E-DERGİ
Sayı: 20 MAYIS 2015

OPTİSYENİN SESİ

Optik Magazin Dergisi



İlk'leri alışkanlık haline getiren
Mercan Optik

Sektörün önemli markası
Demirkaya Optik

Prof. Dr. Mikdat Kadıoğlu
Cemreler düştü ama
nereye?

...As Beautiful As Istanbul

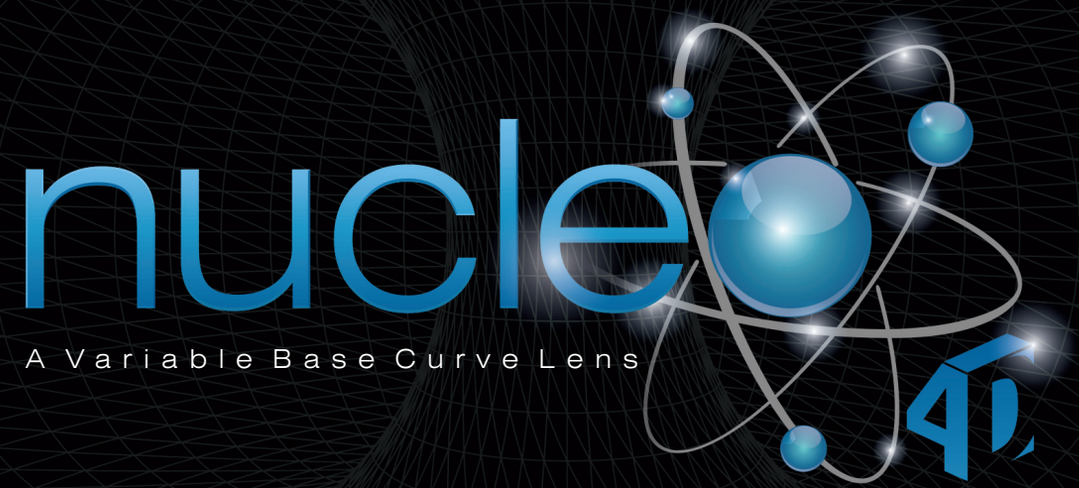
Colour your day

with easily changeable temples
and various colour options
more colourful days



ben.x®
MEMORY EYEWEAR

Geleceğin progresifi
Progresifin geleceği



ÇOK YAKINDA!

camber™ TECHNOLOGY

gör hayatı!

NOVAX®
FreeForm Progressives



PALLADIUM OPTİK

BELLINGER

de stijl holland 1924

ENTOURAGE OF 7 LOS ANGELES

noego By Hugo Marte

DUTCH DESIGN YOU'S

BLAC

kamaeleon

KXOS

ONE2ONE THE EYE TECH

GIGI barcelona

Youpi!

OLIVIERO CONTINI

PARASITE EYEWEAR

KACTOR

Genesis

COCO★SONG THE EYEWEAR

TULIPE NOIRE

JUST eye fashion+

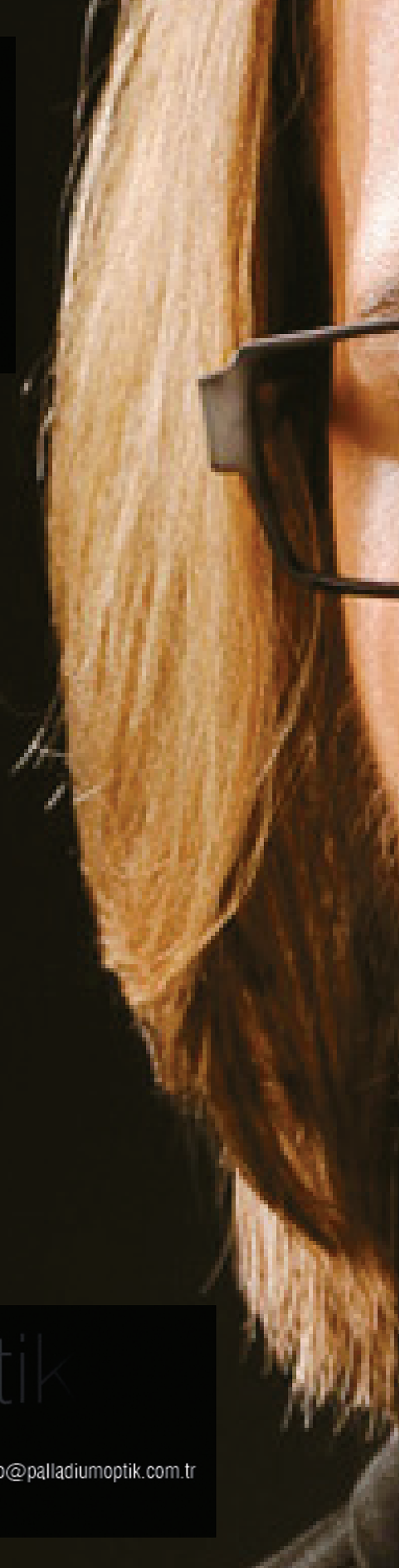
Palladium Optik

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



Palladium Optik'ten
Bir Yenilik Daha!

Avusturya nın beğenilen gözlük markalarından
ROBERT RUDGER MAYIS 2015 ten itibaren
Palladium Optik fakıyla Türkiye'de.
Erkeklere özel güçlü, sıradanlıktan uzak bir
çizgide; her zevke uygun, grubumuzun önde
gelen, başarılı olmaya aday göz alıcı renklerde,
konforlu asetat ve metalik çerçevelerden oluşan
kolleksiyonumuzu, her zaman söylediğimiz gibi
farkı fark yaratanlarla yaşama ayrıcalığını siz değerli
müşterilerimize yaşattığımız için bir kez daha gururluyuz.

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

















DEMİRKAYA
Optik Medikal Dış Ticaret Ltd. Şti.

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

DEMİRKAYA
Optik Medikal Dış Ticaret Ltd. Şti.

40. Yıla Dayanan Bir Optik Serüveni



İkinci El Optik Cam Kesme Makinalarında Doğru Adres

essilor Weco NIDEK briot

www.demirkayaoptik.com.tr

içindekiler

MAYIS 2015

EDİTÖRDEN 13 SEKTÖRDEN VE DÜNYADAN HABERLER 14

14 HABER
Ünlüler hangi gözlükleri kullanıyor?

16 HABER
Renk körlüğünün sonunu getiren gözlük üretildi

20 SÖYLEŞİ
Optik sektörünün can damarı cam kesme makinalarında önemli bir marka: Demirkaya Optik

26 SÖYLEŞİ
İlkleri Alışkanlık Haline Getiren Mercan Optik

28 SAĞLIK
Haftada 5 gün en az 20 dakika yürüyüş

30 HABER
Universal Gözlük 2015 sezonuna hazır







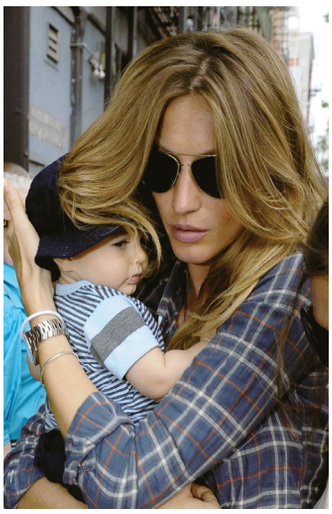
DOSYA KONULARI

SAĞLIK Yüzerken lens takmak göze zarar verir 36
SİZİN KALEMİNİZDEN Metin Turanlı / Esra Beni Eversene 50
KÖŞE YAZISI Dr. Hüseyin Çırpan / Zemindeki Parfüm 52
SAĞLIK Murat UYAR / Muayenesiz kontakt lens, alerjik göz nezlesi etkenlerinden biri 54
FIRTINA FIRTINA ÖNCESİ Prof. Dr. Miktad Kadıoğlu / Cemreler düştü ama nereye? 56

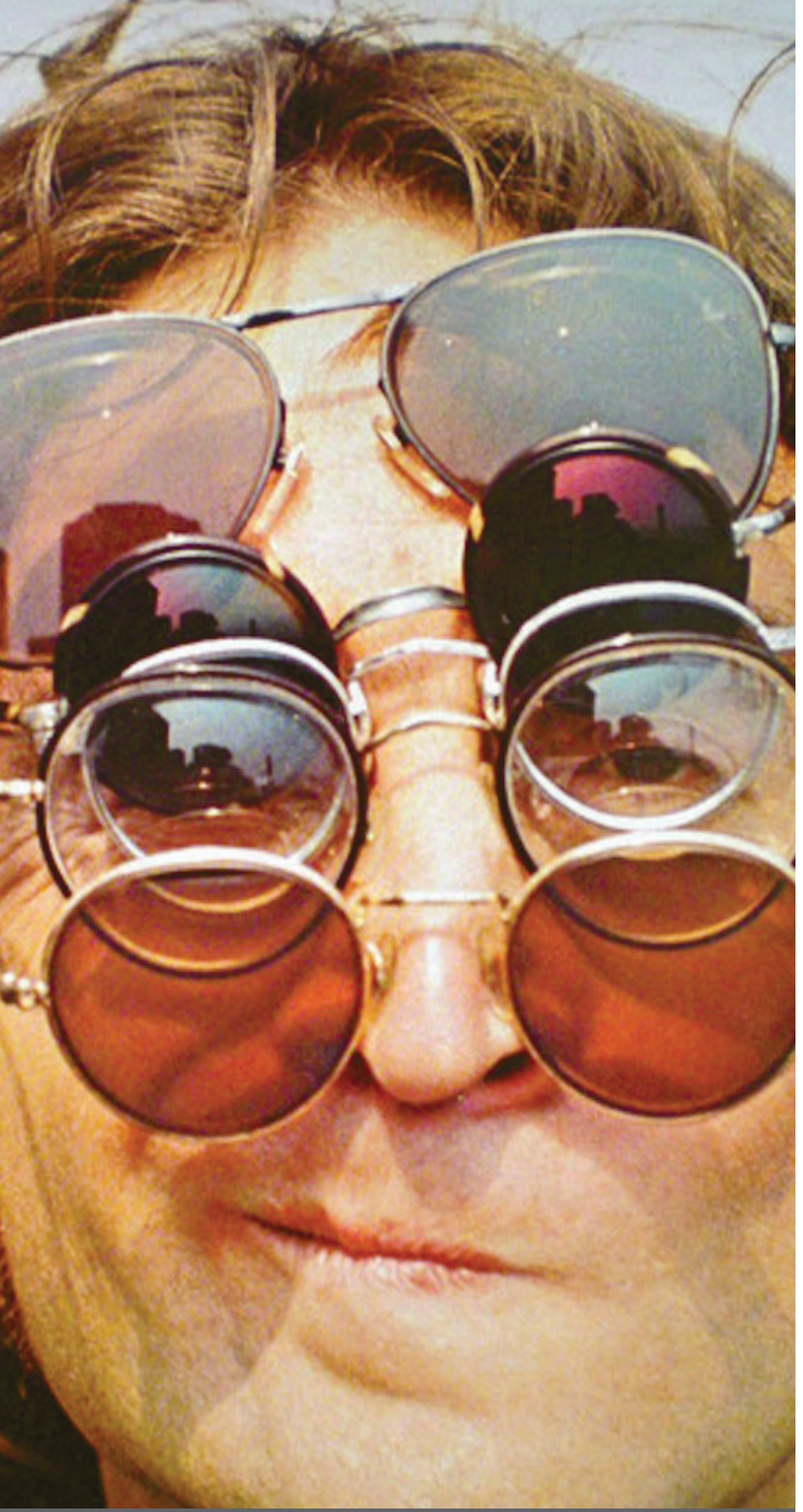












Hangi moda hangi yılda geldi? 44

TIP TARİHİ
Ahmet Doğan Ataman yazdı:
"Çin Tıbbı" 38

YOLNAME
Mustafa Küreli'nin kaleminden;
Tokyo 58



OPTİSYENİN SESİ E-DERGİ
Ayda bir yayınlanır
Mayıs 2015

www.optisyeninsesi.com Adına
İmtiyaz Sahibi
Orhan Küreli

Sorumlu
Yazı İşleri Müdürü
Ozan Küreli

Yazı Kurulu Üyeleri
Mustafa Küreli, Llm. Av. Oğuz Ünal
Hakan Hürsever, Prof. Dr. Miktad Kadıoğlu
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 Mayıs 2015 tarihinde internetten online olarak izlenebilmiştir.


ben.x®
MEMORY EYEWEAR

Editör'den

ORHAN KÜRELİ





OptisyeninSesi 10.

