, arkeolojik bir seferberliğe dönüştü adeta...

Marmaray projesi, 3 milyar dolarlık bir finansmanla yapılan, ülkemizin en büyük ulaşım projelerinden biri. İstanbul Arkeoloji Müzeleri de proje kapsamındaki istasyonların bulunacağı alanlardaki arkeolojik kazıları yapmakla görevlendirildi. Yaklaşık dört yıldır Üsküdar Meydanı'nda, Yenikapı'da ve Sirkeci'de kazılarımızı sürdürüyoruz. Bu kazılar, elde edilen buluntular itibariyle bilim dünyasını, dünyadaki bütün arkeologları ilgilendirecek önemde sonuçlar ortaya koydu.

Yenikapı, sanırım bu çerçevede önemli bulgular sundu arkeologlara?

Yenikapı'da çalışmalara başladığımızda biz orada antik kaynaklardan hareketle bir antik limanın olduğunu biliyorduk teorik olarak; Theodosius Limanı. Ama limanı lokalize edemiyorduk. Yeri belli değildi, sınırlarını çizemiyorduk. Çalışmalar sonucunda işte bu liman ortaya çıktı.

Nasıl bir limanla karşılaştınız?

Yenikapı'yı çok önemli kılan buluntularla karşılaştık. Bu buluntular İstanbul'un tarihini değiştiren çok önemli bilgiler içeriyor. Özellikle Bizans dönemi gemiciliğiyle, o dönemin gemi yapım tekniklerivle, dini inançlarıyla, günlük yaşamıyla, sosyal yaşamıyla ilgili çok ilginç bilgiler elde ettik. Nihayetinde bir liman kazıyoruz ama, o limanda o denizcilerin bütün geçmişini, serüvenini görebiliyoruz.

Kazılarda, bu limanı son derece ilginç kılan 32 gemi kalıntısı bulduk. Bu çok çok önemli. Çalışmaları derinleştirdikçe bu gemilerin önemli bir bölümünün büyük bir fırtına sonucu battığı ortaya çıktı. Aslında liman, Bizans İmparatoru I. Theodosius, yani İS 4. yüzyılda yapılmış ve 7. yüzyıla kadar da aktif olarak kullanılmış. Mısır'dan İstanbul'a buğday getiren gemilerin yanaştığı bu liman, 7. yüzyıldan sonra Arapların Mısır'ı ele geçirmesi nedeniyle işlevini yitirmiş ve giderek küçülmüş. Yine de Osmanlı'ya kadar, yani 13. yüzyıla kadar kullanılmış.

Kazılarda limanda yaşayan insanların ve gemicilerin kullandıkları gündelik ve teknik eşyalar bulduk. Şu anda küçük buluntu sayısı 10 bini aştı.

Buluntuları nasıl koruyacaksınız?

Limandaki hedeflerimizden birincisi her

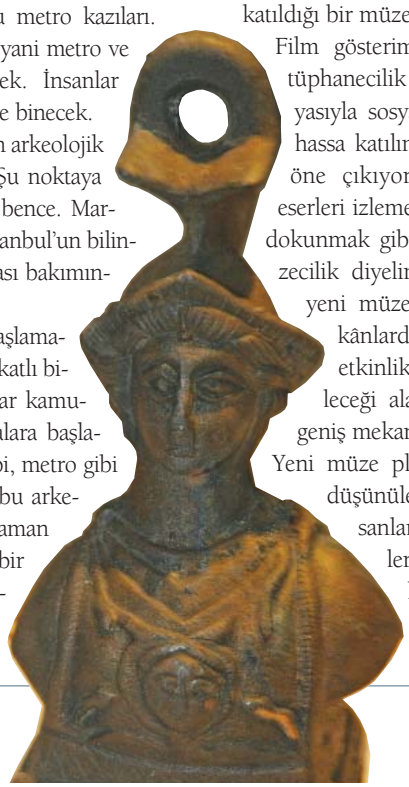
şeyden önce bir müze yapılması ve o müzede sözünü ettiğim o 32 geminin büyük bir bölümünün, konservasyon çalışmalarının tamamlandıktan sonra sergilenmesi... Çalışmalar şimdiden başladı.
Bu konuda İstanbul Üniversitesi ile Deniz Bilimleri Fakültesi'nin öğretim üyeleriyle birlikte çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Çünkü çalışmalarımız, yalnızca arkeologlarla yapılabilecek çalışmalar değil. Jeologlar, veterinerler, kemik bilimcilerle birlikte çok yönlü olarak çalışıyoruz. Arkeoloji bunların tümüne yetmez, diğer bilim dallarından yardım istemek zorundayız.
İkinci olarak, orada "Yüz Ada" olarak adlandırdığımız bir bölüm var. Bu bölümde de taşınmaz kültür varlıkları çıktı. Limanın hemen kıyısında, 51 metre uzunluğunda 4.2 metre genişliğinde sur kalıntıları çıktı. Kalıntıların büyük olasılıkla Konstantin surlarına ait olduğunu düşünüyoruz. Ayrıca mezar odaları, "hipojeler" ortaya çıktı.

Yenikapı'da mı "Yüz Ada" dediğiniz bölge?
Evet, Yenikapı'daki limanın hemen kenar bölümünde... Yine orada, surun altında "potern" dediğimiz bir gizli geçit çıktı.
Bütün bunları biz koruma kurullarına götürdük. Kurullarda limanın kenarındaki bu alanın olduğu gibi korunmasına karar verildi ve şimdi orada bir "arkeopark" yapımına başlandı. Büyükşehir Belediyesi bir Kentsel Tasarım Projesi yaptıktan sonra o alan olduğu gibi korunacak ve proje içinde bize bir müze alanı belirleyecek, orada da bir müze binası yapılacak. Bütün bu eserler orada sergilenecek.

Arkeoloji Müzeleri olarak konumunuz ne bu bağlamda?
Bizim İstanbul Arkeoloji Müzeleri olarak burada yapmaya çalıştığımız şey şuydu: Bir yanda büyük bir mühendislik projesi var. Ülkemizin en büyük projesi ve İstanbul'un ulaşımını büyük ölçüde rahatlatacak önemli bir proje. Diğer yanda da kültür varlıklarımız, tarihimiz... Hem bu projenin önünü kesmemek hem de aynı zamanda bulduğumuz bütün o kültür varlıklarını korumak durumundayız. Tahrip etmemek, çok iyi belgelemek ve geleceğe aktarmak zorundayız. Kent arkeolojisinin çeşitli güçlükleri var. Yani siz statik bir kentte kazı yapmıyorsunuz.
Üniversitedeki akademisyenler, bir bölgede kazı yapmak istediklerinde kafalarında bir soru vardır, o sorunun yanıtını bulmak için orada kazı yaparlar. Ama bizim burada yaptığımız iş, bir anlamda bir kurtarma kazısı. Yani biz orada işe başlarken herhangi bir sorunun yanıtını aramak için kazılara başlamadık. Mühendislik projesinin önünü açmak için çalışmalara başladık ama karşımıza çıkan kültür varlıkları beklediğimizin çok ötesinde oldu.

Bu kadarını beklemiyordunuz yani?
Beklenmiyordu tabii ki. Örneğin antik kaynaklardan, liman olduğunu bildiğimiz o alanın balçıkla, kumla dolu bir alan olduğu tahmin ediliyordu. Ama orada batmış gemilerle ve zengin tarihi bulgularla karşılaşmak bizim için büyük bir sürpriz oldu. Bilim adına çok önemli bulgular bunlar. Çünkü o dönemin, yani II. yüzyılın denizciliği ve gemi yapım teknikleriyle ilgili çok önemli bilgiler edindik. O teknikler de bize bir geçiş dönemiyle karşı karşıya kaldığımızı gösterdi. Eski geleneksel gemi yapım tekniklerinin bitmiş olduğunu, artık mühendislik tekniklerinin birlikte tasarım gemiciliğine geçildiğini öğrendik orada.
Buluntularımızdan en önemlilerinden biri de sözünü ettiğim gemilerin altında çalışmalara devam ettiğimizde bulduğumuz kalıntılar oldu. Neolitik çağ, yani günümüzden 8 bin yıl öncesine giden kalıntılar bunlar. Tarihi Yarımada'da tarımcı toplulukların yaşadığını anladık. Pendik'teki höyüklerde, Fikirtepe'de bunları biliyorduk ama Tarihi Yarımada'nın içinde neolitik çağ bulguları bizi çok heyecanlandırdı tabii.

Bir kısım eserlerin metroda sergileneceği haberleri tartışmalara yol açtı...
Yenikapı'da yaptığımız kazıları iki bölümde değerlendirmemiz lazım. Birincisi Marmaray, yani Ulaştırma Bakanlığı'nın finansörü olduğu bölüm. Diğeri de Büyükşehir Belediyesi'nin sorumlusu olduğu metro kazıları. Yenikapı'da bu iki çalışma yani metro ve Marmaray entegre edilecek. İnsanlar orada birinden inip diğerine binecek. Biz orada yalnızca bu olayın arkeolojik yanıyla, kazılarla ilgiliyiz. Şu noktaya dikkat etmemiz gerekiyor bence. Marmaray ve metro kazıları, İstanbul'un bilinmeyenlerini ortaya çıkarması bakımından büyük bir fırsat.
Çünkü biz çalışmalara başlamadan önce o bölgelerde çok katlı binalar vardı. Bütün o binalar kamulaştırıldıktan sonra çalışmalara başlanabildi. Eğer Marmaray gibi, metro gibi büyük projeler olmasaydı bu arkeolojik çalışmalar hiçbir zaman yapılamazdı. Bu durumu bir fırsat olarak değerlendirmek lazım. Bunu yaparken de hiçbir belgeyi, bilgiyi yok etmeden, tahrip etmeden çalışmalarımızı sonlandırmak bizim hedefimiz.



Dr. İsmail Karamut kimdir?

1950 Konya doğumlu İsmailş Karamut, 1972 Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Klasik Arkeoloji Bölümünden mezun. Çanakkale-Kebrene, Muğla-Lagina ve Strantonikea, Antalya-Kaş ve Kilise, Adıyaman-Lidar Höyük, Manisa-Sardes, Mersin- Anamur, İzmir-Efes kazılarına Bakanlık temsilcisi olarak katılan Karamut, Alanya'da görev yaptığı sırada Syedra antik kenti kazısı ile Selinus antik kenti kazılarının başkanlığını yürüttü. 1973 yılından itibaren çeşitli görevler alan Karamut 2004 yılında Alanya Müze Müdürlüğü'nden İstanbul Arkeoloji Müzeleri Müdürlüğü'ne atandı. Yayınlanmış 30'a yakın makalesi bulunan İsmail Karamut İstanbul Marmaray Projesi Kazıları kapsamında Yenikapı, Üsküdar, Cağaloğlu ve Sirkeci'de yapılmakta olan kazıların başkanlığını yürütüyor

Müzecilik teknikleri açısından ne durumdayız?
Müzeciliğin konseptinde önemli bir dönüşüm var. Bundan 40 yıl öncesinin müzeciliği, depolama ağırlıklı ve sergilemeye yönelikti. Ama günümüzde, çağdaş anlamda işletildiği zaman müzeler, toplumu ciddi boyutlarda dönüştürecek, geleceğine olumlu anlamda yön verecek önemli kurumlardan biri haline geliyor.
Yeni müzecilik anlayışında toplumla buluşmayı hedefliyoruz. İçinde yaşanılan bir müzeciliği arzuluyoruz. Uygulamalı müzecilik ya da yaşayan müzecilik de diyebiliriz buna. Salt gezilip çıkılan değil, içinde birçok etkinliğin yapıldığı ve insanların da buna katıldığı bir müzecilik.
Film gösterimleri, konserleri, kütüphanecilik faaliyetleri ve kafeteryasıyla sosyal bir müzecilik. Bilhassa katılım olgusu bu noktada öne çıkıyor. Sadece vitrindeki eserleri izlemek değil, bazen onlara dokunmak gibi yani. Katılımcı müzecilik diyelim buna. Bu nedenle yeni müzeler artık küçük mekânlarda değil; söz konusu etkinliklerin gerçekleştirilebileceği alanları bulunan, daha geniş mekanlara ihtiyaç duyuyor. Yeni müze planları, bütün bunlar düşünülerek hazırlanıyor. İnsanların bir müzeye girdikleri zaman, hem bilgilenmeleri hem de eğlenmeleri hedefleniyor. ■

Osman Atasoy
Yeniden uzaklarda

Deniz ve denizcilik vazgeçilmez bir tutku, hele uzakların büyüsü dayanılmaz. Masmavi bir dinginlikte ilerlemek, ilerlemek, ilerlemek... Osman Atasoy'la Uzaklar II adlı teknesiyle yeniden yollara düşüp Horn Burnu'nu dolaşacağı ikinci yolculuğu üzerine sohbet ettik

Uzaklar II teknesinin ilk yolculuğunuza çıktığınız Uzaklar'dan farkı var mı?
Ne kadar zor bir soru. Malum, insanın çocukları arasında fark araması zordur derler. Nicelik olarak bakarsak Uzaklar II tabii ki çok daha büyük bir tekne. 14 metre boyunda ve tam 18 ton ağırlığında. Uzaklar ise sekiz buçuk metrelik boyu ve 4 tonluk ağırlığıyla narin bir hanımefendiydi. Ancak dış görünüşe aldanmamak lazım. Onun belki fiziki yapısı küçük ama kocaman, sevgi dolu bir kalbi var. Bunu biliyorum. Nereden mi? Garip yolcularını sevgiyle sarıp kolladığı minicik kamarasında geçirdiğim uzun yıllardan biliyorum. Güvertesinin her bir zerresinde dünya okyanuslarının tuzunu taşıyan sevgili Uzaklar'ımız yaklaşık bir yıldan beri Rahmi M. Koç Müzesi'nde demirli. Benim onu karada görmeye içim elvermediği için hâlâ yeni limanına gidip göremedim. Ama umarım ona orada hak ettiği ilgiyi gösteriyorlardır.

