

mega zin

KONDU GRUP'UN
SOSYAL PAYDAŞ DERGİSİDİR.
AĞUSTOS 2010 SAYI: 23



FSC Belgesiyle,
Doğa Dostu **Mega Basım**

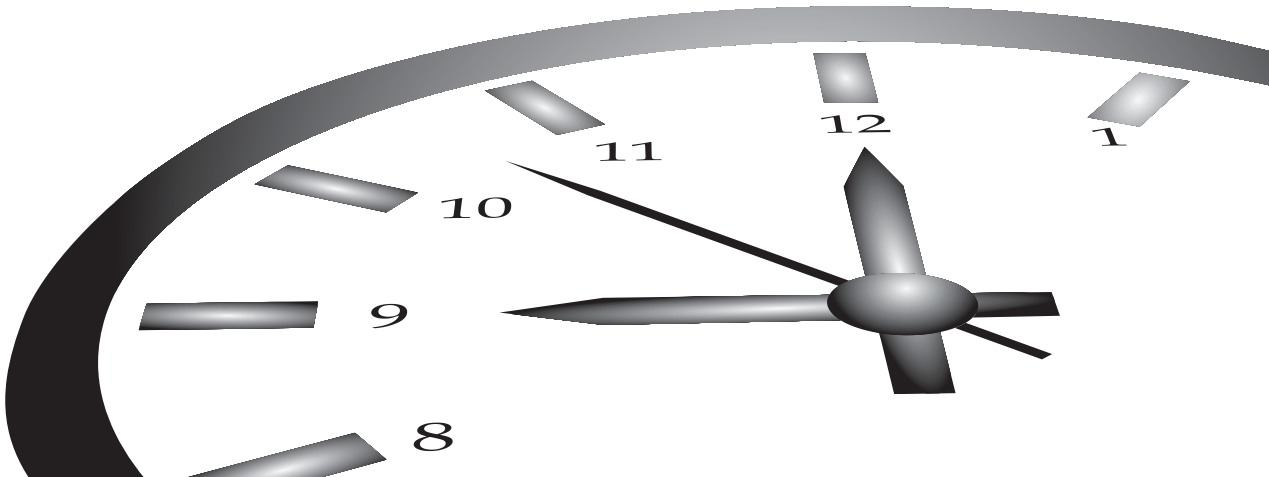
Mega Basım

Dijital Baskı'da

"Zaman" tanımını

değiştiriyor.

Kahveniz bitmeden **baskınız bitiyor.**



Dünyanın parçası olabilmek...



Hasan Kondu

Kondu Grup Yönetim Kurulu Başkanı

Çıtayı her geçen gün
yükselterek
kendimizle
yarışıyoruz.
Hizmet kalitemizde
ulaştığımız her yeni
nokta, aşmamız
gereken yeni bir
eşik bizler için.

Bu derginin sayfalarında Mega Basım ve Pasifik Ofset'i birçok kez birer dünya markası olarak tanımladık. Bu hedef doğrultusunda da bir dünya markası olmanın tüm gereklerini yerine getirmeye çalışıyoruz. Çabalarımızın son meyvesi Mega Basım olarak aldığımız FSC Sertifikası oldu. Dergimizin içinde ayrıntılarını bulabileceğiniz FSC Sertifikası, kağıt temini için ormanların bilinçsizce yok edilmesini engelleyen, bu sektöre belirli kurallar getiren bir sertifikasyon sistemi. Şu an elinizde tuttuğunuz Magazin Dergisi dahil, Mega Basım üretimi her bir ürünün dünyanın doğal yapısına zarar verilmeden üretildiğine emin olabilirsiniz. FSC üzerine hazırladığımız ayrıntılı tanıtım sayfalarımızı ilgiyle okuyacağınızı umuyorum.

Türkiye, dünya liginin önemli bir üyesi olmayı başaramadığı sürece herhangi bir markanın bunu tek başına başarabilmesi mümkün değil; farkındayız. Bu nedenle ülkemizin dünyadaki pozisyonunu da büyük bir ilgiyle takip ediyoruz. G20'de Çin'in ardından dünyada ekonomisi en hızlı büyüyen ikinci ülke olarak açıklanmamız, tam da sözünü ettiğimiz durumu özetliyor. Bu tür güzel gelişmeler "yalnız olmadığımızı" hissettiriyor ve dünyaya uyum sağlama çabamızda bize cesaret veriyor.

Her yeni gün, yeni bir ülkenin Türkiye'ye vizeleri kaldırdığını açıklaması da bu sürecin bir başka parçası. Dünyada birbiri ardına açılan kapılar bir yandan moral destek sağlarken, diğer yandan fiziki ulaşımın kolaylaşması nedeniyle Türk insanının vizyonunu genişletiyor. Vizelerin kaldırılması haberlerini sadece "yeni tatil olanakları" olarak değerlendirmemek lazım. Unutulmamalı ki açılan her yeni kapı tüm sektörler için yeni birer iş kapısıdır. Doğru planlamalarla yeni iş fırsatları yakalamak bizim elimizde.

Global ekonominin bir parçası olmak için gösterilen çabaların tabii bir de olumsuz etkisi var: Dünya ölçeğinde yaşanan sıkıntılardan da nasibinizi alıyorsunuz. Yerli kağıt üretimimizin kısıtlı olması ve ithal kağıt temini zorunluluğumuz sektörümüzün dünya kağıt sektöründe yaşanan daralmadan bire bir etkilenmesine neden oluyor. Buna rağmen aldığımız tedbirlerle dünyada yaşanan bu daralmayı müşterilerimize hiç yansıtmadık ve tüm siparişleri zamanında teslim edebildik. Diğer yandan Magazin'in şu anda okuduğunuz sayısında da kullandığımız özel bir kağıt ithal ettik. Kaliteli katalog ve kitaplarda kullanabileceğiniz yeni kağıdımız "SPECIART"ı seveceğinizi umuyoruz.

Yüzümüzü dünyaya dönüp, siz sevgili müşterilerimizi tabii ki unutmuş değiliz. Müşteri hizmetlerimizi daha da ileri götürebilmek için işinin uzmanı üç arkadaşımızdan oluşan bir "Operasyon Merkezi" kurduk. Müşteri temsilcilerimizin üretimdeki temsilcileri olan, üretim sürecini işin başında izleyen bu arkadaşlarımız sayesinde sorularınıza çok daha hızla yanıt verebileceğiz.

Çıtayı her geçen gün yükselterek kendimizle yarışıyoruz. Hizmet kalitemizde ulaştığımız her yeni nokta, aşmamız gereken yeni bir eşik bizler için. Bu çabada emeği geçen tüm arkadaşlarımızı gönülden kutluyorum. Sizlerle birlikte çok daha güzel işlere imza atacağımıza inancımız tam. Tüm çabamız da bunu sağlayabilmek için zaten.

içindekiler



İç sayfalarda 87 gr/m2 SPECIART WHITE,
Kapakta 280 gr/m2 kraft bristol kullanılmıştır.

3	Haberler
4	Röportaj Mustafa Ceceli
8	Tanıtım FSC Belgesi
12	Artworks Reklam İlhan Soylu
16	Tanıtım Tacikistan
18	Caretta Reklam Murat Yiğci
22	Pasifik Ofset Zekeriya Barışkan
24	Gezi Marmara Adası
28	Makale Murat Şaylan
30	Teknoloji
32	Kültür-Sanat
34	Personel Haber
36	Karikatür

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.

Kaçıncı seviyedesisiniz?

Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından yapılan yeni düzenlemelerle tüm mesleklerin Ulusal Meslek Standardı belirleniyor. 8 ana seviye bulunan bu standartlara göre çıraklık, kalfalık gibi pozisyonların yerini "1.", "2." gibi seviyeler alacak

Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK), bir mesleğin başarılı yapılabilmesi için gerekli bilgi, beceri, tavır ve tutumların neler olduğunu gösteren asgari normları "Ulusal Meslek Standardı (UMS) adı altında belirliyor. Standardı oluşturulacak meslekler piyasanın ve eğitim kurumlarının ihtiyaçları ve sektör komitelerinin önerileri dikkate alınarak MYK Yönetim Kurulu tarafından listeleniyor. Mesleklere ilişkin yeterlilik düzeyleri, MYK tarafından görevlendirilen meslek kuruluşları tarafından belirleniyor.

Matbaacılık, yayıncılık, ambalaj sektörlerinde ulusal meslek standartlarının hazırlanması konusunda 2009 yılında Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) ile protokol imzalayan İstanbul Ticaret Odası sektörlerin temsilcileri ile hazırlık toplantılarını yaptı.

Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın Hasan Kondu'nun da



MESLEKİ YETERLİLİK KURUMU

görev aldığı Basım Eğitim Vakfı - BASEV de bu süreçte "Ofset Matbaa Operatörü" mesleğinin, ulusal meslek standardını belirlemek üzere gerekli çalışmaları yapmakla görevlendirildi.

Özbekistan'da eğitim

Baskı Öncesi şefimiz Abdülkadir Güler liderliğinde gerçekleştirdiğimiz Mega Basım eğitimlerinin bir yenisi için Özbekistan'daydık!

Eğitim ve seminer programları ile sektörde yeni ve benzersiz bir sayfa açan Mega Basım, Baskı Öncesi Şefi Abdülkadir Güler liderliğinde bu kez Özbekistan'daydı. Özbekistan'da üç gün boyunca baskı öncesi başta olmak üzere baskı sürecine dair eğitim veren Abdülkadir Güler ve Mega ekibi, yanlarında götürdükleri iş örneklerini de paylaşarak teorik anlatımlarını güçlendirdiler. Baskı

öncesinde kullanılan programların özellikleri, baskıya hazırlık sürecinde dikkat edilmesi gereken noktalar anlatılırken renk bilgisi, baskıya hazırlık sürecinde karşılaşılabilecek olası sorunların çözüm önerileri gibi konularda deneyimler paylaşıldı.

Eğitim programlarının her birinin sonunda Abdülkadir Güler katılımcıların sorularını yanıtladı.





Sahnelerde bir "Hacı" Mustafa Ceceli

Ünlü sanatçıların
şarkılarına *aranjörlük yapan*
Mustafa Ceceli
artık **bir yorumcu.**

*Eski aranjör, yeni yorumcu ile
müzik kariyerini konuştuk...*

Sezen Aksu'nun ona niçin
"Hacı" dediğini sorduk

Röportaj :Ayşe Bakır
Fotoğraflar: M. Ceceli Arşivi

Sezen Aksu'nun konserlerinde, "Hacı" diye bahsettiği aranjör artık kendi konserlerini veren bir şarkıcı. Yıllardır "Minik Serçe" ve birçok sanatçıya aranjörlük yaparken ses yeteneği keşfedilince mikrofon başına geçen Mustafa Ceceli, önce Enbe Orkestrası'nın "Unutamam" şarkısıyla çıkış yaptı; zaten ne olduysa o şarkıdan sonra oldu. İnsanların büyük ilgisi, tek şarkıdan oluşan Limon Çiçekleri single'ının çıkmasına neden oldu ve

Aranjörlükten şarkıcılığa geçmiş bir isimsiniz... Neden durduk yere şarkı söylemek istediniz, işin mutfağı sıkıcı mıydı?

Bir geçiş yapmadım. Hâlâ aranjörlük yapıyorum; bunu bırakmam düşünülemez. Yorumculuğum tamamen tesadüf eseri oldu. Aklımdan şarkı söylemek hiç geçmemişti; ama kötü mü oldu diye soracak olursanız, inan bilmiyorum, kendime daha önce bir yorumcu olarak bakmadım...

Yeni albümünüz hakkında konuşmadan önce 29 yaşında ünlü bir aranjör olma serüveninizden bahseder misin?

Müzik üzerine bir eğitim almadım ama hep müzikle ilgilendim. 3-6 yaş arası piyano eğitimi, kitaplar... Dinleyiciler beni yorumcu olarak yeni bir isim olarak bilebilirler ama uzun zamandır sektörün içindeyim.

Müzik kariyerinde değişime neden olan ilk kırılma noktasını anlatır mısınız?

2003 yılında hayatım değişti. O yıllar Kenan Doğulu'ya bir aranje yapmam istendi ve yaptığım iş kabul edildi. O işten sonra birçok ünlü sanatçının aranjelerini yaptım. Yaptığım aranjeler hep kliplendi ve çıkış şarkısı oldu.

Ya Sezen Aksu'nun hayatına nasıl girdiniz?

İşte en güzeli o... Kırılma noktamın ikincisini Sezen Aksu ile çalışmaya başlayarak yaşadım. 2005 yılında... "İki Delilik", "Hükümsüz", "Gidemem", "İzmir'in Kızları" şarkılarını düzenledim. Bu şarkılardan sonra Sezen'in başkalarına verdiği şarkıları düzenlemeye başladım.

Şu ana kadar müzikseverlerin yakından bildiği hangi şarkıların düzenlemelerini yaptınız?

Kenan Doğulu "Çakkıdı", "Aklım Karıştı", Emre Altuğ "Aşka Kıyamet" ve en son albümü. Ajda Pekkan "Dokun Bana", Sertab Erener, "Bu Böyle" ve yakında çıkacak yeni albümü, Nilüfer'in son albümünden "Olmadı Gitti" şarkısı son zamanlarda yaptıklarımın bazıları. Çok şarkı var ve bunların hepsini akılda tutmak zor.

sonra Mustafa Ceceli hayranları dolu dolu bir albüme kavuştu.

Mustafa Ceceli'nin isim vermediği albümü çıkmalı epey oluyor ama hâlâ satış rekorları kırıyor. Konserleri boş geçmeyen Ceceli ile biraz daha yakın markajdan sohbet imkanı bulduk.

Kimdir bu "Hacı", daha yakından tanımak lâzım diyerek sohbete başlıyoruz... Öncelikle gerçekten de "Hacı" olduğunu öğreniyoruz; bir lâkap değil bu; böyle anılmaktan da son derece memnun.

Çok iyi bir aranjör olduğunuz söyleniyor... Siz kendinizi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bunu ben değil beni tercih edenler ve dinleyiciler söyleyebilir ama ben birçok kez TOP 10 listelerinde 7-8 şarkımı birden gördüğüm oldu. O duygunun nasıl bir şey olduğunu anlatamam.

Sevmediğiniz şarkılar denk geldiğinde düzenlemelerini yapıyor musunuz?

Yapmam! O bana göre değil.

Hiç başınıza geldi mi?

Bir defa geldi. Şarkının çok kötü olduğunu düşündüm ve düzeltebileceğim bir şey var mı diye evirdim çevirdim; ama olmadı. Kibar bir şekilde "Bu şarkıyı ben düzenlemeyi beceremedim" diyerek geri çevirmek zorunda kaldım. Böyle durumlarda düzenlemek istemediğim şarkıları, o şarkıya daha uygun aranjörlere yönlendiriyorum.

