

OPTİSYENİN

E-DERGi
Sayı: 19 MART 2015
Sesi
Optik Magazin Dergisi

...as beautiful as Istanbul

**MİDO 2015 / Yoğun ama keyifli
bir fuarın ardından**

Doç. Dr. Murat Uyar
Tedavisi olmayan göz hastalıkları

Köşe Yazısı / Murat Uğurlu
Sağlık Harcamalarında Finansal
Katastrofi ve Türkiye'nin Durumu



Colour your day

*with easily changeable temples
and various colour options
more colourful days*

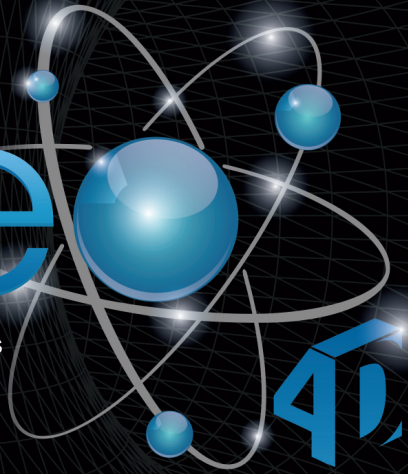


ben.x[®]
MEMORY EYEWEAR

Geleceğin progresifi
Progresifin geleceęi

nucleo

A Variable Base Curve Lens



Ç O K Y A K I N D A !

camber[™]
TECHNOLOGY

NOVAX[®]
FreeForm Progressives

gör
hayatı!



PALLADIUM OPTİK

BELLINGER
DESIGNER

de stijl
holland 1924

ENTOURAGE OF 7
LOS ANGELES

noego
by Hugo Mahe

DUTCH DESIGN
YOU'S

BLAC
LAWRENCE DUNHAM • GARDEN BY BELLINGER

kamæleon
CHANGE YOUR TEMPLES • DESIGN BY BELLINGER

KXOS

ONE2ONE
THE EYE TECH

GIGI
barcelona

for Transpolar
Youpi!

OLIVIERO CONTINI

PARASITE
EYEWEAR

IKACTOR

genesis

COCO★SONG
THE EYEWEAR

TULIPE NOIRE

JUST
eye fashion+

Palladium Optik

Doğu Mah. Ortanca Cad. No:72 Pendik - İSTANBUL / TÜRKİYE

Tel: 0216 491 77 70 / 80

Fax: 0216 324 71 10

www.palladiumoptik.com.tr

info@palladiumoptik.com.tr



PALLADIUM
OPTİK

PALLADIUM OPTİK'TEN BİR İLK DAHA!

İspanya'nın beğenilen gözlük markalarından ZEN BARCELONA, Palladium Optik farkıyla Türkiye'de. Yepyeni koleksiyonu ile SİLMO İSTANBUL 2014'te PALLADIUM OPTİK standında ilk kez ziyaretçileriyle buluştu.

Palladium Optik' in son dakika sürprizi olarak adlandırdığımız bu koleksiyonu; bizzat firmanın İspanya'dan gelen satış temsilcisi ve Ceo'su tarafından tanıtıldı.

Yenilikçi, güçlü, mutlu, sıradanlıktan uzak bir çizgide ;her yaşa ve her zevke uygun, grubumuzun önde gelen, başarılı olmaya aday; minimal şık tasarımlı , konforlu çerçevelerden oluşan koleksiyonumuzu her zaman söylediğimiz gibi; farkı fark yaratanlarla yaşama ayrıcalığını siz değerli müşterilerimize yaşattığımız için bir kez daha gururluyuz.





ZEN
BARCELONA



Merkez Showroom Teknik Servis

Yeşilce Mah. Yunus Emre Cad. Değirmen Sk. No: 17 K: 4 Kağıthane İstanbul

Tel: +90 212 324 57 10 Tel: +90 212 324 57 11 - Fax: +90 212 324 57 30

www.demirkayaoptik.com.tr

40. Yıla Dayanan

Bir Optik Serüveni



İkinci El Optik Cam Kesme Makinalarında Doğru Adres



briot

www.demirkayaoptik.com.tr

22 FUAR

MIDO 2015 / Yoğun ama keyifli bir fuarın ardından

30 KOLEKSİYON

Koleksiyon

32 SAĞLIK

Karasu Glokom

34 SAĞLIK

A vitamini eksikliği pek çok sağlık sorununa yol açar

38 AKTÜALİTE

Unutulmayan sloganlar

41 HABER

Çinlilerin gözleri neden çekiktir?



DOSYA KONULARI

KÖŞE YAZISI Dr. Hüseyin Çırpan / Karakter Testi: Trafik 42

KÖŞE YAZISI Murat Uğurlu 44

AKTÜALİTE Siracüddin Çağlar / Hayat yaşadığımız değil, hissettiğimizdir 32

SİZİN KALEMİNİZDEN Metin Turanlı / Kentsel Dönüşüm 50

EĞİTİM Taylan Küçüker / Optisyenlik mesleğinde malzeme 52

SAĞLIK Murat UYAR / Tedavisi olmayan göz hastalıkları 54

FIRTINA FIRTINA ÖNCESİ Prof. Dr. Miktad Kadioğlu /
Hapşu! Bahar geldi gök gürledi, sel oldu



PALLADIUM OPTİK'ten
bir ilk daha

6

TIP TARİHİ

Ahmet Doğan Ataman yazdı, "Eski Mısır Tıbbı" 34

YOLNAME

Mustafa Küreli'nin kaleminden;
Tanzanya 58



OPTİSYENİN SESİ E-DERGI
Ayda bir yayınlanır
Mart 2015

www.optisyeninsesi.com Adına
İmtiyaz Sahibi
Orhan Küreli

Sorumlu
Yazı İşleri Müdürü
Ozan Küreli

Yazı Kurulu Üyeleri
Mustafa Küreli, İlm. Av. Oğuz Ünal
Hakan Hürsever, Prof. Dr. Miktaf Kadioğlu
Dr. Ahmet Doğan Ataman, Mehmet Can Şahin

Görsel Yönetmen
Mustafa Küreli

Grafik Tasarım-Uygulama ve Editöryal Çalışma
Tuna Yıldırım / CLINART Str. Arş.
Sağ. Dan. Org. Yay. Ltd. Şti.
(0 212 291 54 83)

Reklam Pazarlama
0 535 586 05 93
tunayildirim1972@gmail.com

Fotoğraf Editörü
Cesur Erol

E-Posta:
bilgi@optisyeninsesi.com
dergi@optisyeninsesi.com

Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Reklamların sorumluluğu ise reklam verene aittir. Dergide yayımlanan yazı ve resimler kaynak gösterilmek suretiyle iktibas edilebilir. Optisyenin Sesi günlük ortalama raytingi 3000 olan www.optisyeninsesi.com internet sitesinde yayımlanmaktadır.

Bu dergi Mart 2015 tarihinde internetten online olarak izlenebilmiştir.



ben.x[®]
MEMORY EYEWEAR



Fuarlar

Uluslararası ticarete büyük önemi olan fuarlar 21. yüzyılda daha da önemli hale gelmiştir. Avrupa'da olsun Asya'da olsun dünyanın çeşitli yerlerinde her yıl düzenlenen bu pazarlar, binlerce satıcı ve alıcıyı bir araya getirerek büyük bir alış-veriş potansiyeli yaratmaktadır.

Fuarlar, ticareti geliştirmek amacıyla belli bir süre için kurulan pazardır. Alıcı ve satıcıların bir araya gelerek iş anlaşmaları yaptıkları bu pazarlar genellikle aynı yerlerde ve düzenli aralıklarla, her yıl aynı tarihte birkaç haftalığına kurulurlar. Bu sergiler tek bir iş koluna ya da belirli bir iş kolunun tek bir dalını konu alabileceği gibi her tür ürünü ve hizmeti de kapsayabilir.

Uluslararası ticarete büyük önemi olan fuarlar 21. yüzyılda daha da önemli hale gelmiştir. Avrupa'da olsun Asya'da olsun dünyanın çeşitli yerlerinde her yıl düzenlenen bu pazarlar, binlerce satıcı ve alıcıyı bir araya getirerek büyük bir alış-veriş potansiyeli yaratmaktadır. Ticari ve iktisadi boyutu gittikçe ön plana çıkan fuarlarda katılımcı firma ya da kuruluşlar kendilerine ayrılmış alanlarda ziyaretçileriyle görüşmeler yapmakta, ürünlerini sergilemekte veya bu alanlarda kendi kurumsal renk ve imajlarına yer veren fuar standlarında çeşitli görseller kullanarak kendilerini, ürünlerini ya da hizmetlerini tanıtmaktadır. Ülkemizin temsil eden yerli gözlük üreticilerini uluslararası fuarlarda görmek, işin bir başka yanı...

Bizde bu amaçla, Avrupanın en büyük gözlük fuarlarından biri olan ve 28 Şubat/02 Mart tarihleri arasında İtalya'da Milano şehrinde düzenlenen Mido Optik fuarını ziyaret ettik. Bu sayımızda Fuarla ilgili gözlemlerimizi sizlerle paylaşacağız. Saygılarımla



ITALIA INDEPENDENT'DAN ÇOCUKLARA ÖZEL KOLEKSİYON I-Teen Serisi

Renkli dünyası ve benzersiz tasarımları ile tüm dünyada adından söz ettiren Italia Independent, 'I-Teen' Serisi'nde ikonik modellerini çocuklara özel olarak sunuyor. 7-14 yaş arası çocuklar için tasarlanan seri, zengin dizayn ve renk seçenekleri ile şaşırtıcı bir deneyim yaşıyor. Bir gözlük markasının ötesinde, dinamik ve eğlenceli bir hayat tarzını ifade eden Italia Independent, bu yenilikçi seri ile küçük yaştakileri de heyecanlı dünyasına davet ediyor...



'Dünyanın en iyi giyinen erkekleri' sıralamasında zirvedeki yerini yıllardır koruyan Lapo Elkann tarafından yaratılan Italia Independent, bağımsız ve özgün tasarımlarını çocuklara da sunuyor. 7-14 yaş aralığındaki çocuklara özel üretilen I-Teen Serisi, ufak boyutlarda modelleri tercih edenlerin de beğenisini kazanıyor.

Geniş tasarım alternatifleri ve yüksek materyal kalitesi ile fark yaratan seride, 090 modelinin yanı sıra, süper ince I-Thin modelleri de geniş renk alternatifleri ile yer alıyor. I-Teen Serisi, özel 'Glaze' işleminden geçirilerek yüzeyde doğal taş görünümü kazandırılan tasarımların yanı sıra, markanın yenilikçi imajını gözler önüne seren ödüllü kadife efektini de çocuklara özel olarak sunuyor. Alışılmışın dışında ve devrim niteliğindeki Italia Independent teknolojilerinin yarattığı renk geçişleri, I-Teen Serisi'nde geniş bir yelpazede sunuluyor.





FreeForm® Gözlük Camları

gör
hayatı!

Dünya, **bizimle** görüyor.



view
life!

vê
a vida!

Sieh, das
Leben!

voir
la Vie!

ve
la vida!

увидеть
жизнь!

چشم انداز
زندگی!

انظر
للحياة!

BETA
OPTIK

www.betaoptik.com

FreeForm®
TECHNOLOGY
www.freeform.com.tr

Bu Yıl da MIDO'daydı!

Her yıl İtalya'nın Milano kentinde düzenlenen ve Beta-Novax'ın 6 yıldır düzenli olarak katıldığı, Dünya'nın en önemli optik ihtisas fuarlarından olan MIDO, bu yıl 28 Şubat-02 Mart 2015 tarihleri arasında düzenlendi.



Progresif camlarda yeni bir teknoloji olan, bu konuda çok iddialı bir performans sunacağı beklenen ve Silmistanbul'2014 fuarında ön lansmanı yapılan Nucleo 4D'nin ikinci ön lansmanı, interaktif iletişim yöntemleriyle ve megaboard ilanlarıyla gerçekleştirilmiştir. Beta Optik yetkililerince, FreeForm ve Camber teknolojilerin mükemmel kombinasyonu olduğu vurgulanan bu progresifin önümüzdeki ay içerisinde pazara arz edileceği belirtilmiştir. İlgiilence, fuarda yurt dışı bayi ve ortaklarının da hazır bulunduğu açıklanarak, 'fuar standımızda, sadece yurtdışından, farklı ülkelerden gelenleri değil, ülkemizden de sanayici-tedarikçi ve gözlükçü meslektaşlarımızı da görmekten duyduğumuz memnuniyeti belirtmek isteriz' ifadesine yer verilmiştir. 20-22 Mart 2015 tarihleri arasında, A.B.D'nin New-York kentinde düzenlenecek olan, International Vision Expo & Conference-East fuarına da 5.kez katılacaktır. Beta-Novax yetkilileri, bu fuarda Level-1, LP7069'daki standlarında markalarını temsil edeceklerini belirterek, Ülkemizden gelecek sektör temsilcilerini ağırlamaktan memnuniyet duyacaklarını özellikle ifade etmişlerdir.



süper hidrofobik
integral anti-refle kaplama
çizilmeye karşı mükemmel direnç



Yansımaları önler,
görüş netliği sağlar.



Su
tutmaz



Çizilmelere
karşı dirençli



Toz ve kir tutmaz,
kolay temizlenir.



Buhar itici
özellik.

BETA
OPTİK

www.betaoptik.com
info@betaoptik.com

NOVAX
FreeForm® Gözlük Camları





PALLADIUM
OPTİK

Palladium Optik

Doğu Mah. Ortanca Cad. No:72 Pendik - İSTANBUL / TÜRKİYE

Tel: 0216 491 77 70 / 80

Fax: 0216 324 71 10

www.palladiumoptik.com.tr

info@palladiumoptik.com.tr



KIŞ SPORLARINA UYGUN MODELLER

Tag Heuer'in, sömestr tatili ve hafta sonlarında gerçekleştirecekleri kayak sporları için hazırladığı polarize teknolojisi ile üretilmiş özel camlar, maksimum koruma ve üstün güvenlik sağlıyor.



Extreme sporlarla uğraşanlar için Tag Heuer yine şık ve ergonomik bir koleksiyon hazırladı. Çok iddialı yaşayanlar, maceracılar, kayak tutkunları için göz çevresini tamamen sararak güneş ışınlarına karşı tam koruma sağlayan extreme spor gözlükleri, ileri teknolojiyle üretiliyor. Kayak tutkunları, dağcılık, tracking gibi sporlarla uğraşanlar için özel modeller sunan Tag Heuer, yaratıcılığı da elden bırakmıyor. Tag Heuer'in, ışığı ve yansımaları tam kesen özel camları ile kayak yaparken rahatlığı tercih edenler için ideal modeller sunuyor. Göz çevresini tamamen kapatan farklı tasarımları ile doğadaki parlamaları ve yansımaları %100 oranında keserek göz sağlığını koruyan Polarizan cam kullanılan modellerin yanı sıra, yüzü saran, cesur ve alışılmışın dışında modeller de Tag Heuer koleksiyonunda yer almakta. Tehlikeli sporlarla uğraşanların kullandığı ve ileri teknoloji özellikleriyle koruyucu, fonksiyonel gözlükler sunan Tag Heuer, tasarımlarında dinamik ve koruyucu bir çizgiyi öne çıkarıyor. Olağanüstü hafif çerçeveleri, farklı kullanım ihtiyaçlarına cevap veren fonksiyonel modelleri ile maksimum koruma sağlayan modeller hayata meydan okuyanların tercihi olmaya devam ediyor.

Güneşli yarınları görebilmem için...

Bir tuğla da siz koyun!

Yıllardır el ele vererek binlerce
lösemili çocuğumuzu hayata kazandırdık.

Bugün ülkemizin en donanımlı
Onkoloji Hastanesi'ni kurarken de
bizi yalnız bırakmayacağınıza inanıyoruz.



1  = 1  = 10 TL
TUĞLA yaz 3406'ya yolla

BANKA ve ONLINE
LÖSEV 
Bir tuğla da siz koyun

LÖSEV 
Bağış Kutuları

YOĞUN AMA KEYİFLİ BİR FUARIN ARDINDAN

İtalya-Milano MİDO OPTİK FUARI -2015 fuarı Gözlük Sektörü için müşteri beklentilerini ve taleplerini karşılayan nitelikte geçti.