Yeni yolculuğun rotası nasıl olacak?
Akdeniz, Cebelitarık, Kanarya Adaları, muhteşem Güney Okyanusu, Horn Burnu… Ancak unutulmamalı ki denizde kesin plan yapılmaz, sadece öngörüde bulunulur. Zaman, teknenin içindeki ve dışındaki koşullar neye, ne kadarına izin verir ancak yaşanarak ortaya çıkar.

Neden Horn Burnu'nu seçtiniz?
Aslında bu doğal bir gelişme. Belki de o bizi seçti. Horn Burnu denizcileri sessizce kendisine çağıran bir denizcilik anıtıdır. Okyanus aşırı seyahatler yapan her denizci günün birinde onun çağrısını duyar ve oraya gitmesi gerektiğini hisseder. Bu çağrıya karşı koymak çok zor.

Dünyada çok az yelkencinin geçebildiği Horn Burnu'nun zorlukları neler?
Yıl boyu fırtına şiddetinde esen rüzgârlar. Bu fırtınaların kaldırdığı aşırı büyük dalgalar. Dünyanın sonu sayılabilecek bu bölgede herhangi bir kara engeli olmadı-

Atasoy, Uzaklar'ın kitabını yazdı

Osman Atasoy, 1992-1997 yılları arasında 40 bin deniz miline yakın yolu aşarak, çıktığı dünya turunu "Uzaklar" adlı kitabında anlatıyor. Atasoy, yaşadıklarını akıcı bir üslupla kaleme aldığı eserine "Bu kitap, içinde uzakların çağrısını duyanlara adanmıştır" ithafıyla başlamış... Kitap, gerçekten de sadece denizcilere, uzun yolculuklar planlayanlara değil; hayal kurmayı seven her kesimden okuyucuya hitap ediyor. Okuyucu her sayfası renkli fotoğraf ve haritalarla dolu kitapta gezinirken Atasoylar'la birlikte uzak sulara yelken bastığı hissine kapılıyor...

ğından, bu dalgalar büyüyerek ve durmadan dünyanın çevresini dolaşırlar.

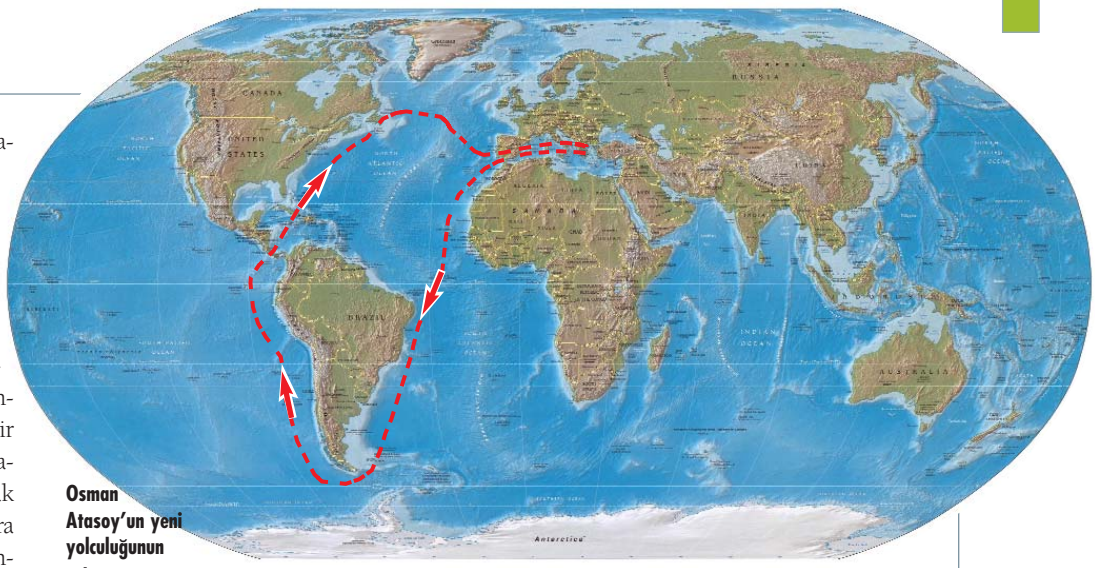
Sonu gelmez gibi görünen denizle baş başa kalmak nasıl bir duygudur?
Okyanus dışarıdan bakan birine sıkıcı bir yer gibi görünebilir. Uçsuz bucaksız bir su yığını ve üzerinde gene ona benzeyen tekdüze bir mavilik, gökyüzü… İnsanda monotonluk hissi uyandıran bir yer. Bir an önce geçilmesi gereken, karşı kıyıya varana kadar katlanılan sıkıcı bir yer… Ancak içine girip de birkaç gün geçirdikten sonra öyle olmadığı anlaşılır. Ben bu birkaç günden sonra, sanki bambaşka bir âlemin kapısından içeri girdiğimi fark ederim. Orada tüm sıkıntılardan uzak hakiki bir hayat yaşamaya başlarım.

Yolculuğun süresi ne kadar olacak ve hangi ülkelere uğranacak?
Bir yıl civarında süreceğini tahmin ediyorum. Güney Amerika ve Okyanusya'da birkaç ülkeye uğrayabiliriz. Mümkün olsa karaya hiç uğramamayı, tüm zamanı "Okyanus Ülkesi"nde yol alarak geçirmeyi tercih ederim.

19 bin 500 milin tamamını yelken basarak mı gideceksiniz?
Tamamı olmasa da yüzde 95'ini yelkenle gideriz. Zaten motorla daha fazla gitmemiz mümkün değil. Çünkü taşıyabileceğimiz yakıt miktarı belli.

Seyahatinizi karadan takip edebilecek miyiz?
Medya sponsorumuzun sitesinde, (www.hurriyet.com.tr) seyahatimiz yayınlanacak. Motor Boat & Yachting adlı dergide de her ay seyahat yazılarımız yayınlanacak. Ayrıca seyahatin resmi web sitesinden de (www.osmanatasoy.org) isteyenler bizi takip edebilecekler.

Yolculuk süresince ne tür sağlık problemleri yaşanabilir? Sağlık problemleriyle nasıl başa çıkıyorsunuz?
Denizde herhangi bir kara yolculuğunda yaşanabilecek sağlık sorunlarından çok daha fazlasıyla karşılaşılmaz. Belki biraz daha fazla çarpma, burkulma, ufak tefek kesikler olabilir. Ancak en önemli fark, bunların en yakın karadan binlerce mil uzaktayken başa gelebilmesidir. Karadaki gibi "yakındaki" bir sağlık merkezine gitmek dahi düşünülemez. Bu yüzden her türlü sorunu kendi başımıza çözmemiz gerekir. Bu kısıtlamanın tek iyi tarafı insanı karadakinden çok daha dikkatli davranmaya yöneltmesi.



Osman Atasoy'un yeni yolculuğunun rotası.

Başkalarından daha "cesur" olduğunuz için mi böylesine "tehlikeli" sayılabilecek bir yolculuğa çıkıyorsunuz?
Bizim yaptığımızı yapmak isteği sanırım her insanın içinde var. Bu belki de doğuştan gelen bir özellik. Ancak bu özellik insanın çok derinlerinde ve yaşadığımız her gün üzeri biraz daha örtülüyor. "Modern" dünyada yaşadığımız her yeni tecrübe, öğrendiğimiz her yeni bilgi onu biraz daha derine itiyor. Ben okyanusların sonsuzluğunda gitmeyi çok seviyorum. Kendi küçük teknemin içinde çok mutluyum. Kat ettiğim her milde kafamın ve ruhumun rahatladığını hissediyorum.

Sponsorlarınız arasında bulunan Koç Topluluğu şirketleri Ford Otosan ve Netsel Marina'dan nasıl bir destek gördünüz?
Ford Otosan, teknenin seyahat hazırlıkları sırasında önemli katkılarda bulundu. Setur Genel Müdürü Vedat Midilli Bey'in talimatıyla da Uzaklar II Marmaris Netsel Marina'da karaya çekilip 40 gün misafir edildi. Her iki firmanın yöneticilerine de teşekkür ederiz. Eylül ayı sonunda çıkacağımız seyahatin son hazırlıkları için malzeme, yol giderleri için de nakit desteğine ihtiyacımız devam ediyor.

Geçen ay, Türkiye'de yat ve yelkencilik sektörüne yönelik mağazası açılan West Marine gibi şirketlerin varlığı denizciler açısından ne tür yararlar sağlıyor?
İlk dünya seyahatinde gittiğimiz yerlerde West Marine'in adını çok duyardık. Demir yerlerindeki uzun yoldan gelmiş Amerikan teknelerinin çoğunun, bu şirkete sipariş ettikleri herhangi bir malzemeyi bekliyor olması dikkatimi çekmişti. Bir gün bize de bir kataloğunu verdiler. Kalın, telefon rehberi gibi bir kitaptı. İçinde akla gelebilecek her türlü deniz malzemesinin teknik özellikleri ve fiyatı yazılıydı. İstediğiniz malzemeyi buradan seçip postayla sipariş veriyordunuz. Firmanın siparişleri en ıssız yerlere bile kısa sürede ulaştırdığını söylemeleri hoşumuza gitmişti. Piyasada değişik firmaların olması rekabeti ve kaliteyi artırır. Bu da denizcileri "yolunacak kaz" gibi gören kimi firmaların kendilerine çekidüzen vermelerini sağlar.

Türkiye'de giderek artan bir deniz merakı var. Yeni nesil denizcilere tavsiyeleriniz nelerdir?
Onlara yelkenlerini nasıl trim etmeleri, seyir sırasında nelere dikkat etmeleri, eşlerinin tekneye daha sık gelmesi için neler yapmaları gerektiği hakkında önerilerde bulunmayacağım. Çünkü çoğu tekne sahibinin daha ilk günden teknesini piknik aracı gibi kullandığını görüyorum. Onlara önce teknelerini "evleri" gibi görmelerini tavsiye ederim. Bunun için de işe teknelerindeki kâğıt tabak, bardakları atıp, yerine cam olanlarını almakla başlamaları gerekecek! Bu basit ama kökten bir zihniyet değişiminin ilk adımı olacak. ■

Osman Atasoy kimdir?

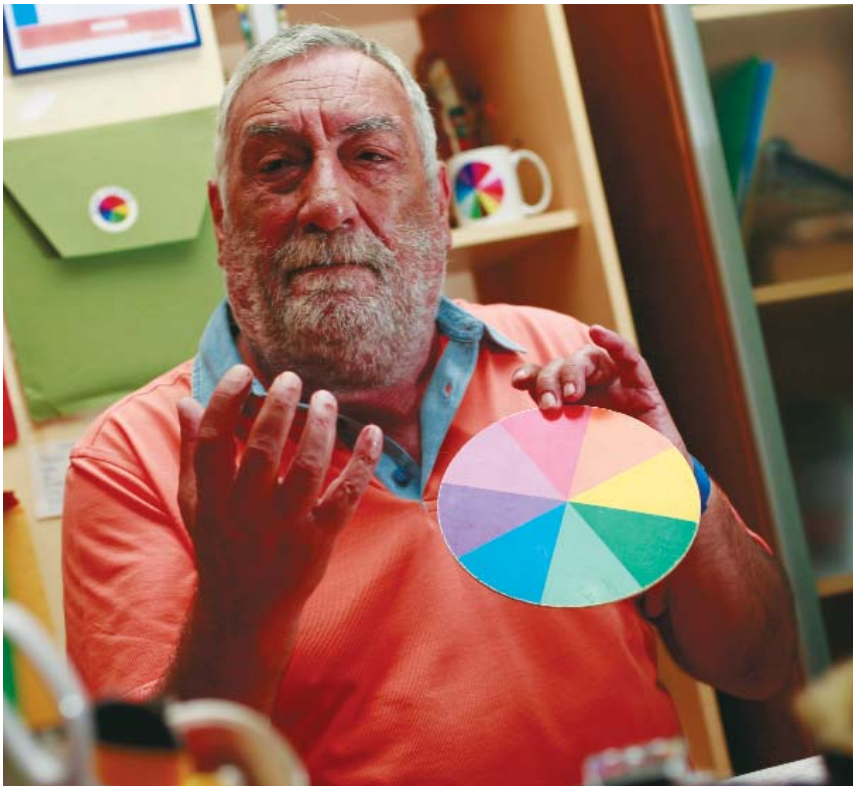
Osman Atasoy, 1992-1997 yılları arasında "Uzaklar" adlı teknesiyle eski eşi Zuhal Atasoy'la birlikte dünyayı dolaşan Türk denizcisi. 1992'de sekiz buçuk metrelik yelkenlisi Uzaklar'la İzmir'in Sığacık Koyu'ndan yola çıkan Osman Atasoy, 40 bin deniz mili yol kat ettiği deniz seyahatini 1997'de tamamlayarak Türkiye'ye döndü. 1995'te yolculuk sırasında Yeni Zelanda'da kızı Deniz dünyaya geldi. Uzaklar, dünyayı dolaşan ikinci Türk bayraklı tekne ve dünyayı dolaşan en küçük Türk teknesi oldu. Osman Atasoy, seyahatten sonra çeşitli TV kanallarında çalıştı. Dünya seyahatinin anılarını "Uzaklar: Atasoy'ların Dünya Seyahati" adlı kitapta topladı. Atasoy, Sibel Karasu'yla birlikte "Uzaklar 2" adlı yeni bir yelkenliyle ikinci bir seyahate çıkmayı planlıyor. İkinci seyahatin rotası ise fırtınaları ve sert koşullarıyla bilinen, denizcilerin korkulu rüyası Horn Burnu.

