

Yeni yılın yeni kapılar açması dileğiyle...



Kapıların açıldığı yeni bir yıl...



Hasan Kondu

Kondu Grup Yönetim Kurulu Başkanı

Ajans, yayınevi,
matbaa, kâğıtçı...
Aynı gemideyiz ve bu
geminin seyrinde
gitmesi için büyük bir
aile olduğumuzu
unutmamamız lazım

Yaşamımız boyunca kimi özel kimi iş hayatımızla ilgili nice kararlar alıyoruz... Kararlar alırken de önüne bir zaman eşiği koymaya meyilli çoğumuz. “Şu sömestr tatili bir geçsin, ikinci dönem derslere çok daha fazla çalışacağım”, “Bahar bir gelsin spor yapmaya başlayacağım”, “Bu işten alnımızın aklıyla bir çıkalım, ekibi genişleteceğim”, “Bu yaz kesin sigarayı bırakacağım”... Böyle uzayıp gidiyor liste. Karar almak, hele ki bizim insanımız için, çok da zor değil; hatta itiraf etmeli ki çok kolay ve zevkli. Oysa önemli olan, bir kararı “almaktan” çok “uygulamaya geçirebilmek”...

Yeni yıl da birçok insan için böyle önemli kararların hayata geçmesi için belirlenmiş eşiklerden biri; belki de en sık başvurulanı...

Takvim yapraklarında artık 2010 yazıyor... Kaçımız kendimize verdiğimiz sözleri tutabildik acaba? Kaçımız karar verirken duyduğumuz heyecan ve kararlılığı sürdürebildik?

Mega Basım olarak bir önceki yıl biz de bazı sözler vermiştik kendimize. Yılsonu değerlendirme toplantımızda gördük ki yaşanan küresel krize rağmen kararlarımızın birçoğunu hayata geçirebilmişiz. İyi takımlar zor zamanlarda belli olur. Zor geçen süreç ortaya çıkardı ki Mega Basım ve Pasifik Ofset çalışanları olarak gerçekten iyi bir takımız. Tüm çalışma arkadaşlarımızı geride bıraktığımız zor günlerdeki güçlü ve üretken duruşları nedeniyle kutluyorum.

2010’u da yeni kararlarla karşıladık... Müşterilerimizin memnuniyeti adına uygulamaya geçireceğimiz planlarımız var. Henüz yeni yılın başındayız; ama bu kısa süreye karşın sözlerimizi tutmaya başlamış olmaktan da gurur duyuyoruz. Hizmet verdiğimiz ajansların grafik servislerine, kendi ortamlarında verdiğimiz “eğitimleri” uzun zamandır bir sisteme oturtmayı planlıyorduk. Katılımın artması, eğitime konu olan başlıklara dair örnek işler sunulması ve sonrasında eğitime katılanların baskı tesislerimizde üretim araçlarını yakından gözlemleyebilmesi adına bu uygulamanın faydalı olacağını düşünmüştük. Timaş Yayınları, Kaynak Yayınları ve Gong İstanbul Reklam Ajansı ekiplerinin katıldığı Mega Basım’da gerçekleşen ilk eğitim, tahminlerimizin doğru olduğunu kanıtladı. Baskı Öncesi Servis Şefimiz Abdülkadir Güler, katılımcılara baskı öncesi hazırlık sürecinde dikkat edilmesi gereken noktaları tüm detayları ve örnekleri ile anlattı. Eğitimlerimiz sürecek.

Yenilenen araç filomuz, fuarlara katılımımız, süren personel eğitimlerimiz hızlı başladığımız yılın ilk meyveleri arasında.

Biz kararlarımızı hayata geçirmeye devam edeceğiz. Sizlerin de aldığınız kararları hayata geçirme kararlılığında olacağınıza inancımız tam. Hep birlikte üretmeye devam edeceğiz. Ajans, yayınevi, matbaa, kâğıtçı... Aynı gemideyiz ve bu geminin seyrinde gitmesi için büyük bir aile olduğumuzu unutmamamız lazım.

Umutsuzluğa yer yok. Kapılar açılacak, bizler o kapılardan girdikçe önümüzde yeni kapılar açılacaktır. Kapağımızı süsleyen özel kesim “kapı” uygulaması yeni yıl için hepimiz adına dileğimizdir. Tüm kalbimizle hepimizin önünde nice güzel kapılar açılmasını diliyoruz.

içindekiler



3	Haberler
6	Röportaj Altan Öymen
10	Mega Röportaj Dursun Amca
12	BASEV Aysan Şakar
14	BirDost Ajans Kenan Acar
16	Tanıtım Pasifik Ofset
18	TİMAŞ Osman Okçu
22	Gezi Safranbolu
26	Makale Murat Şaylan
30	Teknoloji
32	Kültür-Sanat
34	Personel Haber
36	Karikatür

Kapakta kullanılan baskı teknikleri



Baskı: 4 renk cmyk baskı
Laminasyon: mat selefon, kumlu efekt lak
Cilt: dış kapak- iç kapağa bölgesel sıvama uygulaması ile
birleştirildi, dış kapak özel bıçak kesim

İç sayfalarda 170 gr/m2 E-Coat Satin,
İç kapakta 250 gr/m2 Trucard 2 Mat,
Dış kapakta 250 gr/m2 E-Coat Satin kağıt kullanılmıştır.

İmtiyaz Sahibi

Kondu Grup adına
Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Kondu

Yazı İşleri Müdürü

Müberra Kondu

Yayın Kurulu

Hadi Kondu, Murat Şaylan,
Betül Kondu, Zekeriya Barışkan

Yayına Hazırlayan

Gong İstanbul
www.gongistanbul.com

Yayın Yönetmeni - Serdar Erbaş

Grafik Uygulama - Serhan Sürücü

Sorumlu Editör - Tolga Üyken

CTP, Baskı, Cilt:

Mega Basım
Cihangir Mah. Güvercin Cad.
No: 3/1 Baha İş Merkezi A Blok
Haramidere - İSTANBUL

Tel: +90 212 412 17 00

Faks: +90 212 422 11 51

info@mega.com.tr - www.mega.com.tr

KONDU GRUP'un sosyal paydaş dergisidir.



Frankfurt'ta Mega da vardı

Mega Basım ve Pasifik Ofset olarak, dünyanın en prestijli yayıncılık fuarlarından Frankfurt'ta yerimizi aldık. Standımızda sergilediğimiz ürünler büyük ilgi görürken, Avrupa standartlarını yakalayan teknoloji anlayışımızla Türkiye'yi temsil ettik

Dünyanın en prestijli kitap fuarlarından Frankfurt Kitap Fuarı'nda geleneği bozmadık ve bu yıl da Türkiye'yi temsil eden firmalar arasında yerimizi aldık. Geçen yıl Türkiye'nin Onur Konuğu olduğu fuarın baş rolünde bu sene Çin yer alıyordu. 14-18 Ekim tarihleri arasında 61'inci düzenlenen fuarın açılış törenine Almanya Başbakanı Angela Merkel de katıldı. 100 ülkeden yaklaşık 7 bin 300 firmanın bulunduğu fuarda Mega Basım standında bulunan kitaplarımız tüm ziyaretçilerin büyük ilgisini ve beğenisini topladı. Fuarda konuşma yapan Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürü Aytekin Yılmaz, geçen yılki rekor katılımın ardından bu yılki katılımdan da memnun olduğunu söyledi. Yılmaz, krize rağmen yayıncılık sektörünün güzel işaretler verdiğini belirtirken, yürüttükleri Türk Edebiyatını Dünyaya Açma Projesi (TEDA) sayesinde 600 eserin yabancı dillere çevrilerek dünyanın farklı ülkelerindeki okuyuculara ulaştırılacağını ifade etti. Fuara, İlber Ortaylı, Mario Levi, Ayşe Kulin gibi yazarlar katıldı.



Sayılarla Frankfurt Kitap Fuarı

290.946: Toplam ziyaretçi.
10.000: Toplam basın mensubu.
172.000: Metrekare olarak fuar alanı.
401.923: Toplam yayın sayısı.



Arşiv Sorumlusu Nafiye Özel, her sabah hummalı bir çalışmayla yeni gelen numuneleri düzenliyor.



İtinayla saklıyoruz

6 bin'i aşkın numunenin bulunduğu arşiv departmanımızda, birçok matbaada bulamayacağınız bir düzen içinde ürünlerin yanı sıra bıçaklar, ozalitler ve CD'ler de saklanıyor

Mega Basım ve Pasifik Ofset'in Haramidere'deki tesislerinde her sabah tatlı bir telaş yaşanıyor. Sabahın erken saatlerinde arşiv sorumlusu Nafiye Özel'e gelen ürünler büyük bir titizlikle düzenleniyor. Numuneler dışında, ozalit kontrolleri, iş dokümanları, provalar, hepsi kayıt altında tutuluyor.

Mega Basım ve Pasifik Ofset'in arşiv departmanının en önemli özelliği, yapılan işlerin bıçaklarının ve CD'lerinin de saklanması. Özellikle bıçakların saklanması, hem müşteri açısından hem de Mega Basım açısından büyük avantaj sağlıyor. Arşiv bölümü, bunların dışında ozalitleri de saklıyor. Yurt dışına yapılan işlerin ozalitleri üç ay, yurt içine yapılanlar da bir ay kayıta tutuluyor. Repete baskılarda, ürün numarasından bıçağına kadar her şey bulunabiliyor. Arşivimizde 6 bin 282 numune kaydı var.

YKY'den 3 bininci kitap

Kazım Karabekir - Günlükler adlı kitap ile birlikte Yapı Kredi Yayınları 3 bininci kitabına imza atmış oldu

Beyoğlu'ndaki Yapı Kredi Kültür Sanat Merkezi'nde gerçekleştirilen kutlamada 3 bininci kitap unvanına sahip kitabın Kazım Karabekir Paşa'nın Günlükleri olduğu açıklandı. Kokteyle, Kazım Karabekir Paşa'nın kızları ve torunları, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Ömer Koç, YKY Kültür Sanat ve Yayıncılık A.Ş. Genel Müdürü Tülay Güngen, Yayın Yönetmeni Raşit Çavaş ve başta Yaşar Kemal olmak üzere birçok yazar katıldı. YKY'nin bu mutlu gününde biz de Pasifik Ofset ailesi olarak yerimizi aldık. Gecenin düzenlenmesine vesile olan eser, Kazım Karabekir'in 1906 ile 1948 yılları arasında tuttuğu günlükleri içerirken, döneme dair çok önemli bilgiler barındırıyor.



YKY'nin mutlu gününde Pasifik Ofset de oradaydı.

Araç filomuz yenilendi

Mega Basım ve Pasifik Ofset, alınan işi hakkıyla yaptığı gibi, zamanında ve sağlam olarak ulaştırmakla da görevli. Konunun gizli kahramanı sevkiyat filomuz yenilendi

Birinci önceliğini müşteri memnuniyeti olarak belirleyen Kondu Grup, şirketin adını her alanda zirveye yazdırma konusunda kararlı. Bu istekten hareketle, işe son noktayı koyduktan sonra müşterilerimize ulaştırana kadar çok önemli bir aşama daha bizi bekliyor.

Beş kamyonet, dört otomobil ve bir motosikletten oluşan sevkiyat filomuz, yer, zaman ve hava şartları ne olursa olsun ulaştırma görevini en hızlı ve en güvenli şekilde gerçekleştiriyor.

Sevkiyat Sorumlusu İbrahim Çelik görevlerini şöyle özetliyor: "Görevimizi yerine getirirken şirketin adına yakışır şekilde hareket ederiz. Daha da önemlisi bir çalışan gibi hissetmeden, müşteriye gelebilecek en ufak zararın kendimize yapılmış olacağını düşünürüz." Sevkiyat çalışanlarımız Murat Dinçer, İbrahim Yazıcıoğlu, Hakan Özdemir, Yusuf Güzeltaş, Muzaffer Kabakçı ve Mehmet Ak istediğiniz yerde istediğiniz zamanda bulunmak için "hızla" çalışmaya devam edecekler.



Yağmur, çamur, kar, tipi sevkiyat filomuz için bahane değil.