İşin mutfağında düzenleme yapan biriyken yorumculuğa soyundunuz. Yorumculuğunuzun keşfi nasıl oldu?

Sezen Hanım'ın şarkılarını ben aranje ediyordum. Sonra şirketinden bana "Başkalarına vereceğimiz şarkıların demo kayıtlarını sen söyle,



senin sesinden dinleyip alıp almamaya karar versinler" diye bir teklif geldi. Ben de "Olur" dedim. İlk söylediğim şarkı "Unutamam" oldu. Şirkete şarkıyı gönderdik, telefon ettiler, biz bu şarkıyı istiyoruz ama şarkıyı söyleyenle birlikte istiyoruz dediler. Çok şaşırmıştım.

Aslında sizi oyunun ortasına çeken bu yorumu, teklifi yapan kim?

Enbe Orkestrası... Zaten "Unutamam" şarkısı Enbe Orkestrası'nın çıkış şarkısı oldu. Sonra klipi çekildi. Şarkı söylediğimi de ilk kez orada duydu insanlar.

"ŞANSLI BİR ŞARKICIYIM"

İyi bir aranjör olduğunuz konusunda herkes hemfikir; peki iyi bir şarkıcı mısınız?

Hayat planımda şarkı söylemek yoktu. Hatta aklımın ucundan bile böyle bir şey geçmedi. Enbe Orkestrası bir deneme oldu benim için; ama sonrasında ortaya çıkan bu albüm kesinlikle bir deneme değil.

Sesiniz beğenildi, hayranlarınız var, aranjörlüğü bırakırsınız artık...

(Gülüyor) Albümümün piyasaya çıktığı akşam ben Ghetto'da Levent Yüksel'le çalışıyordum. Ertesi gün de Sertab Erener'in yeni albümünün kayıtlarıyla uğraşıyor-

dum. Yani "Kendi albümüm var başka şeyle uğraşmam" diye bir durum yok. Bu arada "Kahramanlar" dizisinin müziklerini ve önümüzdeki yıl vizyona girecek bir filmin müziklerini yapıyorum.

Albümünüzde toplam yedi Sezen Aksu şarkısı var, şanslı şarkıcılar arasındasınız...

Uzun zamandır Sezen Aksu'dan bu kadar şarkı alan yoktu ama örnekleri var tabii. Yakında bir arkadaşımın daha albümü çıkacak; hemen hemen onun albümünde de bu kadar Sezen şarkısı var. Ama evet bir benim için şans durumu olduğu doğru. (Gülüyor)

Kendi aranjörlüğünü yapmak, başkalarınınkini yapmaya göre daha mı kolay oldu?

Zor oldu çünkü yorumcu halimi tanımıyorum. "Ben nasıl şarkılar söylersem bana gider" bilmiyorum. O yüzden iki yıl uğraştım bu albümü tamamlayabilmek için.

Sesiniz güzel ama albüm yapmak başka bir disiplin, size bu cesareti veren ne oldu?

Gayet samimi söylüyorum. Single olarak çıkarttığımız "Limon Çiçekleri" şarkısının müzikseverler tarafından beğenilmesi ve çok büyük başarı sağlaması beni cesaretlendirdi. Aksi halde bu albümü yapmayabilirdim.



MUSTAFA CECELİ KİMDİR?

2 Kasım 1980'de Ankara'da doğdu. 6 yaşında piyano çalmaya başladı. Lise yıllarında arkadaşları ile birlikte ilk müzik grubunu kuran Mustafa Ceceli aynı yıllarda amatör olarak düzenlemeler yapmaya başladı. Üniversite sınavında Ankara Üniversitesi Veteriner Hekimliği Bölümü'nü kazandı. Aynı dönemde arkadaşlarının kurduğu bir müzik grubunda "keyboard" çalmaya başladı. TRT'nin düzenlediği yaz konserleri projesine dahil olmasıyla birlikte tamamen müziğin içinde bir hayat sürmeye başladı; bir yandan konserlerde "keyboard" çaldı diğer yandan aranjörlük yaptı. Fakültenin 3. sınıfında yeniden üniversite sınavına girdi ve Yeditepe Üniversitesi İşletme Bölümü'nü kazanarak İstanbul'da yaşamaya başladı. Cenk Eren ve Nükhet Duru Orkestrası'nda çalışmaya başlayan Ceceli, Cenk Eren'in vokalisti Merih Ermakastar'ın albümündeki tüm parçaların düzenlemelerini yaptı. Bu çalışma sayesinde önce Kenan Doğulu sonra da Sezen Aksu ile tanışıp, onlarla çalışmaya başladı. O andan itibaren de müzik dünyasındaki kariyeri başarılarla bugüne dek geldi.

(Daha geniş bilgi için: www.mustafaceceli.com)

Sezen Aksu, konserlerinde sizden "Hacı" diye bahsediyor. Gerçekten hacı mısınız?

Evet hacıyım, 2003'te hacca gittim çünkü.

Bizim toplumumuzda hacca gitmek için "yaşın kemale ermesini bekleme" eğilimi var... Sizce 23 yaşında hacı olmak erken değil mi?

Bence değil. Annem gitmek istemişti, ona eşlik ettim ama ben de orada olmaktan gayet mutlu oldum.

Babanız "Benim rakım daha bitmedi" diye bir cümle etmiş sanırım...

[Gülüyor] Evet, o rakısını içmeye devam etti.

Gerçekten demokratik bir aile...

Hacısınız ama "show" dünyasındasınız.

Bu durumu yadırgayanlar oluyor mu?

Benim çalışmalarına ket vuran bir durum değil ki... İş dünyası ve inanç dünyası başka şeyler; birbirinden ayırmak lâzım.

Peki ramazan ayında konser vermemek ya da kadın hayranlarınızla aranızda mesafe koymak gibi düşünceleriniz var mı?

Yok canım... İnanç maneviyatı besler, hiçbir zaman böyle yapmadım. Sadece ezan okunduğunda müziğin sesini kapatırım.

Size "Hacı" denmesi ve bu özelliğinizin bilinmesi hoşunuza gidiyor mu?

Evet, hoşuma gidiyor.

Çalışırken kağıt kalem kullanır mısınız? Yoksa sadece bilgisayarla mı yaparsınız işlerinizi?

Evet kağıt kalem kullanırım. Sadece mecburiyetten değil, kağıtları severim de. Çoğumuzun yazısı bilgisayar yüzünden çirkinleşti; çünkü artık yazı yazmıyoruz. Yazmadıkça kalem tutma yeteneğimiz kayboluyor. Tuhaf bir şey değil mi? Kimin aklına gelirdi bu! Ama ben kağıt kullanmayı severim, yaptığım işler genellikle bilgisayar üzerinde olsa da okuma yapmam gerektiğinde çıktısını almayı tercih ediyorum

Kağıtlarla iyi anlaşıyorsanız kitaplarla da aranız iyi olmalı... Nasıl bir okuyucusunuz?

Kitap okurum ama bazen mazeretlerim olmuyor değil. İş yoğunluğu nedeniyle çılgın kitap okuyucularından değilim. Beğendiğim kitapları saklarım, hunharca kullanmam; ama aşırı dozda kitap bağımlısı değilim. ■

BOL ÖDÜLLÜ BİR BAŞLANGIÇ

● Hürriyet gazetesi Kelebek eki tarafından düzenlenen 37. Altın Kelebek Ödül Töreni'nde "En İyi Çıkış Yapan Sanatçı Ödülü"nü kazandı.

● Pertevniyal Lisesi tarafından düzenlenen ve sonuçları öğrencilerinin oylarıyla belirlenen 2009 Yılı'nın En İyileri Ödül Töreni'nde "Yılın Erkek Pop Sanatçısı" seçildi.

● Magazin Gazetecileri Derneği

tarafından düzenlenen Altın Objektif Ödül Töreni'nde "Hastalıkta Sağlıkta" şarkısı, "Yılın En İyi Şarkısı" ödülüne lâyık görüldü.

● 16. Kral TV Müzik Ödülleri'nde "En İyi Erkek Sanatçı" ve "En İyi Albüm" ödülleri kazandı.

● Radyo Boğaziçi 7. Müzik Ödülleri'nde, En İyi Erkek Pop Müzik Sanatçısı Ödülü'ne lâyık görüldü.

● Muğla Üniversitesi öğrencileri tarafından Altın Kariyer Ödülü'ne lâyık görüldü.

Mustafa Ceceli, hemen her ödül töreninde yeni bir ödül için sahneye çağrılıyor...

FSC Belgeli

Doğa Dostu Mega Basım

*Sadece **tüketmekle** olmaz!
Bu dünyada yaşıyorsak,
hepimizin görevleri var.*

Mega Basım
sorumluluğunun bilincinde.

*Bu yüzden **FSC**
Sertifikası aldık.
Kullandığımız kağıtların **doğayı**
tahrip edecek şekilde temin
edilmediğini biliyoruz*

Mega Basım olarak, sınırsız müşteri memnuniyeti ilkesine sadık kalarak basılı malzemeleri en iyi kalite ve en uygun koşullarda üretmeyi bir politika olarak benimsemiş durumdayız. Bilgimiz ve teknolojimizle yüksek kaliteli poster, broşür, dergi, katalog, takvim, kitap; kısaca her türlü ofset baskı talebinizi karşılayabiliyoruz. Yaptığımız işi önemsiyoruz. Baskısını yaptığımız her işinizin sizler için öneminin farkındayız; bu yüzden makine parkurumuzdan personelimizin eğitimine, dünya standartlarında iş kalitesinden sağlıklı teslimat şartlarına kadar tüm ayrıntıları özenle değerlendirip, hiçbir yatırımdan kaçınmıyoruz.

Kondu Grup ailesi olarak çok önem verdiğimiz bir konu da yaşadığımız, iş yaptığımız, kısacası "bir parçası" olduğumuz dünyamıza karşı duyduğumuz sorumluluk. İşimizin doğası gereği üretimde kullandığımız hammadde kağıt. Kağıt üretimi de temel olarak ağaçlardan yapılıyor. Bir yanda tanıtım malzemelerinden, kitap ve dergilere hayatımızın vazgeçilmezi olan basılı eserleri üretirken diğer yandan ihtiyacımız olan hammaddeyi "doğadan" karşıladığımızın farkındayız. Yaşadığımız gezegeni çok değer verdiğimiz gelecek nesillere "bulduğumuzdan da iyi durumda" teslim etmemiz gerektiğinin bilincindeyiz.

Bu kaygılarla ulusal ve uluslararası birçok kalite belgesi aldık. Kendi inisiyatifimizle bazı sorumluluklar altına imza attık. Şimdi de FSC-CoC Orman Koruma ve Gözetim Zinciri'nin bir parçası olduk. Kullandığımız kağıtların hangi şartlarda üretilebileceğini; kaynak olarak hangi ormanların hangi şartlarla kullanılabileceğini belirleyen FSC-CoC Orman Koruma ve Gözetim Zinciri sayesinde "bilinçsiz orman kıyımı"nın önüne geçiliyor.

ORMAN YÖNETİM KONSEYİ - FSC NEDİR?

Bağımsız bir organizasyon olan Orman Yönetim Konseyi (FSC), dünya üzerinde orman alanlarını kontrol etmektedir. 80'in üzerinde ülkede 100 milyon hektardan fazla orman alanı FSC standartlarına uygun olması sayesinde sertifikalandırılmıştır. Kağıt ve kereste ürünü satın alınırken, üzerinde açık bir şekilde görünen FSC eti-



keti o ürünün doğayı koruyan belli standartlarda temin edildiğini göstermektedir.

FSC etiketli bir ürün (kağıt, kereste ya da bu hammadde ile yapılmış bir ürün) hangi şartlarda üretilmiştir? Diğer ürünlerden farkları nelerdir? FSC Sertifikası almış kurumların avantajları nelerdir?

● Dünyada çeşitli nedenlerle ağaç kesilmesi söz konusu olduğunda yapılan en büyük yanlışlardan biri doğal ormanlara ve çevresindeki habitata bilinçsizce zarar verilmesidir. Ticari kaygılar ve kısa vadeli beklentilerle yapılan bu hata, uzun vadede o bölgedeki ormanın yok olmasına neden olduğu gibi habitata da zarar vermektedir. FSC, doğal ormanların ve çevresinin zarar görmesini engeller. FSC belgeli bir ürün aldığınızda o ürünün hammaddesini sağlamak için dünyanın neresinde olursa olsun doğal bir ormanın ve çevresindeki habitatın zarar görmediğini bilirsiniz.

● Çağımızın en tehlikeli oyuncaklarından biri de "genetik". Görüntüsü daha renkli, boyutları daha büyük olmasına rağmen verdiği zararlar nedeniyle genetiğiyle oynanmış yiyeceklerle karşı tüm dünyada oluşan tepkiler ortada. Hemen hepimiz organik gıdaların peşine düşmüş durumdayız. Ne yazık ki benzer bir olumsuz yaklaşım ağaç yetiştirirken de geçerli. Dünyanın birçok bölgesinde genetiği değiştirilmiş ağaçlar yetiştirilerek kısa vadeli kazançlar elde edilmeye çalışılıyor; oysa FSC belgeli bir ürün aldığınızda o ürünün hammaddesini sağlamak için dünyanın neresinde olursa olsun genetiği değiştirilmiş ağaç kullanılmadığını bilirsiniz.



● Global ekonominin aktörleri özellikle hammaddesi doğadan temin edilen üretimlerde gelişmiş ülkelerden ziyade bakir bölgeleri tercih etmekte. Güçlü dünya şirketleri karşısında yaptırım gücü yok denecek kadar az olan ya da maddi kaygılarla gelecek kuşakları düşünmeyi bir tür lüks olarak algılayan yerel halklar bu üretimden uzun vadede zarar görmektedir. Bozulan habitat; iklimden tarıma, hayvancılıktan su kaynaklarına tüm yaşam şartlarını olumsuz etkilemektedir. FSC belgeli bir ürün aldığınızda o ürünün hammaddesini sağlamak için dünyanın neresinde olursa olsun yerel halkın yaşam alanlarına zarar verilmediğini bilirsiniz.

● Dünya üzerinde üretim koşullarının kalitesini belirleyen sertifikalar mevcuttur; ama çok önemli olan bir ayrıntı bu sertifika sahiplerinin sözleşmelere tutarlı bir şekilde uyup uymadığıdır. FSC belgeli bir ürün aldığınızda

hammaddeyi sağlamak için belirli şartlara uyacağını taahhüt eden üreticilerin yılda en az bir kez kontrol edildiğini ve şartlara uymamaları halinde sertifikalarının iptal edildiğini bilirsiniz.