İletişimin renkleri

Taksiler neden sarıdır? Fast Food restaurantları neden duvarlarında kahverengini kullanır? Renklerin günlük yaşamımızdaki algılarımıza yansımalarını, renklerin iletişim alanında kullanımıyla ilgili pek çok seminer düzenleyen renkbilimci Metin Yahya Üster ile konuştuk

İnsanlar neden kendilerini renklerle ifade etme ihtiyacı hissediyor?
Renkler konusu eski Hint kutsal metinlerinde geçen Vastu Veda'ya kadar dayandırılıyor...
Evet. "Vastu (yer) Veda (bilgi/bilim)" öğretisine bakarsak, 5 bin yıl önce, insan öncesi çağda renkler varmış. Renkler doğada dans edip şarkı söylüyorlarmış. Renkler insana çok kutsal bakmışlar, çok sevmişler. Demişler ki "Yaşamın ulvi ve kutsal varlığı insan, gel, biz seninle dostluk kurmak istiyoruz". İnsan yaşama geldikten sonra renklerin insana baktığı gibi, insan renge bakamamış. Çünkü insan daha ziyade doktrinsel ve kuralcı yaşamış; pozitif yaşamış. Yaşamın pozitif boyutunda acımasızlıklar var, stres var; ama renk tertemiz bir kimliktir.
Renk saflıktır, temizliktir, bir şeyi doğru iletmektir, güzel iletişim kurmaktır. İnsan her ne kadar rengi ön plana geçirmese de içinde yaşıyor bunu, hissediyor.

Çağlar boyuncu renklerin temsil ettiği anlamlar da değişiyor mu?
Eskiden figürler, rumuzlar, simgeler varmış hayatta. İşte İbrani figürleri, horozun gözü, insanları nazardan koruduğuna inanılan. Rengin birinci plana geçme sebebi simge ve rumuzlarla hareket etmek. Sonra renkler otağ kurmuş. İnanışlara baktığımız zaman Brahma insanlarla iyi iletişim kurabilmek için turuncu ve sarı renkleri ön plana geçirmiş. Budha'ya baktığımız zaman kırmızı, turuncu ve sarıyı kullanmış, sıcak renkleri. Konfüçyüs "asil renk sarıdır" demiş. Halbuki Batı asil rengi mor olarak kabul etmiş.



Neden mor? Nasıl bir anlamı var?
Mor tayf renklerinin en sonuncusu. Bilim dünyasında merak edilen gizemli bir dünya mor. Gizemin kendisi. Morun karakteristik özelliğinde kutsallık, bilgelik ve ulvilik yatıyor. Biraz hayal dünyası yatıyor, derinlik yatıyor. Sıradan insanlar morla pek barışık değildir, sıra dışı insanlar mora yakınlık duyarlar.

Kurumsal iletişim projelerinde renkler nasıl kullanılmalı?
Renk dünyasını yeterince bilimsel açıklamaya çalıştığımızda renk çemberiyle hareket etmemiz gerekir. Standart renk çemberine baktığımız zaman kırmızı tek başına kullanıldığında spektrumun en hareketli rengi. 650 dalga boyu var. Atak, güçlü, kendinden emin, cesur, seksüel ve aşksal bir benlik yaratırken çok ileri gidi-

Metin Yahya Üster kimdir?

1944 İstanbul doğumlu, psikoloji ve felsefe üzerine yaptığı araştırmalar ve çalışmalarla "renk uzmanı" olarak tanınan Metin Yahya Üster, "Renkler geri geliyor" adlı kitabıyla renklerin insan hayatını yönlendiren birer iletişim aracı olduğunu vurguladı. Gazete ve dergilerde yayınlanan yazıları, radyo programları ve düzenlediği seminerlerle günlük hayatta renklerin kullanımı konusunda önemli ipuçları verdi. Üster ayrıca kurumsal alanda uygulamalı seminerler de vererek, renkle insan tanıma sanatı sıcak satış ve başarıyı yakalama eğitimleri gerçekleştirdi. Renk seminerleri ve kurslarıyla renksel bir inanış meydana getiren Metin Yahya Üster, dekorasyonda renkler, müzikte renkler, resim sanatında renkler açılımlarıyla endüstriyel ve sektörel bir renk dünyası meydana getirdi. Üster halen Renk Center Psikolojik Danışmanlık Eğitim Merkezi'nde çalışmalarını sürdürüyor.

lirse saldırgan bir tutum yaratabilir. O yüzden kırmızının frenine basan tamamlayıcısı turkuazdır. Onun için mesela bize danışıldığında kırmızı ile turkuazı yan yana kullanın diyoruz. Macenta ile yeşil, morla sarı, maviyle oranj yan yana kullanıldığında bir ahenk yaratıyorlar. Bu bir şirket olduğunda ahenkli bir şekilde oturuyor. Çünkü her şeyden önce, rengin öncesinde bir enerji hadisesi var. Enerjinin çarpıp kırıldığı her şey bir renge dönüşür. Saniyede 299 bin kilometre hızla hareket ediyor. Newton'un "Spectrum Solaris" adını verdiği anlatı bu. Renkleri doğru kullanma sanatına sahip olursak, ve bunları bilirsek; mutluluk, sevgi, iyi gelecek, doğru eş bulma, doğru dostluklar kurma, kalıcı birliktelikler; bunların hepsini meydana getiriyoruz…

Koç Holding'in rengi nedir sizce?

Koç Holding'i nümerolojiye sokalım, nasıl bir sonuç çıkacak, onu bir görelim. Bravo demek lazım çünkü renk analizinde sıfır yok. Yani hiç nötr yok. Koç üç renkle birlikte; kırmızı, sarı ve çivit mavi. Bunları açıklayalım; kırmızı atak, güçlü, kendinden emin, cesur, sevgisel. Sarı entelektüel, buluşçu, projeci, üst mental zekâ. Çivit mavi de sağlıklı ikili ilişkiler. Demek ki Koç oturmuş bir grup. Bu iç güdü renklerin yanında barışık renkleri de var. Turuncu zarif duyguları ifade ediyor; yeşil denge; huzur ve güveni; mavi mağrur, gururlu, onurlu kimliğini; eflatun bilge, kutsal bir katta yaşadığını; opal hayatını anlamlı hale getirmek için çaba sarf ettiğini; lal ise acımak ve merhamet duygusunun yerinde olduğunu gösteriyor.

Renklerin kullanımı bireysel ya da kurumsal başarıyı nasıl etkiliyor?

Gazetelerin insan kaynakları eklerini inceliyorsunuzdur. Burada hep kişisel başarı, takım ruhu, yöneticilik gibi konular var. Ne yaparsanız yapın her şey bir enerji hadisesidir. Şunu söylemek istiyorum: Ben mütevazı insanım; benimle konuşurken beni beğenebilirsiniz, çok donanımlı bulabilirsiniz; işte bu enerjiden sonra yaptığınız röportaj oturur.

Mesela iş görüşmelerinde renk önemli mi?

Şunu söyleyebilirim, biz iş toplantılarına, karşıdaki kişinin adını soyadını bildiğimiz için onu nümerolojiye sokuyoruz; eksik renklerini bularak o görüntüyle karşısına çıkıyoruz. Onda olmayan bir şeyi vererek onu duygusal doyuma taşıyoruz. İnanın çok faydasını görüyoruz, sistem oturuyor. Bunun dışında da sistemleri var; dengeli bir toplantı istiyorsanız, yeşil bir aurada görünmekte fayda var. Toplantıyı lehinize çevirmek istiyorsanız sarı vazgeçmeyeceğiniz renk, yönetim rengi. Ancak sarı bazen iddialı hale gelip sinir sistemini öne çıkarabilir.

Renk enerjisini insanlar kişisel gelişimde nasıl kullanabilirler?

Tenimize temas eden renkler bizi kendi karakterleriyle etkilerler. Renklerin karakteristik özellikleri var. Kişi atak, cesur, kendinden emin olmak istiyorsa kırmızıya yakın olacak. Ten temaslı giysilerinde bunu kullanacak. Duygularının öne geçmesini istiyorsa turuncuyu seçecek. Denge huzur, güven arıyorsa yeşil; entelektüel bir benlik için sarı; iyi iletişimi özlüyorsa mavi; bilge; kutsal, ulvi bir alanda var olmak istiyorsa mor, eflatun, menekşe, leylak, lila. ■

Renklerin dili

Yeşil: doğanın ve baharın rengidir. Yaratıcılığı körükler. Ayrıca üretkenliği temsil eder. Yeşil rengin ağırlıklı kullanıldığı yerlerde üretkenlik artar. Yeşil alanlarda insanların daha az mide ağrısı çektiği tespit edilmiştir. Yeşil, güven ve huzur verir. O yüzden bankaların logolarında en çok tercih ettikleri iki renkten biridir. Batı'da büyük otellerin mutfaklarında duvar renginin, aşçıların yeniliklerini artırmak için yeşile boyandığı söylenir. Hastaneler de logo ve iç dizaynlarında yeşili tercih eder. Çünkü rahatlatıcı ve sakinleştiricidir. Sakız paketlerinde ve sebze satılan yerlerde de yeşil en çok tercih edilen renktir. Diğer yandan ofislerde kullanılan yeşil renk, güven verici bir izlenim bırakır.

Kahverengi: Gerçekçiliğin, plan ve sistemin rengidir. İnsanlar üzerinde canlılık, hareketlilik etkisi bırakır. Kansas Üniversitesi Sanat Müzesi'nde bir araştırma için halının altını elektronik bir sistemle donatmışlar, duvar rengini beyaz ve kahverengi olarak değişebilir yapmışlar. Arka fonda beyaz kullanıldığında, insanlar müzede yavaş hareket etmiş, daha uzun süre kalıp, daha fazla alanda dolaşmışlar. Arka fon kahverengiye döndüğünde ise, insanlar müzede çok daha hızlı hareket edip, daha az alan dolaşmış ve müzeyi çok daha kısa sürede terk etmişler. O yüzden dikkat ederseniz dünyadaki fast-food restaurantlarının hepsinin sandalyeleri ve masaları kahverengi, duvar boyaları ise kahverengi-şampanya-pembe karışımıdır. Hiçbir fast-food'cunun duvarını beyaz göremezsiniz. Burger King, Kentucky Fried Chicken ve benzer fast-food'lar yıllardır bilinçli olarak tüm duvarlarını baştan aşağıya kahverengi ağaç kaplama yaparlar. Büronuzda kahverengi mobilyalar kullanmayın. Kahverengi aynı zamandı teklifsiz, rahat bir renk olarak kabul edilir. Karşınızdakinin kendini resmiyetten uzak, daha rahat hissetmesini ve açılmasını sağlar. Tüm ünlüleri rahatlıkla konuşturmasıyla tanınan ünlü televizyoncu Larry King'in programında her seferinde kahverengi kravatlar ve ceketlerle görürsünüz. İş görüşmelerinizde, profesyonel toplantılarda kahverengi giymeyin.

Kırmızı: Mutluluğu temsil eder ve kişinin iştahını açar. Dünyadaki ünlü gıda firmalarının hemen hepsinin logosu kırmızıdır. Coca-Cola, Pizza Hut, McDonald's, Ülker, Burger King... Ne kadar parlak olursa olsun, hiçbir renk kırmızı kadar dikkat çekmez. İnsanların üzerinde canlandırıcı, kışkırtıcı ve heyecan verici bir etki yaratır. Tansiyonu yükseltir, kan akışını hızlandırır. Çocuk eşyalarında bu tonun fazla kullanılması, çocukların mutluluğunu temsil etmesindendir.

Sarı: Geçiciliğin ve dikkat çekiciliğin ifadesidir. Bu nedenle dikkat çeksin ve geçici olduğu bilinsin diye tüm dünyada taksiler sarıya boyanır. "Ürün geçici, lütfen geri getirin" demenin bir yolu olarak araç kiralama firmaları da logolarında sarıyı kullanırlar. O yüzden dünyada hiçbir banka ambleminde bildiğimiz sarıyı kullanmaz (portakal ve bronz ya da bakır kimi zaman yer alabilir) çünkü paranın geçici değil, kalıcı olmasını isterler.

Mavi: Süküneti ifade etmesine rağmen mavi, geniş alanlarda kullanıldığında kasvetli bir görüntü verir. Bu nedenle özellikle açık mavi, ofis ve ev ortamlarında ciddiyeti göstermek amacıyla sıkça tercih edilir. Diğer yandan açık mavi renk, mekânsal ferahlık sağlarken, koyu mavi serinlik veren bir etki yaratır. Araplar mavi taşların kanın akışını yavaşlattığına inanırlar. Nazar boncukları bu nedenle mavi taşlıdır. Sakinleştirici etkisi nedeniyle bazı ülkelerde intiharları azaltmak için köprü korkulukları maviye boyanır. Mavi ve özellikle lacivert kozmik bir renk olarak kabul edilir, sonsuzluğu, otoriteyi ve verimliliği çağrıştırır. O yüzden dünyadaki firmaların yarısından fazlası logolarında maviyi kullanırlar. Yapılan araştırmalarda duvarları maviye boyanmış okullarda çocukların daha az yaramazlık yaptıkları saptanmış.

Pembe: Uyum, neşe, şirinlik ve sevginin simgesi. Rahat hissettiren ve dinlendiren bir renktir. Bu yüzden bazı büyük mağazalar müşterilerin kendilerini rahat hissetmeleri için tezgâhtarlarına pembe üniforma giydirirler. Pembe aynı zamanda çocuk rengidir.