Optisyenin Sesi, bu yıl 10'uncu yaşını kutluyor. On yıldır sektörün sesi olmayı sürdüren, alanında sektörün en uzun soluklu yayınlarından biri olma özelliğini taşıyor. Haber ve bilgi sağlamak amacıyla Mayıs 2005'de yayın hayatına başlayan, ilk günden itibaren sektörün nabzını tutmayı sürdürüyor.

OptisyeninSesi, Mayıs ayı ile birlikte 10'uncu yaşını kutluyor.
Şıp şıp damlayan günler bir esim rüzgârla takvim yapraklarını uçurdu ve her ay olduğu gibi bu satırlarda sizlerle bir kez daha bizleri buluşturdu. Bu ay sizlere çıkınımda bol çiçekli günlerle dolu aylarla geldim. Önümüzde uzun bir yaz var. Tüm meslektaşlarımıza bol güneş, bol satış, güzel bir tatil diliyorum.
Merhaba arkadaşlar,
Durgun bir dönem yaşayan ekonomide bir nebzede olsa mutluluk veren sözlerle yazıma başlamak istedim.
Yola çıktığı ilk andan itibaren her an sizlerle gündemi paylaşan 2005 yılında yayın hayatına başlayan Optisyenin Sesi, on koca yılı devirdi. Binlerce gün, on binlerce göz, yüzbinlerce izleyici ile buluştu.
Bazen üzdük, bazen sevindirdik. Ama her yaptığımız haber sektör için oldu. Tam on yıl gece gündüz sizlerle olduk.
Optisyenin Sesi, bu yıl 10'uncu yaşını kutluyor. On yıldır sektörün sesi olmayı sürdüren, alanında sektörün en uzun soluklu yayınlarından biri olma özelliğini taşıyor. Haber ve bilgi sağlamak amacıyla Mayıs 2005'de yayın hayatına başlayan, ilk günden itibaren sektörün nabzını tutmayı sürdürüyor.
Meslektaşlarımızın görüş ve düşüncelerini ifade edebildiği bir platform olmasının yanında, sektörün sorunlarına çözüm önerisi getiren vizyoner yaklaşımıyla da öne çıkıyor.
Optisyenin Sesi misyonuna uygun olarak meslektaşlarımızın görüşlerini kamuoyuna aktarmaya geçmişten aldığı güçle devam edecek.

Hep birlikte Nice 10 yıllara...

Ünlü yıldızlar hangi gözlükleri kullanıyor?

Tarzlarıyla bize her daim ilham kaynağı olan ünlüler, bakalım seçtikleri güneş gözlükleriyle de bunu başarabilecekler mi? İşte ünlülerin gözlük tercihleri...







Dünyanın en zengin top modeli unvanına sahip brezilyalı top model Gisele Bunchen, New York'taki evinden çıkarken son zamanların popüler modellerinden "siper" olarak da adlandırılan Diesel visor gözlükleri ile objektiflere yakalandı... Pembe, mor, siyah ve kahverengi gibi hem klasik hem de aykırı renklerde bulabileceğiniz bu güneş gözlüklerinin dört faklı rengi var... Tek yapmanız gereken size yakışanı bulmak...

Amerikalı şarkıcı Mariah Carey, Jack Russel cinsi sevimli köpeğiyle Beverly Hills'de Gucci mağazasında alışveriş yaparken görüntülendiğinde, bu yılın popüler modeli, kenarları bambu tasarımlı Gucci 2969 model güneş gözlüğünü kullanıyordu... Mariah Carey'in kullandığı Gucci marka bu güneş gözlüğünün farklı renk alternatifleri de mevcut. Yapmanız gereken tek şey yedi farklı renkten en beğendiğinizi seçmek...

Los Angeles havalimanında beyaz elbisesi ve Gucci 2794 model güneş gözlükleri ile kameralara yakalanan sosyetik güzel Paris Hilton, oldukça şık ve alımlı görünüyordu... Gözlük seçimi de en az giyisileri ve aykırı tavırları kadar dikkat çekiciydi... Paris Hilton'ın favori modellerinden olan bu gözlüklerin Kahverengi, siyah, mor, beyaz ve mavi gibi çeşitli renkleri de mevcut...

Bir restaurant çıkışında sevgilisiyle birlikte görüntülenen Natalie Portman, Emporio Armani 9439 Aviator model gözlüklerinin arkasına gizlenmeye çalışsa da, yine de dikkat çekmemeyi başaramadı... Natalie Portman'ın geniş çerçeveli Aviator model bu gözlüğünün kırmızı, mor, kahverengi, siyah mavi

NOVAX® iPort

iPort “Media Set” Kampanyası

Geliştirilmiş özellikleriyle yenilenen iPort ölçüm cihazına, şimdi LCD Ekran ve Apple TV ile birlikte “Media Set” olarak çok avantajlı koşullarda sahip olun.



Kampanya detayları için lütfen şubelerimizle irtibata geçiniz.
www.betaoptik.com

BETA OPTİK

Available on the App Store

For more information; www.betaoptik.com/iport

NOVAX® FreeForm® Gözlük Camları

Renk Körlüğünün Sonunu Getiren Gözlük Üretildi

Tarzlarıyla bize her daim ilham kaynağı olan ünlüler, bakalım seçtikleri güneş gözlükleriyle de bunu başarabilecekler mi? İşte ünlülerin gözlük tercihleri...



Valspar ve EnChroma'nın ortak projesi olan 'Color for the Colorblind' kapsamında geliştirilen özel gözlük, renk körü insanları renklerle buluşturuyor. Gözlük sayesinde renk körü insanlar ilk defa yeşil ve kırmızının ne olduğunu algılayabiliyorlar. Bu sayede göremedikleri tüm tonları da algılayabiliyorlar.

'Color for the Colorblind' projesi için, Valspar ve EnChroma bir araya geldi. Bu işbirliği ile tüm dünyada sayıları yaklaşık 300 milyonu bulan renk körü insan için özel bir gözlük geliştirildi.

Yukarıda ki resimde, sol tarafta renk körü bir insanın Venedik tablosunu nasıl gördüğünün, sağ da ise gözlüğü taktıktan sonra nasıl algıladığının farkını görebilirsiniz.

Renk körlüğünün bir gözlükle tedavi yoluna ilk defa gidiliyor. Öte yandan proje çok farklı bir yönden çözüme ulaşmayı deniyor. Color for the Colorblind Projesi; renk körlüğünde temel sorunun beyinde ya da gözde toplanan sinyallerin iletiminde olmamasını temel alarak tasarlandı. Sorunun çoğunlukla sadece gözdeki foto pigmentlerle ilgili olmasından yola çıkılarak, yeşil ve kırmızıyı renk körü olan insanlara bir gözlükle görünebilir kılmayı başarmış.

PIXAR®

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

gercekdusler

YAZ TRENDLERİNDE KÖPRÜLÜ GÖZLÜK HAKİMİYETİ








Birbirinden iddialı ve cesur gözlük tasarımlarının dikkat çektiği 2015 yaz trendlerinde, köprülü modellerin hakimiyeti kendini hissettiriyor. Bu yaz, tasarımcıların kendilerine özgü yorumları ile bambaşka görünümlerde önümüze gelen gözlük tasarımlarına sezonun önde gelen trendlerinden köprü detayı eşlik ediyor. Sezonun mutlaka edinilmesi gerekenleri arasında yer alan köprülü modeller, yalın ve benzersiz bir şıklığı garantiliyor. ITALIA INDEPENDENT'ın benzersiz doku özellikleri ve kendine özgü desenleri ile deneyimsel bir hale bürünen köprülü modelleri, tasarımda klasiğin dışına çıkmaktan korkmayanları cezbediyor.

Stil tartışmalarının çok ötesinde yer alan TOM FORD, geniş ve cüretkar biçimi ile iddiasını ortaya koyan köprülü tasarımlarında alıştığımız ustalığını yine gözler önüne seriyor.

Vintage esintileri günümüze taşıyan HALLY and SON, gözlük tasarımına kazandırdığı kendine has yorumunu, köprü detayı ve metal öğeler ile süslediği 547 modelinde alternatif lens renkleri ile sergiliyor.



albedo
EYEWEAR

Daima Göz Önünde

Artisan Metal San. Ve Tic. Ltd. Şti.
www.artisanmetal.com.tr **info@artisanmetal.com.tr**
Ofis: Adres:Uğur Mumcu Mah. 2345 sokak No 4 Kat 1 Sultangazi - İstanbul Tel: 0 (212) 637 17 18 - 22 Fax: 0 (212) 637 17 23
Fabrika: Adresimiz: Çarşı mahallesi, Atatürk yolu üzeri No :1/1 Boğazlıyan YOZGAT Tel: 0(354) 645 37 74 - 0(354) 645 39 50 Fax: 0(354)645 39 51

Optik sektörünün can damarı cam kesme makinalarında önemli bir marka

DEMİRKAYA OPTİK

Optik sektöründe sektörün can damarlarından biri de cam kesme makinalarıdır. Piyasaya hem cihaz sağlayan hem de ikinci el pazarında öne çıkan Demirkaya Optik'in Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Demirkaya ile söyleşi yaptık.



Kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

Optik sektöründe, Demirkaya Optik Medikal Dış Tic. Ltd. Şti. ve Demirkaya Metal Gözlük Ltd. Şti. firmaları ile hizmet veren Demirkaya Grubu'nun bugünkü sağlam duruşunun temelleri 1970'li yıllara kadar dayanıyor. Şirketin Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Demirkaya'nın babası Ahmet Demirkaya'nın 70'li yılların imalat ve atölyeleriyle meşhur Vefa semtinde başladıkları optik çerçeve ve güneş gözlüğü imalatı, 1987 yılında kurumsallaşarak Demirkaya Metal Gözlük San. ve Tic. Ltd. Şti. Olarak tanındı. Yılmaz Demirkaya ve kardeşi Murat Demirkaya'nın kurumsallaştırdığı şirket, sektöre optik çerçeve ve güneş gözlük imalatı ve satışı ile ticari faaliyetlerini sürdürmüştür. 2003 yılında optik sektöründe 2. el optik cam kesme makinası satış servis ve yedek parça satışına başlayan ikinci şirketlerini 2003'de kurdular. Demirkaya Optik Medikal Dış Tic. Ltd. Şti'nin de kurulması ile 2. el optik makine makina satış servis ve yedek parça satışı ile sektöründeki yerini de alarak başarılı bir ivme ile sektörde yerini almıştır.

Bünyenizdeki markalar nelerdir?

Firmamız bünyesinde Weco-Essilor optik cam kesme markalarının satışı-servis yedek parça olarak hizmet vermekteyiz. Yakın zamanda altyapımızı oluşturma çalışmalarını sürdürmekte olduğumuz Nidek ve Briot optik cam kesme makinaları konusunda 2. el optik cam kesme makinalarının satış servis ve yedek parça temini konusunda sektöre hizmetimizi daha geniş kapsamlı olarak

hizmet vermeyi sürdürmek istiyoruz.

Servis hizmetiniz hakında bizi bilgilendirebilir misiniz? Türkiye'nin tüm bölgelerine servis hizmetiniz var mıdır?

2. el optik cam kesme makinalarında sektörde bir ilki gerçekleştirerek 300 m2 kapalı alanda teknik servis, eletronik bölümü, temizleme bölümü, boya bölümü olarak her aşama için ayrı bölüm oluşturarak tamamen organize olarak hizmet vermekteyiz. Ayrıca gezici servis aracımız ile Türkiye'nin her yerine yıl içerisinde düzenli olarak servis turları düzenleyerek müşteri ziyaretleri yapmaktayız. İlkemiz yerinde, kaliteli hizmet anlayışıdır.

Firmanızı diğer firmalardan farklı kılan özellikler nelerdir?

Firmamızın diğer firmalardan farkı, 2. el optik camkesme makinalarında firmamızın bir standardının olmasıdır. Firmamız tüm optik cam kesme makinalarının satışı öncesi tüm makinalarımızın komple revizyonu yapılarak makinalar üzerinde değişmesi gereken parçalar değiştirilmekte, rulmanlar, keçeler değiştirilerek kireç lekesi dahi kalmadan sıfır düzeye getirilmekte, tüm makinalarımızın teknik ve kesici taşlar olarak belirli bir standartta firmamızdan çıkış yapılmaktadır.