Gücün kullanımı olmadan, liderlikten söz edemeyeceğimizi yazmıştık önceki yazımızda. Gücün kullanımı aynı zamanda iktidar olmayı gerektirir. Muktedir değilsek gücün kullanımından bahsedemeyiz. Özellikle koleksiyonlardaki ürün çeşitliliği ve zenginliği çok farklı kitlelere ve ihtiyaçlara da cevap verilebilmesine olanak sağladığı için müşteri yoğunluğu oldukça fazlaydı.

Koleksiyonlarda Dünyanın önde gelen markalarının yanı sıra ülkemizin başarılı tedarikçilerinin de bu fuar da açtıkları stantlarla Avrupa da rekabete soyunmaları, fuarı ziyarete gelen meslektaşlarımızın övünç kaynağı oldu.

Sektörümüzü Mido optik fuarında temsil eden meslektaşlarımıza bizleri gururlandırdıkları için teşekkür ediyor, başarılarının devamını diliyoruz.

Sergiledikleri kaliteli ve farklı ürün çeşitleri ile Avrupa pazarında da gördükleri ilgi ve taleplerin arttığını gördük.

Fuar da ki gözlemlerimizi sizlerle paylaşıyoruz.

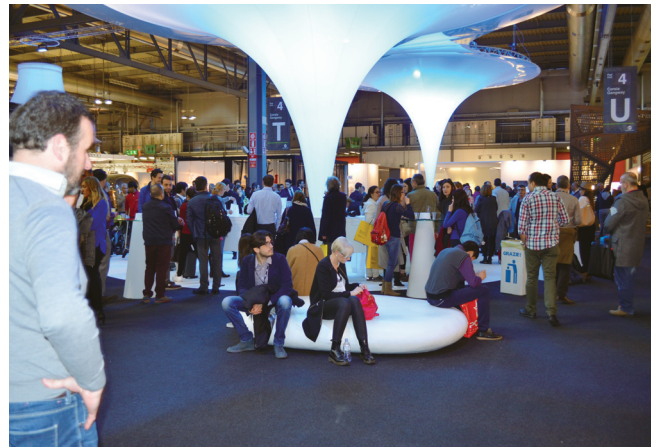
Fuarda on iki firmamızın ülkemizi temsil etmesi bizleri onurlandırdı.

Yoğun ama bir o kadar da keyifli bir fuardı.

Yeni bir Optik Fuarında tekrar görüşmek üzere...

















Pek çoğumuzun küçükken veya şimdi gerçekleştirdiği bir hadisedir koleksiyonculuk. Bir takım şeyleri toplama, bir araya getirme ve biriktirme... Bana da ailemden geçen bir özelliktir bu bir şeyleri biriktirme arzusu. Bugüne kadar pek çok şey biriktirmiş saklamışumdır. kimisi dağılmıştır, kimisini biriktirmeyi bırakmışumdır veya bizimkilerin biriktirdiklerini devam ettirmişumdır. Örnek verirsem...

Misket, sonlarına yetiştiğim bir oyundu, ama oyanamaya bayıldığım bir hadiseydi. Bizimkilerden kalan bu misket biriktirme furyasını bir süre devam ettirmiştim. Ama artık etrafta misket bulmak çok kolay bir şey değil. Aslında pek çoğumuzun sahip olduğu bir şeydir misket, genelde şimdi evlerde dekor olarak bulunur.

Yeşilçam filmlerinin unutulmaz repliği " Sana pul koleksiyonumu göstereyim". Bir dönem bildiğim kadarıyla pek çok insanın biriktirdiği bir şeydi pul koleksiyonu. Bizimkilerde bir müddet devam etmişler ama daha sonra nedense bundan vazgeçmişler. Açıkçası devamını getirmek benim de pek işime gelmedi.

Para koleksiyonu günümüze kadar Türkiye'nin ekonomik şartlarına en uyum sağlayan koleksiyon. Bu da belki de pek çoğumuzun evinde vardır tedavülde kalkan paraları biriktirmek. Oldukça büyük zaman isteyen bir hadise. Ama oldukça zevkli bir uğraştır.

Gazoz kapağı biriktirmek, fırsatını bulduğumda hala daha biriktirmeyi sevdiğim bir şeydir. Zaten günümüzde o kadar çok gazoz kapağı çeşidi var ki bu konuda çok fazla sıkıntı çekmiyorum. Küçükken tekrar pek çoğumuzun biriktirmekten hoşlandığı bir şeydi gazoz kapağı.

Tabii benim burda bahsettiğim koleksiyonculuk gerçek anlamda ki büyük koleksiyonculuk değil. İnsanların kendi çapında yaptıkları şeyler. Kimisinin maddi durumu iyidir lüks veya eski klasik arabalar koleksiyonu yapar, kimisi okumayı çok sever kitap koleksiyonu yapar. Bunu çeşitlendirmek çok kolay antika, eski giysiler ,tablo, dvd film arşivi, plak, gözlük, bilet, saat ,mücevher, oyuncak bebek ,poster, içki, şişe, peçete, kutu kola tıpası vs. hatta muhabbet kontör kartını biriktirene bile rastlamışlığım vardır.

" Biriktirince ne oluyor peki?" diye sorarsanız açıkçası bu konuda benim de çok bilgim yok. Ama en azından kulağa hoş geliyor ,en azından bir şeyleri biriktirmek insana az da olsa gurur ve mutluluk veriyor. İnsanın doğası gereği sanırım güzel bir şey. Zaten atalarımız toplayıcı değil miydi? (evet oldukça alakasız oldu, hakaten ne alaka, bencede... :)).



Karasu Glokom



Karasu Glokom 40 yaş sonrası kör ediyor

Uzmanlara göre halk arasında ‘karasu’ veya ‘göz tansiyonu’ olarak bilinen glokom, tedavi edilmediği takdirde görme kaybı ile sonuçlanabiliyor.

Özellikle 40 yaş üstündekileri vuran hastalığın Türkiye’de görülme oranının akraba evlilikleri nedeniyle daha yüksek olduğu tahmin ediliyor.

Türk Oftalmoloji Derneği Başkanı Prof. Dr. Nevbahar Tamçelik, ikinci önlenabilir körlük nedeni olan glokom ve erken tanısı konusunda bilgi verdi.

Tamçelik, “Göz içi basıncı normalden yüksek olan kişilerde ortaya çıkan ve görme hücrelerinin kaybına neden olan glokom, her yaşta ortaya çıkabilmesine karşın 40 yaş üstündeki kişileri tehdit ediyor” dedi.

Dünyada geri dönüşümsüz körlüğün ikinci

nedeni olan glokomun görülme sıklığının yüzde 2 olduğunu, bu oranın 40 yaş üstünde yüzde 5-6’ya kadar çıktığını ifade eden Tamçelik, dünyada yaklaşık 70 milyon Glokom hastası olduğunu söyledi.

Glokom nedeniyle 7 milyon kişinin kör olduğunu, bunların yarısından çoğunun iki gözünü de kaybettiğini belirten Prof. Dr. Tamçelik, “Erken tanı yöntemi ile gerekli önlemler alınmazsa 2020 yılında bu oranın yaklaşık 2 misline çıkması bekleniyor” diye konuştu.

Belirti vermeden ilerleyen hastalığın tedavi edilmediği takdirde körlük ile sonuçlanabildiğine dikkati çeken Tamçelik, “Glokomdan korunmak için 40 yaşından sonra mutlaka yılda bir kez göz tansiyonu ölçtürülmelidir” şeklinde konuştu.

Glokomun sadece göz hekimleri tarafından

teşhis edilebildiğini, bunun için göz tansiyonu ölçümü, görme siniri hasarının analizi, görme alanı testi ve kornea kalınlık ölçümü yapılması gerektiğini vurgulayan Tamçelik, "Ancak sadece göz tansiyonu ölçümü ile glokom teşhisinin konmayacağı iyi bilinmelidir. Çünkü glokom demek, sadece göz tansiyonu yüksekliği demek değildir. Beraberinde mutlaka tanı için ek muayene yöntemleri de yapılmalıdır. Hastalık kararını sadece göz hekimleri vermelidir" uyarısını dile getirdi.

- "Ailesinde hastalık olanlar dikkat" -

Birinci derece akrabalarında glokom görülenlerin yüksek risk taşıdığını kaydeden Prof.

Dr. Tamçelik, "Bu kişiler, gözlerinde herhangi bir problem olmasa bile erken tanı açısından düzenli olarak göz kontrollerini yaptırmalıdır. Çünkü bu bireylerde glokom gelişme riski, ailesinde glokom öyküsü olmayanlara göre on kat daha fazladır" uyarısında bulundu.

Prof. Dr. Tamçelik, diyabetli hastalarda glokom gelişme riskinin, normal bireylere göre üç kat daha fazla olduğunu, ayrıca yüksek miyop veya hipermetrop kusuru olanların, göz yaralanması geçirenlerin, kortizonlu ilaç ve sigarakullananların, şeker ve migren hastalarının glokom riski altında olduğunu sözlerine ekledi.





TIBBIN TARİHİ GELİŞİMİ

ESKİ MİSİR TIBBI

Mısırlı hekimler genellikle rahipti. Rahip hekim vahim durumdaki hastalara çağırırdı. Hekim ve rahiplerin yanı sıra efsuncular da tedavi ile uğraşırdı. Efsuncunun ölüleri dirilttiğine, toprağı yardığına, güneşi durdurduğuna, suları ayırdığına inanılırdı. Büyü ve tılsımlarla insanları korumaya çalışan efsuncu hastaları ayinlerle tedavi ederdi.

Hekimlerin çoğu sadece tek bir hastalığı tedavide ustalaşmıştı. Eski Mısır'ın en büyük rahip hekimi "İmhotep" idi. (DÖ. 2000). "Barışla gelen" anlamına gelen İmhotep, ayrıca bilge hekim tipidir. Tıp dışında mimarlık ve astronomi ile de uğraşan İmhotep

Firavun'un veziri ve aynı zamanda da rahipti.

Hayattayken bu kadar başarılı olan bir insanın öbür dünyadan ruhuyla insanlara yardım edeceğine inanan Mısırlılar İmhotep'e dua etmeye başlamış; heykellerini yapıp, bu heykellerin şifa verici kuvveti olduğuna inanmışlardı.

Hipokrat andının öncüsü olan Mısırlı hekimin yemini, "Doğru olmak, sır tutmak, minnettarlık" gibi erdemlerin vurgulandığı bazı ahlak kurallarını öngörmektedir.

"Bu okulun hocalarıyla sevgili arkadaşlarımın

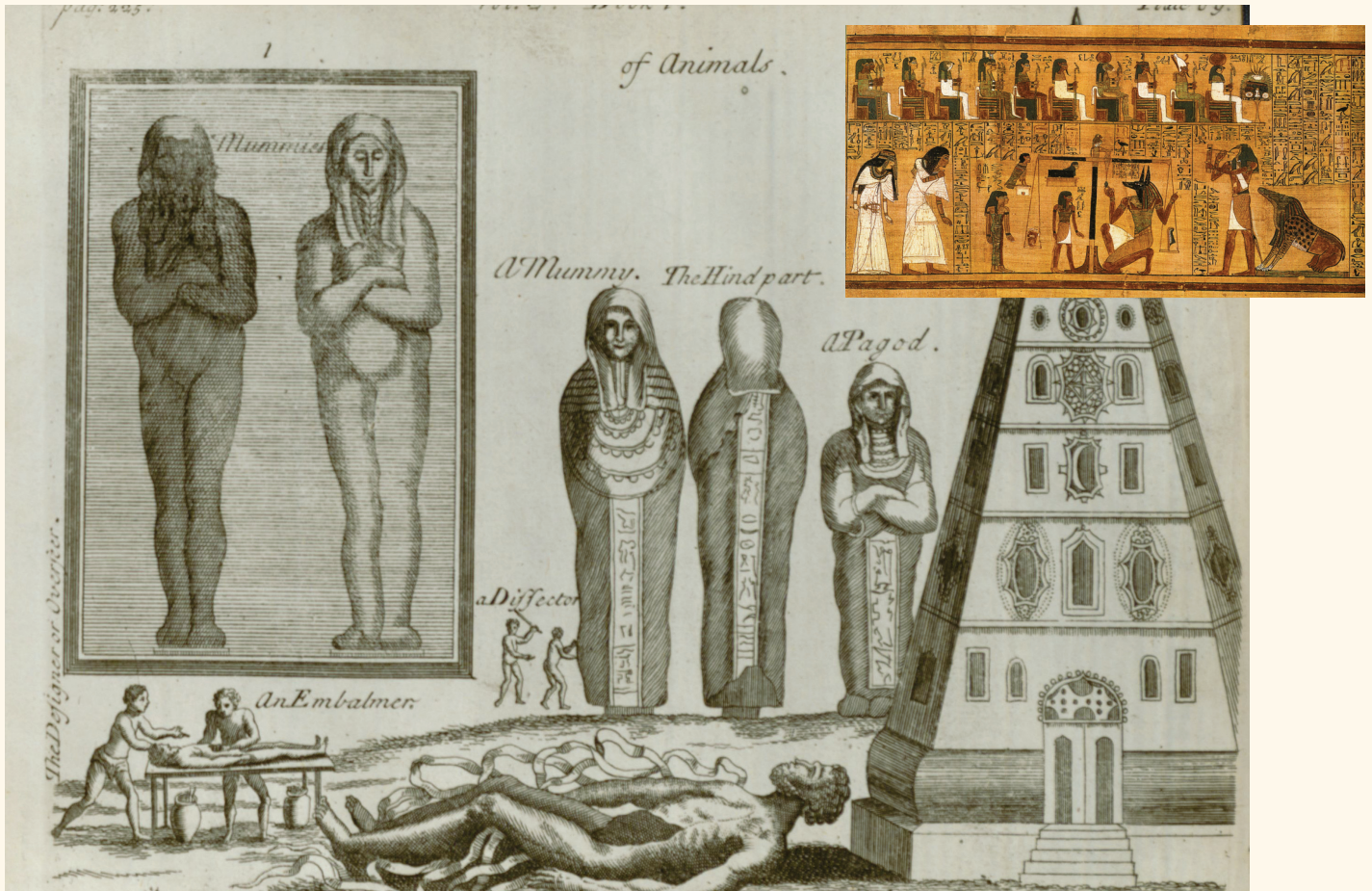




karşısında ve İmhotep'in resminin önünde, yüce varlık adına söz verir ve ant içerim ki, Tıbbî uygulamam sırasında onur ve dürüstlük ilkelerine bağlı kalacağım. Yoksullara karşılıksız bakacağım ve hiçbir zaman verdiğim hizmetin üstünde bir ödeme isteğinde bulunmayacağım. Evlere alındığım zaman, gözlerim orada olup bitenleri görmeyecektir; bana aktarılan sırları saklayacağım gibi törelere zarar verecek ya da suça yardımcı olacak bir biçimde de davranmayacağım. Hocalarım saygılı ve minnet borçlu olarak onların çocuklarına babalarından öğrendiğim bilgiyi aktaracağım.

Verdiğim sözleri yerine getirirsem insanlar benden saygılarını esirgemesinler. Sözümden durmazsam utanç ve aşağılanmaya uğrayayım”.

Papirüslerden anlaşıldığına göre Mısır'da büyü ve ayinin yanı sıra klinik tıp da ilerlemişti. Kahun, Ebers ve Smith papirüslerinde çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılan sihirli formüller, semboller ve büyülerin yanı sıra dâhiliye, kadın-doğum, kulak-burun-boğaz ve diş hastalıklarının tedavileri ile yara, kırık-çıkık ve ırların ameliyatlarıyla ilgili önemli bilgiler yer alır.



A vitamini eksikliği pek çok sağlık sorununa yol açar

A vitamini eksikliği nasıl teşhis edilir, nasıl belirtiler ortaya çıkar uzmanlarımız açıkladı. Vitamin eksiklikleri pek çok sağlık sorunlarına yol açmaktadır. A vitamini eksikliği de bunlardan bir tanesidir.

A vitamini eksikliği söz konusu olduğunda vücudumuzun işleyişinde farklılık meydana gelir ve vücut bu durumu bir takım belirtilerle bize anlatmaya çalışır. A vitamini eksikliğinde ortaya çıkan belirtiler, eksikliğin anlaşılmasında bize verilen sinyallerdir. Peki, A vitamini eksikliği nasıl anlaşılır?

A vitamini eksikliğinin 2 sebebi olabilir.

Birinci sebep A vitamininin yeterince tüketilmemesidir. İkinci sebepten A vitamininin vücutta emilememesi. A vitamininin vücutta birçok fonksiyonu olduğu için, farklı belirtiler eksikliğinde ortaya çıkabilir. Bu belirtiler geçici olabileceği gibi kalıcı hasarlarla da sonuçlanabilir (maalesef her yıl Afrika'da 250.000 çocuk A vitamini eksikliği sebebiyle kör olmaktadır). A vitamini birçok yiyecekte bulunur: yeşil yapraklı

sebzeler, havuç, kabak, yumurta, karaciğer...