Humboldt Araştıma Ödülü sahibi Prof. Dr. Nihat Berker:

"Öğrenciler dünyanın her yerinde aynıdır"

Başarılı çalışmalarıyla bilim dünyasına yaptığı katkılarından ötürü dünyanın en prestijli bilim ödüllerinden "Humboldt Araştırma Ödülü"ne layık görülen Koç Üniversitesi Fizik Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Nihat Berker'le aldığı ödül, öğrencileri ve araştırmaları hakkında konuştuk

Bilim alanındaki en prestijli ödüllerden biri olan Humboldt Araştırma Ödülü'nü aldınız. Türkiyeli bir bilim adamı olarak duygularınızı öğrenebilir miyiz?

Bu vesileyle beni kutlamak nezaketinde bulunmuş olan arkadaşlara da belirtmiş olduğum gibi, benim için en büyük mesleki mutluluk, ülkemde, ülkemin genç insanlarıyla ve onların sayesinde çalışmalarımı devam ettirmek, araştırma ve eğitimde güzel sonuçlar almaya devam etmektir.

Aralarında Nobel ödüllü bilim adamlarının da bulunduğu "Humboldtian" network'üne siz de dahil oldunuz. Böyle seçkin bir kitleye dahil olmanız bilimsel açıdan size ve ülkemize ne tür katkılar sağlayabilir?

Bilim dünyasında önemli bir faktör olan ülkemizin "tanınırlığının" genişlemesi ötesinde, bu sayede Almanya'da araştırma yapan iki öğrencimiz oldu ve biri daha katılacak. Çalışmalarımızla ilintili öğretim üyeleri ve öğrenciler için karşılıklı gerçek bilim üretimi bazlı ziyaretler pekleşecektir. Önümüzdeki iki yıl içinde, Almanya'da birçok üniversiteyi ziyaret etmem de beklenilmektedir.

Nihat Berker Kimdir?

İstanbul doğumlu Nihat Berker, 1967 yılında Robert Kolej'i bitirdikten sonra lisans eğitimi için gittiği MIT'den (Massachusetts Institute of Technology) 1971'de fizik ve kimya dallarından mezun oldu. 1988 yılında profesör ünvanını alan Berker, 1999 yılına kadar akademik çalışmalarına yurtdışında devam etti. 1999 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi'nde göreve başlayan Nihat Berker, 2005 yılında Koç Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak eğitim hayatına devam ediyor. Berker ayrıca MIT'nin hızlandırılmış kurslarında ders veriyor.

Türk öğrencilerle diğer ülkelerin öğrencileri arasında performas açısından bir fark gözlemlediniz mi?
Öğrenciler dünyanın her yerinde aynıdır. Onlara duyarlı olursan, saygı gösterirsen, yüksek performans gösterirler. Benim dört kuralım: (1) Etrafındakileri çok çalıştıracaksın. (2) Kendin daha çok çalışacaksın. (3) Hep güler yüzlü ve olumlu olacaksın. (4) Kin tutmayacaksın. Bunların ardında, ortak başarı garantili olmuştur.

Üniversite öğrencilerinden sonra bu yıl da lise öğrencilerine ücretsiz ders vereceksiniz. Ücretsiz yaz okulları düzenleme amacınız nedir?
Gençlere bilimin, yoğun çalışmanın ve başarının zevkini tattırmak. Bu yoğun programlı kısa süreli dersleri kışın da veriyorum, örneğin son yıllarda MIT'de, Erzurum Atatürk Üniversitesi'nde (102 öğrenci tamamladı), Kayseri Erciyes Üniversitesi'nde (23 öğrenci tamamladı). Gelecek hafta başlayan 12 günlük yoğun programlı dersimi, 25 liseden 100 öğrenci alacak.

Sizce fizik Türkiye'de bir bilim alanı olarak yeterli ilgiyi görüyor mu?
Giderek artan bir itibarımız var. Bunun karşılığında çok büyük hizmetler verebiliriz ve birçoğumuz veriyor da. Bir kere en önemli görevlerimizden biri, liseden gelen öğrencileri, doğanın verilerinden problem kurma, analitik çözüm, çözümün yorumu gibi üniversiter düzeyde düşünce ve işlevlere alıştırmak. Bu görev, üniversitenin ilk yılındaki Fizik I ve II derslerine düşüyor. Bu zor görevde dünyanın bütün üniversiteleri zorlanırlar. Ancak başarılı da olunuyor ve bu çok tatmin edici bir başarı duygusu. Daha genişinde, fizik spesiyalizasyonunun ötesinde, analitik yöntemin ve hayal güçlü cesaretin birleştiği her işte, mühendisliklerden, biyolojik bilimlerden bankacılık ve finansa kadar, fizikçiler isteniyor. Hatta sosyal bilimlerde de. Bu bağlamda, kendim de büyük bir zevkle (ve öğrencilerden ilgiyle) insan ve toplum bilimleri dersleri ve kimya dersleri vermişimdir. Sonuçta, fizikçiler olarak, topluma verilecek çok çeşitli hizmetlerimiz var.

MIT ve İTÜ'den sonra Koç Üniversitesi üniversiter anlamdaki beklentilerinizi karşılıyor mu?
Koç Üniverisitesi'ndeki geniş destek ve aynı zamanda bizden ciddi beklentilerden çok memnunum. Bunu kanıtlayan çeşitli olaylarım var. Pratik bir esneklik ve aynı zamanda ciddi bir beklenti, tam benim mizacıma uyuyor. Bir örnek vereyim: Koç Üniversitesi'ne ilk geldiğim dönem, benden doktoralı ve Kandilli'de F. Gürsey Enstitüsü'nde doktora sonrası araştırmacı Dr. Michael Hinczewski, bu enstitüde bir ders vermeye başladı ve bizden sekiz lisansüstü öğrencisi bu derse yazıldı. Öğrencilerimizin üç ders yükü, eğitim destek yükleri ve Rumeli Kavağı-Kandilli yol eziyeti göze alındığında, bir dersin Gürsey'deki olarak sayılmasını Dekanımızdan istedim. Haklı olarak, bunun bir emsal teşkil edeceğini ve en üst düzeyde karar verilmesi gerektiğini söyledi. Ancak; 24 saat içinde bana geri dönüldü ve "Tamamdır" dendi! Böyle başka deneyimlerim de var.

ABD'deki eğitim sistemiyle Türkiye'deki arasında bir karşılaştırma yapabilir misiniz?
Türkiye'de gençlere, bundan hem genç öğretim üyelerini hem de öğrencileri kastediyorum, daha fazla serbesti ve görünürlük, yaratıcı, etkin ve ödüllendirici bir meslek yaşamı, aynı zamanda kendi seçim ve çalışmalarından sorumluluk tanınmalı. Kişisel üstün başarıdan başarısızlığa kadar sonuçlar gerçek bir değerlendirmeye tabi tutulmalı. Bunu Koç Üniversitesi dahil bazı üniversiteler yapıyor.

Öğrencilik yıllarımızda fizik en korktuğumuz dersti...
Önemli olan ders sırasında kişisel bağlantıyı koparmamak. Bunda sorumluluk öğretim üyesine düşüyor. Şu anda Paris'te kadrolu, geçmişten bir öğrencimin geçenlerde bana anlattığı gibi, MIT'de dersimden çok çekinirken, benim ilk derse girerken kendisine arkadaşça göz kırpmam, bütün kaygılarının yok olmasını ve gerçekten de MIT için bile zor olan bu dersimde başarılı olmasını sağlamış. Öğretim üyesi hep kendini öğrencilerinin yerine koyacak ve standartları da düşürmeyecek; düşürmeye gerek yok zaten. Fakat her durumda, ders bir gerginlik ortamı değil, bunu seçen öğrencilerin kendilerini artırdıkları ve bunda maksimum destek gördükleri, kişilere duyarlı, saygılı, olumlu bir çalışma ortamı olmalı. Zaten çok sayıda değerli öğretim üyelerimiz bu yaklaşımı uygulamaktadır.

Sizce bir öğrencinin başarı kriterleri nelerdir?
En önemlisi, kendine ve öğretim üyesine harbi olması. Derse çalışmamaya karar vermiş olabilir, bunun bir kişisel sebebi olabilir, ancak kendini aldatmasın, dersi geçmeyecektir, ben gücenmem. İkincisi, öğrenmek istiyorsa, devamlı ve sonuna kadar savaşması. Derslikte pasif kalmaması, devamlı anlamaya çalışması ve takıldığı zaman elini kaldırması. Ders dışında beni görmesi. Bunu yapanlar zaten dersin içeriğini alıyorlar ve başarılı oluyorlar.

Projeleriniz için gereken kaynak sorununu nasıl aşıyorsunuz? Bilimsel eğitimin yaygınlaştırılması konusunda devlet ve özel sektör kuruluşlarının ne gibi bir katkısı olabilir?
Devlet kuruluşlarından (TÜBİTAK, TÜBA), üniversitemden gerekli desteği alıyorum. Bazen, özel durumlarda, özel sektörden önemli destek alabiliyorum. Örneğin, geçen yıl bir öğrencimi "Visiting Scholar" olarak MIT'ye yollamak gerekti; bunu özel sektörden kişisel yardım karşıladı. Devlet kuruluşlarından bilimsel kaynak desteği giderek artmakta. Bu kaynaklandırma, kendisini kanıtlayanlara ve proje sonunda ciddi bir değerlendirmeyi aşabilenlere yönlendirilmelidir.

Alexander von Humboldt Vakfı

Ünlü Prusyalı doğabilimci ve kaşif Alexander von Humboldt'un ölümünden sonra anısını yaşatmak için arkadaşları tarafından 1860 yılında Berlin'de kuruldu. Kuruluş amacı Almanya dışına araştırmacı bilim adamları göndermek olan vakıf, Almanya'da araştırmalarını sürdüren akademisyen ve doktora öğrencilerine de destek veriyor. Her yıl dünya genelinde 1800 araştırmacıya destek veren vakıf bünyesinde "Humboldtian" olarak anılan ve aralarında 130 ülkeden 40 Nobel ödüllü bilim insanının da bulunduğu 23 bin kişilik network yer alıyor.

Opet Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk:

Opet bilinçli toplum için çalışıyor

"Üzerinde yaşadığımız topraklara ve insanlarımıza karşı sorumluluklarımız olduğunu düşünüyor; dün, bugün ve yarınlarımızı kucaklayacak projelerle ülkemizi çağdaş bir görünüme kavuşturmak istiyoruz"

Akaryakıt dağıtım pazarının lider kuruluşlarından Opet, sosyal sorumluluk alanında imza attığı başarılı projelerle de adından sıkça söz ettiriyor. Yıllardır sürmekte olan "uzun soluklu" projeleri "Opet Bilinçli Toplum Projeleri" başlığı altında başarıyla yürüten Opet'in sosyal sorumluluk anlayışını ve bu projelerin toplumsal bilince katkılarını Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk'le konuştuk.

"Tarihe Saygı" projesi nedeniyle TBMM Üstün Hizmet Ödülü'ne layık görüldünüz. Duygularınızı öğrenebilir miyiz?

Yapılan çalışmaların takdir edilmesi gerçekten güzel bir olay. Ben ödül almaktan hem mutlu hem de tedirgin olurum. Çünkü ödülü taşımak, ödülü almaktan daha önemlidir. Daha sonrasında yaptıklarınızla o ödüle layık olmak, yaptıklarınızın devamını sağlamak çok önemli. Bu bakımdan ödüllerin ivme kazandırdığını düşünüyorum. Hem şevk veriyor hem de mücadele gücünüzü artırıyor. Ama duygulandım ve mutlu oldum. Çabaların, çalışmaların takdir görmesi projelerin uygulama aşamasında karşılaşılan tüm zorlukları unutturuyor.

"Örnek Köy", "Yeşil Yol", "Yeşil Zincir", "Temiz Tuvalet" ve "Tarihe Saygı" projeleri hangi aşamada?

"Örnek Köy" çok iyi gidiyor. Tarihi dokusu ve doğal güzellikleri zengin, turizm potansiyeli olan köyleri seçiyor, eğitim ve rehabilitasyon çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Uygulama yaptığımız köyler, ciddi bir gelişim ve değişim gösterdi. Biz her ilde bir köyü bu projeye katarak, çevresine örnek köyler yaratmak istedik. Ülkemizde 35 binin üzerinde köy olduğunu düşünürsek, önümüzde gitmemiz gereken daha çok yol var. "Yeşil Yol"a gelince... Gittiğimiz her yerde ağaç dikim etkinlikleri yapıp, halkı bilinçlendirmeye çalışıyor, özellikle öğrencileri, çocukları bu etkinliklerde eğitiyor ve bizzat katkılarını sağlamaya çalışıyoruz. Kullandığımız araçlar, elektrikli ve elektronik cihazlar ve atıklarımızı düşündüğümüzde; her birimizin yılda 17 ağaç dikmesi gerekiyor. Burada araç imal edene de satana da akaryakıt satana da herkese görev düşüyor. Önemli olan, öncelikle var olanı korumak. Yanan ormanlarımızı ve yeni dikilen bir ağacın büyümesi için geçen süreyi dikkate alırsak, ne kadar aciz kaldığımızı üzülerek fark ediyorum. Dikebil-

diğimiz kadar ağaç, koruyabildiğimiz kadar çevre, soluyabildiğimiz kadar temiz hava diyorum.
Neden "Yeşil Zincir" derseniz; bir tek bizim çabamız yeterli değil. Biz Opet olarak "Yeşil Yol" projemizde en az üç yaşında ağaçlar dikiyor ve bunların üç yıllık bakımlarını üstleniyoruz. Her şirket tükettiğinden daha çok dikerse ve bakarsa çok şey değişir. Örneğin akaryakıt sektörünü düşünün... Türkiye'deki istasyon ağını gözünüzün önüne getirin; her istasyonun çevresi 1.5 km ağaçlandırılırsa karayolları bir anda yemyeşil olur. Tüm Türkiye'nin bir anda yeşillendirilmesi belki zor gibi geliyor ama imkânsız değil!
"Temiz Tuvalet" kampanyamız ise sekiz yıldır devam ediyor. Türkiye'nin en uzun soluklu kurumsal sosyal sorumluluk projelerinden olan bu projeyle çok şey değişti. Her şeyden önce insanlar duyarlılık kazandı. Projenin yürüyebilmesi için müşteri destekli Fahri Müfettişlik Sistemi'ni, personel destekli Gezgin Projesi'ni, son olarak da Full-mesaj sistemini geliştirip, uygulamaya başlattık.
"Tarihe Saygı" projesine gelince, çok başarılı bir proje... Başladığı ilk günden bu yana son derece ince detaylarla kurgulandı ve adım adım takip edildi. Bu proje ile Çanakkale-Gelibolu Yarımadası'nda ciddi bir fark yaratıldı. Bundan sonraki hedef, sistemli bir şekilde yapılanların takip edilmesi. Bu proje, yalnız Çanakkale ile sınırlı kalmamalı diye düşünüyorum. Opet'in tarihe, doğaya ve çevreye saygılı, "bilinçli toplum ve bilinçli hizmet" anlayışında bir şirket olmasından son derece mutluyum. Marka imajımızın oluşmasında sosyal sorumluluk projelerimizin büyük rol oynadığını, sevilen, takdir ve tercih edilen bir şirket olmamıza ciddi katkıları olduğunu düşünüyorum.