Sektöre mesajınız?

2. el optik cam kesme makinaları satışı ve servisi konusunda fiyat araştırması yapmak, siz değerli müşterilerimizin en doğal hakkıdır. Fakat son zamanlarda sektörde firmamıza intikal eden, haberdar olduğumuz bazı mağduriyetler konusunda şunu söylemek isterim: Fiyat araştırması yaparken fiyat sorulmakta ve en uygun fiyatı veren tercih edilmektedir. Bu konuda optikçi ve optisyen arkadaşlara önerimiz şudur, biliyorsunuz optik cam kesme makinası bir optik firmasının can damarıdır. Fiyat alırken makinanın dijital ortamda kesici taşları ve makinanın iç kısmının resimlerini de istemenizdir. Buna göre değerlendirme yapmanızı öneririz. 2. el optik cam kesme makinalarında sektördeki geçmişi nedir, makinada bir arıza durumunda yedek parça ve teknik bilgisi nedir? Bu konularda kişi veya firmayı da sektörden araştırmanızı öneririz.
Ucuz malın alıcısı çoktur, ucuza mağdur olmayınız.

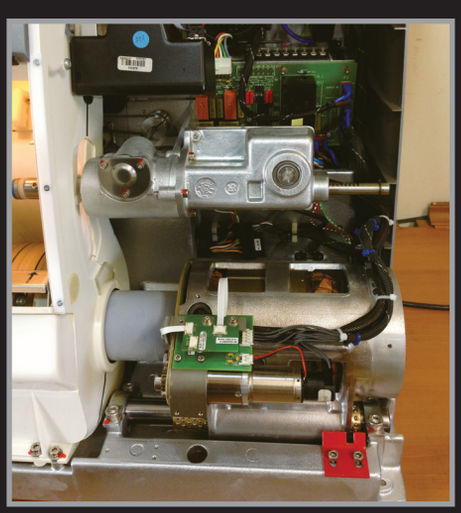
"Firmamız fuarlara katılmakta ve yeni makinelerg etirmektedir. Son olarak Essilor MR Blue getirmeye başladık. Fotoğraflarda gördüğünüz makinalar, firmamızca kontrolden geçirilmiştir."















Türkiye'de "gözde" marka olmak

Artisan Grubu olarak, son yıllarda her sektör aktörünün, temsilcisinin yoğun bir şekilde işlerin zorlaştığı, azaldığı endişesi ve serzenişine aşinayız.
İletişim ve ulaşım imkanlarının artması ile küçülen dünyada, artan beklenti ve taleplerin karşılanması veya talep oluşturma sürecinin iyi yönetilmesi daha ciddi bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaşanan bu benzer sorunları ancak ve ancak işimizi çok iyi yaparak, oluşan ve oluşması muhtemel beklentileri doğru zamanda karşılayarak, başarıyı yakalayabileceğimiz gerçeğinin farkındayız.

İşimizi daha iyi nasıl yapabiliriz" arayışı ve çabası bizim çıkış yolumuz.

Ben ne yaptım? Nasıl Yaptım? Nasıl daha iyi yapabilirdim? Nasıl daha iyi yapabilirim?
Değerlendirmesi her Artisan çalışanının başlangıç ilkesidir."

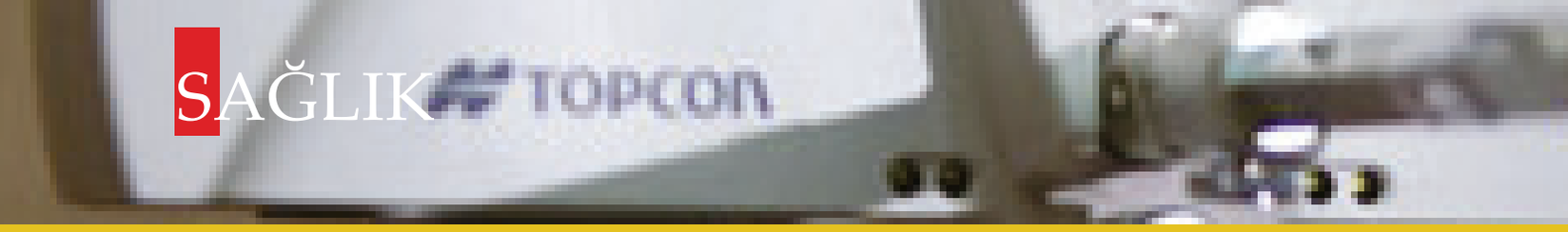
- **Samimiyet**
- **Dürüstlük**
- **Şeffaflık**
- **İyi organizasyon**
- **İşe adanmışlık**
- **Yerinde ve zamanında kaliteli hizmet**
- **En uygun kalite ve fiyat denklemi**

Bu ilkeler ile sahip olduğumuz öz kaynak ve deneyimlerimizi, sonuna kadar kullanarak toplumsal sorumluluk bilinci içerisinde iş ortaklarımız olan optisyenlere para kazandırmak temel hedefimiz.

Beklentimiz; Tercih edilmek, Teşvik edilmek

Artisan Metal San. Ve Tic. Ltd. Şti.
Merkez Ofis: Uğur Mumcu Mah. 2345 sokak No 4 Kat 1 Sultangazi - İstanbul Tel: 0 (212) 637 17 18 - 22 Fax: 0 (212) 637 17 23
Fabrika: Çarşı mahallesi, Atatürk yolu üzeri No :1/1 Boğazlıyan YOZGAT Tel: 0(354) 645 37 74 - 0(354) 645 39 50 Fax: 0(354)645 39 51
www.artisanmetal.com.tr info@artisanmetal.com.tr


ARTİSAN
OPTİK



Göz sağlığı için vitamin şart!

Besinler, göz sağlığımız için büyük önem taşıyor. Araştırmalar da doğru beslenme ile gözümüzü birçok hastalığa karşı koruyacağımızı, hatta hastalıkların ilerlemesini yavaşlatabileceğimizi ortaya koyuyor.





Havucun içerdiği A vitamini nedeniyle göze iyi geldiğini bilmeyen yoktur. Ancak göz sağlığı için faydalı tek besin havuç değil. Gözün doğal olarak ihtiyaç duyduğu vitaminlerin başında A, E, C ve B2 vitaminlerinin geliyor. Omega 3 ve 6 yağ asitleri ile çinko ve magnezyum gibi minerallerin de göz sağlığına faydası var.

A VİTAMİNİ GECE KÖRLÜĞÜNÜ ÖNLÜYOR

Gözlerimizin karanlıkta normal olarak görmesine ve alacakaranlığa alışmasına yardım eden A vitamini, yetersiz alındığında gözün üç bölümünü birden etkiliyor. Retinadaki rod hücrelerinin A vitamini yetersizliğine karşı hassas olduğunu söyleyen Dr. Yalçın, A vitamini eksikliğinin gözün bölümlerinde kuruluğa neden olarak görmeyi olumsuz etkilediğini belirtti.

Dr. Yalçın, A vitamininin yeterli miktarda tüketilmesinin başta gece körlüğü, olmak üzere makuladejenerasyonu ve katarakt oluşumunu geciktirdiğini vurguluyor.

A vitamini genellikle hayvansal gıdalarda buluyor. Yumurta ve süt ürünleri yemeyen vejeteryan kişilerde A vitamini eksikliği görülebiliyor. Balıkyağı ve karaciğer, böbrek, süt, yumurta sarısı, buğday, havuç, mantar, baklagiller, fıstık, ceviz ve domates, A vitaminini bol bulunduran besin maddelerinin başında geliyor.

B2 EKSİKLİĞİ KAŞINMA VE YANMA YAPIYOR

Enerji üretimi, cilt, saç, tırnak ve göz sağlığı için önemli, deri ve göz sağlığı için gerekli olan B2 vitamini,göz yorgunluğunu azaltıyor. Dr. Yalçın, B2 vitamini eksikliğinde gözlerde yanma, kaşıntı, ışığa karşı hassasiyet ve kornea hastalıkları gibi göz rahatsızlıklarının oluşabileceğine işaret ediyor. Karaciğer, yağsız süt, yoğurt, peynir, ısırgan otu, adaçayı, ıspanak, brokoli gibi yeşil yapraklı sebzelerle balık, baklagiller ve tahıllarda bol bulunan B2'nin yeterli alınması gözlerde katarakt oluşumunu önlüyor.

E VİTAMİNİ RETİNAYI KORUYOR

Yağda eriyen ve güçlü bir antioksidan olan E vitamini, kalp, damar, beyin ve sinir fonksiyonlarını düzenlemenin yanı sıra kronik göz hastalıklarından korunmada da fayda sağlayabiliyor. Zeytinyağı, ayçiçekyağı, ceviz, badem, tereyağı, kırmızı et, brokoli, ıspanak gibi yeşil yapraklı bitkiler ile kivi, mango ve muzda bol bulunan E vitamini, retina dejenerasyonunu önlemede faydalı olabiliyor.

C VİTAMİNİ DİYABETİK RETİNOPATİYE KARŞI

Vücut ve göz sağlığı için en gerekli vitaminlerden biri olan C vitamininin gözleri katarakt ve makula dejenerasyonuna kaşı koruduğunu belirten Dr. Yalçın, diyabet hastalarının gözlerini korumak için düzenli olarak C vitamini almalarını öneriyor. Zira C vitamini, diyabet hastalarında şekerin sinir ve damarlarda yaptığı hasarı önlüyor. Bu da C vitamininin diyabetik retinopatiyi önlediği anlamına geliyor.

Araştırmalar, beyin ve göz sinirlerinin gelişiminde büyük önem taşıyan Omega 3 ve 6 yağ asitlerinin, göz kuruluğunu azalttığını ortaya koyuyor. Balık, ceviz ve keten tohumundan önemli miktarda Omega 3, mısırözü, soya ve ayçiçeği yağındanda Omega 6 yağ asitleri alınabiliyor.

ISPANAK VE KABAK GÖZE BİRE BİR

Dr. Yalçın, göz sağlığını destekleyen diğer gıda maddelerini şöyle sıralıyor: "Üzüm çekirdeğin içinde çok kuvvetli bir antioksidan vardır. Bazen makula dejenerasyonunda ve diyabet hastalığında oluşan damar ve sinir hasarından korunmak için alınır.

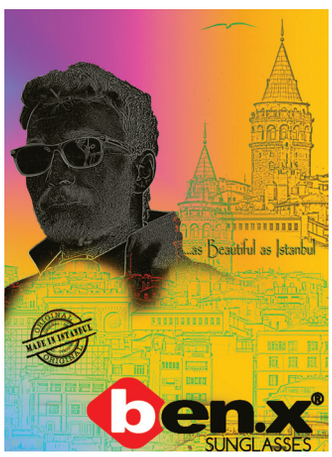
Mısır, "Zeaksantin" adlı bir bitkisel bileşim içerir. Bu madde yaşa bağlı olarak gelişen görme bozukluklarını azaltır. Ispanak ve kabak, göz sağlığı için bire birdir. İçerdikleri lutein, ışığın zararlı etkisini önler, zeaksantin ve mesozeaksantin göz dibindeki makula bölgesinde bulunan bir pigmenti oluştururlar.

İlkleri Alışkanlık Haline Getiren

MERCAN OPTİK

Mercan optik kuruluşundan beri, sürekli olarak, yeniliklerin peşinde koşmuş cesur adımlar atarak öncülük etmiş bir kuruluştur. Hangisini anlatsak?!

















Sektörün adeta Don kişot'luk olarak gördüğü "Made in Turkey" ibaresini ilk olarak ürünlerinde kullanan optik firması olma hikayemizi mi yoksa TR90 ürünlerimiz ilk piyasaya çıktığında aldığımız trajikomik tepkileri mi?

Hani Einstein demiş ya, "Bir önyargıyı kırmak, atomu parçalamaktan zordur," diye...

Biz bunu çok yakından yaşadık. Sektöre ilk defa yepyeni bir konsept sokmanın bu denli zor olması bizi yıldırmadı ve TR90 belki de sadece Türkiye'de değil dünyada da hak ettiği yere geldi. Son 10 yıl içinde bu süreçte üstlendiğimiz öncü rolü herkesin teslim edeceğini sanıyoruz.