A Vitamini Eksikliği Nasıl Anlaşılır?

A vitamini eksikliğinin en yaygın belirtileri şunlardır:

Görüşünüz Nasıl?

A vitamini görme duyusu için çok önemli bir rol oynamaktadır. Bütün ışık spektrumunu görmek için, gözün bazı pigmentleri üretmesi gerekir. Retinadaki fotorseptör hücreleri için gerekli bu pigmentlerin üretimi A vitamini eksikliğinde durur ve gece körlüğü (tavuk karası) meydana gelir.

Kornea da dahil olmak üzere gözün diğer bölümleri için de A vitaminine ihtiyaç duyulur.

Yetersiz A vitamini alımında göz yeterli nem üretemez ve gözde kuruluk meydana gelir. Bu da ileri zamanlarda korneal ülser, gözde yara ve körlükle sonuçlanır.

Bağışıklık Sistemi Zayıflar

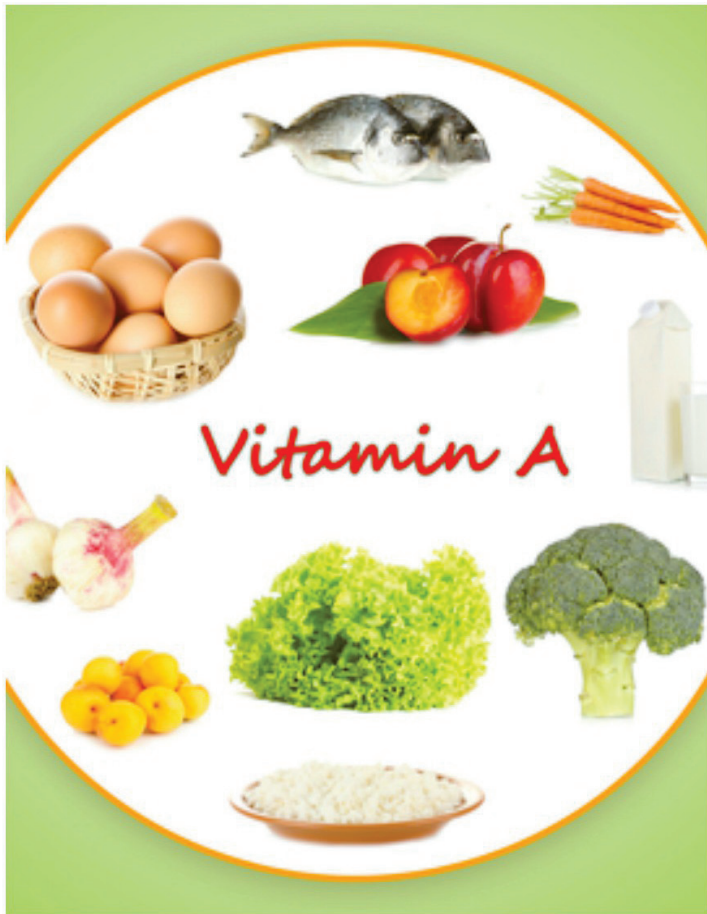
A vitamini eksikliğinde bağışıklık sistemi de zayıflar. Bu da vücudun enfeksiyonlarla daha az savaşması ve daha çok hasta olmanız anlamına gelir. Ayrıca sık sık deri enfeksiyonları oluşabilir. Akne, kuru ve kolayca yaralanan cilt A vitamini semptomları arasındadır.

Diğer belirtilerse şunlardır:

- Boğaz enfeksiyonları

- Ağız ülseri
- Pamukçuk
- Mesane iltihabı
- Kuru saçlar
- Saçlarda Kepek

A vitamini eksikliği genelde kötü beslenme sonucu ortaya çıktığı için gelişmiş ülkelerde çok az rastlanır. Ülkemizin de dahil olduğu bu ülkelerde daha çok sindirim sisteminde oluşan enflamatuvar hastalıklar (Crohn hastalığı veya çölyak hastalığı gibi) A vitamini emilimini engellediği için A vitamini eksikliği ortaya çıkar. Ya da fazla alkol alımı, çinko eksikliği ve pankreatik hastalıklar A vitamini eksikliğine yol açar. A vitamini eksikliğinden şüpheleniyorsanız doktora başvurunuz.



UNUTULMAYAN SLOGANLAR

Yapılan araştırmalar da tüketicinin sloganını beğendiği markayı kendine daha yakın hissettiğini ve yüzde 37 oranında daha çok satın alma davranışı gösterdiğini ortaya koyuyor. 35 pazarlama yöneticisi ve uzman Türkiye'nin en etkili sloganlarını belirledi.



“Slogan” bir markanın iddiasını ve felsefesini ortaya koyan en önemli iletişim aracı... Güçlü bir slogan sadece markaya değer katmakla kalmayıp kimi zaman onu ölümsüz bile kılabilir.

Yapılan araştırmalar da tüketicinin sloganını beğendiği markayı kendine daha yakın hissettiğini ve yüzde 37 oranında daha çok satın alma davranışı gösterdiğini ortaya koyuyor.

En etkililer arasında Artema'nın

“Aç kapa”sından Mavi Jeans’in “Çok oluyoruz”una, Türkcell’in “Hayat paylaşınca güzel”ine geçmişten bugüne uzanan eski ve yeni çok sayıda slogan yer alıyor.

Bir markanın bilinirliğini artırılmasından tutun konumlandırılmasına kadar her pazarlama iletişiminin her alanında sloganlar çok önemli rol oynuyor, Bunun Türkiye'deki en iyi örneklerinden biri de DenizBank'ın öyküsü...

DenizBank, 2009 yılında bankacılığın her alanında, farklı segmentlere yönelik farklılaşan ürünlerle hizmet sunduğunu müşterisine daha iyi anlatmak için yola çıktı. Bir yıl boyunca “Deniz her yerde!” sloganını kullandı ve bu sloganla marka bilinirliğini önemli ölçüde artırdı. 2010 yılında ise DenizBank için sürekli ve bütünsel bir marka değeri yaratmak amacıyla planlarını oluşturdu.

Ardından, yeni DenizBank

konumlamasını yansıtacak bir slogana ihtiyacı doğdu. “Hayatı kolaylaştıran, güler yüzlü ve müşteri odaklı banka” konumlamasını hissettireceğine inanılan “Hayat Deniz’de güzel!” sloganı seçildi.

Beş yılın sonunda, DenizBank’ın bilinirliği iki kat arttı. Marka bilinirliğinde ise ilk dört banka arasına girmeyi başardı. Bu hikaye bir şirketin kimliği ve marka vaadinin özünü doğru yansıtan bir sloganın başarısındaki payının büyüklüğünü gösteriyor. Bu nedenle pek çok marka kendini en iyi yansıtacak, en etkili sloganı saptamak için son derece detaylı ve titiz çalışmalar yapıyor.

DİKKATLİ SEÇİM YAPILMALI

Slogan deyip geçmemek gerekiyor. Çünkü, başarılı bir slogan markanın duruşunu ve felsefesini tüketicilerine sadece birkaç kelimeyle anlatabiliyor. Başarılı bir slogan markanın akılda kalmasını sağlıyor, tüketiciye markayı çağrıştıran en önemli araç olarak, markanın algıda da rakiplerden farkını ortaya koyuyor.

Bunlardan bazıları çok eski olmasına rağmen hala gündemde kalan etkili sloganlar... Neredeyse her markanın kendisiyle özdeşleştirdiği bir sloganı var. Örneğin Akbank, Publicis Yorum ile birlikte oluşturduğu “Sizin için” sloganını kullanıyor.

Böylelikle odağında müşteri memnuniyeti olduğu mesajını vermeye çalışıyor. Artema ise 1980’lerde RPM Radar’ın hazırladığı “Aç kapa” sloganını bugün de kullanıyor. O günlerde yenilikçi bir özelliği vurgulayan bu slogan, halen Artema denildiğinde akla gelen ilk deyim olarak öne çıkıyor...

Ülker’in güçlü markalarından Biskrem de Almeti-farika imzalı “Bi Biskrem versem” sloganıyla markanın lezzet vaadini vurguluyor. CarrefourSA da bugünlerde TBWA İstanbul tarafından hayata geçirilen yeni sloganı “Ne lazımsa

Akbank	Sizin için	Publicis Yorum	2010
Arçelik	Arçelik demek yenilik demek	Young&Rubicam Reklamevi	2005
Artema	Aç kapa	RPM/Radar	1988
Bridgestone	Emniyet lastiği	Alametifarika	2010
CarrefourSA	Ne lazımsa CarrefourSA	TBWA	2014
Denizbank	Hayat denizde güzel	Güzel Sanatlar Saatchi&Saatchi	2010
Dimes	Lezzetinde Doğallık Var	Dimes ekibi	2010
Doğuş Çay	En Güzel Çay Doğuş Çay	Alametifarika	2004
Eti	Mutluluk (bisküvi) denince akla	Güzel Sanatlar Saatchi&Saatchi	2013
Finansbank	Herkese finansçı lazım	Rabarba	2013
Garanti Bankası	Başka bir arzunuz?	Young&Rubicam Reklamevi	*
Hepsiburada.com	Herşey ayağına gelsin	Alametifarika	2013
Lay's	Yiyin gari	BBDO	2003
Mavi jeans	Çok oluyoruz	ATCW	1997
Pınar	Sağlık, Lezzet, Yenilik Pınarım. Pınar, Yaşam Pınarım	Lador	1999
Solo	Hem yumuşak hem hesaplı	RPM/Radar	1987
THY	Globally yours	Alametifarika	2010
TTNET	Hayatımız internet, internetimiz TTNET	M.A.R.K.A	2014
Turkcell	Hayat paylaşınca güzel	Alametifarika	2013
Ülker Biskrem	Bi Biskrem Versem	Alametifarika	2003
Ülker Halley	Herkese bi Halley Oluyo!	Alametifarika	2009
Vakıfbank	İşimiz halden anlamak	Alladdin Adworks	2011
Vivident	Çiğne ve gülümse	Çözüm reklam	1999
Vodafone	Her şeyin bir kolayı var	Team Red	2012

CarrefourSA” ile tüketiciye daha yakın bir duruş sergilemeye çalışıyor.

Mavi Jeans’in “Çok oluyoruz”, Lays’in “Yiyin gari”, Vakko’nun “Moda Vakko’dur”, Coca-Cola’nın “Mutluluğa kapak aç”, Efes Pilsen’in “Bira bu kapağın altında” sloganları uzun yıllardır kullanılıyor.

MARKAYA NE KAZANDIRIYOR?

Markalar için slogan seçimi büyük önem taşıyan ve üzerinde hassasiyetle durulması gereken bir süreç. Eğer slogan, marka konumlandırmasını iyi yansıtıyorsa markaya uzun vadede çok büyük değer katıyor, hatta kimi zaman markayı ölümsüz kılıyor.

LABBrand’in yaptığı araştırmaya göre, insanlar beğendikleri sloganın markalarını kendilerine daha yakın hissediyor ve yüzde 37 oranında daha çok satın alma davranışı gösteriyor.

1980’den itibaren “Aç kapa” sloganını kullandıklarını hatırlatan Artema Pazarlama Direktörü Arzu Uludağ Elazığ, sloganlarının gücü sayesinde pazara girdikleri ilk yıllarda liderliği aldıklarını söylüyor. “Doğru reklam kampanyası ve slogan, pazara yeni girseniz bile sizi liderliğe taşıyan önemli bir unsur haline gelebiliyor” diyor.

DenizBank’ın son 5 yılda

bilinirliğinin 2 kat artmasında “Hayat Deniz’de güzel” sloganı önemli rol oynadı. Dimes “Lezzetinde doğallık var” sloganını mihenk taşı olarak görüyor. Dimes Pazarlama Direktörü Ceyda Paydaş Turan, sloganla birlikte yaptıkları yoğun iletişimin toplam marka bilinirliklerini yüzde 98’e ulaştırdığını söylüyor. “Dimes en fazla bilinen marka koltuğuna oturdu” diye de ekliyor.

Rekabetin yoğun olduğu çay sektörüne “En güzel çay doğuş çay” sloganıyla giriş yapan Doğuş Çay da aldığı sonuçtan memnun. Doğuş Çay ve Gıda Yönetim Kurulu Üyesi Harika Karakan, “Doğuş Çay denildiğinde tüketicinin aklına gelen ilk cümle bu slogan... Markanın kendini konumlandığı ‘kaliteli çay’ algısını da güçlendirdi” diyor.

DEĞİŞİMDE DOĞRU ZAMAN

Bazen tek bir slogan markanın tüm yolculuğu boyunca ona eşlik ederken, bazen belli aralıklarla yeni slogan ihtiyacı da doğuyor. Örneğin Akbank, kuruluşunun ilk yıllarından itibaren kullandığı “Güveninizin eseri” sloganıyla uzun bir dönem iletişim yaptı.

2006 yılında yeniden yapılanma yaşayan banka, bu değişimi tüketicilere, “Türkiye’nin yenilikçi gücü” sloganıyla duyurdu. 2010



Think different.

yılında ise bu söylemin ötesine geçen ve markanın imzası olacak bir slogan ihtiyacı olduğunu belirten Akbank Kurumsal İletişim Bölüm Başkanı Murat Göllü, o yıl “Sizin için” sloganının doğduğunu söylüyor.

Coca-Cola da dönem dönem sloganını yenileyen markalardan... Sloganda devamlılığın esas olduğunu düşünmekle birlikte bir tazelenme ve yenilik hissi yaratabilmenin de önemli olduğunu ifade eden Coca-Cola Türkiye Gazlı İçecekler Genel Müdürü Sedef Sa-lingan Şahin, “Bir önceki sloganımız olan

‘Coca-Cola tadında hayat’ı bu nedenle ‘Mutluluğa kapak aç’ olarak yeniledik” diyor.

Finansbank da 2010 yılından bu yana kullandığı “Bizce mümkün” sloganını hizmet anlayışını daha da vurgulayabilmek amacıyla değiştirdi. “Herkes finansçı lazım” sloganıyla iletişimlerini yürüttüklerini anlatan Finansbank Genel Müdürü Temel Güzeloğlu, Müşterisinin sorununu çözen ve çözüm getiren banka olma özelliklerimizi bu sloganla en iyi şekilde anlattığımıza inanıyoruz” diye konuşuyor.

ETKİLİ SLOGANIN FORMÜLÜ

Peki etkili slogan nasıl olmalı? Hangi bileşenleri içermeli? Uzmanlara göre bu noktada birinci bileşen dilde yalınlık. Marka stratejisti Hakan Senbir, sofistike sloganların uzun ömürlü olmadığını belirtiyor ve ekliyor: “Hatta bazen ‘Dünyanın en ince notebook’u’ diyecek kadar doğrudan ve basit olmak bile gerekebilir.”

Çinlilerin gözleri neden çekiktir?

Yalnızca Çinlilerin değil, Japonların, Orta ve Güneydoğu Asya'da yaşayanların hatta Eskimoların bile gözleri çekiktir.



Aslında 'çekik gözlü' olmak tanımı da yanlıştır...

İşte en çok merak edilen konulardan biri olan "Çinlilerin gözleri neden çekiktir?" sorusunun cevabı.

Göz yapısı dünyada bütün insanlarda aynıdır. Farkı yaratan göz kapaklarıdır. Çekik gözlü diye nitelendirilen ırklarda gözün üzerindeki göz kapağının ikinci kıvrımı, gözün üstüne doğru daha fazla inmiştir ve bu durum gözün sanki daha darmış gibi görünmesine sebep olur.

Peki bu, neden böyledir? Bir teoriye göre göz kapağının üzerinde katlı olarak duran bu ikinci kıvrımı, bu insanların gözlerini yoğun olan kar tabakasının, göz kamaştıran ışığından korumak için, bir nevi kar gözlüğü gibi gelişmiştir.

Her ne kadar yukarıda belirtilen bölgelerin bazılarında kar hiç yağmıyorsa bile bilim insanları bugün çekik gözlü diye nitelendirdiğimiz insanların atalarının son buzul çağında Sibirya'dan, yani Asya'nın kar ve buzla kaplı en soğuk bölgesinden güneye, bugün yaşadıkları yerlere göç ettiklerine inanıyorlar.



