



yasa

Sayı: 06 Temmuz 2005

04 mekan: Tophane, 06 söyleşi: Yıldız Kenter, 10 yaşam rehberi, 12 iş dünyası: Yılmaz Argüden
16 yaşam rehberi, 18 sağlıklı yaşam: Prof. Dr. Osman Müftüoğlu, 22 belgesel: Tolga Örnek, 28 stil: keten,
32 yaşam rehberi, 34 söyleşi: Prof. Dr. Nedret Kuran Burçoğlu, 38 dip balıkları, 42 marka: Nur Akgerman,
52 müzik: Rahman Altın, 54 bakış açısı: İstanbul Sokakları, 58 mutfak sanatı: Maximillian Thomae,
62 söyleşi: Ruslana, 64 mekan: SAV Otomobil Müzesi, 68 sanat: cam ocağı, 72 sinema, 74 kitap,
76 Yaşar kısımlar, 78 english summaries



Yaşamın kalitesi

Son yıllarda hayatımıza giren bazı yeni kavramlar oldu. Bazıları yabancı dilden doğrudan alındı; “wellness” gibi. İyi olmak, iyi yaşamak, sağlıklı kalmak... Geriye baktığımda çok değil 20 yıl önce pek az önemserdik sağlıklı olmayı, iyi yaşamayı... Yaşam kalitemize umursamazca yaklaşırdık. Günümüzde bu yeni kavramları daha çok uygular ve takip eder olduk. Neden ve nasıl geliştiğine bakmaksızın yeni yüzyılın değişen koşulları sayesinde bugün hakettikleri öneme kavuştuklarını düşünüyorum. Bu gelişmeyi elbirliği ile gündeme taşıyanlara ve bilinçli tüketicieye borçlu olduğumuzu biliyorum.

Teknolojinin yükselişi, eğitim seviyesinin artması, ekonomide refahın artması, küreselleşme... Amansız hastalıklara çare bulunabiliyor, yaşlılık geciktirilebiliyor... Tabii insana verilen değer artmadığı sürece teknoloji ve tıpta birbiri ardına gelen değişim ve gelişmenin hayatımıza önemli bir katma değer yaratacağını düşünmek zor olur. Hayatımıza yeni değerler ve kaliteyi getirmek yalnızca devlet ve düzenleyici otoriteler tarafından yapılması beklenemez. Tüketiciler olarak hepimiz, sivil toplum örgütleri, gıda alanında faaliyetleri olan sanayiciler, üzerimize düşeni fazlasıyla yapmalıyız. Yaşar Grubu'nun en değerli markalarından biri de çok iyi bildiğiniz gibi Pınar. Pınar bu yıl 30 yaşını kutluyor. 30 yaş insan hayatında hala gençliği temsil ettiği gibi belli bir olgunluğun da işareti. Otuz yıldır gıda güvenliğini gündemimizin en üst sırasında koruyoruz. Türkiye'de mutfağına girmedığımız ev kalmadığını biliyoruz. Kimine yoğurtla, sütle, peynirle, kimilerine su ve meyva suyu, hindi ve dana et ürünleri ve yüzlerce çeşit mamulle dünya standartlarına ulaşmış güvenli ürünler sunuyoruz. Başka bir bakışla teknoloji ve ekonomideki gelişmeler, zaman içinde sağlığınıza

Yaşar Grubu'nun en değerli markalarından biri de çok iyi bildiğiniz gibi Pınar. Pınar bu yıl 30 yaşını kutluyor. 30 yaş insan hayatında hala gençliği temsil ettiği gibi belli bir olgunluğun da işareti.

tehdit eden konularla tanıştırdı bizleri. Kayıt dışı ekonomi, ekonomik krizler, denetim mekanizmalarının yokluğu ve daha birçok neden uygunsuz koşullarda imal edilmiş gıdaları hayatımızın bir parçası yaptı. Tedarik zincirleri o denli karmaşık yapılarla sahip oldular ki, güvenliği ve kaliteyi tüketicieye sunmak çok önemli hale geldi. Avrupa Birliği, 6. Çerçeve Programı'nda, bu konuya 800 milyon Euro'luk bir bütçe ayırdı. Amaç, çevre dostu üretim teknolojileri için yapılan araştırmaları desteklemek, daha güvenli, sağlıklı ve daha fazla çeşidin var olduğu gıda dağıtım kanallarının gelişimine yardımcı olmak. Gıda güvenliği ve kalitesi konusundaki artan duyarlılığı ülkemizde de görüyoruz. 2000 yılından bu yana, Türk Gıda Kodeksi ve ilgili tebliğlerinde yaklaşık 70'e yakın düzenleme yapıldı. Daha sağlıklı gıda arayışı insanları organik ürünlere yönlendiriyor. Bugün Türkiye'de organik tarım yapılan alanlar 103 bin hektara ulaştı. Organik çiftçi işletmelerinin bölgesel dağılımına baktığımızda, Ege Bölgesi yüzde 39 ile birinci sırada. Ancak organik tarımda yeterli çeşitlilik yok. Çünkü hala organik ürün tanımı kuru meyve ile sınırlı. Pınar yine bir ilke imza atarak, uluslararası sertifikalandırma şirketi Institute for Marketecology'den alınan sertifika ile organik süt üretimine başladı.

Hayat çok güzel. Ama onu güzel kılacak olan bizleriz, unutmayın. Hem kendi yaşantımıza hem toplumsal yaşantımıza sahip çıkmalıyız. Yaşamımız ona verdiğimiz değerle renklenecek, kaliteye kavuşacak.

Kaliteli ve güvenli günler, hepinize sağlıklı bir yaşam diliyorum.

Sevgiyle kalın,

Feyhan Kalpaklıoğlu
Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkanı





Kapak görseli: serimaj / imagebank

46
dekorasyon

yaşa

Yaşar Holding A.Ş. Adına Sahibi
Feyhan Kalpaklıoğlu

Genel Yayın Yönetmeni (Sorumlu)
Yaprak Özer

İçerik ve Tasarım
indeks:

indeks içerik-iletişim danışmanlık
Kore Şehitleri Cad. No:28 Atılım İş Merkezi
K:4 D:4 Zincirlikuyu-İstanbul
Tel: 0212 347 70 70 Faks: 0212 347 70 77
e-mail: indeks@indeksiletisim.com
web: www.indeksiletisim.com

Yazı İşleri

Yayın Direktörü: Fülay Yaşa

Editörler: Berrin Türkmen, Umut Bavlı

Haber Merkezi:

Elif Erdem, Demet Şeker,

Esra Melek Yiğitsözlü, Damla Tomru

Araştırma: Can Sezer

Çeviri: Lucy Wood, Dara Çolakoğlu

Tasarım Yönetmeni

Gündüz Hakan Savaşer

Görsel Yönetmen

Esen Ataman Kürklü

Sayfa Sekreteri

Serkan Bengin

Fotoğraf: Dianet

İdari İşler: Özge Yurtseven

Renk Ayrımı

Stampa

Baskı

Doğan Ofset Yayıncılık ve

MatbaacılıkA.Ş.

Telefon: 0212 622 19 00

Yayın türü

Yerel - Süreli - 3 Aylık

Dergi Yönetim Yeri

Yaşar Holding A.Ş. İstanbul Temsilcilik

Setüstü Kabataş No: 23 İstanbul

Telefon: 0212 251 46 40

Faks: 0212 244 42 00

e-posta: yasadergi@yasar.com.tr

Yaşar Dergisi'nde yayımlanan yazı ve fotoğrafların tüm hakları ile Yaşar logosu Yaşar Holding A.Ş.'ye aittir. Kaynak gösterilerek dahi olsa Yaşar Holding A.Ş.'nin yazılı izni olmadan kullanılamaz.



04



06



12



18



22



28



34



38



42



52



54



64



68

04 mekan: Tophane 06 söyleşi: Yıldız Kenter 10 yaşam rehberi 12 iş dünyası: Yılmaz Argüden
16 yaşam rehberi 18 sağlıklı yaşam: Prof. Dr. Osman Müftüoğlu 22 belgesel: Tolga Örnek 28 stil: keten
32 yaşam rehberi 34 söyleşi: Prof. Dr. Nedret Kuran Burçoğlu 38 dip balıkları 42 marka: Nur Akgerman
52 müzik: Rahman Altın 54 bakış açısı: İstanbul Sokakları 58 mutfak sanatı: Maximilian Thomaie
62 söyleşi: Ruslana 64 mekan: SAV Otomobil Müzesi 68 sanat: cam ocağı 72 sinema 74 kitap
76 Yaşar kısılar 78 english summaries

Tophane'de nargile keyfi

Nargile en eski geleneklerimizden biri. Günümüzde bu geleneğin yaşatıldığı en önemli yer Tophane. Ev hanımlarından işadamlarına, turistlerden üniversite öğrencilerine kadar farklı kesimlerden insanlar Tophane'ye nargile içmeye geliyor. Müdavimlerin büyük bölümünüyse gençler oluşturuyor.

Bazı mekanlar vardır, belli nesne ya da sembollerle özdeşleştirilir. Tophane de bu mekanlardan biri. Tophane'yi nargilesiz düşünmek mümkün değil. Nanelisi, çileklisi, güllüsü, ballısı...Farklı tat ve kokulardaki nargileler dost sohbetleriyle birleşince ayrı bir keyif verir. Tabii nargile kahvelerine hakim olan fokurtu seslerini de unutmamak gerekir.

Keyiften geleneğe

En eski geleneklerimizden biri olan nargilenin kökeni Hindistan'a dayanıyor. Hintliler, hindistancevizinin dışındaki tabakayı yakarak kamışla dumanı içlerine çekmiş. Zamanla bu keyif dedelerin nargilelerini torunlarına miras bıraktığı bir kültür olarak yerleşmiş. Türk insanının nargileyle tanışmasıysa 16. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu döneminde gerçekleşti. Osmanlılar nar-



gileyi öyle sevdi ki nargile içmeyi teklif etmek dostluk göstergesi haline geldi. Ancak nargile IV. Murat zamanında uygulanan tütün yasağından nasibini aldı. Yine de halk, gizli gizli nargile içmeyi sürdürdü. 14 yıl sonra da yasak kaldırıldı.

Tophane'nin tarihi

Tophane adını Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptır-

lan top döküm binasından alıyor. Fatih'in İstanbul'u aldıktan hemen sonra yaptırdığı bina yıkılınca yerine, Kanuni Sultan Süleyman tarafından yeni bir bina yapılmış. 1998'de Mimar Sinan Üniversitesi Kültür ve Sanat Merkezi olan Tophane-i Amire binası, bugün sanatsal etkinlikler için kullanılıyor. 16. yüzyıl sonları ve 17. yüzyıl başlarında Tophane bölgesi, topraktan yapıma objeleri ve lüle taşlarıyla ünlü. "Lüleciler esnafı" Tophane'yi mesken edinmiş. Semt 19. yüzyılda edebiyatçı, din adamı ve tüccar gibi farklı kesimlerin bir araya geldiği bir eğlence mekanına dönüşmüş. Meddah ve müzisyenler Tophane kahvehanelerinde sanatlarını konuşmuş. Tophane bütün bu özellikleri içinde barındıran tarihi bir semt. Kılıç Ali Paşa ve Nusretiye Camisi'yle Mahmuduevvel Çeşmesi semtinin tarihi yapıları arasında bulunuyor.

Yeni nargile geleneği

Günümüzde nargile geleneğinin yaşatıldığı en önemli yer Tophane. Amerikan Pazarı nargile kahveleriyle semtin en popüler mekanı. 1500 metrekare alana kurulu Amerikan Pazarı 45 yıldır ithal giyim ürünlerinin satıldığı bir alışveriş merkezi olarak hizmet veriyor. Üniversite öğrencilerinden işadamlarına, turistlerden ev hanımlarına kadar farklı kesimden insanlar Amerikan Pazarı'na nargile içmeye geliyor. Nargile severlerin büyük bir bölümünü gençlerin oluşturmasıysa, nargile geleneğinde önemli bir değişimin göstergesi. Çünkü eskiden yalnızca yaşlılar ve müdavimler tömbeki (Arap tütünü) keyfi için nargile içmeye gidermiş. Bugün hem nargilecilerin sayısı arttı hem de nargile çeşitleri. Yeni müdavimler Arap ülkelerinden gelen aromalı



tütünlere tercih ediyorlar. Son yıllarda Amerikan Pazarı'ndaki nargile kahvelerinin sayısında artış oldu. Bugün Pazar'da 10'un üzerinde nargile kahvesi bulunuyor.

Erzurum Çay Evi, Çınaraltı, Osmanlı, Köşe Başı ve Katmerler Nargile bunlardan bazıları. Bu kahveler içinde en eski ve ünlüsü Erzurum Çay Evi. Kahve 58 yıldır nargilecilere hizmet veriyor. Müdavimleri arasında sanat,



spor ve politika dünyasından ünlü kişiler bulunuyor.

Nargileyle hoş sohbetler

Nargilenin geçmişten gelen en önemli misyonu, insanların birbirleriyle sohbet ederken hoşça vakit geçirmesini sağlamak. Bu nedenle nargile kahveleri, en koyu sohbetin yapıldığı mekanlar olma özelliğini hala koruyor. Nargile kültürünün hızla yayılması, yeni mekanların açılmasını ve daha çok insanın bu keyfi yaşamasını sağlıyor.

Çemberlitaş'taki Çorlulu Ali Paşa Medresesi, Kasımpaşa'daki Kasımpaşa Nargile, Moda'daki Rembetika Nargile Cafe tercih edilen mekanlar arasında yer alıyor. Siz de yorucu bir iş gününün sonunda dostlarınızla birlikte Tophane'deki bir nargileciye gidip, sohbet eşliğinde nargile içme keyfini yaşayabilirsiniz.



“Profesyonel dilenci olduk!”

Birbirinden farklı roller, sahne ışıkları ve alkışlar. Hayranlık duyan binlerce insan... Sahnede her şey çok güzel görünüyor. Peki ya sahne arkasında yaşananlar? Onlar da bu kadar güzel mi?

Bir işe ömrünü adanmak, aynı işi 50 yıldan fazla ilk günkü heyecanla yapabilmek nasıl bir tutku? Peki 50 yıl sonra arkanıza baktığınızda maddi olarak emeğinizin karşılığını almadığınızı görüp yine de tek bir anından bile pişmanlık duymamak, “Yine olsa yine yapardım” diyebilmek nasıl bir tutku? Yıldız Kenter bu tutkuya sahip insanlardan biri. Tiyatro sanatına 50 yıldan fazlasını verdi ve hayattan beklentisi bu süre boyunca hiç değişmedi. “Yeter ki perde açık kalsın, tiyatroya kapanmasın!” Bunun için yıllardır çabalyor. Bu yorucu temponun ortasında her zamanki şıklığı, zarafeti ve güzelliğiyle sahnede, sokakta, ekranlarda parıldamaya devam ediyor. Türk tiyatroya tarihinde bir eko olarak kabul edilen Kenter’le Türk tiyatroya izleyicisinin zaman içerisindeki değişimini, bir tiyatroyu yıllarca ayakta tutabilmenin öyküsünü, korkularını, heyecanlarını, pişmanlıklarını, kısacası sanata ve yaşama dair pek çok farklı konuyu konuştuk.

Türkiye’de tiyatroya neden yeterince gidilmiyor?

Seyircisiz tiyatro olmaz. Seyirci onu bütünlerse tam olur. Bunu bütünlemek kolay iş değil. Bir oyunu çıkarırken oyunu alıp okuyor, deşifre ediyorsunuz; devrini, koşullarını araştırıp insanları tanımaya çalışıyorsunuz, distribüsyon yapıyorsunuz; ve dekor, kostüm, provalar derken bir oyun en az altı haftalık bir çalışma sonucu ortaya çıkıyor. Bu çalışmanın ardından seyirci geliyor ve seyredip gidiyor. Bu altı haftalık çalışmayla iki saatlik bir beraberlik oluşuyor. Ancak bu iki saatlik beraberlik yeterli değil. Seyircinin de kendisini hazırlaması gerekir. Oyunu önceden araştırması, kimin oyunu olduğunu, felsefesini bilmesi gerekir. Ayrıca alkol almamış olması, yerinden kalkmaması ve yüksek sesle öksürmesi, yanındakilere saygılı olması gerekir. Tiyatro seyircisi olmak o kadar kolay değil. Bir eğitim ve disiplin işi. Bu yüzden tiyatrolar yeteri kadar dolu değil.

Ancak bundan 30 yıl önce salonlar doluydu. O zaman ki seyirciyle bugünkü arasında ne gibi farklar var?

O zamanlar her şey çok daha iyiydi, bu kadar ucuzlaşmamıştı. O yıllardaki seyirci, tiyatroya seyircisi olma gayretini içindeydi. Bugün insanlar televizyona bakıyorlar. Tiyatro seyretmek bir kültür, eğitim, birikim ve disiplin işi ama televizyon öyle değil. Bir kanalı beğenmiyorlar anında diğerine, sonra ondan da hemen sıkılıp ötekine geçebiliyorlar. Televizyonda bir sadakatsizlik var. Televizyon izlemek daha kolay geliyor.

Bu işin seyirci tarafıydı. Tiyatroların boş kalmasında tiyatrocuların etkisi var mı?

Tabii ki var. Hiçbir şey tek taraflı olmaz. Tek elin sesi çıkmaz, iki elin sesi çıkar. Bu hem çok güzel bir şeydir hem de iki tarafın bir şeyi olumlu ve olumsuz paylaşmasını sağlar. Elbette ki tiyatrocuların da eksiklikleri var. Onların da çoğu bu akıntıya bir şekilde kapıldı. Seyircinin alıştırdığı daha ucuz, kolay ve hafif oyunlar oynamaya başladı. Seyirci için bir Shakespeare ya da eski bir Yunan oyunu izlemek zor hale geldi. Ayrıca oyuncular açısından da böyle oyunları sahneye koymak zahmetli gelmeye başladı. Çünkü bu oyunlar yoğun biçimde başka türlü çalışmalar yapmayı da gerektiriyor. Bugün baktığınız zaman, ödenekli tiyatrolarda dahi bir Shakespeare, eski Yunan ya da klasikler geleneği görmüyorsunuz. Peki klasik tiyatroyu, baleyi, müziği kim öğretecek? Tabii ki devlet kurumları öğretecek, ama

orada bile zayıflamış durumda. Bugün popülizm ön planda, sanatsallık geri planda kaldı. Tüm sorun da bu. Geleceğe umutlu bakıyorum. Zaten zannetmeyin ki bu durum yalnızca Türkiye’de böyle. Tüm dünyada herkes bir yenilik peşinde. Yenilik, giderek teknik imkanları çok, şaşırtıcı müzikaller yapmaya yönlendiriyor. Tiyatro bir sanayi oluyor ve sanat boyutu unutulup para fabrikası haline geliyor. Herkes tiyatroya gittiğinde sinemadaki ihtişamı görmek istiyor. Bizim ülkemizde devlet yardımı olsa bile tiyatrolar bununla baş edemiyor. Çünkü sanat pahalı iştir. Satılmadığı zaman ucuzlar. Bizde de sanat satılmayınca, ne yazık ki ucuzlaşmaya başladı.

Bir de işin gişe boyutu var. Hem sanatsal hem de para kazandıran oyunlar oynamak nasıl mümkün olabilir?

Ancak seyirci, sanatçı, basın ve devlet adamlarının birlikteliğiyle olur. Devlet tiyatroları ilk kurulduğu zaman inanılmaz bir hücum vardı. Çünkü her oyuna İnönü, Celal Bayar gelirdi. Konserlere gider, oyuncularını kabul ederlerdi ve basın da birlikte gelirdi. Oyundan önce metni alır, incelerlerdi. Metni seyirciye tanıtır ve seyirciyi oyuna hazırlarlardı. Devlet adamları oyun, opera, dans, konser hakkında düşüncelerini, duygularını paylaşırdı. Bunlar özendiriciydi. Bugün bir devlet adamının herhangi bir oyuna gittiğini en son ne zaman duyduunuz? Bülent Ecevit sanatçı bir aileden yetiştiği ve önceleri pek çok oyunu seyrettiği halde bir süre sonra politize oldu ve oyunlara gitmemeye başladı. Oysa sanat insanın nefes aldığı, dinlendiği, kendini ve diğer insanları tanıdığı başka bir arenadır.

Bütün Türkiye sanata meraklı, sanattan anlayan bir toplum haline gelse hayatımızda neler değişirdi?

Onu bilemem. “Sanattan anlayan toplum hangi toplumdur?” dersiniz, onu da bilemem. Ama Almanya’ya baktığımızda savaştan sonra hastane, postane ve

okulla birlikte tiyatrolarını da yaptırmaya başladılar. Bizdeki zihniyet böyle değil. Oysa sanatın onlarla birlikte yürütmesi gerekir. Ekmek, su, şeker, hava gibi günlük bir ihtiyaç haline gelmesi lazım. Almanya koca bir savaştan müthiş bir yeniliyle, dünyanın en antipatik milleti olarak çıktı. Oysa bugün Türkiye hakkında, insan haklarıyla ilgili yorum yapabiliyor. Bunu biraz da sanatsallığına borçlu. Sanata bu kadar önem vermeseydi, bu gücü elde edemezdi. Bugün yurtdışına baktığınızda insanlar İdil Biret’i, Leyla Gencer’i, Suna Kan’ı tanırlar. Türkiye’yi tanıtır ve sevdiren onlar. Yurtdışında tanınanlar politikacılarımız değil. Afrika için düzenlenen Live 8 organizasyonu tüm dünyayı bir araya getirdi. Hiçbir politikacı bunu yapamaz. Sanatın gücü bu. İnsanı insana sevdirmek. İnsanı insana hoş göstermek. İnsana insan olduğunu hatırlatmak.

Sanatçı olmanın yanı sıra yıllardır tiyatronuzu yönetmek için çaba sarf ediyorsunuz. Bir tiyatroyu yönetebilmek, liderlik edebilmenin vasıfları nelerdir?

Lider olduğumu sanmıyorum ve iyi bir lider olduğumu da asla kabul etmiyorum. Tiyatronun içinde sanatçı, işçi, memur olarak çalışan, koşan, tiyatroyu ayakta tutmaya çalışan biriyim. Liderlik vasıflarım olsaydı, belki tiyatroyu bugün bu durumda olmazdı. Ayrıca o vasıfları ne olduğunu da bilmiyorum. Beni lider gibi gören olduğunu da sanmıyorum. Oynuyorum, koşuyorum, yardım istiyorum, yardım alıyorum, çalışıyorum, çalıştırıyorum,



“Tiyatrocu olmasam ne olurdu, düşünemiyorum bile. Hiçbir şey olmazdım gibi geliyor. Tiyatrocu olmasaydım, mutsuz olurdu. Tiyatrocu oldum yine mutsuz oldum, ama mutluluğu aralarda yakaladım. İşte o erişilmesi ve anlaşılması zor bir mutluluk. Küçük mutluluklardı, ama güzeldiler.”

piyes arıyorum, tiyatronun devamını, satılmamasını ve tiyatronun tiyatro olarak devam etmesini istiyorum. Yoksa benim paraya ihtiyacım yok mu? Tabii ki var. Kimi zaman “Sat” diyorlar. Niye satayım? Bu yaşıma kadar para yememişim, bundan sonra ne parası yiyeceğim? Buranın tiyatro olarak yürümesini, gençlere kalmasını istiyorum. Tiyatroyu gerçekten seven gençler, burada tiyatro sanatını geliştirerek yürütsünler istiyorum.

Tiyatroda yönetim aşamasında en büyük engeliniz nedir? Nasıl aşıyorsunuz?

Para. Daha büyük bir engel yok. Sponsorluk görüşmeleri yapıyorum. Tiyatroya doğalgaz bağlatmak için görüşmeye gideceğim. Profesyonel dilenci oldum. Ne yazık ki işler böyle yürüyor. Yardım istiyorum herkesten. Tiyatro yapıpken de yardımla yaptım. Dünyada hiçbir tiyatro destek almadan yaşayamıyor. New York City bale dünyanın en zengin balesi. Sponsorluğunu New York şehri yapıyor. Ama duvarlarına baktığınızda, Steven Spielberg'den başlayarak uzayıp giden bir sponsor listesi var. Biletler 120 dolar, tıklım tıklım doluyor, ancak yine de yetmiyor.

Bunca yılın ardından emeğiniz karşılığını alabildiniz mi? Emeğin karşılığını para olarak düşünürseniz, hiç almadım. Ama itibar olarak düşünürseniz, bunu aldım ve bunun için değerdi. Zaten bir gün bile maddi olarak “değmezdi” demedim. Az para ile idare edebiliyorum.

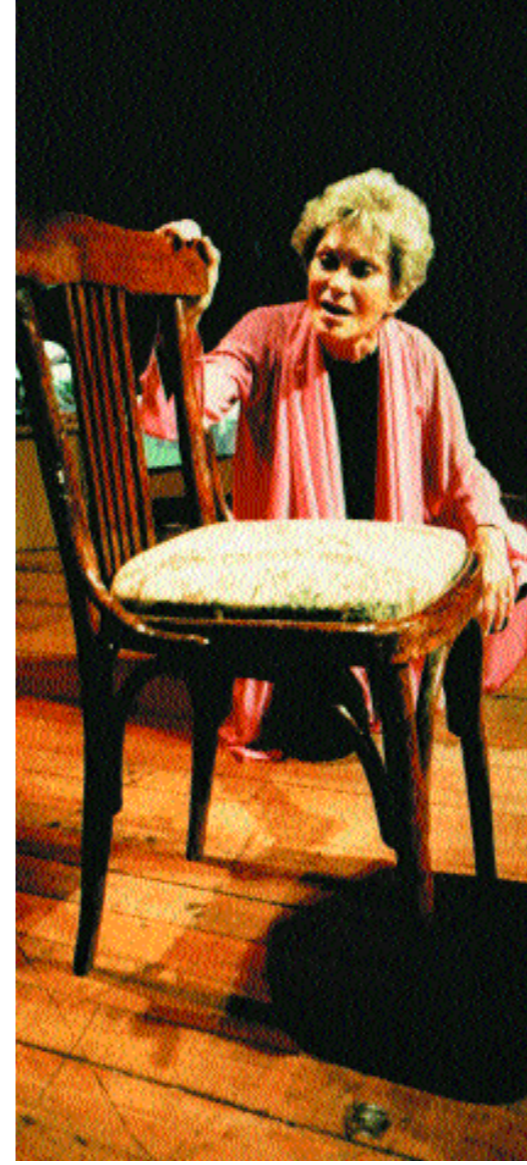
Normal bir hayatım var ve yaklaşık 7-8 yıldır borçsuz yaşıyorum. Bu da Türkiye için fena bir tablo değil.

Yıldız Kenter’in “7-8 yıldır borcum yok” demesi trajikomik bir şey değil mi?

Öyle tabii. Ama burası Türkiye. 47 yıldır hocayım. Emekli sözleşmeli çalışıyordum. Bu yılın ortasında çıkarıldılar. Niye çıkardıklarını bildiklerini de sanmıyorum. Her şey kanunla oluyor. Kanun insanlar içindir, değişen yaşamlar içindir. Kanun insanlar, değerleri korumak ve değerlerden yararlanmak içindir.

Dönüp baktığınızda pişman olduğunuz bir an var mı?

Çok pişmanlık duyan bir insanımdır. Bir bakışım, bir sözüm, bir gülüşüm için pişman olurum. O yüzden pişman olmayı sevmem. Pişman olmadan yaşamının da mümkün olduğunu sanmıyorum. “Yaptığım hiçbir şeyden pişmanlık duymadım” diyebilen insanlar var. Onlara hayranlık duyuyorum. Çünkü pişmanlık beni tereddüde götürüyor. “Şöyle yapsam pişman olur muyum, olmaz mıymı? Hadi yapayım, hayır yapmayayım” diyorum. Korkuyorum, ama üstüne de gidiyorum. Ama tiyatrocu olduğum için asla pişmanlık duymadım. Tiyatroyu gerçekten büyük bir aşkla sevdim. Tiyatrocu olmasam ne olurdu, düşünemiyorum bile. Düşünmek de istemiyorum. Hiçbir şey olmazdım gibi geliyor. Tiyatrocu olmasaydım, mutsuz olurdu. Tiyatrocu oldum yine mutsuz oldum, ama mutluluğu aralarda ya-



kaladım. İşte o erişilmesi ve anlaşılması zor bir mutluluk. Küçük mutluluklardı, ama güzeldiler. Necati Cumalı'nın Derya Güllü'nde Şükran'a söylediği bir laf vardır. “Başları paranın tuğrasına, paran yoksa itibarın var” der. Bu çok hoşuma giden bir laf.

Yıllarca şöhreti koruyabilmek nasıl mümkün olabilir? Kimsenin şöhretini kaybetmekten korktuğunu sanmıyorum. Şöhretli bir insan olduğumu da zannetmiyorum. Ayrıca şöhretli olmak da önemli değil. Çünkü artık şöhret olmak çok kolay. Soyunup Taksim'de iki defa dönseniz, bütün gazetelerin birinci sayfasında çıkarsınız. Yapılan yarışmalarda ne kadar rahat şöhret olunabildiğini görüyoruz. Hiçbir zaman öyle bir şöhret olmadım.

Hayattaki korkularınız neler?

Sahneye çıkmaktan çok korkarım. Cambaza, metrelerce yükseklikte ipeğin üzerinde yürürken nasıl olup da korkmadığını sormuşlar. “Korkuyorum, ödüm patlıyor” demiş. Zaten korkmadan yapamazsın. Ama tabii bu farklı bir korku. Öyle bir garip heyecanı var ki... Sahneye çıkacaksınız, perde açılacak, ama tek bir sözcük bile hatırlamıyorsunuz. Kendinizi öyle ateşe atıyorsunuz. Birden bire sözcükler dökülüyor. Tuhaf bir şey!

Canlandırdığınız roller arasında ayrı bir yere koyduğunuz bir karakter var mı?

Onların hepsi beni oluşturuyor, hepsi benim. O yüzden

böyle bir ayırım yapmam mümkün değil. Hepsini benim içimden çıkan bir şey. Hepsini kendi içimde keşfediyorum. Eğer o karakter ve oyun tuttuysa, seyirci de o rollerde kendini keşfettiği için tutuyor.

Dizelerde oynamanızda maddi kaygıların etkisi var mı?

Kısmen öyle. Çünkü yaklaşık altı yıldır tiyatrodan bir kuruş para almıyorum. Bir yandan da geçinmem gerekiyor. Ne yazık ki Türkiye'de hem sanatsal hem de maddi açıdan tiyatroların durumu genel olarak iyi değil.

Bir gününüz nasıl geçiyor?

Bu sabah altıda kalktım ve altı buçukta yürüyüşteyim. Çok çalışıyorum. İşim olmadığı zamanlar yürüyüş yapıyorum, tiyatroya geliyorum. Hayatımda “canım sıkıldı” diyeceğim bir anım olmadı. Yaşananlara canımın sıkıldığı oluyor, ama boşluktan hiç sıkılmadı.

Ne sıklıkta tiyatroya gidiyorsunuz?

Boş olduğum her zaman gitmeye çalışıyorum. En son Ferhan Şensoy'un oyununu izledim. Bazılarına gidemiyorum tabii. Ancak şu an oyunum bittiği için daha çok vaktim var ve daha çok oyun görebiliyorum. Otobüs şoförüne “Tatilde ne yapıyorsunuz?” diye sormuşlar. “Bir otobüse binip şehri dolaşıyorum” demiş. Otobüsü kullanmak başka, otobüs ile seyahat başka. Onun için tatilimi otobüs şoförünün tatiline benzetiyorum. Tatillerde tiyatro izliyorum.

Kırışıklıklarla mücadele

Kozmetik sektörü hızla geliyor. Yeni çıkan kremler, çizgi ve kırışıklarla mücadelede gerçek bir çözüm sunmayı amaçlıyor. Bu da sektörün değerinin trilyon dolarlara yaklaşacağı anlamına geliyor.

Kozmetik ürünlerin satıldığı bir dükkana girdiğinizde, çekici tarzda paketlenmiş ürünlerin bombardımanına uğramanız artık kaçınılmaz. Satıcılar bu ürünleri kullandığınızda güzel ve genç görüneceğinizi, hoş kokacağınızı ya da kendinizi iyi hissedeceğinizi vaat ediyor. Nemlendirici kremlerin bazıları kırışıklarla mücadelede basit birer tıbbi çözüm olarak sunuluyor. Bu mucizevi kremler en çok satan kozmetik ürünler listesinde ilk on içinde yer alıyor.

Çizgi ve kırışıklıkları yok etmek üzere geliştirilen kremlerin son zamanlarda birden artması tesadüf değil. Aslında "Botoks'tan daha iyi olabilir" mesajı çevresinde dolanan ve bilimsel bir tarza sahip olan reklamların önemini azımsamamak gerekiyor. Bu mesajla kozmetik endüstrisi büyük bir patlama yaşarken, dermatologlar ve kozmetik firmaları milyarlarca dolarlık bir endüstri yaratıyor.



Yaşlanmaya karşı savaşma fikri, geleceği parlak bir iş alanı olarak değerlendiriliyor. Dünya çapındaki satışlara bakıldığında, yaşlanma etkilerini önleyen ürünlerin satışı 2000 yılından bu yana yüzde 71 oranında artış gösterdi. Bu oran aynı zamanda kozmetik pazarındaki diğer cilt bakım ürünleriyle kıyaslandığında en yüksek artış

anlamına geliyor. Araştırma sonuçları incelendiğinde, son zamanlarda diğer ürünlerin hiçbirinde bu kadar yüksek ve hızlı bir artış görülmediği ortaya çıkıyor. Kozmetik sektörüyle ilgili araştırmalar yapan Euromonitor firmasına göre sektör geçen yıl 9.9 milyar dolarlık bir satışın sahibi oldu. 2003 yılında Amerika'da iki milyon insan botoks yaptırırken, 1.6 milyon insan kimyasal ilaçlı çözümlere başvurdu. Ancak bu tür yöntemlere sıcak bakmayan insanların sayısı gün geçtikçe artıyor. Bu da kırışıklarla mücadele eden kremlere gösterilen ilgiyi artıran nedenlerin başında geliyor. Loreal Paris Başkanı Carol Hamilton, yaptıkları son çalışmalarla kırışıklıklarıyla yüzleşmek zorunda kalmayacağına inanan bir kitle yarattıklarını düşünüyor. Bu da güzellik endüstrisinin attığı en güçlü adımlardan biri olarak karşımıza çıkıyor.

1997 yılında 1.1 milyon Amerikalı kozmetik ürünler kullanırken, 2003 yılında bu rakamın 6.4 milyona yükseldiği görülüyor. Yaşlanma etkilerini geciktiren krem pazarında da aynı söz konusu. 50 milyar dolarlık cilt bakım ürünleri endüstrisinde 2000 yılında 5.8 milyar dolarlık pazar payına sahip olan kırışıklık ürünleri, 2004 yılında yaklaşık 10 milyar dolarlık bir pazarın sahibi oldu.

Ağrı deyip geçmeyin

Kronik ağrılar hırsız gibidir. Vücudunuzun içine girer ve sizi hiçbir engelle karşılaşmadan soyar. Ağrıların neden olduğu ani değişiklikler iş hayatınız açısından problem yaratabileceği gibi evliliğinizi, arkadaşlarınızı ve kişiliğinizi de sizden alıp götürebilir.

TIME dergisinin milyonlarca kişinin hayatını çekilmez hale getiren kronik ağrılar ve bu ağrıların tedavisi konusundaki yazısında bazı başlıklar ön plana çıkıyor.