● Çevreye duyarlı birçok kurum, çözüm ortaklarının benzer duyarlılıklar taşıması nedeniyle dolaylı yoldan çevreye zarar vermektedir. FSC belgeli ürün kullandığınızda çözüm ortaklarınız sizin duyarlılığınızı görmüş olur.

1990'ların başında kuruluş çalışmaları başlayan FSC'nin temellerini ABD'nin California eyaletinde bir grup ahşap üreticisi ve çevreye duyarlı sivil toplum örgütleri temsilcileri atmıştır. İlk yıllarda dünya çapında doğal ormanlar üzerine tespit, belgelendirme ve akreditasyon işlemleri gerçekleştirilmiş, sonrasında oluşumun standartları belirlenmiştir. Merkezi Almanya'nın Bonn şehrinde bulunan FSC, çeşitli ülkelerde temsilciliklerle çalışmaktadır.

CoC (Koruma ve Gözetim Zinciri) yönetim sisteminin uygulandığını gösteren belgeler, ilgili şirketlere FSC tarafından onaylanmış bağımsız belgelendirme kuruluşları tarafından verilir. FSC, kurum olarak denetimleri bizzat yapmaz; buradaki amaç, standartları koyan kurum olarak bağımsızlığını koruyabilmektir. BM Trada gibi onaylı belgelendirme kuruluşları denetimi de yapmakta, bu kurumlar tarafından yayımlanan belgeler FSC tarafından düzenli olarak kamuoyu ile paylaşılmaktadır.

ÇITAYI YÜKSELTİYORUZ

Mega Basım olarak FSC Sertifikası almamız, FSC güvencesinde ürünler kullandığımız anlamına geliyor. Tabii ki bu seçimin şirketimiz için bazı maliyetleri oldu; ancak en büyük kazancımız çözüm ortaklarımız ile birlikte güzel işler üretirken yaşadığımız dünyaya zarar vermiyor olduğumuzu bilmemizdir.

"Bilinçsizce tüketen" kişi ve kuruluşların uzun vadede kendilerine olduğu kadar, ülkelere ve dünyaya da zarar verdiğini biliyoruz. Bu nedenle, bu sertifikanın şirketimize oluşturduğu maliyetten çok daha fazlasını kazandığımıza ve kazandırdığımıza inanıyoruz.

İddialı ama temelsiz sloganlar değil; elle tutulur, ölçülebilir standartlarla kalite çitامızı gün geçtikçe arttırıyoruz. Eğitimli personelimiz, makine parkurumuz, duyarlılıklarımızın kanıtı sertifikalarımızla bütün hedefimiz iş kalitemizi ve müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkartabilmektir. Mega Basım bir dünya markasıdır ve dünya markası olmanın tüm gereklerini yerine getirmektedir. ■

ORMANLARI KORUYAN SERTİFİKA

Ormanlar Dünya yüzeyinin yaklaşık olarak üçte birini oluşturmakta ve karasal biyolojik çeşitliliğin dörtte üçünü barındırmaktadır. Ormanlar aynı zamanda karasal karbon havuzlarının yaklaşık yarısını oluşturmakta ve bu nedenle dünya iklimini düzenlemede önemli bir rol oynamaktadır.

[Birleşmiş Milletler'e bağlı Gıda ve Tarım Örgütü'nün yayımladığı rapora göre dünyada yılda 13.000.000 hektar orman yok olmakta, buna karşılık sadece 1/5 kadar yeni alan ağaçlandırılmaktadır. Ormanların yok olmasının dünya iklimine ölümcül etkileri bulunmaktadır.

2009-2010 kışında Avrupa'da daha önce görülmemiş soğuk ve kar yağışı hayatı felç etti ve büyük zararlara neden oldu, 2010 ilkbaharında hava sıcaklığının hızlı artması sonucu eriyen kar ve buzlar Orta Avrupa'da nehirlerin sellerle zarar vermesine yol açtı. 2010 yılının ilkbaharında ülkemizin doğu illerinde de büyük sel baskınları meydana gelmiştir. Bilim adamları, ormanların çoğalmasının iklim değişikliği azaltımında önemli bir rol oynadığını belirtmektedirler.

FSC-CoC ORMAN KORUMA ve GÖZETİM ZİNCİRİ SERTİFİKASYONU'NUN AMACI NEDİR?

FSC CoC ve PEFC CoC - Orman Koruma ve Gözetim Zinciri, ham maddenin ormandan tüketiciye ulaşana kadarki işleme, dönüştürme, imalat ve dağıtım gibi tüm safhalarını içine alan bir yönetim sistemidir.

CoC sertifikasyonu, belgeli orman ürünlerinin yine belgeli, iyi yönetilmiş ve katledilmemiş ormanlardan meydana geldiğini ve sıkı kontroller altında uygulanan (%) belgelendirme ve etiketleme yöntemi ile bu ürünlerin tedarik zincirinin herhangi bir aşamasında belgeli olmayan orman ve kaynağı belli olmayan ürünler ile karışmayarak üretildiğini sağlamayı amaçlar. FSC-CoC Orman Koruma ve Gözetim Zinciri, hammaddenin ormandan tüketiciye ulaşana kadarki; işleme, dönüştürme, imalat ve dağıtım gibi tüm başarılı safhalarını içine alan bir yönetim sistemidir.

HANGİ SEKTÖR FİRMALARI

BU SERTİFİKASYONDAN YARARLANABİLİR?

FSC ve PEFC sertifikasyonu orman ürünlerinden, yani ağaçlardan elde edilen girdi kullanan tüm üretici ve toptan ticaret yapan kuruluşların yararlanabileceği bir sertifikasyondur. Özellikle kâğıt, matbaa, etiket ve mobilya sektörü firmaları bu sertifikasyona önem vermelidirler.

FSC CoC'NİN, BU SİSTEMİ UYGULAYAN ve

BU SERTİFİKAYA SAHİP FİRMALARA FAYDASI NEDİR?

FSC belgesi doğal, doğayı koruyan ve kaliteli ürününüzün müşteri memnuniyetini karşılarken, firmanızın marka değerini artıran bir pazarlama argümanıdır.

Firmalar FSC web sitesindeki uluslararası tedarikçi listesinde yer alarak ek ürün talebi fırsatı elde edeceklerdir. Özellikle ihracat ve Avrupa'da ihalelerde istenen bir belgedir. Dünya çapında 17.246 firma ve yaklaşık 132.000.000 hektar orman FSC belgelidir.

BM TRADA CERTIFICATION, FSC ve PEFC-CoC Orman Koruma ve Gözetim Zinciri Sertifikasyonu'nda dünya lideridir. BM TRADA dünyada bu belgelendirmeyi yapan 20 akredite kuruluştan birisidir. Türkiye'de bu belgelendirme işlemine öncü olmuş ve 7 senedir müşterilerine doğal üretim kaynaklarını kullanabilme ve sertifikasyon konusunda hizmet vermektedir. BM TRADA dünyada yaklaşık 5000 firmayı FSC ve PEFC konusunda belgelendirmiştir.

BM TRADA FSC-CoC ve PEFC-CoC firma denetimlerini uluslararası onaylı Türk denetçilerle gerçekleştirmektedir. Ayrıca PEFC-CoC konusunda Türkiye'de hizmet veren tek sertifikasyon kuruluşudur. FSC ve PEFC hakkında daha fazla bilgi için www.bmtrada.com.tr adresini ziyaret edebilir veya bilgi@bmtrada.com.tr adresine yazabilirsiniz.

Bülent İNAN - BM TRADA Türkiye
Pazarlama ve İş Geliştirme Müdürü



Artworks Tam Hizmet Ajansı İlhan Soylu

Ankara'da "Siyasal"da öğrenciyken içine düşen **fotoğraf ateşi** onu İstanbul'a getirdi. İstanbul, ona yeni kapılar açtı. Reklamcılık sektörüne giren İlhan Soylu, **fotoğraftan hiç kopmadı...**

Ajans Başkanlığını yaptığı Artworks, bu temeller üzerine kuruldu.

Röportaj: Serdar Erbaş • Fotoğraflar: Volkan Doğan

Artworks Ajans Başkanı İlhan Soylu ile Megazin Dergisi adına buluştuğumuz günlerde Uluslararası İnsani Yardım Vakfı - İHH "Rotamız Filistin, Yükümüz İnsani Yardım" sloganıyla henüz yola çıkmamış; Gazze açıklarında, Mavi Marmara Gemisi'nde henüz o talihsiz olay yaşanmamıştı...

Bu nedenle, sohbetimizde bu olaydan hiç bahsedilmiyor; oysa Artworks'ün hizmet verdiği kurumlardan biri de İHH. Belki de o gemi güvertesindeki pankartlar Artworks'te tasarlanmıştı...

Tam hizmet reklam ajansı olarak 13 yıldır aynı binada hizmet veren Artworks'ün temelinde, ajansın kurucusu ve şu andaki iki ortağından biri olan İlhan Soylu'nun fotoğraf tutkusu var. Özel olarak da Nuri Bilge Ceylan'ın o yıllarda çıkan Refo Fotoğraf Sanatı Dergisi'nde yayımlanan bir fotoğrafı....

Ankara Siyasal İlişkiler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü öğrencisi olduğu yıllarda Refo Fotoğraf Sanatı Dergisi'nde gördüğü Nuri Bilge Ceylan imzalı siyah beyaz fotoğraflar, içine bir ateş düşürmüştü İlhan Soylu'nun. "Geleceğe böyle bir fotoğraf bırakayım, her şeye bedel" diyen bu genç adam, fotoğraf aşkının peşine düşüp İstanbul'a kırmış dümeni. Üstelik ailesi onun bir "hariciyecisi" ya da "kaymakam" olacağına onca inanmışken... "İstanbul'da master yapacağım" bahanesiyle ikna ettiği ailesinin o günkü tepkilerini anlatırken gülümsüyor; ama bu kararı hayata geçirirken zorlandığını da saklamıyor. Kolay değil, siz oğlunuzun Dışişleri Bakanlığı'nda çalışacağını hayal ediyorsunuz, o ise eline bir makine almış "Fotoğraf çekeceğim" diyor... Yine de ailesinin maddi manevi desteğini alarak yola çıktığını söylüyor İlhan Soylu, haklarını veriyor; zaman da onu mahcup etmiyor neyse ki.

Bir iki sene multivizyon gösterileri, tanıtım fotoğrafları çekimi yapan ve dia kiralayan şirketleri ile İstanbul'a adaptasyon süreci geçiren İlhan Soylu, 1996'nın sonunda önemli bir karar daha verip hayatının akışını bir kez daha değiştiriyor. Ortakları ile yollarını ayırıp, bir film şirketi ile ortaklaşa Artı 1 adıyla bir ajans kurup, reklam sektörüne adım atıyor.

Ticaretin ve ortaklı yapının zorlukları kendini hissettirse de bu süre içinde sektöre iyice hakim oluyor, ekibini kuruyor, kendini ispat ediyor... Takvimler 2001 yılını gösterdiğinde İlhan Soylu için bir yeni bir dönüm noktası, yine bir karar durağı oluyor. Ortaklık yaptığı film şirketinden Artı 1 Ajans'ı devralıp, şirket adını da bazı zorunluluklar yüzünden Artworks olarak değiştiren Soylu, geçmişte Müşteri İlişkileri Direktörü olarak birlikte çalıştığı Necati Beydemir ile birlikte Artworks adıyla yola

Her ne kadar İlhan Soylu ile bu olay üzerine konuşmamış olsak da onun mesleğine bakışı, ekibinden beklentileri ve dünyayı algılayış şekli nasıl bir insan olduğunu ve Artworks'ün çalışma prensiplerini anlatıyor. Mavi Marmara gemisinde yaşananlara yorumunu tahmin etmek güç değil...

Artworks'ün yeşil bahçesinde, henüz yüzler gülerken, gerçekleştirdiğimiz sohbetimizde İlhan Soylu bütün içtenliğiyle reklam sektörünün "fotoğrafını çekti" sizler için.

devam kararı alıyor. Kendilerini hâlâ Artı 1 olarak arayanların olduğunu hatırlatan Soylu "Gördük ki marka gömmek o kadar da kolay değilmiş" diyor.

Aslında yeni adı Artworks olsa da geçmiş yapıyı oluşturan müşteri profili, hizmet anlayışı ve hatta çalışan ekip bile eskisiyle aynı. Yaşanan hukuki bir değişiklik, yani değişen sadece bir tabela.

İlhan Soylu'nun kişisel tarihiyle iç içe geçmiş kuruluş öyküsünü dinlediğimiz Artworks, o günden bugüne benzer dinamiklerle sürdürüyor kurum yapısını. İlhan Soylu'ya soruyoruz:

"Peki, nasıl bir ajanstır Artworks?"

Yanıt net:

"İşini çok seven; tutku ve coşkuyla yapan bir ajans!"

En beğendikleri özellikleri olarak işlerine derinlikli yaklaşımları olduğunu söyleyen İlhan Soylu, küçük büyük tüm projelerinde dikkate aldıkları bu yaklaşımı şöyle anlatıyor:

" MÜŞTERİMİZİ ŞAŞIRTMAI SEVERİZ"

"Sosyal, siyasal, ekonomik, kültürel, sektörel bütün perspektifleriyle, bütün bu unsurları dikkate alarak yaptığımız işin neticede ticari ve ekonomik bir iş olduğunu aslı unutmuyoruz. Projeyi en optimum noktada gerçekleştirebilmek için müthiş odaklanıp, çaba sarf ederiz. Yaratıcılığımız, kalitemizi ortaya koyma fırsatıdır. Müşterimizi şaşırtmak gerçekten hoşumuza gider. Bu, meslekte bizi doyuma ulaştıran bir durumdur."

Müşterinin ne istediğinden çok neye ihtiyacı olduğunu dikkate aldıklarını söyleyen İlhan Soylu, Artworks'e dair bir ipucu daha vermiş oluyor; onlar müşterinin her dediğini yapan, ona teslim olan bir ekip değil... Bazen müşterinin menfaati uğruna, müşteriye rağmen çözüm ürettikleri de oluyor.

ARTWORKS



Artworks Ajans Başkanı İlhan Soylu,
Uluslararası İlişkiler Bölümü mezunu...
Bir fotoğraf tutkunu... Diğer yandan,
tüm donanımını mesleğine aktarmış, ilk
günkü heyecanını koruyan bir reklamcı.

İlhan Soylu'nun kartvizitinde "Ajans Başkanı" yazıyor; ama kendi deyimiyle "yaşı 40'ı geçmesine rağmen bu işe ilk girdiği zamanki kadar heyecanlı". Unvanlara çok önem vermediklerini söyleyen Soylu, "Ajans başkanı, kreatif yönetmen ya da yazar olmuştunuz; bunlar belli bir işbölümü mantığı içinde anlamlı olabilir ama biz önce reklamcı olmalıyız" diyor. Sonra da ekliyor:

"Bu, bizim ulaşabileceğimiz en iyi payedir bana göre."