BASKI ÖNCESİ ŞEFİNDEN FAYDALI BİR EĞİTİM

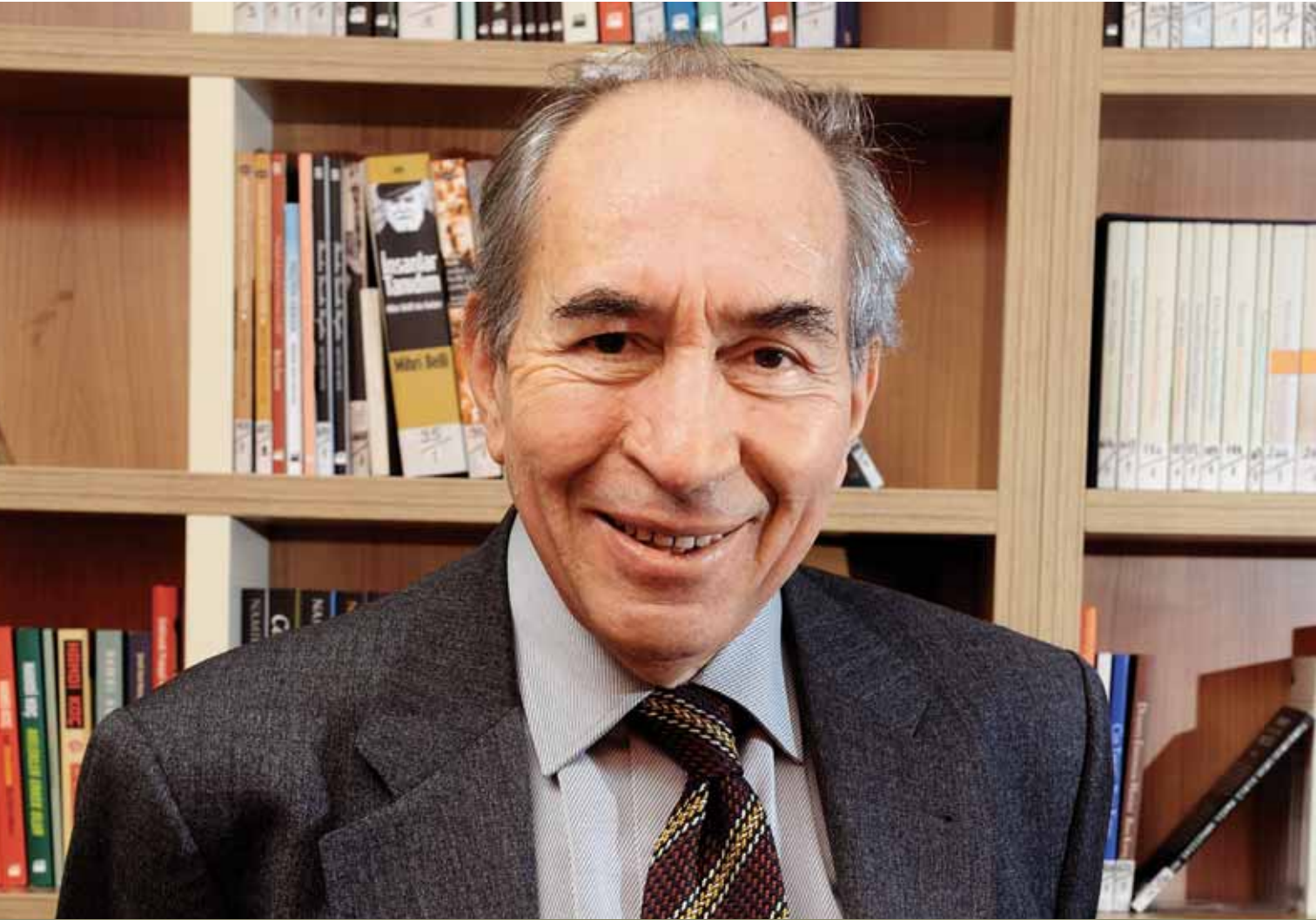
Mega Basım Baskı Öncesi Şefi Abdülkadir Güler eğitimliğinde gerçekleştirilen eğitimlerin bir yenisi Mega Basım tesislerinde yapıldı. Timaş Yayınları, Kaynak Yayınları ve Gong İstanbul Reklam Ajansı grafik servisi çalışanlarının hazır bulunduğu eğitimde baskı öncesinde dikkat edilmesi gereken noktalar teorik ve örnek işler üzerinden katılımcılara anlatıldı. Eğitimde öncelikle yayın sürecinde kullanılan programların tanıtımları yapıldı. Ayrıca yayınevi-ajans grafik servisleri ile matbaaların baskı öncesi servisleri arasında yaşanan sorunlar anlatıldı. Daha sonra, bu sorunların en aza indirilmesi adına dikkat edilmesi gereken mesleki ayrıntılar sıralandı. Soru cevap bölümünde katılımcıların tüm sorularının yanıtlanmasının ardından tesislerimizi gezen konuklarımıza Kurumsal İletişim Sorumlusu Zekeriya Barışkan, baskı süreci hakkında bilgi verdi.



Türk siyasi tarihinin saygın ismi Altan Öymen

Röportaj: Tolga Üyken • Fotoğraflar: Yavuz Meyveci

Gazetecilikte 50 yılı aşkın bir tecrübe, tadına doyum olmayan bir kalem ve Türk siyasi geleneğine hakim olan öfkeden uzak, saygılı tavrıyla her kesimden insanın takdirini kazanan bir politik hayat... Daha birçok olumlu ifadeyle tanımlanabilecek ünlü gazeteci Altan Öymen'in, 1950'lere ışık tutan Öfkeli Yıllar adlı kitabı çıktı



Tarih 31 Aralık 2005. Yer, Radikal Gazetesi' Bu satırların yazarı, o dönem Radikal Spor Servisi'nde muhabir ve bir yılbaşı akşamı bir an önce binadan ayrılmanın hesaplarını yapıyor. Saat akşam 10'u gösterdiğinde çıkmak için hazırlanırken, ofiste kendisinin dışında yalnız bir kişinin kaldığını fark ediyor: Altan Öymen. Tecrübeli gazeteci de palto-sunu giymiş, iş yerini terk etmek üzere. Derken, ağır adımlarla genç muhabirin yanına geliyor, elini uzatarak "Mutlu yıllar dilerim" diyor.

Altan Öymen, bir yılbaşı akşamı geç saatlere dek çalışacak kadar işine tutkuyla bağlı bir gazeteci. "Öfkeli Yıllar"da Öymen, Türkiye'nin çok partili döneme uyum sağlamaya çalıştığı 1950'leri anlatıyor. **Tesislerimizi ziyaret eden Öymen, matbaamızın ortamını, özellikle baskı sonrası departmanında ürünlerin çıkışını Bach'ın senfonisiyle karşılamamızı hayranlıkla izledi. Doğan Kitap'tan çıkan eserin basımını gerçekleştirerek, böylesine yetkin bir yazara yolculuğunda eşlik etmek, Mega Basım için büyük bir gurur kaynağı.**

Türkiye'de rengi, siyasi görüşü, duruşu belli bir isimsiniz. Ancak Türkiye siyasi geleneğinde pek rastlanmayacak şekilde her kesimin saygısına mazhar olduğunuzu da söylemek gerekir. Bunu nasıl yorumluyorsunuz?

İnsan kendisi için böyle bir iltifata ne söylemeli bilmiyorum ama öncelikle çok teşekkür ederim. Ben de aslında galiba her kesime saygıyla bakma özeni içindeyim. Ne kadar değişik fikirlerde bulunursak bulunalım anlayış gösterme eğilimindeyim. Bunu planlı bir şekilde yapmıyorum ama hiç onaylamadığım görüşleri savunanlar da "Acaba bu görüşe nasıl geldiler?" diye merak uyandırır bende. Bazı kanaatlere nasıl vardıklarını anlayamasam da, yine de düşünme şekillerini algılamaya çalışırım. Bazen anlayamam tabii ki... Eğer o dediğiniz durum bir ölçüde doğruysa, denir ya "Her şey karşılıklı".

Peki Türkiye'ye hakim olan siyasi ortamda neden böyle büyük bir öfke var? Eğer "Öfkeli Yıllar"a da atıfta bulunacak olursak...

Eleştirmeye çalıştığım şey o zaten. Elbette politikanın içinde kızgınlık olur, zaman zaman söylenmemesi gereken sözler söylenir ama artık her konuşmada neredeyse aynı öfkenin hakim olması, normal bir durum değil. Bu 1950'li yıllarda da oldu. Öfke çoktu; ama bunun bir mazereti vardı öfkeli olanlar için. Tek parti döneminden çıkmış, demokrasiye geçilmişti. O dönemin tüm siyasetçileri, Demokrat Parti'nin içerisine girenler de, tek parti döneminde iktidarda bulunan Cumhuriyet Halk Partisi içinde olanlar da, hepsi otoriter dönemde yetişmişlerdi. O dönemde yetiştikleri için tahammülleri azdı karşılarındakilere. Hele eleştirilmeye hiç tahammülleri yoktu. Tek parti döneminde eleştirilmezdi siyasetçiler. Basın da yazmazdı, yaza-

mazdı. Daha çok övülürlerdi. Şimdi birden bire demokrasiye geçildiğinde eleştiriler de, kinamalar da gelir oldu. İktidara gelen Demokrat Partililer de, kurucular da daha önceden siyasi arenada bulundukları için eleştirilmeye alışmamışlardı. Yeni gelenlere de sirayet etti bu durum. Zaten CHP'nin farklı bölümlerinde çalışıp da Demokrat Parti'ye geçmişlerdi. Hep belirtiyorum, o dönemde demokrasi Avrupa'da da yaygın değildi. Avrupa'nın büyük kısmı 1945'e kadar diktatörlükler altındaydı. Hitler diktatörlüğü, Mussolini diktatörlüğü, İspanya'da Franco, Portekiz'de Salazar, Sovyetler Birliği'nde Stalin bunlar hep otoriter yönetimlerin başında olan insanlardı. Diğer komşularımızda krallıklar vardı. Büyük devletlerin kontrolü altındaki krallıklardı. Yani demokrasi dünyada da az rastlanan bir şeydi. Bizde de başladığı zaman o öfkeler patlak verdi. Gittikçe tırmandı, giderek tadı tuzu kaçtı.

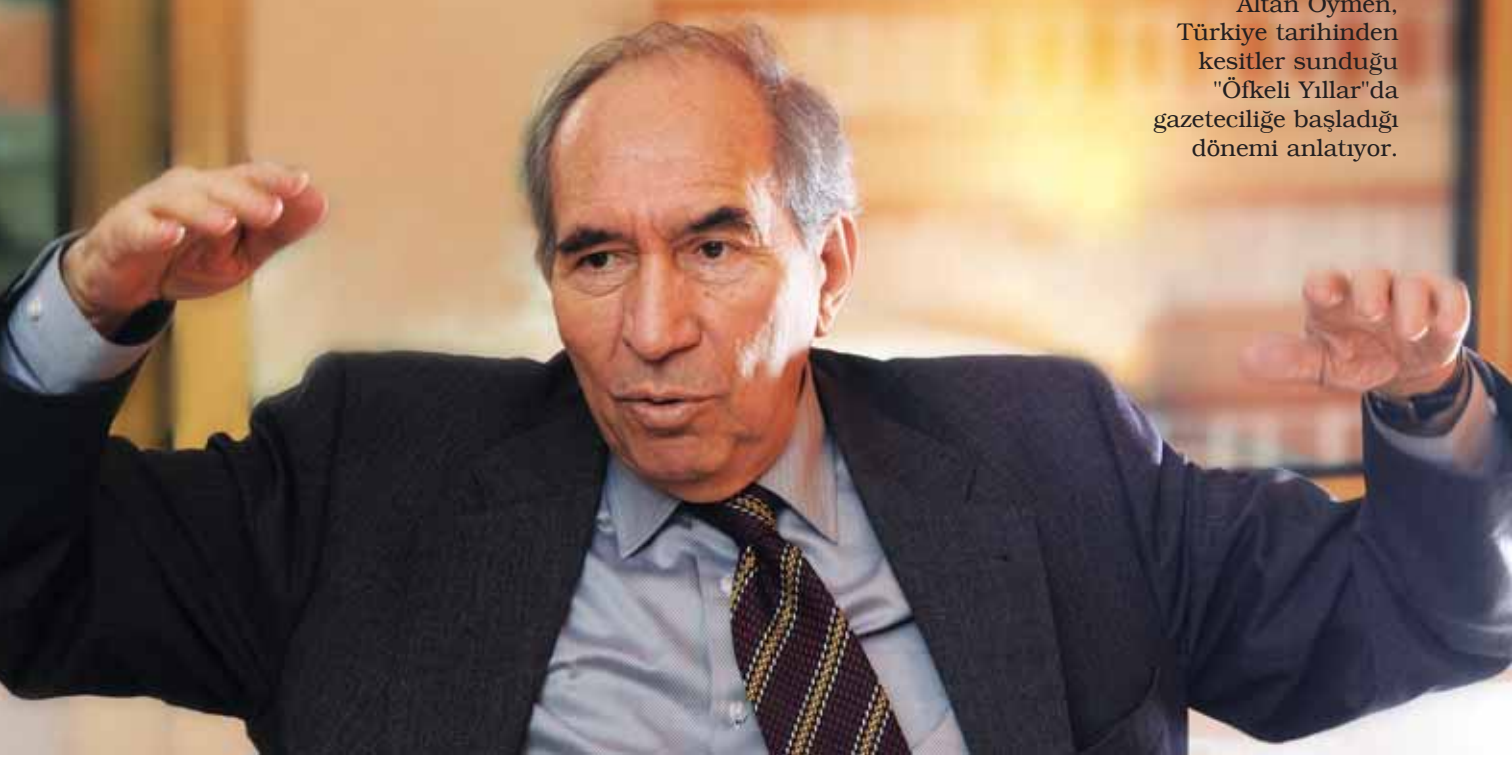
Demokrasiye, başlangıçta hepimiz bağlıydık. Ben 18 yaşındaydım 1950 yılında. Okulda münazaralar falan yapılıyordu, fikir tartışmaları. Biz genç nesiller olduğumuz için, demokrasiye çabuk intibak ettik. Gençler demokrasinin içinde büyüyüp onu benimsedi. Biz sevmiştik, büyüklerimiz sevememişti. Ama bu kadar zaman geçtikten sonra, o yeni nesillerin, demokrasiyi severek yetişen nesillerin yeniden demokrasi dışı meraklara kapılmaması lazımdı. Öfkelerle kapılmaması lazımdı.

Başarabildiler mi peki? Öfkeli yıllar bitti mi?

Öfkeli yıllar maalesef zaman zaman depreşiyor. Bir gazeteci arkadaşım, bugünün yıllarını yazsanız ismini ne koyardınız diye sormuştu. Öfkeli Yıllar - 2 olurdu herhalde. Bugün de bu öfkelerden kurtulamadık.



Altan Öymen,
Türkiye tarihinden
kesitler sunduğu
"Öfkeli Yıllar"da
gazeteciliğe başladığı
dönemi anlatıyor.



**Mesleğe muhabir olarak başlamışsınız...
Muhabir refleksine sahip olmanın, politik
hayatınızda ne gibi faydalarını gördünüz?**

Muhabirlik en iyi meslek. Kendi yaptığım meslek olduğu için değil. Gazetecilik içinde de insan yönetici oluyor, yazar oluyor, başyazar oluyor falan. Ne olursa olsun muhabirlik alışkanlığını bırakmamalı. Muhabirlik biraz merak, karşı tarafı anlama işi. Objektif olarak bakma işi, her iki tarafı da dinlemek işi. Suça muhatap olan kişiyi de, suçu işleyeni de dinleyeceksiniz. Bir de muhabirlikte insanın canı sıkılmaz. Büroda otursanız gelen gideni görürsünüz ancak çıkıp dolaşacaksınız. Cep telefonu çıktıktan sonra sokaktaki herkese oturarak da ulaşabiliyorsunuz ama yüz yüze görüşmek başkadır.