Nedenini bulmak gerek

TIME'ın "Ağrıları tedavi etmek için doğru ve yanlış yollar" başlığıyla verdiği araştırmada, kronik ağrılar yüzünden ABD'de 100 milyar dolara eşdeğer işgücü kaybı yaşandığı belirtiliyor. Başka bir deyişle ağrı tedavisinde birçok yanlış yapıldığına dikkat çekiliyor. Hastalar ağrıların kaynağını öğrenip tedavi olmak yerine ağrıları başka rahatsızlıkların göstergesi sayıp yanlış tedavilere yöneliyor.

Yalnızca ilaç yetmez

Çok sayıda kişi ağrılarından kurtulmak için sadece ilaç kullanmanın yeterli olacağını düşünüyor. Oysa ağrı te-

gibi. Sizin başınızı neyin ağrıttığını belirleyin ve bundan mümkün olduğunca uzak durun.

Alternatif terapi: Bazı hastalar akupunktur ve koyungözü bitkisinin baş ağrılarına son verdiğini belirtiyor. Bazı migren vakalarında da botoksun etkili olduğu biliniyor.

Diğer yöntemler: Rahatlama teknikleriyle baş ağrısını ve çok sayıda kronik ağrıyı yenebilirsiniz. Meditasyon gibi stresten arınmaya yönelik yöntemlerle ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz. Bu yöntemler doktor gözetiminde bir ilaç tedavisine eşlik edebileceği gibi tek başlarına da etkili olabilirler.

Osteoartrit (Eklem iltihabı)

Hayat tarzında değişiklikler: Kilo verin. İki kilo vermek bile eklemlerdeki basıncı azaltacaktır. Sık sık hafif egzersizler yapmak, yürümek, yürümek ve yoga ağrılarınızı hafifletir.

Alternatif terapi: Akupunktur, sıcak su veya buz torbaları ağrınızı dindirmede etkili olabilir.

Diğer yöntemler: Tüm gevşeme teknikleri yardımcı olur.



Diğer yöntemler: Dinlenin. Uyumakta zorluk çekiyorsanız kafein, tütün ve alkolden uzak durun.

Sırt ağrısı

Hayat tarzında değişiklikler: Öncelikle buz torbası uygulayın, daha sonra sıcak tutun. Mümkün olduğunca kısa sürede ayağa kalkın, yatarak dinlenmek işe yaramaz. Normal hareket etmeye ve hafif egzersizler yapmaya çalışın.

Müzikseverler Rock'n Coke festivalinde buluşuyor



Coca-Cola tarafından, Pozitif organizasyon ve İKSV işbirliği ile düzenlenen Türkiye'nin en büyük açık hava müzik etkinliği Rock'n Coke İstanbul Festivali, 3-4 Eylül 2005 tarihleri arasında Hezarfen Havaalanı'nda yapılacak.

Son 25 yılın en önemli gruplarından The Cure, punk-rock'ın en çok konuşulan grubu The Offspring, Skin ve modern zamanların en büyük rock gruplarından Korn Rock'n Coke Festivali kapsamında İstanbul'a gelecek.

Festivalin bu yıl yurtiçi ve yurtdışından yaklaşık 50 bin kişiye ev sahipliği yapması bekleniyor. İstanbul'u dünya festivaller atlasına sokmayı hedefleyen Rock'n Coke

ekibi, bu yıl Avrupa'daki tanıtım faaliyetlerini artırarak Avrupa gençliğini İstanbul'a davet ediyor. Tüm Avrupa ülkelerini kapsayan Soundwave festivaller turu kapsamında Almanya, Fransa, İtalya, Hollanda, İsveç, Danimarka ve İspanya'nın da aralarında bulunduğu yaklaşık 20 ülkedeki gençlere "İstanbul'a gidin" çağrısı yapılıyor. Bu yıl başlayan tanıtım faaliyetleriyle birlikte festivale gelen yabancı sayısının her geçen yıl artması bekleniyor.

Soundwave festivaller turu kapsamında bu yıl en yoğun ilginin İstanbul'a olduğu söyleniyor. 20 Avrupa ülkesinden 600 genç 2 Eylül'de İstanbul'a gelecek. Ayrıca Rock'n Coke İstanbul biletlerine başta Romanya, Bulgaristan, Yunanistan, Rusya ve İsrail olmak üzere pek

çok ülkeden talepler geliyor. Festivalde Hezarfen Havaalanı'nın 250 dönümlük bölümü kullanılacak. Bu sayede katılımcıların rahat hareket etmesi planlanıyor. Geçmiş yıllarda 5 bin kişilik olan kamp alanının kapasitesi bu yıl 7 bin 500 kişi olacak şekilde genişletiliyor.

Festivale katılacak diğer gruplar arasında The Tears, Hot Hot Heat, Replicas, Pamela, Ceza ve Manga yer alıyor. Festival boyunca alternatif DJ performanslarının sergileneceği Burn Sahnesi'nde ise Tom Middleton, Sidle Rock, The Homegrown Soundsystem, Rootsman feat Mc. D. Bo. General, Tamburada, Evil 9, Ellen Allien, Barış K., Angie Reed, Jonny Rock, The Bays, Riccardo Villalobos yer alacak.

davi uzmanları, "ağrıları karşı çok yönlü savaş verilmeli" diyor. Modern ağrı giderme tedavileri kişiye ve rahatsızlığa göre değişiyor. Bu tedaviler aspirin kullanımından hipnoz yöntemine kadar farklılık gösteriyor.

Baş ağrısı

Hayat tarzında değişiklikler: Baş ağrısının farklı tetikleyicileri var. Stres, kafein, alkol, parlak ışıklar ve kirli hava

Kas veya eklem zedelenmeleri

Hayat tarzında değişiklikler: Buzla tampon yapın ve bu bölgeyi yüksekte tutup dinlenin. Hasar gören bölge hareket kabiliyetini geri kazandığında ufak hareketler yapın.

Fizik tedavi: Kondisyon egzersizleri, hasar gören kas ve eklemleri güçlendirir.



Fizik tedavi: Karın ve sırt kaslarını güçlendirin. Masaj ve Pilates olarak bilinen yer egzersizleri etkilidir.

Diğer yöntemler: Gevşeme teknikleri rahatsızlık hissini ortadan kaldırır.

Nöropati (Sinir sistemi hastalığı)

Hayat tarzında değişiklikler: Nöropati genellikle AIDS, şeker hastalığı, kanser ve zona gibi hastalıkların sinirlerde yol açtığı hasardan kaynaklanan ağrılardır. İşe sorunun kaynağını tedavi etmekle başlayın.

Alternatif terapi: Çuhaçiçeğiyağı, B ve E vitamini takviyeleri iyi gelir.

Fibromyalgia (Kas ve kemiklerde görülen romatizmal rahatsızlıklar)

Hayat tarzında değişiklikler: Ağrı ve hassasiyeti azaltmak için yeterli uyku uyumanız, hareket etmeniz ve kilonuza dikkat etmeniz şarttır.

Fizik tedavi: Yoga gibi esnetici egzersizler yapın.

Alternatif terapi: Bazı doktorlar vücudunuzu doğru şekilde hareket ettirme ve duruş tekniği olan Feldenkrais Metodu'nu tavsiye ediyor.



“Yangın söndürme, önle!”

Geleceği şekillendirme konusunda toplumun her kesimine önemli roller düştüğünü vurgulayan ARGE Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Yılmaz Argüden'e göre Türkiye'nin yalnızca kendisi için değil, aynı zamanda Avrupa ve dünya için fikir üretmeye ve bu konuda öncü olmaya başlaması gerekiyor.

Türkiye geçtiğimiz 20 yıl içinde ekonomik ve siyasi açılardan çok zor dönemlerden geçti. Uzun yıllar boyunca tüm dünyada en yüksek reel faizi ödeyen ülkelerden biriydi. Bunun yanı sıra enflasyonun uzun bir zaman çok yüksek oranlarda kaldığı nadir ülkelerden biri olarak tarihe geçti.

Türkiye çevresinde istikrarsızlığın hüküm sürdüğü ve büyük bölgesel sorunların patlak verdiği ülkelerin yanı başındaki bir coğrafyada yer alıyor. Bölgesel sorunlar gündemdeki yerini her zaman koruyor. Pek çok insana göre Türkiye, “kaynayan kazanın tam ortasındaki stratejik bölge” olarak adlandırılıyor.

ARGE Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Yılmaz Argüden, geçmişte yaşanan bu zorlukların Türk insanını kısa vadeli düşünmeye yönlendirdiğini düşünüyor. Başka bir deyişle reel faizlerin zaten yüzde 15-20 civarında olduğu bir ülkede, on yıl sonrası için nasıl plan yapılabilir ki? Bütün bu yaşananlar ve Türkiye'nin içinde bulunduğu koşullar, Türkiye'yi ve Türk insanını nasıl etkiliyor? Türkiye geleceği şekillendirmek konusunda ne gibi adımlar atıyor? Bu konuda hangi ülke, ne yapıyor? “Ekonominin bir yıl yüzde sekiz büyüyüp, ertesi yıl yüzde sekiz küçüldüğü bir yerde insanlar geleceği planlamıyor” diyen “Geleceği Şekillendirmek” kitabının yazarı Argüden, Türkiye ve dünya perspektifinden yola çıkarak “geleceği şekillendirmek” konusunu anlattı.

Şu an Türkiye'yi nerede görüyorsunuz?

Geçmişte yaşadığımız ekonomik, siyasi sorunlar nedeniyle Türk toplumu daha fırsatçı, daha faydacı ama daha az stratejist ve daha az uzun vadeli bakan bir toplum haline gelmeye başladı. Burada bir suçlama yapmak niyetinde değilim. Şartlar insanları bu duruma getiriyor. Oysa Türkiye gerek siyasi gerek ekonomik istik-

rara kavuşurken, düşünce tarzlarımızı da değiştirmeye ihtiyacımız var. Düşünce boyutunda önemli bir atılım yapamazsak, bakış açımızı değiştiremezsek, o zaman değişen şartlara yeterince uyum sağlayamayacağız ve değişimden faydalanamayacağız demektir. Türkiye'nin “yangın söndürme” modundan çıkıp, “yangını önleme” moduna geçmesi gerekiyor. Türkiye bugüne kadar yangın söndürme modunda olduğu için hep yangını söndüren kişilere prim veriyoruz; yangını öngörüp onu önlemeye çalışanlara değil. Oysa yangını ne kadar iyi söndürürseniz söndürün verdiği zarar çok büyük oluyor. En büyük getiri de yangını önlemekten elde edilir.

Yangını nasıl önleriz?

Gerek iş dünyası gerek siyaset dünyası gerekse dünyaya baktığınız zaman, oyunun kurallarını ortaya koyanlar ve oyunu kurgulayanlar, oyunda rol alanlara göre daha büyük kazanç elde ediyorlar. Yani siz sürekli oyunu yakalama modundaysanız hiçbir kazanç elde edemiyorsunuz. Ekonomide, bir ürünün ilk piyasaya sürülenler para kazanıyor. Bu da fikir açısından öncü olmak gerektiğini gösteriyor.

Fikir açısından öncü olmak için ne yapmak gerekiyor?

Bizdeki eğitim sistemi buna uygun değil. Türkiye'de size ne veriliyorsa onu almanız öğretiliyor; verileni sorgulamak ve yeniden kurgulamak değil. Dolayısıyla çevre şartlarımızın, bugüne kadar kurguladığımız sistemlerin

ve başarı olarak gördüğümüz davranışların değişime ihtiyacı var. İşte bunun için bu kitabı yazdım. Çünkü Türkiye'ye ve dünyaya bir adım yukarıdan bakabildiğimiz zaman farklı kurgular yaratabilmenin Türkiye'ye çok büyük kazançlar getirebileceğini gözlemledim.

Bu kazançları görmeye başlayanlar var mı?

Zaten belli kesimlerde bunun yavaş yavaş oluştuğunu görüyoruz. Bugün pek çok Türk şirketi Rusya ve çevre ülkelerdeki en başarılı şirketler arasında yer alıyor. Dünyada söz sahibi olabilmek, belli yatırımlar yapmayı ve uzun vadeli bakmayı gerektiriyor. Uzun vade konusunda, hayali ve ufku olmayan bir insanın iyi bir sonuca ulaşması mümkün değil. Burada “ufkumuzu Türkiye ile sınırlandırmayalım” diyorum. Bizim sadece kendimiz için değil hem Avrupa hem kendi bölgemiz hem de dünya için fikir üretmeye başlamamız lazım.

Bu çerçevede hangi kesimlere rol düşüyor?

Bireylere, şirketlere, sivil toplum kuruluşlarına, devlete, siyasetçiyeye, düşünürne, akademisyene, sanatçıya, kısaca herkese önemli roller düşüyor. Herkesin hedefini “dünyada dereceye girmek” olarak kurgulaması çok önemli. Dünya o kadar hızlı bir şekilde küreselleşiyor ki, sıralamalar sınırlarla belirlenmiyor. “Dünya sıralamasında nasıl bir yerdeyiz ve bulunduğumuz yeri nasıl daha iyi hale getirebiliriz” diye düşünmemiz gerekiyor. Buna kısaca ufukumuzu dünyaya yöneltmek ve dünya boyutunda düşünmek diyebiliriz.

Bunun için ne gibi adımlar atmalıyız?

İlk önce daha büyük hedefler belirlemeye ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum. İkinci olarak bu hedef doğrultusunda hazırlık yapma konusu gündeme geliyor. Bu hazırlığı yapabilmek için de dünyayı daha iyi tanımaya ihtiyacımız var. Yani dünyanın ne gibi ihtiyaçları oldu-

ğunu ve hangi konularda çözüm üretilebileceğini bilmemiz gerekiyor. Ancak bu şekilde dünyadaki başarı derecemizi artırabiliriz. Bugün dünyadaki bütün büyük şirketlerin yurtdışında organizasyonu olduğunu görüyoruz. Dolayısıyla dünya pazarını görmeden sadece belli bir yere hizmet ettiğiniz zaman, orada çok büyük başarılarla imza atma olasılığınız daha dardır. Dünya çapında iş yapan insanların sayısını artırmanın bizi güçlendirecek bir unsur olacağını düşünüyorum.

Bu çerçevede Türkiye'nin dünyayla ve AB'yle ilişkileri nasıl olmalı?

AB ile müzakere sürecimizi farklı bir boyutta düşünmek gerek. Avrupa'nın karşısında masaya oturarak, “bu konuya bugün uyum sağlayacağım, diğerine yarın” şeklinde bir müzakere süreci yürütürsek, birbirimizden daha çok uzaklaşmış oluruz ve AB'den yeterince destek alamayız. Çünkü bu şekilde AB sürekli bize dayatmalarda bulunuyor. “Bu standartlara uydun, ama diğerleri ne oldu, onlara ne zaman uyum sağlayacaksınız” tarzında bir iletişim sürüp gider. Halbuki Türkiye'nin kendini Avrupa'nın bir parçası olarak görerek, “Avrupa'nın tüm dünyadaki rekabet gücünü nasıl artırabiliriz” diye düşünmesi gerekiyor. Türkiye olarak ne yapmamız gerektiği değil, Avrupa olarak ne yapmamız gerektiği bakış açısıyla. Bu konuda fikir üretip çözüm getirebilirsek, bundan en çok faydalanacak ve saygı görececek ülke Türkiye'dir.

Bu konuda verebileceğiniz bir örnek var mı?
Fransız, Alman, İngiliz ve Türk profesörlerin "Avrupa'nın 20 yıl sonraki işgücü profili" ile ilgili bir çalışma yaptığını düşünelim. Üniversite sisteminde ne gibi değişikliklere ihtiyaç duyulduğu konusu ele alınsa ve bu değişiklik tüm Avrupa ülkelerini içerse, biz kendimizi zaten Avrupalı olarak gördüğümüzü ve Avrupa'nın sorunlarına çözüm getirmek için kafa yordüğümüzü göstermiş oluruz. Biz bu şekilde yaklaşabilirsek, Avrupalı zaten bizi Avrupa'nın bir parçası olarak görmeye başlar. Genç nüfusumuz bu şekilde düşünmek üzere yönlendirilirse, AB'ye üye olduğumuz zaman Avrupa'da söz sahibi bir toplum olacağız.

Bu iletişim tarzını yaratacak fikir ve çalışmalarını nasıl çoğaltabiliriz?

Bu tip davranışlara daha çok prim vermek, bunları daha çok alkışlamak ve desteklemek lazım. Türkiye'de ne yazık ki içerik geliştirme kavramına yeteri kadar emek vermiyoruz. Yani düşünce ve bilgiye yeterince değer vermiyoruz. Oysa bir insanın Türkiye'ye karşı bakış açısını değiştirebilmek için ilk önce onun gönlüne ve zihnine hitap edebilmek gerekiyor. Bu ancak yaratıcı fikirler ortaya koymakla oluşabilir.

Öncelikli olarak ele almamız gereken konular neler?

Türkiye'nin tanıtım konusunda ciddi sorunları var. Bu aşamada AB'nin değer gören bir üyesi olmamız çok zor. Öncelikle tanıtım fonuna daha çok kaynak ayrılmalı. Diğer taraftan zaten var olan fonu da çok iyi değerlendiremediğimizi düşünüyorum. Bu fonu yurtdışındaki festivalleri desteklemek için kullanıyoruz. Türkiye'ye gelenler zaten burayı seçmiş olanlar. Bizim asıl gelmeyenlere yönelik bir şeyler yapmamız lazım. Hıristiyanlığın tarihi konusunda bir kitap ya da bir içerik üretsek ve Hıristiyanlık için en önemli yedi kilisenin Anadolu'da

uzun vadeli bir bakış açısı kazandırmak çok önemli. Türkiye'de aslında muhteşem birikimler var. Ama biz bu birikimleri bugüne taşıyıp değerlendirme konusunda eksikiz. İkincisi de dünyaya taşıyacak yaklaşımlardan yoksunuz. Biz hep reaksiyon veren bir toplumuz. Oysa öncülük yapan bir toplum haline gelmemiz lazım. Aslında pozitif anlamda daha çok yolumuzun olduğunu ifade etmeye çalışıyorum.

Geleceğimizi başkaları mı şekillendiriyor, yoksa biz mi?
Türkiye başkalarının şekillendirdiği gelecekte rol almaya daha müsait görünüyor şu anda. Ancak tabii ki bu durumu değiştirmek ve dönüştürmek mümkün.

Hangi konularda atağa geçerek bunu yapabiliriz?

Burada bir anlayış devriminden söz ediyorum. Sözcüleri yönetimi kalitesi konusunda, Türkiye'de anlayış devrimini gerçekleştiren kuruluşların ne büyük başarıları koştüğünü görüyoruz. 1998'de Türkiye'de "kalite hareketini" başlatmıştık. Geçen yıl itibarıyla Türkiye, Avrupa'da en çok kalite ödülü kazanan ülke konumuna geldi. Demek ki Türk insanı güzel ve başarılı örnekler gördüğü zaman bunları daha iyiye götürebiliyor ve bunları daha fazla kullanabiliyor. İyi örneklerin sayısını artırmak ve bu düşünce tarzını benimseyen örnekleri ön plana çıkartmak birinci adımımız olmalı.

Dünyada neler oluyor? Geleceği şekillendirme konusunda kimler aktif rol oynuyor?

Dünyada birkaç trende dikkat etmek lazım. Dünyanın sorunları, hepsi olmasa bile, giderek daha çok küreselleşiyor. Terörizm, küresel ısınma, salgın hastalıklar, uzayla ilgili çalışmalar, dünyadaki kıt kaynakların kullanımını gibi çeşitli konular artık yalnızca bölgesel değil küresel konular. Küresel konular küresel çözümler gerektiriyor. Dünyanın yönetim sisteminde küresel faktörler

Türkiye'de aslında muhteşem birikimler var. Ama biz bu birikimleri bugüne taşıyıp değerlendirme konusunda eksikiz. İkincisi de dünyaya taşıyacak yaklaşımlardan yoksunuz. Biz hep reaksiyon veren bir toplumuz. Oysa öncülük yapan bir toplum haline gelmemiz lazım.

olduğunu göstersek daha iyi olmaz mı? Ya da Kapadokya olmasaydı, Hıristiyanlık Roma'nın hisminden kurtulup yaşayamazdı desek? Bu mesajları Hıristiyanlığın tarihi içerisinde versek, herhangi bir Türkiye tanıtım filminden daha çok turisti ülkemize çekeceğimize kesin.

Bu noktada hangi kavramlar önem kazanıyor?

Bunların tamamının kalite anlayışıyla ilgisi var. Kendi kendine odaklanarak kaynaklarını harcadığın zaman bir yere gidemiyorsun. Müşterine bakarak gideceksin. Müşterinin ilgisini çekecek mesajlar kullanacaksın. Bugün dünyanın en çok ihtiyaç duyduğu konulardan biri, 12. ve 13. yüzyıllarda Anadolu topraklarında gelişmiş olan "hoşgörü felsefesi". Bu felsefeyi benimseyen liderlerin yer aldığı toplumlar yaratabilirsek, dünyayı daha barışçı bir hale getirmiş oluruz. Türkiye'nin yüceltilmesi ve alkışlanması için dünyanın bugünkü sorunlarına çözüm getirebilecek bakış açılarını kullanmamız gerekiyor. Bu fikirleri biz ortaya çıkarırsak, Türkiye dünyanın gözünde daha farklı bir değer kazanacak. Her şeyi bir zincirin halkası gibi düşünürsek, Türk insanının refahı artacak. Çünkü buraya olan ilgi ve yatırım artacak.

Geleceği şekillendirme konusunda Türkiye hangi noktada duruyor?

Ben Türkiye'nin bu konudaki potansiyelinin çok yüksek olduğunu, kullanılan kısmının çok az olduğunu düşünüyorum. Dolayısıyla toplumumuzun her kesimine daha

daha çok ulusal faktörlerin birliktelikleri olarak ortaya konmuş. Bu nedenle çoğunlukla ulusal boyutta ele alınıyor. Dolayısıyla dünyanın kaderi dünyayı yöneten liderlerin eline kalıyor. Çünkü onların birinci öncelikleri ulusal öncelikler oluyor.

Peki ne öneriyorsunuz?

Bu kolay bir iş değil. Dünyanın yönetiminde hangi ülkelerin ön plana çıkarıldığına dikkat etmek lazım. Bu ülkeler boyutunda değerlendirmeler yapmak gerekiyor. Çünkü "hep ben iyi olayım" dediğiniz zaman insanların güvenini kaybedersiniz. Küresel ilkeleri dünya boyutuna taşıyabilirsek, dünya çok daha yaşanabilir bir yer olur. Bu biraz fedakarlık, biraz değişim, biraz da liderlikle olur. Çünkü yerel çıkarlarla küresel çıkarlar her zaman örtüşmeyebiliyor.

Geleceği şekillendirmede Avrupa hangi noktada?

En büyük oyuncuların biri de Avrupa. Oradan bir örnek ele alalım. 35 saat çalışarak ve daha yaratıcı bir iş yapmadan sürekli daha yüksek gelir elde etme beklentisinin sürdürülmesi Avrupa açısından hiç iyi değil. Çünkü gerçekçi değil. Bir takım liderlerin bu konudaki değişimi desteklemesi lazım. Bunu düşünür ve siyasetçilerin de gündeme getirmesi önemli. Ancak bu şekilde Avrupa daha sağlıklı bir yer haline gelebilir. Açık toplumlar ve açık sistemler daha etkili, daha yaratıcı oluyor. Demek ki Avrupa'nın açık bir sisteme ihtiyacı var.

Avrupa'nın etrafına duvarlar koyduğunuz zaman o duvarların içerisinde küçülen bir Avrupa, Avrupa'yı dışarı açık bir Avrupa haline getirdiğiniz zaman orada daha çok büyüyen ve daha çok zenginleşen bir Avrupa var.

ABD'nin bakış açısını ve konumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

ABD terörizmi önlemek için tek taraflı yaklaşımlara ağırlık verirse bu hiç iyi olmayacak gibi görünüyor. "Ben güçlüyüm onun için istediğim gibi davranırım" demek ayrı. Bunun tam tersi olarak "Bende çok fazla kaynak var. Bu kaynakları dünyanın kullanımına sunmak ve kötülükleri engellemek zorundayım" demek ayrı. Bir problemi çözmek için birlikte çalışarak, ekonomik ve sosyal anlamda çözümler üretmek çok önemli. Burada ABD açısından kendi vatandaşları kadar başka ülke vatandaşlarının da değerli olduğunun, insanın her yerde aynı insan olduğunun ortaya çıkması gerekiyor. Bu anlayışı genişletmek hem ABD'nin hem de dünyanın çıkarlarına hizmet edecektir. Dolayısıyla dünyanın küresel bakaçak liderlere ve bunu destekleyecek yapılara ihtiyacı olduğunu bilmemiz gerekiyor. Çözümü kolay bir durum değil.

Bu konuda örnek davranışlar sergileyen ülkeler var mı?

Çok sınırlı. Tony Blair Türkiye'nin AB'ye üyeliği konusunda, Avrupa'nın değişimi konusunda daha olumlu konuşabiliyor ve olaya daha uzun vadede bakabiliyor. ABD'de biraz içine kapanıklık var ne yazık ki. ABD'nin olaylara daha küresel bakmasının ABD'ye çok faydası olacak.

Avrupa Birliği bağlamında Türkiye'yi ele alırsak, Türkiye'nin geleceği şekillendirme konusunda aktif rol almada AB ne kadar etkili olabilir?

Avrupa Birliği bu kadar çok iniş çıkış yaşamış olması





Avrupa'nın ekolojik bahçesi

AB üyelik sürecinde en çok konuşulan konulardan biri de tarım. Bu tartışmalar daha çok ekolojik (organik) tarım çevresinde odaklanıyor. Anadolu'nun bilgi ve toprak zenginliğine işaret eden Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği kurucusu Victor Ananias, önerdiği çözümlerle dikkat çekiyor.

Tarım, Türkiye'nin önündeki en büyük sorunlardan biri olarak önemini koruyor. Halen toplam istihdamın üçte biri tarım sektöründe bulunuyor. Gelişmiş ülkelerde bu oranın yüzde 5'in altında olduğu görülüyor. Polonya, Yunanistan ve Portekiz gibi AB'nin daha az gelişmiş ülkelerinde ise yüzde 10-20 arasında. Bu nedenle AB Türkiye'ye tarımdaki işgücünü azaltması konusunda baskı yapıyor. Ancak tarımda çalışan nüfusun hangi alana kaydırılabileceği ve nerede istihdam edileceği soru işareti olarak karşımızda.

Türkiye'nin tarım konusundaki hedefi, tarım sektöründe rekabet gücü kazanarak, üretimini büyüterek sürdürmek. Bu hedefe ulaşmak için son birkaç aydır çok farklı ve hızlı adımlar atılıyor. Victor Ananias'ın başını çektiği Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, AB'ye üyelik sürecinde son derece önemli bir yasa olan Ekolojik (Organik, Biyolojik) Tarım Yasası'nın hazırlanmasında ve çıkarılmasında önemli rol oynadı.

Ananias'la tohumu atılan Buğday Derneği, 500 üyesi ve yüzlerce gönüllüsüyle ekolojik tarımın tanınması ve yaygınlaşması alanında öncülük ediyor. Başka bir deyişle ekolojik ürün tüketiminin artması, biyolojik çeşitliliğin korunması, çiftçilerin imece modeliyle yeniden örgütlenmesi, toprakların ve su kaynaklarının korunması, konvansiyonel tarım yerine ekolojik tarımın güçlendirilmesi gibi önemli konular gündeme taşıyor.

Buğday Derneği nasıl ortaya çıktı?

Önce Avrupa'nın sonra da Ege'nin bir köyünde büyüyen Victor Ananias, Şilili bir baba ve Türk bir annenin oğlu. Ananias'ın hikayesi, çiftçilerden alınmış doğal ürünleri tüketiciye ulaştırmak istemesiyle başlıyor. Bunun gerçekleştirme amacıyla Bodrum'da bir pazar tezgahı açıyor. Uzun yıllar boyunca bu pazar tezgahından

hayata ve insanlara dair çok şey öğreniyor. Pazar tezgahında başlayan Buğday hareketi, sonrasında insanların yemek yediği, doğal ürünler satın aldığı, toplantılara katılıp doğal yaşamla ilgili bilgi edindiği ve kitaplar okuduğu bir vejetaryen restoranına dönüşüyor. Orada atılan tohumlarla bir ağ kuruluyor ve insanlar bir araya gelmeye başlıyor. Bu birliktelik, üç yıl önce dernek çatısı altında toplanıyor. Artık Buğday Derneği, 500 üyesi ve yüzlerce gönüllüsüyle, ekolojik tarım konusunda önemli projelere imza atıyor.

Ekolojik tarımın normal tarımdan farkı ne?

Ekolojik tarım üretimde kimyasal girdi kullanmadan, üretimden tüketime kadar her aşamada kontrollü ve sertifikalı tarımsal üretim biçimi olarak tanımlanıyor. Ekolojik, organik, biyolojik kelimelerinin hepsi aynı anlama geliyor. Yeni çıkan kanunda da bu üç kelime eşanlamlı olarak kullanılıyor. Ancak ekolojik kelimesi daha kapsamlı ve anlatılmak istenen doğal koşullara daha uygun olduğu için Ananias, ekolojik kelimesinin kullanılmasını tavsiye ediyor.

Ekolojik tarım, üretimle tüketimin hiçbir aşamasında insana ve doğaya zarar verilmemesini hedefliyor. Üretim için kullanılan malzemelerin de tamamen doğal olması gerekiyor. Mesela kimyasal gübreler yerine doğal gübreler kullanılmalı. Organik atıkları ve çöpleri doğal gü-

reye dönüştürmek, yeşil bitki ve baklagiller yetiştirerek onları yeşil gübre olarak toprağa karıştırmak gerekiyor. Bir diğer doğal yöntem de hayvan gübresi kullanmak. Bunlar biraz daha zaman alan şeyler olsa da ekstra bir maliyet ve teknoloji gerektirmiyor. Sadece hijyeni sağlamak için belli bir teknoloji altyapısı gerekiyor. Bir fabrikada ya da çiftlikte konvansiyonel üretim yapmak için nasıl bir altyapı hazırlanıyorsa, ekolojik üretimde de aynıısını kullanmak yeterli. Tek fark, emeğin yoğun oluşu.

Ekolojik tarımın ilk yaygınlaştığı yerler arasında su havzalarının olduğu görülüyor. Bunun nedeni içme suyu kaynaklarını korumak. Türkiye'de de içme suyu havzalarının kenarlarında ekolojik tarım yapılması amacıyla bir protokol imzalandı. Şu an Türkiye'nin hemen her yerinde ekolojik tarım yapılıyor. Ananias, ekolojik tarım konusunda Anadolu'daki köylülerin Avrupa'daki birçok üniversite ve enstitüden daha fazla bilgiye sahip olduğunu vurguluyor. Ancak bu bilgiler değerlendirilmezse kaybolup gidecek. Tarımsal çeşitlilik genetik olarak Anadolu'dan tüm dünyaya yayıldığı halde, biz şu an orijinal tohumlara sahip değiliz. Eğer bilgimize, tohumumuza ve kendi kültürümüzün içindeki bu değerlere sahip çıkıp onları kullanmaya başlarsak, ekolojik tarımda dünyanın en şanslı bölgelerinden biri haline gelmemiz mümkün. Hem iç pazarımızın ihtiyaçlarını karşılama hem de dünyanın birçok ülkesine ihracat yapma şansımız var. Ananias'ın deyişiyle, Avrupa'nın ekolojik bahçesi haline gelebiliriz.

Ekolojik tarım üretimimiz binde üç

Geleneksel tarım yöntemlerinin bilgisine ve teknolojisine sahip olduğumuz halde, Türkiye'de toplam tarım alanlarının binde üçünde ekolojik tarım üretimi yapılıyor. Bu üretimin yüzde 97'si de zaten yurtdışına ihraç ediliyor. Dünyada ekolojik fındık, gül, kayısı, üzüm, çay ve incir

çekleştiriyor. Artık sadece ekolojik tarım değil, ekolojik mobilya, ekolojik tekstil, ekolojik inşaat malzemeleri ve ekolojik kozmetik ürünleri de giderek yaygınlaşıyor. Ekolojik tarımla ilgili herhangi bir kota ya da sınırlama yok. Ancak bir ürünün ekolojik tarım ürünü olarak etiketlenebilmesi için kanunlar var. Dünyada ekolojik tarımla ilgili kanunu olan ülkelerden biri de Türkiye. Yasanın çıkmasında Buğday Derneği'nin çok büyük katkıları var. AB'deki kanunun hemen hemen aynı olan bu kanun, ekolojik tarımın kötüye kullanılmasını ve haksız rekabeti engellemeye çalışıyor. Başka bir ifadeyle, ekolojik olmayan bir ürünün ekolojik ürünmüş gibi satılmasına cezalar getiriyor. Ayrıca yasa, ekolojik tarımı yaygınlaştırmaya yönelik bazı ek maddeler içeriyor. Örneğin bir madde RTÜK'le işbirliği çerçevesinde, ulusal yerel radyo ve televizyon kanallarının ekolojik tarımla ilgili her ay yarım saat yayın yapmasını şart koşuyor.

Tükettiğimiz çoğu gıda konvansiyonel tarımla yapılan üretim çerçevesinde sofralarımıza giriyor. Peki hangi ürünlere güvenebiliriz? Bir ürünün ekolojik olduğunu nasıl anlarız? Ekolojik tarım kanununa göre denetlenmiş olan ürünlerin üzerinde Tarım Bakanlığı'nın logosu oluyor. Bunlar aynı zamanda ekolojik tarım sertifikası bulunan ürünler. Bu ürünlerin hepsine güvenebiliriz.

Peki neler yapılmalı

Ekolojik tarımın belirleyici iki kitlesi var. Üreticiler ve tüketiciler. Üreticilerin kendi aralarında örgütlenmesi, üretim planlaması yapmayı öğrenmesi ve bu işin tekniğini geliştirmesi gerekiyor. Tüketicilere düşen ise ekolojik tarım ürünlerine yoğun ilgi göstermek. Tüketicilerin talep gösterdiği ölçüde, ekolojik tarım ürünleri yelpazesinin genişlemesi bekleniyor. Bir üreticinin ürünü dikmeden önce niye o ürünü ürettiğini, kimlerle birlikte bu malı satacağını ve ürünü nasıl pazarlayacağını bilmesi



gerekiyor. Türkiye'nin tarımda geri kalmasının nedenini üretim planlaması yapmamasına bağlayan Ananias, birlik ve kooperatiflerin kurulması gerektiğini ve bunların hepsinin iletişimi halinde olarak üreticinin örgütlenmesine ve ihtiyaçlar doğrultusunda planlı hareket etmesine katkı sağlaması gerektiğini düşünüyor.

Neden "sosyetik ürün" imajı var?

Ekolojik tarımın ticareti Türkiye'de henüz çok adil bir şekilde yapılamıyor. Ekolojik tarım ürünleriyle diğer ürünler arasında yüzde 5-15 arasında bir fiyat farkı olması gerekiyor aslında. Ancak Türkiye'de fiyat farkının çok daha fazla olduğu görülüyor. Bunun asıl nedeni, üreticinin örgütlenmemiş olması ve tüketicinin bilinçli davranmaması. Üretim örgütlenmemesi için tüketimin belli bir seviyeye gelmesi gerekiyor. Talep olmadan üreticinin yatırım yapması mümkün değil. Üretici örgütlenmediği için bu durum kötüye kullanılıyor.