REKLAMCILIĞIN TANIMI

Peki reklamcı olmak ne demek?

"Eğer siz bir işletme nasıl kurulur, hangi ekonomik iklim içinde faaliyet gösterir; Türkiye hangi siyasal, kültürel, tarihi serüven içinden gelmiştir, nereye doğru gitmektedir bilmiyorsanız bu bir sorundur. Sokaktaki insan ya da bir şirket yöneticisi güne hangi ruh haliyle başlamaktadır, onları neler etkilemektedir; bunu bilmelisiniz. O kadar geniş bir etkileşim alanı var ve bunların hepsi işimizi yaparken o kadar önemli ki... Siz işinizi yaparken bunlara dair nitelikli bir farkındalığa sahip değilseniz ve reklam sektöründe çalışıyorsanız işinizi sığ yapma tehlikesiyle karşı karşıyasınız demektir."

İlhan Soylu'ya göre işte bu anlattığı farkındalığa ulaşmış ve işini yaparken sadece estetik ya da iyi bir başlık atmak kaygısı gütmeyip, esas olanın müşterinin yazar

kasasının da çalışması gerektiğini bilen kişidir reklamcı. "Bu bağlamda aslında reklamcılık sanatı sömürür; böyledir, bunu kabul etmek gerekir" diyor Soylu ve mesleklerinin tanımını şöyle yapıyor:

"Reklamcılık tek başına sanat değildir. Tek başına ticaret de değildir. Sonuçta modern dünyada artık tüketicinin duygularına, kalbine hitap eden onun zekasını kişiliğini hesaba katan markalar ticari anlamda da başarı kaydedebiliyor. Bu da ticari mesajlarınızın yanına estetik, duygusal ya da değişik unsurları da katmanızı gerektiriyor. Dolayısıyla salt iş, salt sanat, salt şov değildir bizim işimiz. Bir stratejik temeli vardır. Onun üzerinden yürütmesi gerekir ve siz bu stratejiyi oluştururken de asgari düzeyde bir bilgi ve donanıma sahip olmanız gerekiyor. Bunlara sahip olunca bir reklamcı oluyorsunuz."

Reklamcılığı sadece şekil ve sözcüklerden ibaret görmediğini ısrarla söyleyen Soylu, bu sektörde hangi pozisyonda olursa olsun çalışanların sürekli kendilerini geliştirmekle yükümlü olduğunu vurguluyor. Bu gelişim sadece mesleki teknik konularla da kısıtlı değil ona göre; bir art direktör mesleğinin incelikleri kadar müşterilerinin sektörlerini, ülkenin şartlarını, ekonomiyi, kültürü, sosyal yaşamı ve dünyada neler olup bittiğini de takip etmeli, bu alanlarda da olabildiğince donanımlı olmalı.

Şimdi gelelim reklamcıların ürettiği fikirleri elle tutulur kılan üreticilere... İşte Soylu'dan işin üretim ayağında-kilere dair ilginç tespitler:

"Hizmet sektörlerinin ciddi bir handikapı var... Futbola benzetirsek... 89 dakika mükemmel bir oyun çıkartırsınız, 90. dakikada talihsiz bir gol yerseniz maçı kaybedersiniz. Bütün detaylar unutulur; tarih, skor tabelasını yazar. Bizim işlerimiz de öyledir; tamamladığınız çok başarılı bir çalışma, üretim ayağında yaşanan bir aksilik ile sonuca ulaşmayabilir."

İşin üretim ayağında bu nedenle doğru kurumlarla çalışmanın önemli olduğunu vurguluyor Soylu; satın alma işini yürüten arkadaşlarına "İşi delege ettim sorumluluk onda demeyin, ulaşabildiğiniz oranda hizmet aldığınız yerlerde de takipte bulunun" dediğini söyleyen İlhan Soylu, Mega Basım ile birlikte başardıkları güzel işlerden dem vurup gülümsetiyor bizi; Mega ailesinin bir parçası olduğumuz için gurur duyuyoruz.

REKLAMCI ÜRETİCİ İLİŞKİSİ

Reklamcılık sektöründe, işin grafik tarafında yer alan çalışanların birçoğunun yeterli matbaa bilgisi olmadığı tespitini yapan İlhan Soylu, kendi ajansı Artworks'te yeni programlar ve üretim ayağına dair kurum içi eğitimler verildiğini söylüyor. Sadece programları bilmek ve yaratıcı olmak da yetmiyor bu ajansta; Soylu'nun çok önemli bir tespiti daha var: "Doğru projeye göre, doğru işi üretebilmek". İşte bu tespitin açılımı:

"Bütüncül bir bakış açısı ve bilgiye sahip olmanız gerekiyor. İki günde üretilmesi gereken bir işte özel kesim, özel katlama iş üretirseniz bunun da karşılığı yok. İşin üretilebilir olması da gerekiyor. İlan tasarlayacağınız bir dergi basıldıktan sonra dünyanın en büyük fikrini bulsanız da önemi yok ya da fuar bittikten sonra bulacağınız broşür fikrinin müthişliğinin anlamı yok."

Artworks'ün bahçesindeki sohbette bir ajansın karakter analizini direkt o ajansın başkanından dinlemiş oluyoruz. Ne çok şey var aslında konuşacak... Örneğin sektör içi ilişkiler...

"Sektörün diyalogu da zayıf... Matbaası, prodüksiyoncusu, casting'cisi ve reklamcısı; tümü ortak çalışabilmeyi, birbirini besleyebilmeyi öğrenmeli, sorunları nasıl çözebileceğine dair birlikte kafa yormalı."

Ajansların matbaalara doğru iş göndermeleri gerektiğini söyledikten sonra önemli bir uyarı yapıyor: "Matbaalar da gönderilen işlerdeki eksiklikleri tespit edip reklam ajanslarını uyararak onlar için vazgeçilmez olabilir. Bu bir ipucudur. Matbaalar bu şanslarını kullanmalıdır."

Megazin'de yayımlanmış röportajlarda Mega Basım Üretim Sorumlusu ve Baskı Öncesi Sorumluları tam da Soylu'nun tavsiye ettiği yaklaşımı bir ilke olarak benimsediklerini söylememişler miydi? Bu "buluşmaya" şahitlik etmekten memnun, ayrılıyorz Artworks'ün yeşil bahçesinden... Nice işbirliklerine... ■

Neredeler, ne iş yaparlar? www.artworks-tr.com

Artworks Reklam Ajansı hakkında daha geniş bilgiye www.artworks-tr.com adresindeki internet sitesinden ulaşabilirsiniz.

Ajansın çalışma alanları ve ilkeleri, bugüne kadar imza attıkları işlerden örnekler ve iletişim bilgilerinin yer aldığı sitede bulabileceğiniz donelerden biri de Artworks'ün müşteri portföyü.

Artworks'ün müşteriler listesinde Star Gazetesi, Avicenna Hospital, İstanbul Ticaret Üniversitesi, KOSGEB, Mimsan Enerji, Trabzon Cevahir Outlet Centre ve Silivrisaray Konakları gibi şirket ve kurumlar dikkat çekiyor.

Bir de tabii ki artık tüm dünyanın tanıdığı Uluslararası İnsani Yardım Vakfı, İHH.



Dünyanın "damı"
kültürün özü

Tacikistan

Bir yanda gün geçtikçe hızla istikrarı artan ve dünya ile uyumu sağlanan ekonomisi, diğer yanda olağanüstü kültür mirasıyla Tacikistan hem ticari hem turistik bir cazibe merkezi olmayı amaçlıyor.

Tacikistan, 143 bin100 km2 yüzölçümü ile dünyanın en büyük yüzölçümüne sahip 92. ülkesi, 6.5 milyon nüfusu ile dünyanın en fazla nüfusa sahip 100. ülkesidir. Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla 9 Eylül 1991'de bağımsızlığına kavuşmuş, ancak kısa süre içinde ülkedeki çeşitli gruplar arasındaki çatışmalar bir iç savaşa dönüşmüştür. 1999'da yapılan Cumhurbaşkanlığı ve 2000'de yapılan parlamento seçimleri yabancı gözlemciler tarafından uluslararası standartlara uygun bulunmamış olsa da seçimler barış içinde gerçekleştirilmiştir. O tarihten bu yana Tacikistan'a barış hakimdir. Ülkedeki istikrar gün geçtikçe artmaktadır.

SSCB'den kopuş, yaşanan iç savaşlar, dışa beyin göçü gibi sorunlar nedeniyle zor günler geçiren Tacik ekonomisi, son yıllarda atılım içindedir. Pazar ekonomisine geçiş, özelleştirme, anayasal reform konularında gelişmeler sağlanmakta ve yatırım ortamı iyileştirilmektedir. Alüminyum, enerji ve tarım sektörleri Tacikistan ekonomisinin temel taşlarıdır. 400 civarı maden yatağı, 28 altın yatağı, petrol ve gümüş rezervleriyle Tacikistan ekonomisinin türlü nedenlerle henüz tam anlamıyla faydalanamadığı ama ileride ülkenin kaderini değiştirmesi beklenen çok önemli gizli hazineleri bulunmaktadır.

KÜLTÜR SANAT HAZİNESİ

Tacikistan, asırlar öncesine dayanan bir kültür geçmişiyle sahip. Tacik "şaşmakom" müziğinin dünyanın ilk senfonize ortamında çalınan müzik türü olduğu söylenir. Tacik yazarlar Sadridin Ayni ve Mirzo Tursunzade; Tacik balesini dünyaya tanıtan Malika Sobirova, Tacik dansının önemli ismi Malika Kalandarova, sinemacı Ato Muhamedcanov ve Boris Kimyagarov ilk akla gelen önemli kültür sanat insanlarıdır.

Bilimler Akademisi'nin "El Yazıları Enstitüsü"nde çeşitli medeniyetlere ait; Ebu Reyhan Biruni, Firdevsi, İbn-i Sina, Nasır-ı Hüsrev, Ömer Hayyam gibi bilim, felsefe ve edebiyat alanında dünyaca tanınmış isimlerin 13 bin benzersiz el yazısı eserinin orijinali korunmaktadır.

2007 yılında Tacikistan'da Hazreti Mevlana Celaleddin Rumi'nin doğumunun 800. yıldönümü kutlanmıştır. Babasının Tacikistan'ın Vahş nahiyesinde, annesinin ise Semerkant şehrinde doğmaları nedeniyle Tacikistan'da çok özel bir yeri olan Mevlana, Tacik ve Türk milletlerinin ortak tarihi ve varlığı olarak kabul görmektedir.

Tacikistan'a yolunuz düşerse; var olan en büyük Buda heykelini (15 m. X 2,7 m), Zerdüş'tün heykelini veya Büyük Aleksandr'a ait eşyaları Arkeoloji Müzesi'nde görebilir ya da "Dünyanın damı" olarak tabir edilen Pamir Dağları'na çıkıp eni 30 km, boyu ise 80 km'yi geçen 800 adet buzulun bulunduğu bu eşsiz doğayla tanışabilirsiniz. ■

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti ile Tacikistan Cumhuriyeti Arasındaki Ticari ve Ekonomik İlişkileri Geliştirme Portalı (www.turkiye-tacikistan.com)

Tacikistan Ankara Büyükelçiliği (www.tajikembassytr.org)



MEGA BASIM'DAN TACİKİSTAN'DA EĞİTİM

Özbekistan'da üç gün süren bir eğitim ve seminer programına katılan Mega Basım Baskı Öncesi Şefi Abdülkadir Güler ve Mega ekibinin bir sonraki durağı, komşu ülke Tacikistan oldu.

Tacikistan Kültür Bakanlığı'nın Konferans Salonu'nda üç gün ard arda süren eğitim programına ilk gün grafikler, ikinci gün firma temsilcileri ve art direktörler, üçüncü gün ise yayınevleri ve Mega Basım'ın Tacikistan ofisindeki personel katıldı.

Baskı öncesi, baskı ve baskı sonrası hizmetler üzerine verilen seminerde işin hazırlanması aşamasında dikkat edilmesi gereken noktalar, eğitimi veren Baskı Öncesi Servis Şefimiz Abdülkadir Güler'in hazırladığı sunum ve Tacikistan'a götürülen örnek işler üzerinden anlatıldı.

Her üç günde de eğitimin son bölümünde katılımcıların sorularını yanıtlayan Abdülkadir Güler, gerek Özbekistan gerekse Tacikistan ziyaretlerinin hem kurumumuz hem de eğitime katılan çözüm ortaklarımız için son derece faydalı olduğunu ifade ederken, Tacikistan'ın en prestijli kitaplarında Mega Basım imzası olduğunu görmekten çok mutlu olduğunu söylüyor.

Eğitim çalışmalarının yanı sıra firmaları ve işbirliği yaptığımız grafik servislerini kendi mekanlarında ziyaret eden Mega Basım ekibi Türkiye'ye verimli bir mesainin yanı sıra Tacikistan'da kurulmuş güzel dostluklar ile döndü.

Caretta Reklam'ın gülen yüzü Murat Yiğci

Röportaj: Ö. Yağmur Akkoç • Fotoğraflar: Volkan Doğar



Yaşama bakışları da yayıncılık anlayışları da güleryüzlü... Her işlerini amatör bir ruhla yapan profesyonel bir ekip yönetiyor Caretta'yı

Kimine göre "deli işidir" yayıncılık, kimine göre vazgeçilmez bir tutku. Caretta Reklam ekibi, ikisini birleştirip, "delice bir tutkuyla" bağlanmış işlerine.

Sadece yayıncılık da yapmıyorlar... Yayıncılık, turizm ve organizasyon üçgeninde işler üreten Caretta; Murat Yıǧcı, eşi Şirin Yıǧcı ve kız kardeşi Zeynep Yıǧcı'nın uyumlu işbirliğinin bir eseri. Kendilerini "butik" bir ajans olarak tanımlıyorlar; ancak her birinin kişisel kariye-

ri çok parlak, çok güçlü iş deneyimleri var. Yani profesyonellerin elinde, amatör ruhla çalışan bir ajans Caretta.

Her iş, küçük olsun büyük olsun, özel ilgi görüyor burada. Biraz da Murat Yıǧcı'nın gazeteci kökenli olmasının verdiği bir pratiklikle kimselerin cesaret edemediği kitapları basıp, kimselerin cesaret edemediği organizasyonların altına imza atıyorlar... Yakın gelecekte Caretta'nın adını çok daha sık duyacağınıza emin olabilirsiniz.