Mercan Optik üretimini gerçekleştirdiği TR90 ürünlerde, dünyanın en iyi ve en çok tercih edilen hammaddesi olan EMS Grilamid'i kullanmaktadır. Böylelikle gözlük çerçevelerimizin süper elastik, olağanüstü dayanıklı, ergonomik, anti alerjik özelliklerini yıllardır dünyanın en yüksek kalite standartlarında kullanıcılarımıza sunmaktayız.

Şu an yıllık yaklaşık 1,5 milyon adet üretim kapasitemizle yurt dışında 50'ye yakın ülkeye, yurt içinde de neredeyse optikçilerin %90'ına ürün satar durumdayız.

Mercan Optik tüm bu başarılarının yanı sıra Ar-Ge çalışmaları ve teknolojik araştırmalarıyla da sektörde pek çok yeniliğin öncüsü olmuştur. İç piyasadaki lider konumunu her geçen gün daha da pekiştiren Mercan optik'in en temel hedefi sadece Türkiye'de değil tüm dünyada saygı gören, aranan bir Türk markası olarak yerini almaktır.













HAFTADA 5 GÜN GÜNDE EN AZ 30 DK. YÜRÜYÜŞ

Besinler, göz sağlığımız için büyük önem taşıyor. Araştırmalar da doğru beslenme ile gözümüzü birçok hastalığa karşı koruyacağımızı, hatta hastalıkların ilerlemesini yavaşlatabileceğimizi ortaya koyuyor.



Dünya Sağlık Örgütü'ne (DSÖ) göre kronik hastalıkların ortak risk faktörlerinden birisi olan fiziksel inaktivite (hareketsiz yaşam), dünya genelinde ölüme neden olan risk faktörleri sıralamasında dördüncü sırada yer almaktadır. Dünya genelindeki ölümlerin % 6'sının fiziksel inaktivite ile ilişkili nedenlere bağlı olduğu bildirilmektedir. Fiziksel inaktivitenin meme ve kolon kanserlerinin yaklaşık % 21-25'inin, diyabetin % 27'sinin ve iskemik kalp hastalığının % 30'unun ana nedeni olduğu tahmin edilmektedir.

Dünya genelinde hareketsiz bir yaşam, kötü beslenme ile birlikte ortalama toplam sağlık harcamalarının yaklaşık % 2'si ile ilişkilendirilmektedir. Fiziksel aktivitenin arttırılması sağlık harcamalarının dolayısıyla ekonomik maliyetin azaltılmasında uygulanabilir, maliyet etkin ve en temel stratejilerden birisidir.

Bakanlığımızca gerçekleştirilen "Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması" sonuçlarına göre ülkemizde bireylerin %71.9' unun hareketsiz yaşadığı, yine Bakanlığımız tarafından 2011'de yapılan "Kronik Hastalıklar Risk Faktörleri Araştırması" na göre ülke genelinde kadınların %87'si, erkeklerin ise %77'sinin yeterli ölçüde fiziksel aktivite yapmadığı belirlenmiştir.

Obezite tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yaygın olup, nüfusun %30'unu etkileyen bir sorundur. Bu rakam kadınlarda % 41 erkeklerde % 21'dir. Bölgelere göre dağılımına baktığımızda ise, en yüksek oran Batı Anadolu, Orta Anadolu, Doğu Karadeniz ve İstanbul'da bulunmuş olup %33'dür. En düşük oran Orta Doğu Anadolu'da olup % 21'dir. Obezite nüfusun Güneydoğu Anadolu'da % 23'ünü, Kuzeydoğu Anadolu'da %24'ünü, Ege'de % 28'ini Akdeniz'de % 30'unu, Doğu ve Batı Marmara'da % 31'ini, Batı Karadeniz'de ise % 31'ini etkileyen bir sorundur. Bununla birlikte obezitenin özellikle çocuk ve kadınlarda daha fazla artış gösterdiği görülmektedir.

DSÖ sağlıklı bir yaşam için yetişkinlerde haftanın 5 günü en az 30 dakika orta şiddette fiziksel aktivite yapılmasını önermektedir. 5-17 yaş grubu için ise kardiovasküler hastalıklar, diyabet, obezitenin önlenmesi, sağlıklı bir kas-iskelet sistemi gelişimi, anksiyete ve depresyon riskinin azaltılmasında günde en az 60 dakika orta şiddette fiziksel aktivite yapılması gerektiği belirtilmektedir. Orta şiddette fiziksel aktivite, solunum ve kalp atım sayısının normalden daha fazla olduğu, kasların zorlanmaya başladığı, orta dereceli efor gerektiren aktivitelerdir. Bu aktivitelerin şiddetini; kişinin yanındaki ile konuşabildiği ancak şarkı söyleyemediği bir şiddet olarak da tanımlayabiliriz. Buna saatte yaklaşık 5 km veya 30 dk. da 2.5 km. canlı yürüyüş yapmak örnek olarak gösterilebilir.

Ayrıca, günde 10.000 adım atmaya çalışmak ise, kişinin motivasyonunu artırarak daha aktif bir yaşam sürmesini sağlar. Bu 10.000 adımın belirli bir miktarını orta şiddette atabilir geri kalanını ise gün içerisinde aktif olarak attığımız adımlarla tamamlayabiliriz. Örneğin günde en az 30 dakika orta şiddetli aktiviteyi yerine getirmek için; 30 dk. da en az 3000 adım atmaya çalışabilir, geri kalan 7000 adımı ise diğer aktivitelerle (merdiven çıkmak, metro, tren ya da otobüsten birkaç durak önce inmek, öğlen aralarında en az 10'ar dk.lık kısa yürüyüşler yapmak gibi) 24 saatte tamamlamaya çalışmalıyız. Özellikle hareketsiz bir yaşam tarzı olanlar (masabaşında çalışanlar), morbid obezler (BKİ>40 kg/m2), kronik hastalığı olanlar, kas-iskelet sistemi hastalıkları gibi rahatsızlıkları olan bireyler için günde 10.000 adım hedefine ulaşılması zor olabilir. Bu nedenle bireyler genel sağlık durumlarına göre kendi hedeflerini belirleyebilir veya bir uzmandan destek alabilirler.

Bu bilgiler ışığında toplumun obezite ile mücadele konusunda bilgi düzeyini artırmak, yeterli ve dengeli beslenme ve düzenli fiziksel aktivite alışkanlığı kazanmasını teşvik etmek amacıyla Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı hazırlanmıştır.

Universal Gözlük 2015 Sezonuna Hazır

UNIVERSAL GÖZLÜK 2015 SEZONUNA HIZLI BİR BAŞLANGIÇ YAPTI!
Türkiye Gözlük Sektörünün modern ve dinamik temsilcisi Universal Gözlük İzmir'deki üretim tesislerinde ileri teknoloji ve yüksek performanslı ham maddeler ile ürettiği Massimo...



Türkiye Gözlük Sektörünün modern ve dinamik temsilcisi Universal Gözlük İzmir'deki üretim tesislerinde ileri teknoloji ve yüksek performanslı ham maddeler ile ürettiği Massimo Milano ve Benissimo markalı ürünlerini yurtdışı pazarlarda da görücüye çıkarmaya devam ediyor.

Önceki aylarda Münih, Moskova ve Londra optik fuarları ile başlayan fuar maratonu; Mart ayında MIDO Milano, VISION EXPO Newyork ile ve Nisan ayında OPTRAFAIR Birmingham fuarıyla devam etti.
19-22 Mart tarihlerinde Newyork Javits Convention Center da düzenlenen International Vision Expo fuarında Kuzey Amerika yanısıra Güney Amerika ve Kanada'dan gelen ziyaretçiler ile buluşan Universal Gözlük yurtdışı satış ekibinin genç ve dinamik temsilcileri, soluk almadan 1978 den beri İngiltere gözlük sektörünün en önemli fuarlarından olan National Exhibition Center'da düzenlenen OPTRAFAIR Birmingham'a katıldılar. Ürünlerinin kalitesi ve modern teknolojiye sahip üretim tesisi ile çeşitli ülkelerden ziyaretçilerin beğenisini kazanan Universal Gözlük'ün, Massimo Milano ve Benissimo markaları tüm dünyada seçkin gözlük mağazalarında yerini almaya başladı.
Yurtiçi yanısıra hedeflediği uluslararası pazarlarda da görünürlüğünü arttırmaya devam eden Universal Gözlük, koleksiyonlarında şıklığı ve konforu birarada sunan modellerle yeniliklere imza atmaya önümüzdeki aylarda da devam edecek.


Benissimo
Benissimo
Benissimo
UNIVERSAL
EYEWEAR
from ou



Türkiye'de "gözde" marka olmak

Artisan yatırımlarını neden Yozgat'a yaptı?

Artisan, küçülen dünyada rekabetçi kalabilmek ve verimli olabilmek için, fizibilite çalışmaları sonucunda Yozgat'a yatırımlarını yapmıştır. Bunun yanında sosyal sorumluluk bilinci içerisinde insanların yaşadığı yerde istihdamın oluşmasına katkı sağlamış ve gençlerin bilgi ve beceri düzeylerinin gelişmesine ortam hazırlamıştır.

Değirmenin suyu nerden geliyor?

"İşimizi daha iyi nasıl yaparız" sorusu ve arayışı Artisan'ın felsefesi, işe adanmışlık ise tılsımı.
Deneyim ve kaynaklarını rehber olarak kullanan Artisan için, sürekli yeni yatırımların getirdiği büyüme ve gelişmenin heyecanı, göz önünde bir marka olmanın itici gücünü oluşturuyor.

Beklentileri;

Tercih edilmek, teşvik edilmek.



ARTİSAN
OPTİK

Artisan Metal San. Ve Tic. Ltd. Şti.

Ofis: Uğur Mumcu Mah 2345 sokak No 4 Kat 1 Sultangazi - İstanbul Tel: 0 (212) 637 17 18 - 22 Fax: 0 (212) 637 17 23

Fabrika: Çarşı mahallesi, Atatürk yolu üzeri No :1/1 Boğazlıyan YOZGAT Tel: 0(354) 645 37 74 - 0(354) 645 39 50 Fax: 0(354)645 39 51

www.artisanmetal.com.tr info@artisanmetal.com.tr

Renkli trend: Aynalı güneş gözlükleri

80'lerdeki haliyle akıllarda kalan aynalı güneş gözlükleri bu yaz yeniden hayatımıza girmeyi başardı… Geçmişte bu gözlükleri takanlara zevksiz damgası vurulmuş olsa da bu sezon dünyaca ünlü tasarımcıların koleksiyonlarında aynalı camlar ilk sırada yer alıyor. Birbirinden şık tasarımlarıyla sokak stiline ışık tutan aynalı gözlükler modanın değişen rüzgarlarına uyumlu bir biçimde ayak uyduruyor. Durum böyle olunca ünlü isimler de bu modaya uydu. Aynalı gözlük trendinin öncülleri arasında dünya starlarından Paris Hilton, Heidi Klum, Selena Gomez gibi isimler yer alıyor.







İLK AMERİKAN ASKERLERİ KULLANMIŞ

İlk aynalı gözlükler, Ray-Ban tarafından 1930'lu yıllarda üretilmiş ve Amerikan Ordusu'na satılmış. Aynalı gözlükler 1940 ve 1950'li yıllarda polislerin, ordu mensuplarının ve pilotların kullandığı bir gözlük çeşidi olmuş. Sebebi ise rahatsız edici güneş ışınlarını engelleyerek gözü üst seviyede koruması ve gözlerin dışarıdan gözükmemesiymiş. Şimdilerde sporcuların güneşten korunmak için sıklıkla kullandığı bu gözlükler, çeşitli model ve çerçeveleriyle yükselen bir moda trendi olarak yeniden karşımıza çıktı.

STİLİNİZLE BÜTÜNLEŞTİRİN

Aynalı gözlük trendini uygularken, bu trendi stilinizle bütünleştirmek ve gözlük seçimlerinizde size yardımcı olacak birkaç ipucunu paylaşalım.

Öncellikle gözlük seçimlerinizde yüz hatlarınızın etkili olacağını hatırlatalım. Yuvarlak yüz hatlarına sahipseniz, köşeli ve geniş olan yüz hatlarınızı biraz aşan gözlük çerçevelerini tercih edebilirsiniz. Böylece yüz hatlarınızda görsel bir denge yaratmış olursunuz.

Yüzünüz üçgen bir biçimde, alın bölgesinde geniş çene kısmına doğru incelen bir yapıda ise yuvarlak hatlı ve kalın çerçeveler seçmeniz uygun olabilir.