Ekolojik ürün satışıyla ilgili projeler

Buğday Derneği'nin üzerinde çalıştığı iki proje var. Bunlardan biri elektronik pazar yeri projesi. Burada üreticiler kendi dükkanlarını açıyor ve kendi doğal ürünlerini satıyorlar. Bir diğer proje ise bu ürünlerin halk pazarında satılması. Bu konuda Şişli Belediyesi ile anlaşılan dernek, yalnızca sertifikalı ürünlerin satılabileceği Türkiye'nin ilk ekolojik pazar yerini kurmaya hazırlanıyor.





“Hayat dans etmek gibidir”

Prof. Dr. Osman Müftüoğlu’nu herkes dinliyor ve onun önerilerini yaşamına geçirmeye çalışıyor. “Yaşamın hayat” sloganının sahibinden kaliteli yaşamın sırlarını dinledik.

Tıpta bir otorite olan Prof. Dr. Osman Müftüoğlu’na göre doğru beslenme, düzenli egzersiz, yeterli uyku ve stres düzeyi düşük bir ruhsal yaşam sağlıklı yaşamın anahtarları. Ancak insan sağlığını sadece bedensel sağlık üzerine kurgulamak mümkün değil. Beden ve ruh evliliğinin sağlığı koruyucu ve tamir edici olağanüstü bir kapasitesi olduğunu söyleyen Müftüoğlu hep kaliteli yaşam konusuna değinir. Sağlıklı olmanın yanında yaşamdan keyif almak, neşeli ve coşkulu yaşamak, kahkaha atmak, üretmek, paylaşmak, sevmek, dokunmak gibi birçok insani öğeyi hayatımızda taşımamızı tavsiye ediyor. Hayatın dans etmek gibi eğlenceli ve keyif verici olması gerektiğini vurgulayan Müftüoğlu, “Dansın amacı müzik bitene kadar odayı arşınlamak değil, hareket ve eşinizden zevk almaktır. İyiliği ve sağlığı gündelik hayatınıza dahil etmek hayat ile dans etmekten zevk almanıza yardımcı olacak, size kaliteli bir yaşam sunacaktır” diyor.

Kaliteli yaşamdan kastınız nedir?

Kaliteli yaşamda hedef, hastalandığınız günlerin sayısını gittikçe azaltmak ve sağlıklı olmaktır. Bunun yanında kaliteli yaşam keyif aldığınız, neşeli ve coşkulu yaşadığınız, kahkaha attığınız, ürettiğiniz, paylaştığınız, çoğalttığınız, sevdiğiniz, okşadığınız, kokladığınız, dokunduğunuz, sarıldığınız birçok insani öğeyi içinde taşır.

Sağlıklı bir yaşam için neler yapılmalı?

Hastalanmamayı ya da daha az hastalanmayı istiyorsanız sağlıklı yaşamı bir yaşam biçimi olarak benimseyebilirsiniz. Tam ve eksiksiz bir sağlıklı yaşam programı uygulayabilmek dört temel dayanağı doğru oluşturmakla mümkündür: Doğru beslenme, düzenli egzersiz, yeterli ve kaliteli uyku, dengeli ve stres düzeyi düşük bir ruhsal yaşam. Bunun için tecrübeli ve kaliteli bir sağlık desteği almak gerekir. Bu entegre bir sağlık programı-

dır. Modern Batı tıbbının meditasyon, yoga, masaj gibi tamamlayıcı tıp programlarıyla birlikte uygulandığı, beden, ruh ve aklın işbirliğini sağlayan çağdaş bir tıp konseptidir. Sağlıklı yaşamak istiyorsanız hangi besinleri ne zaman, ne miktarda ve ne sıklıkta tüketeceğinizi bilmeli, sağlıklı bir çevrede yaşam sürmelisiniz. Tabii ki sadece bunlar yetmez. İyi bir eğitim almak, yaşama olumlu bakmak, sosyal bağlarınızı güçlendirmek, inanç dünyanızı genişletmek, genetik hastalıklarınızı dikkate alarak sağlık planlarınızı yapmak, sağlığınıza ilgili değişimlere karşı güçlü olmak, iyi bir hekimden ya da sağlık sisteminden sağlık riski yönetimi almış olmak da gerekiyor.

Sağlıklı beslenmenin ana kuralları nelerdir?

Sağlıklı beslenme yeterli ve dengeli beslenmenin bir bileşimidir. Tükettiğiniz besinler günlük enerji kaynağınızdır. Dengesiz bir diyet, bedeninizi ve buna bağlı olarak da yaşamınızı kötü yönde etkiler. Güçlü ve sağlıklı olmak için beslenmenizi kontrol altında tutmanız, beslenme bilinci edinmeniz zorunludur. Sağlıklı beslenmenin üç ana unsuru var. Birincisi tükettiğiniz besin unsurları günlük ihtiyacınıza olan enerji kaynağını karşılamalı. İkincisi bu enerji kaynağını karşılarken karbonhidrat, protein, yağ dengesini koruyabilmeli. Üçüncüsü ise yeterli, dengeli ve çeşitli olmasıdır. Tercih ettiğimiz besinler mümkün olduğunca karbonhidrat, protein ve yağ unsurlarından uzak; antioksidan, vitamin ve mineraller açısından zengin olmalı.

Siz nasıl besleniyorsunuz?

Beslenmeme çok özel dikkat göstermiyorum ama söylediklerimi önemli ölçüde yapmaya çalışıyorum. Çok iyi bildiğim bir alan olduğu için basit manipülasyonlarla beslenme dengemi sağlıyorum. Çok yararlı olan brüksellahanası, kereviz sapı ve brokoliyi sık sık tüketmeye



çalışıyorum. Kendi kolesterol değerlerime göre kırmızı et ve hayvansal proteinlerden, yağdan uzak duruyorum. Besin destekleri alıyorum. Ayrıca yaşamın önemli keyiflerinden ölçülü ve geçici olmak koşuluyla faydalanıyorum. Sigara içmiyorum, alkolü ölçüsüz asla kullanmıyorum. Uyku düzenime çok dikkat ediyorum. Düzenli olarak egzersiz yapıyorum.

Çevrendekileri ve ailenizi de kontrol ediyor musunuz?

Çevrendekileri kontrol etmem pek mümkün olmuyor. Biz biraz din adamları gibi çalışıyoruz. Doğruları söyleyip bunların yapılmasını bekliyoruz. Yaparlarsa iyi olur, yapmazlarsa kendileri bilir. Bunu ailem için de söyleyebilirim. Çocuklarımla her zaman sağlıklı ve iyi beslendiklerini düşünmüyorum. Zaman zaman fast food besinler tüketiyorlar, ama gittikçe azalttıklarını görüyorum. Ancak aile olarak genelde iyi ve sağlıklı besleniyoruz.

Hastalarınıza yaklaşımınız nasıl?

İnsan sağlığının sadece bedensel sağlık üzerine kurgulanması mümkün değil. Beden ve ruh evliliğinin olmadığı kişilerde sağlıktan söz edilemez. Bunun için pozitif, verici ve ılımlı olmanız, paylaşmanız, yetinmeyi bilmeniz gerekiyor. Çünkü ruh ve beden işbirliğinin sağlıklı dengesinde, sağlığı koruyucu ve tamir edici olağanüstü bir kapasite mevcut. Hastalarımıza da bu yönde telkinlerde bulunuyorum. Ancak bunları söylerken bir budist rahip edasıyla başka bir dünyayı anlatmıyorum. Dünyadaki

20 söyleşi: Osman Müftüoğlu

gerçeklerin ölçülü olduğunu anlatmaya çalışıyorum. Bu telkinlerimden etkilenildiği için beni dinleyenlerin sayısının fazla olduğunu düşünüyorum.

Tamamlayıcı tıbbi da destekliyorsunuz. Tamamlayıcı tıbbın yararları nelerdir?

Tamamlayıcı tıp modern tıbbın unuttuğu insani, duygusal öğeleri daha çok taşıyor ve doğal tedavi yöntemlerini kullanıyor. Ancak ülkemizde tamamlayıcı tıbbi uyguladığını iddia eden çok sayıda şarlatan var. Bu kişilerin etik kaygısı olmadığı için tamamlayıcı tıptan modern tıbbın etik değerleri doğrultusunda yararlanmak gerekiyor. Meditasyon, masaj, yoga, akupunktur, aromaterapi, homeopatik destekler, osteopatik uygulamalarla tıbbaya yardımcı olmaya çalışanlar gelsinler birlikte çalışalım. Türkiye’de bu konuya en açık olan hekimim. Çünkü tamamlayıcı tıbbın hastalıkların tedavi edilmesine ve kaliteli yaşama ciddi yararları var.

Sık tüketilmesi ve uzak durulması gereken besinler nelerdir?

Tüm taze balıklar, deniz ürünleri, derisi alınmış tavuk ve hindi eti, yumurtanın beyazı, sebzeler, meyveler, saf ve taze sıkılmış meyve suları, baklagiller, doğal tahıllar, kurutulmuş sebze ve meyveler, kepekli siyah ekmek, bulgur, makarna, kabuklu pirinç, zeytinyağı gibi kalori içerikleri az olan besinlere dayalı bir beslenme tarzının düzenli ve uzun süreli bir şekilde uygulanması yaşam süremizi uzatır. Daha az kalori almak istiyorsanız tereyağı, margarin, çikolata, tam yağlı peynirler, tam yağlı süt ve yoğurt, tavuk kanadı ve derisi, yağlı kırmızı et, sucuk, salam ile diğer mandıra ürünleri, sakatatlar, fast food besinler ve her türlü kızartmalardan, poğaçaya gibi yağlı besinlerden uzak durmalısınız. Beslenmede en önemli konu yemeği yemek olarak tüketmemektir. Yemek yediğinizde ruhsal zevk de almalısınız.



Vitamin ve minerallere ne kadar ihtiyaç duyarız? Bunları yiyeceklerden mi yoksa ayrıca mı almamız?

Vitamin ve mineraller gençlik ve canlılığımızın yapıtaşları olan maddelerdir. Fiziksel, ruhsal ve zihinsel olarak vücudumuza gerekeni sağlayan vitamin ve mineralleri, mümkün olduğunca doğal yollardan almakta yarar var. Ancak vitamin, mineral ve besin desteğine ihtiyacınız varsa, doğru ürünü kullanmak için hekiminizin tavsiyesini almalısınız. İhtiyacınızı ise cinsiyetiniz, yaşıınız, yaptığınız iş ve genetik riskleriniz belirler.

Günümüzde obezite sorununun gittikçe artmasının nedenleri nelerdir?

Son 300 yıldır harcadığımız kalorilere düşman olan teknolojiler geliştirilmiştir. Özellikle bilgisayarla iletişim teknolojileri insanoğlunu hareketlendiren bütün sistemleri yok etmiştir. Bugün bir bilgisayar tuşuyla internetten 5 bin kaloriyi beş kalori bile harcamadan sipariş verebilir-

“Aklınızı iyi kullanıp sağlığınıza tesadüfe bırakmamalısınız. İnsanları diğer canlılardan ayıran en önemli özellik bize verilen bedenin emanet olduğunu kabul etmektir. Bu bedeni mümkün olduğunca iyi korumalıyız. Aslında biz hayatı uzatmıyoruz. Hep söylüyorum, biz hayattan hakkımız olanı alıyoruz.”

Düzenli olarak lifli gıdalar tüketilmesini öneriyorsunuz. Lifli gıdalar ve engellediği hastalıklar nelerdir?

Lif hiçbir vitamin, mineral ya da kalori sağlamaz, ama önemli fonksiyonları var. Lif sindirim sistemimizin rahat çalışmasına yardımcı olmaktan başka kanser, kalp hastalığı, hazımsızlık, diyabet ve şişmanlık gibi değişik hastalıklara karşı korunmaya yardımcı olur. Lif sağlayan meyve, sebze ve tahıllar aynı zamanda çok önemli besinsel faydalar da sağlar. Beslenme uzmanları her gün 25-30 gram lif alınmasını tavsiye eder. Kahvaltıda yüksek lifli tahıl kepeği, öğün aralarında bir elma, akşam yemeğinde bir koçan mısır ve bir havuç yiyerek bir günde 30 gram lif alınabilir. Lifli gıdalar tüketmek, sağlık açısından kendinize yapacağınız en büyük yatırımlardan birisidir.

İçecek tüketimini nasıl kontrol etmeliyiz?

En iyi içecek sudur. Özellikle kalsiyum, magnezyum ve mineral yapısı olan sulardan günde yaklaşık iki litre tüketilmeli. Gerek yemek aralarında gerekse öğün aralarında tüketilen tatlı ve asitli içecekler, günlük kalori alımını belirgin derecede artırır. Bu nedenle daha çok şekersez ve az kalorili içecekler tercih edilmeli. Hazır içecekler katkı maddesi kimyasallar içerdiği için taze ve saf meyve suyu, soda-limon ya da su tüketilmeli. Son yıllarda hayatımıza giren bitkisel çaylar, özellikle yeşil çay çok yararlı. Alkol tüketimini ise sınırlandırmak gerekiyor.

siniz, ama bu kaloriyi harcayabilmek için yaklaşık 50 saat ciddi egzersiz yapmanız gerekir. İnsan vücudu kilo almaya göre planlandığı için tüm bu gelişmeler obez bir neslin doğmasına neden oldu.

Kilo kontrolü nasıl sağlanır?

Doğal beslenmeye dönmek, kalori tüketimini azaltmak ve bedensel aktiviteyi artırmak gerekiyor. İyi bir doktor ve psikolog desteği ile tüm yeme alışkanlıklarınızı değiştirip doğru bir beslenme programı yapabilirsiniz sorunlarınızı çözebilirsiniz. Kilo almayı önleyici veya kilo azaltıcı diyetler uygulandığında ideal olanı, sevdiğiniz ya da sevmediğiniz besinleri, sağlıklı bir yaşam için size yetecek kadar kaloriyi ve yaşamsal besin öğelerini alıp almadığınızı gözeten bir beslenme tarzıdır.

Yaşlanmayı yavaşlatmak mümkün mü?

Yaşlanmayı yavaşlatmak biraz şansa bağlı. Bu konuda kader, genetik faktörler, yaşam şartları ve şans unsurlarının etkisi var. İyi beslenirseniz, iyi bir sağlık bakımı alırsanız bunu başarabilirsiniz. Aklınızı iyi kullanıp sağlığınıza tesadüfe bırakmamalısınız. İnsanları diğer canlılardan ayıran en önemli özellik bize verilen bedenin emanet olduğunu kabul etmektir. Bu bedeni mümkün olduğunca iyi korumalıyız. Aslında biz hayatı uzatmıyoruz. Hep söylüyorum, biz hayattan hakkımız olanı alıyoruz. Kendimize ne kadar iyi bakarsak, korunursak o kadar uzun yaşarız.



“Masumiyeti özlüyorum”

Atatürk, Nemrut, Hititler ve Gelibolu belgeselleriyle adından söz ettiren ve sinema salonlarında yerli belgesellerin gösterilmesinde öncü olan Tolga Örnek ile belgeseller ve belgesellerinin başarıları üzerine konuştuk.



“Türkiye’de yalnızca belgeseller değil dramalar da dünyadaki kadar büyük bir pazara sahip değil. Bütün bunlar sosyal, toplumsal ve kültürel altyapı ile ilgili.”

Tolga Örnek adını çoğumuz, vizyona görkemli bir giriş yapan Hititler belgeseli ile duyduk. Bir film vizyona girişinde çok konuşulması ve gişede büyük başarılar beklenmesi, başarının elde edilmesi çok şaşırtıcı bir durum değil. Ancak Hititler, ne yazık ki Türkiye’nin çok alışık olmadığı bir prodüksiyondur. İlginç olan Türkiye’de bir belgeselin bu kadar yankı uyandırıp, bu kadar çok izlenmesiydi. “Seyirci belgesel sevmeyiz” diyenlere inat, salonlar dolup taşı. Şüphesiz bunda Hititler’in öyküsünün layıkıyla beyazperdeye aktarılması ve en son teknolojilerin kullanılmış olması büyük bir etken. Hititler’in ardından Tolga Örnek adı bu kez yine bizden ve daha yakın zamandan bir belgesel ile duyulmaya başladı. Gelibolu... Daha önce de sinemaya aktarılan Gelibolu’nun öyküsü, ilk defa bu kadar büyük bir prodüksiyon ve yerli bir sinemacının anlatımıyla karşımızdaydı. Gelibolu da vizyonda olduğu süre boyunca ve sonrasında çok konuşuldu, hala konuşulmaya devam ediyor.

Ofisinde bulduğumuz Örnek ile belgeselleri üzerine konuştuk. Başarılı belgesel yapmanın püf noktası olabilir mi, bu kadar büyük prodüksiyonlara imza atmanın zorlukları neler ve Türkiye’de gerçekten belgesel izleniyor mu, sorularının cevaplarını Örnek’ten aldık.

Türkiye’de belgeselin izlenmediği söylenir. Ancak sizin belgeselleriniz hep çok izlendi. Bunun sırrı nedir?

Bunun için gizli bir formülüm yok. Böyle bir formül olsa hep onu uygulardım. Bence Türkiye’de belgesel izleme potansiyeli var. Ancak izlenmesi gerektiği kadar izlenmiyor. Seyirci karşısında değişik bir şey bulursa ve iyi olduğuna, iyi niyetle hazırlandığına, verilen emeğe inanırsa destekliyor ve izliyor. Bizim filmlerimiz bence o yüzden seyirciyi çekiyor. Konuya ve emeğe inanıyorlar. Ayrıca tarzı, bakış açısı, prodüksiyonun kalitesi farklı



geliyor. Tabii konuların ulusal olması da ilgi çekiyor. İnsanların belgesele ilgisi var, ancak izleyip izlememeleri önelerine konulan ürünle ilgili.

Belgesel açısından Türkiye’yi diğer ülkelerle karşılaştırdığınızda ne gibi farklar görüyorsunuz?

Türkiye’de yalnızca belgeseller değil dramalar da dünyadaki kadar büyük bir pazara sahip değil. Türkiye’de sinema, tiyatro, kitap ya da heykel sektörü olarak diğer ülkelere oranla çok büyük değil. Bütün bunlar sosyal,

sıması ve onun esere geri dönmesidir. Yorum yaparken önyargısız olmak çok önemli. Belli bir yorumu desteklemiyoruz. Yorumumuz film oluşurken ortaya çıkıyor. İkisi arasında büyük fark var. Gelibolu'da savaşın kötülüğünü anlatan bir film yapmak istedik. Film yapılırken bu yorumun işleyişi, detayı, araçları ortaya çıkıyor.

Filmlerinizi birbirinden ayırabiliyor musunuz?

Genelde en son çektiğiniz en önemsedığınız oluyor. Tabii filmdeki kalite arttıkça, teknik olarak da kalite artıyor. En beğendiğiniz, en rahat seyredebildiğiniz, teknik olarak en çok sevdiğiniz en son yaptığınız iş oluyor. Gelibolu'yu uzun zamandır çekmek istediğim ve estetik anlamda ötekilerden iyi olduğuna inandığımdan onun yeri biraz daha farklı. Bir de ilk filmim Atatürk'ün yeri ayrı. İşin başındaki o masumiyeti özlüyorum.

Masumiyet derken...

Yalnızca film var. Hiç ticari kaygı yok. Röportajlar, medyadaki yüzünüz, prestijiniz, isminiz gibi kaygılar yok. Bir tek yapabileceğiniz en iyi filmi yapmak için yola çıkıyorsunuz. Sonra her yaptığınız film ile yükünüz artıyor. İnsanların sizden beklentileri artıyor. Sizin film-den, kariyerinizden beklentileriniz artıyor. Oysa ilk filmde, filmi yapabileceğiniz en iyi şekilde yapıp bitirmekten bir adım ötesini düşünmüyorsunuz.

Türkiye’de belgesel çekmek zor. Gelibolu gibi bir belgeseli çekmek daha zor. Bunu nasıl başardınız? Senaryo çok zorladı. Konunun senaryo haline gelmesi, şekillenmesi, bitirilmesi yaklaşık dört ay sürdü. Montajda da devamlı değiştirildi. Bütçeyi bulmak çok zor oldu. Özel efektler ve proje birçok ülkeyi kapsadığından koordinasyon çok zor oldu. Avustralya’dan görüntü, İngiltere’den fotoğraf, Yeni Zelanda’dan günlük geldi. Rusya’dan, Almanya’dan bir sürü şey geldi. İngilte-

Siz kendinizi eleştiriyor musunuz?

Kendimi çok acımasız eleştiririm. İşimde acımasız davranırım. Ancak eleştirinin tarzı, temeli, amacı önemli. Kendi tanıtımını yapmak için eleştiren birini ciddiye almam mümkün değil. Olmadığından emin olduğum bir şeyi olmuş gibi gösterip eleştiren bir insanı da kafama takmam. O yüzden eleştirinin kim tarafından ve hangi amaçla yapıldığı çok önemli. Biz ekip olarak filmlerimizi özellikle estetik açıdan çok eleştiririz. O yüzden film bittikten sonra uzun bir süre seyredemiyoruz. Eleştirileri bir ara takip ediyordum, ama öyle yalan yanlış şeyler ki. Sahip oldukları bilgi doğru değil. Üstelik Gelibolu ideolojik amaçla da kullanılan bir konu.

Ortada film varken aileye yönelik eleştiriler de olabiliyor.

Bu çok uç bir davranış, “Kötü film yapmış, gebersin” mantığı. İngiliz dönmesi, vatan haini diyenler oldu. Bunlar yazılmadan önce insanın özgeçmişine bakılır. Tabii bu arada eleştirinin yüzdesi de çok önemli. Filmı beğenenler internete girip “Elinize sağlık” diye yazıyorlar. Beğenmeyenler daha aktif. Filmı izleyenlerin yüzde 70-80’i çok beğendi. Ama yüzde 20-30 öyle büyük bir gü-rültü kopardı ki çoğunlukmuş gibi algılanıyorlar. Sert eleştiriler filmin gösteriminin üçüncü gününde başladı. Beğenenler çok olmasaydı, üçüncü günden sonra bu rakamlara ulaşılamazdı, filmi 660 bin kişi seyretmezdi. Önü kesilirdi. Gençler, öğrenciler, askerler çok beğendi. Çoğu insan beğendi, o yüzden çok takılmıyorum.

Belgeselde yorum ne kadar olur?

İnsan olduğu sürece objektiflikten söz etmek mümkün değil. Günlük hayatın her alanında yorum olduğu sürece belgeselde de olmaması mümkün değil. İnsanda yorum var. Her şey bir tercihten oluşuyor. Tabii ki bunun bir dozajı var. Yorum, bir şeyin kişi üzerindeki yan-



zümü eğitim. Evrensel, çok yönlü, çağdaş ve bilime dayalı bir eğitimle mümkün.

Gelibolu belgeselinden sonra pek çok eleştiri de yöneltildi. Bunlara yönelik tutumunuz nedir?

Hiçbir şey söylemiyorum. Çünkü söyleyecek bir şey yok, film ortada. Eleştirilere cevap vermiyorum, çünkü tabansız ve temelsiz eleştiriler. Kendi yanlış bilgileri üzerinden eleştiriyorlar. Benim için önemli olan filmin teknik ve estetik açılardan eleştirilmesi. Onu da bugüne kadar kimse yapmadı. Film eleştirmenleri de dahil, hiç kimse yapmadı. Bir şey çok desteklenip göz önünde olduğunda arkasından kuvvetli bir eleştiri gelir. Türkiye’de bu durum artık klasikleşmiş. Adını sanını duymadığım, tanımadığım pek çok kişiyi filme yönelik saldırıları sayesinde tanıdım. Kendisine gazeteci, yazar, araştırmacı diyenlerin adı bize karşı saldırıları sayesinde duyuldu.

24 belgesel: Tolga Örnek

sonra da yurtiçinde ve yurtdışında önümüzün açık olmasını istiyoruz. Pazarlanması ve dağıtımı için elimizden geleni de yapıyoruz. Bazı açılardan hak ettiğimizin daha üstünde bir yerdeyiz, bazı açılrdan ise değiliz. Bütün bunlar gişe başarısı düşünülerek yapılan filmler değil. Öyle olsa farklı filmler çekerdim.

Ne gibi?

Uzun metraj.

Uzun metraj çekecek misiniz?

Olabilir. Düşünüyorum. Ama şu an kafamda bir proje yok.

Yeni bir belgesel projesi var mı?

Aslında proje, fikir olarak düşündüğümüz çok şey var. Ama Gelibolu her aşamasıyla o kadar uzun sürdü ki, şu an hala dağıtımı devam ediyor. Yolculuğunu tamamlamasını bekliyorum. Bu dönemi biraz daha toparlanmaya, şirketi organize etmeye, daha ufak tefek işler yaparak belimizi doğrultmaya ayırmak istiyoruz. Gelibolu’nun yolculuğu bitince yurtdışı ile ortak prodüksiyon şeklinde bir bağlantı olabilir. O fırsatların önüne geçmek istemiyoruz. Onun için biraz daha bekliyoruz.

Türkiye’de Ermeni sorunu gibi tabu haline gelmiş sorunlara yönelik belgesel çekebilmek ne derece mümkün görünüyor?

Bence mümkün değil. Hakkıyla, objektif olarak yapmak mümkün değil. Derinine inip bir akademik çalışma halinde yapmak mümkün değil. Türkiye’nin bazı kompleksleri, önyargıları, endişeleri, korkuları aşması lazım.

Bu da mı AB ile mümkün olacak?

AB’yi bir örnek olarak vermiştim. AB ile ilgisinden öte kendi kendine olgunlaşması gerekiyor. Bunun tek çö-

zümü eğitim. Evrensel, çok yönlü, çağdaş ve bilime dayalı bir eğitimle mümkün.

Belgeselin Türkiye’deki durumunun dışında, belgeselci Türkiye’de nasıl algılanıyor? Hak ettiğinizi aldığınızı düşünüyor musunuz?

Hak ettiğimizin ne olduğunu bilmiyoruz ki! Hiçbir zaman bir şeyi hak etmek için iş yapmadığımdan böyle bir beklentim yok. Ekibin de böyle bir yaklaşımı yok.

Ortamdan beslenerek varolma ya da iş yapma beklentisi taşımıyoruz. Bizi heyecanlandıran, Türkiye’ye faydalı olabilecek işleri yoğun biçimde yapıyoruz. Ondan

sonra da yurtiçinde ve yurtdışında önümüzün açık olmasını istiyoruz. Pazarlanması ve dağıtımı için elimizden geleni de yapıyoruz. Bazı açılardan hak ettiğimizin daha üstünde bir yerdeyiz, bazı açılrdan ise değiliz. Bütün bunlar gişe başarısı düşünülerek yapılan filmler değil. Öyle olsa farklı filmler çekerdim.

Ne gibi?

Uzun metraj.

Uzun metraj çekecek misiniz?

Olabilir. Düşünüyorum. Ama şu an kafamda bir proje yok.

Yeni bir belgesel projesi var mı?

Aslında proje, fikir olarak düşündüğümüz çok şey var. Ama Gelibolu her aşamasıyla o kadar uzun sürdü ki, şu an hala dağıtımı devam ediyor. Yolculuğunu tamamlamasını bekliyorum. Bu dönemi biraz daha toparlanmaya, şirketi organize etmeye, daha ufak tefek işler yaparak belimizi doğrultmaya ayırmak istiyoruz. Gelibolu’nun yolculuğu bitince yurtdışı ile ortak prodüksiyon şeklinde bir bağlantı olabilir. O fırsatların önüne geçmek istemiyoruz. Onun için biraz daha bekliyoruz.

re’de seslendirme, ABD’de ses tasarımı, Almanya’da miksaj yapıldı.

Bırakma hissine kapıldınız mı?

Film çekerken yapmam öyle bir şey.

Özellikle belgelerde sizi şaşırtan, heyecanlandıran neler oldu?

Böyle bir projeye başladığınızda film sizin hayatınız oluyor. Onun dışında hiçbir şey göremiyorsunuz. Filmı bırakmak, teslim olmak gibi bir şey aklımdan geçmiyor. Bunaldığımı, yorulduğumu hissettiğim dönemler oluyor, ama bunun alternatifi hiçbir zaman işi bırakmak olmuyor. İş öyle ya da böyle bitecek. Ama hangi şekilde biteceğinin çözümünü arıyoruz. Tabii bizler tarihçi olmadığımızdan böyle bir konuya eğildiğimizde konuyla ilgili her yeni bilgi bizim heyecanımızı körüklüyor. Gelibolu’da o kadar günlük, mektup yazıldığını bilmiyordum. Okuduğum her belge beni çok heyecanlandırdı. Hititler’de de öyle. O zamanlardan bütün bunları düşünbilmelerine şaşırabiliyoruz. İnsanın ufkunu açıyor, inanılmaz bir şey. En büyük zenginlik o bence.

Belgesel doğası gereği sıkıcı bir format. Bunu aşabilmek için neler yapıyorsunuz?

Her filmin her konunun kendi anlatım tarzı bulunur. Eldeki malzeme, konunun cinsi, anlatılmak istenen stili belirler. Her filmde yeni bir format, anlatım biçimi, teknoloji öğrenmek, denemek istiyoruz ki bir imzamız olsun. Her proje bir öncekinin bir adım önünde olmaya, caksa yapmanın bir anlamı yok. Belgesel doğası gereği biraz daha ağır tempolu ve sıkıcı olma olasılığı daha yüksek bir dal. Ama tabii bu da her filmcinin dramatik kurgusuna, senaryoyu kuruşuna bağlı. Bizim senaryolarımızın daha akıcı, yalın, çarpıcı ve dramatik olmasına özen gösteriyoruz. Fotoğrafları, müziği, karakterleri ona



“En beğendiğiniz, en rahat seyredebildiğiniz, teknik olarak en çok sevdiğiniz yaptığınız son iş oluyor.”

“Bir projeye başladığınızda film sizin hayatınız oluyor. Onun dışında hiçbir şey göremiyorsunuz.”



“İşin içinde insan olduğu sürece objektiflikten söz etmek mümkün değil. Günlük hayatın her alanında yorum olduğu sürece belgeselde de olmaması mümkün değil. Her şey bir tercihten oluşuyor. Ancak tabii ki bunun bir dozajı var.”



“Hayal kurmak önemli bir şey. Ama hayallerin de bir temeli olması gerekiyor. İnsanın hayatını ulaşamayacağı bir hayal uğruna harcaması kötü bir şey.”

göre seçiyoruz. Eldeki teknoloji, araçlar herkes için aynı. Bunları nasıl kullandığın filmci olarak seni diğerlerinden ayırır.

Hedefiniz nedir?

Hayal kurmak önemli bir şey. Ama hayallerin de bir temeli olması gerekiyor. Herkes Oscar kazanmak ister, ben de isterim. Ama oraya giden bir yol var ve biz o yolun hangi aşamasındayız? Nasıl gideceğiz, neler yapmalıyız, o donanıma sahip miyiz diye bakmak gerekir. Bu yüzden uç bir hayalim yok. Daha gerçekçi, ulaşabileceğimi düşündüğüm hayaller var. Çünkü bir insanın hayatını hiç ulaşamayacağı bir hayal uğruna harcaması kötü bir şey. Bu çok üzücü. Oysa o hayal bir köşede durur, ondan önce daha gerçekçi, ulaşabileceğiniz orta vadede hayalleriniz olur ve o hayallere ulaştıkça hayatınız daha da zenginleşir. Benim, Gelibolu'yu çekmek, Jeremy Irons ile çalışmak, ABD, Avustralya sinemalarında göstermek, televizyonlara satmak gibi hayallerim vardı. Bütün bunları bana sekiz yıl önce sorsaydınız, benim için Oscar kazanmak gibi bir hayaldti. Şimdi ise gerçekleşti. Bundan sonraki hayallerimi biraz daha genişletiyorum ve geliştirerek gidiyorum. Belki o zaman Oscar aşamasına gelir.

Belgesel, dramalara oranla hayal gücünü sınırlar mı?
Hayır, tam tersi hayal gücünü daha çok zorlar. Çünkü yaratıcılığınız gerçeklerle sınırlanır ve gerçekler içerisin-

de yaratıcı olmanız gerekir. Size “Hayal et, çarpıcı, etkileyici, ilginç, duygusal yap; ancak bu gerçeklerin dışına çıkmadan yap!” diyor. Herkes yapamaz bunu. Gerçeklerle sınırlanmasak çok daha farklı şeyler yapardık. Dramayla belgesel arasındaki en büyük fark bu. Bazı insanlar için avantaj, bazıları için de dezavantaj sayılabilir. Bu yüzden drama çekmek istiyoruz. Şu ana kadar hayal gücümüzü gerçeklerle sınırlı kullandık. Sınırları kaldırdınca daha farklı düşler kurabiliyoruz diye görmek istiyoruz. Gerçeklerle sınırlı olduğumuzda daha başarılıysak, o zaman hep belgesele devam ederiz. Böylece kendi kulvarımızı ve sınırlarımızı görürüz. Kendimizi denemek için yapmak istiyoruz.

Korsan yayınlara nasıl bakıyorsunuz? Belgesellerin ilgi görüp korsanlarının çıkmasına sevinmek Polyannacılık mı olur?

Tamamen Polyannacılık olur. Korsan konusunda çok katyım. Orijinalin çok pahalı olduğunu bahane etmek Doğan arabası olanın BMW çalmasını haklı çıkarır. “Pahalısına paran yetmiyorsa, çal” gibi bir mantık çıkıyor. Ne yazık ki toplumumuzda bilinç olarak yerleşmemiş. Oyuncuların, film sektöründen tanıdığım isimlerin korsan ürünler alıp izlediğini ve rahatça söyleyebildiğini görüyorum. Bu beni çok endişelendiriyor. Ceplerinden para yatırıp film çekip kazançları filmin satışına bağlı olduğunda, filmlerinin korsanı piyasaya sürülürse o insanları seyredin. O zaman ne hissettiğimizi anlarlar.

Sıcak günlere keten serinliği

Binlerce yıl öncesinden günümüze ulaşan keten dokuma kültürü, ketenin doğallığı ve sağlığa olumlu etkileriyle her geçen gün daha fazla tercih edilen bir miras.

Yaz mevsiminin bunaltıcı, sıcak günlerinde giyim ve ev tekstilinde serinlik ve ferahlık sağlayan ketenin geçmişi günümüzden binlerce yıl öncesine dayanıyor. Arkeolojik kazılarda elde edilen buluntular ketenin on binlerce yıllık bir geçmişe sahip olduğunu gösteriyor. İÖ 2000 yıllarında Babil'de kıyafet yapımında kullanılan pamuk o dönemde "beyaz altın" olarak da anılan çok değerli bir malzemeydi.