**Muhabirlik yaptığınız ilk dönem, mesleğe
genel bakış nasıldı?**

Anlattığım bir hikaye var. Evlenmeden önceki zamanda fakültedeyken kız arkadaşım vardı. Evlenmeye karar verdik. O zamanki kız arkadaşımın yani şimdiki eşim Aysel'in babası eğitimci. Benim babam da eğitimci ve aynı meslekten bir insan. Yabancı da değiliz. Arkadaşlığımız herhalde duyulmuş. Diyor ki Aysel, "Altan benim sınıf arkadaşım. Annesi ve babası gelmek istiyorlar". Babanın cevabı "Kimdir bu çocuk? Mesleği ne?" oluyor. Aysel "Gazeteci" deyince babası "Kızım ben sana mesleğini soruyorum" diyor. (Gülüyor) Gazetecilik meslek değil gözünde. Sonra ben mülkiyeyi bitirdiğim için beni o kur-

tarıyor. Bursum olduğu için otomatik olarak Maliye Bakanlığı'nda Şube Müdür Muavini diye tayin ediyorlar. O söylenince, kabul ediyoruz. Bu bir hadise. Gazetecilik meslek sayılmıyor. Annem de aşağı yukarı aynı kanıydı. Kardeşim Örsan da büroya geliyor gidiyor. Gazeteci olacak. Annem dedi ki: "Oğlum şu Örsan'ı teşvik etme. Bir aileye bir serseri yeter." Ama kendisi istiyordu ve Örsan da gazeteci oldu.

Neden böyle bir yargı oluşmuştu?

Mesele şu; o zamanlar gazeteler geç bağlanıyor. Şimdiki gibi akşam altıda evine gidebilen bir gazeteci yok. Gece 2'de bitiyor. Bitmediği zamanlarda da alışmışız geç yatmaya başka bir yerlere gidiyoruz. Gazetecilik, düzensiz bir hayat olarak görülüyor. Sonra zaman geçti. 1977'de ANKA Ajansı'nın sahibiyim. İşler de iyi. Günün birinde bir gelişme oldu. Bülent Ecevit, CHP Genel Başkanı. Seçim zamanı tam. O gün adaylar belli olacak. Adayların belli olacağı zaman, saat 5'te liste veriliyor. Dört buçukta beni aradılar, kabul ettim etmedim derken aday gösterdiler. O zamanlar nisbi temsil var. Ankara'da ön sıralara koymuşlar, milletvekili seçileceğim. Ben biraz şaşkınlık içine girdim. Her şey birden bire oldu. Bütün gazeteler de ajansa abone. Gazeteleri ziyarete gittim ilk iş. Günaydın Gazetesi'nin sahibi Haldun Simavi. Bizim de parası en yüksek abonemiz o. Haldun Bey, beraber çalıştığı isimlere "Yavrum" diye hitap eder. Ani bir gelişme olduğunu, ama şirketi çalışanlara devredeceğimi ve faaliyetin

devam edeceğini söyledim. Bu sefer Haldun Bey dedi ki "Yavrum bırak bu siyasete girilir mi? Gül gibi işin var, politika işsiz güçsüz adamların işidir." Bu ikisi yan yana geldiğinde şu ortaya çıkıyor: 1955'te annem dahil gazeteciliği meslek sayan yok. 1977'de ise gazetecilik meslek, politika işsiz güçsüz adamların işi.

Siz hangisinden daha çok keyif aldınız?

Gazetecilik; ama politika da bana hep birilerinin yapması gereken mühim bir iş olarak gelir. Gençken de bulundum aktif olarak. Görevdir. Teklif edilince de "Hayır ben politika girmem" demedim. "Bana çamur bulaşır" demedim. "İnsanlar yapmazsa ve bu çamursa, çamur daha büyür" dedim. Bu konuda konferanslar da verdim. Böyle bir tez sunduğum için gereğini yaptım. Çok kötü bir meslek de değildir, pratikte karar veriyorsunuz. Sorunlar çözülebilir, çözülemezse eleştirilebilir. Aslında bir meslek değildir, uğraştır. Herkesin bir mesleği olmak zorunda bunun dışında.

50-60 yılları arası, sizin kişisel tarihinizde 20'li yaşlarınıza denk geliyor. Bir insanın en çalkantılı dönemi olan bu yaşlarda sizi en çok etkileyen olay neydi?

Bu kitaptan değil ama birinci kitaptan bir örnek vereyim. Atatürk'le ilk karşılaştığım zaman, onun Atatürk olduğuna inanmadım. Çünkü Atatürk'ü ben Ankara'daki heykellerinden tanırdım. Atatürk'ün Ankara'da at üstünde muazzam bir heykeli var. Üniformalı, asker şapkasıyla ciddi bir duruş. Güvenlik Abidesi vardır Ankara'da. Atatürk ve arkadaşları var. Atatürk hepsinden daha yüksek, uzun boylu. Diğerleri onun omzuna geliyorlar. Onları biliyorum ve babamla bir gün gidiyoruz. "Bak bak Atatürk" dedi. Birkaç kişi yürüyorlar. Hangisi diye baktım, babam "Bak en öndeki" dedi. Baktım, çok da uzun boylu bir kimse değildi. Öyle şaşalı bir asker kıyafeti de yoktu üzerinde. Aralarında daha uzun boylu olanlar var. Biraz hayal kırıklığı yaşadım. O, hatırımda kalan en önemli andır.

Öfkeli Yıllar olarak nitelerdirdiğiniz 50'li yıllara hakim olan öfkeyi sebepli bir öfke olarak tanımlıyorsunuz. Peki günümüz siyasi yaşantısındaki öfkenin izahı nedir?

Bugünkü bir kısım politikacılar, hâlâ demokrasiye alışmamışlar. Siyasette ibret alma diye bir şey vardır. Kitapta da onu hatırlattım. Mehmet Akif'in bir beyiti vardır: "Tarihi tekerrür diye tarif ediyorlar / Hiç ibret alınsaydı tekerrür mü ederdi?" Tekerrür tekrar demektir. Tarih tekerrürden ibarettir ibret alınmazsa. İbret almak için de bilmek gerekir. Ya kendin yaşamış olacaksın, o da benim neslim dışında mümkün değil. Hiç olmazsa oku veya belgesellerden dinle, öğren. Bunun yanlış olduğunu saptı. Öfke kimseye fayda getirmiyor. O dönemde kimseye faydası olmadı. Demokrasi, tahammül rejimidir. ■

"GAZETECİ OLDUĞUM KADAR MATBAACI DA SAYILIRIM"

Siz gazetecilik veya yayıncılık hayatınızda matbaalarla özel bir dirsek teması kurdunuz mu? Bu alana özel bir ilginiz oldu mu?

Biz gazete binasına "matbaa" derdik zaten.

-Nereye gidiyorsun?

-Matbaaya gidiyorum.

Çünkü matbaa neredeyse gazete de orada çıkardı. Üst katta işte yazı işleri olur, alt katta matbaa ve eski makineler, rotatifler falan... 50'leri söylüyorum. Eskiler matbaa derdi.

Yeni Hürriyet binası yapıldığında, binanın en önemli özelliği binanın merdivenlerinden çıkılırken rotatifin görülmesiydi. Gazete matbaayla özdeş gibi bir şeydi. Şimdi uzaklaştı biraz tabii, bilgisayarla gönderilebiliyor ama ben o nesle mensup olduğum için kendimi biraz da matbaacı sayabilirim. Zaten eski usul gazete çıkarmakta, gazeteciler hep makineye kadar iner bakarlardı. Benim de hayatımın büyük bir kısmı matbaa katında geçmiştir. Gazete bağlamak deyimi "kurşunların bağlanmasından" gelir. Nerede bağlanacak kurşunlar? Matbaada bağlanacak. Halen kullanılan bir deyimdir.





Mega'nın tecrübe abidesi Dursun Amca

Her iş yerinde birçok usta çalışabilir...

Ancak bazı ustalar vardır,
*işlerine **hakim** olmakla kalmaz,*
deneyimleri ve duruşlarıyla
hem bir öğretmen, hem bir ağabey
vasfını yüklenirler.
İşte, onlardan biri, Mega'nın
Dursun Amca'sı!

Fotoğraf: Barış Erbaş

Kurumsal İletişim Sorumlumuz Zekeriya Barışkan, bu sayıda kesim ustası Dursun Amca'yla röportaj yapabileceğimizi söylediğinde daha yaşlı birini bekliyorduk. Ancak 60'lı yaşlardaki Dursun Amca'ya yıllar fazla tesir edememişti. Matbaaya indiğimizde, Dursun Amca, kesim makinesinin başında Azerbaycan'a gidecek bir işle uğraşıyordu. Selamlaştık, "Durun şu fasıl da bitsin sonra yapalım sohbetimizi" dedi. Makinadaki kağıtların tükenişini izlerken, mutluluğu gözlerinden okunuyordu.

"İşimi seviyorum" dedi dışarı çıktığımızda. "Çok seviyorum. İşinizi severseniz, o işte kalırsınız. Ben matbaacılıktan başka iş yapmadım" deyince, mesleğe ne zaman başladığını sorduk: "1962 civarıydı. Musevi bir matbaacı-

nın yanında, Ressam Matbaası'nda başladım. Topkapı Davutpaşa'daydım. O matbaasını devretti sonra. Ben de Cömertler Matbaası'na girdim. Tipo baskı ustasıydım. 18 sene çalıştıktan sonra emekli oldum. 1995 yılında Mega'ya geldim ve halen devam ediyorum."

Matbaacılığın nesini sevdiğini sorduğumuzda, yapılan işleri eline alıp baktığı zaman çok mutlu olduğunu söylüyor. "Ayrıca sadece yurt içine değil, yurt dışına da gidiyor yaptıklarımız" diyor ve ekliyor: "Çok düzenli çalışmak zorundasınız. Ortada büyük bir emek var."

Bu arada soğuk iyice bastırıyor. Üşürsen içeri girelim Dursun Amca diyoruz. O, sigarasından bir nefes çekerek "Üşümek benim kanımda yok" diyor. Nereli olduğunu soruyoruz, "Doğuluyum, Erzurumluyum." diyor. Kondu Grup Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Kondu'nun da Erzuranlı olduğunu hatırlattığımızda, "İkimiz de artık İstanbullu olmuşuz; ben Erzurum'a gitsem kaybolurum" diye cevap veriyor.

Şimdi, artık bir usta olan Dursun Amca, ilk ustasını anlatıyor. Ressam Matbaası'ndaymış o zamanlar. Adı Öcal'mış. Sonra Bursa'ya gidip kendi matbaasını açmış. Çağırmış Dursun Amca'yı ama o bırakamamış İstanbul'u. Bu şehre alıştığını, hatta bağlandığını söylüyor.

Dursun Amca şimdi, yeni nesillere hem işin tekniğini, hem ahlâkını öğretiyor. Bir taraftan da üretmeye devam ediyor elbette. Genç çalışanlarla ilgili fikrini sorduğumuzda Dursun Amca'nın ilginç bir benzetmesiyle karşılıyor:

"Hayat matbaa gibi... Ya bir kalıba girersin, ya da kalıba sokarsınız. Hayatı kalıba sokamayacağınıza göre, kalıba girmek zorundasınız. Eğer onu kendi haline bırakırsanız, savrulur gider. Bir sürü genç var. Sevgi vererek, saygı vererek gençlere yön veriyoruz." ■



Dursun Amca, işine büyük bir özenle yaklaşıyor.

GENCAY ŞAYBAK / Baskı Sonrası Sor. "İşinden bir genç kadar heyecan duyur"

"Dursun Amca, iyi bir iş arkadaşıdır. Yeri gelir baba olur, yeri gelir öğretmen olur, yeri gelir ağabey olur. İşini genç bir insan gibi hep aynı heyecanla yapar. Her türlü probleminizde yardımınıza koşar. Bizi bir keresinde aldı, Hisar'a çay içmeye götürdü, mahallenin ağabeyi gibi. Türk Sanat Müziği'ni çok sever. Bizim için çok önemli bir değerdir."



HASAN SEĞMEN / Sevkiyat Haz. Sor. "Benim hanımın keklerine bayılır"

"Beni oğlum diye sever. 10 senedir birlikte çalışıyoruz, aramız çok iyidir. Dursun Amca, iş ortamımızda çok önemli bir renktir. Benim hanımın yaptığı keklerle bayılıyor. Hatta ara sıra Yalova'ya gideceği zaman kek siparişi veriyor. Matbaamızın en yaşlısı o. Mega'daki herkes için son derece saygıdeğer, önemli bir şahsiyettir."



CEMALETTİN KOÇ / Depo Sorumlusu Dursun Amca'ya şairane bir yorum

"İzninizle, Dursun Amca'yla ilgili görüşlerimi şu dörtlüklerle dile getirmek isterim:

Dursun Amca emeklidir
Demir gibi bileklidir
Yaşına bakmayın siz onun
Koskocaman yüreklidir

Dursun Amca derler ona
Hürmet ederler hep ona
Meydan okuyamamıştır
Geçirdiği yıllar ona"





BASEV Yönetim Kurulu Başkanı Aysan Şakar

*Matbaacılığın mesleki boyutunu aşıp, **Sektör için çaba** sarf eden bir isim Aysan Şakar. Basım Sanayi Eğitim Vakfı (BASEV) bünyesinde yürüttüğü çalışmalarla piyasada müşteri-üretici iletişimini **güçlendirmeye** çalışıyor*

Basım Sanayii Eğitim Vakfı Genel Başkanı Aysan Şakar, görevi icabı günün 24 saati matbaa sektörünü düşünüyor, sektörün sorunları üzerine kafa yoruyor. Bir taraftan geline nokta Avrupa'yla mücadele edebilecek teknolojik altyapıyla gurur duyuyor, öte taraftan ülkemizdeki eğitim sisteminin matbaacılara üvey evlat muamelesi yapmasının tasasını yaşıyor.

BASEV olarak ellerini taşın altına sokmaya kalktıklarında ise hayal ettikleri sonuca ulaşamıyor-

Matbaacılık sektöründe "eskilerden" bir isim Aysan Şakar. Liseyi bitirdikten sonra üniversiteyi kazanıyor, ama memur olan babası "Seni okutamayız" deyince hem çalışıp hem de okumak zorunda kalıyor. O günlerde bir matbaada iş bulunca da adını atmış oluyor matbaacılık sektörüne. 10 yıl çalıştıktan sonra askere giden Şakar, dönüşte de kendi matbaasını kurarak geri dönülmez şekilde bu sektörün bir aktörü oluyor. 42 yıldır matbaacılık dünyasının içinde ve 32 yıldır da kendi matbaasının başında. Önemli bir özelliği de Basım Sanayii Eğitim Vakfı (BASEV) Genel Başkanı oluşu.