Yüz hatlarınız oval bir biçimde geliyorsa, dikdörtgen modelleri seçebilirsiniz. Gözlüğün büyüklüğünün elmacık kemiklerinizi geçmemesine de özen göstermeniz gerekir. Dikdörtgen biçimde yer alan gözlükler seçimleriniz arasında en çok dikkat etmeniz gereken modeller arasında yer alıyor. Bir büyüğü yüzünüzde abartılı ve itici gözükürken, bir küçüğü ise yüzünüzde kaybolabilir.

Kare yüz hatlarının elmacık kemikleri ve çeneleri çıkıktır. Bu yüzden oval ve kıvrımlı gözlükler seçmeniz doğru olur.



albedo EYEWEAR

netali

flare

X-IDE

Rye & Lye

lightstyle

ARTİSAN OPTİK

Artisan Metal San. Ve Tic. Ltd. Şti.

www.artisanmetal.com.tr info@artisanmetal.com.tr

Merkez Ofis: Adres:Uğur Mumcu Mah. 2345 sokak No 4 Kat 1 Sultangazi - İstanbul Tel: 0 (212) 637 17 18 - 22 Fax: 0 (212) 637 17 23

Fabrika: Adresimiz: Çarşı mahallesi, Atatürk yolu üzeri No :1/1 Boğazlıyan YOZGAT Tel: 0(354) 645 37 74 - 0(354) 645 39 50 Fax: 0(354)645 39 51

Yüzerken lens takmak göze zarar veriyor

Kontakt lens kullananların özellikle yaz aylarında lenslerinin temizliğine ekstra özen göstermesi gerektiğini söyleyen uzmanlar, yüzerken lens takılmasını önermiyor.



Günümüzde; özellikle sosyal yaşamda ve spor yaparken kullanımı son derece rahat olan yumuşak kontakt lensler tercih edilmektedir.

Doktor kontrolünde, temizliğine dikkat ederek ve uyumadan önce çıkarılarak kullanıldığında, kontakt lense bağlı çok ciddi sorunlar yaşanmamaktadır. Doktor tarafından yapılan kontrolde; gözünde alerji, enfeksiyon, kuruluk gibi bulgular olan kişilerin kontakt lens takmamaları gerekir. Sağlıklı gözlere de göz yapısına ve kişinin kullanımına uygun kontakt lensler önerilmektedir.

Kontakt lenslerin kullanımında hastanın bilinçlendirilmesi çok önemlidir. Hasta öncelikle şu konulara dikkat etmelidir:

Temizliğe önem verilmeli, eller lens takmadan ve çıkarmadan önce yıkanmalıdır.

Bir gün önceki solüsyon tekrar kullanılmamalıdır.

Birkaç gün solüsyonda bekleyen lensin takılmadan önce solüsyonunu bir gece önceden yenilenmeli.

Lens kapları steril edilmeli (En basit yöntem 5 dk. kadar kaynar suda tutulması).

Gece uyumadan önce lensler mutlaka çıkarılmalı.

Uzun süreli kontakt lens ile denize, havuza girilmemeli, gözler açılmamalı.

HAVUZDA GÜNLÜK LENS KULLANIN

Deniz-havuz gözlüğü kullanılmalı.

Güneş gözlüğü kullanılmalı.

Doktor kontrolleri düzenli yaptırılmalı.

Gözlerde kızarıklık, batma, ağrı, görmede



bulanıklık olduğunda lensleri takmadan ve geç kalmadan bir göz doktoruna gidilmeli.

Kontakt lensler süresi geçince atılmalı.

Kontakt lensler gözdeyken doktorun önermediği şekilde damla-ilaç kullanılmamalı.

Lensler göze yapılacak makyaj öncesinde takılmalı ve makyaj malzemesi bulaştırılmamalı.

Havuza girerken 'günlük' lens kullanılmalı. Yaz tatilinde kontakt lens kullanımına ara verilmesini önermeyiz; ama belirli önlemlerin alınması tatilde bu sebepten dolayı rahatınızın bozulmasını önler. En ideali kontakt lens kullananların lenslerle havuza veya denize girmemelidir. Çünkü kontakt lens göze tam olarak yapışmaz, kornea üzerinde ince bir gözyaşı tabakası üzerinde yüzmektedir. Günlük kullanımda lens gözden çıkmaz, düşmezken; lensle suya girildiğinde, aşırı su ve basınçla lens gözden çıkabilir ve kaybolabilir.

Yüksek göz bozukluğu olanlar ve gözlük kullanmayanlar lenssiz iyi göremedikleri için, denize veya havuza girerken de lenslerini takmak isterler. Bu tercihi yapanlar, lensle suya girdikleri zaman lenslerinin suya karışmaması için suyun içinde gözlerini açmamalıdır. Ayrıca lenslere havuz suyundan mikrop bulaşması daha kolaydır. Mikrop bulaşmış lensin takılmaya devam edilmesi gözde konjonktivit, keratit gibi iltihaplanmalara yol açarak göze zarar verebilir. Deniz, havuz ve musluk suyundaki mikroplar sağlıklı gözlerde herhangi bir enfeksiyon yapmazken; kontakt lens kullanan kişilerde lensleri takıp çıkarırken oluşan çok küçük korneal hasarlar (mikrotravmalar) mikropların göze daha kolay zarar vermesine neden olurlar.

KONTAKT LENSLERİN KULLANILMAMASI GEREKEN DURUMLAR

Kontakt lensle havuza- denize girmek isteyenler, sabah takılıp akşam atılan "günlük" kontakt lensleri tercih etmeli ve mutlaka havuz gözlüğü kullanmalıdır.

Kontakt lensleri şu durumlarda kullanmamak gerekir:

Gözde alerji, enfeksiyon ya da iltihap varlığında.

Kornea duyusu azalmış kişilerde (nörolojik hastalıklar, diyabet)

Gözde kuruluk, gözyaşı yetersizliği olduğunda.

Genel sağlık durumunda bozukluk, şiddetli grip gibi viral hastalıklarda.

Gözün kurumasına ve görmenin bulanmasına yol açan ilaçları kullanan kişilerde (antihistaminik, dekonjestan ilaçlar, diüretikler, antidepresanlar, doğum kontrol hapları…)

Göze damla şeklinde ilaç tedavisi yapılması zorunlu olduğunda.

Gözde tekrar edebilecek göz ya da kapak



Dr. Ahmet Doğan ATAMAN
adataman@hotmail.com



Hastalık sebebi olarak denge ilkesi

ÇİN TIBBI

Çin, Budist felsefe, Konfüçyüs ve Taoculuğun tesiri altında kaldı. Eski Çin'de bütün evren Taoculuk ile açıklanıyordu. Taoculukda "Yang" ve "Yin" olmak üzere iki zıt unsur vardır. Evrenin ana ilkesi olarak düşünülen ve yol anlamına gelen "Tao", Yang ve Yin arasındaki uygun oranı tayin eder ve bu doğal oranı değiştiren her şey kötüdür ve aralarındaki dengesizlik evrenin bir parçası olan insanda hastalığa neden olur. Çin tıbbı hastalıktan korunma ilkesi üzerine kuruluydu. Hastalık bir cezadan çok, tabiat yasalarına karşı gelmekten doğuyordu. Rüzgâr pek çok hastalığın nedeni idi.

Çin tıbbına ait en önemli kaynaklar üç imparatora Fu Hsi, Shen Nung ve Yu Hsiung'a ait olduğu söylenen çalışmalara dayanır. Fu Hsi yang ve yin'i şekil olarak ifade etmiş. Shen Nung içinde360 yakın ilaç tarifinin olduğu Pen-Tsao'yu yazmıştır. Yu Hsiung ise akupunktur yöntemi ile tedaviyi anlattığı tıbbın kanunu anlamına gelen Nei Ching'i kaleme almıştır.

Eski Çin'de hekimler şöyle sınıflandırılmıştı: Başhekim drog toplar ve diğer hekimleri denetlerdi; yiyecek ve içeceklerle tedavi edenler; basit hastalıklara bakanlar; yara tedavisi yapanlar ve veterinerler vardı. Simyagerler hayat iksirini aradılar. Şifalı bitkilerle tedavi eden çıplak ayaklı hekimlerin ovarak, tedavi











eden kör masörlerin ve akupunkturla tedavi yapanların gelenekleri bugün de devam etmektedir.

Çin'de hekimler hastayı sorgulama, nabız yoklama, sesini ve bedenini gözleme ve bazı durumlarda hasta bölgeleri yoklama yoluyla hastalığı teşhise çalışırdı. Bir erkeğin bir kadını muayenesi kötü kabul edildiğinden, özel olarak yaptırılan seramik, kemik ve tahta bebekler üzerinde kadın hastanın rahatsız olduğu bölge işaret edilirdi. Hastanın sosyal ve iktisadi durumu, iştahı, rüyaları da teşhise yardımcı olurdu.





Akantamoba Keratit

Kontakt lens takan kişilerde akantamoba göz enfeksiyonları nadirdir ama ciddidir ve sıklıkla lenslere uygunsuz dokunma ve kötü hijyenden dolayı başlarlar.

Kontakt lens takan kişilerde akantamoba göz enfeksiyonları nadirdir ama ciddidir ve sıklıkla lenslere uygunsuz dokunma ve kötü hijyenden dolayı başlarlar.

Akantamoba keratitten kaçınmak için kontakt lest takan kişiler hem üreticilerin hem de göz doktorlarının kullanma ve temizlik talimatlarını çok dikkatli uygulamalıdırlar. Uygun lens bakımı, akantamobadan kaynaklananlar dahil bütün kontakt lenslerle ilişkili göz enfeksiyonlarının riskini büyük ölçüde azaltır.

Önlemek her zaman en iyi yaklaşımdır çünkü akantamoba keratitin tedavisi hat safhada zor olabilir; aslında, bazen bu enfeksiyonlar ciddi bir cerrahi işlem olan kornea nakli gerektirebilir.

Nedir?

Akantamoba doğal olarak meydana gelen, musluk suyu, kuyu suyu, jakuzi, toprak ve kanalizasyon sistemlerinde bulunan amiplerdir (küçük bir hücreli canlılardır).

Bu küçük parazitler gözü enfekte ederse akantamoba keratit meydana gelir. Bu durum ilk olarak 1973 yılında teşhis edilir, vakaların yaklaşık %90'ı kontakt lens kullanan kişilerdir.

Sebepleri

Akantamoba keratit bulaşma riskini artıran etmenler ve etkinlikler arasında kontakt lenslerdeki mikroplu musluk veya kuyu suyu kullanmak, kontakt lensleri saklamak ve temizlemek için ev yapımı çözümler kullanmak, jakuzide kontakt lens takmak, lens takarken yüzmek veya duş almak bulunur.

Kirli bir lens de akantamoba enfeksiyon kaynağıdır.

Ek olarak, bazı bilim insanları sudaki dezenfektanlar gibi kanserojen (potansiyel olarak kansere neden olan) ürünleri azaltmayı hedefleyen düzenlemelerin istemeden, su kaynaklarında akantamoba bulma ihtimalinin artması gibi mikrobik riskleri artırmış olabileceğini ileri sürüyorlar.

Başka araştırmacılar kontakt lensle bağlantılı göz enfeksiyonlarını daha etkisiz kontakt lens temizleme ve dezenfeksiyonuyla sonuçlanabilecek "ovuşturma olmayan" lens bakım sistemleriyle ilişkilendiriyorlar.

Ama artışın sebebi ne olursa olsun, akantamoba kolayca öldürülebilir, özellikle temizleme sırasında lens yüzeyi ovulursa. Sonunda, iyi bir kontakt lens hijyeni akantamoba keratiti önlemek için en iyi yoldur.

Belirtiler

Akantamoba keratit belirtileri arasında kontakt lenslerinizi çıkardıktan sonra göz kızarıklığı ve göz ağrısının yanı sıra yırtılma, ışığa duyarlılık, bulanık görüş ve gözünüzde bir şey varmış hissi bulunur.

Bu tür belirtiler olduğunda her zaman göz doktorunuzla irtibata geçmelisiniz. Ama akantamoba keratitin başta teşhis edilmesinin doktorunuz için genelde zor olduğunu aklınızda bulundurun çünkü belirtileri pembe göz belirtilerine ve başka göz enfeksiyonlarına benzerdir.