Keten elyafı, ilk çağlardan bu yana keten bitkisinin sapından çürütülerek elde ediliyor. Bitki sapındaki elyaf demetçiklerini zedelememek için çürütülen saplar, kurutulduktan sonra sert kısımları kırılarak elyaf ve odun parçaları birbirinden ayrılıyor. Yaklaşık 55-90 cm uzunluğunda olan keten elyafı, doğal parlaklığı ve sağlam görünümüyle dokumada tercih edilen bir üründür. İlk çağlardan beri yerleşik toplumlarca bilinen keten, kullanış-

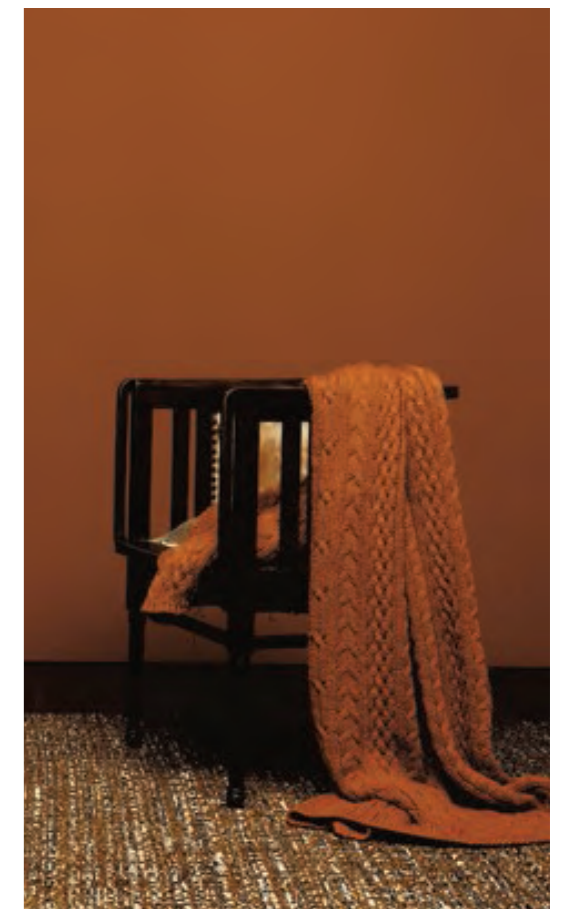
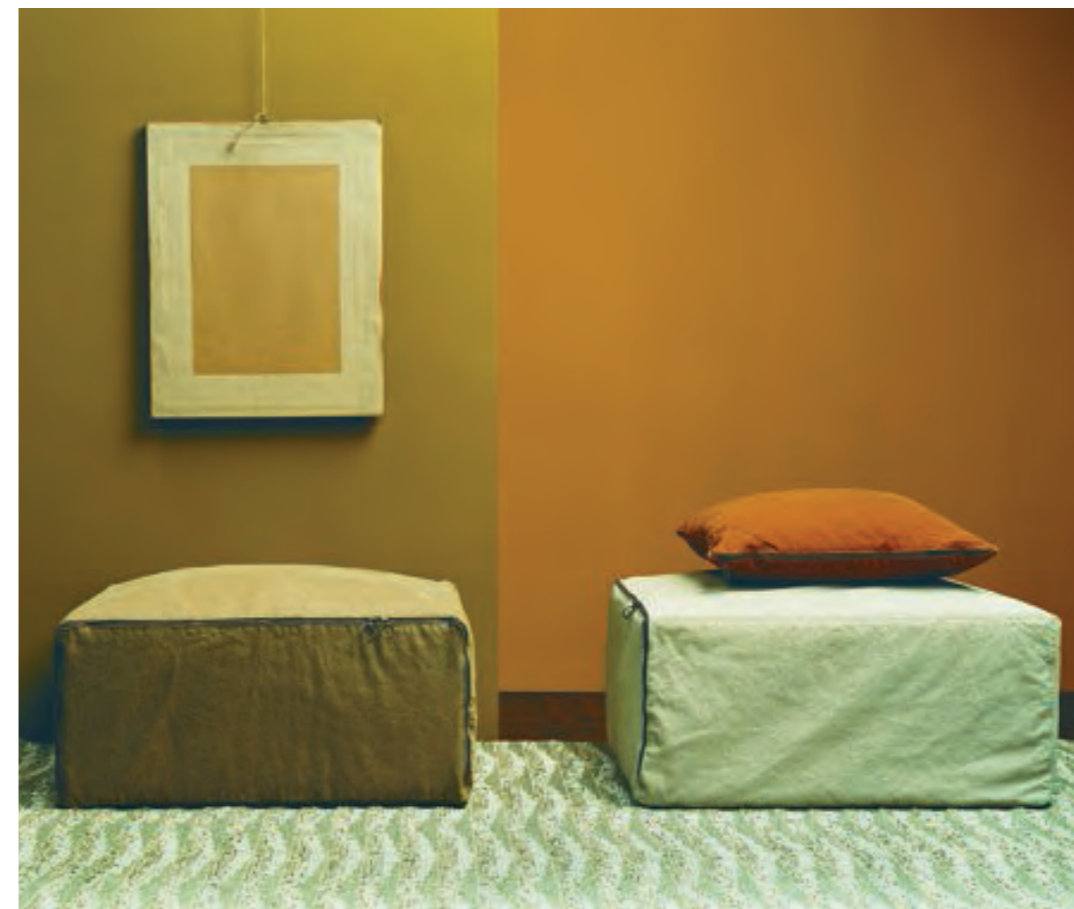




lı bir materyal olmasının yanı sıra ruhunu kadından alan bir dokuma. Bu bitki yüzyıllardır, kadınlar tarafından toplanarak işlenen ve onların dünyasını temsil eden bir sembol. Günümüzün yoğun temposunda, binlerce yılın mirasıyla bedenimizi rahatlatan bir doku. Ketenin yüzde 20'ye varan sıra dışı emiciliği giysilerin yanı sıra banyolarda da vazgeçilmez olmasını sağlıyor. Doğal dokusu özellikle kuru ciltler için masaj etkisi yaratıyor.

Türkler, Orta Asya'dan edindikleri keten dokuma deneyimlerini Anadolu'da geliştirerek diğer milletlerin de ketenle tanışmasını sağladılar. Romalılar ilk olarak Türkler'de gördükleri keten gömlek, ceket ve pantolonları da yüz yıllar boyu geliştirerek kullandılar. Hazar Prensesi Çiçek, Bizans Sarayı'na gelin gittiği zaman giydiği Türk tipi keten kağan hatun elbisesi de Bizans'ta moda olmuş ve oradan Avrupa'ya yayılmıştı.

Günümüzde keten üretimi İzmit ve Karadeniz yöresinde yeniden canlanmaya başlıyor. Yüzde yüz doğal ve sağlıklı olması, keteni yeniden cazip hale getiren en önemli unsurlardan biri. Ülkemizde keten dokumalar giyim wkuşam ürünü olarak hırka, önlük, gelinlik, şalvar, kundak bezi ve iç çamaşın gibi farklı ürünlerde, ev tekstilindeyse yorgan, yastık kılıfı, örtü, perde, kilim, puf gibi ürünlerde kullanılıyor.



Vücudunuzu enerjiyle akort edin

Doğal enerji anlamına gelen biyoenerji, alternatif tıbbın en önemli kollarından biri olarak modern tıp yöntemlerine destek verebiliyor.

Vücudumuzdaki elektrostatik güçleri inceleyen, düzenleyen ve hareket kabiliyetimizi artırmamıza yardımcı bir enerji akımı olan biyoenerji, hayatımızı kolaylaştırıyor. Öncelikli olarak tabiatımızda var olan enerjini keşfedip beslememiz gerekiyor. Bu güçle her gün olumlu düşüncelerle güne başlayıp dinamik günler geçirebiliyoruz.

Bütüne yönelik bir tedavi yöntemi

Biyoenerji tedavisinde vücuda pozitif enerji vererek beden yeniden akort edilmesi sağlanıyor. Tedavi, biyoenerji konusunda yeterlilik kazanmış biyoenerjistler tarafından yapılıyor. Biyoenerjist kendi bedeninden doğan bir enerjiyi değil, evrende var olan kozmik biyoenerji akımını bir tür merceğe ya da kristal görevi göreyerek topluyor ve tedavi edeceği kişinin bedenine aktarıyor. İşin sırrı enerjiyi doğadan alabilmekte. Biyoenerji tıbbın ihtisas şubeleri, tahlil laboratuvarları ve manyetik görüntüleme merkezleriyle diyalog halinde çalışıyor. Tedaviye kabul edilen kişiye konulan taniyle ilgili tıbbi görüş ve bulgular istenebiliyor.

Biyoenerji tedavisi bölgesel olarak uygulanmıyor. Şikayet ne olursa olsun biyoenerjist bedeni bir bütün olarak ele alıyor. Ancak şikayet sebepleri üzerinde biraz daha yoğun çalışabiliyor. Tedavi sırasında ilaç ve neşter gibi unsurlardan faydalanılmıyor, pozitif enerji kullanarak vücudun aksayan sistem ve ritimleri düzenleniyor. Biyoenerji seanslarında, gerektiği takdirde, kişinin düşünce sistemi üzerinde hipnoz ve psikoterapi yöntemleri de deniyor. Seanslar sırasında bir tür rehabilitasyon yöntemiyle kişinin negatif düşünce, tavır ve alışkanlıklarının farkına varması sağlanıyor. Kişinin bunlarla mücadele etmek üzere bilinç geliştirmesine yardımcı olan biyoenerjist öfke ve alınganlıkları merceğe altına alıp çözüm yollarını kişiye sunuyor. Bu çözümler ikna yoluyla



Biyoenerji tedavisinin kullanılabildiği hastalıklar

- Yüksek tansiyon, kalp rahatsızlıkları
- Solunum sistemi rahatsızlıkları
- Sindirim sistemi ve mide rahatsızlıkları
- Sigaraya bağlı damar tıkanıklığı
- Menopozla bağlı şikayetler
- Romatizmal rahatsızlıklar
- İdrar yolları rahatsızlıkları
- Çeşitli cilt rahatsızlıkları
- Sirt ve boyun ağrıları
- Alerjik rahatsızlıklar
- Hormonal bozukluklar
- Nörolojik rahatsızlıklar
- Kas hastalıkları
- Cinsel sorunlar
- Baş ağrıları
- Obezite

benimsetilip kişinin uygulamaya alması sağlanıyor. Biyoenerji seansları 15-30 dakika arasında sürüyor.

Biyoenerjinin keşfi

Biyoenerjinin öyküsü 20. yüzyılın başında Rus bilim adamı Behterev ve diğer bazı bilim adamlarının ortaya attığı bir teori ile başlamış. İnsanın biyoenerji alanı olduğunu fark eden bu bilim adamları yoğun araştırmalar sonucu konuyla ilgili pek çok kitap ve makale yazmış. Başarıyla sürdürülen tüm bu çalışmalar, bir süre sonra Marksizm ve Leninizm'e uygun olmadığı için yasaklanmış. Bu nedenle uzun bir zaman biyoenerji ile ilgili hiçbir bilimsel araştırma yapılmamış. Çok eski doğu kültürlerindeyse halk doktorları, insan vücudunda "chi" adı verilen bir enerjinin varlığını keşfetmiş. Çjen-tsu terapisti uzmanlar bunu, vücut enerjisinin birleşik fonksiyonu olarak tanımlamış. Bugünse parapsikoloji olayları ve elle tedavi dahil açıklanabilen sonuçlanmış bilimsel bir çalışma olmamasına rağmen, dünyanın 100'den fazla kürsüsünde bu konunun araştırması yapılıyor.

Yararları

Biyoenerji öncelikle sağlıklı bir ruh haline, ardından da sağlıklı bir bedene kavuşmamızı sağlıyor. Biyoenerji ile beyin fonksiyonları geliştirilip telepati ve hafıza yeteneği artırılabilir. Pek çok hastalığa karşı direnç geliştirmemizi sağlayabilen biyoenerji ile sürekli ruh ve beden uyumunu yakalamak mümkün.



Birlikte yaşayabilir miyiz?

AB'ye girmek için ciddi mücadelelerin verildiği ülkemizde herkes gelişmeleri merakla bekliyor. Bu sancılı süreçte Türkiye'nin AB üyesi ülkelerle uyumu yakalayabilmesi için çalışmalar yapılıyor. Acaba birlikte yaşayabilecek miyiz?

Uyum sürecinde farklı kültür ve geleneklere sahip Avrupa ve Türkiye halkının bir arada uyumlu bir şekilde yaşaması amaçlanıyor. 15 yıldır imgebilim üzerinde çalışan Prof. Dr. Nedret Kuran Burçoğlu, Osmanlı'nın devamı olan Türkiye'nin farklılıklara alışık olduğu için Avrupa'yla uyumlu bir şekilde yaşayabilecek yetenekte olduğunu savunuyor. Avrupa'dan alacaklarımıza karşılık Avrupa'ya vereceklerimizin daha çok olduğunu belirten Burçoğlu, "Herkes AB üyeliği ile Türklerin soluğu Avrupa'da alacağını düşünüyor. Tam tersine Avrupa buraya gelecek. Türkiye'nin gücünü kullanmak isteyen Avrupa'nın bu treni kaçırmaması gerekiyor. Türkiye'yi daha fazla zorlamanın anlamı yok" diyor.

Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girme sürecinde uyumdan söz ediliyor. Nedir bu uyum süreci?

Bu süreçte beraber yaşamayı sağlamak amaçlanıyor. Bunun için öncelikle birbirine saygı duymak ve birbirini iyi tanımak gerekiyor. Avrupa'yla biz farklı coğrafyalarda oluşmuşuz, farklı kültür ve geleneklere sahibiz. Amaç kültürümüzü değiştirmek değil, bir arada yaşamamızın gerektirdiği ölçüyü sağlamak. Uyumdan bu anlaşılmalı. Bunu sağlayabilmek için her şeyden önce beraber yaşamayı istemek gerekiyor. İki taraf da tıpkı bir evlilikte olduğu gibi belirli ölçülerde bazı alışkanlıklardan feragat etmeli. Bu süreçte olabildiğince objektif bakılmalı, çünkü önyargılarla yaklaşırsa beraber yaşamak mümkün değil. İrade ve istekle ortak noktalar bulunarak beraber yaşanabilir. Bu nedenle uyum süreci deniyor, çünkü bir anda bu uyumu sağlamak mümkün değil.

Uyum sürecine nasıl bakmamız gerekiyor?

Öncelikle çıkarılan uyum yasalarını hayata geçirmemiz gerekiyor. Sancılı bir süreç yaşadığımız için yapıcı bir bakış açısına sahip olmalıyız. Tabii ki alışkanlıklardan

uzaklaşmak çok zor, ama kararlı olduğumuza göre bu yolda kararlı bir şekilde ilerlemeliyiz. Her toplumun kendine göre kusurları var ve AB'ye giriş süreci kendimizi yeniden tanımamızı da beraberinde getirdi. Bu süreçte uyum sağlamaya çalışırken her şeyimizi terk etmemiz gerekmiyor, yalnızca eksiklerimizi ve ihmal ettiğimiz taraflarımızı geliştirmeliyiz. Aslında kültürümüzde olan ama zamanla ihmale uğramış birbirine saygı, insan hakları, sosyal terbiye gibi konuları yeniden gözden geçirip yapılandırmalıyız.

Toplumumuzun eksikleri neler?

Zihniyet değişikliğine ihtiyacımız var. En büyük eksiklerimiz de güven. Aşırı alttan alıp sürekli kendimizi eleştiriyoruz. Geçmişimizin ve değerlerimizin tam olarak bilincinde değiliz. Akılcı yaklaşım sorunlara soğukkanlı bakmalıyız. Ciddi bir dayanışma eksikliği var, birbirimizi sürekli kötüleyip köstekliyoruz. Bakış açımızı değiştirip olumlu bakmayı öğrenebilirsek bu uyum sürecini kolaylıkla tamamlayabiliriz.

AB'ye girme çabası toplumda anlaşılmadı mı, neden?

AB süreci tam olarak anlaşılmadı, çünkü topluma anlatılmadı. Süreç hızlandıkça zor tarafları görülmeye başlandı. Bu nedenle toplum tepki gösteriyor. AB'ye girildiğinde refah düzeyimizin birden yükseleceği, zenginleşeceğimiz düşünülüyordu. Böyle olmadığı anlaşılınca hayal kırıklıkları yaşandı.

AB sürecini tanıtmaya görevi kimlere düşüyor?

Avrupa Birliği Bilgi Merkezi'nin tanıtım çalışmaları var; çeşitli seminerler düzenleniyor. Bunlar daha yaygın hale getirilmeli. En büyük görev basına düşüyor. Her konunun ayrıntılarıyla basında yer alması gerekiyor, çünkü basın hem bilgilendirici hem de şekillendirici bir unsur. Bence hükümet tarafından toplumu bilgilendirici küçük broşürler hazırlanıp dağıtılabilir. Sözgelimi bu süreçte 31 kolu olan müktesebattan söz ediliyor, ancak kimse bunun ne demek olduğunu bilmiyor. 17 Aralık kararlarının dökümüne bile ulaşmak pek kolay değil.

Türkiye bu uyumu sağlayabilir mi? Bu süreç ne kadar zamanda tamamlanır?

Türkiye Avrupa'yla uyumu kolaylıkla sağlayabilir. Osmanlı İmparatorluğu'nun bir arada yaşama deneyimine sahip olduğumuz için toplum olarak zaten farklılıklara alışığız. Bu bizi zenginleştiriyor. Bence Avrupa farklılığa yeterince alışık değil; insanları kategorize edip kalıplara sokmak istiyorlar. Bu nedenle zaman zaman bazı olumsuz propagandalar yapılıyor. Süreci sağlıklı bir şekilde tamamlayabilmek için bunların etkisinde kalmamalıyız. Güven eksikliğimiz olduğu için her şeye tepki gösteriyoruz. Bu durum son zamanlarda Avrupa'dan gelen haberlere paralel olarak artmaya başladı. Gördüğüm kadarıyla toplumda hayal kırıklığına doğru bir gidiş var. Öncelikle bunu aşmalıyız. Uyum kabiliyeti olan bir ülkeyiz. Bu süreci tamamlamak zaman alacağı için sabırlı olmalıyız. Sürecin ne kadar süreceğini söylemek biraz zor. Olayların gelişimine bağlı, ama çok uzun süreceğini sanmıyorum.

Toplumdaki güvensizliğin nedenleri neler?

Toplumumuzda çeşitli nedenlerle ne yazık ki sağlıklı bir özgüven oluşamadı. Bu durumda gelen her eleştiri bizi birbirimize düşürüyor, toplumsal paniğe yol açıyor. Oy-



sa eleştirileri soğukkanlılıkla karşılayıp yeni stratejiler belirleyebilmeliyiz. Ortaklık kültürümüz oluşmadığı için aramızda dayanışma da yok ve en yakınımızdakini ezmeye, karalamaya çalışıyoruz. Bu yeterince eğitim almamış kişilerin gösterdiği bir davranış şekli ve böyle insanlar çekingen oldukları için de kendi içlerine kapanıyor. 1960'lı yıllarda Avrupa'ya giden insanlarımızın güvensizlik nedeniyle sorunlar yaşadığını gördük. Bu insanlar kendi ülkelerinde şehir dahi görmeyen çok farklı bir ortam olan Avrupa'ya gittiler. Kimliklerini yitirmekten korktukları için de içlerine kapandılar ve yaşadıkları toplumda diyalog kuramadılar. Avrupa'ya giden eğitimli kişiler ise böyle bir sorun yaşamadı. Anlaşıldığı gibi bu bir eğitim sorunu. Bu güvensizliğin diğer bir nedeni ise dış basının etkisinde kalmamız. Tabii ki bizim de kusurlarımız var, ama dışarıdan gelen her eleştiri kabul etmemeliyiz. Tarihimize daha iyi bakmalı ve değerlerimize sahip çıkmalıyız. Türkiye'de son 20 yılda muazzam bir patlama yaşandı. Avrupa'dan eksik bir yanımız olduğunu düşünmüyorum.

Geçmişten bugüne Avrupa'da nasıl bir Türk imajı var?

Uzun zamandır Avrupa'da Türk imgesi üzerine araştırmalar yapıyorum. Bu konuda en son iki ay önce İsviçre'de bir kitabım çıktı. Bu imajı dokuz aşamada görmek mümkün, çünkü tarihte bir takım dönüm noktaları var. İlk başta Türklerin Anadolu'ya girmesiyle başlayan bir korku imajı geliyor. Türklerin Avrupa'ya yayılma-

36 söyleşi: Prof. Dr. Nedret Kuran Burçoğlu

sından korkulmuş. Daha sonra Haçlı Seferleri'yle kutsal bölgeleri barbarlardan kurtarmak amaçlanmış. Kuran-ı Kerim 14. yüzyıla kadar Batı dillerine çevrilmediği için Türkler sapkın olarak görülmüş. İstanbul'un fethiyle birlikte Türk korkusu doruk noktasına varmış, Türkler insanüstü varlıklar olarak görülmüş. Reform döneminde ise dini lider Martin Luther Türklere karşı savaş açılması gerektiğini söyleyerek halkı tehdit etmiş. 17. yüzyıldaysa Fransa'da Türkeri adı verilen bir hareket doğmuş; Türklerin kıyafetine, sanatına, müziğine karşı bir ilgi başlamış. Avrupa'da Türk modası yayılırken Almanya'da olumsuz imge devam etmiş. İkinci Viyana Kuşatması ve İnebahtı'daki Türk yenilgisi Avrupa'daki yenilmez Türk imajını değiştirmiş. 18. yüzyıl Aydınlanma Dönemi'nde Almanya'da olumlu bir imge oluşmuş. Daha yakın tarihe geldiğimizde; başlayan sömürgecilik hareketini meşrulaştırmak için Doğu hakkında atıl, yavaş hareket eden bir imge yaratılmış. Bu 1923 yılına kadar sürmüş. Müslüman olan Türkler Hıristiyanlık'ın rakibi olarak görülmüş. 18. yüzyılda ulus devlet kavramıyla din konusu önemini yitirmiş, ancak Osmanlı hep ötekiliğini korumuş. Çünkü Osmanlı ile Müslümanlık özdeşleştirilmiş. Bugünkü önyargılar da kısmen geçmişe dayanıyor. Kendi kimliklerini oluştururken Osmanlı'yı dışladıkları için bunun devamı olan bir devleti kendi içlerine almayı sindiremeyen gruplar var. 1923'te Atatürk'ün oluşturmak istediği çağdaş Türk imajı da Avrupa'da yerince anlaşılammış.

Türkiye'nin AB'ye girme sürecindeki yaklaşımlarının imajımıza nasıl etkileri oldu?

Bu konuda olumlu yaklaşımlar var. Türkiye'nin AB'ye girme için ciddi bir çaba gösterdiğinin herkes farkında. Avrupa basınında Türkiye sürekli gündeme gelmeye başladı. Eskiden Türkiye'den hiç söz edilmezken artık özellikle Orta Avrupa ülkelerinde her gün Türklerle il-



“Tarihimize daha iyi bakmalı ve değerlerimize sahip çıkmalıyız. Türkiye’de son 20 yılda muazzam bir patlama yaşandı. Avrupa’dan eksik bir yanımız olduğunu düşünmüyorum.”

gili haberler yer alıyor. Bu önemli, ancak imajımızın olumlu yöne doğru gittiğini söylemek pek mümkün değil. Bizimle ilgili çıkan olumlu yazılar imajımız için yeterli düzeyde değil. Avrupa basınında Türkiye ne kadar olumlu yansıtılırsa, toplum da bize o kadar kolay uyum sağlar.

AB’nin Türkiye’den beklentileri neler? Türkiye’nin AB üyeliği Avrupa Birliği’ne neler katar?

Gümrük Birliği nedeniyle ekonomik açıdan Türkiye’den istediklerini alabilirler. Türkiye jeopolitik açıdan çok önemli bir konumda, Avrupa’nın Asya’ya açılan kapısı durumundayız. Türkiye’nin hemen yanında petrol çıkarıyor. Ülkemizin su sorunu yok, iklimi güzel, toprakları zengin. Bu nedenle Avrupa için çok cazip bir ülkemiz. Son zamanlarda potansiyel yüksek ve dinamik genç nüfusumuzun çokluğu da ilgi çekmeye başladı. Avrupa tüm bunları kullanmak istiyor. Herkes AB üyeliğiyle Türklerin soluğu Avrupa’da alacağını düşünüyor. Ancak tam tersine Avrupa ülkemize gelecek. Global açıdan bakıldığında ısınma sorunu söz konusu. Hollanda ve İrlanda gibi ülkeler gelecek korkusu nedeniyle Türkiye’ye yatırım yapıp yerleşmek istiyorlar. 1960’lı yıllarda Avrupa’ya giden Türkler kısıtlamalara rağmen mucizeler yarattı. Pek çok kuruluşa imza atan Türk işadamları Avrupa’da ciddi istihdam imkanları sağladı. Bugün Avrupa parlamentosundaki Türk milletvekilleri önemli işler yapıyor. Türklerin yaratma ve dayanma gücüyle Avru-

pa’ya verebileceği çok şey var. AB’nin bu treni kaçırmaması gerekiyor. Türkiye’yi daha fazla zorlamanın anlamı yok.

AB’nin tüm bölge kültürlerini kucaklayan ortak bir kültür politikası var mı?

Tabii ki var. Avrupa ülkeleri de tarihte birbirleriyle savaşmışlar. Dinlerin içinde bile bölünmeler var. Dünya liderliğinde ABD’yle boy ölçüşebilmek için kendi aralarında rekabet içindeler. Bu kültürlerin bir araya getirilebilmesi için “Çeşitliliğin Birlikteliği” sloganıyla ortak bir kültür politikası oluşturuldu. Bu amaçla marş, bayrak, parlamento yapıldı. Ancak bu parlamentonun üye ülkelerin halkını ne derecede temsil ettiği tartışma konusu. AB kendi içinde henüz mükemmel bir duruma gelmiş değil.

17 Aralık kararlarından sonra yabancı yatırımcıların da Türkiye’ye başlayan ilgisi, dikkat çeken şirket evlilikleri ve satınalmalar iş dünyasında ne gibi değişiklikler yaratacak?

17 Aralık’tan sonra Türkiye artık yatırımın göze alınabileceği bir yer haline gelmeye başladı. Yabancı yatırımcılar Türkiye’nin potansiyelini fark etti. Bu konuda çok yakından izlediğim birkaç örnek var. Bunların olumlu etkileri olacağını düşünüyorum. İş yaparken toplumu da tanımaya başladılar. Türkiye’ye daha çok güven duyuyorlar. Bu da uyum sürecinde olumlu gelişmelerin olduğunu gösteriyor. Yapılan bu yatırımlar kalıcı olacaktır.

Sizin imgebilim üzerine yaptığınız çalışmaların AB’ye giriş sürecine nasıl bir katkısı var?

Yaklaşık 15 yıldır imgebilim üzerine çalışıyorum. Toplumların başka toplumlar hakkında oluşturdukları imgerlerin sosyo-kültürel nedenlerini, bunların zaman içindeki dönüşüm süreçlerini ve yansımalarını inceledim. İlk olarak Boğaziçi Üniversitesi’nde karşılaştırmalı bir Avrupa Merkezi kurduk. Çokkültürlülük, kimlik ve ötekilik konusunda yayınlar çıkardık. Avrupa Kültür Vakfı’nın desteklediği “1923’ten Günümüze Avrupa’da Türk İmgesi” konulu projemin kitabını bastık. Daha sonra Harvard Üniversitesi’nde misafir öğretim üyeliği yaptım. Orada başlattığım “Akdeniz’de Ötekinin Temsili ve Çevre İlişkilerine Etkisi” konulu projemin kitabını UNESCO’nun desteğiyle çıkardım. Yurtiçi ve yurtdışında yayımlanan makalelerim var. Ayrıca Uluslararası Araştırma ve Politika Platformu’nu kurdum. Son olarak İsviçre’de, Avrupa’da Türk imgesini inceleyen bir kitabım çıktı. İmge oluşmasında ve değişiminde rol oynayan faktörlere ışık tutan ve bu konuda eleştirel bilinç yaratan bu çalışmaların, Türk imajının doğru okunmasına yol açarak AB sürecine olumlu katkılar olduğunu düşünüyorum. İmgebilimin Türkiye’de daha iyi tanınmasını istiyorum. Bu alanda bir yüksek lisans dersi açtım. Özellikle AB sürecinde buna çok ihtiyacımız var. Bu nedenle yurtdışında da birçok konferans verdim. Amacım yurtdışındaki Türk imgesinin çözümlenmesine nesnel bir bakış açısı getirerek bu imgeyi doğru anlamlandırmak.

Orkoz, lahoz, vatoz, iskorpit, mazak, fangri... Bunlar Türk denizlerinde yaşayan ve pek çoğumuzun adını ilk kez duyduğu dip balıklar. Yakın zamana kadar bu balıklar hakkında kapsamlı bilgi edinebileceğimiz bir kaynak yoktu. "Türkiye Denizlerinin Dip Balıkları Atlası" bu eksikliği gidermek amacıyla yazıldı. Arkadaş Yayınevi tarafından yayınlanan kitap Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Histoloji ve Embriyoloji Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Prof. Dr. Alp Can ve Ege Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi Araştırma Görevlisi Dr. Murat Bilecenoğlu tarafından hazırlandı. Can ve Bilecenoğlu kaynak eksikliğini gidermek için Türk denizlerindeki dip balık türlerini fotoğraflamak istediler. Bu amaç doğrultusunda 1999 yılında TÜBİTAK ve Ankara Üniversitesi'ne proje önerisinde bulunuldu. Önerinin kabul edilmesiyle birlikte uzun süren çalışmalara başlandı.



321 fotoğrafla 121 dip balığı türü ele alındı

"Türkiye Denizlerinin Dip Balıkları Atlası" hazırlanış, içerik ve sunuş açısından Türkiye'de alanında ilk kaynak kitap olma özelliğine sahip. Kitap fotoğrafların çekilmesi ve araştırma aşamasıyla birlikte altı yılda tamamlandı. Üç kişilik bir ekip Türkiye sahillerinin 91 farklı noktasında 237 dalış gerçekleştirerek, 386 saatlik sualtı görüntüsü elde etti. Alanya, Anamur, Çayeli, Hımbelada, Tavşan Adası, Tekirova ve Barbur Koyu dalış yapılan bazı bölgeler. Bu süreç boyunca 7 bin 500 fotoğraf çekildi ve 0-50 metre arasında yaşayan 78 tür dip balığı görüntülendi. Kitapta çekilen fotoğrafların 321'i kullanıldı. Dip balıkları çoğunlukla Mayıs-Temmuz aylarında yumurtlamak için sığ bölgelere geldiklerinden sualtı görüntüleri Mayıs-Eylül dönemlerinde alındı. Eksik kalan bazı balık türleri için sualtı fotoğraflarının arşivinden yararlanılarak 121 tür dip balığı görüntüsü elde edildi.

“Dip Balıkları Atlası”

Türk denizlerindeki balık türlerinin yüzde 68'i dip balığı. “Türkiye Denizleri'nin Dip Balıkları Atlası” denizlerimizde yaşayan dip balıklarıyla ilgili ayrıntılı bilgi ve fotoğraflara sahip.

Kitapta denizlerimizdeki dip balık türleri yaşadıkları bölgeler, beslenme ve üreme, dış görünüm özellikleri ve fotoğraflarıyla birlikte veriliyor. Bunun yanı sıra sualtı fotoğrafçılığıyla ilgili teknik bilgiler yer alıyor. Denizlerimizde yaşayan dip balıklarının tamamı kitapta yer almadığı için eksik kalan türlerle ilgili çalışmalar devam ediyor.

Türk denizlerinde 310 tür dip balığı var

Dip balıkları, yaşamlarının büyük bir bölümünü dipte ya da dibe bağlı ortamlarda geçiren balık türleri. Yuva bilinci gelişmiş olan bu balıklar genellikle dipte yaşayan canlılarla besleniyorlar. Uzak mesafelere göç etmiyor, ancak yaz-kış arasındaki dönemde küçük yer değişimleri gerçekleştiriyorlar. Bu türler genellikle kumlu, kumlu-çamurlu, algli, algli-kayalık ve çayırık dip yapısındaki



Kahverengi Müren



Dikenli Vatoz



Denizatı



Mıgır Balığı



Benekli Çırçır



ortamlarda yaşıyor. Türk denizlerindeki balık türlerinin yüzde 68'ini dip balıkları oluşturuyor. Yani denizlerimizde yaklaşık 310 tür dip balığı yaşıyor. Kayabalıkları 29 türle en kalabalık dip balığı türü. Mercanbalıkları 21, lapinler 19 ve horzobinalar 18 türe sahip dip balıkları.

Bazı dip balıkları yenildiğinde ölüme neden oluyor

Dip balıkları açısından en zengin denizlerimiz Akdeniz ve Ege. Bu bölgeler biyolojik çeşitlilik açısından stratejik bölgeler. Ege Denizi'nin kuzey ve güney bölgeleri birbirinden farklı biyolojik özelliklere sahip. Bu nedenle kuzey ve güney bölgelerinde farklı türlerde dip balıkları yaşıyor. Süveyş Kanalı yoluyla Kızıldeniz'den göç eden türler ilk önce Doğu Akdeniz'e ve Ege Denizi'ne giriş yapıyor. Akdeniz ayrıca Cebelitank Boğazı yoluyla Atlas Okyanusu'ndan göç alıyor. Dip balıklarının bazı türleri zehirli olduğu için yenmiyor. Yenildiğinde ölüme neden olan balık türleri var; balonbalığı bunlardan birisi. Ünlü kaptan James Cook'un yediği bir balonbalığı nedeniyle ölümden döndüğü tarihi kayıtlarda yer alıyor. Prof. Dr. Alp Can, "Her canlının kendine özgü özellikleri var kuşkusuz. Tarihin her döneminde zehirli balıklar insanoğlunun ilgisini çekmiş, hala da çekiyor. Sokaktaki insana balık özelliklerini sorsanız size ilk vereceği yanıt ya en lezzetli ya da en tehlikeli türlerdir" diyor. Bir de dip balıklarının canlıyken temas edilen bazı türleri insanda şiddetli ağrılara, hatta şoklara neden olabiliyor. İskorpitler, sokarbalıkları ve vatozlar bu türler arasında.



Bazı türlerin avlanması yasak

Dip balıkları genellikle dip ağıları, olta, parakete ve zıpın ile avlanıyor. 15 Haziran-31 Temmuz arasındaki dönemde avlanma yasağı getiriliyor. Bazı türlerin avlanmasıyla tamamen yasak. Bazı türlerin nesilleri aşırı avcılık ya da kirlenme nedeniyle tehdit altında. Denizatları, orfoz ve lahozlar bu grup içinde yer alan balıklar. Denizlerimizde orfoz ve lahoz isimleriyle bilinen altı tür bulunuyor ve bu türün dördünün avlanması Tarım Bakanlığı tarafından sınırlandırılıyor. Prof. Dr. Can, Türkiye'de deniz ve balık türlerinin korunmasından sorumlu çok sayıda kurum olduğunu ifade ediyor ve ekliyor: "Önemli olan denizleri 'gerçekten' sevmek ve koruma bilincinin yüksek olması. Bizler aslında toprak ve kentlerimizi

de pek koruyamıyoruz. Denizleri koruyamamak bunun bir uzantısı."

Balıkların uyum becerisi yüksek

Balıklar yaşam alanı açısından en çok farklılık gösteren canlı grubu olarak biliniyor. Hemen hemen her tür sulu ortamda yaşam şansları var. Tibet'in 5 bin 200 metre yüksekliğindeki sıcak su kaynaklarından Büyük Okyanus'un 8 bin metrelerindeki 1°C'lik sulara, oksijensiz bataklıklardan, çok tuzlu ya da sodalı göllere kadar her tür sulu ortam balıklar için yaşam alanı oluşturuyor. Bu durum balıkların çevreye uyum sağlama becerisine işaret ediyor. Genel çerçevede dip balıkları da tüm yaşam alanlarına uyum sağlar.