Aile şirketleri vardır... Bir de aile gibi şirketler... Caretta, hem hukuki yapısı hem de atmosferiyle her iki anlamda da bir "aile" şirketi. Bir adam ve iki kadın başrol oyuncusu var. Murat Yıǧcı, bir yanında ajansın grafik işlerinden sorumlu eşi Şirin Yıǧcı, diğer yanında pazarlamadan sorumlu kız kardeşi Zeynep Yıǧcı ile birbirinden güzel işlere imza atıyor. Tabii ki büyük bir yaratıcılık ve fedakarlıkla çalışan ekiplerinin desteği ile.

Şirketin adı Caretta Reklam ve Halkla İlişkiler. Bir reklam şirketi olarak kuruluyor zaten; ama bugün geldikleri noktada başta yayıncılık olmak üzere turizm, organizasyon işlerine imza atıyorlar. Butik bir ajanslar. Müşterileri de bu "butik" yapının tüm avantajlarını yaşıyor; çünkü Caretta'da küçük büyük ayrımı gözetilmeden imza atılan her işe olağanüstü bir özen gösteriliyor, başta Sayın Yıǧcı olmak üzere işlerin tümü üzerinde bire bir mesai harcanıyor. Özetle, bu ajansta fabrikasyon tuzağına asla düşülüyor. Tüm profesyonelliklerine rağmen her iş amatör bir coşkuyla yapılıyor. Profesyonel bir yaklaşım ve amatör coşku bir araya gelince de her biri birbirinden özel işler çıkıyor tabii ki ortaya.

"KİMSENİN YAPAMADIĞINI YAPIYORUZ"

Caretta, yayıncılıkta iki koldan çalışıyor: Dergi ve kitap. "Her ikisi de sisteme bir başkaldırı olarak şekillendi" diye tarif ediyor Yıǧcı çıkış noktalarını...

Bir örnekle özetliyor durumu: "Michael Schumacher'in bir kitabını bulduk, dedik ki 'bunu yapalım'. Dediler ki 'Michael Schumacher'in kitabı satmaz'. Kimse yapmadığı için ilk defa biz yapmak zorunda kaldık."

Bir benzer cesaret de 1001 serisi için geçerli. Herkesin "Aman yapmayın, satmaz" dediği, işbirliğine yanaşmadığı 1001 serisi, yüksek sayfa sayısına rağmen çok satanlar listesine girmeyi başardı. Film, kitap derken son olarak Ölmeden Önce Görmeniz Gereken 1001 Resim ile devam etti seri. Caretta cesur yayıncılığını sürdürdükçe de devam edeceğe benziyor.

Caretta'nın bir sonraki adımı çocuk kitapları oldu. "Çocuklarımız var, haydi çocuk kitabı yapalım" diye yola

çıkan ekip Zac Power serisine başlarken belki de kahramanlarının bu kadar sevilleceğini tahmin etmiyordu bile; ama düne kadar "1001 serisi" ile hatırlanan Caretta, artık Zac Power üzerinden hatırlanmaya başlandı... Öylesi sevildi Zac Power.

Diğer yandan "sosyal sorumluluk projesi" olarak adlandırılacak kitaplar da yayımlıyor Caretta. "Su Damlası ile Gezi", bir su damlası üzerinden su farkındalığı yaratmaya çalışan bir proje. Sağlıklı beslenme ve çevrenin yanı sıra son olarak Güney Afrika Cumhuriyeti'nden bir ordinaryüs profesörün kaleme aldığı "Dünyanın Geçici

GAZETECİLİKTEN YAYINCILIĞA...

1988'de henüz liseyi bitirmiş ve üniversite sınavına girmişken Cumhuriyet Gazetesi'nde çalışmaya başlayan Murat Yıǧcı, Cumhuriyet'in bir tür okul olduğunu vurgulayıp o dönem birlikte çalıştığı tüm meslek büyüklerini minnetle andığını söylüyor.

1992'de Altan Tanrıkulu, Emrah Kayalıoğlu ve Erkan Arseven'le birlikte dört genç adam olarak SPOR & SPOR Dergisi'ni çıkarttıklarını söylerken gururla karışık gülümsüyor. Sabah ve Yeni Yüzyıl gazeteleri, sonra NTVMSNBC ve F1 Racing dergisinde süren gazetecilik yaşamı boyunca destek verdiği Caretta Reklam'ın yayıncılıktaki atağı sonrasında, artık tüm mesaisini ortakları arasında olduğu Caretta'da sürdürüyor.



Murat Yıǧcı, gazetecilik, dergicilik, internet medyası ile şekillenen kariyerinde şimdi kendi şirketinde yayıncılık yapıyor.



ÖLMEDEN ÖNCE "BASMALARI" GEREKEN 1001 KİTAP VAR...

Caretta'nın yayıncılık dünyasında adının duyulmasında büyük katkı sağlayan "1001" serisi özel kitaplardan oluşuyor. Hemen herkesin yayımlamaya cesaret edemeyeceği türden kitaplardan... Peki Caretta nasıl oldu da başlattı bu seriyi?

"1001 serisini Türkiye'de yayımlamaya karar verdik. Kitabı herkese gösterip dedik ki 'Bakın bu çok güzel bir kitap, bunu birlikte yapalım.' Dediler ki 'Deli misiniz, 1001 kitabından 1000 taneden fazla basmayın, satmaz. Hem pahalı, hem kalın, Türkiye'de kimse okumaz.' Baktık kimse istekli değil, onu da yaptık. İyi ki de yapmışız."

2000 tirajla başladıkları 1001 serisinde şimdi üçüncü baskıya geçtikleri düşünüldüğünde cesaretlerinin ve Türk okuyucusuna güvenlerinin karşılıksız olmadığı ortada. Üstelik onların bu cesaretinin ardından çok sayıda büyük ajansın da "co-edition" işine girmiş olması basit bir rastlantıyla açıklanamaz; belli ki birilerine ilham da verdi Caretta.

1001 serisi, "Ölmeden Önce Görmeniz Gereken 1001 Film" ile başlamıştı, "Ölmeden Önce Okumanız Gereken 1001 Kitap", "Ölmeden Önce Görmeniz Gereken 1001 Resim" ve "Ölmeden Önce Dinlemeniz Gereken 1001 Klasik Müzik" ile devam etti. Görünen o ki 1001 serisi devam da edecek.

Bekçileri" adlı "sürdürülebilirlik" üzerine kitap da bu anlayışın örnekleri arasında. İmza atılan işlere bakıldığında Murat Yiğci'nin Caretta'yı "Kimsenin yapmaya cesaret edemediği projeleri yapmaya cesaret eden insanların olduğu yer" diye tarif etmesine gönülden hak veriyor insan. Şu an için 60'dan fazla kitapları var, yakında bu sayının artacağı kesin. Bakalım kitap dünyamız için daha ne sürprizleri var? Hep birlikte bekleyip, göreceğiz.

Caretta Yayınları'nın ikinci çalışma alanı ise dergiler. Dünyaca ünlü "F1 Racing" dergisi ve dünyada ünlü olmaya aday, yerli edebiyat dergisi "K"ya NBA Türkiye dergisi eklendi. Geçmişte, F1 Racing dergisinin Türkiye'de ilk kez yayınlandığı dönemde derginin yayın yönetmenliğini yapan Murat Yiğci şu anda TRT'nin çıkardığı derginin, yapımcılığını üstlenmiş durumda. Caretta'nın içerik, tasarım ve üretimini üstlendiği F1 Racing, Formula 1 hayranlarının çok iyi tanıdığı ve yakından takip ettiği bir dergi. Edebiyat dergisi K'nın ise sadece görsel tasarımını yapıyorlar. K'nın özgün tasarımı ile farklılaştığı düşünülürse, bu zengin içeriği "sunmayı" çok iyi başardıkları ortada. En azından Türkiye'de edebiyat dergilerinin de satıldığını ve hatta okuyucular nezdinde koleksiyon değeri taşıyabildiğini ispat ettiler.

Murat Yiğci da bir K okuru. Türk ve dünya edebiyat dünyasına dair birçok ayrıntıyı K'dan öğrendiğini söyleyen Yiğci, dergi editörlerinin hakkını teslim edip, ekliyor:

"K'nın editörü ne kadar zaman harcıyorsa, tasarımcısı da o kadar harcıyor. Tasarımımız dergiye bir ruh kattı."

YAYINCILIKTA REKABET ŞARTLARI

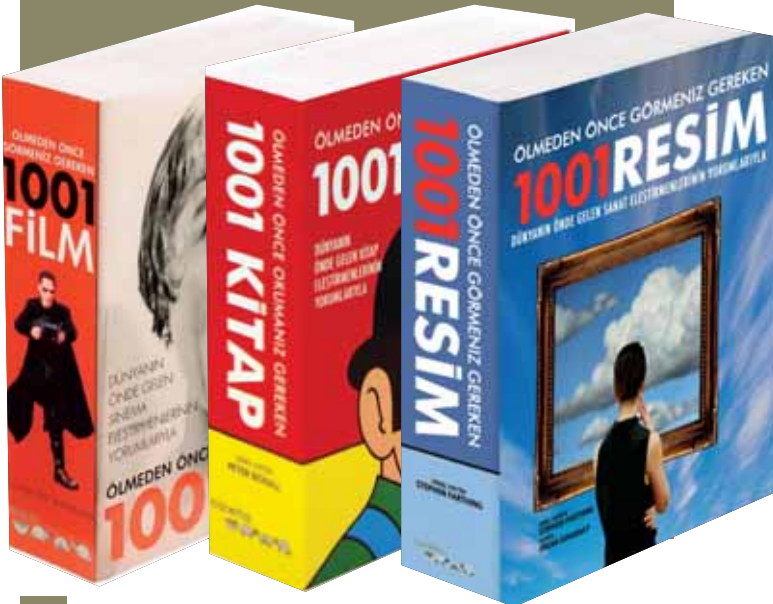
Caretta'yı "butik" bir ajans olarak tanıtmıştık. Butik ajans olmanın getirdiği avantajlardan da bahsettik... Peki hiç dezavantajı yok mu?

"Olmaz mı" diye başlıyor söze Yiğci ve rekabet ettikleri yayıncıların 2000-3000 kitapları varken, kendilerinin ise 60 civarı kitapları olduğunu hatırlatıp şu tespiti yapıyor:

"Her birinden, her ay bir kitap satsalar ayda 3000 kitap satarlar. Yani sistem dönüyor demektir. Oysa 5 kitabı olan küçük bir yayıncı her kitabından ayda 20'er adet satsa bile toplam satışı 100'le kısıtlı olur. O zaman da sistem yürümez. Ayda 20 yeni kitap basan bir yayınevinin kitaplarının yarısı satsa sistem işlemeye devam eder; diğer yayıncı ise bu kadar şanslı değildir."

Bu tespitten sonra bu konuda Caretta olarak çok şanslı olduklarını söylüyor; çünkü "Her birini kendi çocuğumuz gibi görüyoruz" dediği 60 kitaplarının hiçbirini zarar etmiyor... Dolayısıyla bu cesur yayıncının da sistemi dönüyor.

Yayıncılar için ilk aşama "doğru kitabı" bulmak. Orijinal bir fikir, iyi yazılmış bir metin ya da "co-edition" yapılacak başarılı bir eser... İşin ikinci ayağı ise doğru bir ekip ile bu kitabı okunur hale getirmek. Hepsini tamam olsa da bu kitaplar



basılmadığı sürece, bilgisayar hafızalarına mahkum birer proje olmaktan öteye gidemiyor...

Murat Yıgıcı da benzer tespitlerde bulunuyor. Yaptıkları işte matbaanın öneminin altını çizirken "Birbirine bağlı halkalar" diyor "Sen dünyanın en güzel işini de yapsan eğer matbaa kötü basarsa senin yaptığın iş çöp olur."

YAYINCI ve MATBAACI İLİŞKİSİ

İlginç bir örnekle anlatıyor yayıncı-matbaa ilişkisini:

"Bu, arabayı dışarıdan görmek, sonra içine oturmak ve kullanmak gibi. Arabayı dışarıdan görmek, matbaanın yaptığı iş. Estetik, kalite ön planda. Bakan kişiyi ilk etkileyen de bu görüntü. Bir sonraki adımda arabanın içine oturacağım, yani görsel tasarıma bakacağım. Sonra arabayı çalıştıracacağım yani içeriğe bakacağım. Matbaacı kötü iş basarsa, görüntü kötü olduğu için müşteri arabanın içine oturmuyor bile. Deyin ki oturdu, tasarım kötüyse yine mutlu olmuyor. Çalıştığında çok iyiye bile tasarımın kötü olması nedeniyle yine o arabayı satmanız çok güç."

İçerik, tasarım ve üretim kalitesi... Bu ilişki zinciri içinde Mega Basım ve Pasifik Ofset üzerine düşeni büyük titizlikle yapmaya çalışıyor. Sayın Yıgıcı da "Mega Basım ve Pasifik Ofset"le çok iyi bir iletişimimiz var; çünkü onlar da bunun bilincindeler" diyerek onaylıyor çabamızı.

"KİTAP İHRAÇ EDECEĞİZ"

Murat Yıgıcı, Caretta'nın bazı özel işlerini ekonomik nedenler yüzünden yurt dışında bastıklarını söyledikten sonra vizyonlarını da açıkça ortaya koyan bir hayalini paylaşıyor bizimle:

"Ama tabii ki tercihimiz sevdiğimiz işlerin Türkiye'de yapılması. Hatta belki bir süre sonra Türkiye'de co-edition sistemini kurup, buradan yurt dışına kitap ihraç etmek istiyoruz. 2 yıl içindeki hedefimiz buradan yurt dışına kitap ihraç etmek. Türkiye'nin içerik, tasarım ve matbaa konularında dünyadan hiçbir eksikliği yok. Yurt dışındaki fuarlara gidiyoruz. Çok büyük şirketlere yaklaşmamız belki 5-6 yılı alacaktır ama ortalama şirketler ile aramızda hiçbir fark yok. Her ne dildeyse kendi kitabımızı yurt dışına satmak istiyoruz."

Birbirinden ilginç kitaplara imza atan, işini seven, yaptığı işe tutkuyla bağlı olan Murat Yıgıcı ve tüm Caretta ekibine bu çabalarında başarılar diliyoruz.

Kısa süre içinde hedeflerine ulaşacaklarına dair hiçbir kuşkuymuz yok. Dünyaya üretim yapan bir matbaa olarak kendisiyle aynı fikirdeyiz: "Yayıncılar ve matbaalar olarak ekiplerimiz ve makine parkurlarımızla dünyadan hiçbir eksikliğimiz yok. İçerikten üretim kalitesine en iyisini, en kalitelisini üretebilecek güçteyiz." ■



Murat Yıgıcı, kimselerin basmaya cesaret edemediği kitapları ürettiklerini vurguluyor; Caretta biraz da bu zaten.