Keratit teşhisi genelde o durum başka antibiyotikleri kontrol etmek için kullanılan antibiyotiklere dirençli olduğu tespit edilir edilmez konulur. Kornea dokunuzda halka benzeri ülserleşme de meydana gelebilir. Ne yazık ki, akantamoba hemen tedavi edilmezse kalıcı görme kaybına neden olabilir veya görme kaybını iyileştirmek için kornea nakli gerekebilir.

Önleme

Bu görüşü tehdit eden hastalığı, aslında her türlü kontakt lens ilişkili göz enfeksiyonunu kapma riskinizi büyük ölçüde azaltmak için birçok kolay yol vardır:

1. Göz doktorunuzun kontakt lens bakımına dair önerilerini takip edin. Sadece onun önerdiği ürünleri kullanın.
2. Asla kontakt lenslerinizle musluk suyu kullanmayın. Lenslerinizi takarken yüzmeyin, duş almayın veya jakuzi kullanmayın. Yüzerken lenslerinizi takmaya karar verirseniz hava geçirmez deniz gözlükleri takın ve ardından lensleri hemen atın.
3. Lenslerinizi her gece temiz dezenfektan solüsyonuna koyduğunuzdan emin olun. Dezenfeksiyon için hedeflenen ıslatma solüsyonu veya salin solüsyon kullanmayın.
4. Lensleri kullanmadan önce her zaman ellerinizi yıkayın.



5. Günlük değiştirilen kullan at kontakt lenslerden takıyorsanız çıkarmanızın üstüne kontakt lenslerinizi çok amaçlı bir solüsyonun buharında, "ovuşturma olmayan" bir solüsyon kullansanız bile ovuşturarak ve onları, taze (takviye edilmiş değil) çok amaçlı veya dezenfekte solüsyonuyla dolu temiz bir kapta saklayarak her zaman temizleyin.

Kontakt lensinizin bakımı

Temizlik ve uygun bakım kontakt lens kaplarında eşit ölçüde önemlidir.

Birçok göz doktoru kontakt lens kabınızı sıcak musluk suyuyla durulamanızı ve kullanılmadığında kurumaya bırakılmasını önerir.

Akantamobanın musluk suyunda olabileceğini belirten başka doktorlar kontakt lens kabınızı durulamak ve temizlemek için sadece kontakt lens temizleme solüsyonu (veya çok amaçlı solüsyon) kullanmanız gerektiğini söylerler. Bu önemli konuda göz doktorunuzun tavsiyesini isteyin.

Kontakt lensi kurumaya bıraktığınızda araştırma gösteriyor ki kap düşük nemli bir alana (örneğin banyonuza değil yatak odasına) ters konulursa daha az kirlilik riski vardır.

Fazladan bir önlem olarak, boş kontakt lens kabınızı haftada bir, birkaç dakikalığına kaynar suya batırarak sterilize edebilirsiniz.

Birçok doktor da kirlenmeyi önlemeye yardımcı olmak için lens kabınızı her üç ayda bir atıp yenilemeniz gerektiğini söylerler.

Yine, önlem akantamoba keratite karşı en iyi savunmadır. Kontakt lens kullanımı ve bakımı sırasında her zaman iyi hijyen kullanın. Bir enfeksiyonu işaret edebilecek olağandışı göz belirtileri fark ederseniz hemen doktorunuza danışın.

HOBİLERİMİZ

Pul ve Pulculuk

Filateli Nedir?

Posta pulları, dünyada ilk kez 06 Mayıs 1840 tarihinde İngiltere'de kullanılmıştır. Ülkemizde ise 13 Ocak 1863 tarihinde kullanılmaya başlamıştır. Posta pulları aynı zamanda koleksiyon amacıyla da kullanılmaktadır.

Posta pulları bir ülkenin kültürel, politik, turistik ve ekonomik propagandasını yapar. Bayrak gibi toprak gibi bağımsızlık sembolüdür. Posta pulları ve bununla ilgili İlk Gün Zarfı, Özel Gün Damgası, Posta Kartı ve benzeri maddeleri biriktirmeye FİLATELİ (Pulculuk), bu işi yapan kişiye de FİLATELİST denir.

Pul Nedir?

Pul, önyüzünde çeşitli resim, şekil veya motifler basılmış, arka yüzüne özel bir zamk sürülmüş kare, dikdörtgen, üçgen, altıgen, yuvarlak, simetrik ve asimetrik veya benzeri şekillerde hazırlanmış, çeşitli büyüklüklerde olabilen, değerli bir kağıttır.

Pulun ön yüzünde, ait olduğu ülkenin adı ve para birimine göre değeri yazılıdır. Bu değere 'Nominal Değer' denir. Bazı ülke pullarında, ülke adı ve pulun nominal değeri başka dil ve alfabede de yazılabilir.

Dünyada ilk pul İngiltere de basıldığı için yalnızca İngiliz pullarında devlet adı yazılı değildir.

Pullar,çeşitli büyüklükteki kağıtlara tabaka halinde değişik baskı yöntemleri ile basılır ve koparma kolaylığı bakımından özel zımba cihazı ile perfore edilirler. İlk pullar tabakalardan makasla kesilerek ayrılırdı ve arkaları zamklı değildi.




POSTES
OTTOMANES
ANDRINOPLE
10
PARAS


BHUTAN 1CH
BHUTAN 2CH
BHUTAN 3CH
BHUTAN 4CH
BHUTAN 5CH
BHUTAN 10CH
BHUTAN 30CH
Walt Disney's THE JUNGLE BOOK



Hangi moda hangi yılda geldi

1920’lerden 1990’lara trend yolculuğu



Haute couture'ün merkezi şimdi olduğu gibi Paris'ti. 20'lerin en belirgin özelliği, Paris kültürünün yansıması olan şık ve zarif kıyafetlerdi. Payetler, kürkler, şaşaalı detaylar; püsküllü elbiseler, dalgalı saçlar, uzun eldivenler feminen tarzı yansıtıyordu.



2014-2015 sonbahar-kış sezonundan söz ederken 50'leri, 60'ları, 80'leri anıyoruz sürekli. Geçmişin izleri hâlâ üzerimizde. Biz de o yılllara geri dönelim dedik ve 1920'lere kadar uzanan bir moda yolculuğuna çıktık. Bakın hangi trend hangi yıldan bugüne gelmiş…

1920 Korse gitti, rahatlık geldi

1920'ler modada yeni ve modern bir dönemin başlangıcı oldu. Kadınlar daha özgür, rahat kıyafetleri keşfetti. Bazı kalıplar yıkıldı, özellikle gençler çağdaş ve spor tarzları denemeye başladı.

1. Dünya Savaşı sonrasında kadınların giyim tarzı da bağımsızlık hareketinden etkilendi. Lüle lüle saçlar yerini kısa ve rahat kesimlere bıraktı. Fırfırlar gitti, yerine sadelik ve rahatlık geldi.

Düşük belli dökümlü giysiler, eteklerde saçak, boncuk, payet ve volan 20'lerin trendleriydi.

Çarliston elbiseler, tüvit kıyafetler de modaya bu yıllarda girdi. Jarse kumaşlar, bej ve koyu lacivert renkleri modaydı.

1925'te kadınlar dizin biraz altına kadar inen pilili eteklere büyük ilgi gösterdi. 1928'de vücuda oturan kıyafetler moda oldu.

Haute couture'ün merkezi şimdi olduğu gibi Paris'ti. 20'lerin en belirgin özelliği, Paris kültürünün yansıması olan şık ve zarif kıyafetlerdi. Payetler, kürkler, şaşaalı detaylar; püsküllü elbiseler, dalgalı saçlar, uzun eldivenler feminen tarzı yansıtıyordu.

Korse, yerini daha hafif ve seksi iç çamaşırlarına bıraktı.

Coco Chanel'den küçük siyah elbise

Modanın unutulmaz ismi Coco Chanel, korseyi reddeden ve pantolon giyen ilk kadınlardan biri oldu. Chanel, özgürlükçü tasarımlarıyla 1920'lerde devrim yarattı ve 20. yüzyıl modasına damgasını vurdu. 1925'te unutulmaz takımlar, vücuda oturan etek ve ceketler, o zaman için devrim niteliğindeydi. 1926'da "küçük siyah elbise"



koleksiyonuyla çığır açtı.

1930-1945 Sırt dekoltesi, uzun eldiven

2. Dünya Savaşı sonrasında modaya sert çizgiler hâkim oldu. Abartılı vatkalar, kelebek kollar döneme damgasını vurdu.

Bu dönemde yaşanan büyük ekonomik buhran, modayı da etkiledi. Hazır giyime rağbet azaldı, kadınlar dikiş dikmeye başladı; kıyafetler onarılıp tekrar tekrar giyiliyordu. 1920'lerin özgür ve çağdaş havası da yerini muhafazakârlığa bıraktı. Etek boyları bileğe kadar uzadı, salaş ve erkeksi tarzın yerini kadınsı çizgiler aldı.

30'ların sonuna doğru boyundan bağlı gece elbiseleriyle sırt dekoltesi öne çıktı. 1933'te geniş omuz ve ince bel modaydı. Verev kesimli elbiseler feminen tarzı simgeliyordu.

Moda dünyası 1930'da Schiaparelli sayesinde kadın kıyafetlerinde fermuarla tanıştı.

Eldivenler o dönemin en önemli aksesuarıydı. Gece elbiseleri uzun eldivenlerle tamamlanıyordu. Günlük kıyafetlere ise deri ya da kumaş kısa eldivenler eşlik ediyordu.

Kadınlar gece-gündüz kürk giyiyordu.

Ayakkabıda ise parmakları ve topukları açıkta bırakan modeller, apartman topuklar, bilekten bağlı ve tokalı modeller modaydı.

Çantada boncuklu tasarımlar popülerdi. 30'ların sonlarında deri kullanılmaya başlandı.

1945-1960 Kalem etek

Kıvrımları ortaya çıkaran klasik kum saati kesimi moda dünyasına bu yıllarda girdi.

50'li yıllar kadın bedeninin gerçek anlamda özgürleştiği dönemdi. Kıvrımları ortaya çıkaran kesimler, kadınsı dokunuşlar modaya damgasını vurdu. Düz kesimli, dar kalıplı elbiseler bel kıvrımına vurgu yaptı. Kıyafetleri inci, eldiven gibi feminen aksesuarlar tamamladı.



50'lerde orta yaşlı kadınlar daracık kalem etekleri tercih ederken, genç kızlar uçuşan kloş eteklerle özgürce hareket ediyordu.

"Cigarette" olarak adlandırılan dar pantolonlar, kısacık dar ceketler modaydı. Seksi gecelik "baby doll" tarzı bluzların altına mini etek giyiliyordu.

Brigitte Bardot stili sarı saçlar gözdeydi.

Büyük çantalar 50'lerde popülerdi. Grace Kelly'nin kocaman Hermes'iyle karnını gizlemesi, o yıllardan itibaren büyük çantalara ilgiyi artırdı.

Kabarık balon etekler Audrey Hepburn sayesinde 50'lerin şık ve klasik parçaları arasına girdi.

Audrey Hepburn'ün kapri pantolonu

Audrey Hepburn'ün sinemaya girmesiyle modada yeni tarzlar öne çıktı. Hepburn, biniciler için tasarlanan kapri pantolonu filmlerinde giymekle kalmayıp günlük hayata da taşıyarak devrim yarattı. Kaprinin üzerine giydiği gömleğin düğmelerini göğüs hizasına kadar açtı. İnce, uzun boynunu pembe fularla sardı. Saçlarını kısacık, kahküllü kestirdi. Hanımefendi ifadesini ele avuca sığmaz çocuk görüntüsüyle birleştirip özgür kadının sembolü oldu. Hepburn, 1950'li yıllarda kadınların idolü haline geldi ve moda tarihine geçti. Dünyanın gelmiş geçmiş en zarif giyinen kadınlarından biriydi.

1960 Hippi tarzı, mini etekler

Amerika Başkanı'nın eşi Jackie Kennedy'nin "first lady stili" tarihe kazındı. Moda ilk kez elit kesimin hâkimiyetinden çıktı.

Mary Quant tarafından tasarlanan mini etek "sokak tarzı" olarak hayatımıza girdi.

Jackie Kennedy sayesinde French manikür ve peçeli şapkalar moda oldu.