Türk denizlerinde 460 tür balık yaşıyor

Türk denizlerinde 460 tür balık yaşıyor. Kökenleri dört kaynağa dayanıyor:

- Akdeniz ile Atlantik Okyanusu'nun ortak coğrafi biriminden köken alan türler (Atlanto-Mediteran)
 - Yalnızca Akdeniz ve onun uzantısı olan Karadeniz'de dağılım gösteren türler
 - Dünya denizlerinin ve okyanuslarının çoğunda geniş dağılım gösteren kozmopolit türler
 - Akdeniz'e Süveyş Kanalı yoluyla geçen türler
- Denizlerimizdeki türlerin 286'sı Atlanto-Mediteran türlerdir. Dünyada yalnızca Akdeniz'de bulunan türlerin Türkiye'deki sayısıysa 65. Denizlerimiz hareketli balık

çeşitliliğine sahip. Akdeniz ve Ege Denizi yaklaşık 389 tür balığı barındırıyor. Buna karşılık Marmara Denizi'nde 249, Karadeniz'de de 151 tür mevcut. Karadeniz'in Marmara Denizi'ne benzerliği yüzde 56 iken Akdeniz'e benzerliği yüzde 30. Denizlerimiz genel olarak ılıman ve sığ denizler olarak kabul ediliyor. Bu nedenle denizlerimizde yaşayan türlerin çoğu soğuk denizlerde yaşayan türlerle tropikal türler arasında yer alıyor. Denizlerimizdeki balık türlerinin yüzde 14'ü ilk 20 metrede, yüzde 63'ü 0-250 metre arasında, yüzde 21'i 250 metreden daha derinde ve yalnızca yüzde 2'si 1000 metrenin altında yaşıyor. Karadeniz ısı, kapalı havza oluşu ve 200 metreden sonra oksijensiz olması nedeniyle en az tür sayısına sahip denizimiz.

Sualtı fotoğrafçılığının püf noktaları

Prof. Dr. Alp Can kitabın hazırlık aşamasında sualtı fotoğraf çekimlerine katıldı. Kitaptaki fotoğrafların 190'ı kendisine ait. Can belgesel amaçlı fotoğraf çekimlerinin estetik amaçlı çekimlerden farklı olduğunu ve fotoğrafçının bu bilinçle hareket etmesi gerektiğini belirtiyor. Can, "Bazı türler yalnızca kuyruğundaki desen farkıyla diğerlerinden ayrılır. Dolayısıyla bu türlerin fotoğraflarını çekerken genel görünüşün yanında mutlaka kuyruğundan ve yakın çekimini yapmanız gerekir. Hızlı davranıp balığı kaçırmadan işinizi bitirmeniz gerekir" diyor. Can'ın sualtı fotoğraf tekniğiyle ilgili verdiği püf noktalar şöyle:

- Fotoğrafını çekeceğiniz balığa mümkün olduğu kadar yaklaşımla ve film çerçevesini doldurmalısınız. Eğer tüm görüntü alanının net olmasını istiyorsanız yüksek diyafram değeri seçmeniz gerekir.
- Çekim yapmadan önce balığın davranışlarını bir süre incelemelisiniz. Yüzüş hızı, dönüş açıları ve saklanma alışkanlıkları gibi davranış özellikleri çekim sırasında seçilecek diyafram, enstantane ve flaş değerlerini belirlemenize yardımcı olur.
- Film karesi harcamaktan çekinmemelisiniz. Hiçbir film fiyatı sizin dalış alanına ulaşmak ve dalış yapmak için harcadığınız paradan fazla değildir. Sanatsal bir etki yaratmak istiyorsanız, aynı balığı değişik açılardan çekmeyi denemelisiniz. Böylece kendi stilinizi yaratabilirsiniz.



Prof. Dr. Alp Can



Dr. Murat Bilecenoğlu



“Markalaşmak bir yetenek işidir”

Markalaşmak bugünün rekabetçi dünyasında en çok konuşulan konulardan biri. Kişisel markaların da ortaya çıktığı günümüzde markalaşmanın bir yetenek, başarı ve temsil işi olduğunu söyleyen Beymen'in Eski Genel Müdürü Nur Akgerman, marka olabilmenin sırlarını veriyor.

Beymen'den ayrılarak kendi şirketi AK'S Uluslararası Perakende Danışmanlık ve Pazarlama Servisleri'ni kuran Nur Akgerman, konsept ve pazarlama danışmanlığı yapıyor. Markalaşmak için özgün fikir ve tasarım, doğru iletişim ve tanıtıma ihtiyaç olduğunu söyleyen Akgerman, markalaşma sürecinde taklitçilikten uzak durmak gerektiğini vurguluyor.

Türkiye'nin markalaşma konusunda henüz görevini tamamlamadığını belirten Akgerman, “Her şeyimiz var ama tam olarak dünya markalarıyla yarışabilecek düzeyde değiliz. Bugün küreselleşme içinde dünya markası olabilmek gerekiyor. Yatırımı olan herkes marka olamaz. Doğru bir strateji ve sabırla markalaşma süreci tamamlanmalı” diyor.

Marka çok tartışılan bir konu. Neyin marka olup olmadığı tartışılıyor. Gerçekte marka nedir?

Marka bilinen, paylaşılan, beğenilen ve tanımlanmış bir şeydir. Tüketicinin akıl ve duygularında ciddi dürtüler yaratır. Markanın isim ve logosunun görüldüğü her noktada hedef kitlede dürtüler oluşur. Bunu sağlayan kişi ve firmalar markadır.

Markalaşmaya nereden başlamak gerekir?

Bugünün rekabetçi dünyasında marka olabilmenin ilk adımı özgünlüğü yakalamak. Fikir ve tasarım yaratıcı ve özgün olmalı. Artık rekabet öyle bir dönemde ki farklı olmak, ihtiyaçları karşılamak, bir çekim değeri yaratmak gerekiyor. Bunun yanında markanızı yansıtan iyi bir ürününüz olmalı. Son olarak da iyi bir iletişim kurulmalı. Hedefinizi ve istediğinizi tüketiciye doğru ulaştıramazsanız marka olamazsınız. Markalaşmanın adımlarını özgün fikir ve tasarım, doğru iletişim ve tanıtım şeklinde özetleyebilirim. Tüm bunları en akıllı yollarla uygulamak için doğru stratejilerin belirlenmesi gerekiyor.

Pazarlama stratejisinin bir parçası olan markalaşma süreci Türkiye'de nasıl işliyor?

Türkiye markalaşma konusunda henüz görevini tamamlamadı. Her şeyimiz var ama tam olarak dünya markalarıyla yarışabilecek düzeyde değiliz. Çünkü Türkiye markaları dünyaya açılmadan, dünya markaları ülkemize geldi. Markalarımız da enerjisini Türkiye'de tutunmak, ülke içindeki pazar paylarını korumak ve büyümek için kullandı. Bugün küreselleşme içinde dünya markası olabilmek gerekiyor. Yatırımı olan herkes marka olmaz. Bu o kadar basit bir süreç değil. Doğru strateji ve sabırla markalaşma sürecinin tamamlanması önemli.

Marka olmak pahalı bir süreç mi, ne tür yatırımlar yapmak gerekiyor?

Ciddi bir yatırıma ihtiyaç var. Tesadüfen ve hiçbir şey yapmadan marka olunamaz. Finansmanın nereye harcanacağı doğru irdelenmeli. Araştırma ve geliştirme süreci oldukça önemli. Markanın ismini ortaya koymadan önce kaliteli ve doğru bir ürün geliştirip ürünün doğrularının belirlenmesi gerekiyor. Ürün talepleri karşılamalı ve hedef kitle için cazip olmalı. Markanın doğru yansıtılmasının yolu ise sadece ürünün kendisi değildir. Ürünün çağrıştıracığı duyguları düşünürsek; sunulduğu ortam, sunumu yapan kişiler ve ürün ambalajı da çok önemli. Marka kimliğinin parçaları olan bu unsurlara para harcarken tanıtımı da doğru yapmak gerekiyor.

Reklam markalaşmanın olmazsa olmazı mıdır?

Reklam olmadan markalaşmak mümkün değil. Hedef kitleye yaratılmak istenen markanın tanıtımı ile ulaşırsınız. Bunu yaparken de özgün olmak gerekiyor. Günümüzde birbirine benzer reklamların yapılması markalaşmanın önünde engeldir. Tüketici farklı olana ilgi duyar. Bu nedenle reklam, markanın taşıdığı değerlerle bütünleşmeli. İletişim araçlarının hepsini birden kullanmak gerekmiyor. Doğru olanlar seçilerek hedef kitleye ulaşılabilir.

Markalaşma sürecinde nasıl bir pazarlama stratejisi izlenmeli?

İlk adım olarak ürettiğiniz parlak ve özgün fikri doğru stratejilerle yansıtmanız. Yapılanların aynısını yaparsanız şansınız pek yok. Farklılık yakalanırsa daha az parayla daha hızlı sonuç alınabilir. Taklitçilikten tamamen uzak olunmalı. Markalaşma sürecinin aşamaları göz önünde tutularak doğru bir pazarlama stratejisi izlenmeli. Bunları yaparken profesyonel destek almakta yarar var. Dünyada bu işi yapan pek çok şirket var, ama mutlaka danışmanlarla marka olunmuyor. Süreci doğru yönetmek için şirket içindeki profesyonellere de büyük görev düşüyor. Çünkü profesyonellerin şirketin bakış açısını, kurumsal ortamı, dünya ve rekabet bilgisini, stratejileri istek ve azimle uygulaması gerekiyor. Bana göre marka yaratmanın ilk şartı bunu isteyen ve hisseden bir tepe yöneticinin olması, çünkü süreç bir uyum içinde işlemeli. Tepe yönetici ya da patronun ihtiyacı belirlemiş, ona inanmış ve onun üstüne gidiyor olması gerekiyor. Başarılı pazarlama ciddi bir ekip çalışması ile olur.

Marka kimliğini korumanın yöntemleri nelerdir?

Tanımlanmış ruhun bütün satış aşamalarına yansımaları gerekiyor. Ortaya çıkmış marka değerleri ve kurum



kimliği bütün satış aşamalarında hissedilmeli. Çünkü markalaşmada A'dan Z'ye bir hikayeden söz ediyoruz. Her aşamada detaylar ve mükemmeliyetçilik önemli, çünkü marka olmak çok iddialı bir şey. Zincirinizin halkalarında kopukluklar varsa olumsuz sonuçlar çıkabilir. Marka kimliğini korumak için insan kaynaklarına çok iş düşüyor. Şirket çalışanlarını marka ile ilgili değerlerle donatmak, iş eğitimlerini tamamlamak, marka önceliklerini belirleyerek bunların çalışanlar tarafından benimsenmesini sağlamak gibi konuların üzerinde durulması gerekiyor. Markanızı, kalitenizi ve verdiğiniz hizmetleri canlı ve dinamik tutmalısınız. Ayrıca markayı sunanlar da aynı heyecanı ve ruhu taşımaları ki, hedef kitleye hep aynı mesaj verilebilsin. Bunun için sunum teknikleri ve görsel düzenleme çok önemli. Görselliğinizin de doğru mesajlar vermesi ve hedef kitleye cazbetmesi gerekiyor.

Son dönemde kişisel markalar da çok gündemde. Sizde marka olmak ne kadar önemli, kişisel markaya inaniyor musunuz?

Kişisel markaya inanıyorum. Kişiler yaptıkları işle ya da kendileriyle ilgili bir konuda başarılıysa, örnek temsil ediyorsa ve idol olarak görülüyorsa marka olabilir. Bir ismin ticari bir ürüne dönüştüğü çok iyi örnekler var. Bu konuda ismin imajı ve taşıdığı değerler çok önemli. Bu imaj ve değerler arasında en belirgin ve beğenilenlerle ürün yaratmak ve onu pazarlamak bugün dünyada marka yaratmak konusunda çok sık rastlanan uygulama.

44 marka: Nur Akgerman

malardan biri. Popüler ve başarılı kişiler çok rahat marka olabilir. Jennifer Lopez'in JLO markası, Naomi Campbell'in parfümü, Beyonce Knowles'un giyim koleksiyonu, Sean Combs tişört ve aksesuarları, Adidas'ın David Beckham koleksiyonu, Christy Turlington'ın Puma ile oluşturduğu yoga ürünleri, Hülya Avşar'ın tişörtleri bu konu için ilk aklıma gelen örnekler.

Her şey ve herkes marka olabilir mi?

Kesinlikle olamaz. Bu bir yetenek, başarı ve temsil işidir.

Kurumların markalaşmasında markalaşmış lider, yönetici ve takımların etkileri nelerdir?

Çok büyük etkisi var. Markalaşma sürecinin doğru yaşanması için baştaki yöneticinin marka kimlik ve ruhunu taşıması gerekiyor. Yönetici markayla bütünleştiğinde takımın ruhu da, marka da oluşuyor. Yönetici zaten bir markaysa kurumun markalaşması çok daha kolay oluyor. Sonuçta kurumların markalaşması da bir ekip işi. Burada yöneticiler dışında tasarımcılardan söz etmek gerek. Bugün dünyada özellikle giyim markalarının arkasında mutlaka tanınmış tasarımcılar ve onların çizimleri var. Tasarımcıların çoğu kendi isimleri ile markalaşıyor; en belirgin özellikleri özgünlük ve yaratıcılıkları oluyor.

Markaların rekabeti içinde tüketici tercihlerini neler etkiliyor?

Tüketiciler marka ile özdeşleşmek gibi bir eğilimle kendilerini ait hissettikleri markaları tercih ediyor. Markanın sunduğu değerlerle tüketicilerin değerleri arasındaki bağ ne kadar güçlüyse marka o kadar başarılı olur. Bu nedenle tanıtımın hedef kitleye göre yapılması gerekiyor. Günümüzde alışverişleri ihtiyaçtan çok istekler yönetiyor. Bu nedenle istek uyandırmak gerekiyor. Marka alan müşteriler ürünle birlikte belki de daha çok o mar-

kanın sunduğu değerleri ve yarattığı hayalleri satın alıyorlar.

Amaç satış yapmak mı, marka satmak mı?

Ticari kaygısı olmayan hiçbir iş yoktur. Ancak marka olan şirket ya da kişilerin ticaret dışında, markasını doğru yansıtmak ve değerlerini korumak gibi kaygıları var. Bu çok önemli. Markayı ve imajı korumak, yaşatmak ve eskimesine izin vermeden gündemde tutmak gerek. Markanın kişiliği var; kişinin olduğu yerde de ego vardır. Bu nedenle markalar mutlaka markasını satmak istiyor.

Türkiye'de başarılı gördüğünüz markalar nelerdir?

Genelde markalar sıfırdan oluşuyor. Kimi daha hızlı kimi daha yavaş. Kimi daha uzun ömürlü kimi ise daha kısa. Vakko, Mudo, Beymen, Network, Mavi Jeans, Damat-Tween ilk aklıma gelenler. Ayrıca zor şartlara rağmen marka olabilmis Bahar Korçan, Hakan Yıldırım, Defne Koz, Ümit Ünal, İdil Tarzi, Arzu Kaprol, Alev Ciliv, Ayşe Brav gibi tasarımcılarımız var.

Başarısız olup tarihe gömülen markalar var mı?

Başarısız olduğu için değil de tarihe gömüldüğüne çok üzüldüğüm markalar var. Örneğin yaklaşık 20 yıl önce Kot diye bir bluejean markası vardı. Bugün Türkiye'de herkesin bluejean'e kot demesinin nedeni o markadır. Böyle bir markanın yok olması çok acı.

Markaları yurtdışına taşımanın yolları neler? Bunun örneklerini verir misiniz?

Markayı yurtdışına taşımanın değişik yolları var. Her şeyden önce bu işe ciddi bir bütçe ayırmak gerekiyor. Uluslararası sahnede tesadüfen marka olmak çok zor. Pazar ve hangi yöntemle satış yapılacağı belirlenmeli. Fuarlar, showroom'lar, bayilikler yöntemiyle uluslararası

“Marka yaratmadığınız sürece uluslararası sahnelerde şansınızın olması mümkün değil”



sı alanda kökleri salmak mümkün. Bu aşamada hem medya tanıtımının hem de halkla ilişkilerin rolü çok fazla. Bugün yurtdışında marka olmuş Mavi Jeans, Damat-Tween, Colin's firmalarını başarılı buluyorum. Bu markaların hedefleri belli olduğu için adımlarını doğru atıp işlerini doğru yönettiler. Bu nedenle başarılı oldular. Başka ülkelerde iş yapmak istiyorsanız orali gibi davranmak zorundasınız. Stratejilerinizi her ülkenin şartlarına göre organize etmek zorundasınız.

Konsept ve pazarlama danışmanlığı konusunda daha çok kimlerden talep alıyorsunuz?

Danışmanlık yıllarım boyunca marka olmak isteğiyle çok kişi geldi. Daha çok makineye yatırım yapmış üreticilerden talep alıyoruz. AK'S olarak gerek yurtdışından gelen markaların Türkiye'ye yerleşmesinde gerekse markaların buradan dünyaya açılmasında danışmanlık hizmeti veriyoruz. Özellikle giyim ve ev sektörlerinde yeni markalar yaratmak için çok istekliyiz.

En beğendiğiniz marka hangisi ve neden?

Dünyada en beğendiğim marka Armani. Nedenine gelince aynı çizgi içinde, kimliğinden hiçbir şey yitirmeden çok farklı koleksiyonlarla değişik kitle ve gelir gruplarına hitap etmeyi başarıyor. Giorgio Armani, Emporio Armani, Armani Collezioni, Armani Exchange, Armani Jeans, Armani Casa koleksiyonlarından her zaman etkilendiğimdir.

45 haber: Pınar 30. yıl

Türkiye'nin köklü kuruluşlarından Yaşar Holding tarafından temelleri atılan ve gıda sektörünün en büyük markalarından biri haline gelen Pınar, 30. yılını Çeşme Altinyunus'ta düzenlediği özel bir geceyle kutladı. Yaşar Holding Onursal Başkanı Selçuk Yaşar, Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Feyhan Kalpaklıoğlu, Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkanvekili İdil Yiğitbaşı ve Yaşar Holding İcra Kurulu Başkanı Hasan Denizkurdu kuruluş yıldönümü nedeniyle düzenlenen bu özel gecede misafirlerini ağırlarken, gecenin sonunda piyanist Tuluyhan Uğurlu da bir konser verdi.

Pınar'ın 30. yıl gecesinde bir konuşma yapan Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Feyhan Kalpaklıoğlu, Pınar'ın çalışanları sayesinde büyük bir marka olduğunu vurguladı. Kalpaklıoğlu; "Yeni yatırım ve ürünlerimizle büyümeye devam edeceğiz, geleceğe umutla bakıyoruz. Bu yolculukta destek olan herkese teşekkür ederim" dedi.

Pınar'ın kuruluş hikayesi

1975 yılında faaliyete geçen Pınar Süt'ün kuruluş hikayesini kurucusu ve Yaşar Holding Onursal Başkanı Selçuk Yaşar şöyle anlatıyor: "1970'li yılların başında Seferihisar'daki çiftliğimizde süt besiciliği yapıyorduk. Burada üretilen sütler de Süt Endüstrisi Kurumu'na satılıyordu. Ancak bahar aylarında süt üretiminin artmasıyla birlikte çiftlikten elde edilen sütü satamamaya başladık. Diğer üreticiler de aynı durumdaydı. Boşa harcanan son derece büyük bir ekonomik kaynak olduğunu fark ettim. Bu kaynakların verimli biçimde kullanılabilmesi için, gelişmiş teknolojileri kullanan hijyenik tesislere ihtiyaç vardı. Bu ihtiyacı görerek hiç tereddüt etmeden Türkiye'de özel sektörün ilk uzun ömürlü süt fabrikasını kurmaya karar verdim. Ön araştırma ve fizibilite ça-



Pınar 30. yılını kutladı

Gıda sektörünün öncü markası Pınar, Çeşme Altın Yunus'ta düzenlenen geceyle 30. yılını coşkuyla kutladı.

Işmaları Danimarkalı mühendisler tarafından gerçekleştirildi. Fabrikanın İzmir, Pınarbaşı'nda kurulmasına karar verildi. Pınarbaşı, Pınar Süt'e ismini de verdi. 'Kaynak' anlamına gelen ve aynı zamanda güzel bir bayan ismi olan Pınar, marka olarak tüketicilerin beğenisini kazandı."

600 ürün çeşidi ile bir dünya markası olma yolunda

1975 yılında yolculuğuna sütle başlayan Pınar, artık çok çeşitli ürün gamıyla yıllardır gıda sektörüne öncülük eden isimlerden biri olarak faaliyetlerini sürdürüyor. 600'ün üzerinde ürün çeşidi ile dünya çapında bir marka olma yolunda hızla ilerleyen Pınar, bu çerçevede Ortadoğu ülkeleri ve Almanya başta olmak üzere ABD'den Japonya'ya, 40'a yakın ülkede büyümeyi sürdürüyor.

Pınar'ın ana ürün grupları süt, peynir, yoğurt, tereyağı, meyve suyu, soslar (mayonez-ketçap-hardal), toz ürünler, su, kırmızı et ürünleri (sucuk-salam-sosis-köfte-burger), hindi ürünleri, balık ve deniz ürünlerinden oluşuyor. 2004 yılında 537 milyon dolarlık cirosu (UFRS-net) ile Türk gıda sektörünün lider şirketi olan Yaşar Gıda Grubu, 20 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştirdi. Grup, Pınar Süt, Pınar Et ve Un, Pınar Su, Yaşar Birleşik Pazarlama, Pınar Anadolu Gıda, Çamlı Yem ve Besicilik ile Almanya'da bulunan Pınar Foods GmbH şirketi ile sektöründe faaliyet gösteriyor.





“Trendlerden soyut yaşanmaz”

Yasemin Arpaç ve Sabahattin Emir, iç mimari ve tasarım hizmeti veren Ofist'in iki genç ortağı. Uzun süre farklı şirketlerde bir arada çalışan Arpaç ve Emir 2004'te kurdukları Ofist ile ev, ofis ve mağaza dekorasyonunda kısa sürede adlarından söz ettirmeyi başardılar.

İnsanları mekanlarla buluşturmak, bir mekanın ruhunu yansıtabilmek ve bir kimlik sahibi olmasını sağlamak Yasemin Arpaç ve Sabahattin Emir için vazgeçilmez bir tutku. Farklı cinsiyette iki kişi olmanın en büyük avantajının, bu farklılığın tasarımlara bir sentez olarak yansması olduğunu vurguluyorlar. Birbirlerinin eksiklerini tamamladıklarını ve böylece tek bir bakış açısının yaratacağı dezavantajları ortadan kaldırdıklarını söylüyorlar. Türkiye'de henüz iç mimari ve tasarım kültürünün yeterince yerleşmediğini ve insanların mimar seçiminde tanıdık, bilinen ya da ödül gibi kriterlere baktıklarını söylüyorlar.

Arpaç ve Emir'e göre aslında önemli olan, müşterinin ve mimarın birbirini çok iyi tanıyıp tanımadığı. Müşteri ve mimar arasındaki ilişkinin olumlu ya da olumsuz yönlerinin tasarıma da aynı şekilde yansıdığına inanıyor ve “Müşteriyle kan uyuşması yoksa çalışmayı tercih etmiyoruz” diyorlar. Arpaç ve Emir'le Türkiye'deki tasarım kültürünü, ikili olarak çalışmanın getirdiklerini ve tasarımın inceliklerini konuştuk.

İkili olarak çalışmanın avantaj ve dezavantajları neler?
Yasemin Arpaç (Y. A.): Sabahattin'den bir kıvılcım geldiği zaman, o benim kafamdaki başka bir şeyi tetikliyor ve onun doğrultusunda ben bambaşka bir şey tasarlayabiliyorum. Birbirimizin tasarımını, hayal gücünü zenginleştiriyoruz. Ayrıca bir fikri Sabahattin'le paylaştığımda, onun da aynı yönde düşündüğünü görünce “Demek ki doğru yoldayım” diyerek motive oluyorum.

Sabahattin Emir (S. E.): İki ayrı insan olmanın haricinde iki ayrı cinsiyet olunca duyarlılıklar da farklılaşıyor. Bu bizim için en önemli ve en büyük avantaj. Farklı duyarlılıklar farklı bakış açıları da beraberinde getiriyor. Birbirimizi tamamlıyoruz. Benim aklıma dahi gelmeyen ay-



rıntıları Yasemin bir anda fark edebiliyor ya da tam tersi oluyor. Tasarımlarımızda bu farklılığın çok büyük faydalarını görüyoruz.

Müşteriyle de ortak noktada buluşmanız gerekiyor. Üç ayrı bakış açısı tasarımları nasıl etkiliyor?

Y. A.: Müşteriler zaten bizleri tanıyarak, yaptığımız işleri önceden bilerek geliyorlar. Genelde bir dergide ya da televizyonda gördükleri bir tasarımı istiyorlar. Böyle durumlarda o tasarımın onların ihtiyaçlarına ne derece cevap vereceğini hesaplıyoruz. Dergide, televizyonda çok güzel görünen bir tasarım bir başkası için uygun olmayabilir. Sonuç olarak müşterinin talepleri doğrultusunda bir hayal kurmaya başlıyoruz ve o hayali kağıda döküyoruz. Hayal aşmasında tasarımın nasıl gerçekleştirilebileceğini düşünmüyoruz. Müşteri tasarımı gördükten sonra vereceği ilk tepki bizim için çok önemli. Ayrıca işin bütçesi de tasarımı etkileyen bir başka faktör. 1 liraya da, 100 liraya da kaşık var. Bütçe belirlenmeden önce hayallerin ucu kaçabiliyor.

S. E.: Bizi çok zorlayan, söylediklerimize sürekli direnen bir müşterimiz şimdilik olmadı. Genelde hep aynı şeyleri hissettiğimiz, ikna edebildiğimiz ve bizi ikna edebilen müşterilerle çalıştık. Bence olması gereken bu. Bir müşteriyi bir şeye ikna etmekten ziyade, tasarımı sevecekse çalışmak gerekiyor. Sürekli bir şeyleri sevdirmeye, ikna etmeye çalışmaktansa belki de “Biz

sizin için doğru adres değiliz” demek daha iyidir. Her şeyin dengede olması, müşterileri mimarın çok iyi anlaşması gerekiyor.

Ev ve ofis tasarlamak arasında ne gibi farklılıklar var?

S. E.: Ev tasarımlarında ofis, showroom, restoran veya bar tasarımına oranla daha çok düşünüyoruz. Çünkü ev tasarımında, evin iç organizasyonundan söz ederken aslında bir insanın hayatından söz ediyorsunuz. O insanın hayatını organize etmek, onun istediği biçim ve renkleri vermek gerekir. Ancak her şeyi onun gibi düşünmemiz mümkün değil. Veriler o kişiden gelse de sonuçta “Burada yat, şurada yemek ye, böyle yaşa” diyorsunuz.

Y. A.: Ancak bu “İnsanlar bir mimarla çalışmamalı, kendi evlerini kendileri dekore etmeli” anlamına gelmiyor. Mimarın çok doğru seçilmesi gerekir. Türkiye’de insanlar mimar seçerken piyasada ismini en çok duyduklarına, tanıdığının evini yapan ya da ödül alana giderler. Oysa kriterler bunlar değil. Önemli olan müşterileri mimarın birbirini çok iyi tanıması. Bize bir müşteri geldiğinde öncelikle ona daha önce yaptığımız işleri sunar ve “Bunları inceleyin, gerçekten size bir şey ifade edecek miyiz, karar verin” deriz.

S. E.: Ticari mekanlarda amaç ve müşteri bellidir. Satılacak materyal ve hedef kitle zaten tasarımın yapısını kendiliğinden şekillendirir. Ticari mekanlarda daha rasyonel kriterler vardır. Ev ise daha subjektif, insana bağlı değişken bir tasarıma sahip oluyor.

Türkiye’de iç mimar olmak ile yurtdışında iç mimar olmanın farkı nedir?

S. E.: Türkiye’de iç mimari ya da tasarım kültürü henüz oturmadı. Şu an için gerçekten bir ihtiyaç olarak görülmediğini zannetmiyorum. İnsanlar bir yakınında ya da bir



dergide görmüş oluyor ve “Bende de olsun” diyerek bir şeyler yaptırıyorlar. “Evimde rahat edemiyorum, fonksiyonların çok iyi organize olmamış durumda, bilen bir adam gelsin de şu evimi ya da işyerimi şöyle bir düzeltsin” şeklinde bir mantık henüz yok.

Y. A.: Müşterinin bir iç mimarın kullanması gerekir. Oysa herhangi bir yerde gördükleri tasarımı getirip “Bana bunu yap” diyorlar. O zaman onu kendisinin yapması gerekir. Bu bir tasarım anlayışı değil, uygulamacı bir anlayış. Tasarımlarımızda stil ve kimliğimizi korumaya çalışıyoruz. Bize gelen müşteriler de bunu bilen ve gerçekten tasarım ihtiyacı hisseden kişiler.

Tasarım ve stil kavramları sizin için neyi ifade ediyor?

S. E.: Genel hatlarıyla özetleyecek olursak öncelikle tasarımın ne için yapıldığına bakmak gerekir. Mevcut ekonomik sistemin amacı sonuç itibarıyla mal satmaktır. Tasarım da o yüzden var. Son zamanlarda özellikle “Değişik bir şey istiyorum” sözünü duyuyoruz. Daha önce görülmemiş şeyler isteniyor. Yeni şeyler istemek insanın doğasında var. Ayrıca ekonomik sistemin işleyişini de sağlayan bir istek. Örnek olarak bir kahve kupasını düşündüğümüzde, kupanın kenarına bir şekerlik koymak, kahve içimini kolaylaştıracak unsurlar eklemek kupanın tasarımıyla ilgili bir çalışmadır. “Piyasada bu satılmıyor, hadi bunu kırmızıya boyayalım ve satalım” dediğinizde stil devreye giriyor.

Y. A.: Stil daha çok moda döndüktür. Tasarım ise hayatın her alanında var. Her şey bir tasarımın sonucunda çıkıyor. Ancak stil her zaman tasarıma etki eden bir unsur. Tasarımı doğal olarak etkiler. O yıl moda renk kırmızı ise insanlar evlerini kırmızıya boyamak ister ve tasarım da bu yönde şekillenmek zorunda kalır. Fonksiyon zaten tasarımı etkiler. Bir showroom yaparsanız, öncelikle bu fonksiyonu karşılamanız gerekir. Fonksiyona uygun bir form tasarlıyorsunuz.

Tasarımlarda önceliğiniz nedir?

S. E.: Mimaride, “estetik+fonskiyon+strüktür” şeklinde bir formül var. Yani bir şeyin güzel olması, bir işe yaraması ve ayakta durması lazım. Bundan estetiği çıkardığımız zaman eşitlik sıfır olmuyor, geriye fonksiyonla strüktür kalıyor. Bu estetik değeri olmayan kara kuru binalar anlamına gelir. Fonksiyonu çıkardığımızda ise gayet estetik ve ayakta duran formlar, yani heykeller kalır. Geriye kalan yine sıfır değil. Tabii strüktürü dışarı çıkaramazsınız. O zaman geriye bir şey kalmaz. Bu anlayış zaman içerisinde değişti. “Formül, bu değerlerin birbiriyle toplamından değil, çarpımından oluşur” dendi. Böylece bu unsurlardan bir tanesini çıkardığınız anda eşitlik sıfıra gelir. Yani estetiksiz yalnızca fonksiyon ve strüktür ile mimari tasarım olamaz.

Trendler hayal gücünüzü ne yönde etkiliyor?

Y. A.: Trend derdimiz yok. Hiçbir zaman bir trende göre herhangi bir şey yapma isteği duymadık. Ancak etkilenmemek mümkün değil. İnternette gezinirken dahi aklınızın kenarında kalan bir renk ya da bir bakış açısı sizi yönlendirebiliyor. Ama “Bu sezonun kıyafet trendi böyle, bunu giyelim, mekanları bu renk yapalım” demiyoruz. Yeni malzemeler çıkıyor, yeni malzemelerin renkleri de o günün trendine uygun oluyor. Dolayısıyla kullanmak istediğiniz malzeme zaten bir trendin izlerini

taşıyor ve ister istemez o sezonun trendiyle ilintili bir iş yapıyorsunuz.

S. E.: Trendy olmayalım diyoruz, ama bilinçaltında müt-hiş bir imaj bombardımanı altında yaşıyoruz. Hiç kimse için “Trendlerden soyutum ve beni hiç etkilemiyor” demek mümkün değil. Dünyadaki 3-5 imaj ya da trend maker’ın “Bu yıl moda şu olsun” demelerinin ardından hayatın her alanında o trendin izleri görülüyor. Üretilen her materyal bu izi taşıyor ve bize de çok fazla seçenek, yapacak çok fazla bir şey kalmıyor.

Olmazsa olmaz öğeleriniz var mı?

S. E.: Tasarımlarımız mekana, zamana, hissettiklerimiz ve müşterilere göre değişiklik gösteriyor. Dolayısıyla olmazsa olmaz öğelerimiz yok. Ama genel yaklaşımımız doğal malzemeler kullanmak. Laminant yerine ahşabın kendisini, metal kaplama yerine metalin kendi doğal dokusunu kullanmayı seviyoruz. Bütün bu gerçek malzemeleri kullandığınızda, karşınızdaki müşterilerle ortak hisleriniz mekana yansıyor ve ortaya çıkan mekan, hem yaparı hem de kullanarı mutlu ediyor.

Y. A.: Renk olarak cesur olup farklı renklere boyama taraftarınız. Çocukluğumuzda evler fildişi, şampanya gibi renklere boyanırdı. Bu renkleri de gerektiği zaman kullanıyoruz, ancak ya cesur olma ya da beyaza gitme taraftarınız.



“İki ayrı insan olmanın haricinde iki ayrı cinsiyet olunca duyarlılıklar da farklılaşıyor. Bu bizim için en önemli ve en büyük avantaj. Farklı duyarlılıklar farklı bakış açılarını da beraberinde getiriyor. Birbirimizi tamamlıyoruz.”



“Tasarım bütün mesleklerin anasıdır derler. Çünkü onun dışına çıkamazsınız. Doktorlar hastanenin dışına çıkar, ama mimarlıktan ve tasarımdan uzaklaşmak çok zor. Bir tek uyurken, bilinciniz kapandığında çıkabilirsiniz.”

Bir mekanda perspektifle ya da renklerle oynamak insanların üstünde nasıl bir etki yaratır?

Y. A.: Sıcak renkler ve soğuk renkler var. Ayrıca mekânın geniş ve aydınlık gösterilmesini renklerle sağlamak mümkün. Çok dar bir evi ayna kullanarak büyütmek ya da çok daha uzun göstermek mümkün. Güneş girmeyen bir mekânı açık renklerde boyayarak aydınlık gösterebilirsiniz. Ancak denge çok önemli. Bunların hepsi kişinin ruh haliyle ilgili. Mekân konusunda amacınız her ne ise, bu amaç doğrultusunda renk ve objelerle istediğiniz noktaya varabilirsiniz.

Malzemeleri nerelerden alırsınız?

Y. A.: İhtiyaca göre değişiyor. Kimi zaman yurtdışından

getirebiliyoruz. Kimi zaman da Perşembe Pazarı'ndan alıyoruz. Türkiye'nin dört bir yanından malzeme alabiliyoruz. Sürekli beraber çalıştığımız firmalara gitmemiz bile gerekemeyebiliyor. Neler alabileceğimizi tahmin ediyorlar.

İşinizin özel hayata yansımaları ne şekilde oluyor?

S.E.: “Tasarım bütün mesleklerin anasıdır” derler. Çünkü tasarımın dışına çıkmak mümkün değildir. Doktorlar hastanenin dışına çıkar, ama mimarlıktan ve tasarımdan uzaklaşmak çok zor. Birikiminiz ya da eğitiminiz varsa sürekli onunla beraber olursunuz. Bir tek uyurken, bilinciniz kapandığında çıkabilirsiniz. Kaçmanın imkanı yok.