*Okuldan yeni mezun bir gençti...
1994'te **Mega'da işbaşı**
yaptığında acaba önündeki
16 yılı burada geçireceğini
düşünmüş müydü?*

Matbaacılık Öğretmenliği'nden fakülte birincisi olarak mezun olan Zekeriya Barışkan, 1994'te Mega Basım'da işbaşı yaptı. Nerede ihtiyaç varsa, orada oldu... Görevini hep eksiksiz yaptı... Tüm basamakları bir bir çıkan ve şu anda Pasifik Ofset Müşteri ilişkileri Sorumlusu ve Kondu Grup Kurumsal İletişim Sorumlusu olan Zekeriya Barışkan'ı takdimimizdir.



Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Matbaa Öğretmenliği Bölümü'nü 1994 yılında fakülte birincisi olarak bitiren genç adam gazetede iş ilanlarına bakarken iki ilanı kalemiyle yuvarlak içine aldı. Biri "Kalite Müdürü" arıyordu, diğeri "Gece Sorumlusu". "Gündüz okula gider master yaparım, gece de çalışırım" diye düşünüp ikincisi ile görüşmek üzere yola çıktı; yağmurlu bir Kasım gününde o dönem Merter'de olan Mega Basım'ın kapısını çaldı. Aslında bir gece bekçisi arandığını öğrendiğinde ise biraz şaşırdı, biraz üzüldü; ama Hasan Kondu bu genç adamdaki ışığı görmüştü. "Gel seni yetiştirelim" dedi ve genç Zekeriya Barışkan, Mega Basım'da bir yıl sürecek oryantasyon sürecine başladı.

Bugün Pasifik Ofset'in Müşteri İlişkileri Sorumluluğu ve Kondu Grup'un Kurumsal İlişkiler Sorumluluğu'nu bir arada götüren, matbaanın önemli kararlarının verildiği toplantıların esas oyuncularından biri olan Zekeriya Barışkan "sıfırdan" başlayıp, emeğiyle bugünkü pozisyonuna gelmiş biri.

Bir yıl süren ve bugün Mega Basım'ın oryantasyon programının temellerinin atıldığı o günlerden sonra matbaanın Çobançeşme'ye taşınması gündeme geldiğinde Barışkan'a da yeni bir görev tebliğ edilmiş: "Matbaayı, üretimi bilen adamsın. Müteahhide yol gösterecek, bir matbaa binası nasıl olması gerekiyorsa öyle yapılmasını sağlayacaksın." Bu sefer paçaları sıvamış Zekeriya Barışkan, inşaat alanına girmiş. Bu işten de alnının akıyla çıkınca yönetim karşısına almış genç adamı ve "Hangi görevi yapmak istersin" diye sormuş...

İş seçenekleri arasında renk ayrımı, yeni bir ofset makinenin sorumluluğu var... Zekeriya Barışkan ise bu açık çek karşılığında "Matbaa sürecinde hemen her departmanla mesai yapan müşteri ilişkilerinde çalışmak istediğini" söylemiş.

"Mücelliti seçmiş olsam renk ayırımından kopacaktım, baskıyı seçsem diğerinden; şimdi hepsi ile iç içeyim" diyen Barışkan verdiği karardan son derece memnun. "Bir müşteriden ziyaret almışsınız, fiyat alınmış, iş verilmiş sonunda iş üretilmiş ve teslim edilmiş; işte o zaman inanılmaz bir haz oluşuyor" derken gözlerindeki ışıltıdan anlıyorsunuz zaten seçiminin doğruluğunu.

Sohbet uzun... Yer dar. Derginin sorumlusu Zekeriya Barışkan ama başkası söz konusu olsa sayfa artırır; kendine gelince adalet duygusu izin vermez... Başlıklar halinde tamamlayalım elimizden geldiğince.

Hayatında "en"ler var... Önce "en sevdiği" iki kızı Hilal ve Sıla var ve tabii ki "en büyük destekçim" dediği sevgili eşi Zehra Hanım... "En" çok zaman geçirdiği yer Mega Basım. "Bu çocuğu birlikte büyüttük" derken çalıştığı kuruma bağlılığını görmemek mümkün değil. Bir de müşterileri var Zekeriya Bey'in... "En" önem verdiği yaklaşım samimiyet. "Müşterilerine karşı hep "samimi" olmaktan yana. "En"lerinden biri de "Üç memleketliyim" diye özetlediği hayatındaki üç önemli yer: Doğduğu Çankırı, büyüdüğü Karabük ve yaşadığı İstanbul.

Dedik ya... Sohbet uzun... Yer dar... Zekeriya Barışkan ise kendine pozitif ayrımcılık yapmayacak kadar adil... ■

Mega Basım'ın "joker"i

Röportaj: Serdar Erbaş
Fotoğraflar: Caner Özkan

Zekeriya Barışkan

Tatilde huzur arayanlara Marmara Adası

Yazı ve Fotoğraflar: Volkan Doğar



*Pansiyonları, otelleriyle
konaklaması ucuz.
Ulaşımı kolay...
Temiz denizi, bakir koylarıyla
sunduğu güzellikler tarifsiz...
Doğa, tarih bir arada...
Haydi Marmara Adası'na!*



Marmara Adası'nı tek sözcükle tanımlamak gerekse, "huzur" olurdu seçimimiz. Sabahlara kadar süren gece eğlenceleri gibi hayalleriniz varsa uzak durun Marmara Adası'ndan; ama "Orman ve denizin iç içe geçtiği sessiz bir yerde kafamı dinlemek istiyorum" diyorsanız bu adres tam size göre.

Roma, Bizans ve Osmanlı dönemlerine tanıklık etmiş bu açık hava müzesi bir yandan da bakir

koyları, tertemiz denizi ve misafirperver halkıyla "amacı dinlenmek olanlara" sınırsız imkân tanıyor. Balık ve zeytinin en lezzetlisi orada. Adaçayı, kuşburnu ya da koruk suyu içecekseniz tam yerindesiniz. Dilerseniz oltanızı alıp balığa çıkın, dilerse ayakabılarınızı giyip ormana doğru yürüyüş yapın.

Öyle bir sessizlik var ki Marmara Adası'nda; sahil-den "Rastgele" dediğinizde kaptan sizi duyuyor, siz kaptanı duyuyorsunuz.

Bu yazıyı muhtemelen bir kent merkezindeki evinizde ya da iş yerinizde okuyorsunuz. Belki trafik gürültüsünün orta yerindesiniz, belki iş yerinize ulaşmak için o kadar uzun mesafe kat ettiniz ki trafik bile kalmadı çevrede; ama akşam eve dönerken trafiğin en alâsının içinde saatleriniz geçecek... Şu anda belki penceresi bile olmayan, havalandırma sistemleri ile donatılmış bir ofistesiniz; ofisinizin camları varsa bile manzara niyetine gördüğünüz muhtemelen binalar, otoyol ya da çarpık bir kent silüeti...

Bu yazı boyunca kendinize izin verin. Anlatacaklarımızı hayal etmeye çalışın... Cesaretiniz varsa, hayalinizi gerçekleştirmeniz için küçük bir organizasyon yapmanız yeter; çünkü Marmara Adası hemen "şurada"! Üstelik Bostancı ya da Yenikapı'dan bineceğiniz bir İDO feribotuyla ulaşabilmeniz çok kolay ve hesaplı.

Marmara Denizi'nde, Balıkesir'e bağlı Marmara Adası, Erdek'ten 17, İstanbul'dan 72 deniz mili uzaklıkta.

Denizden 709.65 metre yükseklikte bulunan 117 km²'lik yüzölçümü ile Kapıdağ Yarımadası çevresindeki en büyük ada olma özelliğini taşıyan Marmara Adası'nın çok önemli bir özelliği de İstanbul ve Çanakkale Boğazları arasındaki deniz yolu güzergahındaki konumu. Çanakkale Boğazı'na 40, İstanbul Boğazı'na 60 ve Trakya Hasköy Burnu'na 11 deniz mili uzaklıkta bulunan ada, bu güzergâh içinde çok önemli bir durak özelliği taşıyor. Marmara Denizi'ndeki adaların en büyüğüdür Marmara Adası; ama ilginç bir şekilde yerleşim olan adalar içinde belki de en sessizidir. Hemen komşu adası Avşa'da gün içinde ayrı gece boyunca ayrı hareket varken Marmara Adası'na insanı içine alan büyük bir dinginlik hakimdir.

Turizm sezonunun açılmasıyla birlikte yaşanan hareketlilik bile adanın ruhuna zarar vermez, veremez.

Güneş burada balıkçıların ağıları eşliğinde doğar, yine ağıları eşliğinde batır. Siz kıyısında oturup İstanbul'a doğru bakarken bir yandan Asmalı Adası'nın çakarı göz kırpar size, diğer yandan balıkçılar ağılarıyla batan güneşin önünde birer silüete dönüşür.

KOYLAR SİZİ BEKLİYOR

Marmara Adası, dinginlik arayanlar için tam da aradıkları yer. Deniz, fiziki yapısı gereği zaten adanın bir parçası; ama diğer yandan yüzölçümünün yaklaşık yarısını kaplayan ormanlık alanıyla da tam bir doğa harikası. Ada'yı çevreleyen ve hâlâ bakir kalmayı başaraabilmiş Manastır, Kole, Aba ve Mestanaga gibi koylar ise mutlaka görülmesi gereken yerler arasında.

Merkezden kalkan minibüslerle ulaşabileceğiniz eski bir Rum köyü (Kalemi) olan Çınarlı, sahil şeridi ve deniziyle ada içindeki alternatif yerleşim yerlerinden biri. Kalacak pansiyonların da bulunduğu Çınarlı Köyü'nün yakınındaki Kayaburnu Koyu ise biraz daha sessiz ve sakin bir ortamda denize girmek isteyenleri bekliyor. Bu arada, Çınarlı'ya adını veren asırlık çınar ağaçlarına hayran kalacağınıza da eminiz. Çay bahçeleri, plajları ve doğasıyla alternatiflerden biri.

Marmara Adası'nın geçim kaynağı olan iki özelliği var ki bir yandan da adaya gelen ziyaretçiler için iki cazibe



noktası. Balıkçılık ve zeytincilik. Asmalı Köyü'ndeki balıkçı barınağı, adaya yatıyla gelenler için uygun bir sığınma alanı. Ada genelinde zeytin, zeytinyağı ve balığın en tazesini ve lezzetlisine ulaşma konusunda hiçbir sıkıntınız olmayacağı kesin.

Marmara Adası ve lezzet sözü konusu ise adanın çay bahçelerinde size sunulacak "koruk suyu", "kuşburnu" ve "adaçayı"ndan söz etmemek olmaz... Bir sabah erken saatte ya da akşamüstü tüm günün yorgunluğunu atmak için siparişinizi gönül rahatlığıyla verip, lezzetin keyfine varabilirsiniz. Bu arada burnunuza gelen o mis gibi kokunun ne olduğunu da biz fısıldayalım kulağınıza: "Adada toplanan nefis kekik!"

Marmara Adası; doğası ve tarihi kalıntılarının yanı sıra özellikle Batı bölgelerinde bulunan büyük şehirlere yakınlığıyla da dikkat çekiyor. Marmara Adası'nda yakın geçmişe kadar sezonluk ya da yıllık ev kiralararak tatillerini geçiren yoğun bir İstanbullu tatilci kesimi varken; son dönemde önce pansiyon sonra oteller devreye girmiş ve tatilciler bu tür konaklamayı tercih etmeye başlamıştır. Adada yaşanan olumlu gelişmelerden biri de altyapıda gerçekleşen düzeltmelerdir. Elektrik ve telekomünikasyon yatırımlarının yanı sıra ulaşım seçeneklerinin artıp, maliyetlerinin düşmüş olması adanın cazibesini artırmıştır. Özellikle deniz otobüsü seferlerinin başlaması İstanbul'dan gelen tatilcilerin çok daha çabuk ve tarifeli seferlerle yolculuk etmesini sağlamış durumda.

Tatil için Marmara Adası'nı tercih edenlerin ortak özelliği sessizliği, dinginliği tercih ediyor olmaları. Kim bilir belki adanın şartları böyle olduğu için sessizliği ter-

Marmara Adası'nda deniz, doğa, sessizlik ve huzurun buluştuğu bir an.



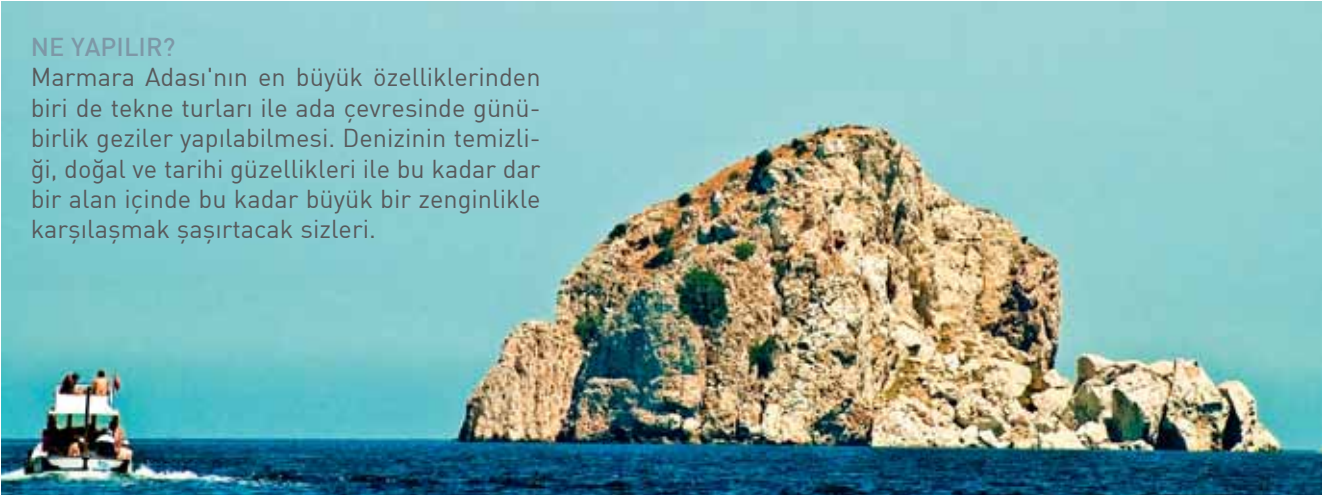
cih edenler buraya geliyor belki de bu tercih nedeniyle adada eğlence hayatına dair yatırım yapılmayıp bu atmosfer korunmaya çalışılıyor. Sonuçta Marmara Adası'nda çay bahçeleri, kumsallar ve şehir merkezinde kurulan pazar dışında sosyal yaşam olabildiğince durgun. Çevredeki ailelerin çoğunluğunun da orta yaşın üzerinde ya da küçük çocuk sahibi olduğu gözleniyor.