Hippi gençliğin etkisiyle "hippie look" bu dönemin moda akımı oldu: Üst üste takılan kolyeler, bol paçalar, saç bantları, batik ve şal desenleri, jean pantolonlar, çiçek desenleri…

Hippi tarzın tersine, vücut kıvrımlarını öne çıkaran elegan tarz da modaydı.

Maksi ve mini etek boyu modanın yeni konseptleriydi. Maksi pantolonlar mini eteklerle birleşti ve yeni bir tarz ortaya çıktı.

60'ların belirgin özelliklerinden biri de "canlı" elbiselerdi. Puanlı ve çizgili baskılardan oluşan bu giysiler pop-art stilinden ilham alıyordu. Yves Saint Laurent, "trapez line" adındaki, göğüsten aşağı bollaşan elbiseleri modaya kazandırdı.

Unisex tarz, 60'larda kendini iyice hissettirdi.

Pançolar, mokasenler, uzun madalyon kolyeler, küt burunlu botlar, zincir kemerler, puantiye desenler dönemin trendleriydi.

Hanım hanımcık tarz, 60'ların en önemli moda akımıydı. Yumurta topuklar, zarif kıyafetleri tamamlıyordu.

1970 Kısa şort, İspanyol paça, disko tarzı

70'ler, moda tarihinin en parlak ve çarpıcı dönemlerinden biriydi. Punk, disko, yuppie tarzları o dönemin devrim niteliğinde moda akımlarıydı.

O yılların trendi iddialı, genç ve modern çizgilerdi: Kısacık dar şortlar, apartman topuklu ayakkabılar, kolsuz atletler, kısa üstler, boyundan bağlı maxi elbiseler, uzun soket çoraplar, desenli pantolonlar, ince kemerler, İspanyol paçalı pantolonlar, yumurta topuklu botlar…

Elbiselerde akıcı kesimler ve biçimsiz çizgiler öne çıktı. 1970'lerin sonlarına doğru disko tarzı parladı. Parlak taytlar ve elbiseler, saç bantları, rengârenk spor ayakkabıları, göz alıcı kıyafetler disko tarzını yansıtıyordu.

Punk grupları modaya da yön vermeye başladı. Yırtık jean'ler, tişörtler, iddialı kısa saçlar, deri ceketler punk tarzının simgeleriydi.

Bol paçalı pantolonlar, yüksek belli kesimler bu dönemin trendleri arasındaydı.

1980 Pilot gözlüğü, vatka, Madonna

Markalar bu dönemde büyük önem kazandı, Ralph Lauren ve Calvin Klein önde gelen isimlerdi.

Flashdance filmi, sweatshirt'ün moda olmasını sağladı. Aerobik, egzersiz ve dans içerikli televizyon dizileri ve filmler, modayı da etkiledi. Tozluk gibi, profesyonel dansçıların giysileri sokağa indi.

Michael Jackson'ın rekorlar kıran albümü Thriller, modaya ilham verdi. Kırmızı-siyah deri pantolon ve ceket, eldiven, güneş gözlüğü ve büklüm büklüm saçlarla Michael Jackson taklidi gençler ortalığı sardı.

80'lerin sonuna doğru, II. Dünya Savaşı'nda pilotların giydiğine benzeyen kahverengi havacı ceketleri ve havacı tarzı güneş gözlükleri yeniden moda oldu.

Madonna, müziği ve giyim tarzı ile 80'lerde tüm dünyaya örnek oldu. Genç kadınlar onun "sokak çocuğu" stilini taklit etti: Tozluk üzerine kısa etek, gerdanlıklar, plastik bilezikler, balık ağı eldivenler, saç bantları, dipleri koyu uçları açık renk dağınık saçlar, dantel kurdeleler….

Kısa, dar, likra ve deri mini etekler, boru şeklinde elbiseler, bolero tarzı ceketlerle beraber giyildi.

Siyah o dönemin moda rengiydi. G Dış giyimde kullanılan iç çamaşırları trendidiy. G Converse ve Air Jordan basketbol ayakkabıları 80'lerde moda oldu. G Asitle yıkanmış kotlar, deri ceketler yine o dönemin modasıydı.

1990 Likralı tayt, jean, siyah

1990'lar modası deyince jean ve tişörtler, kısacısı rahatlık ve cool tarzlar akla gelir.

90'larda moda trendleri birbiri ardına rüzgâr gibi geçti gitti. Önce grunge akımı (salaşlık), sonra minimalist şıklık moda oldu. 2000 yılına doğru ise abartılı teatral görünüm ile minimalizm kapıştı.

Amerikan modası 90'ların baskın akımlarından biriydi. Floresan ve neon tonlarındaki kıyafetler 80'leri aratmadı. Mavi, yeşil, turuncu, pembe renkler kıyafetlerde ve aksesuvarlarda göze çarpıyordu.

Likralı taytlar, daracık deri etekler, mini elbiseler, payetli ve dantelli kokteyl elbiseleri 90'ların vazgeçilmez parçalarıydı.

Kolej modası özellikle gençler arasında yaygındı. Pilili etekler, uzun soket çoraplarla tamamlanıyordu.

Jean, sadece günlük spor giysi olmaktan çıkıp gece de giyilen şık bir kıyafet olarak kabul gördü.

Siyah ve koyu renkler, 90'ların sonuna doğru çok popüler oldu. Baştan aşağıya siyah giyinmek isyankâr gençliği simgeliyordu.

Colour your day

with easily changeable temples
and various colour options
more colourful days



ben.x®
MEMORY EYEWEAR

SİZİN KALEMİNİZDEN

Metin TURANLI / Optisyen / metinturanli@mynet.com



Esra Beni Eversene...



Bazen insana rahat battığı olur.

Aynen benim gibi.

İki dükkan neyine yetmiyor be adam? Ne bakarsın çoluk, çocuğun lafına? Sanki başka bir piyasaymış gibi sen tut, iki sokak ötede üçüncü dükkanı aç. Sonra da kara kara düşün. Eleman, kira, diploma, elektrik, vergi falan derken kafayı yemek üzereyim. Ne diye öylesine hırsa kapıldım bilmem. Ama saf adamız abicim. Kolay dolduruşa geliyorum. Bunu hissetmiş olacak ki, 1 haftadır oğlan gözüme görünmüyor.

Gerçi işlerin böyle bıçak gibi kesileceğini o da bilemezdi. İş olmadığında da gelen müşteriler de bir cins mi oluyor ne?

Reklamlardan görüyorlar herhal, cebine 50 lira koyan gelip güneş gözlüğü istiyor. 100-150 lirası olansa Rayban dan başka bir şeye tenezzül etmiyor.

Tam böyle işsizlikle ilgili çareler ararken,canımın sıkıntısını bekarlığıma veren bilgisayarcı Erol, "hadi seni evlendirelim "dedi. Bak işler nasıl açılır?

Güldüm geçtim. Akşamında da Keyf-i Ala'da evlilik programı seyreden Sedo ile Murat hoca'nın dilindeyim.

"Evlensene oğlum sen! Katıl şu evlilik programlarına. İzleyelim bizde. Senden kralını mı bulacak bu programlar?

Boysa boy! Kariyer desen kralı var. Mal, mülk te yerinde. Ben senin yerinde olsam var ya, 5 dakika düşünürsem şerefsizim."

Akşam eve geldiğim de düşünüyorum. " Amann, başıma iş mi açacam ya!..."

Öte yandan, "neden olmasın? " diyorum.

-İşler bozuk. Artık ciddi bir hamle yapmam lazım. Reklam yapabilecek gücüm yok. Dükkanın birini kapatsam, o da çare değil.

Dost var, düşman var.

Yeteneklerimi ölçüyorum. Hiç bir becerim yok. Benden bir cacık olmaz.

Bu evlilik programı ile ...

-Yok canım.El alemi kendimize güldürmeyelim.

"Ne ilgisi var abicim diyorum" kendi kendime.

-54 yaşındayım. Üç dükkanım var. En iyi bildiğim konu gözlük. Eee, tezgahtar adamız, icabında. İyi-kötü ağzımızda laf yapar. Habire



gözlük mevzusu açıp, sözü Burçak optiğe getirmekte var. Bundan iyi reklam mı olur? Hem bakarsın, hakkaten zengin birini bulurum.

-Ama oğlum var. Burçak kabul etmez böyle bir şeyi.

-Burçak mı kabul etmeyecek? Sen ona paranın ucunu göster yeter. Bir dükkanda ona aç.Rızası önemli. Yoksa telefon açıp, bizi rezil etmesin orda.

Sabaha kadar bu şekilde düşünüp durdum. Ertesi gün ilk iş telefonla programı aradım. Bir hafta içinde de Esra Erol'un karşısındaydım.

Harun Çekikgöz, 54 yaşında. Üç dükkan, Bir tarla, Dört ev, İki araba sahibi, 22 yaşında erkek cocuğu var. Sevgi ve saygıya dayalı, dostluğa önem veren, zevk sahibi, kendi ayakları üzerinde durabilen 25 ile 65 yaş arası bir bayanla evlenmek istiyor diye takdim edildim.

-Bu yaş aralığı niye bu kadar geniş? Diye sordu Esra hanım.

-Ben her yaşla anlaşabilen bir yapıya sahibim gibi bir şey söyledim.

Tabii, asıl derdim, zengin ve yaşlı biri ile mantık evliliği. Olur ya, genç ve güzel birini de yakalarsam en azından bir aşk evliliği yaparım diye düşünüyorum. Biri olmazsa, diğeri..

Bir sürü talibim çıktı. Ama kolay kolay beğenmemeye çalışıyorum. Ne kadar gündemde kalırsam o kadar iyi. Beraber çay içtiğimiz kadınların hesabı yok. Bir haftalık- On beş günlük flört lerimiz de oluyor. Her flörtte benden hediye bir gözlük te karşı tarafa gidiyor. Ama olsun. İlk başlarda ki utangaçlığım da kalmadı. Bütün bunlara katlanmama sebep olan dükkanlarda iş patlaması oldu.

Her gün tv'deyim. Ben haftanın 5 günü İstanbul stüdyolarındayım. işler bir açıldı, sormayın. Yeni elemanlar aldık. Müşterilerimizden telefon açıp akıl verenler var.

— O Almacı kadın sana yaramaz Harun bey evladım. Sen o Ankaralıya bir şansa daha ver.

— Harun abi, ya seni çok seviyoruz. Bak şimdi dükkandayız. O muhasebeci ablayı sana çok yakıştırdık.

–Harun bey, bizi hatırlarsınız. Geçen sene çiçekli bir gözlük almıştık ya… Annem diyor ki, o Azeri, kadından size hayır gelmez. Onun gözü yükseklerde. Orada oturan o dahiliyeci doktor kadın çok hanım hanımcık…

Ben de böyle bir şey bekliyorum ama, gelmiyor ki. Bir tane bile göz doktoru bir kadın katılmadı ki, kapalım hemen. Üstte muayene, altta dükkan. Ondan sonra istediği kadar Optometri gelsin. Vazgeçtim göz doktorundan eczacı bilem yok. En azından güç birliği yapardık..

7,5 aydır tv'de görünüyorum. Artık kendi çapında şöhretli sayılırım. Dükkanın yolunu unuttum. İtiraf edeyim. Artık dükkan mükkanda pek umurumda değil. Gittiğimde de çabuk sıkılıyorum. O spotları, o ortamı özlüyorum. Bir iki reklam filminde oynadım. Evlilik programlarını konu alan "Kızım seni Ali'ye vereyim mi? " diye yeni bir diziden teklif aldım.

Evliliği de unuttum.

Bu tür programlara çıkmayı ayıp ve alçaltıcı bir şey olarak gören ben için şimdi hayat sahne, spotlar, alkışlar, polemikler den ibaret.

Nasıl? Beni mi çağırıyorlar? Geldim! Geldim!

Sahne 4! Motor!

BAŞLA!

Dr. Hüseyin ÇIRPAN / Eflatun Eğitim, Danışmanlık ve Koçluk



Zemindeki Parfüm



Bu yazımda, okuduğum bir kitapta beni çok etkileyen bir anekdotu paylaşmak istiyorum. Konu, Estée Lauder'in 1960'lı yıllarda Paris'te Galeries Lafayette mağaza raflarına nasıl girdiğiyle ilgili.