Opet'in sosyal sorumluluk projelerine ilgisi nereden kaynaklanıyor?
İçinde bulunduğumuz yıllarda işletmelerin sorumlulukları, gönüllülük esaslı olarak, bulunduğu toplumun beklentilerini karşılamak ve toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlamak şeklinde algılanıyor. Diğer yandan işletmeler, faaliyette bulundukları ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişimine katkı sağlamak amacıyla, yaşam kalitesini yükseltmeye yönelik uygulamalar yapıyor. Biz de Opet olarak, üzerinde yaşadığımız topraklara ve insanlarımıza karşı görev ve sorumluluklarımız olduğunu düşünüyor; dün, bugün ve yarınlarımızı kucaklayacak köklü projelerle ülkemizi çağdaş bir görünüme kavuşturmak istiyoruz.

Bu projeler için bugüne kadar ne kadar kaynak yaratıldı?
Her projenin elbette ciddi maliyetleri var. Şu an dört büyük projemiz var ve her biri için yılda en az 500 bin ile bir milyon dolar civarında harcama yaptığımız düşünülürse elbette ciddi rakamlara ulaşıyoruz. Başladığımız iş ne olursa olsun en iyi şekilde yönetilmesi ve bitirilmesi gerekir. Bu nedenle gerekli maliyetlere de hazırlıklı olmak gerekir.

> "Toplumumuzu bilinçlendirmek; çağdaş, eğitimli, ayakları üzerinde durabilen bir Türkiye'ye katkıda bulunmak istedik. Bu da ancak eğitim ve değişimle, bilinçlenme ile mümkün olur"

TEMA ve kamu kurumlarıyla işbirliğine giderken koordinasyon nasıl sağlandı?
"Yeşil Yol" projesinde Karayolları'nın izin verdiği alanlarda ağaçlandırma çalışmalarını TEMA ile birlikte yaptık. Doğa ve çevre bilinci konusunda aynı perspektiften bakıyoruz. TEMA Vakfı, Anadolu'nun her yerinde ve özellikle okullarda güzel örgütlenmiş bir kurum. Ağaçlandırılacak yerlerin ilk tespitini biz yapıp, Karayolları İl Genel Müdürlükleri ve TEMA yetkilileri ile beraber projelendiriyoruz.

Opet, "Bilinçli Toplum Projeleri"yle yıllar süren uzun soluklu projeler üretiyor. Bu kadar uzun süreli projelerde başlangıçtaki heyecanınızı nasıl koruyorsunuz?
Yaptıklarımızın geridönüşümü ve takdir toplaması bize şevk veriyor. Binlerce teşekkür mektubu alıyoruz. Bu da heyecanımızı pekiştiriyor.

Bu uygulamalar için neden "Bilinçli Toplum Projeleri" başlığı seçildi?
"Opet Bilinçli Toplum Projeleri" kapsamında toplumumuzu bilinçlendirmek; çağdaş, eğitimli, ayakları üzerinde durabilen bir Türkiye'ye katkıda bulunmak istedik. Bu da ancak eğitim ve değişimle, bilinçlenme ile mümkün olur. Toplum bilinçlenmedikçe kalıcı bir gelişim beklenemez.

Koç Topluluğu'nun sosyal sorumluluk çalışmaları hakkında düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?
Maddi ve manevi desteklerini, takdirlerini ve teşviklerini almaktan son derecece mutluyum. Koç Topluluğu'nun yaptığı projeleri bu ailenin bir ferdi olarak gururla izliyorum. Ve son olarak, başlatılan 700 bin ağaç seferberliği çok önemli bir proje. Keşke her yıl bu kadar ağaç dikilebilse ve korunabilse!

Sosyal sorumluluk projeleri dışında Opet'i kültür, sanat, sinema ve spor faaliyetlerinde de sponsor olarak görüyoruz. Sponsorluk kriterleriniz nelerdir?
Geridönüşümü sağlıklı olacak konularda sponsorluk yapmak gerekir. Şirketin ruhuna uyan ve diğer yapılanlarla entegre olabilen faaliyetler olmalı diye düşünüyorum.

2010 yılında İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti seçilmesi konusunda ne düşünüyorsunuz? Bu konuya yönelik şimdiden bir çalışmanız var mı?
Ülkemiz için, İstanbul'umuz için gurur verici olur ama endişelerim var. Biz millet olarak sıkışmadıkça iş üretmez ve dar zamana sıkışan her şeyde de kaliteden taviz vermek zorunda kalırız. Yamalı yollarımız, yarım kalmış evlerimiz gibi… O zamana dek tarihi dokuya zarar vermeksizin ciddi restorasyon ve rehabilitasyon çalışmaları yapmak şart. Bu ülkeye yabancı bir vatandaş girdiği andan itibaren karşılacağı her şeyin çok iyi düşünülüp planlanması, tek tek gözden ve elden geçirilmesi gerekli.

Opet'in önümüzdeki dönemde uygulamaya koyacağı yeni projelerden bahseder misiniz?
"Temiz Tuvalet" kampanyası, "Yeşil Yol" projesi, "Örnek Köy" ve "Tarihe Saygı" projelerimiz uzun soluklu projeler. Bunların sağlıklı bir şekilde devamı ve açılımları çok önemli. Ama yeni bir proje yapsanız ne olurdu diye sorarsanız, yanan ormanlarımız ile yok olan geleceğimiz için acil önlem olacak büyük bir projeye en kısa zamanda başlamak ve başarabilmek isterdim.

Beko Beylikdüzü Migros AVM Bayii Tayfun Erdoğan:

"Beko ile evinize dünyayı taşırsınız"

"Türkiye'nin hiçbir yerinde, hiçbir firmada, hiçbir üst düzey yöneticinin cep telefonu 24 saat açık değildir sanıyorum. Beko'da açık ama"

Erdoğanlar Elektronik firması ticari faaliyetine 1990 yılında Beko markası ile başladı. 2001 yılında ortaklık yapısını değiştiren şirket hizmetlerini başarı ile sürdürüyor. İstanbul Beylikdüzü Migros Alışveriş Merkezi içerisinde bir mağaza, 2008'de faaliyete geçen Silivri Merkez'deki bir mağaza ve Yakuplu'da bulunan bir depo ile Erdoğanlar Elektronik Beko markasını uzun yıllardır en iyi şekilde temsil ediyor. Boğaz-Bakırköy bölgesi içerisinde yer alan Erdoğanlar Elektronik gerek bölge içerisinde gerekse tüm İstanbul bayileri arasında temsil yeteneği, satış rakamları, müşteri memnuniyetinin sürekli korunması bakımından hep en ön sıralarda yer almayı başarmış bir bayi. Firma sahibi Tayfun Erdoğan, 2008 yılında faaliyete geçirdiği Silivri Merkez'de ki mağazası ile Beko'nun yanında Arstil markalı ürünlerin de teşhir ve satışına hız verdi. Cirosal bazda da önderliğini koruyan Erdoğanlar Elektronik, 2008'de bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 27 oranında büyük bir ilerleme kaydetti.

Beko'yla çalışmaya nasıl başladınız? Neden Beko'yu seçtiniz?
Bende ticaret babadan gelme bir meziyet olarak gelişti. Beko ailesini yakından tanıyordum. Askerden döndükten sonra başka bir iş yapmayı aklımdan bile geçirmeden Beko'ya yöneldim. Beko'ya başından beri sevgi bağım vardı zaten. Beko'da olmak, insanın kendini ayrıcalıklı hissetmesini sağlıyor. Burada bulunmaktan, bu büyük ailenin bir parçası olmaktan dolayı çok mutluyum. Buradan başka bir de Silivri'de şubem var ve bütün gayretimle Beko ailesini en iyi şekilde temsil etmeye çalışıyorum.

2008 yılında bir önceki yıla göre ciddi oranda bir büyüme gerçekleştirdiniz. Bunu nasıl başardınız?
Bu hem kişisel çalışmalarımın hem de ekibimin başarısıdır. Beko A.Ş. tarafından yapılan yardımlar da başarımızda en büyük faktörlerden biri. Başarının sırrına gelince, herşeyden önce biz çok fazla dolaşıyoruz, müşterinin ayağına gitmeye çalışıyoruz. Rahatsız etmeyecek şekilde (mektupla, mesajla, el ilanlarıyla) onlara ulaşmaya çalışıyoruz. Başarımızda bu çalışmalarımızın da önemli rolü olmuştur.

Müşterilerinize ulaşmada en çok hangi faktörde başarı elde ettiniz?
En başarılı olduğumuz yöntem bire bir sıcak ilişki. Alışveriş merkezinde olmanın artıları var. Gelen müşterinin ilgisi çok önemli. Müşteriyi iyi karşılıyoruz, hatırını soruyoruz, ikramımızı yapıyoruz. Bu da etkili oluyor tabii.

Pazarlama konusunda Beko tarafından önerilenler dışında yaratıcı bir faaliyette bulunuyor musunuz?
Beko kampanyaları dışında kendi içimizde birtakım yaratıcı un-

surlar geliştiriyoruz. Beko kampanyalarını herkes biliyor. Biz bu kampanyalara ek olarak, elimizden geldiğince, kârımızdan feragat ediyoruz. Böylece müşterinin daha cazip şekillerde ürün almasını sağlamış oluyoruz.

Dayanıklı tüketim sektöründe başarılı olmanın yolları nelerdir?
Sabır ve çalışma. Takip de şart. Kendi markanızı takip etmek zorundasınız. Kendi şirketinizi ve kendinizi takip etmek zorundasınız. Şu fiyatla satayım demekle olmuyor. Ürünleri takip etmek, ürünlerin devamını getirmek gerekiyor; mağazayı yenilemek gerekiyor; temiz olmak gerekiyor. Mağazanın içine giren insan bilgi istiyor, hizmet istiyor. Bilgi ile hizmet birleşince ortaya mükemmel bir sonuç çıkıyor. İkisi şart. Kapıdan giriş olayı çok önemli. Eskiden müşteri istediği ürünü alır ve giderdi. Şimdi özellikle çalışıp gelen müşterilerimiz var. İnternet üzerinden ilgilendiği ürünlere dair bilgileri indiren müşterilerimiz var.

Alışveriş merkezinde olmanın avantajı ve dezavantajları nelerdir?
Çok gezici müşterimiz var. Buzdolabı gezmeye gelen müşterilerimiz var sözgelimi. Bu müşteriler oyalayabiliyor zaman zaman bizi; bu bizim için bir dezavantaj açıkçası. Buraya gelen müşterinin çoğu internet kullanıcısı. Belli bir gelir ve kültür seviyesine erişmiş insanlar alışveriş merkezlerini tercih ediyor. Buraya yurdun dört bir yanından müşteri gelebiliyor, bu da bizim için çok büyük bir avantaj elbette.

Yoğun olduğunuz zamanlarda istemeden de olsa müşterinizi ilgiden mahrum bıraktığınız oluyor mu?
Bizim de eşref saatlerimiz oluyor. O zamana denk gelen müşteri de olabilir, ya da müşterinin ilk başta verdiği negatif elektrik bizde de olumsuz bir duruma neden oluyor. Yoğun günlerde her müşteriyle durumunda olmak bizi zor durumda bırakıyor.

Bu tür durumlarda ne yapıyorsunuz?
Mümkün olduğu kadar rahat olmaya çalışıyoruz. Öyle müşterilerimiz var ki, her hafta sonu gelip 10 tane soru soruyor ve gidiyor. Başka insanların zamanını alacak şekilde personelimizi oyalayan müşterilerimize karşı olabildiğince hoşgörülü olmaya çalışıyoruz...

> "Gelen her mesajı personelimle paylaşırım. Benim bildiğim her şeyi personelim de bilir. Bir ürünün kaça girip kaça çıktığını personelimin de bilmesini isterim. Çünkü malın fiyatını ona göre veriyor, ona göre müşteriye tekliflerimizi sunabiliyor"

O zaman personel tercihinizi yaparken sabırlı olup olmadığına da bakıyorsunuz.
Tabii. Zaman içinde kendini belli ediyor personel. Sabırlı olamayanlar aramızda duramıyor. Bununla birlikte bizim de memnuniyetsizliği iş edinmiş müşterilerimiz var.