Karakter Testi: TRAFİK

Trafiğin normal aktığı zamanlarda yetişme ve koşturmacıyı saymazsak ortalama bir düzey tutturuyoruz. İşler trafiğin sıkışık olduğu zamanlarda sarpa sarıyor. Bunu tüm insanlar yapıyor demiyorum, lakin dengeyi, ahengi bozacak kadar ihlal söz konusu. Sınır tecavüzlerinin yaşandığı bir savaş söz konusu.

Bu yazı biraz iç dökme şeklinde olacak gibi geliyor bana. Son zamanlarda trafiğe çıkmak istemez şekilde buluyorum kendimi. Çıkmak zorunda olduğumu da biliyorum ve çıkıyorum. En kısa sürede de mümkünse trafiğin dışına atmaya çalışıyorum kendimi. Sonrasında gergin, yorgun ve bitkin bir halde oluyorum.

Bana bunu hissettiren nedir diye baktığımda trafikte karşılaştığım nahoş durumlar olduğunu görüyorum. Kestirmeden söylersem trafikte yaşananın adı tek kelimeyle savaş gibi geliyor bana. Şehrin içerisinde bir yerden bir yere gitmek gibi çok sıradan bir eylemi savaş gibi hissetmem benimle mi ilgili acaba diye de soruyorum bu arada. Evet, ben mücadeleyi sevmiyorum, zorluklar benim gözümü korkutuyor ve bir şeyleri elde etmek için birileriyle rekabet halinde olmak hoşlanmadığım bir konu. Çocukluğuma inerek bunun nedenleri üzerinde çalışabilirim, bu benim ödevim olsun.

Konunun bir de ikinci yüzü diyebileceğimiz trafiğin durumu ve insanların bu trafikteki davranışları var. Bir toplumda sosyal yapıyı en kestirmeden anlamanın yolunun trafiği

gözlemlemektir gibi bir kabulüm var. Yani toplum olarak içimizde ne varsa trafiğe yansır kabulü. Buraya baktığımda birden karamsar bir ruh haline giriveriyorum. İlk tepkim, bizden “adam” olur mu gerçekten oluyor. Şöyle bir etrafıma baktığımda bir telaş hakim herkeste hatta bir alt etme psikolojisi. Bir yerlere yetişme, sanki bir şeyleri kaçırmış duygusuyla hareket etme hali. Adeta pastadan pay kapma savaşı gibi bir ruh hali.

Trafiğin normal aktığı zamanlarda yetişme ve koşturmacıyı saymazsak ortalama bir düzey tutturuyoruz. İşler trafiğin sıkışık olduğu zamanlarda sarpa sarıyor. Bunu tüm insanlar yapıyor demiyorum, lakin dengeyi, ahengi bozacak kadar ihlal söz konusu. Sınır tecavüzlerinin yaşandığı bir savaş söz konusu. Bunun tipik örneklerinden birisi huni durumlarının olduğu yerler: 3-5 şerit gelen trafik 2-4 şeride düşerken veya 2 şeridin tek şeride düşmesi durumunda yaşanan sıkışma. Fermuar tekniğine (bir oradan bir buradan) uyulsa kolayca akacak olan trafiğin, araçlar arasında sen mi ben mi sürtüşmesinin adeta sinir harbine dönüşmesi. Trafiğin akışından az çok belli olan sıraya girmeye riayet etmeyenlere



karşı ya buyur edip rahat etme (bu da ezilmişlik duygusu oluşturuyor birilerinde) ya da inatlaşarak öne geçmeye çalışma. Sanki kim öne geçerse dünyaları elde edecek algısı. Bana öyle geliyor ki, bu karşılaşmalar ciddi bir gurur ve kendini ispat olarak görülüyor. Daha da ileri giderek, birey olamama, tatmin olamama eksikimizi trafikte gidermeye mi çalışıyoruz nedir? Yoksa bunu açıklayacak rasyonel bir neden yok. Sırası gelen araca verilecek yolun bedeli 3-5 saniyeden fazla arasa gerek. Savaşa girmenin üreteceği gerginliğin bedeli daha ağır. Üçüncü sayfa haberine bile gittiği durumlar oluyor maalesef.

Baskı altında farklı davranış biçimlerinin ortaya çıktığını biliyoruz. Kaynaklar yetersiz olunca ne yaptığımız aslında bizim gerçekte "kim" olduğumuzu ortaya çıkarıyor. Ve benim gördüğüm manzara hiç iç açıcı değil maalesef. Burada bencilliğin, kendini düşünmenin, ötekini görmemenin hatta yok saymanın zirve yaptığını görmek içimi acıtıyor. Esas beni üzen ise bu davranış biçiminin hepimize kaybettirdiğinin farkında olmamak. Ben diğerini görmediğim zaman ben de görülmemeye başlıyorum. Yani hepimizi dibe götüren bir davranış biçimi.

Bir diğer husus daha da ilginç: asansör önünde karşılaştığınızda size buyur edecek olan kişinin trafikte ise düşman gibi davranması. Japon bir turistin gözlemini bir arkadaşım hatırlattı: "Evlerinde çok misafirperver, sevecen olan insanlar trafikte değişiyor, vahşileşiyor!" Bununla ilgili benim yorumum, birincisinde davranışı kişiselleştirmek mümkünken ikincisinde davranışın anonim olması. Yani, nasıl olsa bunu kimin yaptığı belli değil ki inancının geçerli olması. Trafik polisi olmadığında hiç bir trafik kuralının yokmuş gibi davranılması gibi bir şey bu. Kapıkule'yi geçen gurbetçilerin pek çoğunun trafikte yaklaşımı da bunu doğruluyor. Kontrolsüz bir pragmatizm, çıkarıcılık ve "hedefe giden her yol mubahtır" anlayışı hakim. Bu anlayışın sadece trafikte değil yakalanmadığımız sürece her yerde geçerli olduğunu düşündüğümüzde işin vahameti ortaya çıkıyor. Bunun çözümü maalesef her yere trafik polisi koymaktan geçmiyor. Geçse geçse hepimizin "yanıma kalacağını bilsem bile en temel saygı ve nezaket gibi değerleri hayatıma uyguluyor muyum" sorusuna vereceğimiz olumlu cevaptan geçer. Bu da biraz "insan" olmaktan geçiyor.



Sağlık Harcamalarında Finansal Katastrofi ve Türkiye'nin Durumu

Trafiğin normal aktığı zamanlarda yetişme ve koşturmacıyı saymazsak ortalama bir düzey tutturuyoruz. İşler trafiğin sıkışık olduğu zamanlarda sarpa sarıyor. Bunu tüm insanlar yapıyor demiyorum, lakin dengeyi, ahengi bozacak kadar ihlal söz konusu. Sınır tecavüzlerinin yaşandığı bir savaş söz konusu.

Sağlık, insan yaşamının birinci önceliğini oluşturmaktadır. Hastalığın “ne zaman kimi bulacağı” belli olmaz. Zengin de olsa yoksul da olsa insanlar, kendilerinin veya ailesinden birinin hastalanması hâlinde şifa bulabilmek uğruna maddi imkânlarını düşünmeden seferber edebilir.

Doğaldır ki bu harcamaların kapsam ve miktarına bağlı olarak getirdiği finansal yükün nispi ağırlığı da gelir gruplarına göre değişebilmektedir. Nitekim sağlık harcamalarının toplumun yoksul kesimleri üzerindeki nispi yükü daha yüksek olmaktadır. Bunun da çeşitli nedenleri vardır. Yoksul insanlar, sağlık için gerekli ön koşullardan biri olan yeterli ve dengeli beslenme olanaklarından çoğunlukla yoksun kalmaktadırlar. İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda dünyada hâlâ açlıktan insanlar ölmektedir. Çocuk ölümleri en çok yoksul ailelerde görülmektedir. Dolayısıyla yoksul haneler sağlık yönünden daha yüksek risk grubundadırlar. Ödeme gücünden yoksun kalmış dar ve düşük gelirli insanlara devletçe sağlanan ve finanse edilen temel teminat paketi kapsamındaki sağlık hizmetleri bu ihtiyacı önemli ölçüde tatmin edebilse de bazı durumlarda tedavinin devamı

ve başarısı için alternatif ve daha pahalı, hatta devletin finanse etmediği tanı ve tedavi yollarının denenmesi zorunlu olmakta ve kişiler veya aileler yastık altındaki altından oturdukları eve kadar kıymet ifade eden ne varsa elden çıkarabilmeyi göze alabilmektedirler.

Bu trajik ama gerçek olan durum, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'nce hazırlanan raporlara da yansımıştır. Bu raporlara göre beklenmedik bir sağlık harcaması hanelerin finansal korumadan yoksun kalarak zorunlu ihtiyaçlarından fedakârlık etmelerine, varlıklarını satmalarına veya borçlanmalarına neden olmaktadır. DSÖ bu durumu “sağlık harcamalarının neden olduğu katastrofi” olarak tanımlamaktadır. Katastrofi sözlük anlamıyla “ani şekilde ortaya çıkan felaket veya talihsiz durumu” ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Katastrofik cepten harcama genellikle “sağlık harcamasının belli bir dönemde toplam hane geliri veya harcamasının belli bir yüzdesini aşması” olarak tanımlanmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) de geçtiğimiz Ekim ayında “Türkiye’deki Katastrofik Sağlık Harcamaları” raporuyla bu konuya

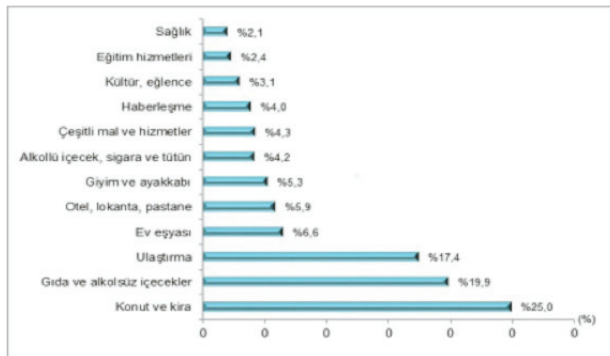
dikkat çekmiş bulunmaktadır.2] Bu çerçevede sağlık harcamalarının hane halkları üzerinde oluşturduğu etkinin ölçülmesi için DSÖ tarafından da yayımlanan Ke Xu'nun metodolojik modelini içeren makale3] önemli bir çalışmanın ürünüdür. Söz konusu makaledeki metodolojiye sadık kalınarak TÜİK tarafından yapılan 2002-2013 dönemi hane halkı bütçe anketi (HBA) verilerinden yararlanılarak ülkemiz için de böyle bir çalışma yapılmıştır.

Bu metodolojiye göre hane halklarının ödeme kapasitesinin, yani geçinme sınırı olan gelirlerini aşan harcamalarının yüzde 40'ını aşan kısmının sağlık harcamasına ayrılması söz konusuysa bu durumdaki haneler katastrofik sağlık harcaması yapan haneler olarak tanımlanmaktadır.

Yoksul olmamakla birlikte, sağlık dışında kalan harcaması eşdeğer hane büyüklüğüne göre belirlenen yoksulluk sınırından küçük olan haneler ise katastrofik sağlık harcaması nedeni ile yoksullaşan haneler olarak tanımlanmaktadır. Demek ki toplumda öyle insanlar var ki sağlık harcamasını finanse edebilmek için diğer pek çok ihtiyaç kaleminden özveride bulunmak, yoksulluk için kabul edilen sınırın da altında yaşamak zorunda kalabilmektedir.

Peki, ülkemiz için durum nasıl? Grafik 1'de görüleceği üzere, 2013 yılında hane halkları gelirlerinin dörtte biri konut ve kira gideri olarak harcanırken, bunu yaklaşık yüzde 20 ile gıda harcamaları izlemektedir. Sağlık harcamalarının payı ise yüzde 2,1 ile en düşük seviyededir. Ancak bu harcamaları sosyal güvenlik sisteminin finanse etmediği, cepten yapılan harcamalar olarak değerlendirmek doğru olacaktır.

Yandaki tabloya göre, yüksek gelirli insanlar sağlıkları için gelirlerinin üçte birini



harcayabiliyorken, yoksul kesim bunun için gelirinin onda birini bile ayıramamaktadır (Tablo 1)4. Bu oran yoksul kesimin sağlığından ödün

vermek zorunda kaldığının da bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Gelire göre sıralı hane halkı yüzdeleri					
	Gelirden en az pay alan kesim				Gelirden en fazla pay alan kesim
	I- %20	II- %20	III- %20	IV- %20	V- %20
Toplam:100	8,8	13,5	17,9	22,7	37,2
Gıda ve alkolsüz içecekler	12,7	17,4	19,9	22,8	27,3
Giyim ve ayakkabı	6,4	11,5	16,5	23,0	42,5
Konut ve kira	11,7	16,0	18,8	21,9	31,6
Sağlık	9,0	14,1	17,7	22,9	36,5
Eğitim	2,5	6,2	10,8	17,1	63,5
Ulaştırma	4,1	9,4	16,7	22,6	47,2
Haberleşme	6,7	12,1	17,8	24,3	39,1

Diğer taraftan TÜİK tarafından yapılan bu kapsamlı çalışmanın sonuçlarına bakılırsa, yoksulluk göstergelerinin yıllar içinde düzelmesiyle ülkemizdeki yoksul hane halkı sayısı yüzde 4,07'den 2013 yılı itibarıyla yüzde 1,2 seviyesine gerilemiştir (Tablo 2)4.

Tablo 24. Katastrofik sağlık harcamalarının yıllara göre oransal (%) dağılımı.

Yıl	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Yoksul hane halkı oranı	4,07	4,51	4,16	3,60	3,26	2,72	2,77	2,62	1,78	1,01		



SAĞLIK

Havada savrulan bir baleti bulanık ama akıcı görürüz.

Gözlerimiz Saniyede Kaç Kare (FPS) Görüyor?

Normal şartlar altında, sıradan görüntüleri 18-25 fps civarında görürüz. Ancak eğer ki bir görüntünün “sanal gerçeklik” olacak kadar gerçekçi olmasını istiyorsanız, 500 fps’den yüksek bir değer kullanmanız gerekir. Bu noktadan sonra gözünüzü (daha doğrusu beyninizi) kandırarak gördüğünüz bir yansıma değil, gerçek bir görüntü olduğuna ikna edebilirsiniz.



Video ve filmlerde oldukça önemli bir kavramdır saniye başına kare (fps: frame per second) kavramı. FPS miktarı arttıkça görüntü daha gerçekçi ve net hale gelir; ancak tabii ki görsel verideki bilgi miktarı da artacağı için dosyanın boyutları da artacaktır. Peki “İnsan gözü kaç fps görebilir?” diye soracak olursak? Bu zor bir sorudur. Bunun en temel sebebi, genelde sorulan soru ile öğrenilmek istenen şeyin uyumsuz olmasındandır. Örneğin bu soru, şu soruyla aynı şeyi öğrenmeyi hedeflemez: “Görüntülerin akıcı olması için, kaç fps ile akması gerekir?” Bu soru da, şununla aynı değildir: “Bir görüntünün titreşik olmaması için kaç fps olması gerekir?” Ki bu soru da, şununla aynı değildir: “İnsan gözünün yakalayabileceği en kısa kare (çerçeve) ne kadardır?” Bu konuları birazcık aydınlatarak gözümüzü daha iyi tanıyalım.

Akıcılık ve Netlik

İlk olarak hareketin yumuşaklığına bakmamız gerekiyor. Aşırı yavaş hareket eden bir sis ile ilgili bir film izlediğinizi

düşünün. Görüntüdeki sisin sınırları veya keskin kenarları yoktur. Filmi 10 fps (saniye başına 10 kare) hızda oynatır. Yine de akıcı olacaktır. Neden? Çünkü bir kareden diğerine geçişteki fark çok küçüktür. Bunun en ekstrem örneği, hareketsiz bir duvarı gösteren bir videoyu izlemektir. Böyle bir videoyu 1 fps’de oynatmanız ile 1000 fps’de oynatmanız arasında en ufak bir fark olmayacaktır. Dolayısıyla gözün takip ettiği cismin hareketi ve bu hareketin hızı ile yumuşaklığı çok önemlidir.