Zamanının büyük bölümünü BASEV çalışmalarına ayıran Şakar, sektördeki eğitim düzeyinin yükseltilmesini ana hedef olarak belirlediklerini söylüyor. Grafikerler Meslek Kuruluşu'nun ödülü yarışmasına sponsor olduklarını hatırlatan Aysan Şakar, kurulan diyalogların "törenlerden sonra" devam edememesinden şikayetçi.

BASEV'in katkıda bulunduğu önemli faaliyetlerden biri Balkan ülkelerindeki matbaacıların bir araya geldiği Balkan Print Forum. İlk Bulgaristan'da, sonra Yunanistan'da ve geçen sene de Türkiye'de düzenlenen forumun son durağı da Romanya. "Bu toplantılarda Türkiye'deki matbaacılık sektörünün diğer ülkelerden daha ileri seviyede olduğu açıkça görünüyor" diyen Şakar, tespitlerini şöyle özetliyor:

"Balkan Forumu'nda Atina'da bir konuşma yaptım. Bütün katılımcıların ağız açık kaldı. Ertesi gün ilk defa bir makine gösterecekler. Ben "Bizde bundan 88 tane var" dedim. Türkiye'deki matbaa sektöründen bahsettik; şu kadar matbaa var, makine sayısı şudur gibi... Şaşırdılar. İlk önce biz AB'den uzak olduğumuz için küçümsemişlerdi. Sonra Balkan Print Forumu'nun üçüncüsünü bize verdiler ve forumun da nasıl yapılacağını gösterdik."

"Eskiden kullanılmış makine alıyor, tamir edip basıyorduk; şimdi biz Avrupa'ya ikinci el makine yollamaya başladık" tespiti aslında sektörün geldiği noktayı özetler nitelikte. Yine de dönüp dolaşıp, "eğitime" getiriyor sözü. Teknolojiyi takip etmek kadar eğitimli çalışanlara da ihtiyaç olduğunu söylüyor.

lar. Şimdi yeni projesi, sektörde birlikte çalışılan firmaların pazarlamacılarına ve kurumsal iletişim sorumlularına matbaacılık üzerine eğitimler vererek, kaliteli ürünle kalitesiz ürün ayrımının yapılabilmesine olanak sağlamak.

40 yılı aşkın süredir matbaacılık yapan Aysan Şakar, sektörde bir yandan teknolojik yatırım yapılırken diğer yandan da eğitime önem verilmesi gerektiğini düşünüyor. Bunun yolu da okullara destek vermekten geçiyor.

BASEV bünyesindeki Dijital Baskı Laboratuvarı'nın ana sponsorluğunu Canon'un yaptığını söyleyen Aysan Şakar, geçen sene Canon'la anlaşırken okullara makine desteği talep ettiklerini söylüyor. Sonuçta Canon tarafından bağışlanan yaklaşık 100 bin Euro değerinde iki dijital baskı makinesinden biri Marmara Üniversitesi Matbaa Bölümü'ne, diğeri de orta dereceli Oktay Duran Matbaa Meslek Lisesi'ne yerleştirilmiş. Şu anda her iki okulda da makineler eğitime hizmet veriyor.

OKULLARA DESTEK OLUNMALI

İstanbul'da bu işi yapabilen belli başlı tek matbaa bölümünün Marmara Üniversitesi'nde olduğunu söyleyen Şakar, Dr. Oktay Duran Matbaa Meslek Lisesi'ni de andıktan sonra Eminönü Matbaa Meslek Lisesi'nin kapanmış olmasını hatırlatıyor. Birkaç üniversitede bölüm olarak varlığını sürdürmeye çalışan matbaacılık eğitiminin sektöre yeterince eğitimli eleman sağlayamadığını söyleyerek sonlandırıyor değerlendirmesini.

BASEV'in faaliyetleri tabii ki bunlarla sınırlı değil. Aysan Şakar şöyle özetliyor sektöre katkılarını:

"Okullardaki öğrencilere burs veriyorduk. Sonra bir kanun değişikliği oldu, burslar kesildi. Sonra yine burs yolu açıldı; ama bu sefer yeniden yapılandıramadık... Şimdi burs yerine bilgisayar, fotoğraf makinesi gibi hediyeler veriyoruz. Okullar bizden staj talep edince çocukları matbaalara yerleştiriyoruz."

Okullarla piyasa arasında köprü kurmaya çalıştıklarını ifade eden Şakar'a göre en büyük handicap okulda öğrenilenle piyasa şartları arasındaki farklar. Bu durumun okullardaki teknolojik yetersizlikten kaynaklandığını belirtip, bu alanda okullara destek olunması gerektiğini vurguluyor. ■



BirDost Ajans Kenan Acar



Sıcak bir diyalog çerçevesinde,
çok yakın dostlarınızla çalışmak.
Kenan Acar'ın başkanlığını
yaptığı BirDost Ajans,
işte böyle bir ortamda,
yıllardır müşterilerine
güven vererek *yoluna*
devam ediyor

Fotoğraf: Yalçın Özalp

Mütevazı bir hikayesi var BirDost Ajans'ın. 1998 yılında kurulan, müşterilerinin sayısından çok, onların kendilerine duyduğu güvenle övünen bir kurum BirDost Ajans. Ajansın başkanı Kenan Acar, Basın-Yayın mezunu, yani gazetecilik kökenli ancak daha sonra reklamın, tanıtımın görselliği onu cezbediği için BirDost'u kuruyor. Ajansı, daha butik çalışan, işin zevk kısmını kaybetmeden, işi fabrikasyona dökmekten yapmayı tercih ettiği için aynı şekilde devam ediyor. Şirketin kurulduğu yıllarda çok fazla Türkçe isme sahip ajans olmaması onlara avantaj sağlıyor. Sıkça konu edilen "bir dost" imzasını, 10 senenin sonunda bilinmeyen bir dost değil de, tamamen dostluk çerçevesinde, belli bir müşteriyle uzun soluklu çalışan ve güvenilen bir dost haline getirmeyi başarıyor.

BirDost Ajans'ın kat ettiği 11 senelik bir süreç var. Bir markanın, böyle bir ekonomik ortamda, mütevazı bir çerçevede hayatta kalması da zor. Bunu nasıl sağladınız?

10 sene içerisinde ekonomide zor evreler atlatıldı. Çok açılmadan idare ettik deyim yerindeyse. İş keyfiyle yürüttük. Az ama öz işler yaptık. Sürekli hizmet verdiğimiz müşterilerle, işleri de aynı özenle devam ettiriyoruz.

"Home office" çalışıyorsunuz.

Bunun avantajları ve dezavantajları neler?

"Home office" çalışmak, eğer kendi iş disiplininiz varsa, o zaman, bir dezavantaj yaratmıyor. "Evdeyim, ev rehabetiyle işe konsantre olamam" dersiniz sorun çıkabilir. Bu yanılgıya düşmeyip de benim söylediğim çerçevede işi tutuyorsanız, bu işleri yapmak için fazla fiziksel ortama ihtiyacınız yok.

Bu yolculuğunuzda, matbaayı işinizde nasıl konumlandırıyorsunuz bir ajans olarak?

Matbaanın benim için önemi çok büyük. Çok güzel yapılmış bir işi matbaa berbat bir vaziyette müşteriye teslim edebilir. Bizim yaptığımız her şey bir anda yıkılıp gider. Müşteri memnuniyetinde matbaa son ayak ama bizim işimizin hakkını veren yer de orası. Matbaa çok önemli bir konu. Kurulduğumuzdan bu yana Mega'yla çalıştık. Ciddi işlerimizin hepsinde Mega imzası vardır. Bahsettiğim, müşteriyle bizim aramızdaki dostluk ilişkisi sadece hizmet verdiğimiz değil, hizmet aldığımız taraf için de geçerli. Bu noktada, Mega'yla da çok ciddi bir dostluk ilişkimiz var. Bir dostunuzdan bir iş istediğiniz zaman, ona güvenir akıbetini düşünmezsiniz. Mega öyle bir yerdir. Bugüne kadar bizi hiçbir konuda, hiçbir müşteriye karşı mahcup etmediler. Hatta bir anektodum var. Büyük bir müşterimizin Bursa'da bir semineri vardı. İş oraya yetişecekti. Bir aksilikten dolayı, işin teslimatı gecikti. Gecikti dediysem aynı gün içerisinde, bir iki saatlik bir gecikme. Seminer başlayacak ve bütün buradaki müşterinin ekibi kalktı Bursa'ya gitti. Fakat broşürler yetişmedi. Mega sırf bizi mahcup etmemek için, kendi arabalarıyla broşürleri adrese kadar zamanında yetiştirdi. Bu belki çok küçük bir olay gibi görünebilir ama işe bakışı yansıtan bir şey. O yüzden dediğim gibi Mega'yla çalışmaktan çok mutluyuz.



Sektörde 10 yıl öncesiyle bugün arasında ne gibi farklar var?

Reklam sektörü de, teknoloji de çok değişti. Yapılan işleri yaratıcılık anlamında çok başka noktalara getirebilecek imkanlar var artık. Bununla birlikte rekabet çok üst seviyelerde. İyi iş yapmak yetmiyor. Maliyeti de düşürmek lazım. İkisini bir arada götürmeye çalışıyoruz. 10 sene öncesine göre çok daha zor şartlar hakim. Rekabet kalitesi de getiriyor elbette ama zorlukları da var.

Reklam sizce yeterince önemsenen bir kalem mi Türkiye'de? En azından 10 senede neler değişti reklam algısında?

Yaşadığım, gördüğüm kadarıyla, 10 senede reklam algısı çok değişti. Sizler de görüyorsunuz, işini ciddi yapan kuruluşlar reklamın kriz zamanında çok daha önemli olduğunu görmüş vaziyettedirler. Mutlaka maliyetler de aşağı çekildi ama reklam çok daha fazla önemseniyor.

BirDost bünyesinde nasıl bir ekibiniz var?

Matbaa ayağımız malum, Mega. Onun dışında dışarıdan destek aldığımız arkadaşlar var. İşin gerektirdiği, projenin gerektirdiği ölçüde ekibi oluşturuyoruz. ■

BİRDOST'UN "DOSTLARI"

- STFA İnşaat Grubu
- SİF JCB İş Makinaları
- Bayraktar Denizcilik
- Ekon İnşaat
- Universal Handlers Forklift Kiralama
- Cankat Makina
- Galeri Tasarım
- Can-Lift Asansör Sanayi
- Kesir Mühendislik
- Epsom Mühendislik



Nice yıllara, hep beraber!

Pasifik Ofset

3 yaşında



Yayın dünyasının üretim
ayağında önemli aktörlerden
biri haline gelen Pasifik Ofset,
sizin de işbirliğiniz
sayesinde üç yaşını doldurdu.
Hep birlikte, daha çok ürettiğimiz
nice seneler diliyoruz

Daha dün gibi... Piyasada binlerce matbaa olmasına rağmen yayıncılarımıza ve dergicilerimize hizmet edebilecek iyi matbaa sayısının nerede ise yok denecek kadar az olduğu bir ortamda boşluğu doldurmak için kuruldu Pasifik Ofset. Yaptığımız yatırım ve sunduğumuz hizmetle yanılmadığımızı ispatladık kısa sürede. Müşterilerine iyi hizmet veren ve kaliteden taviz vermeyen Pasifik Ofset, hem yurt içinde, hem yurt dışında müşterilerimizin teveccühünü kazandı ve vazgeçilmez hale gelmeyi başardı. Yolun başında söylemiştik; biz farklıyız. Biz sadece baskı yapmıyoruz, Bizim farkımız müşterinin işini kendi isimiz

gibi görmek, onların gözüyle bakarken kendi teknik bilgi ve tecrübelerimizle işlere müdahale etmek.

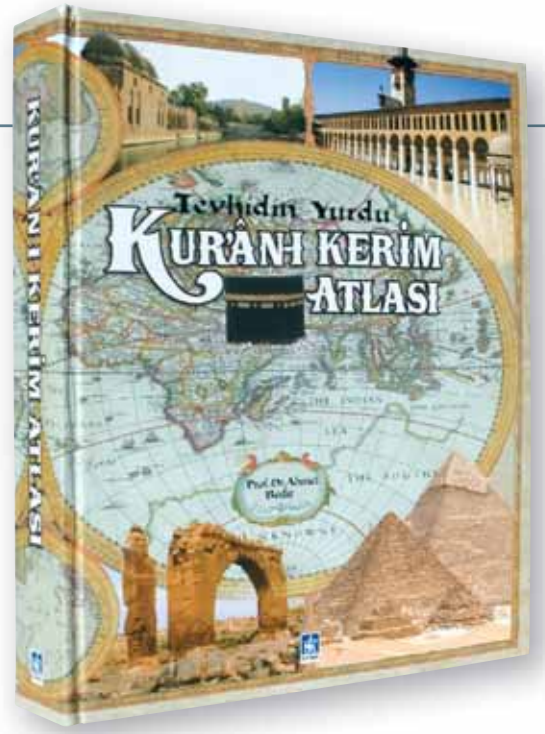
"Gelen doküman ne olursa olsun basalım" anlayışına son verdik. Fotoğraf kalitelerinin kontrolü, renk ayarlaması, dökümanların baskısı uyarlanmasi titizlikle baskı öncesi departmanımız tarafından yapıldı. Müşterilerimiz hiç alışık olmadıkları bir hizmete kavuştu.

Kendilerine özel oluşturulan ftp adreslerine işlerini güvenli bir şekilde yükleyen müşterilerimize ozalit plotterleri ve provaları firmamızın özel kuryesi tarafından ulaştırıldı. Kaliteli bir şekilde basımı gerçekleşen kitap ve dergiler, müşterilerimize en sağlıklı şekilde teslim edildi.