Bugün bu işe girecek olan birine, kendi tecrübelerinizle edindiğiniz bir ticari sır verecek olsaydınız, ne önerirdiniz?
Bu iş çok hesap kitap gerektiren bir iş. En önemlisi sabır. Sonra tecrübe. Üçüncüsü de para. Bunlar olmadan hiçbir işe girilmez zaten.

1990 yılında başladığınız ilk bayilik günlerinizden bugüne Beko'yla ilişkilerinizde neler değişti?
Beko'yla ilişkimiz hep iyiydi. Hem bizden kaynaklanan hem Beko'dan kaynaklanan bir iyi ilişkiler ağı içindeyiz. Tamamen hizmete bakıyor, mağazanın temizliğine, müşteri ilişkilerine çok dikkat ediyor Beko. Senede dört-beş kez denetim oluyor. Daha sonra bize puanlar geliyor. Her defasında 10 üzerinden dokuz alıyoruz. Bu denetimler bizi zinde tutuyor. Zaten olması gerekenler bunlar. Bu işle geçiniyorsanız, bunları zaten yapmanız gerekir.

Sizce bayilerle ilişkileri daha da güçlendirmek için bugüne kadar yapılanlara ek olarak neler yapılabilir?
Toplantıların sıklaştırılması gerekir. Bağların daha sıkı hale getirilmesi gerekir. Sıcak ilişkiler içinde olunması her zaman için iyidir.

Beko gibi başarılı bir markayı temsil etmenin kolay ve zor yönleri nelerdir?
Kolaylığı adı, hepsinden önce: Beko. Satış sonrası hizmette dünyada benzeri yok Beko'nun. Zor yönleri yok aslında. Güzel, kolay bir iş. Bizim müşterilerimizin yüzde 80'i Beko için, yüzde 20'si bizim için geliyor. Bir de alışveriş merkezinde olduğumuz için bizim oturmuş müşterimiz yok. Gelip geçici müşterimiz çok. Her ürünün fiyatının üzerinde yazılı olması bizim için çok büyük avantaj. Müşteri fiyatı kendisi görüyor. Bu ona çok büyük bir güven veriyor.

Personelinizi Beko ürünlerinin satışı konusunda nasıl yönlendiriyor ve motive ediyorsunuz?
Her gelen mesajı personelimle paylaşırım. Benim bildiğim her şeyi personelim de bilir. Bir ürünün kaça girip kaça çıktığını personelimin de bilmesini isterim. Çünkü malın fiyatını ona göre veriyor, ona göre müşteriye tekliflerimizi sunabiliyor. Dışarısıyla ciddi derecede rekabet ediyoruz.

Boğaz-Bakırköy Bölge Müdürlüğü'ne bağlı bir bayi olarak, bölge müdürlüğünüzden yeterli desteği görüyor musunuz?
Fazlasıyla görüyoruz. Bu hat yıllardır satış grafiği olarak ve hizmet olarak çok başarılı. Bu da ekipten kaynaklanıyor. Ürün bana ne kadar kısa zamanda geliyorsa, ben de müşteriye o kadar çabuk geri dönüş yapabiliyorum. Bakırköy bu konuda çok iyi. Ama Beko'nun bütün hatlarında bu geçerlidir. Yeter ki iyi niyetli olunsun.

Beko ile birlikte müşterinin zihninde nasıl bir fotoğraf canlanıyor?
Reklam kampanyalarında yer alan dünya olgusu Beko'yu yurtiçinde ve yurtdışında çok başka bir yere getirdi. Müşteri, evinde kullandığı buzdolabının dünyanın her tarafında kullanıldığını gördükçe, kendini bir çeşit entegrasyon içinde hissetti dünyayla. Bir insanın evinin mutfağında dünyanın da kullandığını bildiği bir ürüne yer vermesi ona bambaşka bir güven duygusu verir. Beko ile dünyayı evinize taşırsınız. Türkiye'nin hiçbir yerinde, hiçbir firmada, hiçbir üst düzey yöneticinin cep telefonu 24 saat açık değildir sanıyorum. Beko'da açık ama.

Sizden sonraki nesillerin, çocuklarınızın Beko bayii olmasını ister misiniz?
Elbette ki isterim. Dört çocuğum var benim. Onların da Beko bayii olmasını isterim. Hatta Beko'da daha üst kademelerde görev almalarını isterim. Ben okumak isterdim ama, olmadı… ■

Latif Demirci:
"Dünyaya karakterlerimin gözünden bakarım"

"Genelde mizahçılardan komik olmaları beklenir. Fakat mizahçının bütün kurtlarını döktüğü yer masa başı, kağıt ve kalemle baş başa kaldığı yerdir. Farkında olmadan biriktirdiği şeylerdir mizahın asıl gücünü oluşturan unsurlar. Her an her şeye mizahçı gözüyle bakıyorsun, fakat farkında olmadan yapıyorsun bunu"

Latif Demirci, yıllardır karikatürleriyle Türkiye'yi gülmekten kırıp geçiren, karikatürlerinde yarattığı tiplemelerin sokaklarda dile gelmesini sağlayan başarılı bir mizahçı. Bir zamanlar mizah dergisi okurlarının birbirleriyle "Muhlis Bey" ya da "Arap Kadri" gibi konuştuklarını hâlâ hatırlıyoruz. Başarılı çizgisini Hürriyet gazetesinde "Press Bey" tiplemesiyle devam ettiren Latif Demirci'yle mizahı ve yarattığı karakterleri konuştuk.

Bugünün mizah dünyası karakter yaratmada başarılı mı? Her devir kendi karakterini yaratıyor diyebilir miyiz?
Biraz öyle, dediğiniz gibi, evet. Çok değişiyor zamanla. Muhlis Bey, Arap Kadri seksenli yılların karakterleriydi. Karakterleri belirleyen asıl unsurlar zamandır. Çok farklı bir dönemdi 80'ler. Gündelik hayat başkaydı. Bugünün tiplerini seviyorsa insanlar, demek ki bir şeyleri yansıtıyor bu karakterler. İçi boş ya da dolu anlamında söylemiyorum bunu. Karakter halktan karşılık alıyorsa, insanları bir yerinden yakalıyorsa sorun yok. Muhlis Bey'i ben sözgelimi yedi-sekiz yıl kadar sürdürdükten sonra bitirdim. Tip kendini tekrar etmeye başlıyor çünkü bir noktadan sonra. Genelde karakterlerime noktayı onlardan sıkılmaya başladığım zaman koyuyorum ben. Kendim zevk almıyorsam çizdiğim karikatürden, başkası nasıl alabilir ki? Karakterin esprisini düşünmek bir iş haline gelmeye başladığında, keyif vermez olduğunda başka bir noktaya geçmem gerekiyor.

Karakterinizin üzerinde bir romancı gibi çalışıyorsunuz. Onun hayatına dair bütün ayrıntıları belirliyor ve onun üzerine hikâyeler inşa ediyorsunuz...
Okuyucuyla paylaştıktan sonra daha başka bir boyuta taşınıyor karakterle ilişkiniz. Karakterin gözüyle görmeye başlıyor, onu içinizde yaşamaya ve yaşatmaya başlıyorsunuz. Dünyaya karakterlerimin gözünden bakarım ben. Şuna şöyle bakar, buna böyle bir yorum yapar diye düşünürüm. Press Bey'de mesela, dört ayrı karakter var. Bu dört karakterin her biri farklı kültürleri temsil ediyor. Karısı, koruması, kendisi… Bu karakterlerden hangisi duruma en komik biçimde bakabiliyorsa onun üzerinden geliştiriyordum hikâyemi. Çizeceğim konuyu bulduktan sonra, o konuya her bir karakterimin gözünden ayrı ayrı bakıyorum.

Latif Demirci kalmıyor arada sanki?
Sadece bana açık perdeleri var. Ben sadece onları izliyor ve çiziyorum.

Press Bey'deki karakterler isimleriyle de sahip oldukları kültürü temsil ediyor...
Evet, tabii. O tipi düşünürken ona ait her inceliği düşünmek gerekiyor. Askerliğini nerede yaptığı, nerede büyüdüğü gibi unsurlar esprilerin ya da olayların yolunu da çiziyor aynı zamanda.

Gazeteye çizdiğiniz karikatürler nasıl bir süreç içinde ortaya çıkıyor?
Sabah ne çizeceğim düşüncesiyle dolaşmaya başlıyorum. Gazetelere bakıyorum, internetten haberleri takip ediyorum. Her an kafamda bir şey döndürüyorum. Öğleden sonra konularımı belirlemiş oluyorum. O konuların içinden seçim yapıyorum. O seçim doğrultusunda, o konuya yoğunlaştıktan sonra karikatür çıkıyor. O kadar yoğunlaştıktan sonra çıkmaması mümkün değil zaten. Elbette, gazeteye yetiştirme sancısı içinde her zaman en iyisini yakalamak da bazen zor olabiliyor.

Latif Demirci kimdir?

1961 yılında İstanbul'da doğan Latif Demirci, 1975 yılında Gırgır dergisinde çalışmaya başladı. Daha sonra Mikrop ve Fırt dergilerinde de çalışan Demirci, 1989'da yayınlanmaya başlayan Hıbır dergisinin kurucularından. Çalışmalarını sonraki yıllarda HBR Maymun dergisinde sürdüren Demirci, Canavar Koyun Orhan, Muhlis Bey, Arap Kadri, Mithat-Mirsat ve son olarak da Press Bey gibi pek çok ünlü karikatür tipi yarattı. Çizer, halen görev yaptığı Hürriyet gazetesinden önce Nokta, Panorama, Gazete Pazar, Söz gibi günlük gazete ve haftalık siyasi dergilerde de çalıştı.

Türkçenin temiz kullanılmasına önem veriyorsunuz. Bugün kullanılan Türkçenin zenginliğini ifade eden has argo mudur? Nasıl bir dil oluştu mizah dünyasında bugün?
Şimdiki karikatürcüler sokak dilini çok kullanıyor. O dili biliyorlar ve o dile halk tarafından talep oluyor. Gırgır da sokak dilini mizaha getirmiş olan dergidir. Sokak dilini 80'lerde Gırgır getirdi. Çizenler zaten sokak kültürünü bilen çizerlerdi. O dili de beraberinde getiriyorlardı.

İyi mizahçının sokaktan mı gelmesi gerekiyor mutlaka?
Avantajı oluyor tabii. Kenar kültürü bilmek de gerekiyor. Benim sokak dilinden kastettiğim şey bu.

Oniki-onüç yaşlarınızda gazetelerde yayımlanan karikatürler üzerinde değişiklikler yaptığınızı biliyoruz. Yayımlanan "Çeviren Latif Demirci" adlı kitabınız böyle bir bilinçaltı etkinin eseri olabilir mi?
Doğru, aslında olabilir. Ben bu açıdan bakmamıştım hiç. "Çeviren Latif Demirci" benim için bir dinlenme kitabı idi. Karikatürden çok sıkıldığım zamanlarda büyük heyecan duyarak hazırladım o kitabı. Bir gün, canımın çok sıkıldığı bir anda, önümde duran bir Van Gogh resmini kendimce yeniden çizdiğimi gördüm. Adeta bir oyun gibi.

> "Genelde karakterlerime noktayı onlardan sıkılmaya başladığım zaman koyuyorum ben. Kendim zevk almıyorsam çizdiğim karikatürden, başkası nasıl alabilir ki?"

Çizgiler de diller gibi kültürden kültüre farklılık gösterir mi? Sizce bize en yakın ülke hangisi bu konuda?
Gösterir elbette. Bence bize en yakın ülke Fransa. Mizah ve çizgi anlayışı olarak çok yakın bize. Dergicilik de sürüyor orada elbette. Sebebi, belki Akdeniz kanı taşımasıdır onların da. İkinci bir ülke söylemek gerekirse, o da İtalya. Benim bir karikatürüm çevrilse, hiçbir şey anlaşılmaz. Benim çizdiklerim buraya ait.

Bizim mizah kültürümüz de çok derin. Nasrettin Hoca gibi, Keloğlan gibi değerlerimiz var.
Onlar evrensel değerler. Karikatür de daha yerel. Ama kökleri bilmek, halkımızın tarih boyunca neye gülüp neye ağladığını bilmek bir derinlik kazandırır karikatüre.

Mizahın her zaman muhalefet görevi üstlendiği söylenir. Barışık olma hali, çatışmadan uzak olma durumu karikatürün doğması için bir sebep sayılamaz mı?
Doğru bildiğin üzerine karikatür çizemezsin. İlle bir şeylere muhalif olmak gerekir.

Bugünün mizah dergileri üzerine düşen muhaliflik görevini yerine getirebiliyor mu?
Evet, getiriyor. Fakat, hepsi değil. Özellikle 80'den sonra yetişen mizahçılar konularını politika dışından seçiyorlar.