Şimdi elinizi yavaşça yüzünüzün önünde sağa sola doğru hareket ettirin. Sonra yavaş yavaş bu hızı arttırın. En sonundaysa elinizi çılginca sallamaya başlayın. Şimdi kendinize sorun: Gözünüz kaç kare görüyor? Oldukça az olmalı, çünkü ne kadar çılginca sallarsanız sallayın, kaslarınızın sınırlılığından ötürü elinizi 1 saniye içerisinde gözünüzün önünden sadece birkaç defa geçirebilirsiniz. Ancak yine de gözünüz bu hareketi yakalayamıyor ve bulanık bir el görüyorsunuz. Buna rağmen bir sorun var: elinizin gözünüz önündeki hareketi, birkaç fps ile oynayan hareketli

bir cisme göre son derece akıcı! Elinizin hareketinin kesildiğini veya zıpladığını görmüyorsunuz. Her bir parçası birbirini takip eder şekilde. İşte bu, gözümüzün bir numarasıdır: bulanıklaşma akıcılığı, keskinlik teklemeyi andırır. Yani bir cisim bulanıklaştıkça akıcı hale geliyormuş gibi algılanır; keskinliği arttıkçaysa teklemeye başlar. Bunu fiziğin temel ilkelerinden olan eylemsizliğe benzetebilirsiniz. Hızla frene basan bir arabada, tıpkı sizi yeryüzüne çeken kütleçekimi gibi bir ivme hissedersiniz. Frenleme, kütleçekimini andırır.

Havada savrulan bir baleti bulanık ama akıcı görürüz.

Yapılan araştırmalar, insan gözünün 18 fps ile oynayan bir sinema filmini akıcı gördüğünü göstermektedir. 18'in altına inmeye başladıkça (hareketli bir filmde söz ediyorsak) gözümüz sıçramalar görmeye başlayacaktır ve bu rahatsızlık vericidir. Eğer ki gözünüz yüzünüzün önünde hareket ettirdiğiniz elinizi cam gibi görebilecek olsaydı, aynı akıcılığı sağlayabilmek için çok daha fazla verinin göz tarafından toplanıp beyin tarafından işlenmesi gerekecekti. Eğer ki 50 fps'de oynayan keskin bir film izliyorsanız, gözünüzün zaman zaman veri toplamaktan yorulmaya başladığını ve filmin sanki kesintili olmaya başladığını hissedebilirsiniz. Bu, gözümüzün sınırlarını görmemizi sağlayan bir durumdur.

Eğer ki Quake gibi hareketli bir bilgisayar oyununu 18 fps'de oynayacak olursanız, oyunda hiçbir bulanıklık olmamasına rağmen akıcı olması için daha fazla fps'ye ihtiyaç olduğunu görebilirsiniz. Buna rağmen, sinemaya gittiğinizde ekranda noktaları ve kesintileri yakalayabilirsiniz. Sinema filmleri 24 fps'de oynatılır. Burada anlamamız gereken, görüntüleri akıcı olarak görmekle, hareketin detaylarını yakalamak arasında fark vardır.

Karanlığa Duyarlılık

Bu noktada incelenmesi gereken ikinci nokta karanlığa duyarlılıktır. Göz kamaştırıcı beyaz bir duvara baktığınızı hayal edin. Şimdi bu duvar saniyenin 25'te 1'i kadar bir süreliğine simsiyah olsun. Bunu fark eder miydiniz? Kesinlikle! Saniyenin 50'de 1'i kadar bir süreliğine

siyah olacak olursa, yine gördüğünüz ama gördüğünüz şeyin ne olduğundan emin olamazdınız. Saniyenin 100'de 1'i, yani sadece 10 milisaniyeliğine siyah olsaydı, muhtemelen bir değişim olduğunu hisseder ancak algılayamazdınız. Televizyonlarınızın frekansından bunu test edebilirsiniz. 100 Hz frekansta çalışan bir televizyon almak isterseniz, bu ürünlerin "kesintisiz" olduğunu söyleyerek pazarlandıklarını görsünüz. Elbette bu televizyonlarda da görüntüler arasında kesinti vardır; ancak bu kadar hızlı olur ki (10 milisaniye civarında), gözünüz bunu yakalayamaz, beyin de algılayamaz. Parlaklık, karanlığı yeniyor.

Şimdi ilk kısımda öğrendiklerimize geri dönelim. Diyelim ki 24 fps'de film izliyorsunuz. İzlediğiniz sinema filmi bir şerit halinde projektöre yüklenir ve görüntünün oluşabilmesi için şeridin dönmesi gerekir. Bu durumda sinema ekranında neden aşağı doğru kayan bir görüntü görmeyiz? Sonuçta projektörün önünden akan şerit bir yöne doğru akmaktadır ve bu ekrana yansımalıdır? Bunun sebebi, görüntüler arasındaki geçişte ekranın simsiyah yapılmasıdır. Yani 2 kare arasında siyah boşluk vardır. Dolayısıyla 24 fps ile gösterilen sinema filmlerinde 1 saniye içerisinde ekran 24 defa tamamen kararır. Bu, gözümüzün algılayabileceği bir hız olsa da, rahatsızlık vermeyecek kadar hızlıdır. Dolayısıyla sinema filmlerinde eğer odaklanacak olursanız görüntüdeki sıçramaları ve o siyahlıkları yakalayabilirsiniz. Buna rağmen, görüntü akıcıdır. Yine de saniyede 24 siyah kareyi görmez miydik ve bundan rahatsız olmaz mıydık?

Bu sorunu çözmek için sinemacılar basit ama etkili bir yöntem kullanırlar: her bir kareyi 3 defa üst üste gösterirler ve sonrasında sadece 1 kare boyunca ekranı siyah yaparak film şeridinin geçmesini sağlarlar. Dolayısıyla ekran 2 hareket arasında çok daha kısa süreliğine ve daha sık bir şekilde siyah olur. Aynı kareyi 3 defa izlersiniz; ancak bu görüntüyü akıcı ve kesintisiz yapar. Buna "yenilenme oranını 3 katına çıkarma" denir. Dolayısıyla her ne kadar teknik olarak 24 fps ile izliyor olsanız da, yenilenme oranının 3 katına çıkarılmasından ötürü pratik olarak 72 fps ile izlersiniz ve gözünüzün bunu yakalaması çok zordur. Garip bir çözüm değil mi?



Parlaklığa Duyarlılık

Şimdi tam tersine bakalım. Bu defa kapkaranlık bir odada olduğunuzu düşünün. Saatlerce içindeydiniz ve kapkaranlık bir halde. Önünüzde bir anda bir ışık yanıp sönüyor. Abartalım ve diyelim ki Güneş kadar parlak olsun. Saniyenin 25'te 1'i kadar yandığında gözünüz bunu fark eder miydi? Kesinlikle. 100'de 1'i? Rahatlıkla. 200'de 1'i? Sorunsuz. Görebileceğiniz gibi parlaklığa duyarlılığımız çok daha fazladır. Hatta hava kuvvetleri pilotlarının saniyenin 220'de 1'i kadar bir süre (4.5 milisaniye) parlayan bir ışığı bile yakalayabildikleri tespit edilmiştir.

Hem de bu tam olarak "tespit etme" işidir. "Algılamak" olarak düşünürseniz muhtemelen 3.3 milisaniyeye kadar olan parıldamaları gözümüz yakalayacak, beynimiz işleyebilecektir. Üstelik bunun sadece tek bir gözle olduğu tespit edilmiştir. İki gözle yapacak olursanız gözleriniz daha farklı alanları daha farklı hassaslıklarla tarayabileceği için muhtemelen 2 milisaniyelik bir parıldamaya kadar görüş alanınızdaki ışıkları tespit edebileceksinizdir.

Ancak eğer ki her biri 2 milisaniye boyunca olacak şekilde yılın 365 günü boyunca gözünüzün önünde bir ışık yanıp sönerse, bunu tam olarak algılayamasanız bile beyniniz veri olarak işleyecektir. Dolayısıyla saniyenin 500'de birine kadar duyarlı olduğumuzu söylemek tam olarak doğru olmayacaktır. Birazcık daha hata payı koymamız gerekir.

Bu kadar hassas bir algıya sahip olabilmek için beynimiz, gözümüzün kusurlarından faydalanır: ışık sonrası parıldama (afterimage). Bu, gözünüze güçlü bir ışık tutup kapattıktan sonra, ışık kaynağı ortadan kalkmış olmasına rağmen halen gözünüz önünde bir ışık görmenizdir. Gözümüzün ani değişimler karşısında reseptörlerinin uyarılması ve sonrasında hemen eski hallerine dönemiyor olmaları, beynimizin işlem yapabilmesi için ona süre tanımaktadır. Belki de reseptörlerimiz evrimsel süreçte bu sebeple daha da hassas olabilecek şekilde özelleşmemiştir. Çünkü buna ihtiyacımız yoktur; hatta aleyhimize olabilir.

Sonuç

Farklı durumlara göre gözümüzün fps duyarlılık değerleri değişmektedir. Normal şartlar altında, sıradan görüntüleri 18-25 fps civarında görürüz. Ancak eğer ki bir görüntünün "sanal gerçeklik" olacak kadar gerçekçi olmasını istiyorsanız, 500 fps'den yüksek bir değer kullanmanız gerekir. Bu noktadan sonra gözünüzü (daha doğrusu beyninizi) kandırarak gördüğünüz bir yansıma değil, gerçek bir görüntü olduğuna ikna edebilirsiniz. Fakat yapılan araştırmalar, fps değeri arttıkça beynin işlem kapasitesinin zorlandığını ve bu sebeple baş ağrılarının ortaya çıktığını göstermektedir. Dolayısıyla aradaki dengeyi tutturmak pek kolay değildir.



Kentsel Dönüşüm

Göç zordur. Her şekilde zordur yavrum. Hani kendi isteğinle bir yere gidersin; her zorluğuna katlanırsın.

O haliyle bile zordur ya! Ama kendi tercihidir. Birilerinden kaçıyorsundur, kendinden kaçıyorsundur falan. Neden kaçarsan kaç. Her haliyle zordur.

Bir de benim gibi birini düşün. Yaş gelmiş 70'e. Bu yaştan sonra nereye giderim ki? "Seni gitmeye zorlayan mı var?" diyeceksin. Açık açık söyleyen yok tabii. Ama ne yapacaksın? O komşular kalmadıktan, geçmişi hatırlatan hey şey yok olduktan sonra, nasıl kalırım ki buralarda?

Müteahhit, tüm apartmanla anlaşmış. Bir oyun bozanlık yapan benmişim. Yoo! Şaşıрма. Aynen böyle diyor. Daha rahat, daha konforlu bir evde yaşayacakmışım. Metrekaresi biraz küçük olacakmış ama, daha lüks, daha yaşanabilir bir ev olacakmış. Benim lüks bir ev istediğimi nerden çıkarmışlarsa? Elbette... Ben de biliyorum evim daha değerli olacak. Bu evi satarsam Kurtköy'de iki daire alabilirim. Ama benim derdim parayla değil ki güzel evladım. Benim derdim insanla. Daha doğrusu insansızlıkla. Kapımı açan kimse

olmadıktan sonra istersem sarayda oturayım, ne faydası var? İyi kötü yaşayıp gidiyordum işte.

Bir de tabii, hatıralar var. Yaşanmışlıklar var. Onları nasıl verecekler bana? Bak, sen bilmezsin. Bu dere ıslah edilmeden önce, her yağmurda evimizi su basardı. Rahmetli Ekrem'le günlerce evi temizlerdik. Bir su gelirdi ki; boyumuza kadar. Bodrum katta oturmanın böyle kötülükleri de vardı. Kaç kere uyandığımızda, ayaklarımızın suya gömüldüğünü gördük. Ezizetli günlerdi tabii. Sağ olsun belediye, dereyi ıslah etti de kurtulduk bundan.

İnsan eziyeti, sefaleti özler mi oğlum? Özlüyorum işte. Neden? Çünkü, sağdık. Selametteydik. Gücümüz, kuvvetimiz yerindeydi. Bir aradaydık.

Kız evlendi, gitti. Oğlan, yurt dışında. Geçen haftaya kadar, toruna bakıyordum. Şimdi, o da gitti, babasının yanına. Ben, nereye gideyim? Oğlan da, kız da çağırıyorlar. "Ver evi. Gel," diyorlar. Yahü, nasıl gideyim? İnsanın kendi evi,



bir başka oluyor. Yük olamam onlara ben.

Ama biliyorum ki kalamayacağım burada da. Yapacaklar büyük bir site. Yüzme havuzlu, büyük otoparklı bir şey. Adı da tovers, povers mıymış ne? İsminde bile meymenet yok.

Bak şimdi, biz İstanbul'a ilk geldiğimizde... Aaa, kafanı şişirmiyorum değil mi? Daha çok sürecekse gözlüğüm sonra da gelebilirim. Sen öyle güzel güzel dinleyince ben de kendimi kaptırdım gittim. Artık kimse kimseyi dinlemiyor oğlum. Hele senin yaşındakiler.

Haa! Ne diyordum? Biz İstanbul'a ilk geldiğimizde Hürriyet Apartmanı'nda oturduk. Kayınvalidemler de Emek Apartmanı'ndaydılar. Ekrem'le evlenince de Adalet Apartmanı'na geçtik. Sonra bu Huzur Apartmanı'ndaki iki göz odayı aldık. Eee, zorlandık tabii.. O at arabasıyla bir şeyler satar; ben de evde kesekağıdı, kalem gibi şeyler yapardım. Çok şükür, ele-güne muhtaç etmeden çocukları büyüttük.

Şimdi böyle isimler de kalmadı yavrum. İçinde

adalet, hürriyet, emek gibi isimlerin geçtiği binalar bir bir yıkılıp, yerine Soley Mimoza, Gladyo Acıbadem, Santral Park gibi içeriğinde pek de insani değerlerin olmadığı devasa binalar diyorlar. Ruhsuz, renksiz, kimsenin kimseye görüşmediği evler.

Bizim apartmanda bir Çerkez kadın vardı. Üçüncü katta otururdu. Bir domates dolması yapardı ki kokusunu bizim evde hissederdin. Her seferi...

Aaa! Yaptınız mı gözlüğü mü? Ellerinize sağlık. Bu olmadan hiçbir işimi yapamıyorum. Senin de bayağı kafanı şişirdim oğlum. Kusura bakma. Ama hani bir yazar mı ne? Demiş ya:

"O güzel insanlar,o güzel atlara binip gittiler," diye. Gün gelecek, birileri de diyecek ki:

"O güzelim evler de, o güzelim ocaklar da zamana direnemediler. Duyarsızlığa kurban gittiler."

Hadi hoşça kalın. Bu akşam Kur'an'ı rahat okuyacağım ya, sana da bol bol dua ederim.



Optisyenlik mesleğinde merkezlemenin önemi

Oftalmik lensler, yan kesitinden bakıldığında bir prizma sistemidir. Bu şekilde olmaları onlara optik sistem olma özelliği kazandırır. Işığı dağıtır ya da toplarlar. Optik merkez, artı lenslerde prizma tabanlarının birleştiği, eksi lenslerde prizma tepelerinin birleştiği yerdedir.

Işık optik merkezden kırılmadan geçer. Optik merkez dışından geçen ışınlar prizma tabanına doğru kırılır. Bu yüzden artı lensler ışığı toplar.

Eksi lensler ışığı dağıtır.

Gözlük camları tespit edilirken, prizma istenmiyorsa kullanıcının optik merkezden bakması temin edilmelidir. Göz, lensin optik merkezinden bakarsa; prizmatik etki meydana gelmez (optik merkezde prizmatik etki yoktur). İmaj, gerçek (aktüel) yerinde algılanır ve yer değiştirmez. Çünkü ışık optik merkezde kırılmadan göze gelmektedir. Cisimleri yaydığı ışınlarla görürüz. (onlardan gelen ışınlarla) Işık optik merkezde kırılmadığı için imaj yer değiştirmez ve gerçek yerinde algılanır.

Kullanıcı Pd mesafesinde yanlış karar verildiyse, başka bir ifade ile yatay ve dikey merkezleme istemleri

karşılanmamışsa yani kullanıcı lensin optik merkezinin uzağından, farklı bir noktadan bakıyorsa, lensin diyoptri gücüne ve baktığı noktanın optik merkeze olan uzaklığına (cm) bağlı olarak base in (taban içeri Bİ), base out (taban dışarı BO), base up (taban yukarı BU), taban aşağı (base down BD) prizmatik etki meydana gelir.

Oftalmik lenslerdeki prizmatik etki zamanının ünlü bilim adamlarından C. PRENTİCE tarafından 1890 yılında belirlenmiş ve bu kurala da PRENTİCE KURALI (Prentice's law yada Prentice's rule) denmiştir.