TEVHİDİN YURDU: KUR'AN-I KERİM ATLASI

Kur'an-ı Kerim'de geçen şahıs, mekân, kavim ve dinlerle ilgili bilgileri içinde barındıran Kur'an-ı Kerim Atlası, Prof. Dr. Ahmet Bedir'in 12 yıllık emeğinin ürünü. Bedir, bu eseri hazırlayabilmek için başta Türkiye olmak üzere, Mısır, Irak, Suudi Arabistan, Suriye, Ürdün, Yemen, İsrail, Umman gibi coğrafyaları hem haritalardan titizlikle inceledi, hem de bizzat buralara giderek alanda araştırmalar yaptı.

Kaynak Yayınları'ndan çıkan eser mümkün olduğunca çok ayrıntı içeriyor ve asırlar önce kitaplara giren ve günümüze kadar aktarılmış bazı yanlış bilgilerin de doğrularını veriyor. Harran Üniversitesi Temel İslam İlimleri Bölümü'nde Tefsir ve Kur'an Tarihi dersleri veren Prof. Dr. Ahmet Bedir, kitabın son bölümüne de hangi peygamberin nerede ve aşağı yukarı ne zamanlarda yaşadığına dair bir kronoloji koymuş. Kapaktaki fotoğraflarda da imzası bulunan Bedir, içerikte bulunan haritaların hazırlanmasında da etkin rol oynadı.



Özellikle kitap basımında aydınlar kullanımını ortadan kaldırdık. Müşteriler için ilk başta uygulanamaz gibi görünürken, CTP'ye fazla para vermediklerini ispatladık. Kazandıklarının "ödediklerinden" fazla olduğuna, yaptıkları işlerin ardından hep beraber şahit olduk. Aldıkları aydınlar maliyetinden kurtulmanın yanında, matbaaya gitmelerine, doküman götürmelerine gerek kalmadı. Ayrıca aydınlar montajında geçen süre kaybı gibi daha birçok olumsuzluğu Pasifik Ofset sonlandırdı.

2009 yılını ekonomik birçok olumsuzluklara rağmen müşterilerimizle en iyi şekilde geçirdiğimize inanıyoruz. Bunu da yüzde 30 artış gösteren iş potansiyelimizden anlayabiliyoruz. Pasifik Ofset kaliteyi, hızı, güvenliği ve en uygun maliyetiyle daha yıllar boyunca sizlere hizmet etmekten büyük zevk ve onur duyacak. Bizimle işbirliği yapan, yolculuğumuzda bizi yalnız bırakmayan tüm müşterilerimize, tüm dostlarımıza teşekkür ederken, 2010 yılının daha da iyi geçmesini ümit ederiz. ■

Pasifik Ofset'in son dönemde ürettiği kitaplardan bazıları

Çivisi Çıkmış Dünya	Amin Maalouf	YKY
Öfkeli Yıllar	Altan Öymen	Doğan Kitap
Sevgilim Akşama Ne Pişirsem?	Sahrap Soysal	Doğan Kitap
Velev Ki Ciddiyim!	Gülse Birsell	Turkuvaz Kitap
Zac Power: Akıl Oyunları	H. I. Larry	Caretta Reklam
Aritmetik İyi, Kuşlar Pekiyi	Cemal Süreya	YKY
Hizmet Rehberi Üzerine Metin ve Açıklama	Abdullah Aymaz	Şahdamar Yayınları
Ağrıdağı Efsanesi	Yaşar Kemal	YKY
Domuz Griibi Hakkında Bilmeniz Gereken Her Şey	Prof. Dr. Ahmet Rasim Küçükusta	Hayy Kitap
Yalnız Efe	Ömer Seyfettin	Zambak Yayınları
Patoloji Ders Notu	Uzm. Dr. Nurver Özel ÖZBAY	TUSTIME
Dedektif Mickey: Hayalet Gemi	Philippe Gasc	Doğan Egmont
Hasan Doğan: Futbolu Açlatan Adam	Haşim Akman	Hayy Kitap
Bremen Mızıkacıları	Grimm Kardeşler	Kelime Yayınları
Pollyanna	E. H. Porter	Zambak Yayınları
Evliyanın Dilinden Abdest ve Guslün Hikmetleri	Abdullah Demiray	Semerikand
Türkiye'de Neoliberalizm	Türk Sosyal Bilimler Derneği	Yordam Kitap
Bir Şiirsins Öğretmenim	Bestami Yazgan	Gonca Yayınları

"İyi ki kitaplar var" diyerek yola çıkan TİMAŞ Yayınevi'nin Genel Müdürü Osman Okçu

Röportaj: Tolga Üyken • Fotoğraflar: Mehmet Öztürk

*Türkiye'nin
en köklü ve prestijli
yayınevlerinden
TİMAŞ'ın Genel Müdürü
Osman Okçu, her
kesimden okuyucunun
TİMAŞ'ta aradığını
bulabileceğini söylüyor*



TİMAŞ'ın Cağaloğlu'ndaki binasında. Girişte bizi büyük ve zengin bir "kitabevi" karşılıyor. Tarih kitaplarından çocuk kitaplarına, batı klasiklerinden fikri eserlere, geniş bir yelpaze var önümüzde. Genel Müdür Osman Okçu'nun odasına çıktığımızda ise gerçek bir kitap yığınıyla karşılaşıyoruz. Basın ve Tanıtım Sorumlusu Nalan Yıldırım'ın dediği gibi, Osman Okçu'nun işin her detayıyla bizzat ilgilendiği, odanın atmosferinden

anlaşıyor. Yayınevi denilince akla gelebilecek her türlü işi yaparak bulunduğu konuma gelmiş bir yönetici ve o sürekli bir sonraki adımı düşünüyor. Ve geldiği noktada, yurt dışına telif satan, en prestijli fuarlarda büyük rağbet gören standların sahibi, teknolojik olarak Batı standartlarını yakalamış bir yayınevinin başında. "Yeni nesiller okuyarak büyüsün" diyor Osman Okçu ve ekliyor: "Okusunlar ki tartışmaları da fikri çerçevede kalsın. Kitapla, bilgiyle haşır neşir olmayanların tartışması şiddete dönüşür."

Timaş'ın 1982'den bu yana sürekli yükselen bir grafiği var. O kuruluş yıllarındaki mütevazı tablodan biraz bahseder misiniz?

Kurulduğumuz yıllarda, şu anda birlikte çalıştığımız ve Yönetim Kurulu Başkanımız Osman Nuri Öztürk Bey'le birlikte üniversite talebesiydik. O, İstanbul Üniversitesi İşletme'de, ben İstanbul Tarih'te okuyordum. Harçlığımızı da bir yayınevinde çalışarak çıkarıyorduk. Aslında benim yayıncılık serüvenim lise yıllarına dayanır. Pertevniyal Lisesi mezunuyum. Lise 1'inci sınıftan itibaren yayınevlerinde etrafı temizleyerek, kitap dizerek, perakende kitap satarak, seyyar kitap satarak harçlığımı çıkarıyordum.

Yayınevi kurma fikri nasıl gelişti?

80 öncesi Türkiye'nin ortamını hatırlayın. Öyle bir ortamda lise ve üniversite dönemimizi yaşamışız. Bizim çıkarımız şuydu; arkadaşlarımızın, toplumun çatışması bilgi eksikliğinden, bilgisizlikten kaynaklanıyordu. Hem sol, hem sağ fikirlere sahip olan kişilerden iyi kitap okuyanların kesinlikle teröre bulaşmadıklarını, kavga etmediklerini gördük. Fakat kitapla, bilgiyle, fikirle alakası olmayanlar kaba kuvvete başvuruyordu. Dolayısıyla bizim, kitabın önemini anlamamız ve bunu bir meslek olarak ele alabileceğimizi düşünmemiz üniversite yıllarına dayanıyor. Üniversite yıllarında yine arkadaşısıyla beraber yayınevlerinde yapılabilecek her türlü işi yaptık. Üniversite bitince ikimizin de haliyle kafamızda yayıncılık vardı. TİMAŞ Yayınevi'nin kuruluşunu yaptık fakat iki sene kitap basamadık çünkü paramız yoktu. Dolayısıyla kitaba ve insana inandığımız için, ülkemize faydalı bir iş olarak yayıncılığı seçtik. Bizi destekleyen kişi de Hekimoğlu İsmail'dir.

Gazeteci, yazar Hekimoğlu İsmail'in (Ömer Okçu) oğlusunuz. Ondan devraldığınız TİMAŞ nasıl bir TİMAŞ'tı?

Teknolojik olarak bugünle mukayese edilemeyecek bir dönem. Normal daktiloyla mektup yazdığımız, bir ofiste bir telefonun olmasının müthiş avantaj olduğu bir dönem. Bugün ise bilgisayar teknolojisi... Tabii TİMAŞ da teknolo-

jik olarak Batı'daki imkanlara erişti. Fakat teknolojiden ziyade, fikri gelişme çok önemlidir. 80'li yılların bir alışkanlığı olarak 95'lere kadar ideolojik bir ayırım vardı. Bir düşünceye ait kitapları satan yayınevi karşıt düşünceleri satmazdı. Biz bunu 1990'larda yıkmaya başladık. Muhafazakar bir yayıneviyken liberal yazarlar almaya başladık. Batı klasiklerini yayınladık. Batı'dan bazı kitaplar çevirmeye başladık ve muhafazakar okur kitlesini bu durum biraz zorladı. Daha sonra farklı fikirlerden eserlere yer vermeye başladık, birbirine tezat fikirleri de sunmaya başladık. Sebebi şu; genç bir okur öncelikle farklı fikirlere tahammül etmeyi öğrenmeli. Farklı fikri gördüğü zaman gelişme gösterir diye düşündük ve okuyucu bunu sevdi. Şu an TİMAŞ'ın içerisinde 10 yayınevlik bir genişlik veya zenginlik vardır. 2000'li yıllarda bunu market yayıncılığı olarak tarif etmiştik. Bize gelen okuyucu ne ararsa bulsun dedik.

Avantajı oldu mu bu kararınızın?

Bunun tabii avantajlarını, dezavantajlarını yaşadık ama en önemlisi bugün TİMAŞ muhafazakar bir yayınevi olmakla birlikte, Türkiye'nin her noktasında, her fikre sahip kitabevinde kitapları bulunan bir yayınevidir. En önemlisi, terörün yoğun olduğu dönemlerde o bölge de dahil olmak üzere TİMAŞ yayınevinin logosunun olduğu araçlar Türkiye'nin her yerinde rahatça gezebiliyordu. Buradaki insanlar herhangi bir şekilde kitaplarımızdan, fikirlerimizden endişe etmiyorlardı. Bazılarını tasvip etmeseler bile, bize zarar vermeyi asla düşünmediler. Türkiye'nin her yerinde sol görüşlü bir öğrenci de İmam Hatipli bir öğrenci de kitabımızı okuyabildi.

Özellikle edebiyat ve tarih alanında yoğunlaşmanızın sebebi sizin de tarih alanında eğitim görmüş olmanız mı?

Tarihe ilgim genç yaşlardan beri vardı. Okur kitlemiz de tarih kitaplarımızı sevdi. Türkiye'de tarih yayınlayan yayınevleri memnun. Hele son 15 senede tarihe karşı fevkalade bir ilgi oluştu.



Osman Okçu, TİMAŞ'ın 10 yayınevini doyuracak kadar büyük bir yelpazesinin olduğunu söylüyor.

Ülkemizde tarih eğitiminin sıkıntılı olmasının da bunda bir rolü olabilir mi?

Yıllarca lisede okutulan tarihin, dayatılmış tarihin dışına çıkmanın avantajını yaşadık. Tarihe tek taraflı bakış dayatması kırılınca, toplum geçmişine dönüp göz atmaya başladı. Objektif bakmamız hâlâ istenmese de, bu kırılacak ve toplumumuz geleceğe bakışını da yenileyecek. Bizim bu işin duayeni olan İlber Ortaylı gibi bir kaleme sahip olmamız büyük bir avantaj sağladı. Osmanlı'yı Yeniden Keşfetmek adlı kitabımız 200 bin sattı. Hoca bile hayret etti. Çok farklı tarihçiler, çok farklı yorumlarla tarihi değerlendiriyor. İdris Bostan'ın kitabı çok akademik bir kitaptır, onun da belirli bir okuyucusu vardır. Keza Mustafa Armağan kitaplığı da büyük ilgi görüyor.

Son olarak katıldığınız Frankfurt Kitap Fuarı TİMAŞ adına nasıl geçti?

Frankfurt Kitap Fuarı'nı yıllardır takip etmeye çalışırım. İlk gittiğim zaman 1988'di sanırım. Fuarı gördüğümde "Biz yayıncı falan değiliz" diye düşündüm ve müthiş bir ezilme, üzüntü hissettim. Fuarı gezebilmeniz en aşağı üç gün sürüyordu ve benim sadece bir günüm vardı. Yanımda Almanya'dan yardımcı olan bir kişi vardı, ondan rica ettim

yemeden içmeden bütün gün fuarı gezdik. Standlara bakıyorum, katalogları alıyorum. O zamanlar internet yok, herhangi bir kitabı görebilmek, alabilmek için katalogunuzun olması lâzım. Kataloglar bizim için müthiş kıymetli. Bir süre sonra elimdeki çanta ağırlığı 15-20 kilograma ulaştılar, taşıyamaz hale geldim. Arkadaşlara anlatıyorum tahayyül edemiyorlar. "Bir fuar ki" diyorum, "İki bina arasında otobüs kullanıyorsunuz". Bizim en büyük fuarımız o dönem, TÜYAP ki bir kattan ibaret. "Ondan büyük mü" diyorlar, "100'le çarpın" diyorum. "400 yıllık yayınevleri var" diyorum, inanmıyorlar. Biz, bu geziler sayesinde Batı'daki yayıncılığı gördük. Her gördüğüm yayıncıya "Mutlaka Frankfurt'a gidin" diyorum.

Son yıllarda Frankfurt Kitap Fuarı'nda ne gibi değişiklikler oldu?

Son yıllarda bizim birçok yayıncımız oraya katılıyor. Yayıncılar hâlâ Kültür Bakanlığı himayesinde katılabiliyor. "Ben gideyim de stand kurayım" demek çok zor; ama TİMAŞ kendisi bizzat giden, stand alan ve değişik dillerde kitap örnekleri sunabilen bir yayınevi. Geçen sene standımızı kurduk. Bu sene de çok önemli telif görüşmeleri yaptık. Zaten Frankfurt, okurlara kitap satmak için bir



fuat değildir. Telif görüşmeleri, telif alım satımı yapılan, yayınevleri için bir fuardır.