52 müzik: Rahman Altın

röportaj: damla tomru

Film müziği alanında ülkemizin ender sanatçılarından biri olan Rahman Altın, Hacettepe Üniversitesi Devlet Konservatuari'ndan mezun olduktan sonra iki yıl opera sanatçılığı yapar. 2000 yılında ise film müzikleri bestelemek ve kendini tanıtmak için İstanbul'a yerleşir; Pusula, Hürrem Sultan gibi sayısız reklam ve televizyon programının müziğine imzasını atar. Ayrıca Vizontele Tuuba'nın da müzik editörlüğünü yapan Altın şu sıralar müziklerini yapmak üzere bir film senaryosu üzerinde çalışıyor.

Altın'ın Amerika macerası 2002 yılında Ascap (Amerikalı Kompozitörler Topluluğu) tarafından düzenlenen film müziği workshop'una katılmaya hak kazanmasıyla başlar. Hollywood'un yüksek bütçeli filmlerinden Anna and The King'in müziklerini yapan kompozitör yurtdışındaki otoritelerce kabul görmüş bir isim, hatta kendine ait müzik tekniği self acapella'yı öğretmesi için yurtdışından teklif alıyor. Türkiye'deyse belli bir çevrenin dışında fazla tanınmayan Rahman Altın büyüleyici müzikleri, yakında çıkacak albümü, Star Wars koleksiyonu ile ilgi çekiyor. Binlerce parçadan oluşan Star Wars koleksiyonu dünyanın en büyük ikinci koleksiyonu. Koleksiyonun içinde John Williams imzalı nota sayfaları, George Lucas'ın ekibine ait çizimler, limitli sayıda üretilen Darth Vader kaskı gibi çok özel parçalar yer alıyor.

Film müzikleri bestelemeye nasıl karar verdiniz?

Yedi yaşındayken Star Wars'u seyrettim; sonra Superman, E.T. ve Indiana Jones. Bunlardan çok etkilendim ve defalarca izledim, her seferinde de farklı şeyler buldum. Konservatuara girmeye karar verdiğimde bir şey keşfettim; benim hayatımı bu kadar derinden etkileyen o filmlerin hepsinin ortak bir paydası var. Hepsinin müziklerini aynı adam bestelemiş; John Williams. Fark et-

Evimizde yapılan fasıllar sayesinde Türk Sanat Müziği makamlarını öğrendim. Bizim evde her türlü müzik dinlenirdi; opera, klasik batı müziği, halk müziği... Babam konservatuara girmemi desteklemiş, Türk Sanat Müziği sanatçısı olmasına rağmen batı müziğini seçmeme hiç karışmamıştır.

Yurtdışı maceranız 2002'de Ascap (American Society of Composers) tarafından düzenlenen workshop'a katılmanızla başladı, bundan söz eder misiniz? 2001'de Amerika'da film müziği konulu bir workshop olduğunu öğrendim. Ben de o zamanlar bu konuyu insanlara anlatmaya çalışıyordum. Türkiye'de film müziği kavramının oluşumunda büyük katkı olduğunu düşünüyorum. Bugüne kadar pek çok yönetmenle görüş-tüm, film müziğinin önemini anlatmaya çalıştım. Ascap'ın düzenlediği workshop'a katılmayı çok istedim. İnternet sitesinde, "Oscar kazanacak müzisyenleri burada keşfediyoruz" yazıyordu. Dünya'nın en prestijli film müziği workshop'u. Her yıl belli kriterlere göre 10 kişi seçiyorlar. Amatör olmamanız gerekiyor. Bir de 15 dakikalık bir film müziği yolluyorsunuz. 1 Nisan'da başvurumu yaptım, sonuçlar 1 Mayıs'ta belli olacaktı. Ama uzun süre cevap gelmedi.

Bu çalışma size neler kazandırdı?

Film müziği sektörüne dair her şeyi öğrendim. 150 milyon dolarlık bir film müziğinin tüm üretim aşamalarını yaşayıp gördük. Ancak bu aşamalarındaki mesleklerin hiçbirini Türkiye'de yok. Bunları nasıl oturturum bilmiyordum, ama o bilgilerimi birine hediye ederek burada da bir şeyleri değiştirmeye çalışacağım.

Türkiye'de film müziği yaptınız mı?

Türkiye'deki filmlerin yüzde doksanının senaryoları ba-

Görüntülere ses veren adam

Türk Sineması'nın film müziklerini gözü kapalı emanet edeceği bir kompozitörü var artık; Rahman Altın. Pek çok reklam müziğinin bestesini yapan Altın, çok yakında "doğu ve batı müziğinin kaliteli sentezi" diye tanımladığı albümüyle de adından sıkça söz ettirecek.

tim ki onun orkestrasını dinliyorum, çalışıyorum, hepsini ezberliyorum, nasıl müzik yaptığını etüd ediyorum. O zaman doğru seçim yaptığımı anladım, her şey rayına oturdu. Hayatımın dönüm noktası o andır. O günden başlayarak her şeyi planlayarak buraya geldim.

Konservatuara girmenizde sanatçı bir babanın oğlu olmanın etkisi oldu mu?

Babam Özer Altın'ın şu an hayatta olan en önemli Türk Sanat Müziği sanatçılarından biri olduğunu düşünüyorum. Çocukluğum sanatçı ve müzik adamlarıyla geçti.



na geliyor. Ancak Türkiye'de sadece Vizontele Tuuba'da müzik editörlüğü yaptım. Şu an çok önemli birkaç senaryo var elimde. Onlardan birini seçeceğim.

Ancak bildiğimiz kadarıyla Amerika'da film müziği çalışmanız olmuş...

Workshop'ta bize verilen filmler vardı. Benimki Anna and The King'di.

Ne tarz filmlerin müziklerini yapmak istersiniz?

Bilimkurgu ve dönem filmlerinin müzikleri olabilir. Drama tarzı ilgi çekici filmlerin müziklerini yapmak isterim.

Müzik yaparken nelerden esinlenirsiniz?

Her şeyden etkilienirim. Zaten her an beste yapmaya hazırım dolayısıyla esinlenecek pek çok şey bulabiliyorum.

"Bir gün ya beste yapamazsam" diye düşündüğünüz oldu mu?

Hayır, çünkü bizim Allah'la ve filmlerle şöyle bir anlaşmamız var: Film bana nasıl bir müzik istediğini söylüyor, ben de ona aracı oluyorum. Biteceğini o yüzden sanmıyorum, hatta bitmeyeceğine eminim.

Film müziğinin Türkiye'deki ve dünyadaki yerini karşılaştırırsak sonuç ne olur?

Gözlemlediğim kadıyla Türkiye'de Hollywood stan-



dartlarında film müziği yapmamın maddi açıdan imkanı yok. Böyle bir şeyin olabilmesi için daha çok insanın sinemaya gitmesi gerekiyor. Prodüktörler biraz daha para kazanmaya başlayınca sektör ve kullanılan teknolojiler gelişecek ve film bütçeleri artacak. Aslında sektörde gelişme kaydediliyor.

Ne tür reklamlar için beste yapmayı tercih edersiniz?

Genelde imaj filmi türündeki kurumsal çalışmalar, kısa filmlere benzeyen reklamlar bana geliyor.

Film müziği ile reklam müziği arasındaki farklar neler?

Reklamda çok sıkı bir tempo var. Milyon dolarlara medyadan yer alınıyor, reklamın akşam tıkr tıkr yayına girmesi gerek. Ne yapacağınızı hemen görüp hayata geçirmelisiniz. Film müziği yapmak biraz daha rahat, ancak her ikisinde de müziklerin sanatsal bir değere sahip olmasına önem veriyorum. Yaptığım müzikleri görüntüler olmadan dinlerseniz bunu fark edersiniz.

Film ve reklam müziği dışında teklifler de geliyor mu?

Geçen yıl dört tane müzikal teklifi gelmişti. Dizi teklifi de geliyor ama mümkün olduğunca kabul etmiyorum. Hürrem Sultan'ın müziklerini yapmıştım, çok vaktimi aldı. Sinemayı tercih ederim. Televizyonda her şey alelacele yapılıyor. O zaman yeterli kalitede müzik yapamıyorsunuz. Bu nedenle tercih etmiyorum.

Tüm bunların dışında Bahar Korçan'ın defilelerinin de müziklerini yapmışsınız.

İki defilesinin müziği bana ait. New York Fashion Week'de iki yıl şov müziklerini yaptım. Biri modern dansla birlikte sunuldu, diğeri normal defileydi. Bunlar benim kariyerim açısından çok ses getirdi.

Çıkacak olan albümünüz ne tarzda olacak?

Albüm Batı ile Doğu'nun olabilecek en iyi sentezi. Yıl sonu çıkacak. Albümümü dinleyecekler, Türk müziği ile batı müziğinin kaliteli bir sentezinin yapıldığını düşünecekler. Dünya'da bizim müziğimizin bu denli güzel sergilendiğini hiç düşünmüyorum. Bu albüm global bir albüm, Türk müziğini çok iyi tanıtacağım. Müziğim özümüzdən etkilenen, içimizden gelen bir müzik. Albümde babamın kayıtları da olacak.

Albüm dışındaki planlarınız neler?

Bu yıl Fatih Erkoç'un albümünün düzenlemelerini yaptım. Kültür Bakanlığı'nın planladığı yeni gösteri üzerinde çalışacağım. Ayrıca albüm konserleri için farklı şovlar hazırlayacağız.

Geliştirdiğiniz müzik tekniği self acapella nedir?

Kimi zaman 64 kimi zaman 128 kanal seslendirdiğim vokal kayıtlarımı kullanarak ve uygun seslerle enstrümanları taklit ederek oluşturduğum yeni bir müzik türü.

Dünyanın 2. büyük Star Wars koleksiyonuna sahipsiniz. Biriktirmeye nasıl başladınız?

Yedi yaşından beri bilim kurgu tutkunuyum. Bu tutku Superman'le başladı, Star Wars ve Batman'le devam etti. Küçükken onların oyuncaklarını almak isterdim ama Türkiye'de yoktu, annemler yurtdışına çıktıklarında getirirlerdi. Yavaş yavaş biriktirmeye başladım ve koleksiyonum da benimle büyüdü, böyle bir sektörün dünyada var olduğunu gördüm. Şu an onları almak, çocukluğuma geri dönmek beni mutlu ediyor. Koleksiyonum da gitgide büyüyor. Gelecekte bununla ilgili bir şeyler yapacağız.





Bebek, niye Bebek!..

Şakir Eczacıbaşı, Bebek



Pascal Sebah 1860, III. Ahmed Çeşmesi

Şu soruyu hiç sordunuz mu kendinize? Semtinizin adı ne anlama geliyor ya da bu adın öyküsü ne... ODTÜ Mimarlık Fakültesi Endüstri Tasarım Bölümü Öğretim Üyesi Önder Şenyapılı bu soruları sormuş ve yazdığı kitapla araştırmalarının sonucunu bizimle paylaşıyor.



Şakir Eczacıbaşı, III. Ahmed Çeşmesi, Sultanahmet

Yaşadığımız şehre, oturduğumuz mahalleye karşı ne kadar duyarlıyız? Mahallemizde kesilen bir ağacı fark edip bunun için üzülüyor muyuz? Büyük olasılıkla çoğumuz günlük koşuşturmacanın içinde bu soruları aklına dahi getirmiyor. Ya da çevremize karşı pek de meraklı değiliz. Peki yaşadığımız şehrin adının anlamı ya da semtlerimizin adlarının öyküsü nedir? Bir anda oluşmuyor bu adlar, hepsinin çok eskilere dayanan birbirinden ilginç öyküleri var. Sözgelimi Galata Rumca süt demek olan "gala"dan çıkmış. Galata'da inek ahırları ve süthaneleri bulunması oraya bu adın verilmesine neden olmuş. Sütlüce'nin de eski adı süt kaynağı anlamına gelen Galatani imiş. Galatani, Türkçe'ye çevrilerek Sütlüce adını almış. Merak, sabır ve araştırmacı bir ruha sahip olmak gerekiyor bu soruların cevaplarına ulaşmak için. ODTÜ Mimarlık Fakültesi Endüstri Tasarım Bölümü Öğretim Üyesi olan Önder Şenyapılı, "Ne demek İstanbul; Bebek niye Bebek!" adlı kitabında İstanbul'daki semtlerin ve tarihi eserlerin adlarının nereden geldiğini araştırıyor.

Semtler hakkında yazmaya nasıl karar verdiniz?
Sözcüklerin kökenini hep merak etmişimdir. İstanbul semtleri üzerine yazmadan önce de "Her Sözcüğün Bir Öyküsü Var" adlı kitabı yazmıştım. Sözcüklerin kaynağını bilince insan, onlarla ilişkisi daha sıcak hale geliyor. İstanbul'un öyküsü de buradan başladı. Galata'nın adının galadan yani süttten geldiğini, orada vakti zamanında mandıralar bulunduğunu öğrenince insan çok farklı şeyler hissediyor. Bugünkü İstanbul'u bildiğiniz için orada inek çiftliği bulunduğu kafanızda canlanmıyor. Şimdi İzmir'in semtleri üzerine bir kitabım çıkacak.

Semtlerden hangisinin öyküsü ilginç geldi?
Aslında hepsi... İstanbul, Ankara ve İzmir'deki semt, yapıt ve sokak adlarını araştırdıkça çok farklı şeyler ya-

kalıyor. Adların gerisindeki öyküleri bulmak o şehrin ve o şehirde yaşananların öykülerini de bulmaya yardım ediyor.

İstanbul gibi tarihi bir şehir sizce nasıl korunmalı?
Koruma kurumlarımız var. Onlar kararlar alıyor. Sözgelimi tarihi eserler 1. derecede, 2. derecede tarihi eser olarak adlandırılıyor. Ama bu bazen ters tepiyor. Eser koruma altına alınıyor, ondan sonra oraya çivi bile çakılmıyor ve kendi haline bırakılan eser yıkılıyor. Yani bizimizdeki yapının terk edilmesine, yıkılmasına karşı çıktığımızda ve böyle bir toplum bilinci yarattığımızda kullara gerek kalmaz. Bu bilincin nasıl geliştirileceğini bilemiyorum. Bunu medya yapmalı ama medyanın da şehir yapısının korunmasıyla ilgilendiğini sanmıyorum.

Kendi yaşadığı yere ilgi duymayan, oturduğu semtin tarihini bilmeyen insan kendi ülkesindeki tarihi değerlerin farkına varabilir mi?
Oturduğu sokağın adının nereden geldiğini hiçbir zaman düşünmeyen insanlar topluluğuyuz. Bu çevremize ilgi göstermediğimiz kanıtı. Çevre karşılığında bu kadar ilgisizsen o zaman tarihi bir yapının, tarihi bir çevrenin yok olmasına ilgi duymuyorsun demektir.

Çalışmalarınızı nasıl yürütüyorsunuz?
Ulaşmakta zorluk çeksem de Türkiye'de çok sayıda kaynak var. Ben farklı kaynaklardaki bilgileri bir araya



James Robertson 1850, Eyüp



Ara Güler, Eyüpsultan Camisi, Eyüp

getirerek, okura kolay erişim olanağı tanıyorum. Önce ben öğrenmek için başlıyorum bu işe. Çok okuyorum. Her gün gazete ve dergileri tarıyorum. Araştırmayı sevdiğim için benim öğrendiklerimden başkaları da faydalanıyor ve bu kitaplar çıkıyor ortaya.

Kitap yazmanın yanı sıra uzun yıllar profesyonel gazetecilik de yapmışsınız. Ayrıca ODTÜ'de verdiğiniz derslerden biri de otomobil tasarımcılığı üzerine değil mi? Evet. Hatta en son otomobil tasarımcılığıyla ilgili bir kitap yazdım. Önümüzdeki zaman diliminde bu konuda da bir kitabım yayınlanacak.

Öğretim üyesi olduğunuz ODTÜ Mimarlık Fakültesi'nde Şehir Planlamacılığı bölümü de var. Ülkemizde şehir planlamacılığının kullanıldığını söylemek pek mümkün değil. Öğrencilerde bu konuda bir yığınlık görüyor musunuz?

Burası çok önemli bir üniversite, bizim öğrencilerimiz de iyi öğrenciler ama maalesef bu çağda iş bulmak çok zor. Genellikle araziden rant elde edilmeye çalışıldığı için bilimin gösterdiği yollardan yürünmediği çok açık.

UNESCO tarihi şehir dokunuzu koruyun diye baskı yapıyor. Sizce neden bir şeyler yapmak için sürekli dış baskılara ihtiyaç duyuyoruz?

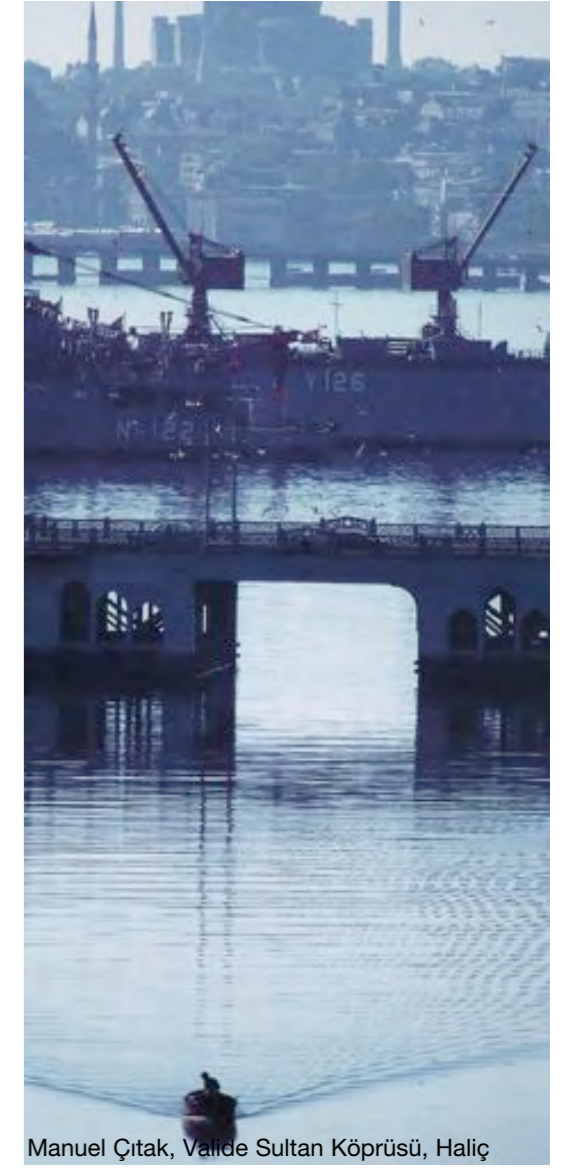
Bu konuda herkesin dilindeki kuram Türklerin aslında göçebe bir toplum olduğu. Yerleşik düzene geçmeden



Ara Güler, Kız Kulesi



Pascal Sebah 1870, Kız Kulesi



Manuel Çıtak, Valide Sultan Köprüsü, Haliç

Karai denilen Yahudiler eskiden İstanbul ve Galata'daki karşılıklı sahillerde oturdukları için aynı yerlere Karaköy adı verilmiş.

önce insanlar toplayıcılık ve avcılıkla geçiniyordu. Bu ne demek? Bitkileri topluyor, hayvanları yiyor, geçimlerini böyle sağlıyorlardı. O bölgeler tükenince de başka yerlere göç ediyorlardı. Çevremize karşı son derece duyarlısınız. Ben Türkiye'de ağaç kesiminin üzüntü yarattığını görmedim. Bir ağacın çevreye kazandırdığı anlam kolay elde edilen bir şey değil ki. Sanırım günümüzde apartmanlarda en büyük kavga çevre bakımı için para istendiğinde çıkıyor. Son yıllarda bahçeler yok edilip otoparklar yapılıyor. İnsanlar, "Dün burada ağaç ve çiçekler vardı, şimdiye maden yığınları görüyorum" demiyor. Çevreye karşı bu denli duyarlı insanları şehrine sahip çıkma noktasına nasıl getiririz, bilmiyorum. Ancak yine de bu konuda hep birlikte çaba göstermeliyiz.

Hangi semtin adı nereden geliyor...

Karaköy: Karai denilen Yahudiler eskiden İstanbul ve Galata'daki karşılıklı sahillerde oturdukları için aynı yerlere Karaköy adı verilmiş. Yeni Cami inşa edildiği zaman Yahudiler oraya çıkmaya mecbur kalmış.

Maslak: Su bentlerinden kemer ve künklerle getirilen su, şehrin girişindeki depolarda toplanır ve buradan kollara ayrılarak çeşitli noktalardan şehre girmesi sağlanırdı. Şehir dışındaki bu su depolarına maslak adı verilir. Bu depolardan birinin İstinye sirtlarında yer aldığı anlaşılıyor. Çünkü Levent ile Haciosman Bayırı arasında

bulunan semt Maslak diye, bu semtten geçen yol ise Maslak yolu diye anılıyor. Şehir içindeki su dağıtım-depolarına ise maskem denilmekteydi ki Taksim adı, o semtte böyle bir su dağıtım deposunun bulunmasından geliyor.

Nişantaşı: Atış alıştırmaları ya da atış yarışmalarında atılan okun (silah atılmışsa kurşunun) düştüğü yere anı olarak genellikle üstünde kitabe bulunan bir taş dikilirdi. Bu taşta nişantaşı denirdi. Nişantaşı semtinde bu taşlardan iki tane bulunuyor. Semt adını bu taşlardan almış. Teşvikiye Camii'nin avlusundaki iki nişantaşından biri 3. Selim'e ait ve 1790-1791'de dikilmiş. Diğeri 2. Mahmud'a ait ve 1811 yılında dikilmiş.

Kadıköy: İÖ 680'de kurulan şehrin ilk adı Khalke-don'dur. Helence "khalkon" bakır anlamına geliyordu. Bilge Umar adın kökünde "Kalakada" yani Kala-ka(a)da iskele yeri olan anlamına geldiğini sanıyor.

Osmanbey: Semt, 2. Abdülhamid'in mabeyincilerinden Çemberlitaş'taki Matbaa-i Osmaniye'nin kurucusu Osman Bey'in adıyla anılıyor. Osman Bey 1870'lerde bu semtte arazi alarak kendine bir konak yaptırmıştı.

Gümüşsuyu: Necdet Sakaoğlu, "İstanbul sularına şehrengiz" başlıklı yazısında Gümüşsuyu'ndaki gümüş sözcüğünün gömüştan geldiğini söylüyor. Dolmabah-

çe'den Taksim'e çıkan yol üzerinde bulunan İdris Ağa çeşmesi gibi, Gümüşsuyu Askeri Hastahanesi'nin duvarındaki şimdi kaldırılmış olan çeşme de tepedeki "gömüş"ten yani büyük su haznesinden besleniyordu. "Gömüş" deyimini zamanla "gümüş"e dönüşmüş, semtin adı da Gümüşsuyu olmuş.

Etiler: 1940'lı yıllarda günümüzde Etiler adını almış bölge bomboş bir araziydi. 1950'lerin başlarında burada 192 villa yapımı için Etibank'ın ortaklığıyla bir Etiler Yapı Kooperatifi kuruldu ve 1954'te konutların yapımına başlandı. Sementin adı da bu yapı kooperatifinden kaldı.

Galata: Galata Rumca süt demek olan "gala"dan çıkmış. Galata'da inek ahırları ve süthaneleri bulunması oraya bu adın verilmesine neden olmuş. Sütlüce'nin de eski adı süt kaynağı anlamına gelen Galatani imiş. Galatani Türkçe'ye çevrilerek Sütlüce denmiş.

Aya İrini: Hagia ve aya Yunanca "kutsal" anlamına gelir. Dinsel yapıların çoğunun adı "hagia" ya da "aya" ile (Ayasofya, Aya İrini) ve de "ay" ile (Ay Mama Saray, Ay Emilianos) başlar. Ayasofya'dan sonra İstanbul'un ikinci büyük kilisesi olan Aya İrini'nin Roma tapınaklarının kalıntılarından yararlanarak 4. yüzyılın başlarında yapıldığı biliniyor. Kiliseyi yaptıran 1. Konstantinus bu kiliseye "ilahî, kutsal selamet" anlamına gelen Aya İrini adını vermiş.



Yabancı uyruklu Türk yemekleri

Bardaktaki aslan sütünü külahtaki dondurmaya, somon balığını pastırmaya dönüştüren Maximillian Thomae klasik lezzetlerden yola çıkarak yarattığı yeni lezzetlerle Türk mutfağını gençleştirdi.

Ataköy Crowne Plaza'nın baş aşçısı Alman Maximillian Thomae 1993 yılından beri Türkiye'de yaşıyor. Yıllar önce tatil amacıyla geldiği ülkemizden bir daha ayrılmayan Thomae, Türkiye Aşçılar Millî Takımı'nın kuruluş aşamasında Türk aşçılarla beraber çalışarak Türk mutfağında modernleşme sürecini başlattı. Bir ressamın paletinden çıkmış gibi görünen tabakları ve klasik Türk lezzetlerine getirdiği modern yorum Thomae'yi kısa sürede aranan aşçılardan biri haline getirdi. Diğer yandan yetiştirdiği pek çok aşçı uluslararası yarışmalardan ödüllerle dönüp Türk mutfağının dünyada tanınmasına destek oluyor.

Maximillian Thomae Almanya'da aşçılık eğitimi aldıktan sonra birkaç yıl Almanya'nın en iyi restoranlarında çalıştı. 1993 yılında Ataköy Crowne Plaza'dan aldığı teklifi kabul ederek çok sevdiği Türkiye'de çalışmaya başladı. Türk mutfağını diğer tüm mutfaklara tercih eden ve "İlk hafta 'en büyük Türkiye' sloganını öğretmişlerdi, gerçekten benim için en büyük Türkiye" diyen aşçının hedefi birkaç yıl içinde kendi restoranını açmak.

Bu mesleği nasıl seçtiniz?

Tamamen tesadüf sonucunda. Lisede erkekler ahaşap dersi, kızlar yemek dersi alırdı. Benim ahaşapla aram hiçbir zaman iyi olmadı. Yemek derslerine girmeye başladım, kızlar da bana yardımcı oluyordu. Yemek yapmak hoşuma gitmeye başladı ve üniversite eğitimi mi aşçılık üzerine yaptım.

Bir aşçı olarak Türk mutfağında neler dikkatinizi çekti?

Yüksek miktarlarda şeker kullandığınızı söyleyebilirim. Avrupa mutfaklarında bu ölçüde şeker kullanılmaz. Baklava çeşitlerinde şurubun içindeki şeker miktarını yarıya düşürseniz dahi aynı tadı elde edebilirsiniz. İlk başta pastırma, kokoreç gibi tatlar bana çok garip gel-

di. Türkiye'ye 1993'te geldim, ama bunları tadabilmek için birkaç yıl cesaret toplamam gerekti. Artık hepsini severek yiyorum.

10 yıldır Türkiye'de yaşıyorsunuz, bu zaman diliminde neler değişti?

Artık piyasada daha modern görüşlü aşçılar var. Türk aşçıları beğeniyorum. Mesleklerini seviyor ve çok kolay motive oluyorlar, yeniliklere açıklar. Ayrıca Türkiye'de aşçılara bakış da farklı. Avrupa'da belli başlı birkaç aşçı vardır ve basın hep onlardan söz eder. Burada herkes bu mesleğe saygı duyuyor. 10 yıl içinde yemeğin sunumu açısından gelişme kaydedilmiş olmasına rağmen mutfağın modernizasyonu üzerine yapılacak daha çok iş var.

Türklerin yemekle arası nasıl?

Türkler yemek yemeyi çok seviyor ve genellikle Türk mutfağını tercih ediyorlar. Nişantaşı, Etiler ve Bağdat Caddesi'ndeki birkaç restoran dışında her yer Türk yemeği yapıyor. Yabancı mutfaklardan da en çok İtalyan mutfağı tercih ediliyor. Zaten bu iki mutfak birbirine çok yakın. Oysa yurtdışında böyle değil. Münih'te bir cadede yedi sekiz değişik milletin yemeklerini yiyeceğiniz yerler bulabilirsiniz.

Millet olarak mutfak konusundaki yeniliklere çok açık değiliz. Siz Türk yemekleriyle oynarken pek çok Türk

aşçının bile cesaret edemediğini yaptınız...

Bu gerekliydi. Almanya'da çalıştığım restoranlarda her şefin bir tarzı olurdu. Türkiye'de neredeyse tüm restoranların mönüsü aynı. Geldiğimden beri Türk aşçılarla beraber bir tarz yarattık. Bu tarzın alt katını eğitim sürecinde aldığımız klasik bilgiler oluşturuyor, üst katında ise yeni sentezler ve sunum biçimleri var. Somon pastırma, tahinli dondurma, raklı dondurma bu şekilde ortaya çıktı ve şimdi herkes kullanıyor. Ancak şunu da belirtmeliyim ki Türkler tam modernizasyona henüz hazır değil. İlk yıllar yaratıcılığımı daha üst seviyede kullanıyordum, artık öyle değil ve müşteri sayımız arttı. Yine de bugün Türk mutfağının modernizasyonuna daha sıcak bakılıyor ve ileride piyasa daha da açılacak.

Klasik tatlara yeni yorumlar getirmek, yemekleri resim gibi sunmak... Sanırım yalnızca güzel yemek pişirmek yetmiyor, yaratıcılık da gerekiyor?

Yaratıcılık tamamen farklı bir şey. Şefimden bu konuda çok şey öğrendim. Yaratıcı olmak için kendine güvenmelisin, kendini sürekli geliştirmelisin. Her yıl buraya gelen stajyerlere bu doğrultuda bir şeyler öğretmeye çalışıyorum. Stajyerler her gün yaratıcılıklarını kullanıp birer yemek yapıyorlar. Sonra da hep birlikte bu yemekleri değerlendiriyoruz. Altyapı çok önemli, herkes bu mesleği yapabilir ama genç başlamak önemli bir avantajdır.

Tabak dekoru ve sunuma büyük önem veriyorsunuz. Bu konuda dikkat edilmesi gereken noktalar neler?

Türkiye'de bu konular Carlos Bernardi'nin Four Seasons'ta çalışmaya başlamasıyla gündeme geldi. Açıkçası onun gelişi beni de etkiledi. Doruk Restaurant'ın mönüsü ve yemeklerin sunumu için altı ay çalıştım. Tabak şekli, rengi, peçeteler, hepsi çok önemli. Genellikle pazarları dolaşır, oradaki renk cümbüşünden esinle-



nirim. Bu konuda eğitim de çok önemli. Avrupa'daki aşçılık okullarında renk uyumunu da öğretiyorlar.

Pek çok restoranın mönüsünün aynı olduğundan bahsettiniz. Yemeklerin taklit edilmesi konusunda ne düşünüyorsunuz?

Yaratılan yeni bir şey diğerleri tarafından kopyalanıyorsa, sorun yok. Böylece yeni üretilen yemeğin benimsenmesi kolaylaşır. Ancak zaten var olan bir yemeğin tüm restoranlarda olması kısır döngüye neden olur. Ne yazık ki Türkiye'de restoranların en büyük eksikliği bu. Nişantaşı'ndaki tüm restoranların mönüsünü inceleyin, birkaç yer dışında sunulan yemekler ya aynı ya da birbirine çok benziyor. Benim yemeklerimi isteyen herkes mönüsüne koyabilir. Nasıl olsa ben istediğim zaman yeni lezzetler yaratabilirim. Sadece yaratamayanlar kopya çeker. Benim içinse kitaptan tarif okuyup yemek yapmak, yeni lezzetler yaratmaktan daha zor ve sıkıcı. Yeni bir şey yaratabilmenin altındaysa sağlam bir altyapının olması yatıyor.

Bir restoranın kalıcı olması için neler gerekiyor?

Türkiye'de kalıcı restorana tek örnek belki de Beyti'dir. Bir restoranın aynı kalitede yoluna devam etmesi kalıcı olması açısından çok önemli. Beyti'ye gittiğimde hep eksik bir şeyler arıyorum, ama asla bulamıyorum. 10 yıldır gidiyorum ve kalite asla değişmiyor. Beyti pek çok şube açabilirdi, ama bunu yapmadı. Çoğu restoran ye-



ni şubeler açınca kalitesinden ödün veriyor, çünkü bölününce bir şubeden diğerine koşmak zorunda kalıyorsunuz. Hedefim ileride Beyti gibi kalıcı bir restoran açabilmek. Bunun dışında kalıcı olabilmek için anne gibi yemek yapmak gerekiyor. Herkes için olduğu gibi benim için de yeryüzündeki en iyi aşçı annem. Anneler yemeklerine sevgi katar. Ben de restoranımda anne gibi yemek hazırlamak istiyorum. Ancak profesyonelleşince bu biraz zorlaşıyor. Bazen profesyoneller kalbi ikinci plana atabiliyor. Sözgelimi stajyerler ilk geldiklerinde yaptıkları yemeklere kendilerinden bir şey katar, anneleri gibi pişirirler ancak zamanla bunun yerini teknik bilgiler alıyor. Bunun dışında bir restoran müşterilerini iyi tanımalı, müşteri neyi istiyor, gücü neye yeter, nelerden hoşlanır bunlar bilinmeli.

Hep Türk mutfağının dünyadaki en zengin mutfaklardan biri olduğu söylenir. Sizce Türk mutfağı dünyada yeteri kadar tanınıyor mu?

Türkiye Aşçıları Milli Takımı'nı kurduğumuz ilk yıllarda İngiltere'deki yarışlarda çok güzel tepkiler aldık. Patlıcan, helva, lakerda gibi kullandığımız pek çok malzemeyi bilmiyorlardı. Bunun dışında Türk mutfağını modern şekilde sunduk. Türk mutfağı genellikle tencere yemeklerinden oluşur, dolayısıyla bunları estetik bir şekilde sunmak zordur. Türk mutfağı gelecekte daha da iyi tanınacak.

Türk mutfağı gelecekte nerede olur?

Türk mutfağı zaten şu anda Avrupa'nın her yerinde biliniyor. McDonald's'la karşılaştıracak olursak Türk mutfağı şu an lider. Dünyanın her yerinde dönerciler yaygın. Türkiye'de çok zengin bir yemek kültürü var. 10 senedir buradayım ve hala yeni şeyler bulabiliyorum. Türkiye'de yemek kültürü çok derinden geliyor, çok farklı mutfakların birleşimi. Türk mutfağının şu anki tek

eksikliği bu mutfağı dünyaya tanıttık, vizyonu geniş ve yaratıcı bir aşçı.

Sizin için Türk mutfağı ne ifade ediyor?

Türkiye'de yaşayan bir Almanım, ama artık Türk yemeklerini Alman yemeklerine tercih ediyorum. 2000-2002 yılları arasında Almanya'da olduğum dönemde beyaz peynir, zeytin ve pastırma alabilmek için büyük paralar harcadım. Sanki Almanya'da yaşayan bir Türk gibiydim. Türkiye'nin en büyük avantajlarından biri ürünleri taze bulabilmeniz. Kullandığımız ürünlerin yüzde 95'ini taze olarak alıyoruz. Bu oran Avrupa'da yüzde 20-30 civarında. Türkler mutfaklarına çok bağlılar, ben de onları artık anlayabiliyorum, Türkleştim.

Hedefleriniz neler?