Prentice kuralı $\text{prizma} = D \times C$

Prizma = prizma dioptrisi (prizmatik etki)

D = Lensin dioptri gücü

C = Prizmatik etkisi sorulan noktanın optik



merkeze uzaklığı (cm cinsinden)

PRENTICE KURALI

Bir lensin optik merkezinin uzağından geçen ışık ışınının, o lens üzerindeki prizmatik etkisi; lensin gücü ile o noktanın optik merkeze olan uzaklığının (cm) çarpımına eşittir. Bu kural yorumlandığında sonuç olarak diyebiliriz ki bir lensin optik merkezinin uzağından farklı bir noktadan bakıldığında prizmatik etki meydana gelir ve imaj daima prizma tepesine kaymış olarak algılanır.

Bu nedenle, istenmeyen prizmatik etkiden gözü korumak için lensin optik merkezi Pd, ve çerçeve boyutlarına bağlı olarak yatay ve dikey yönde desantre edilerek gözün optik merkezden bakmasının temini mesleğimizin en temel

teknik konularının başında gelir. Verteks mesafesi, pantoskopik açı görmeyi etkiler. Kullanılan camın kalitesi abbe değeri önemlidir.

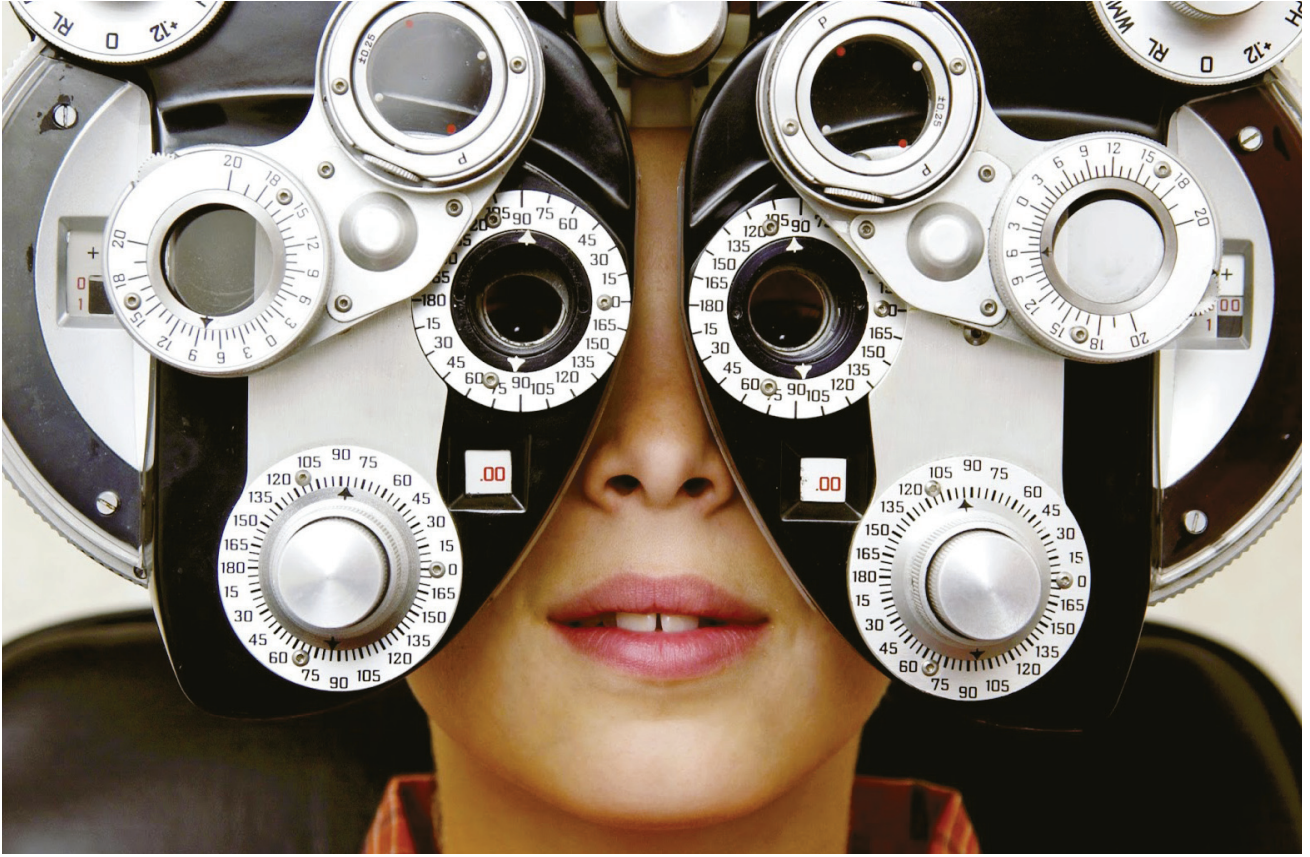
Cam ve çerçeveden meslek bilgimizi katarak kişiye özel yaptığımız gözlük optik sağlık gerecidir. Optisyenlik/Gözlükçülük Sağlık Bakanlığının gözetim ve denetiminde çalışan çok önemli bir sağlık mesleğidir. Gözlükçüler sadece gözlük yapmaz aynı zamanda aldığı formasyon gereği sağlık danışmanıdır. Gözlüğü bu eğitimi almış olanlar yapabilir.

Maalesef günümüzde; kanımızca Optik sağlık gereci olan gözlüğü mal, Optisyenlik müessesesini, ticarethane, gözlük kullanıcısını müşteri gören ticari zihniyetle mesleğimizi sağlık mesleği sınıfına taşımakta ciddi sıkıntılarımız vardır.



Tedavisi olmayan göz hastalıkları

Numaralı gözlük kullananlar için yaygın ancak yanlış bir şekilde “gözü bozuk” tanımlaması yapılmaktadır. Oysa toplumun % 75’inde 0.25 de olsa az-çok bir numara vardır, hatta 45 yaşından sonra neredeyse tamamında uzak için olmasa da yakın için gözlük gerekebilir.



Yaşam dünyaya gözleri açmayla başlıyor, yummayla, kapatmayla bitiyor; şairin dediği gibi ömür göz açıp kapayıncaya kadar geçiyor... Ömür boyunca beş duyunun hepsinin yeri ve önemi ayrı olsa da görme bambaşka; öyle ki içinde “göz” veya “görme” geçmeyen şiir, şarkı neredeyse pek yok. Günümüzdeki bilimsel ve teknolojik gelişmelere ve ilerlemelere rağmen ne yazık ki bazı göz hastalıklarının henüz tam tedavileri mümkün değil. İşte bu nedenle de ne yazık ki çeşitli suistimallere şahit olmaktadır. Gözü

ve görmeyi ilgilendiren tüm alanlarda (tıbbi, cerrahi ve optik) tüm yaklaşımları sağlama yetkisine sahip tek meslek dalı olan göz hastalıkları uzmanı olabilmek için ülkemizde liseden sonra en az 11 yıl olmak üzere zorunlu hizmetlerle 14-15 yıl gibi uzun ve çok zorlu bir süreç söz konusudur. 50000 hekimin girdiği Tıpta Uzmanlık Sınavı olan TUS’da ilk 200’e girip 5 yıl boyunca, nöbetler dahil, gece, gündüz çalışıp bir göz uzmanı olabilmek neredeyse 4 adet dörder yıllık fakülte bitirmeye denk gelmektedir.



Günümüzde tam tedavileri olmamakla birlikte, deneysel çalışmaların sürdüğü başta tavukkarası (retinitis pigmentosa) ve Stargardt hastalığı olmak üzere çeşitli göz hastalıklarında yanıltıcı bilgi ve reklamlarla çaresiz insanlara umut ticareti yapanlar arasında ne yazık ki sülükçüler gibi göz uzmanı olmayan tıp doktorları da var. Bunların hiçbir ciddi bilimsel çalışmaları olmamasına rağmen, çeşitli medya organlarında ve web sitelerinde çeşitli pazarlama taktikleriyle insanları çekmeye çalışıyorlar. Bu hastaların az da olsa kalan görüntülerini

tehlikeye atacak herhangi bir uygulama, belki de birkaç yıl sonra çıkacak gerçek bir tedavi şansını tamamen kaybetmelerine neden olabilecektir. Bu konuda Bakanlık'ça yasal denetimlerin yanı sıra toplumun da aydınlatılması çok gereklidir. Sadece göz hastalıklarından değil, göz sağlığından da sorumlu 4000 göz hekiminin resmi derneği Türk Oftalmoloji Derneği'nin gozsagligi.todnet.org/ sitesinden yararlanılabileceği gibi göz hastalıkları uzmanlık belgesi olan hekimlere danışılması da uygun olur.



Hapşu! Bahar geldi gök gürledi, sel oldu

**Bu sene geç
gelip geç giden
kışın ardından
nihayet baharın
gelmesiyle hava
ısındı, doğa
canlandı.**

**Yeşilden yoksun kentliler maalesef bu mevsim
değişikliğinin farkına ancak artan hapşırık, burun,
göz akıntıları, alerji şikâyetleriyle varabiliyor.**

Havaların ısınmasıyla ağaçlar çiçekleniyor, çimenler yeşilleniyor, çiçekler açıyor, kuşlar ötüyor. Özellikle de her yaştan çocuklar için dışarıda bulunmak içerde bulunmaktan çok daha eğlenceli. Maalesef alerjisi olanlar için çevre kirliliği ve iklim değişikliğine ilaveten doğadaki bu canlanma son derece rahatsız edici olabilmekte.

RÜZGAR ARTTI ALERJEN HIZLANDI

İlerleyen küresel iklim değişikliği ve dolayısıyla artan şiddetli hava olayları nedeniyle bahar alerjisi gibi rahatsızlıklar daha şiddetli hissedilir oldu. Eskiden (çevre kirliliği bu kadar fazla değilken) sadece baharda çimen, ot, çiçek ve ağaçların çiçek açmalarıyla artan polenler atmosfere yayılır, sonunda ağız, burun, göz ve ciğerlerimize kadar ulaşırdı. Özellikle de sıcak ve rüzgârlı havalardan sonra polenler havaya daha çok dağıldığı için bahar mevsiminde alerjik şikâyetler artardı.

Küresel iklim değişikliği hem hava sıcaklıklarında, hem de neden olduğu şiddetli hava olaylarıyla birlikte rüzgarın hızında önemli artışlara neden oluyor. Bütün bunların bir sonucu olarak da havadaki alerjenlerin (polen, küf, toz, hayvan tüyü, akarlar) sayısı da önemli ölçüde artıyor. İşte Prof. Dr. Elif Dağlı'nın bana "bu makale hepimize çok yararlı olabilir" diyerek gönderdiği EcoHealth dergisinde 2009'da yayınlanmış "Aeroallerjenler, Alerjik Hastalıklar ve İklim Değişikliği: Etkiler ve Uyum" başlıklı makale bu konudaki çalışmalarını çok güzel bir şekilde özetliyor.

ABD'DE YILLIK BEDEL 30 MİLYAR DOLAR

Makaleye göre alerji ve astımın, üretkenlik kaybı ve sağlık sistemine olan maliyetleri gibi dolaylı ve direkt ekonomik kayıpları örneğin ABD'de yılda 30 milyar dolara ulaşıyor. ABD'de nüfusun yarısı bir veya birden fazla alerjene karşı duyarlı. Ayrıca ABD'de 34 milyon insana da astım tanısı konulmuş. Türkiye'de de durum çok farklı olmasa

gerek. Yani problem büyük ve artmakta. Alerjenlere maruz kalanlarda alerjik rinit (saman nezlesi), astım ve atopik dermatit (egzama) gibi üç belli başlı hastalık görülmekte. Son yıllarda astım ve alerjik rinitte önemli artışlar var. Bir hesaba göre dünya çapında çocukların yüzde 15-20'si atopik dermatit ve bu sayı hızla artmakta.
Küresel iklim değişikliği, dünyanın her yerinde gök gürültülü fırtınaları ve tropik enlemlerde tayfunları hem sayı, şiddet, hem de süre bakımından artırıyor. Bazı çalışmalar gök gürültülü fırtınalar ve tayfunlar gibi şiddetli hava olaylarının, hava durumu, alerjenler ve alerjik hastalıklar arasında net sonuçlar olduğunu göstermekte. Bu çalışmalar, gök gürültülü sağanak yağışlı havalarda hem astım hastalarının, hem de daha önceleri sadece alerjik riniti olanların astım krizine girdiğini göstermekte. Gök gürültülü fırtınaların rüzgarı ve onunla beraber görülen yağış, solunum yollarından geçebilecek kadar küçük polenlerin yayılması için en uygun koşulları oluşturuyor.

KATRİNA ÖKSÜRÜĞÜ

Hemen ülkemizde Katrina gibi tayfunlar olmuyor diye sevinmeyin! Katrina'nın New Orleans's neden olduğu seller binalarda küfe, küfler de o binalarda bulunanlarda alerjik hastalıklara neden oldu. Hatta belirtilerine Katrina Öksürüğü, Barınak Öksürüğü gibi takma adlar takılmıştı. Özetle Katrina sadece tayfun olduğu için değil; neden olduğu seller nedeniyle alerjik hastalıklarda patlamalara neden olmuş.

Türkiye'de de özellikle şehirlerde oluşan seller nedeniyle binaların giriş ve bodrum katları su altında kalınca buralarda yaşayan ve çalışanlar da benzer şekilde alerjik hastalıklarla boğuşacaktır.

Bu durumda astronomik olarak 21 Mart'ta (beş gün önce) girdiğimiz bahar mevsimi ile birlikte hem kırkikindi gibi gök gürültülü sağanak yağışların, sellerin, hem de alerjinizin artacağını bilin ve gerektiğinde doktorunuza danışarak önlemlerinizi alın.



A woman with dark skin is shown from the chest up, sitting on a balcony. She is wearing a colorful headscarf with red, green, and blue patterns and a matching short-sleeved top. Her hands are clasped together on a wooden surface in front of her. The background shows a bright, slightly hazy sky and a green landscape with some trees and a body of water in the distance. The overall mood is peaceful and contemplative.

Jamhuri Ya Muungano Wa Tanzania

Bu yazı www.yolname.com dan alınmıştır.

Puslu ve yağmurlu bir Nairobi sabahına gözlerimizi açıyoruz. Yolculuğumuzun bu etabı Kenya'nın başkenti Nairobi'den başlayacak. Saat 07.30 da bütün gece yağın yağmurla yıkanmış caddeye çıkıyor ve servis bekliyoruz. Hava oldukça serin. Bizi, terminale götürecek servis tam zamanında geliyor. Büyükçe bir minibüs. Bizde benzeri olmadığı için, adına midibüs diyelim. Yolda birkaç otele daha uğrayıp, yolcu aldıktan sonra, yine bu midibüslerle dolu bir sokağa geliyoruz. Aynı tipte, başka bir midibüse aktarma yapıp, valizlerimiz üst bagaja bağlanıp, yağmurdan korumak için, bir branda ile kapatıldıktan sonra yola çıkıyoruz.

Midibüsümüzün orta koridoru bile dolu. Yaklaşık yirmi beş kişiyiz. Altı, Hint asıllı, sekiz kişi Kenya ya da Tanzania'lı siyah, geriye kalanlar "Mzungu" yani "Beyaz adam". Yaklaşık yarım saat sürüyor yağmurlu Nairobi sokaklarından kurtulmamız. Yol, yer yer toprak olduğu için, bütün gece yağın şiddetli yağmur yolun bazı bölümlerini götürmüş. Bu bölümlerden geçmek için, tarlalara inip, derelerden geçmeye çalışıyoruz. Nairobi'nin varoşlarını geçip otoyola (!) çıkıyoruz. Zaman zaman, aniden yol 2-3 Metrelik dev bir çukurla

kesiliyor. Sanki asfalt yağmur suyuna karışıp, akıp gitmiş. 255 Kilometrelik yolun neredeyse 160 Kilometrelik bölümünü böyle dura, kalka geçiyoruz. Bu, 160 Kilometre neredeyse 5 Saat sürüyor. Nihayet Kenya'ya veda edeceğiz. Yavaşça gümrük sahasına giriyoruz. Bu gümrük sahası, başka yerlerde gördüğüm hiçbir gümrüğe benzemiyor.

İlk göze çarpanlar çöp ve çamur. Dilenciler yolunuzu kesiyor. Seyyar satıcılar köşe kapmaca oynuyor. Önce Kenya polisinden geçip, Kenya'dan çıkmamız gerekiyor. Bir pencerenin önünde kuyruğa girip, Kenya'ya veda ediyor, aracımıza yöneliyoruz, bir görevli önümüzü kesiyor, yürüyerek geçmemiz gerekiyormuş, araçla geçmek yasak. Karmaşa ve hengâmenin içinden yürüyüp, yaklaşık yüz metre sonra Tanzania gümrüğüne kavuşuyoruz.