TİMAŞ standında üç gün boyunca oturacak yer bulamadım. Telif haklarından sorumlu arkadaşlarımız toplam 89 yayıneviyle telif görüşmesi yaptı. Fransa'dan Endonezya'ya, Peru'dan Mısır'a kadar birçok ülkeden katılımcıyla görüşüldü. Bunların bir kısmına biz telif sattık. Kendi ülkemizden insanların yazdığı metinleri, ressamların çizdiği resimleri telif karşılığı sattık ve şimdi hepsi o ülkelerde yayınlanıyor. Sembolik de olsa bilgi satabildi Türk insanı. Başka yayınevleri de yapıyor bunu ama sonuçta sayılar çok yetersiz. Önümüzdeki senelerde çok daha ileri gidilecek. Yayıncılar olarak bu durumu eskiden hayal bile edemezdik.

Uluslararası hedefleriniz nelerdir?

Yurt dışına daha çok telif satmak. Hatta mümkünse matbaalarla anlaşip üretimini de satmak. Ancak kağıt mali-

yetleri Uzak Doğu'yla boy ölçüşemediği için matbaa maliyetlerinde de rekabet edemiyoruz. Bir yayıncı olarak Malezya'ya, Pakistan'a üretim teklif ettiğimizde fiyatlarımız yüksek geliyor. Ancak yine de TİMAŞ olarak yurt dışından aldığımız teliflerin hiçbirinin Uzak Doğu'da basılmasına izin vermedik ve bizim insanımızın eli değsin istedik. TİMAŞ hiçbir ürününü daha ucuz fiyat verilse bile Çin'de bastırmadı. Gönül isterdi ki yurt dışına verdiğimiz kitapların da baskısı, cildi burada olsun. Kağıt fiyatları cazip hale gelse rekabet edebiliriz çünkü matbaalarımız Batı standartlarının üstünde. Burada ürettiğimiz kitapları Frankfurt'a götürdüğümüzde hayran kalıyorlar.

Sizin adınıza yılın ürünü neydi?

TİMAŞ'ta yılı kapatırken iyi geçen dört kitap oldu. Serdar Özkan'ın Kayıp Gül'ü, Nazan Bekiroğlu'nun La kitabı ve Sibel Erasan'ın Çöl ve Deniz'i, bir de Mustafa Armağan'ın Abdülhamit'in Kurtlarla Dans'ı. ■

"PASİFİK OFSET İLE KRİZDE ÖNEMLİ BİR İŞBİRLİĞİ YAPTIK"

Kriz politikanız tam olarak neydi?

Geleceğe kendini iyi hazırlayan, organize olmuş firmalar krizden etkilenmedi. İşi bilen, kendini yetiştirmiş insana da kriz tesir etmedi. Şu anda işsizlik kalifiye olmayanların işsizliğidir. Sektöre gelirsek, kâğıdın fiyatı bellidir. Yurt dışından geldiği için fazla indiremezsiniz. Ama matbaalarla şöyle görüşmelerimiz oldu, bu anlamda Mega ve Pasifik'le, Hasan Kondu Bey'le de görüştük, "Kitap fiyatlarını düşürme yoluna gidelim" dedik. Kendi kazancımızdan fedakarlık yapacağımızı, zaten ellerine çok fazla para geçmeyen yazar veya mütercimden bunu isteyemeyeceğimizi anlattık. Biz yayıncı olarak kazancımızdan tasarruf ederken matbaa olarak nasıl destek verebileceklerini sorduk. Daha çok kitap basıp sürümden kazanma yoluna gitmeyi teklif ettik. Matbaa için de kârlı oldu. 3 bin yerine 10 bin ürettik. Pasifik Ofset, bu konuda çok destek verdi. Oradan elde ettiğimiz düşük maliyetli kitapları daha ucuza sattık ve okuyucudan çok olumlu tepki geldi. Sirkülasyon artmaya başladı. Matbaayla yaptığımız bu işbirliğinin büyük faydasını gördük.





Karadeniz'in korunan incisi Safranbolu

Yazı ve Fotoğraflar: Marie-France Gilles Farré

1994'ten beri UNESCO korumasındaki Safranbolu, safranı, demir ve ahşap ustaları, tipik mimarisi ve sıcak insanıyla büyüleyici bir Karadeniz kasabası. Bu güzel ilçeyi bir Fransız'ın kaleminden okumaya ne dersiniz?

Marie-France Gilles Farré yıllardır İstanbul'da yaşayan bir Fransız. idumielauxepices.net adresli internet sitesinde tüm Avrupalılar'a Türkiye'nin güzelliklerini bir yabancıdan anlatıyor. Magazin'in bu sayısında gezi bölümümüzü, Karadeniz'in en turistik ilçelerinden biri olan ve 1994'te Unesco korumasına alınan Safranbolu'ya gidip izlenimlerini bizimle paylaşan Marie-France Gilles Farré yazıyor.



İstanbul'dan 406 kilometre uzaktaki Karabük'ün bu ilçesi, safranıyla ünlü. İki yılda bir hasat edilen dolayısıyla da çok nadir bulunan ve pahalı olan bu baharat, Osmanlı zamanından beri mutfakın en önemli unsurlarından biri haline gelmiş. Safran, Karadeniz coğrafyasında, Safranbolu'nun parlamasına neden olmuş.

1994'ten beri, Safranbolu Unesco koruması altında ve tarihten gelen meşhur safranıyla değil, başka özellikleriyle de ön plana çıkıyor. Safranbolu'nun Türkiye'nin en nadide yerlerinden biri olduğunu anlamak için, küçük sokaklarının kaldırımlarını arşınlamak yeterli. Böylece geçmişinden gelen izleri de gözlemleyebilirsiniz.

Yörenin ikinci önemli özelliği, demir işçiliği. Safranbolu'da demir işleyen ve farklı amaçlar için kullanılan kilitleri üreten ustalar var. Yapılan eserleri gördüğümüzde, Safranbolu'nun havasından mı, suyundan mı bilinmez, burada doğmuş büyümüş insanların başka bir ruh haline sahip olduğunu anladık.

USTA TÜRK ZANAATKARLARI

Seyahatimiz sırasında, eşim Fred'in arkadaşı Jacques -ki kendisi neşeli bir Toulouse'ludur- kafilenin kalanı gibi Doğu ve Batı arasındaki ticari ilişkilerinde önemli bir durak olan bu çizgidişi ilçenin büyümesine kapıldı.

Şu bir gerçek ki, Safranbolu turistik açıdan muazzam bir yer. Üç evden biri otel veya pansiyona dönüşmüş durumda. Yörük adı verilen, ilçenin daha eski bölgelerine

geçip, daha tipik evleri görebilir ve merkezdeki turist istilasından bir nebze uzak kalıp ilçenin dokusunu daha rahat soluyabilirsiniz.

Geceyi geçirmek için çok sempatik bir pansiyon bulduk. Bu ilçede, müzeye çevrilmiş bir eve gittik ve bu müze-ev sayesinde dönemin kostümlerini ve alışkanlıklarını gözlemleme imkanımız oldu. Sıcak kuzinede ısınan su, erkeklerin nargile sevdası...

Kaldığımız yerin sahibi Filiz, ev sahibi dedesinin çatı katına yerleştiğini ve canı kahve istediğinde zemine sertçe vurmasının yettiğini söylüyor.

Safranbolu'nun her köşesinde, başta Osmanlı dönemi olmak üzere, bir tarihin izi var.



NASIL GİDİLİR?

Safranbolu'ya karayolu ile üç ayrı yönden ulaşmak mümkün. Ankara-İstanbul karayolunun Gerede kesiminden ayrılarak 82 kilometre sonra Karabük'e, Karabük'ten 8 kilometre sonra da Safranbolu'ya varabilirsiniz. İlçenin kuzey yönünde bulunan Bartın'a uzaklığı 74 kilometre, doğusunda bulunan Kastamonu'ya uzaklığı 105 kilometredir.

Safranbolu, Ankara'nın 200 kilometre kuzeyinde, Karadeniz'in 100 kilometre güneyinde yer alıyor.



Türkiye sınırlarında 50 bin kadar korunması gerekli Kültür ve Tabiat varlığının 1131'i Safranbolu'da.



Safran Lokumu

En sona, bana göre en heyecan verici yeri sakladım. Tahtayla yapılan işler, gerçekten mükemmel. Türk zanaatkarları her zaman işlerine çok hakimmiş (hâlâ da öyleler) ve yıllardır saklanan muhteşem eserlere imza atmışlar. Zamanında, tahta döşeme ne kadar kalınsa, ailenin o kadar zengin olduğu söylenirmiş. Biz de, gözümüze takılan her ahşap eseri fotoğraflamaya ve ölümsüzleştirmeye çalıştık. Tabii hayran hayran bakmayı bitirdikten sonra.

HER DERDE DEVA: SAFRAN

Safranın birçok faydası olduğunu öğrendiğimizde (örneğin hafızayı güçlendirmek, derinin üst tabakasını canlandırmak, cinsel gücü arttırmak gibi), derhal gidip altın renkli bir karışım olan ballı safranı denedik. Sonuç mu? Mükemmel....

Tabii, yolculuğumuzu bitirirken çantalarımızı yörenin bir başka meşhur ürünü safranlı lokumlarla doldurduk. Üstelik her uğradığımız dükkanda ikram edilenleri tattıktan sonra... Safranbolu, güzel hatıralarla, güzel görüntülerle, güzel kokularla ve güzel tatlarla aklımızda kalacak. ■



TARİHİ

Anadolu'nun kuzey batı kesiminde, Antik devirde tarihçi Homeros'un İlyada destanında Paplagonya olarak geçmektedir. Yörede sırası ile Hititler, Frigler, dolaylı yoldan Lidyalılar, Persler, Helenistik Krallıklar (Pondlar), Romalılar, Selçuklular, Çobanoğulları, Candaroğulları ve Osmanlılar egemenlik kurmuştur.

Safranbolu 1196 tarihinde Selçuklu Sultanı II. Kılıç Arslan'ın oğlu Muhiddin Mesut Şah zamanında Türklerin eline geçmiştir. Safranbolu, tarihi geçmişinde, en üstün ekonomik ve kültürel düzeyine Osmanlı döneminde ulaşmıştır. Kentin 17. yy'da İstanbul-Sinop kervan yolu üzerinde önemli bir konaklama merkezi oluşu, bölgede ticaretin gelişimine olanak sağlayarak, bölgeyi zenginleştirmiştir. Tüm ülkede bulunan yaklaşık 50 bin kadar korunması gerekli Kültür ve Tabiat varlığının 1131'i Safranbolu'dadır. Bu zenginlik kenti bir Müze Kent haline getirmiş, korumacılıktaki başarısı ise kente "Korumanın Başkenti" unvanını kazandırmıştır.

Geriye doğru 3000 yıllık tarihi geçmişe sahip olan Safranbolu pek çok uygarlığa ev sahipliği yapmış ve günümüze bir kültür zenginliği olarak ulaşmıştır. Özellikle Osmanlı döneminden kalma han, hamam, cami, çeşme, köprü ve eşsiz konaklar gelenlere hayranlık uyandıracak niteliktedir. 90'lı yılların başından bu yana küçük ve orta ölçekli turistik tesislerin oluşumu ile turizm ilçe ekonomisindeki yerini güçlendirmiştir.

SAFRANBOLU'NUN İSİMLERİ

Bizans döneminde Safranbolu, Dadybra (Dadibra) adıyla, Müslüman Arap akınları karşısında bir müstahkem kale olarak (Akratia) kurulmuş ve önem kazanmıştır. 1196 tarihinde Selçuklular zamanında kentin adı Zalifre olmuştur. Beylikler döneminde ve Osmanlıların ilk zamanlarında kentin adı Borglu ve Borlu şeklini almıştır. Osmanlı döneminde kullanılan diğer adlar, "Zağfiran-ı Borlu", "Zağfiran-ı Benderli", "Zağfiranbolu" olarak sıralanabilir. İsmi son olarak "Safranbolu" biçimine dönüşüğü söylenmektedir.

SAFRAN

Safran bitkisi kendi ağırlığının yüz bin katı kadar sıvıya sarıya boyayabilme özelliğine sahiptir. Gıda, ilaç ve kozmetik sanayiinde kullanılmaktadır. Bu bitkinin dünyada üretildiği ender yerlerden biri Safranbolu'dur.

NEREDE KALINIR?

Zalifre Otel

Tel: +90 370 725 4720 Faks: +90 370 725 4705

Kadioğlu Şehzade Konakları

Tel: +90 370 712 8623 Faks: +90 370 712 5657

Bağlarsaray Otel

Tel: +90 370 725 5078 Faks: +90 370 725 5152



Murat Şaylan
muratsaylan@referansnoktasi.com

Marka sahibi reklam ajansından ne ister?

Büyük reklam ajansları “ajanscıklar”dan nefret eder ama çelimsiz marka sahibini reklamveren olmaya ikna eden, marka yönetiminde tecrübelendiren ve büyük reklam ajanslarının ilgi alanına girecek kadar marka iletişimi yatırımı yaptırtan da “ajanscıklar”dır

Marka sahipleri reklam ajansının nesini beğenir, nesini beğenmez? Marka sahibi reklam ajansından nasıl bir katkı beklentisi içerisindedir? Reklam ajansları ile müşterileri arasında uyumsuzluk nerelerde yaşanmaktadır? Neden marka sahipleri sık sık ajans değiştirir?

Yukarıdaki soruların cevaplarını her ajans sürekli sorulamalıdır. Ajansının kalitesini, müşteri sayısını, ününü ve itibarını artıracak ipuçları yukarıdaki soruların cevaplarında gizlidir.

Kabul ediyorum, reklam ajansından ne istediğini, ne istemesi gerektiğini bilmeyen birçok marka sahibi (reklamveren) var. Reklam ajansına doğru düzgün brief veremeyen, verdiği brief'in arkasında duramayan, ne iş ne de pazarlama stratejisi olan, reklamveren olmanın gereklilerini bilmeyen marka sahiplerine “Her reklamveren layık olduğu reklamı alır” başlıklı yazımda yol gösterici bazı tüyolar vermiştim. Şimdi de müşterisinin ihtiyaç ve beklentilerini iyi anlamayan reklam ajanslarına bazı tüyolar vermek istiyorum.