Öncelikli hedefim birkaç yıl sonra Kırıntı tarzı bir restoran açmak. Ancak Kırıntı gibi derken mönüsünden değil, hedef kitle ve tarzından söz ediyorum. 20-30 yaş grubuna hitap etsin çünkü gençleri çok seviyorum. Türk mutfağı ile ilgili hedefim artık değişti. Eskiden Türk mutfağına yeni bir soluk getirmeyi, modernleştirmeyi planlıyordum. Yeni lezzetler ve Türk aşçılarıyla yarattığımız tarzla bunu bir ölçüde başardığıma inanıyorum. Şimdiki hedefim hijyen. Çoğu yerde hijyen koşullarına dikkat edilmiyor. Oysa bu turizm açısından önemli bir nokta. Herkes bu konuya önem vermeli, dünya standartlarında hijyen sağlanmalı.



“Herkes gibi benim için de yeryüzündeki en iyi aşçı annem”





Kalbimin yarısı Türkiye’de

Eurovision şarkı yarışmasından sonra hayatında çok şeyin değiştiğini ama kendisinin değişmediğini söyleyen Ruslana, “Çok para kazanmak ve büyük bir yıldız olmak gibi bir derdim yok. Ben sahnede olmayı ve şarkı söylemeyi seviyorum. En büyük amacım ülkemini en iyi şekilde yapmak” diyor.



Ruslana... Türkiye’de yapılan Eurovision şarkı yarışmasında kazandığı birincilikle adını duyurdu. Ardından sıcak tavırları, enerjisi ve coşkuyla bir anda hemen herkesin sempatisini kazanmayı başardı. Şimdilerde yeni albümünün hazırlıklarıyla ilgileniyor.

Ruslana’nın müzik dünyasına adım atışı aslında çok eskilere dayanıyor. 14 yaşında Experimental Music School’da müzik eğitimine başlamış. O gün bugündür de sahnede. Konservatuardan iki derece ile mezun olmuş: Piyano ve senfonik orkestra yönetmenliği.

Şarkıların sözlerini kendi yazıyor, besteliyor, bazılarının düzenlemesini yapıyor, prodüktörlüğünü üstleniyor, dans ediyor, kostümlerini ve aksesuarlarını kendi çizi-

yor, yönlendiriyor. Kliplerinin senaryolarını yazıyor ve dekorlarını tasarlıyor. Bunların dışında tüm sahneyi dolduran, sahnede ne kadar enerjikse sahne gerisinde de aynı enerjiyi koruyan, her an güler yüzlü, sıcak ve sevimli bir sanatçı o. Ruslana ile Eurovision öncesi ve sonrasını, müzik kariyerini, Ukrayna’ya ve Türkiye’yi konuştuk.

Eurovision’dan sonra hayatınızda neler değişti?

Bunu birkaç cümleyle anlatmak çok zor. Aslında hayatımda çok şey değişti, pek çok yeni şey girdi. Eurovision yarışmasını kazanmak, hem Ukrayna hem de benim adıma büyük bir tanıtım oldu. Ama ben hiç değişmedim. Eurovision’dan önce nasılsam şimdi de öyleyim. Aynı Ruslana’yım ben. Ukrayna’da Eurovision yarışmasına büyük önem veriliyor. Yarışmadan sonra Ukrayna’ya geri döndüğümde herkes şoktaydı. Birinci olacağıma ve Ukrayna’nın böyle bir başarı kazanacağına kimse inanmıyordu. Ama bu sadece benim değil, Ukrayna’nın başarısı. Ülkeme geri döndüğümde, uçaktan inince toprağımi öptüm.

Eurovision’da birinci olup dünya çapında ünlü olan çok az insan var. Bu anlamda kendi başarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?

İnsanların hayatı iniş ve çıkışlarla dolu. Ama ben kendi stilimi buldum ve o stilde devam edeceğim. Kendime zarar vermemek ve kendimi aldatmamak için çalışıyo-

rum. Ne düşünüyorsam, insanların karşısında onu doğru bir şekilde ifade etmenin önemli olduğuna inanıyorum. Ben hayattan korkmuyorum. İnsanın başına her an her şey gelebilir. Ancak hiçbir şey yapmayanlar hata yapmaz. Benim çok para kazanmak ve büyük bir yıldız olmak gibi bir derdim yok. Ben sahnede olmayı ve şarkı söylemeyi seviyorum. En büyük amacım kendi ülkenin tanıtımını en iyi şekilde yapmak. Lüks bir yaşamın içinde olmak için şarkı söylemiyorum. Ben bu işi çok hissederek yapıyorum. Şarkı söylediğim zaman insanların gözünde gördüğüm mutluluk bana yetiyor.

Ukrayna’ya tanıtım anlamında ne tür katkılar sağladınız?

Yarışmayı kazandıktan sonra benim üzerime büyük sorumluluklar düşmeye başladı. Hem kendi ülkemi iyi tanıtmak hem de elimdeki unvanı çok iyi taşımak adına. Eurovision’u kazandıktan sonra o kadar yoğun bir dönem geçirdim ki konserler, tanıtımlar, uçak yolculukları ve davetlerden kendi ailemi bile doğru dürüst göremedim. Çok sayıda konser verdim. Hemen her gün başka bir ülkeye gidiyordum bir dönem. Bu da tüm dünyada Ukrayna’nın adının duyulmasına önemli katkılar sağladı.

Türkiye’yi çok sevdiğinizi söylüyorsunuz...

Türk halkı yarışmaya girmeden önce ve kazandıktan sonra çok destekledi beni. Yarışmayı ben kazandığım için Türk halkının çok mutlu olduğunu biliyorum. Bu bana çok büyük bir güç verdi. Yarışmadan önce, herkesin benim kazanacağımı düşünmesini ve bana karşı gösterilen sıcak davranışları hiçbir zaman unutamam. Türkiye’ye geldiğim zaman başka bir ülkeye gelmişim gibi hissetmiyorum. Türkiye bana güven ve güç veriyor. Yalnızca Türkiye beni sevmedi, ben de Türkiye’yi sevdim. Ukrayna’dan başka hangi ülkede yaşamak istersin-



niz diye sorduklarında “Türkiye” cevabını veriyorum. Buranın insanları bana çok değer verdi ve çok dua etti. İşler iyi olursa buradan küçük bir ev almak isterim. Türkiye’ye geldiğim zaman ne kadar yorgun olsam da güzel bir enerji alıyorum. Bunun nasıl olduğunu ben de bilmiyorum. Bir zamanlar burada mı doğdum acaba diye düşünüyorum. Her yerde söylediğim bir şey var: Kalbim ikiye bölündü. Biri Ukrayna’da, biri Türkiye’de.

Türkiye ile ilgili projeleriniz var mı?

Türk müziğini severek dinliyorum. Harem grubu ile ortak bir çalışmamız oldu ve onlarla çalışmak bana çok büyük bir mutluluk verdi. Sertab Erener ile birlikte verdiğimiz konserden de büyük keyif aldım. Bir süre sonra Türkçe bir şarkı yapma projem var. Eğer üzerinde çok çalışırsam, sonrasında belki Türkçe albüm bile yapabilirim.

Müzik kariyerinizde hangi noktaya gelmeyi hedefliyorsunuz?

Son albümün hazırlıklarına Amerika’da devam ediyorum. Sahneye insanlara pozitif enerji vermek için çıkıyorum. İnsanların bir sürü problemi var. Beni izlemeye geldikleri zaman, onları en azından o gün için güzelleştirmeye ve mutlu etmeye çalışıyorum. Sahneye çıkmadan önce “umarım bu insanlar hep mutlu olurlar” diyorum. Ömrüm ve sesim yettiği sürece hep şarkı söylemek istiyorum.



Dünyanın en özel klasikleri

Türkiye ve dünyanın en özel klasik otomobilleri Sabri Artam Vakfı Otomobil Müzesi'nde sergileniyor. Hem de hepsi koleksiyon değerinde...



1907 model Panhard-Levassor



Sabri Artam Vakfı'nın (SAV) Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Artam, 1985 yılından bu yana biriktirdiği koleksiyon değerindeki 130 otomobili Otomobil Müzesi'nde bir araya getirmiş. Müzede Türkiye'nin ilk Formula otomobili 1909 model Hupmobile'den 1928 model ve dünyada bir tane üretilmiş Fiat'a kadar antika değerindeki klasikler otomobilsaverlerle buluşuyor.

Hobiyle başlayan koleksiyon

Çengelköy'de bulunan müze, SAV tarafından 1990'lı yılların başında önce okul olarak inşa edilmiş. O dönemde okul şehirden uzak bir yerde olduğu için başarı kaydedemeyince bina, vakfın elektrik konusunda faaliyet gösteren fabrikasına tahsis edilmiş. Sonraki yıllarda bu bina fabrika için küçük gelmeye başlamış ve Cengiz Artam binanın en alt katında hobi amaçlı otomobil yenileme çalışmalarını yürütmek üzere bir tamirhane oluşturmuş. Müzenin geçmişi o günlere dayanıyor.

Hafta sonları otomobilleri restore ederek bu binada çalışmalar yapan Artam, 1985'te ilk klasik otomobili olan 1964 model tenteli bir Chevrolet almış. İlk başlarda eskimiş klasik otomobilleri alıp tamir etmeyi, onları eski güzelliklerine kavuşturmayı amaçlamış. Ancak otomobil sayısı arttıkça koleksiyon tutkusunu dizginleyememiş. Böylece 1985'ten bu yana biriktirdiği otomobilleri bu binada toplamış.

Tarihin ve önemli kişilerin tanığı klasikler

Bir yandan koleksiyonuna yeni otomobiller ekleyen Artam, bir yandan da yurtdışındaki otomobil severlerle görüşmelerini sürdürmüştü. Yoğun çalışma hayatı yavaşlayınca kendisini koleksiyonuna adanmış. Yurtdışında pek çok organizasyona otomobilleriyle katılıp, Türkiye'de çok sayıda klasik otomobil olmadığı için yeni



otomobiller almış. 1990'lı yılların ortasında da otomobilleri görmek için hem yurtiçinden hem de yurtdışından ziyaretçilerin ilgisi başlayınca binayı müze haline getirmeye karar vermiş. Artam, dört katlı müzede ziyaretçilere tarihe ve önemli kişilere tanıklık etmiş ve yüzde 90'ını yurtdışından getirdiği 130 otomobili gururla sergiliyor. Müzede, Artam'ın 1400 model otomobilden oluşan bir koleksiyonu da yer alıyor.

Çocuklukta başlayan tutku

Artam'ın otomobillere olan tutkusu daha çocukken başlamış. O yıllarda oyuncak otomobil biriktirmiş ve sabırsızlıkla trafiğe çıkabilecek yaşa gelmeyi beklemiş. 1968'de sürücü belgesini alınca babasının 250 S Mercedes marka otomobilini kullanmaya başlamış. Lise için yurtdışına gittiğinde ise bir Mini Cooper almış. Mini'lere karşı özel ilgisi olan Artam, bugüne kadar 20 değişik Mini'ye sahip olmuş. Otomobil yarışlarına da meraklı olan Artam, hem yurtiçinde hem de yurtdışında pek çok yarışa katılmış. Otomobili "özgürlüğün simgesi" olarak gören Artam, "Otomobile bindiğimde kendi kendime hareket etmenin keyfini ve özgürlüğünü yaşıyorum. Otomobil koleksiyonu yapmanın nedeni de bu" diyor. Artam için klasik otomobillerin yeri hep ayrı olmuş. Onların farklı ifadeleri ve ruhu olduğunu düşünen Artam, günümüzdeki araçları estetiği ve ruhu olmadığı için yalnızca nakil aracı olarak görüyor ve klasik otomobil tutkusundan asla vazgeçmeyeceğini dile getiriyor.



1912 model MERCER 35 J



1909 model Hupmobile



1928 model Fiat

21 Ağustos'ta Türkiye'de yapılacak olan Formula 1 Yarışı'nda, tüm pilotlar SAV Otomobil Müzesi'nin üstü açık otomobilleriyle pistte iki tur atacak.



1926 model Bugatti

Müzenin klasik otomobil kulüplerinin dahil olduğu FIVA federasyonu ile bağlantısı var. Federasyonun kataloglarında SAV Otomobil Müzesi'nin tanıtımı yapılıyor. Çok özel meraklılar ve otomobil müzesi sahipleri ilişkide olan Artam, yabancı basındaki otomobil yazarlarıyla görüşmeler yaparak müzeyi tüm dünyaya duyurmayı amaçlıyor.

Vergi sorunu

Türkiye'de her otomobil tescile tabi olduğu için müzede otomobillerin hepsi plakalı. Bu araçlar trafiğe çıkmamasına rağmen tüm vergilerini ödemek zorunda kaldıklarından yakınan Artam, "Geçen yıl vergiler çok arttı. Bir otomobil için 20 YTL olan vergi 700 YTL'ye çıktı. Otomobillerin plakalarını iade edip vergi yükünden kurtulacağız" diyor.

Mercer'in yeri ayrı

Otomobil tarihinde önemli birer yeri ve ciddi koleksiyon değerleri olan otomobillerin tamamının göz bebeği gibi olduğunu ifade eden Artam, müzede ilk defa sergilenecek olan 1912 model Mercer marka otomobilin yerinin ayrı olduğunu belirtiyor. Çünkü Mercer, ABD'nin yaptığı ilk ciddi yarış otomobili. Birçok önemli yarışa katılmış bu otomobilden yalnızca dört adet üretilmiş ve otomobil bu müzeye getirilmeden önce Amerika dışına hiç çıkmamış. Geriye üç tanesinin kaldığının tahmin edildiğini dile getiren Artam, "Bu araçların diğer ikisi bildiğim

koleksiyonlarda. Ben tesadüfen buldum ve zor ikna ederek satın alıp müzeye getirdim" diye konuşuyor. Dünyada tek üretilmiş olan Fiat'la ilgili de bir macerası olan Artam, bu aracı Fiat'ın 100. yılı kutlamalarında İtalya'ya götürmüştü ve fabrikanın üstündeki deneme pistinde tur atarak bir gösteri yapmış.

Pazartesi hariç haftanın her günü 10.00 ile 19.00 saatleri arasında açık olan müzede otomobillerin ancak 80 tanesi sergileniyor. Çünkü bina tüm otomobilleri sergilemek için uygun değil. Bu nedenle binanın arkasında bulunan otoparkın binaya ilave edilmesi planlanıyor.

Formula 1'de sürpriz gösteri

Artam çoğu kullanılır durumda olan otomobilleri hem Türkiye'de hem de yurtdışında pek çok aktivitede ve yarışmada kullanıyor. Özel günlerde de halkla buluşturulan otomobillerle temsili organizasyonlar yapılıyor. Son olarak 16 Mayıs'ta Atatürk'ün Şişli'deki evinden alınıp Dolmabahçe'deki Bandırma Vapuru'na bindirilişinin canlandırıldığı organizasyonda 1938 model bir Opel tahsis edilmiş. Artam'ın 21 Ağustos'ta Türkiye'de ilk kez yapılacak olan Formula 1 Yarışı için de hazırladığı bir gösteri var. Tüm dünyanın izleyeceği Formula 1 Yarışı öncesinde pilotlar üstü açık otomobilleriyle pistte iki tur atacak. Artam, tüm dünyaya Türkiye'de böyle bir koleksiyon olduğunu göstermeyi amaçladıklarını söylüyor.

Müzeden ilginç örnekler

1912 model MERCER 35 J: ABD'nin yaptığı ilk ciddi yarış otomobili. Dünyada dört tane üretilmiş. Elektrik aksamı ve marşı yok. Kolla çalışıyor.

1907 model Panhard-Levassor: Ahşap karoseriye sahip olan bu araç koleksiyonun en eski otomobili.

Ön takıma ismini veren marka olarak tarihe geçmiş. **1909 model Hupmobile:** Türkiye'deki en eski yarış otomobili. Bugünkü Formula otomobillerine eşdeğer. O zamanlar otomobilleri bir kişi kullanamayacağı için iki kişilik yapıyordu.

1925 model Renault: Türkiye'deki en eski Renault.

1924 model Avions Voisin: 1920'li yıllarda uçak imalatçısı bir Fransız mühendis tarafından uçak teknolojisi kullanılarak alüminyumdan yapılmış ve sadece dört adet üretilmiş.

1926 model Bugatti: Dünyanın en önemli yarış otomobillerinden biri. Monte Carlo'da ilk yarışan otomobiller arasında yer alıyor.

1936 model AC: Cobra otomobilleri 1960'lı yıllarda AC fabrikalarında üretilmiş. Yarış otomobili olarak imal edilen bu araç dönemin en süratli otomobilleri arasında yer alıyor.

1937 model BMW: BMW marka en önemli otomobillerden biri. Dünyada 400 adet üretilmiş ve onların için de özel üretim 10 otomobilden biri.

1928 model Fiat: Viotti tarafından dizayn edilen bu otomobilden sadece bir adet üretilmiş.

Ateşle kumun dansı

İstanbul Beykoz'da uluslararası düzeyde eğitim veren Cam Ocağı Vakfı'nda, sıvı haldeki cam muhteşem sanat eserlerine dönüşüyor.

Cam sanatı tutkunu Mühendis Yılmaz Yalçınka-ya'nın kurduğu Cam Ocağı; cam eğitimi vermek, cam sanatına ilgi duyanları bu alanda isim yapmış yerli ve yabancı cam sanatçılarıyla buluşturmak, Türkiye'de cam sanatının gelişimine katkıda bulunmak, geleneksel ve çağdaş sanatı bir araya getirerek cama zenginlik katmak amacıyla hizmet veriyor.

Beykoz'un Öğümce Köyü'nde yeşillikler içindeki Cam Ocağı'nda sıcak ve soğuk cam tekniklerinin uygulanabildiği ve deneysel çalışmaların yapıldığı atölyeler yer alıyor. Resim, heykel, seramik ve vitray atölyelerinin de bulunduğu Cam Ocağı'nda hem üretim yapıyor hem de eğitimler veriliyor. Cam Ocağı Vakfı bünyesinde faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen Cam Ocağı'nda, okulun giderlerine katkıda bulunmak için profesyonel çizgide üretim yapıyor. Profesyonel eserlerin yanı sıra öğrencilerin ürünleri de sergi salonunda satışa sunuluyor. Bu yönüyle diğer cam okullarından ayrılan Cam Ocağı'nda, öğrenciler bir yandan eğitimler alırken, bir yandan da camın usta ellerde nasıl şekillendiğine tanıklık ederek eşsiz bir deneyim kazanıyor.

Hem tatil hem eğitim

Cam Ocağı'nın kurslarına katılan öğrenciler, aynı zamanda harika bir tatil fırsatını da yakalıyor. Çünkü onları Riva Deresi kıyısında bulunan yeşillikler içindeki kampüste, kentin kalabalığından uzak, keyifli bir eğitim ve dinlenme mekanı bekliyor. Dünyanın önemli cam okulları örnek alınarak tasarımı yapılan Cam Ocağı, özenli mimarisiyle de dikkat çekiyor. Bu özel mekan; 48 kişilik konaklama binası, yemekhanesi, kafeteryası, bahçesi, sergi salonu, dere kıyısındaki oturma alanı, Agora adı verilen havuzlu avlusu, spor alanı ve yüzme havuzuyla öğrencilere konaklama sırasında her türlü konforu sunuyor.



Tasarım harikası ürünler

El yapımı ürünleri, farklı çizgisi ve özgün tasarımlarıyla camın hayat bulduğu Cam Ocağı, deneyimli ustalardan oluşan kadrosu ve özel tasarım ekibiyle üretim faaliyetlerini de sürdürüyor. Cam üfleme, boncuk yapımı, füz-yon, kalıpla şekillendirme, sıcak döküm, emay ve raku gibi birçok tekniğin kullanıldığı Cam Ocağı, Türkiye'de cam pazarına farklı bir renk getirmeyi ve stüdyo camcılığını geliştirmeyi amaçlıyor. Geleneksel yöntemlerin farklı bir şekilde yorumlandığı ürünlerin yanı sıra modern çizgiler taşıyan tasarımlar da oldukça ilgi görüyor. Ürün yelpazesinde, dekoratif ve fonksiyonel ürünlerin yanında yurtdışından gelen cam sanatçıların eserleri de yer alıyor. Üretilen eserlerin sergilendiği Cam Ocağı'nda bir satış ünitesi de bulunuyor. Bu bölümde, ne ararsanız var. Vazolar, tablolar, mutfak eşyaları, biblolar ve dünyaca ünlü cam ustalarının eserleri...

Cam usta ellere emanet

Cam Ocağı'nın ürün ve grafik tasarımı yapanlar için de bir projesi var. Oluşturulan tasarım platformunda; tasarımcıları camla buluşturmak, talep gören koleksiyonlar yaratmak ve hem Cam Ocağı'na hem de tasarımcılara kazanç sağlamak amaçlanıyor. Tasarım yapabilen herkesin katılabileceği bu platformda, ürün tasarımının yanı sıra afiş, rozet, tişört ve hediye paketi tasarımı gibi alanlar da var. Ocağın ziyaretçileri bu çalışmalarını da sergi salonunda görebilecek.



Cam üfleme, boncuk yapımı, füzyon, kalıpla şekillendirme, sıcak döküm, emay ve raku gibi birçok tekniğin kullanıldığı Cam Ocağı, Türkiye'de cam pazarına farklı bir renk getirmeyi amaçlıyor.

Cam Ocağı'nda verilen eğitimler

Cam üfleme: Temel cam stüdyosu teknikleri, sıcak camın ocaktan alınması, üflenmesi ve çeşitli aletler yardımıyla camın şekillendirilmesi gibi konular uygulamalı olarak anlatılıyor.

Boncuk yapımı: Boncuk yapımı atölyesinde, camın alev karşısında şekillendirilmesi anlatılıyor. Önce camı alev karşısında kontrol etme konusunda ilk adım atılıyor. Sonrası ise katılımcıların hayal gücüne göre şekilleniyor.

Alevle şekillendirme: Camın doğrudan şalımo aleviyle şekillendirildiği bu teknikte, malzeme olarak cam çubuk ve tüpler kullanılıyor.

Mixed media: Bu programda, katılımcılar çeşitli malzemeleri sıcak ve soğuk camla birlikte kullanarak kendilerini ifade etmede yeni yöntemler keşfediyor.

Kalıpla cam şekillendirme: Katılımcıların istedikleri formu camdan bir objeye dönüştürebilecekleri, heykel ve seramikle önemli benzerlikleri olan bir teknik. Bu teknikte, kalıpla ve soğuk cam parçalarıyla çalışıldığı için camın istenildiği gibi kontrol edilmesi mümkün. Uygulama kilden modelin hazırlanması, modelin alçı kalıbının alınması, renkli cam parçalarının yerleştirilmesi gibi aşamalar var.

Füzyon: Her geçen gün yaşadığımız mekanlara daha çok giren füzyon, camla çalışmak isteyenlerin en çok ilgi gösterdikleri tekniklerden biri. Katılımcılar kase, tabak, pano gibi camdan kullanım eşyaları yapmanın keyfini yaşıyor. Renkli cam parçalarıyla ortaya çıkan desenler oldukça etkileyici.



Sıcak döküm: Ocaktan alınan sıcak camın, hazırlanacak olan kum kalıplar içine dökülmesini içeren bir cam şekillendirme tekniğidir. Cam Ocağı'nda bu tekniğin tüm aşamaları uygulamalı olarak gösteriliyor.

Emay: Kökeni Mısır ve Mezopotamya'ya dayanan bu sanat dalında toz boyalar kullanılıyor. Bunlar altın, gümüş, bakır ve çelik üzerine uygulanıyor. Yüksek sıcaklıktaki fırınlarda pişirildikten sonra sirlanıyor.

Raku: Geleneksel Japon seramiğine özgü bu özel sırlama tekniğinin tüm aşamalarının uygulamalı olarak öğretildiği eğitimlerde, ilk pişirimi yapılmış olan seramikler, raku tekniği uygulanarak sirlanıyor.

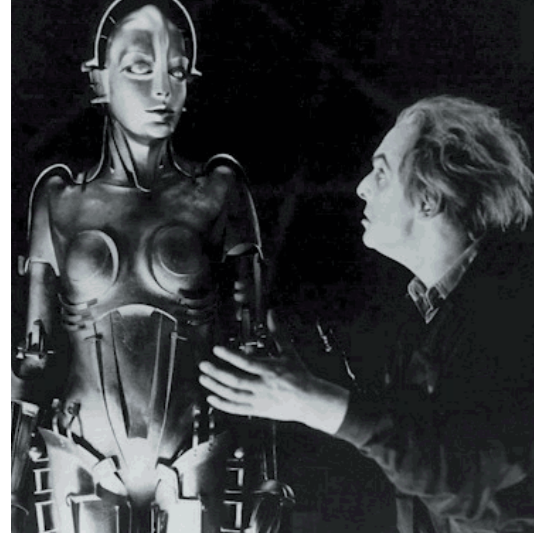
2005 eğitim programı

Yaratıcılıklarını farklı bir alanda değerlendirmek isteyenlerin dünya standartlarında eğitim alabildiği Cam Ocağı, yıl boyunca eğitimlerini sürdürüyor. Alanlarında uzman dünyaca ünlü sanatçı ve ustaların eğitimlerine katılan cam dostları, seçtikleri tekniği uygulayarak öğrenme ve kendi camlarını üretme fırsatı yakalıyor. Cam Ocağı'nın 2005 eğitim programı kapsamında Amerika, Almanya, Avustralya, İtalya, Fransa, Hollanda, İngiltere ve Çek Cumhuriyeti'nden gelen sanatçı ve ustalar tarafından 20 farklı eğitim veriliyor. Siz de cama ilgi duyuyorsanız 0216 433 36 93 numaralı telefondan Cam Ocağı'na ulaşabilirsiniz.



Sinemanın kült filmleri

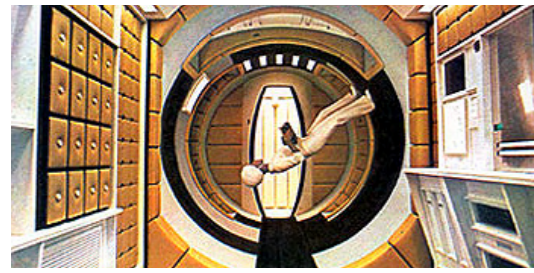
Filmler vardır, ilk gösteriminin üzerinden uzun yıllar geçmiş olmasına rağmen hep hatırlanan, tekrar tekrar izlenen... Bu özgün filmler sinemada çığır açar, kendisinden sonraki filmleri etkiler ve sadık izleyici kitlesi yaratırlar. Casablanca, Star Wars ve 2001-Uzay Yolu Macerası bu filmlerden bazıları.



Kült Fransızca kökenli bir kelime. Tapma, tapınma, dini tören ve ayin anlamlarına geliyor. Günümüzdeyse kült sıfatı özgün ve kendi kitlesini yaratan kişi ya da türler için kullanılıyor. Kült roman, kült sanatçı, kült film gibi... Bunlar arasında en yaygın kullanılanı kült film. Bu tanımlama, sinema terminolojisinde sıra dışı ve bağımsız filmler için kullanılıyor. Geçen zaman bir filmin kült olmasını belirleyen en önemli kriterlerden biri. Klasik olmayan, ama klasikleşen filmlerdir kült filmler. Vizyon tarihlerinin üzerinden uzun yıllar geçmiş olmasına rağmen unutulmaz ve tekrar tekrar izlenirler.

İlk bilim kurgu filmlerinden biri Metropolis

Dünya sinemasında kült film olarak nitelendirilen çok sayıda film var. Bu filmler vizyona girdikten yıllar sonra



da adlarından söz ettiriyor. 1927 yılında gösterime giren Metropolis, ilk bilim kurgu filmlerden biri. Fritz Lang'ın yönetmenliğinde çekilen filmde, endüstrileşme çağındaki bölünmüş toplumsal yapı anlatılır. Filmde insanlar, yeraltında makinelerle yaşayan ve yukarıda konforlu bir hayat süren yönetici sınıf olarak ikiye ayrılır. Sessiz film olmasına rağmen, görkemli dekorları ve kaliteli efektleriyle kendisinden sonra çekilen bilim kurgu filmlerini etkilemiştir.

Casablanca: Tüm zamanların en iyi aşk filmi

Michael Curtiz'in yönetmenliğini yaptığı Casablanca, dünya sinema tarihinin kilometre taşları arasında sayılıyor. 1942 yapımı film, 2. Dünya Savaşı'nın karanlık atmosferinde yaşanan bir aşk hikayesini konu alıyor. Film gösterime girdiği yıl En İyi Film, En İyi Yönetmen ve En İyi Senaryo dallarında Akademi Ödülleri'ne sahip oldu. Bugüne kadar çok sayıda şarkı, sinema filmi ve televizyon dizisine ilham kaynağı olan film, çok kez "tüm zamanların en iyi aşk filmi" seçildi.

Kubrick filmleri

Stanley Kubrick sinemaya farklı bir boyut kazandıran önemli yönetmenlerden. Kubrick'in filmlerinin ana temasını, kişinin genel geçer kurallardan sıyrılp toplumun dışına çıkması ve yabancılaşması oluşturuyor. Yönetmenin başyapıtı olarak değerlendirilen pek çok filmi var. Anthony Burgess'in aynı isimli romanından uyarladığı A

Clockwork Orange (Otomatik Portakal), Kubrick'in kült filmlerinden biri. Filmde bir grup genç serserinin topluma karşı uyguladıkları şiddet; buna karşılık toplum ve devletin daha yoğun bir şiddetle karşılık vermesi anlatılıyor. 1971 yılında gösterime giren film, izleyicileri şok eden görüntüleriyle dünyada büyük yankı uyandırdı. Kubrick'in 1968 yılında çektiği 2001 Space Odyssey (2001-Uzay Yolu Macerası) filmi sinema tarihinin en iyi bilim kurgu filmi olarak kabul ediliyor. Özel efektlerin başarıyla kullanıldığı film, En İyi Özel Efekt Oscar'ını kazandı.

Tarantino filmleri

Quentin Tarantino, kendine has radikal üslubuyla 1990'ların sinemasına tarzını kabul ettirmeyi başarmış bir yönetmen. Yönetmenin 1992 yılında yönettiği Re-



servoir Dogs (Rezervuar Köpekleri), önemli filmlerinden birisi. Bir soygunu konu alan film, insan psikolojisini de analiz ediyor. Film Cannes'da Altın Palmiye ödülü kazandı. Tarantino, aynı sahneyi farklı açı ve karakterlerden aktararak sinemaya yenilikçi bir tarz getirdi. Filmlerinde sıra dışılıkları fantastik öğeler yoluyla anlatıyor. Tarantino'nun senaryosunu yazdığı Natural Born Killers (Katil Doğanlar), seri cinayetler işleyen bir çiftin medya tarafından baştaçı edilmesini konu alıyor.

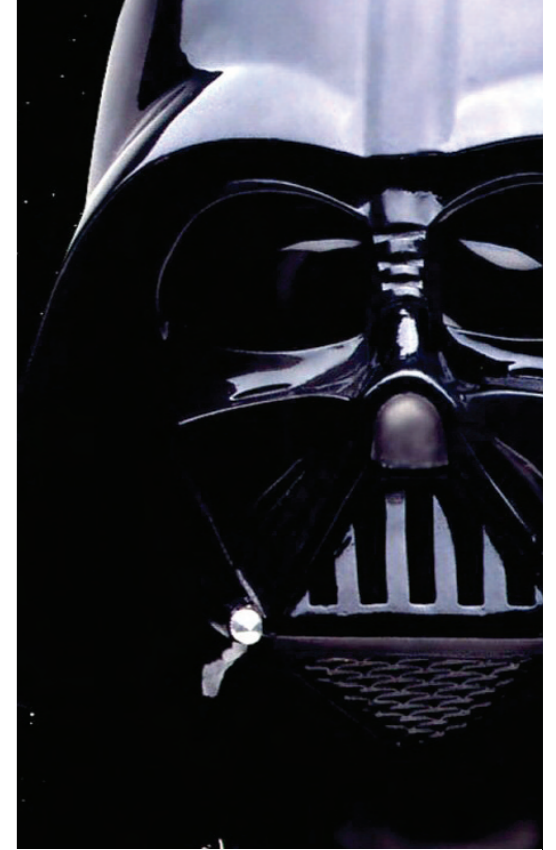
The Godfather (Baba) efsanesi

Mario Puzzo'nun kitabından sinemaya üçlü seri olarak uyarlanan The Godfather bir başyapıt. 1972'de çekilen ilk filmde, 1950'lerin Amerika'sında yaşayan bir İtalyan mafya babasının destansı öyküsü konu alınıyor. Serinin diğer iki filmi 1974 ve 1990 yıllarında çekildi. Üç filmin de yönetmenliğini Francis Ford Coppola yaptı, sinemanın üç büyük ismi Al Pacino, Robert De Niro ve Marlon Brando bu seride bir araya geldi.

Star Wars

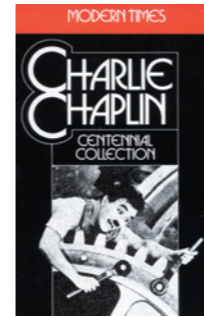


Star Wars efsanesi 1977 yılında başladı. Bugüne kadar altı bölüm olarak çekilen film, anlatılan olağanüstü dünya ve kullanılan benzersiz görsel efektlerle sinema dünyasında çığır açtı. Star Wars, serinin ilk filminin yayınlandığı günden itibaren her yaşta büyük bir hayran kitlesine ulaştı. Öyle ki poster, oyuncak, aksesuar ve fotoğraf gibi Star Wars ürünleri en az film kadar ilgi görüp yaklaşık 10 milyar dolarlık satış cirosuna ulaştı. Serinin son filmi Revenge Of The Sith (Sith'in İntikamı), Mayıs ayında gösterime girdi. Film dünya genelinde gösterime girdiği ilk gün 50 milyon dolarlık hasılat yaparak sinema tarihinde yeni bir rekora imza attı. Filmin yapım ve tanıtımına 210 milyon dolar harcandı. Tayland, İngiltere, Çin, Tunus, İsviçre ve İtalya gibi pek çok ülkede yapılan çekimler 53 gün sürdü. Montaj ve efektlerin yapımıyla birlikte filmin tamamlanması iki yılı buldu. Serinin ilk filminde yalnızca 360 efekt kullanılırken, son film için 2 bin 200 özel efekt kullanıldı.

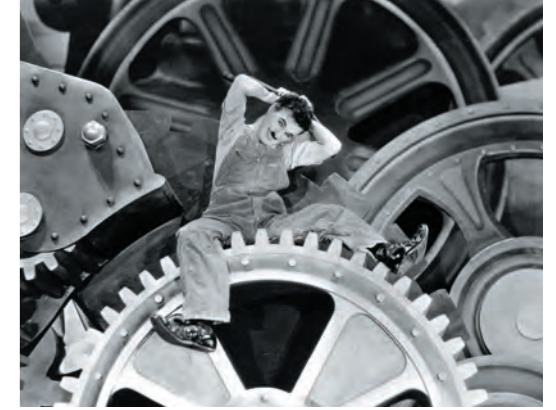


Star Wars, kısa süre önce çekilen serinin son filmiyle hayranlarını yeniden ekrana kilitledi. Öyle ki film dünya genelinde gösterime girdiği ilk gün 50 milyon dolarlık hasılat yaparak sinema tarihinde bir ilke daha imza attı.