Halkın mizahçıya bakışı nasıl sizce? Mizahçı denildiğinde nasıl bir imge oluşuyor insanların zihninde?
Genelde mizahçılardan komik olmaları beklenir. Fakat mizahçının bütün kurtlarını döktüğü yer masa başı, kağıt ve kalemle baş başa kaldığı yerdir. Farkında olmadan biriktirdiği şeylerdir mizahın asıl gücünü oluşturan unsurlar. Her an her şeye mizahçı gözüyle bakıyorsun, fakat farkında olmadan yapıyorsun bunu. Ancak oturduğun zaman, kâğıt ve kalemle baş başa kaldığın zaman hissediyorsun. Dolayısıyla mizahçı anlatan, anlatarak güldüren değil, karikatürüyle bütün ruhunu, aklını, hissettiklerini ortaya koyan insandır bana göre. ■

Satranç dehası bir genç:

Kübra Öztürk

Kübra Öztürk henüz 17 yaşında. İlk kez 16 Yaş Altı Avrupa Satranç Şampiyonası'nda birinci oldu. Geçtiğimiz günlerde Gaziantep'te düzenlenen Dünya Gençler Şampiyonası'nda ise dünya ikincisi olarak büyük bir başarı sergiledi ve Türkiye satranç tarihine geçti. Üç yıldır Beşiktaş Spor Kulübü Satranç Takımı oyuncusu olan Öztürk'le şampiyonluğunu konuştuk

Satranca ilginiz nasıl başladı?
Genelde ilgi aileden başlar. ama benim durumum biraz farklı oldu. Ailem satrancı benden sonra öğrendi. İlkokul ikinci sınıfta öğretmenlerimin teşvikiyle başladım. Daha sonraları Gaziosmanpaşa Rotary Kulübü'nün mahallemizde açmış olduğu Satranç Merkezi'ne devam ettim. O zamanlar yedi-sekiz yaşlarındaydım ve satrancı bir spor olarak düşünmüyordum. İlk turnuvam Dünya Şampiyonası oldu. Orada iyi bir derece elde ettim. Yüz kişi arasında 44'üncü oldum ki; o zamanlar daha bir yıl bile olmamıştı satranca başlayalı. İkinci yılımda 33'ncü oldum. Üçüncü yılımda ise dünya dokuzuncusu oldum. Türkiye'de yaş gruplarında yedi defa üst üste Türkiye şampiyonluklarım var. Türkiye bayanlarda ilk üçe girdim üç defa. 2006 yılında ilk Avrupa şampiyonluğu geldi, 16 Yaş Altı Avrupa Şampiyonası'nda, bayanlarda. Tabii o benim ilk göz ağrımdı. Hem benim, hem de ülkem için çok önemli bir başarıydı. En son başarım ise Gaziantep'te düzenlenen Dünya Gençler Şampiyonası'nda elde ettiğim dünya ikinciliği oldu.

İlk satranç maçını kazanmış mıydınız?
Evet, kazandım. O da çok ilginçtir. Hiçbir şey bilmiyordum. Satranca başlayalı henüz sekiz ay olmuştu. Birkaç açılış biliyordum, birkaç da strateji. Bulgar bir kızla oynuyordum ve benim ilk antrenörüm İslam Osmanoğlu da bir Bulgar göçmeniydi. Rakibimi de tanıyordu kendisi. O konuda da hocamın çok büyük yardımını aldım ve ilk maçımı kazandım.

WGM Büyükusta Formu nedir?
Women Grand Master anlamına geliyor. Bu aşamaya gelmek biraz zor. Buraya varmak için üç aşamadan geçmek gerekiyor. Büyükusta olabilmek için 3 WGM normu ve 2350'nin üstünde ELO puanı almanız gerekiyor. Belli şartları var, ayrıca belli bir performans göstermiş olmak gerekiyor. Benim en son Gaziantep'te gösterdiğim performans 2450 civarındaydı. Çok iyi bir performans bu, bir bayan olarak. Ayrıca üç tane de büyük ustayla oynadığım için bir WGM normu almaya hak kazandım. İki tane norm daha gerekli benim için şimdi. Onları da tamamlamam gerekiyor "büyük usta" olabilmem için.

Bu kadar genç yaşta bu kadar büyük bir sorumluluğu üstlenmek zor mu?
Aslında biraz zor, biraz kolay. İlk Avrupa şampiyonluğu acemilik dönemim içinde gerçekleşti. Her turnuvaya giderken benden büyük dereceler bekleniyordu. Ben de beklentileri boşa çıkarmama amacı ve sorumluluğu içinde hareket ediyordum. Zamanla benden yüksek beklentiler olduğunu ama beklentilere mutlaka başarıyla yanıt vermek zorunda olmadığımı anladım. Kendimi daha rahat hissettim bunu anlayınca. Rahat olacaktım. Böylece ikinci Avrupa Şampiyonluğu'mu elde ettim. Kendi kendimi daha iyi kontrol edebiliyordum çünkü artık.

Beşiktaş Spor Kulübü çalışmalarınızı nasıl destekliyor?
Beşiktaş'ın üç seneden beri oyuncusuyum. İki sene üst üste liglerde birinci oldum. Bu sene yabancısız oyuncuyla liglerde beşinci olduk. Beşiktaş satranca büyük destek veriyor. Arkamızda böyle büyük bir kulübün olması bizim için büyük bir güçtür. Şampiyon olduğumuz sene İnönü Stadı'nda şampiyonluk turu attık. Bu bizim için gerçekten unutulmaz bir andı. Takımdaki çoğu arkadaşımız da zaten iyi bir Beşiktaş taraftarıdır. Maddi ve manevi her türlü desteği alıyoruz. Başkanımız Yıldırım Demirören'in satranca verdiği desteği açıkça görebiliyoruz.

ÖSS'ye hazırlanırken bir taraftan da satrançla ilgilenmek zor olmuyor mu?
Lise dördüncü sınıf öğrencisiyim şu anda. Zorluk her zaman oldu ama düzenli götürmeye çalışıyorum. İkinci sınıftan bu yana satrançla birlikte dersler devam ediyor. Alıştım o düzene. Bu sene ÖSS'ye çalışacağım. Ama Kasım ayına kadar turnuvalar var. Kasım ayından başlayarak Haziran'a kadar ÖSS'ye hazırlık çalışmalarına daha büyük bir ağırlık vereceğim. Spor psikolojisi istiyorum. Sporcu psikolojisi ilgimi çekiyor.

Teksas Üniversitesi'nden burs teklifi aldınız. Gelen teklifi nasıl değerlendireceksiniz?
Ben olumlu yaklaşmıyorum. Amerika bana biraz korkutucu geliyor. Gidebilirim aslında ama çekingen bir insan olduğum için orada uyum sağlaya-

mayacağımı düşünüyorum. Yabancı dil sorunu var bir de. O yüzden gitmeye pek yanaşmıyorum.

Yurtiçinden ve yurtdışından başka üniversitelerden de teklif var mı?
Yurtiçinde biz kendi CV'lerimizi gönderip burs olanakları yaratmaya çalışıyoruz. Yurtdışından yine birkaç üniversiteden teklif gelmişti. Ülkemden ayrılmak istemiyorum. Ülkemden, ailemden, Ankara'dan ayrılmak istemediğim için yurtdışı tekliflerine pek sıcak bakmıyorum.

Satranca ilginizi aileniz nasıl karşılıyor?
Onlar her zaman yanımda oldular. Derslerime çalışmam gerektiğini söyleyip dursalardı satranca olan ilgim azalabilirdi. Onlar benim satranca olan ilgime hiçbir zaman olumsuz bir tavırla yaklaşmadılar. Başarılarımın en büyük kaynağı ailemden aldığım destektir. Öğretmenlerim, arkadaşlarım, antrenörlerim de çok büyük destek verdiler bana bu konuda. Ama ailemin yeri apayrıdır. Onların desteği ile bu başarıları elde ettiğimi ve daha nicesini elde edeceğimi düşünüyorum; buna inanıyorum daha doğrusu.

Büyük olanaklar içinde yetişmediniz ama bizce elde ettiğiniz başarılar büyük bir dehanın belirtisi...
Son zamanlarda benzer sözleri çevremden sıkça duyuyorum. Yetenek işin bir kısmı. Sonuçta bir masanın başında saatlerce oturmak, her şeyden önce son derece güçlü bir irade gerektiriyor. İşin yetenek kısmı da bu iradeyi göstermekle başlıyor zaten. Sabırlı olmanın yanı sıra disiplinli olmak gerekiyor. Düzenli çalışmak gerekiyor. Satranç, her şeyden önce bir beyin sporu. Ama bunun bir de fiziksel boyutu var. Sağlam kafanın sağlam vücutta bulunduğuna inanıyorum ben de. Biz bir maçta insanın bir günde harcadığı kaloriyi harcıyoruz. Bunun için fiziksel antrenmanlarımızı da yapıyoruz aksatmadan.

Başarınızın temelinde ne yatıyor?
Başarı için çok çalışmak ve disiplinli olmak yetiyor. Bir gün üçte, bir gün on ikide yatmak satranç disiplininin asla kabul etmeyeceği bir yaklaşımdır.

Günlük hayatınıza nasıl bir etkisi oluyor satrancın? Nasıl bir bakış açısı kazandırıyor size satranç?
Bazen çok sıkıcı olabiliyorum. Sonuçta satranç hamle etme ve rakibinizin de hamlenize nasıl bir karşılık vereceğini hesap etme sistemi üzerine kurulu. Dolayısıyla bu yaklaşımla, sözgelimi bir sinemaya gitmişsek eğer, ben daha gitmeden sinema çıkışında beni neyin bekleyebileceğini düşünmeye başlıyorum. Böyle bir akıl yürütme de arkadaşlarım için can sıkıcı olabiliyor zaman zaman. Düşünmeden edemiyorum ama. Satranç, bir hayat felsefesi. Analitik düşünmeyi de geliştiriyor. Bir de, satrançla ilgilenenlerin asosyal insanlar olduğu gibi bir önyargı var. Hayır, biz de normal birer insanız. Satranç, asosyal bir spor değil. Çünkü her şeyden önce müsabakalar için farklı ülkelere gidiyoruz, farklı kültürler tanıyoruz. Değişik ülkelerden rakiplerimiz oluyor ve daha bunun gibi pek çok iletişim olanakları açıyor bize satranç.

Turnuvalara hazırlanırken nasıl bir çalışma yöntemi uyguluyorsunuz?
Turnuvalardan bir hafta önce kamplarımız oluyor. Bölgesel ya da mili takım düzeyinde kamplar oluyor bunlar. Yabancı bir hocayla çalışıyoruz. Benim de iki seneden beri derecelerim var. Bir "büyük usta"yla çalışmasaydım belki böyle dereceleri elde edemeyecektim. İş Bankası'nın yanı sıra, Türkiye Satranç Federasyonu'na da teşekkür ediyorum, bu olanakları bize sağladıkları için. Yönteme gelince… Bilgisayar ortamında çalışıyoruz. Satranç kitaplarından çalışıyoruz. Antrenörümüz eşliğinde çalışıyoruz. Dört yıldan beri de dersaneye devam ediyorum, satrançta kendimi daha da geliştirebilmek için.

Satranca yeni başlayan arkadaşlarınıza ne önerirsiniz?
Satranç çok pahalı bir spor değil. Kolayca öğrenilebilecek bir spor. Halk Eğitim Merkezleri özel yetenekleri bulup çok iyi işliyorlar. Özellikle Gaziosmanpaşa Rotary Kulübü'ne de teşekkürü bir borç biliyorum. Satranca ne kadar küçük yaşta başlanırsa faydası da o derece büyük olur bence. Beynimizin tam geliştiği dönemde öğrenme kapasitemiz çok daha fazla oluyor çünkü. Her bölgede, her ilde zaten mutlaka bir tane Satranç Eğitim Merkezi var. Okullarda satrancın seçmeli ders olması da çok teşvik edici bir hamle. Yetenekten de fazlasını istiyor satranç. ■

İki buçuk yıl aradan sonra yeniden ekranlara dönen Oya Başar'la "Olacak O Kadar"dan "Benim Annem Bir Melek" dizisine, sinemadan tiyatroya, gelecek planlarını konuştuk

Oya Başar: "Herkesin annesi melektir"

Olacak O kadar'dan sonra onu uzun zamandır görmüyorduk. Ailevi sorunlar yaşadığını, sağlık sorunları yaşadığını duyduk ve izledik. Aradan iki buçuk yıl geçti ve birden karşımıza "Bostancılı Neriman" olarak yeniden çıkıverdi. Evin despot annesi Neriman rolünde yeniden önemli bir başarı yakaladı. Bitmez tükenmez enerjisi ve hayata pozitif bakışı sayesinde pek çok sorunun üstesinden gelen Oya Başar'a iki buçuk yıldır nerelerde olduğunu sorduk.

"Benim Annem Bir Melek" dizisi yeni sezonda muhteşem bir başlangıç yaptı ve Bostancılı Neriman tiplemesi çok sevilerek izleniyor. Neriman tipi için biraz da annenizi oynadığınızı söylemiştiniz, annenizi biraz anlatır mısınız bize?

Tabii, annem Neriman değildi ama herkesin annesi bir melektir. Annem çok sevgi dolu bir kadındı, bir de yemek yedirmeyi çok severdi. Herkese yemek yedirmek ister ve iyi yemek yapardı. Kimsenin yaptığı yemeği beğenmezdi. "Yavrum"suz konuşmazdı. "Yavrum yemek ye, yavrum portakal suyu iç, yavrum kahvaltı ettin mi?" gibi şeyler hep benim belleğimde annemden kalmış şeyler ama Neriman'ın yaptığı kötülükler annemde yoktu.

Dizinin başarısı ortada. "Benim Annem Bir Melek" sizce neden bu kadar sevildi?

Proje doğru bir proje çünkü, her şeyden önce proje vardır. Eğer proje doğruysa, ona da doğru bir kast yapılırsa o projenin tutmaması için sebep yok. Ayrıca gelin kaynana çatışması tüm dünyada gerçekten var olan ve herkesi çok yakından ilgilendiren bir konu. Bunun da etkisi var tabii ve de projenin doğru hazırlanması diye bakıyorum ben.

Rol arkadaşlarınızla ilişkileriniz de çok güzel dizi içerisinde galiba. Çok güzel oyunlar çıkarıyorsunuz. Paslaşmalar çok güzel...
Tabii çünkü birbirimizi sevdik ve zaten kast yapılırken ona çok dikkat ettik. Ana karakterleri oynayacak kişiler çok önemliydi bizim için. Başladıktan sonra da bu birlikteliği yakalayabildik. Çok keyifli oldu. Birinci bölümden sonra iyice alıştık birbirimize. Herkes birbirinin nefesini tanımaya başladı artık. Herkes birbirinin nasıl oynadığını, ne yaptığını, oyunda nasıl reaksiyon vereceğini biliyor. Birbirimizi sevince de çok daha keyifli bir iş çıktı ortaya.