Öncelikle reklam ajanslarının yeni reklamveren olmuş marka sahibinin geçmiş marka iletişimi deneyimlerini iyi çözümleyemediklerini düşünüyorum.

İLK ADIM: MATBAA

Genelde marka sahipleri henüz bir reklam ajansı ile çalışmaya başlamadan önce tasarım işlerini matbaalar ile çözmektedirler. Bir ambalaj tasarımına mı ihtiyaçları var veya kartvizitlerini mi tasarlatacaklar, baskıyı yaptıracakları matbaaya tasarım yaptırırlar. Matbaalar da müş-

teri adaylarının baskı işlerini almak için ücretsiz tasarım hizmeti vermeye hazırdır. Matbaa bünyesinde bulunan ve gelen işleri baskıya uygun hale getiren alaylı Mac operatörleri birden tasarımcı olurlar ve matbaa müşterilerinin ambalaj, kurumsal kimlik, afiş, takvim, broşür, hatta ilanlarını dahi tasarlamaya başlarlar. Bu tasarım işi için genelde ücret ödenmediği için marka sahibi tasarım konusunda ortaya çıkanla yetinmek zorundadır. Ortaya çıkan işler ise son derece kötüdür. Genelde marka sahibi en başarılı rakiplerinin yaptığı tasarımları taklit eden brief verir ama matbaa grafikeri bunu hayata geçiremez. (Matbaaların bünyesinde tasarım yeteneği çok iyi gelişmiş grafiker maalesef yoktur. Çünkü tasarım gözü biraz gelişen matbaa grafikeri zaten bir reklam ajansına çoktan transfer olmuştur.) Marka sahibi için sonuç; çok vasat marka iletişim tasarımı ve materyalleri değildir sadece. Her seferinde farklı matbaa ile çalışıldığı için birbiriyle hiç alakası olmayan tasarımlar vardır ortada. Yani yeni doğan markanın kimliği bunalımdadır.

İKİNCİ ADIM: AJANSCIKLAR

Marka kimliğindeki ve iletişimindeki karmaşaya rağmen büyük beceriyle ve fedakârlıklarla büyüyen marka sahibinin kapısını önce “ajanscıklar” aşındırmaya başlar. Alaylı ya da akademi kökenli çocukların bir Mac, bir PC, bir de printer alarak kurdukları yapılarıdır ajanscıklar. Bu çocuklar, içinde “tasarım kültürü”, “kurumsal kimlik”, “marka iletişimi”, “markalaşma”, “pazarlama”, “bilinirlik” ve benzeri kelimeler geçen cümleler kurarlar. Böyle

üç-beş ajanscık'ın ziyaretinden sonra "bilinçlenen" marka sahibinin içinde "reklamveren" olmak için dayanılmaz bir istek doğar.

Artık bir reklam ajansı ile çalışılmalıdır. Ziyarete gelen ajanscık'lardan biriyle anlaşılır. Şiddetle fatura kesmeye ihtiyacı olan ajanscık birden marka sahibinin güdümüne girer. Marka sahibinin marka iletişimini yönetmektense, marka sahibinin isteklerini yerine getirmeyi uygun görür. Daha dün matbaa grafikerine revizyon öneremeyen marka sahibi ise artık daha cesurdur. Pazarlama iletişimi ve marka yönetimi teorisine uzak olan, bu alanda ne bilmediğini dahi bilmeyen marka sahibi cahil cesaretiyle marka iletişimi için reklam ajansını yönlendirmeye başlar. Ne de olsa parayı veren düdüğü çalmalıdır. Tahmin edersiniz ki bu yönlendirme bir strateji veya plan dahilinde değildir. Marka sahibinin aklına gelen subjektif, taklitçi ve anlık fikirler ajanscık'ın fikirlerini ve tasarımlarını yönlendirmeye başlar. Bu tip reklamveren karşısında ajanscık "salla başı al maaşı" modu-

na geçer. Ortaya çıkan sonuç yine hüsrandır. Marka sahibi hem ajansa ödediği ücreti fazla bulmaya başlar hem de ajanstan verim alamadığını düşünmeye...

KIRILMA NOKTASI

Bir heves iki kalasla reklamveren olan marka sahiplerinin ilk çalıştıkları ajanscıkta umduklarını bulamayınca tekrar kabuklarına çekildiklerini çok gördüm. (Yani tekrar matbaacılarına tasarım yaptırmaya geri dönerler) Bunların çoğu hâlâ bir arpa boyu yol kat edemez. Fiyat rekabetine sıkışıp kalmışlardır. Ne kadar kan kaybetse de kolay kolay ölemezler, çünkü piyasa onlara serum bağlamıştır. Serum da bittiğinde büyük zararlarla kapalırlar.

Matbaa ve ajanscık tecrübesi edinmiş (feleğin çemberinden geçmiş de diyebiliriz) ama her şeye rağmen reklam ajansı ile çalışması gerektiğine inanan marka sahibi artık daha bilinçlidir. (Abartmayalım "bilinçli reklamveren" olmanın "b"sindedir diye düzeltelim) Artık marka



Doğru ajans, marka kimliği ve iletişimdeki eksikleri tamamlayarak, reklamvereni ileri götürür.



sahibi daha yetkin reklam ajansı arar, ajansa daha fazla ücret ödemeyi kabullenir ve marka iletişimine daha fazla bütçe ayırmanın hesapları içerisinde. (Büyük reklam ajansları "ajansçıklar"dan nefret eder ama çelimsiz marka sahibini reklamveren olmaya ikna eden, marka yönetiminde tecrübelendiren ve büyük reklam ajanslarının ilgi alanına girecek kadar marka iletişimi yatırımı yaptırtan "ajansçıklar"dır.)

Reklam ajanslarının diğer kurumlardan farklı olarak "tedarikçi" değil de "iş ortağı" olarak anılmasının sebebi, vereceği hizmet için marka sahibinden daha fazla markayı sahiplenmesi beklendiği içindir. ■

Not: Bu yazı, yazarının izniyle "The Brand Age" dergisinin Aralık 2009 sayısından alınmıştır.

"BİLİNÇLİ" MARKA SAHİBİ, REKLAM AJANSINDAN NE İSTER?

- * Kurumunu, ürünlerini, markasını incelemesini ve anlamasını ister.
- * Sektörünü hızla öğrenmesini, rakiplerinin marka iletişim faaliyetlerini anlatmasını ister.
- * Kurumun tüm mevcut tasarımlarını talep etmesini bekler. Rakiplerinin marka kimlik tasarımları hakkında karşılaştırmalı yorum dinlemek ister. Sonrasında da marka kimliği hakkında yorum ve öneri getirmesini ister.
- * Kartvizitten ambalaja, broşürden web sayfasına, tabeladan ilana kadar tasarım birliği (tutarlılığı) sağlayan öneriyi duymak görmek ister.
- * Öncelikle ambalaj tasarımını mükemmel çözmesini ister. En çetin rekabetin rafta yaşandığını öğrenmiştir.
- * Güçlü ve fırsat barındıran bir marka konumlandırması belirlemesini ve sonrasındaki tüm marka iletişimi önerilerini bu konumlandırma ışığında yapmasını ister.
- * Önerdiği ilanın mesajının direkt olmasını ve satışlara mutlaka etki etmesini ister. Güzel tasarım ve yaratıcı fikre sahip olması onun için ikinci plandadır.
- * En az bütçeyle en fazla etkiyi getirecek çözümler (marka iletişimi faaliyetleri) önermesini bekler.
- * Marka bilinirliğini ve değerini artıracak öneriler ve uygulamalar bekler. (Böylece fiyat rekabetine yakalanmadan, ürünlerini karlı fiyatta satabilsin.)
- * Proaktif olmasını, alenen gözüken tasarım ve iletişim eksikliklerini brif almadan önermesini bekler.
- * Talep ettiği işleri zamanında, hatta zamanından önce görmek ister.
- * Markasının sahiplenilmesini ister.



G O N G ; s t a n b u l

Reklam ve Yayıncılık Ajansı

Çerçevesiz televizyon

Televizyon dünyası tasarım konusunda yeni bir döneme giriyor. Dünyanın ilk çerçevesiz televizyonu SL9000'i üreten LG "beyazcam" sınırsız eğlence sunuyor



Televizyon, evimizin en önemli dekoratif unsuru ve bunu bilen tasarımcılar artık görüntü kalitesi kadar, televizyonların tasarımlarına da önem veriyor.

LG, televizyon keyfinizdeki sınırları çerçevesiz LED TV serisi SL9000 ile kaldırıyor. Şık görünümünün yanı sıra full HD görüntü kalitesiyle SL9000 serisi televizyon izlemekten daha fazla zevk almanızı sağlamayı hedefliyor. Üç santimetreden bile daha ince olan televizyon, gizli hoparlörleri sayesinde eşsiz bir görüntüye sahip. Bluetooth uyumlu cihazlardan fotoğraf, video ve müzik dosyalarını

kolayca paylaşabildiği gibi, USB 2.0 girişi, harici hard disk, bellek kartı veya flaş sürücülerden yararlanarak birçok farklı dosya türünü TV'de görüntüleme imkanı sağlıyor.

LG'nin SL 9000, dış görüntüsü ve teknik özellikleri dışında çevreye oldukça duyarlı. Beş farklı tasarruf modunu kullanarak, enerji konusunda piyasadaki rakiplerine fark atıyor. LG SL 9000 evde sinema keyfinizi doruklara çıkarmakta, birçok görsel dosyasını rahatlıkla açmakta ve tüm bunları yaparken çerçevesiz tasarımıyla evinizi güzelleştirmekte iddialı.



Bu duvar yaşıyor!

Partick Blanc'ın tasarladığı "canlı duvar" toprağa ihtiyaç duymadan binaların dış cephesini süslüyor.

Fransız sanatçı ve bilim adamı Patrick Blanc'ın "canlı duvar"ı görenlerde büyük hayranlık uyandırıyor. Blanc'ın duvarındaki bitkilerin sarmaşıktan farklı olan en önemli özelliği toprağa ihtiyaç duymaması. Londra, Paris, New York ve Tokyo gibi metropollerde birçok duvarı kaplayan eseriyle Blanc, bilim çevrelerinin en ilgi çekici simalarından biri.

10 yıllık araştırmasının sonunda 1994'ten beri 140 adet dikey bahçe oluşturan Blanc'ın en bilinen eserleri Paris'teki Quai Branly Müzesi'nin yüzü, Manhattan'daki Marithe ve François Girbaud mağazasının yüzü ve Bangkok'taki Siam Paragon Alışveriş Merkezi'nin yüzü. Eğer ilginizi çektiyse Facebook sayfasından "canlı duvar hakkında detaylı bilgi bulabilirsiniz.

Ne google, ne twitter, ne de facebook...

Dünyaca ünlü Time dergisi, 2009 yılının en iyi sitesinin Flickr olduğunu açıkladı. Ülkemizde büyük ilgi gören Facebook 31'inci olabildi.

Dergide, fotoğraf etiketleme ve kategorilere ayırma özelliğinin siteyi birinci sıraya taşıdığı aktarıldı. Bugüne kadar

flickr™

3 milyardan fazla fotoğrafın yüklendiği paylaşım sitesi, arkadaş olarak ek-

nen kişilerin birbirinin fotoğraflarını etiketlemesine ve bu etiketler sayesinde kendiliğinden gerçekleşen bir kategorizasyona imkan sağlıyor.

Time'in listesinde Twitter 6'ıncı, ünlü arama motoru Google 11'inci, ülkemizde erişimi engellenen video paylaşım sitesi YouTube 12'inci, Wikipedia 25'inci, Facebook ise 31'inci olarak yer aldı.

99 Dolara aile ağacı

National Geographic ve IBM'in projesi "The Genographic Project" sayesinde 99 dolara aile ağacınızı çıkartabilirsiniz.

Genetik uzmanı Dr. Spencer Wells'in yürüttüğü "Genographic Projesi" insanoğlunun dünyaya nereden yayıldığını anlamayı hedefliyor. Siz de, DNA örneğinizi Wells'in başkanlığındaki kurula gönderip, 99 dolara kendi kökeninizi öğrenebilirsiniz. "genographic.nationalgeographic.com" sitesine girerek, 99 dolar ve kargo ücretini ödediğiniz takdirde adresinize bir DNA toplama kiti geliyor. Kitin içindeki aparatı ağızınıza sürüp özel saklayıcısıyla birlikte laboratuvara gönderiyorsunuz ve size verilen şifre vasıtasıyla internetten ilgili genetik çözümlemeye ulaşabiliyorsunuz.

Aşılar elde kaldı

Fransa, Almanya ve İsviçre gibi Avrupa ülkeleri, satamadıkları domuz gribi aşılarını pazarlamanın yollarını arıyor. Elde kalan miktar 94 milyon doz.

Nüfusu 63 milyon olan Fransa'da sadece 5 milyon kişinin domuz gribi aşısı olması, Fransa Sağlık Bakanlığı yetkililerini kara kara düşündürüyor.

Geçen yıl yaz ve sonbahar aylarında hızlı bir şekilde yayılan domuz gribine karşı üretilen aşılar sadece Fransa'da değil, Avrupa'nın birçok ülkesinde yeterince ilgi görmedi. Devletler, büyük ilaç şirketlerinden aldıkları aşılardan ellerinde kalmasıyla zor bir duruma düşerken, aşılarda tüketmeye çalışıyor. Geçtiğimiz günlerde Katar, Mısır ve Ukrayna'nın Fransa'dan 2 milyon doz aşı satın aldığı açıklandı.



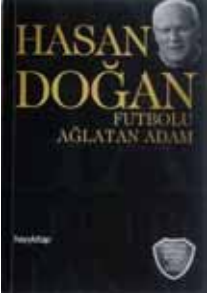
Bor madeninden yakıt

NNT adlı Türk firması, nanoteknolojik yöntemle bor madeninden yakıt üretti.