İLKÇAĞA UZANAN TARİH

Marmara Adası'nın doğası kadar tarihi de ilgi çekici. Aslında doğa ile tarihin bir buluşma noktası var ki ilk çağlardan bu yana adanın en büyük özelliklerinden biri olarak biliniyor: "Mermer." Yüzyıllardır ada sakinleri için bir geçim kaynağı olan zengin mermer yatakları, tüm nemi kendilerine çektikleri için Marmara Adası'nda nemin çok düşük olmasını da sağlıyor.

NE YAPILIR?

Marmara Adası'nın en büyük özelliklerinden biri de tekne turları ile ada çevresinde günübirlik geziler yapılabilmesi. Denizinin temizliği, doğal ve tarihi güzellikleri ile bu kadar dar bir alan içinde bu kadar büyük bir zenginlikle karşılaşmak şaşırtacak sizleri.



Roma ve Bizans dönemlerinden sonra Osmanlı hakimiyetine giren Marmara Adası çeşitli medeniyetlere evsahipliği yapması nedeniyle bir tür açık hava müzesi niteliği de taşımakta. Roma döneminde yataklarından çıkartılıp, kaba işçiliği yapılmış mermer bloklar ve aynı dönemden kalma köy kalıntıları Roma Çağı Müzesi'nde sergilenmektedir. Günümüzde de Marmara Adası'ndaki mermer ocakları, Türkiye'nin mermer ihracatının yüzde ellisini karşılamaktadır. 1912'de buharla çalışan makinelerin kullanıldığı Türkiye'nin ilk mermer kesme fabrikası da adada bulunmaktadır.

Yakın tarihimize dair önemli bir ayrıntı ise Osmanlı hakimiyetine giren adada Rum ve Türk vatandaşların yüzyıllarca bir arada yaşamış olmaları. 1923, Lozan Antlaşması ile gündeme gelen mübadele sonucu adada yaşayan Rumlar Yunanistan'a gitmek zorunda kalmış, Karadeniz ve Girit'ten Türkler adaya taşınmıştır. Halen ada mimarisinde Rum etkisi görünmekte; eski Rum taş evler varlığını sürdürmektedir. Eski Rum ilkokulu kaymakamlık binası, eski Rum Lisesi de Marmara Lisesi olarak kullanılmaktadır. Yana Çiftliği bölgesinde günümüze kadar iyi korunmuş tek kilise bulunmaktadır.

NEREDE KALINIR?

Merkezde ve yakın köylerin çoğunda otel ve pansiyonlar bulunmakta. Adada pansiyonculuğa, daha sık rastlanıyor. Marmara Adası Belediyesi'nin www.marmara.bel.tr adresindeki internet sitesinde çok sayıda pansiyon ve otelin telefon numarasını bulabilirsiniz. Çınarlı, Asmalı ve Topağaç zaten sakin olan adanın daha da sakin bölgeleri. Konaklama tercihinizi yaparken, rezervasyon yapacağınız tesisin şehir merkezine uzaklığını sormayı unutmayın. Merkezde ya da yakın köylerin birinde konaklayabilirsiniz.

"Bu yazıyı muhtemelen bir kent merkezindeki evinizde ya da iş yerinizde okuyorsunuz..." diye başlamıştık. Umuyoruz, ikinci okumanızı Marmara Adası'nda yandaki eşsiz manzara eşliğinde yapıyor olursunuz. ■

NASIL GİDİLİR?

Bostancı'dan kalkan İDO'ya ait deniz otobüsleri Yenikapı'ya uğradıktan sonra Marmara Adası'na gidiyor. Son durak da Avşa Adası. Sefer saatlerini 0212 4444436 nolu İDO telefonundan ya da www.ido.com.tr adresindeki İDO internet sitesinden öğrenebilirsiniz. Ayrıca Tekirdağ-

Barbaros'tan Marmara Adası'na her gün feribot seferi yapılmaktadır. İstanbul Esenler Otogarı'ndan kalkan İstanbul Seyahat (0212 6582626) otobüsleri de feribot kullanarak Marmara Adası'na yolcu taşımaktadır. Adaya feribot kalkan bir başka merkez de Erdek (0266 885 50 70).



*Marmara Adası'nda
günbatımı.*



Murat Şaylan

muratsaylan@referansnoktası.com

Markanız ne kadar tutarlı?

"Paramız var bir de bunu deneyelim", "Tüketici logomuzdan sıkıldı, değiştirelim", "Bu sefer reklamda ünlü kullanalım", "Güldüren bir reklam yapalım", "Reklam fikrini de Sinan Çetin bulsun" yaklaşımlarıyla belki şan şöhret yaratılır ama marka yaratılamaz.

Yaptıkları söylediklerine uyan, sözünde duran, savunduğu ilkelere göre yaşayan, olduğu gibi görünen göründüğü gibi olan, kişiliği giyimine, giyimi kişiliğine uygun, ruh hali sürekli ve aşırı değişmeyen, yıllardır çizgisini koruyan insanlara daha fazla güvenmez misiniz?

Ben tutarlı insanları severim, onları daha çabuk benimser ve hatırlarım, onlara daha yakın olmak isterim. Tutarlılığı markalarda da ararım. Konumlandırmasını net anlatan, kimliğini uzun yıllardır koruyan markalara daha fazla güvenirim; ama görüyorum ki markalar için tutarlılık o kadar da önemli değil. Firmalar aklına estikleri gibi markalarında değişiklik yapıyorlar. Her yeni gelen pazar-

lama müdürü marka-

nın bir tarafını değiştiriyor. Bir konumlandırma standardına göre değişiklikler yapılmadığı için markanın kendine has kimliği ve kişiliği hiçbir zaman oluşmuyor.

Bir söylemi diğeriyle örtüşmeyen, ürünü ile marka renkleri birbiriyle kavgalı, logosu her uygulamada farklı, etiketinde sürekli arayışlar içerisinde olan, ambalajları birbiriyle alakalı olmayan, dinamizm adına sürekli evrim geçiren markalar ve daha ne tutarsızlıklar...

Tutarlılık bir markanın sahip olması gereken en temel özelliktir, lakin günümüzde çok nadir rastlanandır. Daha tüketicinin aklında bir değer (imaj) oluşturmadan kimlik değiştirmek, konumlandırma belirlemeden aklına gelen her cin fikirle tüketiciye mesaj iletmek marka yatırım bütçelerini çöpe atmak değil de, nedir?

Günümüzde pazardan pay kapmaktan daha önemli olan zihinlerden pay kapmaktır. Zihinlere girmek ise çok zor, hele hele girdikten sonra orada kalmak daha da zor.

Konumlandırmasını bir çırpıda söyleyemeyeceğiniz bir marka aklınıza geliyor mu? Beş yılda bir logosunu değiştiren ve veya her yıl sloganını yenileyen bir marka aklınıza geliyor mu? Sürekli ambalajını değiştiren bir marka aklınıza geliyor mu? Birden maskot ortaya çıkaran sonra da maskottan vazgeçen bir marka aklınıza geliyor mu? Son iki yılda çıkan ilanlarını yan yana koyduğunuzda ortak bir çizgi, tipografi, şablon, görsel ve veya söylem bulamadığınız bir marka aklınıza geliyor mu? Her reklam filminde bir başka ünlüyü marka yüzü yapan bir marka aklınıza geliyor mu? Mağazaları arasında dekorasyon farkı bulunan bir marka aklınıza geliyor mu?

Sürekli fikir, söylem ve görüntü değiştiren markalar aklınıza gelebiliyorsa iki nedendendir. Birincisi o marka tanıtıma o kadar para gömmüştür ki, beynimize sızmayı başarmıştır. İkincisi siz marka yönetimi alanında



çalıştığınız için aklınızda marka tutma kapasiteniz sokak-taki insana göre fazladır.

Tutarlılık; gelişmemek, değişmemek, dönmemek, şaşırtmamak değildir. Tutarlılık aynı çizgide yürümektir, aşinalık yaratmaktır, söylediğinizle yaptığınızın ahenkli olmasıdır.

Marka ısrardan doğar... Belirlediğiniz konumlandırma ve kimlik üzerinde uzun yıllar ısrarla durmanız gerekir ki zihinlerde markanız adına tapulu yeriniz olsun.

“Paramız var bir de bunu deneyelim”, “Tüketici logomuzdan sıkıldı, değiştirelim”, “Bu sefer reklamda ünlü kullanalım”, “Güldüren bir reklam yapalım”, “Reklam fikrini de Sinan Çetin bulsun” yaklaşımlarıyla şan şöhret yaratılır ama marka yaratılamaz.

Konumlandırma yapmayan, markasını kılıktan kılığa sokaan firmaların her zaman daha fazla reklam bütçesi ayırması gerekir. Sık sık değişen marka görsellerini ve fikirleri tüketicinin aklına sokmak için her seferinde pahalı relansmanlar yapmak ve mesajlarınızı algılatmak için daha fazla frekansla yayınlamak zorundasınız.

BİR NUMARALI KURAL

Bir markayı bilinir ve değerli kılmak için müthiş bütçelerle tanıtım yapabilirsiniz ama bu kârlılıktan taviz vermenize neden olur. Bunun yerine markanıza dair her şeyi baştan planlayarak ve iletişimde tutarlılığınızı koruyarak mütevazı bütçelerle markanızı bilinir ve değerli kılabilirsiniz, üstelik hedeflediğiniz karlardan da taviz vermeniz gerekmez.

Markanızı nasıl tutarlı hale getireceksiniz? Her şeyden önce marka konumlandırmanızı ve iletişim stratejini belirlemelisiniz. Ardından markanın inşasına katkıda bulunacak herkes bu konumlandırma ve stratejiye uygun olarak hareket etmelidir. Hiç kimse aklına gelen kelâka fikirlerini markaya uygulamaya çalışmamalıdır. Konumlandırmaya, marka kimliğine ve iletişim stratejisine uymayan hiçbir şey kabul görmemelidir. Markanın tutarlılık namusuna sahip çıkamazsanız, markalaşmanız da zordur.

Uzun yıllar tutarlı bir şekilde markanızı yönetirseniz yatırımlarınızın geri dönüşünü alırsınız. İnsanların zihninde iyi bir yer edindiğinizde artık bir mesaj için 10 frekans ile karşılarına çıkmanız gerekmez, 3 frekansta da mesajınızı aktarabilirsiniz.

Dünyanın başarılı markalarına bir bakın; logolarını en son ne zaman revize etmişler, ne zamandır aynı konumlandırmayı kullanıyorlar, ambalajları kaç yıldır aynı?

Piyasada mevcut bir markaya sahipseniz yapmanız gereken markanın hangi değerleri temsil ettiğini bir araştırma şirketi aracılığıyla tüketicilere ve müşterilere sormanızdır. Araştırma sonucuna ve şirket hedeflerinize göre markanızı zihinlerde nasıl konumlandıracağınızı yeniden belirlemeli, marka görsel kimliğinizi ve iletişim

stratejinizi yeni konumlandırmaya göre revize etmelisiniz. Sonrasında ise yukarıdaki reçeteyi uygulamalısınız.

Tutarlılığı sadece reklamveren değil, o reklamverene hizmet veren iletişimcilerin de önemsemesi gerekir. Ama maalesef markanın tutarlılık namusuna da en çok tecavüz edenler iletişimcilerdir.

Sevdiğim markaların konkur haberleri beni hep kaygılandırır. “Yeni ajans güzelim konumlandırmayı mahvetmez umarım” derim ve çoğunlukla korktuğum başıma gelir. Genelde ajanslar kendilerini ispat adına asla değiştirilmesi teklif dahi edilememesi gereken konumlandırmaları değiştirmeye kalkışır. Halbuki yapmaları gereken konumlandırmayı daha da sağlamlaştırmak ve netleştirmektir. Yaratıcı beceri de buradadır.

Kreatif odaklı ajansların problemi de budur. Marka üzerine serbest atışların en keyiflisini uygulamaya kalkmanın reklamcılık olduğunu düşünmeleridir. Halbuki reklamcının uçuş bölgesi asla sonsuz olamaz, sadece konumlandırmanın sınırları dahilinde uçabilir.

Reklamverenlere ve reklam ajanslarına marka yönetim ve iletişim faaliyetlerinde tutarlılıklar diliyorum. ■

TUTARLI OLMANIN İLKELERİ

- Konumlandırmanıza uygun bir isim seçin.
- Uzun yıllar üzerinde durabileceğiniz bir konumlandırma belirleyin.
- Marka görsel kimliği için matbaa veya reklam ajansı değil, görsel kimlik ajansı (branding agency) ile çalışın.
- Markanızın görsel kimliği konumlandırmanızı ile uyumlu olsun.
- Logonuzu sık değiştirmeyin.
- Ambalajınızı sık sık değiştirmeyin.
- Ambalajlarınız arasında tasarım birliği olsun.
- Sloganınızı sık sık değiştirmeyin.
- Reklam mesajlarınızı sık sık değiştirmeyin.
- İlan şablonunuzu uzun yıllar kullanın.
- Web sitenizi sık sık değiştirmeyin.
- Tüm mağazalarınız tek tip dekorasyona sahip olsun.
- Reklam ajansınızı sık sık değiştirmeyin.
- Marka için atacağınız her adımın önceki adımlarla ne kadar tutarlı olup olmadığını iyi sorgulayın.





Robotların istilası mı başladı?

Japonya Osaka Üniversitesi'nde insan görünümlü ve insan mimiklerini taklit edebilen robotların tanıtımı yapıldı. Amaç, bazı işlerde insana benzeyen bu robotları çalıştırmak...

Japonya'nın Osaka Üniversitesinde geliştirilen ve bir basın toplantısıyla tanıtımı yapılan "insan görünümlü robotlar" gerçek insanlara benzer mimikleriyle daha önceki benzerlerinden çok daha ileri bir teknolojiye sahip. Ekibiyle birlikte geçmişte de benzer "android" robotlar geliştiren ve üreten Profesör Hiroşi İşiguro, bir "robot ailesi" kurmayı hedeflediğini söylüyor.

Gerçek insan mimiklerinin kamerayla kaydedildikten sonra elektrik sinyalleriyle robotlara aktarılması mantığına dayalı çalışan sistem sayesinde gerçeğe en yakın görüntü yakalanıyor. Yüzü sentetik deriden yapılan "kadın robot", basın tanıtımında model olarak kullanılan "gerçek" kadına o kadar benziyor ve hareketlerini öylesine taklit edebiliyordu ki modellik yapan genç kadın "Bir ikizim olduğu hissine kapıldım" açıklaması yaptı.