Modern Times (Modern Zamanlar)



Modern Zamanlar, teknolojik gelişmenin toplumsal düzenin şekillenmesinde belirleyici bir etmen olduğu konusuna eleştiri getiren bir film. 1936 yılında çekilen filmin yönetmeni ve başrol oyuncusu Charlie Chaplin. Filmde fabrikada çalışan işçilerle onları televizyondan takip ederek komutlar veren bir müdürün ilişkisi anlatılıyor. Chaplin filmde canlandırdığı Küçük Derby karakteriyle bir fabrika işçisini oynuyor. Bir dönemin sosyal gerçekliğini ve bu gerçeklik doğrultusunda insan doğasında yaşanan dönüşümü gözler önüne seren film, bu sayede "modern insan" kavramına açıklık getiriyor. Dev makineler arasında çalışan insanların, sistemin işlemesi adına birer makine parçası haline gelmesi, filmin ana temasını oluşturuyor. Chaplin pek çok filminde olduğu gibi Modern Zamanlar'da da sisteme karşı duruşu ifade ediyor. Bu filmde sonra Chaplin sesli sinemaya geçiş yaptı.



Psycho (Sapık)



Psycho korku gerilim türünün en iyi örneklerinden biri. Filmin bugüne kadar iki bölümü çekildi. 1960 yılında çekilen ilk filmin yönetmenliğini Alfred Hitchcock yaptı. Film Marion Crane adlı bir kadının çalıştığı şirketten 40 bin dolar çalmasıyla başlar. Sevgilisi Sam'le buluşmak için California'ya doğru yol alan Crane, yolda bir otelde konaklar. Otelin yöneticisi Norman adında sakin görünüşlü birisidir. Ancak annesinin aşırı korumacı tavrı Norman'ın psikolojisine darbe indirmiş ve anne öldükten sonra da oğlunun rüyalarına girmiştir. Her şey Crane'in odasına çıkıp duş almak istemesiyle başlar. Crane suyu açtığı anda eli bıçaklı Norman'ın gölgesini görür. Film duş sahnesiyle hafızalarda yer etmiş, uzun süre konuşulmuştur. Hitchcock diğer filmlerinde olduğu gibi Psycho'da da, insan psikolojisini iyi analiz ediyor ve bunu bir gerilim unsuru olarak kullanıyor.



BİZANS'IN DAMAK TADI

Bizans'ın Damak Tadı, Bizans İmparatorluğu'nun tarihi, beslenme alışkanlıkları, şarap kültürü ve beslenme takvimi üzerine yazılmış geniş kapsamlı bir kitap. Kitap Yayınevi'nden çıkan kitabın yazarı, klasik diller ve yeme içme tarihi uzmanı Andrew Dalby. Kitap, beslenmeyle ilgili görüşleri konu alan Bizans Yunanca-sı'yla yazılmış dört metnin çevirilerini içeriyor. Sekiz bölümden oluşan kitabın üçüncü bölümü Bizanslıların beslenme alışkanlıklarıyla ilgili geniş bilgi veriyor.

Bizans İmparatorluğu'nun mutfağı, kendinden önceki mutfakların bir senteziydi. Yiyeceklerde yaygın olarak Hindistan'dan ithal edilen çeşitli baharatlar kullanılırdı. Bunun yanı sıra deniz ürünlerine ve klasik Yunan yemek sanatı geleneğinden kaynaklanan, yerel taze sebze ve meyvelere önem verilirdi. Bizans şehirlerinde taze besin her zaman bulunmuyordu. Neredeyse bütün besinler mevsimlikti. Bu nedenle de halk lahana, şalgam, havuç ve bakla gibi bazı besinleri kış için kurutup saklardı. Sözelimi bakla kurutulur, tuzlanıp zeytinyağıyla karıştırılır ve yenmeden önce de haşlanırdı. Aynı şekilde kış boyunca yeşil zeytin tuzlanır ve saklanırdı. Bizanslıların beslenmesinde dini takvimin de belirleyici etkisi vardı. Halk özel günlerde beslenmesini bu kurallara göre ayarlardı. Noel yortusunda tavşan yenir, diğer büyük Hristiyan bayramı olan Paskalya'dan önce yasak olduğu için et ve diğer hayvansal ürünler tüketilmezdi.



Bizans'ın başkenti Konstantinopolis'in çarşılarında çok çeşitli et satılırdı. Özellikle de av hayvanlarının etleri... Türkiye pastırmasının bir habercisi olan kurutulmuş et, ilk kez Bizans döneminde yörenin lezzeti haline geldi.

Halkın bir diğer gıda maddesi de balıktı. Çünkü Bizans şehirleri balık açısından zengindi. Bu nedenle de Bizans mönüsünde; kefal, yağlı balık (uskumru), taze ton balığı, barbun, levrek, tırpana ve fener balığı vardı. Balık sosu ve garum denilen sıvı da Bizanslıların sevdiği lezzetlerdi. Mayalanmış balık sosu tuz yerine geçer ve aynı zamanda her yemeğe kuvvetli bir koku verirdi.

Bizanslılar beslenmelerinde meyveye de önem verirdi. Özellikle de "kitron" diye adlandırılan limon, Bizanslılar için önemli bir meyveydi. Limon, lüks bir yiyecek, ballı baharatlı bir reçel ya da kaşık tatlısı yapmak için kullanılırdı. Akdeniz meyvelerinin yeni kullanım yolları keşfedilmişti. Ayva reçeli ya da marmelatı ve ceviz reçeli yapılırdı. Meyveler arasındaki zeytin, Bizanslıların temel besin öğesiydi. Zeytinli birçok tarif vardır. Salamurası kurulmuş yeşil zeytin, sirkeye yatırılmış zeytin, tuzlanmış taze zeytin ve bal sirkesine yatırılmış yeşil zeytin... Bizans'ın bir diğer temel gıdası ekmeği. Ekmeğin pek çok çeşidi yapılırdı. Bunların manevi ve diyetetik nitelikleri farklıydı. Ekmek almaya gücü yetmeyenler, halka biçiminde kalınca dilimlenmiş arpa ekmeği yerdi.

OSMANLI'DA KURUMLAR VE KÜLTÜR

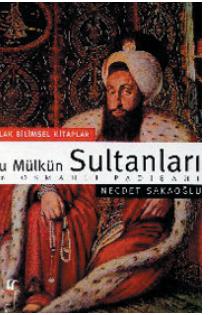
Osmanlı'da Kurumlar ve Kültür'de, Osmanlı tarihinin "klasik" denilen dönemi ele alınıyor. 19. yüzyıldan bu yana tarih, yalnız Osmanlı'da değil, neredeyse dünyanın her yerinde oldukça keskin bir kopuşla öncekinden ayrılır. Türkiye'de bugünlere yaklaştıkça tarih gitgide tartışmalı, sorunsal bir nitelik kazanır. Kitabın yazarı Murat Belge, "geçmişte ne oldu?" sorusunu göz ardı etmeden tarihin millet, din, ırk ya da bunların karışımı bir öze göre oluştuğuna dayanan ilkelere karşı çıkıyor. Kitapta, Türkiye'de tarih bilincinin olduğu noktanın, bilinçli ideolojik çarpıtmanın yanı sıra tarihe bakış açısındaki yüzeysellik ve yetersizlikten de kaynaklandığı öne sürülüyor. Murat Belge'nin bu kitabı, üniversitede tarih bölümünde öğrenim görenlerle birlikte Osmanlı tarihine ilgi duyan tüm öğrencileri hedefliyor. Kitabın sonunda yer alan karşılaştırmalı kronoloji bölümü, bugüne kadar benzer çalışmalarda olmayan özellik ve ayrıntılar taşıyor. Aynı cilt içinde 18 bölüm ve üç kitaptan oluşan Osmanlı'da Kurumlar ve Kültür için, Murat Belge "Üç K sırası" dediği bölümlere formülü bulmuş. İlk K, Kronoloji anlamına geliyor ve birinci kitabın konusunu oluşturuyor. İkinci K Kurumlar, üçüncü K ise Kültür demek.

10 YÖNETMEN VE TÜRK SİNEMASI

10 Yönetmen ve Türk Sineması, sinemaya emek vermiş usta yönetmenlerle ilgili bilmediğimiz pek çok bilgiyi kapıyor. Ertem Eğilmez, Yılmaz Güney, Halit Refiğ, Memduh Ün, Ali Özgentürk bu yönetmenlerden bazıları. Ertem Eğilmez hangi sebeple yönetmen oldu, Yılmaz Güney "Endişe" filmi çekerken hangi olaylarla karşılaştı, Erden Kıral Türkiye'yi neden terk etti, Halit Refiğ "Yorgun Savaşçı"nın yakıldığını duyunca nasıl tepki gösterdi, Memduh Ün "Zıkkımın Kökü"nü bir yıl sonra neden yeniden kurguladı, Ali Özgentürk "Selvi Boylum Al Yazmalım"ın finalini nasıl değiştirdi, Ömer Kavur film çektiği mekanlara neden bir daha gitmiyor? Bütün bu soruların yanıtlarını ve daha fazlasını kitapta bulabilirsiniz. Sinema tarihimizin çeşitli dönemlerini temsil eden 10 yönetmenin kimlerle, nerelerde ve hangi koşullarda bu büyüdü dünyaya adım attıkları; filmlerini çekerken nelere dikkat ettikleri; senaryolarını, oyuncu seçimlerini ve "motor" dedikleri andan sonra sınırlı sayıdaki günlerini nasıl planladıkları gibi birbirinden ilginç bilgiler yer alıyor. Agora Kitaplığı'ndan çıkan kitap, bu 10 yönetmenin dünyaları ve hangi kaynaklardan beslendiklerini de ortaya koyuyor.

BU MÜLKÜN SULTANLARI/36 OSMANLI PADİŞAHI

Bu Mülkün Sahipleri / 36 Osmanlı Padişahı'nda, Osmanlılık'ı temsil eden 36 padişahın yaşamöyküsü, insani yönleri olabildiğince öne çıkarılıp kaynak yapıtlardan kısa alıntılara da yer verilerek anlatılıyor. Oğlak Yayıncılık'tan çıkan kitapta Osmanlı padişahları hakkında genel bir fikir edinmemiz de sağlanıyor. Kitabın yazarı Necdet Sakaoğlu. Çocuk padişahların öyküleri, savaşçı padişahların çileli seferleri kadar ilginçtir. Dindar, savaşçı; av, eğlence, müzik, ölüm nedenleri üzerinde ilginç çalışmalar yapılabilir. Kültürümüzde padişahların yaşamlarına siyasi ve askeri açıdan bakmak geleneği yaygın. Osmanlı kaynakları temel alınarak yazılan kitapta, padişahların yaşam öyküleri için, Osmanlı tarihindeki önem derecelerine orantılı kapsamlar öngörülmemek Kanuni'nin de I. Mustafa'nın da padişah oldukları ilkesinden hareket edilmiş. Padişahlar arasında yetki kullanımı ve siyasi beceri gibi açılardan paralellik yakalamak ve kıyaslamalar yapmak zordur. Kesintisiz 641 yıl (1281-1922) süren ve 21 kuşakta 36 padişahla temsil edilen Osmanlı'nın başarı ve başarısızlıkları her zaman tartışılacaktır.



Türk Amerikan İş Konseyi ATC yıllık konferansı yapıldı

Türk (Türk-Amerikan İş Konseyi) ve ATC (American-Turkish Council) Ortak Yıllık Konferansı Washington DC'de Mandarin Oriental Hotel'de gerçekleştirildi. Bu yıl 24'üncüsü düzenlenen konferansa T.C. Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan, Dışişleri Bakanı Abdullah Gül, Sanay ve Enerji Bakanı Vecdi Gönül, Genelkurmay II. Başkanı Orgeneral İlker Başbuğ, ABD Enerji Bakanı Samuel W.

Bodman, ABD Ulusal Güvenlik Danışmanı Stephen Hadley, Kongre Üyesi ve aynı zamanda Türkiye Kafkaslar Kongresi Eş Başkanı Robert Wexler dahil olmak üzere yaklaşık 850 üst düzey kongre üyesi, devlet ve özel sektör temsilcileri ve işadamları katıldı. Savunma, Enerji, Finans, Tarımsal Sanayi ve Gıda oturumlarının yapıldığı konferansta, Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkan

nı Feyhan Kalpaklıoğlu, Tarımsal Sanayi ve Gıda oturma başkanlığını yürüttü. Yaşar Holding Bütçe-Planlama, Kağıt, Dış Ticaret ve Taahhüt Başkan Yardımcısı Dr. Mehmet Aktaş bir sunum yaptı. Türk-Amerikan ilişkilerini yeniden güçlendirmeye yönelik çalışmalar çerçevesinde daha sonra da New York'ta da çeşitli temasların gerçekleştirildiği konferans oldukça verimli geçti.



1. Uluslararası İşletme, Yönetim ve Ekonomi Konferansı

Yaşar Üniversitesi tarafından düzenlenen "1.Uluslararası İşletme, Yönetim ve Ekonomi Konferansı" Çeşme Altın Yunus Oteli Convention Center'da yapıldı. Dünya çapında çok sayıda önemli bilim adamını buluşturan konferansa, beş kıta ve 50'yi aşkın ülkeden, 500'ün üzerinde yerli ve yabancı bilim adamı katıldı.

Üniversitesi Kurucusu Selçuk Yaşar, Yaşar Üniversitesi Mütevelli Heyet Üyeleri İdil Yiğitbaşı ve Rektör Mesut Ayan'ın yanı sıra IMF danışmanlarından Michael Wickers, ekonomist Friderich Schneider ve Japon bilim adamı Takashi Hikino konuşmacı olarak katıldı.

1. Uluslararası İşletme, Yönetim ve Ekonomi Konferansı'nda Türkiye'nin ekonomik yapısı, AB'ye tam üyelik mücadelesi ve küreselleşme konuları tartışıldı.

Konferansın açılışına Çeşme Belediye Başkanı Faik Tütüncüoğlu, Yaşar Holding Onursal Başkanı ve Yaşar



Pınar'dan Türkiye'nin ilk organik sütü

Türkiye'de organik süt üretme yetkisine sahip tek işletme olan Pınar Süt, doğal ve sağlıklı yaşam alanı sağlamış ineklerden elde edilen organik sütü piyasaya sundu. Pınar Süt, Tarım Bakanlığı'nın organik tarım için belirlediği kriterleri esas alarak organik sütü 132 ayrı kontrolden geçirerek tüketicinin beğenisine sunuyor. Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili İdil Yiğitbaşı, Pınar Süt'ün pazarın tartışmasız lideri olduğunu vurguladı. Organik ürün tüketmeye önem veren tüketiciler için Pınar organik sütü piyasaya sunduklarını belirten Yiğitbaşı, Pınar organik sütün Doğan organik ürünler ile Pınar Süt arasında yapılan işbirliği sonucu ortaya çıktığını sözlerine ekledi.



Çeşme Altın Yunus Oteli'ne mavi bayrak



Turizm sektöründe ilkleri imza atan ve 30 yılı geride bırakan Çeşme Altın Yunus Oteli'ne, Avrupa Çevre Eğitim Vakfı (FEEE) mavi bayrak verdi. 50 kişilik deneyimli ekibiyle güvenlik ve donanım konusunda uluslararası nitelikteki plajı, Mavi Bayrağa layık görülen Altın Yunus Oteli, sezona büyük bir ödülle başladı. Mavi Bayrak ödülü, temiz ve güvenli bir ortamda tatilin garanti belgesi.

1. Tarım Arenası'na sponsor olduk

AB'ye uyum çerçevesinde gıda güvenliği, ihracat, finansman, su ürünleri konularının yer aldığı 1. Tarım Arenası Kongresi İzmir'de yapıldı. Organizasyona Pınar ve Çamlı Yem ana sponsor olarak katıldı.

Kongreye Yaşar Holding İcra Başkanı Hasan Denizkurdu oturma başkanı ve Yaşar Topluluğu'ndan yöneticiler konuşmacı olarak katıldı. Kongrede Pınar Gıda Grubu'nun standından www.pinarmutfağı.com sitesi tanıtımı ve aromalı süt, meyveli yoğurt tadımları yapıldı.



Yaşar Grubu'ndan Hakkari'ye destek

Yaşar Eğitim ve Kültür Vakfı, Hakkari'de genç kızların el emeği kilim sergisine ev sahipliği yaptı. Yöredeki genç kızlara maddi gelir sağlamak amacıyla 1984'de kurulan Hakkari Kilim ve İplik A.Ş.'de (HİSAŞ) çalışan 260 kişinin dokuduğu 90 kilim, Selçuk Yaşar Sanat Galerisi'nde sergilendi. Sergiden elde edilecek gelir, kentte çalışmak için bekleyen 300 genç kız için yeni kurslar açılmasına imkan sağlayacak. HİSAŞ Genel Müdürü Aziz Akın, Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Feyhan Kalpaklıoğlu'nun sergi için kendilerine verdiği desteğin ürünlerinin tanıtımı ve pazarlanması açısından çok önemli olduğunu belirtti.



Altın Yunus Galerisi'nde Yaz sezonu sergileri



Sezonu Müjgan İşler sergisiyle açan Çeşme Altın Yunus Sanat Galerisi, şimdi de Cuma Ocaklı'yı Yeniden Doğa (Gül Hatmiler) adını verdiği sergisiyle konuk ediyor. İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Resim Ana Sanat Dalı'nda "Sanatta Yeterlilik" alan Cuma Ocaklı, birçok ödüle de sahip. Sanatçı, yurt içi ve yurtdışında açtığı sergilerin yanı sıra pek çok grup ve karma sergide de yer aldı. Çeşme Altın Yunus Sanat Galerisi'ndeki sergiler yaz sezonu süresince devam edecek. Cuma Ocaklı'nın ardından Bekir Sami Çimen'in sergisi de sanatseverlerin beğenisine sunulacaktır.

Kalpaklıoğlu şirket deneyimlerini paylaştı

KALDER'in İzmir'de gerçekleştirdiği "6. Mükemmeliği Arayış Sempozyumu"nda Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Feyhan Kalpaklıoğlu "Kurumsallaşma ve Aile Şirketleri Nereye Kadar" konulu oturuma konuşmacı olarak katıldı.

60 yıllık geçmişi ile Yaşar Topluluğu'nun dünyadaki gelişmelere bağlı olarak değişim gösterdiğini belirten Feyhan Kalpaklıoğlu, holding bünyesinde kurumsallaşma hareketinin çok eskilere dayandığını söyledi. Kalpaklıoğlu, "Yaşar Topluluğu'nda halka açılmalar, yabancı şirketlerle ortaklıklar nedeniyle kurumsallaşma çalışmalarımıza çok erken başladık. Danışmanlık hizmeti olarak görev tanımları ve görev içerikleri yeniden yapılandı. Bütün çabamız markamızı ve topluluğumuzu kişilerin özelinden çıkarıp, süreklilik kazandırmaktır" dedi. Kurumsallaşma ve aile şirketlerinden kurumsal şirkete dönüşün paylaşıldığı oturumda, şirketlerde kurumsallaşma kapsamında eşitlik, şeffaflık, hesap verilebilirlik kriterlerini içeren iyi yönetim uygulamaları tartışıldı.



Forum İstanbul 2005'e yoğun katılım

Pınar Gıda Grubu Swissotel'de gerçekleştirilen Türkiye'nin değişimi ve Avrupa Birliği sürecinde Türkiye konularının konuşulduğu "Forum İstanbul 2005'e" sponsor oldu. Organizasyona Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Ali Babacan, Kemal Derviş başta olmak üzere birçok siyasetçi, işadamı ve Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Feyhan Kalpaklıoğlu, Başkan Vekili İdil Yiğitbaşı katıldı. Türkiye'nin geleceği ile ilgili önemli oturumların gerçekleştirildiği ve gündem başlıklarının tartışıldığı Forum İstanbul 2005 büyük yankı uyandırdı.



DYO 31. Resim Yarışması İzmir Sergisi

DYO 31. Resim Yarışması'nda ödül alan ve sergilenmeye değer bulunan eserler İzmir Devlet Resim Heykel Müzesi'nde sergilendi. Eserler daha önce İstanbul, Adana, Diyarbakır, Ankara, Kayseri illerinde sanatseverlerin beğenisine sunuldu.

İzmir Valisi Yusuf Ziya Gökkuş'un da katıldığı 31. DYO Resim Yarışması İzmir Sergi açılışında konuşma yapan Yaşar Holding A.Ş. Onursal Başkanı Selçuk Yaşar ilk özel resim yarışması olan DYO Resim Yarışmalarının, bugün Türkiye'de tanınmış pek çok sanatçı için bir başlangıç olduğunu vurguladı.



DYO'nun akıllı boyası hayatı kolaylaştırıyor

Yaşar Boya ve Kimya Grubu, nanoteknoloji ile ürettiği boyaları piyasaya çıkarıyor. Yaşar Holding İcra Kurulu Başkanı Hasan Denizkurdu, DYO'nun yeni ürünlerinin tanıtımı nedeniyle düzenlenen toplantıda Nano'nun kelime anlamının, herhangi bir fiziksel büyüklüğün milyarda biri anlamına geldiğini ve nanoteknolojinin 10 yıldır sivil, askeri, bilimsel teknoloji stratejilerini belirler hale geldiğini söyledi. Denizkurdu, bu teknolojinin sanayi devrimine eşde-

ğer bir bilimsel ve teknolojik devrim başlattığını dile getirdi. "Yaklaşık bir yıldır nanoteknoloji üzerinde çalışıyoruz. Nanoteknoloji ile ürettiğimiz boyalar, aynı zamanda akıllı boyalar. Dış cepheyi boyuyorsunuz, yağmur ve güneş ışınları kirlenen binayı temizliyor" dedi. Yaşar Holding Boya ve Kimya Grubu Başkanı Ahmet Yiğitbaşı da DYO'nun 2004 yılı itibarıyla 264 milyon dolar ciro elde ettiğini ve Türkiye'nin boya üretiminde üçte birini gerçekleştirdiklerini söyledi.



Quality of life

Pınar, as you well know, is one of the most valuable brands of Yaşar Group. In 2005, Pınar celebrates its 30th year. Though 30 years represents youth, it is also a sign of a certain maturity.

In the recent years we are introduced to new concepts; for instance "wellness", taken directly from English. To be good, to live good, to stay healthy... When we look back, just 20 years ago, we did not give so much importance to living healthy, being good... Nowadays, we started to carry out and follow these new concepts in our lives more and more. Without thinking why and how they developed, I believe these concepts reached the importance they deserve in the everchanging conditions of the new era. I know that we owe this development to the ones that carry it to the agenda and to the conscious consumers. The rise of technology, the increase in the level of education, the rise of economic welfare, globalization... The cure to merciless illnesses can be found, effects of aging can be delayed... Of course it is hard to think that the consecutive changes and developments both in the fields of technology and medicine can make our lives more valuable unless there is any rise of value given to human being. We cannot wait for the governments and governing authorities to bring new concepts and quality to our lives. As consumers we, all the non-governmental organizations and the industrialists working in the food sector should carry out our responsibilities. Pınar, as you well know, is one of the most valuable brands of Yaşar Group.. Pınar celebrates its 30th year in the sector. For the past 30 years, we have given high priority to food safety. We know that our brand is in every kitchen. We reach variety of consumers with various products; yogurt, milk, cheese, water, fruit juice, turkey,

veal and hundreds of safe products that reached world standards. Developments in technology and economy introduced us with issues that threaten our health. Informal economy, economic crisis, nonexistence of controlling mechanisms and various other reasons made food, that is produced under improper conditions, a part of our lives. Supply chains have become so complicated that it has become very crucial to offer safety and quality to the consumer as well. European Union has allocated a budget of EUR 800 million within 6. Framework Program. The aim is to support the research to obtain environment friendly manufacturing technologies, and assist in the evaluation of safer and healthier distribution channels of nutrients of a wider variety. We also observe increasing concern in food safety and quality in our country. Since 2000, there are approximately 70 regulations in the Turkish Food Codex. The research for even healthier food drives consumers to organic food. Currently in Turkey, agricultural areas of organic food have reached to 254,400 acres. Aegean Region has a 39 percent share within the regional dispersion of organic farms. However, organic farming still has a very low food variety. Yet the organic food definition is limited only to dry fruits. Pınar sets the precedent once again by starting to produce organic milk and it is certified by international certification agency; Institute for Marketecology.

Life is very good. But remember, we are the ones to make it good. We should take control of our life and social life. Our life will be more colorful and qualified with the value we give to it.

I wish you a safe and healthy life. My warmest regards...



Feyhan KALPAKLIOĞLU
Chairman of the Board

“Turned out to be a professional beggar!”



What kind of a passion is it to devote your whole life to one job and do the same thing for more than 50 years, always feeling the first day's enthusiasm? Yildiz Kenter has this passion. She has spent 50 years of her life for the art of theater and her expectations from life has not ever changed: "The only important thing is; the curtains are open, and the theater is not closed!" She has struggled for that for years. During this hard work, she shines on stage and television with her usual elegance, grace and beauty.

Kenter says, "If I were not an actress I would be unhappy. Actually I became an actress and I still became unhappy, but I caught happiness during the course. That's some sort of a hard to reach and express happiness. They were fairly little, but beautiful". According to Kenter, the scarcity of theater audience is due to preferring easier things. However, being a theater audience requires discipline. Struggling for years to keep her theater alive, Kenter says that by sponsorships she tries to overcome the main obstacle of money and that turns her out to be "a professional beggar".

Atlas of Bottom Fishes



There are 310 species of bottom fishes in our seas. This points to the fact that 68% of the fish species in Turkish waters are bottom fishes. Until recently there was insufficient reference regarding detailed information and photographs about the bottom fishes that live in our waters. In order to prevent this insufficiency, "Atlas of Bottom Fishes in Turkish Waters" has been prepared by Ankara University Lecturer Prof. Dr. Alp Can and Ege University Research Assistant Dr. Murat Bilecenoğlu. It took six years for the book to be put together with photograph and research notes.

By diving 237 times in 91 different points the team took 386 hours of underwater scenes. During this process 7500 photographs were taken and films of 78 species of bottom fishes living in between 0-50 meters depth were captured. In the book, 321 of the photographs were used. Since the bottom fishes often recede to shallow regions to lay eggs between May and July, their underwater images were taken between May and September. For the missing fish species, archives of the underwater photographers were used.

“I miss the innocence”



We spoke with Tolga Örnek, who became well-known with documentary films of Atatürk, Hitsit and Gelibolu and is a pioneer in the field of local documentaries being displayed in motion-picture theaters. Örnek says that there is a high potential in Turkey for the documentaries and when there is qualified work, people are curious and are pleased with watching it. According to Örnek, documentary films force the director to be more creative since there are limits, but with dramas you are free to do anything. So, Örnek's next project will be a drama and he is eager to challenge himself in this new field. Örnek says that his first documentary film Atatürk, which was produced 10 years ago, has a special meaning for him and remembering that excitement and the days he has only considered making "the film", he misses that innocence.

When subject comes to commenting in documentaries, Örnek mentions, "Commenting is peculiar to human being. Of course there is a limit to this. During the course of filming, the process of comments, the details of comments and the means appear".

“It is not possible to be abstracted from trends”

For Yasemin Arpaç and Sabahattin Emir, getting people and places together, reflecting the soul of a place and providing an identity for the place is a passion that cannot be abandoned. Arpaç and Emir are two young partners of Ofist, interior decoration and design office. For a long time Arpaç and Emir worked together in various companies. Then in 2004 they founded Ofist and shortly afterwards, they became popular in home, office and store decorations. They mention the biggest advantage of being different genders is reflecting this difference to designs as synthesis. They say that they fulfill the deficient parts of each other and abolish the disadvantages of a single point of view. They point to the fact that culture of interior decoration, design has not yet been well established in Turkey and people give priority to being well-known or awarded in choosing an architect. According to Arpaç and Emir the main factor is the well acquaintance of the customer and architect. They believe that the positive and negative affects of a relationship between the customer and the architect is reflected on the design as well, and they continue, "If we cannot make fine music together with the customer, we prefer not to continue. Other than trying to convince the customer, you should work with him/her in case he/she likes the design. It can be much more convenient to say 'we are not the right address for you' instead of constantly trying to convince the customer. A good balance is a must."

Arpaç and Emir tell about the main difference between home and office design: "Talking about the inner organization of a residency means we are actually talking



about the life of a person. So you should organize that person's life, gain the shape and colors he/she likes. However it's impossible to think like him/her. Although you get the data from that person you say 'Sleep here, eat there'. In business offices, the aim and the customer needs are obvious. Material to be sold and the target audience shape the structure of design automatically, anyway. In businesses there is rational criterion. Residences have more subjective, variable design options which are dependant on the person".



Turkish Dishes of Foreign Nationality



Maximilian Thoma, German chef of Ataköy Crowne Plaza lives in Turkey since 1993. Thoma initiated the modernization of Turkish kitchen by cooperating with Turkish cooks in the founding stages of National Team of Turkish Cooks. In a short term, Thoma became a popular cook with his dishes that look like an artist's work of art and his modern approach on classical Turkish dishes. On the other hand a great number of his students rewarded in international contests support the publicity of Turkish Cuisine throughout the world. Thoma prefers Turkish cuisine to all other cuisines and he aims to open his own restaurant in a few years. Thoma, who thinks that Beyti Restaurant is a sample of classic restaurant says, "To remain as one, the key factor is that the restaurant should always keep its quality. Besides, to be here to stay you should cook like a mother. Mothers mix love into their dishes. I would like to cook like a mother in my own restaurant. Moreover a restaurant should recognize its customers very well; what the customer prefers, what he/she can afford, what he/she likes should be paid attention to".

Can We Live Together?



During the adaptation process of Turkey with Europe, a harmonious co-existence of Turkish and European people, who in fact have very different cultural backgrounds and traditions, is aimed.

Prof. Dr. Nedret Kuran Burçoğlu has been working on semiology for 15 years and she defends that Turkey has the ability to easily adapt to the European lifestyle since Turkey still remains the aspects of the Ottoman lifestyle, and is accustomed to such differences. Mentioning that compared with the things we will gain from Europe, we have lots to give, Burçoğlu adds; "Majority thinks that by European Union membership Turks will rush in Europe in no time. On the contrary, Europe will be coming to Turkey. Europe, if it is willing to use the power of Turkey, should not miss the train. It's meaningless to constrain Turkey any longer."

Burçoğlu mentions the importance of the will to live together before anything else and goes on, "Both parties should give up some kinds of habits like those in marriages. We have to leave prejudices behind. Cause

otherwise it is impossible to live together. During the process objectivity and goodwill is important. Common background can be found and it is possible to live in harmony if there is determination and willingness. This is why it is called the adaptation process, because it is impossible to adapt immediately. "

"Before anything else, we should put enacted laws of adaptation in effect. We need a change of mentality. We are not fully conscious of our history and values. We should look back into our history in better ways and stand forth as a protector of our values. When we change our point of view and have a positive grasp we can easily complete the adaptation process. The majority is fully aware that Turkey works hard to be a member of the European Union. In the European press Turkey is on the headlines quite frequently. Particularly in the Middle European countries there is news about Turks on the papers, although previously it was just the contrary. The more positively Turkey is reflected in the European media, the easier the society gets adapted to us."

“Do prevent fire, instead of putting it out”

Turkey has gone through tough economical and political era in the last 20 years. For years Turkey has been one of the countries that actually paid the highest interest rates. Besides, it is possible to say Turkey became historic, due to high inflation rate that lasted for many years. Moreover, geographically Turkey is surrounded by instable countries that have major regional problems. Regional problems are always on the agenda. According to many people Turkey is called to be the strategic region in the midst of “the boiling cauldron”.

Dr. Yılmaz Argüden, the chairman of the board of directors of ARGE Consultancy, thinks that these adversities of the past led Turkish people make plans for the short term. In other words in a country where actual interest rates are around 15-20%, how can a person make plans for the coming 10 years? How all these and the current conditions of Turkey affect Turkey and Turkish people? What kind of steps does Turkey take to shape the future? What do the other countries do?

According to Argüden, the author of “Shaping the Future”, Turkish society became more opportunist, more beneficiary but less strategist and short term planner due to the economic and political instabilities and adversities of the past. Unless we make an important conceptual advance, change our point of view, we will not be able to adapt sufficiently to the ever changing conditions and take advantage of them, as well. Turkey should change its stance from “putting the fire out” policies to more proactive ones.

Argüden says, “Environmental conditions, systems that we have developed up to now and attitudes we have regarded as success, need to change. That’s why I wrote this book. Because I observed that when we look at Turkey and the world from a certain distance, creating distinct abstract thoughts can bring enormous benefits to Turkey” and he goes on, “We see that this gradually takes place in certain sections. For instance; many Turkish firms are among the most successful companies in Russia and the surrounding countries. To be an authority in the world involves investing in certain fields and planning for the long term. For a person without imagination and broad horizon it is impossible to get a favorable result. Here I say, ‘we shall not restrict our horizon only with Turkey’. We shall start creating ideas both for our region and Euro-

pe and the world; not solely for Turkey.”

When we discuss shaping our future, Argüden says; “I think Turkey has a great potential on the topic, but only a small part of that capacity is in use. In fact there is a splendid aggregation of knowledge, experience and creativity but we are lacking the will to carry these to the current day. Secondly we are deprived of approaches to present these to the world. We are a society that always reacts, whereas we must become a pioneering society. In other words I am trying to say that we have a long way to go. Currently Turkey seems closer to take part in a future shaped by others. But, of course it is possible to change and transform this situation. Thus, I am talking about a conceptual revolution”.



To be a brand is a matter of talent



Nur Akgerman, who quit her job at Beymen and established AK’S International Retail Consulting and Marketing Services, is a consultant of concept creation and marketing. Akgerman says that an original idea and concept, accurate communication and advertising is necessary to be a brand. Akgerman emphasizes the necessity of staying away from imitation during the course of being a brand name, as well. Saying that Turkey could not complete its mission of being a brand yet, Akgerman adds, “We have everything but we are not at the same level with the worldwide brands to compete. Not every investor can become a brand. With accurate strategy and patience the process is finalized. Consumers prefer the brands they feel they belong to with an inclination of identifying themselves with the brand. The brand succeeds as long as the values of the consumers and the brand are tied to each other strictly. This is why advertising should be made with respect to the target consumers. Today shopping is controlled by desires other than necessities. Therefore desires should be determined accurately and you should arouse interest”.

Life is Like Dancing



According to Prof. Dr. Osman Müftüoğlu accurate nourishment, regular physical exercise, adequate sleep and mental life of low-level stress are the key factors to healthy life. However it’s impossible to plot human life solely on physical health. Saying that physical and mental harmony has an extraordinary capacity of protecting and repairing health, Müftüoğlu continually mentions the concept of life quality. Indicating that life should be as amusing as dancing Müftüoğlu says, “Including kindness and health to your daily life will make you enjoy your dance with life and help you achieve life quality”.

Müftüoğlu carries out in his own life most of the “does and don’ts” he tells about nourishment and life quality and he mentions he enjoys the pleasures of life deliberately and temporarily. About weight control he says, “Turning over to natural nourishment, reducing calorie consumption and increasing physical activity is a must. By a doctor’s and psychologist’s support, you can change all your eating habits, have an accurate nutrition program and solve all your problems.”

Most Exceptional Classics of the World



Cengiz Artam, chairman of board of directors of Sabri Artam Foundation (SAV), brought together his 130 cars that he has been collecting since 1985 in Sabri Artam Automobile Museum.

In 1985 Artam purchased his first classical car; a 1964 make a tarp Chevrolet. In the beginning he has aimed to fix the classical cars he has purchased. However, as the number of the cars grew, he could not control his passion for a collection. Thus he has gathered together the automobiles he collected since 1985. While Artam added new cars to his collection, he also carried on negotiations with the automobile lovers living abroad. He devoted himself to his collection since his professional life slowed down. He attended quite a few organizations out of Turkey and bought new cars as there are not many classical cars here. Since visitors from abroad and Turkey began to show interest in the cars in the mid 90’s, Artam decided to establish a museum. Artam proudly exhibits his 130 cars, 90% of which are brought from abroad and had accompanied history and important people.