Küçük bir kulübenin önünde sıraya giriyoruz. Tanzania polisi, doldurduğumuz giriş formlarını ve pasaportlarımızı topluyor, gözden kayboluyor. Biraz sonra bir yine aynı pencereden, ülkeye giriş ücreti olan 50.- US Dolarları da toplayıp, yarım saat sonra, işlemleri yapılmış olarak pasaportlarımızı geri veriyor.





İlk göze çarpanlar çöp ve çamur. Dilenciler yolunuzu kesiyor. Seyyar satıcılar köşe

Yeniden midibüsümüze dolup yola koyuluyoruz. Çok değil birkaç yüz metre sonra, sanki İtalya'ya girmişiz gibi hissediyoruz. Pırıl pırıl, simsiyah asfalt, sarı yol çizgileri, bakımlı yol kenarları dikkatimizi çekiyor. Yağmurla yıkanmış çimler yemyeşil parlıyor. Ekvator çizgisinden güneye doğru indiğimiz için, hava daha güzelleşiyor. Daha ılıman ve yaşanılır bir ısıda. Bol yağmur, bol güneş, yemyeşil bir doğa. Ülkenin içlerine girdikçe, bu bakımın her yerde olmadığını ama yine de Kenya ile çok farklı olduğunu görüyoruz.

Tanzanya Birleşik Devletlerinin okuryazar oranı % 80 lerce. Bu okuryazar oranını, bir zamanlar, sosyalist olmalarına borçlu olduklarını övünerek söylüyorlar. Uzun yıllar Almanya'nın sömürgesi olan Tanzanya, Almanların ardından, sadece 17 yıl İngiliz

sömürgesi oluyor. Şu anda, her şey İngiliz usulünce yaşıyor. İki resmi dilden biri İngilizce, diğeri ise Swahili. Trafik, giyim kuşam, iş yaşamı, çay saati vs. Her şey İngiliz. Bu konuda İngilizlerin eline kimsenin su





dökemeyeceğini, Osmanlının gittiği ve yüzlerce yıl kaldığı ülkelerde bir iki cami, türbe, çeşme dışında hiçbir şey bırakmadığını üzümlere anımsıyoruz. 90 Kilometre yolu yavaş yavaş bitiriyor ve Tanzania'nın en önemli turistik şehirlerinden Arusha'ya geliyoruz.

Üç dört dönümlük bir arsaya girip park ediyor şoför. Bir evin bahçesi büyüklüğündeki bu arsanın, Arusha otogarı olduğunu öğreniyoruz. Taksiciler üzerimize üşüşüyor. Araba kiraladığımız söylüyorum, ama araba ve şoför ortada yok. Taksicilerden birine, araba kiraladığım firmayı söylüyorum, bir yerlere telefon ediyor ve arabamızın yolda olduğunu müjdeliyor. Gerçekten Tank gibi bir Toyota 4X4 geliyor. Şoförün İngilizce ismi "Emanuel", Afrikalı ismi ise "Mafuru". Geç kaldığı için özür diliyor. Yemek yemeye gitmiş. Bizim de acıktığımızı söylüyoruz. Bizi büyük bir otele getiriyor Mafuru.

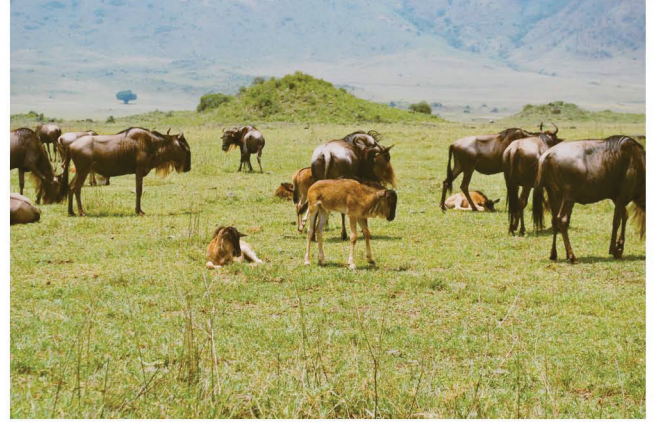
Şoförümüzün Emanuel olan adı bizde sürekli Emmanuelle filmindeki Sylvia Kristel'i hatırlattığından, biz Mafuru ismini kullanmayı tercih ediyoruz. Otel, beklediğimizden daha güzel, 130 Kiloluk şefin dışında bütün çalışanlar genç kız. Parmesan peynirli makarna, Yunan salatası ve buz gibi "Kilimanjaro" biradan oluşan yemeğimizi yiyoruz. Kahvelerden sonra yola tekrar koyuluyoruz.

Ngorongoro'ya gideceğiz. (Goro n goro okunuyor). Ngorongoro, yaklaşık 2 milyon yıl önce oluşmuş bir krater ve vahşi hayat koruma alanlarından biri. Üç saatlik yolumuz var. 5-6 Bin cc'lik motoruyla aracımız homurdanarak ve azami 70 km. Hızla yol alıyor. Burada da trafik soldan. Yolda bir mola verip, cep telefonum için kontrollü bir Tanzania-vodacom kartı alıyorum. 10 bin Tanzania şilingi (yaklaşık 10.-TL) verip kontör yüklüyorum. Arkadaşım da, ben de dakikalarca İstanbul'u arayıp, ailelerimizle konuşuyoruz. Bir saate yakın bir süre de internete bağlanıyorum. Hızı biraz yavaş ama neredeyse bedava. Aslında bunu her ülkede yapmalı. Eminim, Birçoğumuz, yurtdışından döndükten sonra "cep telefonu faturalarında şok" yaşamıştır.

Örneğin, ben, Üç günlük Prag gezisi dönüşü 3 Bin Beş yüz lira fatura ödeyen birini tanıyorum.

Ailelerimizle konuşup, iyi olduklarını öğrenince keyfimiz yerine geliyor. Mafuru ile sohbet ederek yolu bitiriyoruz. Hava kararırken, “Ngorongoro farm House” isimli lodge dedikleri otelimize geliyoruz. Yemyeşil, yağmurdan pırıl pırıl yıkanmış bir ormanın içinde, kuş sesleri ve yaprak hışırtıları arasında, açık büfeden yemeğimizi alıp, temiz havayı ve yağmur sonrası oluşan toprak kokusunu ciğerlerimize çekip, hem midemizi, hem de ruhumuzu doyuruyoruz. Kahvelerimizi, yan masada, Gana’dan gelen bir çift ile sohbet ederek içip, yarın yaşayacaklarımızın merakıyla odalarımıza çekiliyoruz.

Sabah 07.30 da buluşuyoruz. Kahvaltıdan sonra, antik bir volkan olan Ngorongoro



kraterine gideceğiz. Dağ, 1800 Metre yükseklikte. Dağın tepesinden aşağı, Acacia (Akasya) ormanının içinden döne döne, çevrenin yeşilliğinden büyülenmiş bir şekilde, ince ince yağan yağmur altında 600 Metre inip kraterin dibine ulaşıyoruz. Zaman zaman aşağılarda incecik ip gibi su parıltıları görüyoruz. Krateri, öyle küçük bir delik gibi düşünmeyin. 15 Kilometre

Yemyeşil, yağmurdan pırıl pırıl yıkanmış bir ormanın içinde, kuş sesleri ve yaprak hışırtıları arasında, açık büfeden yemeğimizi alıp, temiz havayı ve yağmur sonrası oluşan toprak kokusunu ciğerlerimize çekip, hem midemizi, hem de ruhumuzu doyuruyoruz.





eni, 25 Kilometre boyu olan, yaklaşık 375 Kilometrekarelik bir kaldera burası. 30 Bin civarında vahşi hayvan yaşıyor burada. İnsan eli ile yapılmışçasına düz bir alan burası. Binlerce bufalo, Antilop, flamingo, zebra, baboon maymunu, aslanlar, filler, gergedanlar, yaban domuzları, geyikler, impalalar, siyah benekli Afrika maymunları, sırtlanlar, deve kuşları ve iki yüzden daha fazla kuş türünün yaşadığı bir doğal yaşam alanı bu Ngorongoro kalderası. Afrika yaban hayatının bir özeti gibi.

Ngorongoro, Afrika dilinde “Büyük delik” demek. Bu koruma alanının hayvanları, Serengeti ve Masai Mara hayvanları gibi göç etmiyorlar. Çünkü krater tabanında Magadi adında bir göl, Munge adında da bir bataklık var. En kurak zamanlarda bile susuz kalmıyorlar. Yüzyıllarca süren buharlaşmadan dolayı, göl suyu biraz tuzlu! Bu nedenle göl, uzaktan lacivert görünüyor. Etraf zümrüt yeşili! Tam yağmur mevsimindeyiz. Gölde binlerce flamingo, pembe ve kibar görüntüleriyle, dipten yosun ve kabuklu hayvan çıkartmaya uğraşıyorlar. Bu kalderanın hayvanlarının, dış dünya ile hiç ilgileri kalmamış. Doğal bir besin zinciri

oluşmuş. Zebra, antilop, ceylan gibi ot yiyen hayvanlar, kaplan, aslan, leopar, çita, sırtlan ve çakallar gibi et yiyen hayvanlara av oluyorlar. Kendi kendine yeten bir yaşam alanı Ngorongoro. Adeta bir laboratuvar gibi. 1978 Yılında koruma altına alınabilmiş bu dünya mirası, görülmesi gereken yerler listesinde de başlarda yer almayı fazlasıyla hak ediyor.

Acıkınca, öğlen olduğunun farkına varıyoruz. Öğle yemeği olarak, dün gece kaldığımız otelin hazırladığı piknik paketlerimiz var. Magadi gölü kenarında, nefis manzaralı bir yere park edip, piknik paketimle, suya biraz daha yakın bir yere gitmeye niyetleniyorum. Yemeğimi bir taşın üstüne oturup yerken, manzaranın tadını çıkaracağım. Tabii bu benim düşüncem. Gelgelelim, bizim şoför Mafuru, eliyle tepemizde dönüp duran koca koca kuşları gösteriyor ve çok tehlikeli olduğunu söylüyor. Elimizdeki yiyeceklere dahi yaptıklarını, dolayısıyla yaralanabileceğimizi anlatıyor. Arabanın içinde karnımızı doyurup, gölün kenarına inebiliyoruz. Her şey o kadar doğal ve sakın ki.

Bir saat yemek molasından sonra yeniden yola çıkıyoruz. Yolda bir fil ailesi, başka

bir bölgede birkaç fil kafatası görüyoruz. Mafuru, fillerin ölmek için bu bölgeye geldiklerini, çünkü bu bölgede otların daha yumuşak olduğunu anlatıyor. Fillerin hayatları boyunca, azı dişlerinin 6-7 kez yenilendiğini, yaşlandıklarında, artık yeni diş çıkmayacağını anlayarak, daha kolay beslenebileceği yumuşak otların olduğu otlaklara gittiklerini ama yine de iyi beslenemedikleri için öldüklerini anlatıyor. Ortalama ömürleri 60-70 Yıl olan filler, günde 200kg. Ot yiyip, 150-200 Litre su içerlermiş. Zıplayamayan tek memeli olan filler, nesli tükenmeye başlayınca avlanması yasaklanmış. Ancak bir süre sonra, koruma alanlarında nüfusları artınca da çevreye zarar vermeye başlamışlar. Bir kelebek cenneti olan Ngorongoro'dan 1950'li yıllarda yapılmış toprak yol ile ayrılıyor. Kraterin yan duvarlarını oluşturan tepelerin yeşillikleri içinden geçerek tepeye tırmanıp, yönümüzü doğudaki MANYARA gölüne çeviriyoruz.

Manyara gölü, bölgenin en önemli su kaynaklarından. Su kuşlarının cenneti olan göl, 350 kuş türüne ev sahipliği yapıyor. Yavaş yavaş yolu bitirip, güneş batmadan bu gece konaklayacağımız " Lake Manyara Wild Life Lodge" isimli harika bir otele kapağı atıyoruz.

Otel, gölü tepeden gören bir yamaca yapılmış. En uçta bulunan açık bar da buralarımızı içerken gölü seyrederek, güneşi batırıyoruz. Bu gün de çok güzel yerler gördüğümü düşünüyorum. Güneş devrini tamamlıyor, biz de bu günkü güzelliklerden ve yaşamdan nafakamızı almış olmanın huzuru ile yataklarımıza gidiyoruz.

Ertesi gün Manyara gölünü dolaşıp, kuşları izledikten sonra doğruca Arusha şehrine döneceğiz. En yakın havaalanı olan Kilimanjaro havaalanı Arusha'da. Daha önce den Kilimanjaro dağının eteklerine gidip, dağın fotoğraflarını çekmek niyetindeyim. Tabii, dağı dumansız ve bulutsuz bulabilirsem. Tamamen şansa kalmış bir şey. Çünkü dağ genellikle bulutlarla kaplı oluyor. Yolumuz 125 Km. Üstüne 25 Km. Daha yol yapıp, dağın eteklerine gidiyoruz ama ortada ne dağ var ne de yamacı. Koyu gri bulutlar kaplamış. Silüetini bile göremiyoruz. Kenya'dan gelirken midibüsün camından çektiğim fotoğraf daha bir kıymete biniyor.

Arusha'ya dönüyoruz. Şehrin yakınlarında, bir İngiliz golf kulübünde yemeğe gidiyoruz. İlginç bir yer. Duvarlarında, Uganda demiryolu şirketinin (tabi İngiliz





firması) 1900'lü yıllarda basılmış ve aristokratları safariye çağıran afişler asılı. Sanki 1925 Yılındayız ve en yoğun yaşanan sömürge dönemindeyiz. Mobilyalar, çatal bıçak takımları, dekorasyon, duvarlardaki tablolar bizi bir zaman tüneline geçirip, o günlere götürüyor.

Fazla oyalanmadan yemeği bitirip yola koyuluyoruz. Güneş tam tepede, sıcaklık

iyice arttı, Yol boyunca birçok duvarda ve otobüslerin arka camlarında ABD Başkanı Obama'nın fotoğrafları asılmış. Obama'nın babası Kenyalı ama Kenya'da bile bu kadar çok resmi asılmamıştı. Bizim Mafuru, Obama'nın bölgeye bir kuruluşluk faydasının dokunmadığını anlatıyor. 35 dakika sonra Kilimanjaro havaalanına varıyoruz. Oldukça küçük bir havaalanı burası. Kalabalık dışarı taşmış. Uçağın kalkmasına 45 dakika var ama herkes o kadar rahat ki şaşkınlık elde değil. Kendi aramızda bu uçağın asla zamanında kalkamayacağına ilişkin iddiaya bile girebileceğimizi konuşuyoruz. Fakat, 45 Dakika geçtiğinde, herkes yerine oturmuş, kapılar kapanmış, motorlar çalışır vaziyette, yerden 3-4 metre yükseklikteki kuleden izin beklenirken görünce, bu düzenli karmaşayı takdir etmeden geçemiyoruz.