Android robotlar ilk aşamada bir hastanede hastalara eşlik etmek için kullanılacak. Geminoid-TMF adlı robot da 160 bin TL fiyata satılık.

Bir yanda teknolojinin geldiği noktaya hayran olanlar, diğer yanda özellikle hizmet sektöründe insanların yerini robotların alacağına dair kuşku ve endişeler....



3 boyutlu oyunda "gözlük" devrimi

Nintendo, Los Angeles'taki Electronic Entertainment Expo Fuarı'nda yeni nesil oyun konsolu 3DS'i tanıttı.

3DS'in en büyük özelliği, özel gözlüğe ihtiyaç duymadan 3D oyun ve filmleri gösterebiliyor olması. Nintendo 3DS ile bu platform için özel olarak hazırlanmış üç boyutlu oyunlar ve 2D oyunların tamamı oynanabiliyor. Konsol üzerinde bulunan bir ayar düğmesiyle, 3D görüntünün derinliği artırılıp azaltılabiliyor. Bu sayede her oyuncu kendi gözüne uygun 3D görüntüye ulaşabiliyor. Tanıtılan yeni teknolojinin "3 boyutlu" oyun dünyasında "olmazsa olmaz" diye düşünülen özel gözlüklere ihtiyacı sona erdirmesi önemli bir gelişme olarak dikkat çekti.

Microsoft Office 2010

Microsoft'un dünyada en sık kullanılan programlarından "Office" paketi, 2010 sürümüyle piyasaya çıktı.

Geçmiş sürümlere kıyasla kapsamlı değişiklikler yapıldı. İlk dikkat çeken, arayüzün değişmiş olması. 64 bit



desteği sayesinde Windows Vista ve Windows 7 sürümlerinde office performansı beklenen düzeye ulaşmış olacak. Starter Edition adıyla, ücretsiz olarak sunulan en alt sürümde kısıtlı düzeyde Word ve Excel desteği var. Daha fazla özellik açmak için yeni sürümün "Yükseltme Paketi"nin satın alınması gerekiyor. Şimdi ilk kullanıcı yorumları bekleniyor...

ABD'de 30 eyalet Google'dan davacı

Google'ın "Street View-Sokak Görüntüsü" uygulaması, ABD'de üst üste dava ediliyor.

ABD'de Google'ın Street View servisi için bilgi toplamasını "mahremiyet hakkını ihlal" olarak değerlendirip soruşturma açan eyaletler birlikte hareket etme kararı aldı.



30 ülkede ve ABD'de 30 eyalette soruşturma konusu olan Street View, Google araçlarıyla sokak sokak dolaşarak toplanan görüntü ve bilgilerin derlenmesiyle oluşuyor. Söz konusu araçlardaki düzeneğin ve kullanılan yazılımın, şifre konmayan ağlara bağlanarak kişisel veya kurumsal bilgileri de "yanlışlıkla" kaydettiği ortaya çıkmıştı. Google, sorunun yanlış yazılımdan kaynaklandığını belirterek özür dilemiş ve toplanan bilgilerin silineceğini taahhüt etmişti.

Türk Telekom'dan günlük internet

Türk Telekom'dan "günlük" internet dönemi. 24 saatlik internet bağlantısı 3 TL'ye satılacak.

Vodafone'un sunduğu "Günlük İnternet" paketinin bir benzeri de Türk Telekom tarafından hazırlandı. "Her Eve İnternet" sloganıyla duyurulacak bu pakette 3 TL'ye 24 saat süreyle "günlük" internet erişimi sağlanacak. 1 Mbps yükleme, 256kbps indirme

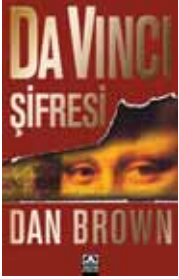


hızlarında 500 MB'a kadar internet erişimi satın alabilecek kullanıcılar haklarını sabah 03.00'ten itibaren 24 saat süreyle kullanabilecek.

"Her Eve İnternet" servsinden, mevcut ADSL aboneleri gibi ADSL abonesi olmayanlar da yararlanabilecek. Tek şart bağlantı noktasında bir Türk Telekom hattı olması.

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. Tiyatrolar tatilde olduğu için kitabı ve filmiyle işte Kondu Grup çalışanlarının bu sayıdaki kültür sanat gündemi!



kitap

Da Vinci Şifresi
Dan Brown
Altın Kitaplar / 495 Sayfa

Da Vinci Şifresi kitabını ilk çıktığında almayıp sonradan okuyup pişman olanlardan biriyim. Böylesine sürükleyici ve okudukça heyecan veren bu kitabı elime geç almam bir hataymış. Bir kısım insanın kendi özel dünyalarında yarattığı hayatı, gizli sırlar ve tarikatlar ile bütünleştirip önümüze sunmuş Dan Brown. Kitap her ne kadar Vatikan'ın karşı çıkması ve işlenen hikâyenin gerçeği yansıtmaması ile de

gündeme geldiyse de insan kendini bunun gerçekliği konusunda sorgulamadan geçemiyor.

Kitabı okurken baştan sona bir bilmece furçası bizi büyülüyor. Gerçeklerin peşinde koşan iki kahraman ve sonunda heyecan veren bir finale son sayfasına kadar soluksuz okuyacağınız bir eser.

Dan Brown'un "Da Vinci Şifresi" dışında başka kitapları da var. Bu kitabı okuyup da beğenenler diğer eserlerini de rahatlıkla bulup okuyabilirler. Dan Brown'un bir özelliği de kitaplarındaki hikayelerin sinema filmlerine de konu olması. Da Vinci Şifresi de sinemaya uyarlanan kitapları arasında.



Ziynet Danış
Karşılama Masası
Görevlisi



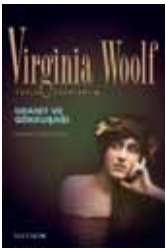
Bu Yalan Tango
Selim İleri
Everest Yayınları / 384 Sayfa

90. yaşı için bir armağan kitap hazırlanan Fatma Asaf ile onun kitaplarını okuyarak yetişmiş yazar Ufuk Işık, karşılıklı oturduklarında dışardan duyulmayan iç konuşmalar akıp gidecek ve bu konuşmalar Türkiye'nin bitmeyen karmaşasını dillendirecek. Selim İleri yine insan ilişkileri üzerinden yaşamı anlatıyor.



Harem
Aslı Sancar
Timaş Yayınları / 190 Sayfa

"Osmanlı'da Kadın" başlıklı çalışmaları ile ABD'de Benjamin Franklin Ödülü'nü kazanmış olan Aslı Sancar, "Harem" adlı romanıyla okuyucu karşısına çıktı. Harem, biri saray cariyesi, diğeri İstanbul hanımefendisi iki kadının hikayesini anlatıyor. Sancar, bu tarihi romanında kafanızdaki "harem" tanımını gözden geçirmenize neden olacak.



Granit ve Gökkuşuğu
Virginia Woolf
İletişim Yayınları / 292 Sayfa

Virginia Woolf yaşamı boyunca makalelerinden oluşan iki kitap yayımladı. İletişim Yayınları tarafından yayımlanan Granit ve Gökkuşuğu, bu kitaplar da yer almayan makalelerin, yazarın ölümünden sonra bir araya gelmesiyle oluştu. Kitabın editörlüğünü, yazarın eşi Leonard üstlendi.



Futbolun Şifreleri
Simon Kuper, Stefan Szymanski
İthaki Yayınları / 408 Sayfa

Futbol üzerine yazılmış en ilginç kitaplardan biri. Verilerle analitik yorumlar yapılırken bir yandan da futbol rutinine dair türlü sorulara yanıt aranıyor. Futbol Asla Futbol Değildir kitabının yazarı Simon Kuper ve bir ekonomist olan Stefan Szymanski'nin kaleminden.



sinema

Gezegen 51

Yönetmen: Jorge Blanco

Senaryo: Joe Stillman

Türkçe seslendirenler:

Ali Ekber Diribaş, Arda Aydın,

Nüvit Candaner, Barış Onarıcı.



Avni Delen
Baskı Operatörü

Astronot Chuck uzay gemisiyle birlikte dünyadan çok uzak bir gezegene gidiyor. Chuck, yeni bir yer keşfettiğine inanıyor. O anki düşüncesi, iniş yaptığı bu gezegende kimsenin yaşamadığı ve kendisinin burayı keşfettiği yönünde. Ama gerçek kısa sürede ortaya çıkıyor. Gezegen 51 aslında küçük yeşil yaratıkların yaşadığı,



üstelik modern bir hayat sürdürdükleri bir gezegen.

Evlerine gelen bu yabancıyı hiç tanımadıkları için ondan korkan yeşil insancıklar, Chuck'ın kendi soylarını yok etmeyi amaçladığını düşünüp onu bir düşman olarak görüyorlar. Oysa Chuck'ın böyle bir niyeti yoktur.

Sadece Chuck'ın Gezegen 51'e geldiğinde uzay gemisini bahçesine indirdiği 16 yaşındaki Lem adlı yaratık onun tehlikesiz olduğuna inanıyor ve dünyaya dönmesine yardım ediyor.

Uzayda geçen maceraların aksine Gezegen 51'deki hayat çok normal. Anlatılan hikaye de insalcıl. Bu yönleriyle film diğerlerinden farklı. Türkçe seslendirme de çok başarılı. Çocuklar kadar yetişkinlerin de sevip izleyebileceği bir film.

Sinemaya gitmemize vesile olan Mega Basım'a ve yetkililere teşekkür ederim. Bu sayede ilginç bir animasyon film izlemiş oldum.



Splice (Splice)

Yönetmen: Vincenzo Natali

Senaryo: Vincenzo Natali, Antoinette Terry Bryant, Doug Taylor

Oyuncular: Adrien Brody, Sarah Polley, David Hewlett, Amanda Brugel.

Vizyon Tarihi: 23 Temmuz



Camino (Camino)

Yönetmen: Javier Fesser

Senaryo: Javier Fesser

Oyuncular: Manuela Vellés, Carme Elias, Angela Boj, Beatriz Santiago, Fernando Carrera.

Vizyon Tarihi: 6 Ağustos



Başlangıç (Inception)

Yönetmen: Christopher Nolan

Senaryo: Christopher Nolan

Oyuncular: Leonardo DiCaprio, Marion Cotillard, Michael Caine, Ellen Page, Joseph Gordon-Levitt.

Vizyon Tarihi: 30 Temmuz



Yepyeni Bir Hayat (Yeo-haeng-ja)

Yönetmen: Ounie Lecomte

Senaryo: Ounie Lecomte

Oyuncular: Hackjin Mun, Hyun-joo Baek, Kim Sae-ron, Ko Ah-sung.

Vizyon Tarihi: 13 Ağustos



Salt (Salt)

Yönetmen: Phillip Noyce

Senaryo: Kurt Wimmer, B. Helgeland

Oyuncular: Angelina Jolie, Liev Schreiber, Chiwetel Ejiofor, Yara Shahidi, Towanda Underdue.

Vizyon Tarihi: 6 Ağustos



Çılgın Hırsız (Despicable Me)

Yönetmen: Sergio Pablos,

Chris Renaud, Pierre Coffin

Senaryo: Ken Daurio, Cinco Paul

Seslendirenler: Steve Carell, Jason Segel, Miranda Cosgrove.

Vizyon Tarihi: 3 Eylül



Mega Basım ailesi olarak piknikte eğlendik ÇOCUKLAR GİBİ ŞENDİK...

Mega Basım ve Pasifik Ofset 2010'u yoğun bir tempoyla karşıladı. Kışı çalışarak geçirdik. Yaza girerken yorgunluğumuzu atmak için ailelerimizle pikniğe gittik

Mega Basım ve Pasifik Ofset ekibi olarak çalışmayı bildiğimiz ve sevdiğimiz kadar eğlenmeyi de severiz. Hele ki ailelerimiz de yanımızdaysa eğlencenin dozu da ikiye katlanır. Yoğun geçen kış aylarından sonra artık üzerimizdeki yorgunluğu atmak için, gelenekselleşen Mega Basım pikniklerinden birini daha gerçekleştirdik.

Matbaanın tüm birimlerinden çalışanlarımız aileleriyle birlikte katıldı pikniğe. Bir yanda yapılan börekler çörekler yendi, diğer yanda oyunlar oynandı. Başta çocuklar olmak üzere hepimiz eğlendik; ama itiraf etmeli ki en eğlenceli bölümler "büyük çocukların" yarıştığı anlardı.

Yanımızda getirdiğimiz çuvalların içine giren Mega'nın en sportif elemanları çuval yarışına başladı. Onlar son serece ciddi bir yarış içindeydi ama seyredenlerin gülmekten kırıldığı bilgisini verirsek herhalde yaşananları tahmin edersiniz. Çuval yarışının tek rakibi ise "yumurta taşıma" yarışmasıydı... Ağzlarında kaşıklar, kaşıkların içinde yumurtalar... Ne diyelim; iyi ki arkadaşlarımız yumurta taşımaktan çok iyi yapıyor mesleklerini; yoksa işimiz çok zordu.

Bir de "hırsın doruğa ulaştığı" ip çekme yarışması var... Uzun uzun anlatmayacağız; yandaki fotoğraf durumu anlatmaya yetiyordur... ■



D O Ğ U M E V L İ L İ K



Usama Mutlu'nun oğlu
Halit Muhammed



Gökhan Veyssel Şar'ın oğlu
Mehmet Yağız



Nurbaki ve Nafiye Özel'in kızı
Nuriye ve Eşine mutluluklar



Mega'da sağlık kontrolü

Her yıl olduğu gibi bu yıl da Mega Basım ve Pasifik Ofset çalışanları sağlık kontrolünden geçti. Genel testlerin yapıldığı kontrollerde test sonuçları, Mega'nın başarılı olduğu kadar sağlıklı bir ekip olduğunu da ortaya koydu. Tüm arkadaşlarımıza sağlıklı bir ömür diliyoruz.



ÇEVREYE SÖZDE DEĞİL ÖZDE SAYGILIYIZ

Mega Basım, FSC - CoC Sertifika Programı'na katılarak çok önemli bir adım attı. Tüm dünyanın duyarlı şirketleriyle birlikte biz de yaşadığımız dünyaya karşı sorumluluğumuzu belgeledik. Kullandığımız kağıdın hammaddesi olan ağaç temininin doğaya zarar vermeden sağlandığını garantileyen bu sertifika sayesinde tüm dünya üzerinde bilinçsiz ağaç kesimi ve üretimine engel olan kurumlardan biriyiz artık.

Pasifik Ofset kitap üretimin'de “Kalite” tanımını değiştiriyor.

Kitap üretmek **ciddi iş**tir.