Ülkemizin rezerv bakımından çok zengin olduğu bor madenini dünya pazarına sunmak için AR-GE çalışmaları yapan NNT firması, ileride tek başına yakıt olarak da kullanılabilecek "Nano Fuel"i üretti. Önemli bir başarıya ulaşan şirketin genel müdürü Mehmet Can Arvas, dünya petrol rezervlerinin tükenmesinin kendilerini nano teknoloji ve bor ile üretim yapmaya ittiğini ifade etti.

Kondu Grup'ta kültür sanat

Megazin'in her sayısında Kültür Sanat sayfaları Kondu Grup çalışanlarının katkısı ile hazırlanıyor. Her sayı bir çalışanımız okuduğu kitabı, biri izlediği filmi, biri de tiyatro oyununu kaleme alıyor. İşte kitabı, oyunu ve filmiyle Kondu Grup çalışanlarının bu sayıdaki kültür sanat gündemi!



kitap

Hasan Doğan:
Futbolu Ağılatan Adam
Haşim Akman
Hayy Kitap / 230 Sayfa

Türkiye Futbol Federasyonu'nun eski başkanlarından Hasan Doğan'ın hayatını anlatan bu kitap çok ilgimi çekti. Futbola ilgilendiğim halde, Hasan Bey'in hayatını pek bilmiyordum. Bence herkesin okuması gereken bir kitap ve Hasan Doğan'ın hikayesi gerçekten çok ilginç.

Hasan Bey, vefat ettiği zaman da çok üzülmüştüm ve hayatını merak ettiğim için kitabı çok hızlı bir şekilde okudum. Abana'da başlayan hayatının içimizden biri gibi anlatıldığı kitapta çok güzel bir dil kullanılmış. Ayrıca kitabın arka sayfasında "Bu kitabın tüm geliri Türkiye Bedensel Engelliler Spor Federasyonu'na bağışlanacaktır" yazıyor. Bence bu çok güzel bir davranış. Bu kitapta emeği geçen, Hasan Doğan'ın hayatının bu kadar güzel bir şekilde aktarılmasına katkı sağlayan herkese teşekkür etmek lazım. Son olarak, kitapta Hasan Doğan'ın fotoğraf albümünden bazı kareler olduğunu söylemek gerekir.



Gencay Şaybak
Baskı Sonrası
Sorumlusu



Vele ki ciddiym!
Gülse Birsal
Turkuvaz Kitap / 214 Sayfa

Yazar, senarist ve aynı zamanda 7 Kocalı Hürmüz, Hırsız Var! gibi filmlerle birlikte Avrupa Yakası'ndan da tanıdığımız ünlü oyuncu Gülse Birsal'in köşe yazılarını derlediği dördüncü kitabı raflarda. Gülse Birsal, insanoğlunun zor bir dönemden geçtiğini hatırlatarak gülmeyi öneriyor.



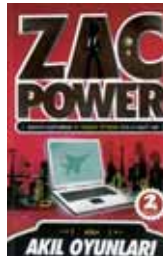
Alya, Sevgilim ve ben
Ayşe Arman
Doğan Kitap

Gazeteci Ayşe Arman, minik kızı Alya'yla ilgili yazılarını "Alya, Sevgilim ve ben" kitabında bir araya getirdi. Kitapta hamilelik döneminden itibaren Arman'ın annelik serüvenine ilişkin hikayeler var. Ayrıca, Arman kitapta özel albümünden onlarca fotoğrafa yer vermiş.



Doğalcılık ve Din Arasında
Jürgen Habermas
YKY / 335 Sayfa

20. yüzyılın en önemli filozoflarından Jürgen Habermas'ın 2000'li yıllarda kaleme aldığı makalelerden oluşan Doğalcılık ve Din Arasında Felsefi Denemeler, dini taassupların siyasi etkisinin artışı konu alıyor. Birbirinden bağımsız ama yakından ilişkili denemeleri Ali Nalbant çevirdi.



Zac Power: Akıl Oyunları
H.I. Larry
Caretta / 90 Sayfa

"Süperakıllı" bilgisayar korsanlarıyla mücadele eden kahraman Zac Power, korsanların kimliğini öğrenip, onlarla zorlu bir kapışmanın içine giriyor. Çocuklar için bilimkurgu türünün eğlenceli örneklerinden biri olan Zac Power: Akıl Oyunları kitabının çevirmeni Neşe Akın.



sinema

2012

Yönetmen: Roland Emmerich
Senaryo: Harald Kloser ve
Roland Emmerich
Oyuncular: John Cusack,
Chiwetel Ejiofor, Amanda Peet.

Dünyanın sonunun bir felaket sonucu gelmesinin anlatıldığı filmde görüntüler ve efektler çok gerçekçiydi. Göktaşı, seller, afetler, dünyanın ne kadar kötü bir halde olduğunu gösteriyordu.

Bu filmi izledikten sonra çevre konusunda daha dikkatli olmaya karar verdim. İnsanların başına gelenler çok etkileyiciydi. Filmdeki karakterlerin her durumdan çok kolay bir şekilde kurtulması biraz saçmaydı.

Sinemaya iki çocuğum ve eşimle birlikte gittim. Dördümüz de filmi çok beğendik. Özellikle çocuklarım filmin hem görüntülerini, hem konusunu çok beğendi. Uzun zamandır ailecek sinemaya gitmemiştik, bu satırlar vasıtasıyla şirketimize bana bu fırsatı verdiği için teşekkür ederim.

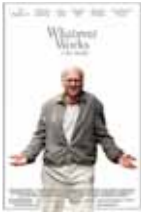


Levent Birkan
Baskı
Operatörü



Yahşi Batı

Yönetmen: Ömer Faruk Sorak
Senaryo: Cem Yılmaz
Oyuncular: Cem Yılmaz, Ozan Güven,
Demet Evgar, Zafer Algöz,
Özkan Uğur ve Süleyman Turan
Vizyon Tarihi: 1 Ocak 2010



Kim Kiminle Nerede? (Whatever Works)

Yönetmen: Woody Allen
Senaryo: Matt Lopez
Oyuncular: Adam Sandler, Guy Pearce,
Keri Russell, Richard Griffiths
Vizyon Tarihi: 15 Ocak 2010



Ada: Zombilerin Düşünü

Yönetmen: Talip Ertürk ve M. Emir Eren
Senaryo: Talip Ertürk ve M. Emir Eren
Oyuncular: Esra Ruşan, Erol Ozan
Ayhan, Kaan Keskin, Rüya Önal ve
Gülüm Baltacıgil
Vizyon Tarihi: 29 Ocak 2010



tiyatro

Ata Demirel Show

Yazar: Ata Demirel
Tür: Tek kişilik gösteri

Uzun süredir tiyatroya gitmemiştim. Ta ki Magazin için bu yazıyı yazmam istenene kadar... Bu gösteriye iş arkadaşım İbrahim ile birlikte gittim ve çok eğlenceli bir akşam geçirdik. Uzun zamandır bu kadar gülmemişim. Gösterinin konusuna gelince; Ata Demirel'in tek kişilik oyunuydu ve Demirel, ünlü sanatçıları taklit etti. Örneğin; Kadir İnanır, Bülent Ersoy, Fatih Terim gibi...

Gündemde olan konuları ti'ye alarak seyirciye aktarması da çok başarılıydı.

Ata Demirel'i televizyonda izlemekle tiyatro sahnesinde görmek arasında da büyük bir fark var.

Show bittiğinde çok eğlenmiştik. Bu gösteriye gitmemizi sağlayan Mega Basım'a teşekkürü bir borç biliriz.



Suat Çelik
Muhasebe



Ful Yaprakları

Yazan: Civan Canova
Yöneten: Turgay Kantürk
Rol Dağılımı: Özlem Güveli Türker,
Özden Çiftçi, Musa Uzunlar.

İstanbul Devlet Tiyatroları



Dinmeyen Alkışlar

Yazan: Gülsün Siren Kınal
Yöneten: Engin Gürmen
Rol Dağılımı: Aslı Seçkin, Aziz Sarvan,
Cem Uras, Çağım Defne Gürmen Üstün,
Emre Narci, Enes Mazak, Erkan Sever.
İstanbul Şehir Tiyatroları



Ya Devlet Başa, Ya Kuzgun Leşe

Yazan: Orhan Asena
Yöneten: Nedret Denizhan
Rol Dağılımı: Aslı Narci, Berrin Koper,
Bora Ayanoğlu, Caner Bilginer, Dinçer
Çekmez, Doğan Altınel, Ergün Üglü.
İstanbul Şehir Tiyatroları

Genel iş güvenliği, yangın, acil eylem ve ilk yardım MEGA'DA EĞİTİM VAKTİ

Mega Basım için 2009'un son dönemi yoğun bir eğitim süreciyle geçti. Son derece faydalı bilgilerin paylaşıldığı eğitimlerin ardından çalışanlara sertifika verildi



Mega Basım çalışanlarına Kasım ve Aralık aylarında "genel iş güvenliği" eğitimi, acil eylem tatbikatı, yangın tatbikatı ve iki gün süren ilk yardım eğitimi verildi ve personel sertifikalandırıldı.

Tüm Mega ailesinin katıldığı eğitim ve tatbikatlarda personeli daha bilinçli kılmak ve iş kazalarının en aza inmesini sağlamak için motivasyonu artırıcı bilgiler verildi.

Yeni yılda da devam etmesi planlanan eğitimlerle Mega Basım personeli kaliteli üretim çitasını daha yukarı çekmeyi hedefliyor. ■



2009'u uğurlarken...

YİNE BİR ARADAYDIK

Mega Basım ve Pasifik Ofset için oldukça yoğun ve yorucu geçen 2009 senesinin son günlerinde Yönetim Kurulu Başkanımız Hasan Kondu, küçük gruplar halinde bir araya geldiği çalışanlarımızla, akşam yemeği toplantıları

gerçekleştirdi. Ekip ruhunu güçlendiren bu toplantılar, çalışanlarımız tarafından memnuniyetle karşılanırken, Sayın Hasan Kondu, yaptığı konuşmada 2009 senesini değerlendirdi ve 2010 yılı için güzel dileklerde bulundu.





Hasan Seğmen'in oğlu
Kayra Seğmen



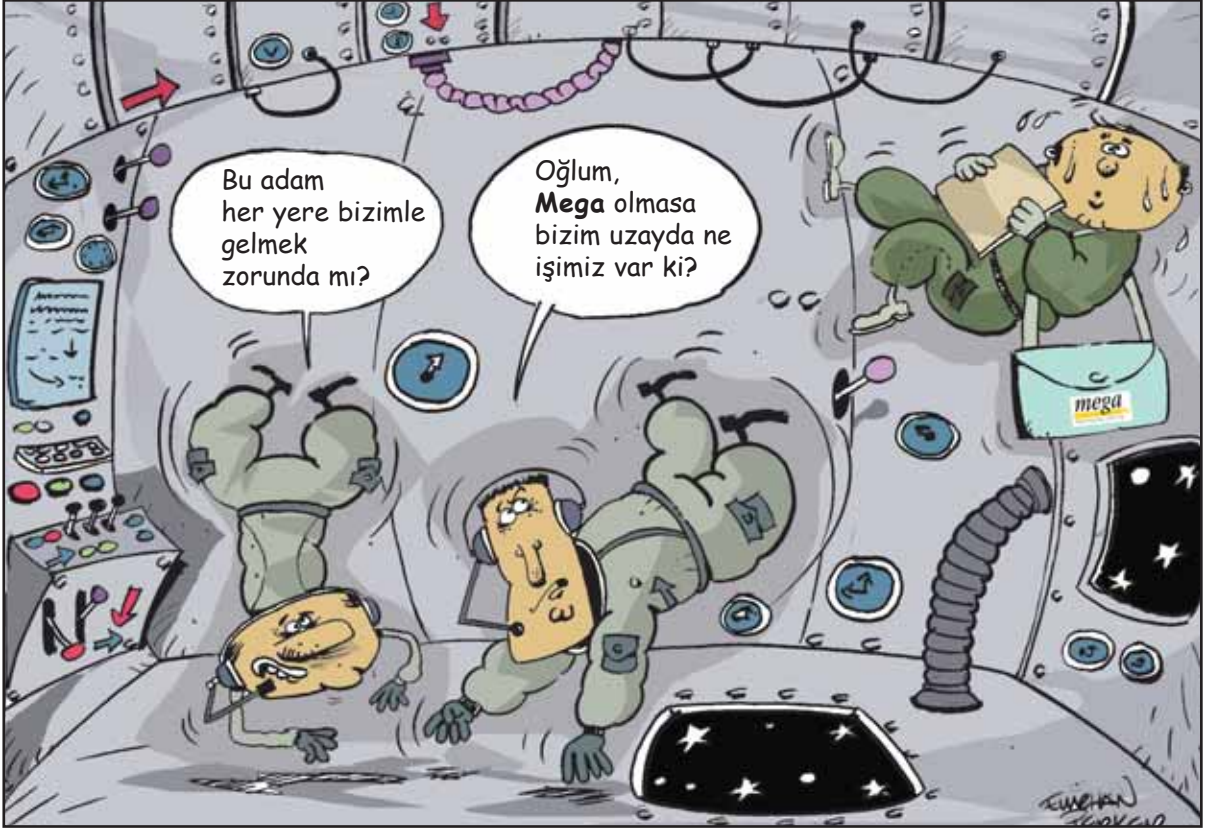
Yusuf Güzeltaş'ın kızı
Esra Nur Güzeltaş



Murat Baysan'ın oğlu
Mert Doruk Baysan

GEÇMİŞ OLSUN

CTP Operatörü Erkut Granda ve
Sevkiyat Amiri İbrahim Çelik
ameliyat oldu.



KALİTELİ ÜRETİM KADAR GÜVENLİ ve HIZLI TESLİMAT DA ÖNEMLİDİR

Mega Basım ve Pasifik Ofset, ürettiği malın kalitesi kadar, size ulaştırılmasından da kendisini sorumlu tutar. Adresiniz ne olursa olsun, ürününüz size en hızlı ve sağlıklı şekilde MEGA BASIM güvencesiyle ulaştırılır.

Kahveniz bitmeden iřiniz biter

Mega Basım
dijital baskı çözümleriyle de
hizmetinizde



mega
basım

Tel: +90 212 412 17 00 • www.mega.com.tr