Genç oyuncularla da çok özel bağlar kurduğunuz görülüyor, sizden öğrenecekleri çok şey olsa gerek?
Tabii hepimizin birbirimizden öğreneceği çok şey vardır diye düşünüyorum. Benim de onlardan alabileceğim bir sürü şey var, onların da benden alacakları var. Bu minvalde birbirimize yardımcı oluyoruz herhalde. Ben gençleri çok seviyorum zaten. Onlarla birlikte olmak beni çok keyiflendiriyor ve onlarla beraber olduğum zaman kendimi daha iyi hissediyor ve çağı yakaladığımı düşünüyorum. Onlarla iyi anlaşabilmek çok önemli çünkü. Yani arada bir yaş farkı olmasına rağmen hâlâ onlarla oturup konuşabiliyorsam ve aynı noktalarda bir yere varabiliyorsam bu çok önemli bir şey. Onlar da bana çok şey getiriyorlar gençlikleriyle.

Siz de gayet gençsiniz, gayet genç bir ruha sahipsiniz...
Eh ben de fena sayılmam. İnsanın genç bir ruha sahip olması çok önemli. Ben kendimi hâlâ 20 yaşında hissediyorum. Önemli olan da o bence. Bedeniniz size kötü davranıp fiziksel olarak sizi bırakıp gidebiliyor ama beyniniz sizin denetiminiz altında. Onu geliştirerek bu yaşlanmayı önleyebiliyorsunuz diye düşünüyorum ben.

"Olacak O Kadar"dan sonra arkanızda sizin denetiminizde bir ekip olmadan yalnız çalışmak daha mı zor, yoksa kendinizi daha mı rahat hissediyorsunuz?
"Olacak O Kadar" çok önemli bir programdı ve 20 sene sürdü. Çok uzun bir süre. Orada yorulmuştum açıkçası. Bu sefer ben gidip oyuncu olarak oynamayı tercih ettim. Bu diziyi hazırladığım zaman da çok sevdiğim dostum Necati Akpınar'la yapalım diye düşündüm; çünkü hem o bu işleri çok iyi beceriyor hem de benim üzerimde o sorumluluk olmaz, sadece oyuncu olarak sete gelip giderim diye böyle bir şey istedim. Doğru yapmışım. Gerçekten çok keyif alıyorum. Gidiyorum kendi sahnelerimde oynuyorum; sonra dinlenebiliyorum. Tabii bunun bir de hastalık dönemine rastlaması çok daha iyi oldu benim için. Sette bana çok iyi bakıyorlar sağ olsunlar. Hepsi çok saygılı ve sevgili davranıyorlar. Koruyorlar beni yormamaya çalışıyorlar... Yönetmenimiz de bütün arkadaşlarım da öyle. Bana en iyi şekilde bakmaya çalışıyorlar. Yani daha rahat ettim diyebilirim.

> **"Dinlendikten sonra dönmek daha hoş oluyor; çünkü seyirci sizi özlüyor, siz de onu özlüyorsunuz. O buluşma bence her iki tarafın sevgisinin birleşmesiyle daha hoş oluyor"**

İki buçuk yıllık aradan sonra geri dönüşünüzle beraber gerek sanat camiasından gerekse sokaktan aldığınız tepkiler nasıl oldu?
Zaten televizyonda olmadığım dönemlerde insanlardan "Neden?", "Sizi çok özledik", "Niye bir şeyler yapmıyorsunuz?", "Niye sizi göremiyoruz?" gibi tepkiler alıyordum ama ben dinlenmenin doğru olacağını düşündüm. Çok uzun soluklu bir program yapmıştım ve "Bir süre dinlenmekte yarar var" diye düşündüm. Çok da haklıymışım. Dinlendikten sonra dönmek daha hoş oluyor; çünkü seyirci sizi özlüyor, siz de onu özlüyorsunuz. O buluşma bence her iki tarafın sevgisinin birleşmesiyle daha hoş oluyor.

Peki hiç sinema filmi yapmayı düşündünüz mü? Eğer oynamak isteseydiniz nasıl bir proje olmasını isterdiniz?
Ben sinemaya çok fazla sıcak bakamıyorum. Çok fazla ona karşı bir ilgim yok; yani seyretmeyi seviyorum ama oynamayı çok sevdiğimi söyleyemem. Ben tiyatroyu seviyorum. Esas işim tiyatro ama kitlelere ulaşım açısından tabii ki televizyon çok etkili artık hayatımızda. Hayatımızın bir parçası oldu. O yüzden televizyonu da yapabiliyorum.

Yaşadığınız sağlık sorunlarının yanında mizahçı yanınızın da etkisi oldu diye düşünüyorum. Nasıl atlattınız bunu?
Hastalık ağır bir hastalık aslında ama ben çok pozitif baktım. Bunun geçebileceğini düşündüm. Çünkü ilk ben değildim. Sonuncu olmak isterdim ama sonuncu da olamayacağım tabii. Yenmek diye de bir şey yok aslında bu hastalığı. Yani "Ben kanseri yendim", "Ben bunu bitirdim" gibi bir şey yok. Bitmeyebilir yani. Bir süre sonra bir yerde biter, başka bir yerde başlar. Onun için "Bitirdim" diyemeyeceğim ama onunla iyi mücadele ettim ve şu anda kendimi iyi hissediyorum. Çok keyifliyim, eski enerjime kavuştum; bu çok önemli. Yaşam kalitemi tekrar geri alabildim. Bunlar insan yaşarken çok keyif veren şeyler. Bunlar olmadığı zaman çok şey kaybediyorsunuz. Sıkıntılı ve kötü dönemi atlattım. Bu da benim hayata pozitif bakmamla ilgili bir şey diye düşünüyorum.

Peki yeni planlarınız, projeleriniz var mı Bizden Haberler okurlarıyla paylaşmak ister misiniz?
Tiyatro yapacağım. Ocak ayında tiyatroya başlıyorum. Çok keyifliyim, çok heyecanlıyım çünkü tiyatroyu çok seviyorum. Tiyatro benim için bir yaşam biçimi. O seyircinin nefesini özledim. O beni çok keyiflendiriyor, geliştiriyor. O yüzden çok heyecanla bekliyorum provalara girmeyi. İnşallah başarılı olur diye düşünüyorum.

Otomobillerle aranız nasıl? Son olarak Ford Kuga hakkında görüşlerinizi alabilir miyiz?
Valla ben pek otomobil kullanmıyorum ama gördüğüm kadarıyla çok keyifli ve konforlu bir otomobil. Bir yerden bir yere giderken, özellikle uzun yolculuklarda çok rahat edebileceğim bir otomobil olduğunu düşünüyorum. ■

Cihan Demirci cihandemirci@yahoo.com

Bir Kalecinin Günlüğü

Yeni futbol sezonunun henüz başladığı günlerdeyiz. Futbol topu yavaştan sekmeye başladı. Futboldan başka bir sporla artık pek de ilişkimizin olmadığı geçen ay Çin'de yapılan olimpiyatlarda bir kez daha su yüzüne çıktı. Ata sporumuz dediğimiz güreş bile "Hata sporumuz" diyebileceğimiz futbolun çok gerisinde artık…

Tam da ligler başlarken, geçenlerde damda elime "Bir Kalecinin Günlüğü" geçti sevgili Damdaki Mizahçı dostları… Kaleciler beni çok etkiler. Onların yalnızlığı müthiştir. Onlara ayrı bir yakınlık duyarım. Onlar futbolun günah keçisidirler aslında. Defterime not etmişim. Galatasaray'ın eski kalecisi Mondragon, 2006 yılında bir PSV-GS maçı sonrasında şöyle demişti: "Kalecinin hayatı bu, bizim arkamızda sadece kalenin filesi vardır, başka bir şey, başka kimse yoktur!.."

Gerçekten de şimdilerde Almanya'da Daum'un yönettiği FC Köln'ün kalesini koruyan iyi kaleci Mondragon'un da dediği gibi kalecinin arkasında kale direğinden başka bir şey yoktur. O yüzden futbolun en nankör mevkisidir kalecilik. Gelin şimdi elime geçen "Bir Kalecinin Günlüğü"nden seçtiğim bölümleri okuyalım…

12 ŞUBAT

"Babamın dediğine göre dünyaya geldiğim anda hemşire beni baş aşağı tutarken, ani bir hareketle sağa atlamaya çalışmışım. Bunun hayatımın ilk planjonu olduğunu o anda bilmiyordum tabii ki… Neye uğradığını şaşıran zavallı hemşire beni düşürmemek için epeyce zorlanmış o anda…"

21 MART

"Sonra kendimi bilmeye başladığım çocukluk günleri geldi. Mahalle maçlarında herkes forvet mevkiinde oynamak, santrfor olup gol atmak için can atarken ben kendimi birdenbire kalede buldum… Sahi, kimse bana kaleye geç filan demedi. Kaleci olmam için herhangi bir baskı yaşamadım. Kaleye geçmek henüz çocuk yaşta içimden geldi. Evet, içimden geldi… Daha o yaşta içimde bir şeyleri koruma içgüdüsü mü vardı dersiniz?.. Bunu ben bilemem, psikiyatristime sormam gerek… "

16 NİSAN

"Artık Üçüncü Ligde kaleciyim. Bugün ilk maçıma çıktım. Kaleme gelen ilk şutu çıkardım. İkinci şutu da çıkardım. Üçüncü şut gol oldu. Kendimi çekirge gibi hissettim bir an kalede. Sonraki dakikalarda birden kaplan kesildim. Uçtukça uçtum. Kale direkleri arasında tarifeli uçak gibiydim. Sayısız gol kurtardım. Ancak maçın son anlarında üst üste iki gol yedim ve sonuçta bizim takım mağlup oldu. Ama en üzücü olanı o akşam havalara attığım küçük kardeşimi elimden düşürmemdi!.."

25 MAYIS

"İkinci Lig'deyim. Yeni takımımda çok iyi bir defans var. Bana çok az top geliyor. Bazen kalede olduğumu bile unutuyorum. Ama anlayamadığım o kadar az top gelmesine rağmen, sezon sonunda ligin en çok gol yiyen kalecisi nasıl oldum?.. Evet defansımız iyiydi iyi olmasına ama sanırım asıl şanssızlığım kendi kalesine en çok gol atan takımın kalecisi olmamdı..."

7 EYLÜL

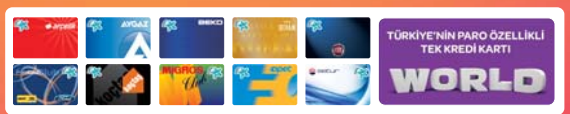
"Epeydir Süper Lig'de oynuyorum. Kaleye ısındım. Direklere doğalgaz bağlattım ne de olsa! Lakin bu ısınma uzun sürmedi. Sorarım size, bir kaleci sadece topu mu tutmalı? Bence verdiği sözü de tutmalı. Sevdiğim insana verdiğim sözü tutup bugün kaleyi bıraktım. Lakin keşke bu işi maç sırasında yapmasaydım. Sanırım arkamdan epeyce gol olmuş. Neyse; anladım ki kale bana göre değil. Ne yani, bu ülkeyi, pardon bu Süper Ligi ben mi kurtarıcam kardeşiiiiiim!.."

KARGONUZU %25 HAFiFLETTiK!

YURTİÇİ KARGO'dan size özel paro indirimi!

Şimdi parolu kart sahipleri 15 Temmuz - 30 Eylül 2008 tarihleri arasındaki YURTİÇİ KARGO gönderimlerinde %25 paro indiriminden yararlanıyor. Siz de YURTİÇİ KARGO şubelerinde parolu kartınızı kullanın, %25 indirim fırsatını kaçırmayın.

İşte indirim için kullanabileceğiniz parolu kartlar!



yurtiçikargo

Kampanya 15 Temmuz 2008 – 30 Eylül 2008 tarihleri arasında geçerlidir. %25 İndirim Kampanyası'ndan sadece parolu kart sahipleri yararlanabilir. Kampanya faydası olan %25 indirim, tüm YURTİÇİ KARGO şubelerinden ve tüm parolu kartlara anında verilmektedir. Parolu kartı olan bireysel (gerçek) kişiler bu kampanyadan yararlanabilir; tüzel kişiler ise bu kampanyadan faydalanamaz. Kampanyadan faydalanabilmek için YURTİÇİ KARGO şube yetkilisine parolu kartın ibraz edilmesi zorunludur. %25 indirim, "Taşıma fiyatları üzerinden" uygulanacaktır ve sadece "taşıma hizmeti"ni kapsar. YURTİÇİ KARGO SMS ürün grubu, ambalaj ürün grubu, ekspres gönderi VIP ürün grubu ve benzeri diğer özel hizmetler için geçerli değildir. Parolu kart sahibi tüketiciler, kampanya ile ilgili detaylı bilgileri, www.paro.com.tr veya www.yurticikargo.com internet sitelerinden, Paro Danışma Hattı 444 72 76, YURTİÇİ KARGO Çağrı Merkezi 444 99 99 ve tüm YURTİÇİ KARGO şubelerinden öğrenebilirler.

paro

Koç

www.paro.com.tr

Ekstra kazandırıyor.

Arçelik'ten ARTCOOL klima.
İçine istediğiniz resmi ya da
fotoğrafı koyabileceğiniz
A sınıfı klima.

444 0 888 www.arcelik.com.tr

Koç

arçelik