Sarı, yeşil, beyaz boyalı uçağımız, iki motorlu ve pervaneli. Sorunsuzca kalkıp, Doğuya, Hint Okyanusuna yöneliyor. Bir saat Yirmi dakika sonra, Zanzibar, Abeid

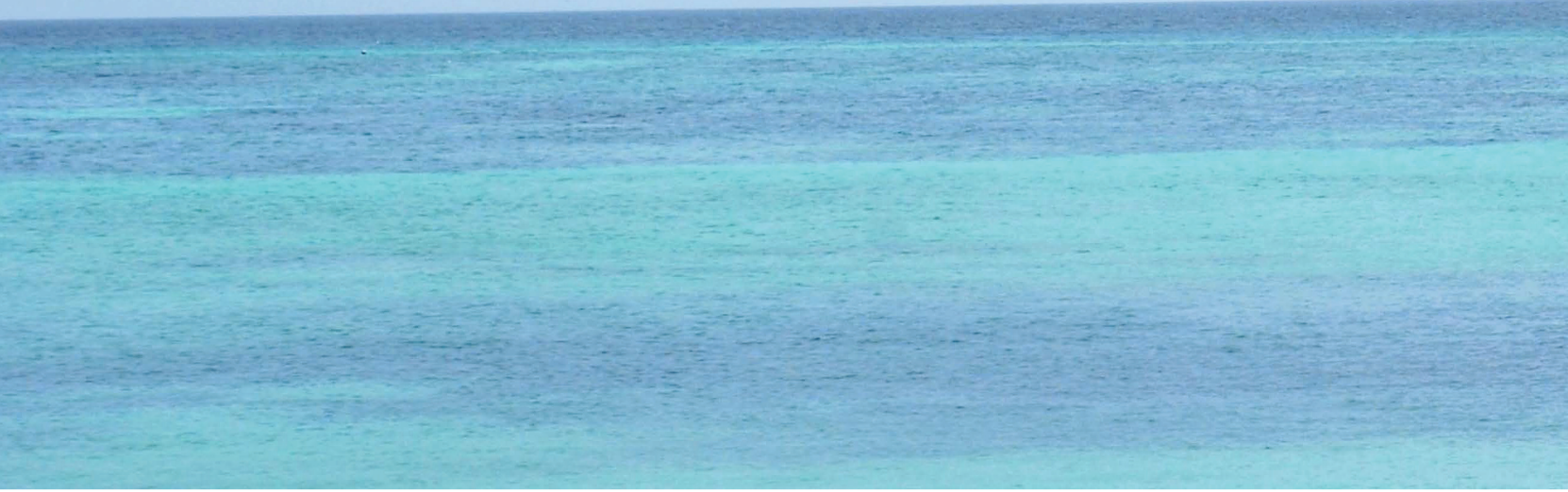




Amani Karume Havaalanına iniyoruz. Dışarı çıktığımızda, sıcak vuruyor yüzümüze. 40'C civarında olmalı. Bu sıcaklık tropik bir adaya indiğimize inandırıyor bizi.

Zanzibar, nüfusunun % 98 i Müslüman olan, fazlasıyla Arapların etkisinde kalmış, sokaklarında bile yer yer karabiber ve tarçın ağaçları görebileceğiniz, fakir ama güler yüzlü insanların yaşadığı, iç işlerinde bağımsız, dışişlerinde Tanzanya'ya bağlı bir ada ülkesi. Ada, sebzecilik, baharat, balıkçılık ve turizm ile geçinmeye çalışıyor. Güvenlik nedeniyle Tanzanya ile birleşen Zanzibar'ın seçimle gelen bir devlet başkanı var. İşsizlik büyük sorun. Gümrük vergisi yok. Serbest bölge gibi ticaret yapılıyor. Tanzanya'lı tüccarlar da bunu kullanarak, bütün ithal mallarını Zanzibar'dan geçiriyorlar. Bütün bu işlerin ada'ya hiç faydasının olmadığını söylüyorlar. Birçok adalı Tanzanya'dan ayrılmaları gerektiğini açık açık söylüyorlar. Zanzibar iki ayrı adadan oluşuyor. Diğer adanın adı Pemba.





Zanzibar'ın ilk kurucuları, İran'ın Şiraz kentinden gelen göçmenlerdir.

Başkent Stone Town. Ünlü Queen grubunun solisti Freddy Mercury, Stone Town doğumlu. Dünyanın önde gelen baharat üreticilerinden olan Zanzibar'ın kelime anlamı, Farsçadan gelen "Zencilerin sahili" demektir. Kelimenin aslı Zangi-bardır.

Zanzibar'ın ilk kurucuları, İran'ın Şiraz kentinden gelen göçmenlerdir. Tarih boyunca ada, Portekiz, Umman Sultanlığı, İngiliz denetimlerine de geçmiş, sonunda

selâmeti Tanganika ile birleşmekte bulmuş. Tanganika'nın Tan'ı, Zangibar'ın Zan'ı nı birleştirip, ortaya TAN-ZAN-IA diye bir ülke çıkartmışlar. 2010 Yılında yapılan son seçimleri sevilen başkan Amani Karume kazanmış.

Havaalanından çıktığımızda İzmir Eczanesi karşılıyor bizi. Önceden yer ayırttığımız otelin servisini ve görevlisi olan zayıf, ufak tefek bir kızı, elinde adım yazılı bir kâğıtla bekler buluyoruz. Sıcaktan kaçarcasına minibüse biniyor ve yola çıkıyoruz. Otelimiz, adanın en güneyinde Kizimkazi bölgesinde.

Bir saat kadar yol aldıktan sonra, büyük demir kapılar ardında gizli otelimize giriyoruz. Gün batımı nefis! Valizleri odalarımıza atar atmaz sahile koşuyoruz. Çok güzel batıyor güneş. Dünyanın dört bir yanında batırdığım güneşleri düşünüyorum ve buradaki gün batımını sıralamada iyi bir yere oturtuyorum. Hafif hafif gelen dalgalar otelin bahçe duvarını yalıyor. Bembeyaz kumsal, camgöbeği, turkuaz deniz, palmyeler, balıkçı tekneleri bu tablo gibi görüntünün baş





öğeleri. Arada bir görünen balıkçılar ise, bu tabloda canlı bir şeylerin olduğunu, rüyada olmadığımızı gösteren şahitler. Derinlere gittikçe laciverte dönen, turkuaz okyanusu, kocaman, portakal renkli güneşi seyrederek, günü bitiriyoruz. Hava sıcaklığı geceleri 29'C düşüyor ve daha yaşanır bir hal alıyor. Otelin adı "Swahili Beach Resort " . Çalışanlar çok güler yüzlü. Resepsiyonda çalışan, Süleyman, Restaurantta çalışan Abdül kadir, Oda servisi Raşit. Bir de dilimizi konuşsalar kendimizi Antalya'da sanacağız.

Bir de, bizim bir Müslüman ülkeden olduğumuzu öğrenince, hepten torpilli hale geliyoruz. Akşam yemeğinde, o gün tuttukları "king fish" ızgara teklif ediyorlar.

Kabul ediyoruz. Yanına kalamarı da biz ekliyoruz ve nefis bir beyaz şarap ile menüyü tamamlıyor böylece akşam yemeğini ziyafete dönüştürüyoruz. Kahvelerin üstüne odalarımıza çekiliyoruz. Günlüğümü zorla yazıp, uykuda kayboluyorum.

Sabah erkenden uyanıp, fotoğraf makinemi

kaptığım gibi sahile koşuyorum. Henüz herkes uyuyor. Tatil köyü boş, akşam yeğinde bile toplam beş masa vardı. Gündüz otelin bahçe duvarını döven dalgaların, denizin 200-250 metre çekilmesi ile sesi gelmez olmuş. Bu güne kadar, sadece haritalarda görebildiğim "Hint Okyanusu"na bu kadar yakından çıplak gözle bakıyor olmak, gezmeyi seven biri olarak ruhumu ve gururumu okşuyor. Sahilde birkaç balıkçı var. Denizin çekilmesi ile kuma oturan teknelerinin su içinde kalan bölümlerini kum ile zımpara yapmaya çalışıyorlar. Bazı köylüler ellerindeki demir kancalarla, çekilmiş denizin dibindeki oyuklardan kalamar çıkarıyorlar. Nafakalarının peşindeler. Kuma oturmuş o kadar çok tekne var ki, sahil gemi mezarlığı gibi. Teknelerin eskiliği "mezarlık" kelimesini gerçek kılıyor. Ekonomik olarak zor şartlarda yaşayan ada insanları, ayda otuz doları toplamının peşindeler. Bu rakam bir ay nasıl yetiyor anlayamıyoruz.

Baharatın yanı sıra balıkçılık da önemli bir yer tutuyor ada ekonomisinde. Turizmin

Sabah erkenden uyanıp, fotoğraf makinemi kaptığım gibi sahile koşuyorum. Henüz herkes uyuyor.

kıymetini yeni yeni anlıyorlar. Henüz her turist, yolunacak kaz durumunda. En güneydeki Kizimkazi'den, en kuzeydeki Nungwi'ye kadar şahane plajları var. Fazla iç bölgelere girmezseniz, deniz kenarları adeta bir cennet. Air france ve Alitalia'nın Stone Town havaalanına direk uçuşları var. Avrupalı turistler, baharat kokulu Stone Town sokaklarına, sanat eseri gibi Zanzibar kapılarına ve beyaz kumsallarına bayılıyorlar.

Saat 16.00 ya kadar denize girip, havuz başında Kenya ve Tanzanya'nın yorgunluğunu atmaya çalışıyoruz. Hava sıcaklığı dışarı çıkmaya uygun hale gelmeye başlıyor. Resepsiyondan istediğimiz taksi ile Stone Town'a gideceğiz. Taksi geliyor, şoförün adı Ali, iyi biri. Kizimkazi'den başkent, Stone Town bir saat sürüyor. Yol boyunca insanları izliyorum. İlginç bir hamuru var Zanzibar halkının. Arap, Hint, Afrika ve Avrupa kültürlerine, Müslümanlığı ekleyin, bütün bunları Swahili kültürüne karıştırın, işte size Zanzibar. Kadınlar genellikle evde

çocuk bakıyor. Yeni yeni iş hayatına giriyorlar, büyük çoğunluğunun başları örtülü, ama hiç sıkılaş yok.

Fotoğraf sevenler için adeta bir stüdyo Stone Town. Daracık, düzensiz sokakları, rengârenk yiyecekler satan satıcıları, pazar yerleri, duvar diplerinde oturan takkeli, beyaz sakallı ihtiyarları, güzel gözlü esmer çocukları ve tabii dünyaca ünlü kapılarını nasıl anlatmalı bilemiyorum. Kaç poz fotoğraf çektim hatırlamıyorum. Deniz kenarındaki piyasa caddesine inip, denize atlama gösterileri yapan gençleri izliyoruz. Yanımıza bir seyyar satıcı geliyor. Tezgâhı, Türk malı, ünlü bir marka gofret ile dolu, iki tane alıyoruz. Satıcı da mutlu, biz de. Hava kararıyor, acıktık. Güzel bir Zanzibar yemeği istiyoruz. Ali, tamam diyor, bizi deniz kenarında, kum üstünde şık bir lokantaya götürüyor. Lokantanın adı "Yellow Stone Restaurant" Domates çorbası ile başlayıp, kalamar buğulama ve beyaz şarapla bitiriyoruz. Biraz daha sokakları





arşınlayıp, yine bir saat yol yapıp saat 24.00 te otelimize dönüyoruz.

Zanzibar halkı Tanzania birlikteliğinden çok mutlu değil. Konuştuğum her Zanzibar'lı, Tanzania'nın onları kullandığını düşünüyor ve söylüyor. Bir milyon sekiz yüz bin nüfusu var. Adanın eni 53, boyu 126 kilometre. Vatandaşlarından su parası alınmıyor. Elektrik, kira vs. çok ucuz. Benzin, neredeyse bedava! Adanın bütün suları tuzlu. Sanki deniz suyuyla duş yapıyorsunuz. Duştan sonra mutlaka bir iki şişe içme suyu ile durulanmak gerekiyor.

Türkçemize yerleşmiş onlarca kelime, Swahili dilinde de aynı okunuşla aynı şekilde kullanılıyor. Türkçedeki, Arapçadan gelme her kelimeyi anlıyorlar. Gümrük vergisi olmadığı için 20-25 Bin liralık araba, 6 Bin Lira. Tanzanyalılar bile bu tip alışverişlerini buradan yapıyor. Dar es Salam'a devamlı feribot çalışıyor, yolculuk 2-2,5 Saat sürüyor. Ana karaya uzaklık 36 Kilometre.

Yabancıya gayrimenkul satışı serbest! Deniz kenarlarında arsanın metrekaresi 400 Dolar, yolun karşı tarafı ise 40 Dolar. İç bölgelerde emlak sudan ucuz. İsteyen Zanzibar'lı, vizesiz ve izinsiz Dubai'ye gidip çalışabiliyor. Araplarla, tarihten gelen bir yakınlıkları var. Birçok Arap kökenli yardım kuruluşu tabelası gördüm. Bütün okullar medrese tarzında eğitim yapıyor ve birçoğu yatılı. İlkokul çocuklarının bile başları kapalı. Her okul ayrı bir renkte başörtüsü taktırıyor. Kıyafetler tek tip. Arap kuruluşları tarafından finanse edilen bu okullarda yatak ve yiyecek bedava olduğu için, fakir aileler bu tip okulları tercih ediyor. Koyu bir İslami yaşamı her yerde hissetmek mümkün!

Adada, en kullanışlı araç bisiklet! Neredeyse bütün ada dümdüz. 30 Yaş üstündeki erkeklerin büyük çoğunluğu, fes-takke karışımı bir başlık takıyor. Rüşvet her yerde ve can yakıcı bir hal almış. Düzensizlik, düzen olmuş. Trafikte bile var olan başıboşluk hemen göze batıyor. Fakirlik ve yokluk



can sıkıcı düzeyde. 2010 Yılında seçilen başkandan umutlular.

Yaz aylarında beş ay boyunca, sıcağın kavrulan adaya, şubat ayında gelmekle çok doğru bir zamanlama yaptığımı anlıyorum. Her gün iki defa med-cezir yaşamak çok ilginç. Zanzibar'daki üçüncü günümüzde de sabah erken kalkıp, yola düşüyorum. Birkaç kilometre yürüyüp, fotoğraf çektikten sonra, güneş yükselince, sıcaklık dayanılmaz oluyor. Geri dönmeye niyetleniyorum. Tam o sırada arkamdan gelen bir araba yanımda duruyor. Bakıyorum ki bizim(!) Ali. Piyango çarpmış gibi seviniyorum. Klima ile soğumuş arabaya atıyorum kendimi. Geri dönmekten vazgeçiyorum. Ali ile birlikte bir sürü köy, kasaba, sahil, plaj dolaşıp fotoğraflar çekiyorum. Her yer kum. Sert toprak olan bir yer neredeyse hiç görmedim. Bütün hayat kumun üstünde geçiyor. Evlerin pencerelerinin hiçbirinde cam yok. Ada köylülerinin, ya camın icadından haberleri yok, ya da ihtiyaç hissetmiyorlar. Birçok evin çatısında kiremit yerine palmye yaprağı kullanılmış.

Adanın doğusuna geçip, Makundchi, Jambiani, Paje, Michamwi'yi dolaşıp,



Biraz gecikmeyle kalkan uçağımız önce Mombasa'ya iniyor, oradaki gümrük işlemlerinden sonra, tekrar havalanarak Nairobi Jomo Kenyatta havaalanına iniyoruz.

okyanustan esen sert rüzgârla sallanan palmyelerin gölgelerinde buz gibi biralar içip, günü bitiriyorum. Okyanustan gelen sert ama ılık esen rüzgâr yüzümü yalarken, güneşi batırıyor, özgürlüğün tadını bir kez daha hissediyorum.

Ali ile sohbet ederek otele dönüyorum. Adada son akşam. Yarın, Kenya- Nairobi'ye, oradan da evimize döneceğiz. Kenya ve Tanzania da safarilerde geçirdiğimiz günlerin yorgunluğunu Zanzibar'da gidermiş olarak günü bitiriyoruz.

Sabah saat 08.30 da otelden çıkış işlemlerimizi yapıp, yola koyuluyoruz. Havaalanı bir saat on beş dakika. Yolda bir markette durup, Africafé marka kahve, çay ve baharatlar satın alıyoruz. Havaalanı gerçekten çok küçük. Kapalı alanı 250 Metrekare ancak

uçakların durduğu alana çıkıp hava alıyoruz. Gelen uçakların çoğu "Precision Airlines" ve 15-20 kişilik. Bizim havayolu şirketimiz "fly540" 20-25 kişilik, çift motorlu, pervaneli, renk renk boyalı, şirin bir uçak.

Biraz gecikmeyle kalkan uçağımız önce Mombasa'ya iniyor, oradaki gümrük işlemlerinden sonra, tekrar havalanarak Nairobi Jomo Kenyatta havaalanına iniyoruz. Kenya, bu kez 25 doları almıyor. Dışarı çıktığımızda aynı şoför bizi karşılıyor ve Sarova Panafric oteline getirip bırakıyor. Erkenden uyuyup, saat 03.30 da havaalanında olmamız gerekiyor. Öyle de yapıyoruz. Saat 06.00 da Havalanan THY uçağındaki yerimizi alıyoruz. Yeni yolculukların hayali ve planlarını kurarak, eve dönmenin keyfini çıkarıyoruz.

OPTİSYENİN

E-DERGI
Sayı: 19 MART 2015
Sesi
Optik Magazin Dergisi

...as beautiful as Istanbul



**MİDO 2015 / Yoğun ama keyifli
bir fuarın ardından**

Doç. Dr. Murat Uyar
Tedavisi olmayan göz hastalıkları

Köşe Yazısı / Murat Uğurlu
Sağlık Harcamalarında Finansal
Katastrofi ve Türkiye'nin Durumu