Önce firma hakkında kısa bir bilgi: 1994 yılında Estée Lauder kurucusu olduğu firmadan emekli olduğunda, firma Amerika'nın büyük mağazalarının kozmetik bölümlerinin %45'ini kontrol eden, 118 ülkede 10 binden fazla çalışanı olan yıllık cirosu 4 milyar dolar olan bir imparatorlukmuş. New York City'de doğan bir kadın için görkemli bir yolculuk... 1948'de Saks Fifth Avenue mağazasında ilk reyonunu açıncaya kadar, Estée Lauder'in New York City mağaza yöneticilerinin peşinde, avı peşinde koşan bir avcı gibi olduğunu yazmış Time Dergisi. Bu arada Estée Lauder'ın, 1998 yılında 20. Yüzyılın en etkili 20 işletme dehası arasındaki tek kadın olduğu bilgisini de verelim.

Şirket zaman içinde büyüyünce, Amerika dışına çıkmaya karar vermiş ve 1960 yılında Londra'nın meşhur mağazası olan Harrods'ta ilk reyonunu açmayı başarmış. Bir mülakatında, "Londra'nın en iyi mağazasıyla başlarsam, diğer bütün büyük mağazalar arkasından gelir." demiş.

Onun böyle düşünmesine karşılık Paris'te işler hiçte umduğu gibi gitmemiş. Paris'in en prestijli mağazası olan Galeries Lafayette'nin kozmetik satınalma yöneticileri küçümsemişler kulağa, kurgulanmış Fransız gibi gelen isme sahip Amerikalı iş kadınını. Hatta onunla görüşmeyi bile kabul etmemişler.

Israrlı görüşme taleplerine olumsuz karşılıklar gelmesi üzerine Lauder, kendisinin bir şeyler yapması gerektiğini düşünmüş ve benim çok etkilendiğim hareketi yapmış:

Galeries Lafayette'in parfüm bölümüne gitmiş,



şirketinin en başarılı parfümü olan Youth Dew şişenin kapağını açmış ve halının üzerine boca etmiş.

Harvard Business School Profesörlerinden olan Nancy Koehn, Brand New kitabında sonrasını şöyle anlatıyor:

İki gün boyunca, Galeries Lafayette çalışanları defalarca müşteriler tarafından bu kokuyu nereden alabilecekleri sorusuna muhatap olmuşlar. Bu konuşmaların bir kısmını mağazanın kozmetik satın alma yetkilisi de şahit olmuş ve kadınların Youth Dew hevesinden çok etkilenmiş. Bir kaç hafta içerisinde Estée Lauder, Galeries Lafayette'de ilk reyonunu açmış.

Böyle bir durumda ben ne yapardım diye düşünmeden edemiyorum. Çok ilham verici sıra dışı bir davranış. Lauder'i bu kadar etkili kılan da bu ve bunun gibi seçimleri olsa gerek.

Hepimiz, şirketimizin geleceğini böylesine etkiyebilecek seçim anlarıyla karşı karşıyayız sürekli olarak. Estée Lauder'ın parfümünün halıda bıraktığı kokunun kalıcılığı bir kaç gün ve sadece yüzlerce kişiyi etkilemiş olmasına rağmen, şirketinin geleceğini dönüştürmesine yetmiş.

Peki, birey olarak kendimizin veya şirketimizin arkada nasıl bir koku bıraktığına ve bu kokunun diğerleri ve müşterilerimizle ilişkimizi nasıl etkilediğine baktığımızda ne görüyoruz?

Heybemize attığımıza dikkat edelim: arkamızda bıraktığımız "koku" bize destek de olabilir, canımızı acıtabilir de...

(Kaynak: G. Jaagar ve J. Ericson, See New Now, 2009.)

Doç. Dr. O. Murat UYAR / Göz Hastalıkları ve Cerrahisi Uzmanı, FEBO, FICO



Muayenesiz kontakt lens, alerjik göz nezlesi etkenlerinden biri

129 ülkeden 18000 göz doktorunun katıldığı Dünya Oftalmoloji Kongresi için bir haftalığına Japonya'nın başkenti Tokyo'dayız.



Merkezi 12, çevresiyle 30 milyonluk bu metropol depremlere meydan okuyan gökdelenleri kadar, çok geniş yeşil alanları, doğal güzellikleri ile de oldukça dikkat çekiyor.

İlkbaharın coşturduğu kiraz ağaçları, çiçekler müthiş bir görsel şölen ile birlikte alerjen maddeleri de sunuyor. Japon insanının hem kendisine, hem de çevresine saygısı olağanüstü yüksek; yollarda tek bir çöp, tükürük v.b. olmadığı gibi solunum yolu hastalıklarını bulaştırmamak ve alerjik solunum yolu hastalıklarından korunmak için neredeyse 4-5 kişiden biri maske kullanıyor. Alerji deyince gözlerde de sulanma, kaşıntı, kızarıklık en önemli belirtiler… Bu konuda polenler kadar güneş ışığı da başlıca nedenler arasında… Öncelikle, polenlerin en yoğun olduğu sabah saatlerinde alerjik reaksiyonlar da tetikleniyor. Kapalı ortamları akşam saatlerinde havalandırmak, aktiviteleri bu saatlere kaydırmak, kenarları da korumalı güneş gözlüğü ve siperlikli şapka kullanmak ilk akla gelen önlemler.

Gözleri veya cildi kaşıdıkça hücrelerden



salınan histamin benzeri maddeler kaşıntıyı daha da arttırdığı için soğuk su ile yıkamak şişliği, kızarıklığı ve kaşıntıyı azaltmada çok daha mantıklı. Bunun dışında çeşitli kimyasal maddeler ya da tozlu ortam içeren iş yerlerinde iş sağlığı ve güvenliğine dair her türlü önlem de alınmalı.

Muayenesiz kontakt lens tehlikeli!

Çeşitli makyaj malzemeleri gibi, ezbere, muayenesiz kontakt lens kullanımı da alerjik göz nezlesi etkenlerinden biri. Aynı zamanda konu komşunun tavsiyesiyle bazen aile boyu kullanılan, özellikle kortizonlu göz damlaları da bazı şikayetleri geçirmesine rağmen, faydadan çok kalıcı zararlar verebiliyor. 1-2 haftayı geçen kullanımlarda göz tansiyonunu yükselterek geri dönüşü olmayan görme kayıplarına, katarakt yaparak ameliyatlara veya uçuk virüsünü tetikleyerek korneada lekelere neden olabilen bu damlalar, doktor kontrolü dışında asla kullanılmamalı.

Prof. Dr. Mikdat KADIOĞLU
İstanbul Teknik Üniversitesi Öğretim Üyesi



Cemreler düştü ama nereye?

Atalarımız "Cemre bizim keseye düşmüş" diyor. Doğru söze ne denir! Çok kurak ve sıcak bir günde, cemre düşse düşse susuzluk ve kıtlık olarak cüzdanımıza düşer

Cemre kor halindeki ateş anlamına geliyor. Diğer bir anlamı hac sırasında Mina Vadisi'nde atılan taşlardan meydana gelen yığın. Divan şairlerinin cemre zamanlarında baharın gelmesi dolayısıyla önemli kişilere yazdıkları övgü şiirleri de cemreviye olarak biliniyor. Meteorolojik bir olay olarak bilinen cemre ise takvimlerde ilkbahardan önce birer hafta arayla havaya (20 Şubat'ta), suya (27 Şubat'ta) ve toprağa (6 Mart'ta) düştüğüne inanılan ısıtıcı bir kuvvet veya ısı yükselmesi olarak tanımlanır.

Ahmet Özdemir'in "Folklor Penceresi" adlı kitabının "Folklorumuzda Meteoroloji" bölümünde yer alan Anadolu'daki cemre söylentileri şöyle: "Cemre gökte yaşayan yiğit bir delikanlıymış. Uzaktan gördüğü dünyaya karşı merak duymaya başlamış. Havaya düşmüş. Toprak ananın kızlarından birine âşık olmuş. Suya düşmüş, yıkanmış, temiz olduktan sonra toprağa düşmüş ve sevgilisine kavuşmuş..." Ayrıca "Üçüncü cemrenin düştüğü akşam, poyraz rüzgarı ile lodos rüzgarının kavga ettikleri sanılmakta. O gün ikindiden sonra, hangi rüzgar eserse o galip gelmiş sayılmakta. Poyraz fazla eserse kış mevsiminin uzayacağına, lodos fazla eserse bahar günlerinin çabuk geleceğine" inanılmakta.

Diğer bir deyişle, halk arasında cemrelerin düştüğü günlerde hava yağışlı olursa o yılın yağışlı ve bereketli bir yıl olacağına da inanılır. Atalarımıza göre, 6 Mart'taki üçüncü cemre yağışlı veya poyrazlı bir günde düşmüşse o yıl uzun bir kış olur. Şimdi düşünün bir bakalım, 20 ve 27 Şubat ile 6 Mart 2014'te sizin oralarda havalar nasıldı?

Sırası bilimle uyuşmuyor

Modern meteorolojide artık bu tür inanış ve takvim bilgilerine yer verilmiyor. Çünkü güneşli bir günden sonra ortaya çıkan yağmurlu ve soğuk bir günde "havaya cemrenin düşmesi" çok anlamsız oluyor. Takvimlere göre birinci cemre ile havalar ısınırmış! Soğuktan donarken havayı ısıtan "köz, kor, ateş"ten ortalıkta eser bile olmayabilir ya da bu yıl olduğu gibi cemre resmen düşmeden çok önce de havalar

ısınmış olabilir...

Bazen "Herhalde bu sefer cemre, başka bir yere düşmüştür!" diye düşünebilirsiniz. Çünkü kıştan bahara geçişler her yerde aynı anda olamaz. Denizlere ve fırtına yollarına yakınlık, bin bir çeşit yükselti, bitki örtüsü, eğim, dağların baktığı yönler ve hâkim rüzgar yönlerindeki farklılıklar ülkemizi yedi iklim zenginliğine kavuşturuyor. Böylece bir yer karla boğuşurken, başka bir yer bahara erer, bir başka bölge ise çoktan yaza girer. Ama farklı iklimlerdekilerin her birinin, kendine özgü bir rüzgarı, aynı yerde asırlardır yaşamanın verdiği bir tecrübe ile oluşmuş birer hava takvimi bulunur.

Bu takvimlere göre 27 Şubat'ta ikinci cemre suya düştü ve sular ısındı. Yine fırtına takvimine göre 6 Mart'ta da üçüncü cemre toprağa düştü ve toprak da ısınmış oldu. Fakat böyle sanıldığı ve cemrenin de açıkladığı gibi güneş ışınları atmosferimizi yani havayı doğrudan ısıtmaz: Yer yüzeyi güneş ışınlarını yutarak önce kendini sonra üzerindeki havayı ısıtır. Yani cemrelerin düşüş sırası modern bilimle uyuşmuyor.

Cemreleri ben de araştırdım

Haber3 adlı internet sitesine göre, "eskiden haber merkezinde gazetecilik mesleğine yeni başlayan acemi muhabir ile dalga geçmek için onu cemrenin düşme fotoğrafını çekmeye gönderirlermiş".

Ben de merak edip Meteoroloji Mühendisi Yasemin Yılmaz ile halkımızın dilinde cemre olarak adlandırılan sayılı günlerin gerçekten mevcut olup olmadığını Kandilli Rasathanesi'nde gözlenen 82 yıllık hava sıcaklığı gözlemlerini tekillik analiziyle inceleyerek araştırmıştım. Beklendiği gibi cemrelerin düştüğü dönemlerde belirgin bir sıcaklık artışı gözleniyor. Fakat cemre günlerinin arasındaki sıcaklıklarda önemli düşüşler de oluyor. Özellikle istatistiksel testler, toprağa düştüğü söylenen üçüncü cemrenin diğerlerine nazaran daha belirgin olduğunu gösteriyor.

Atalarımız "Cemre bizim keseye düşmüş" de diyor. Doğru söze ne denir! Çok kurak ve sıcak bir günde, cemre düşse düşse susuzluk ve kıtlık olarak cüzdanımıza düşer...

YOLNAME 3F

Yazı ve Fotoğraflar: Mustafa KÜRELİ
mkureli@gmail.com




"Konnichi wa"
Tokyo...
Bu yazı www.yolname.com dan alınmıştır.

YOLNAME

Uçağımız Kanto ovasına doğru alçalırken, uçakta yaklaşık 12 saati doldurmuştuk. İstanbul'a kuş uçuşu 8957 km. uzakta olan Tokyo'nun Narita havaalanına yaklaşırken aşağıda göz alabildiğine uzanan ve düzeni ile hayranlık uyandıran pirinç tarlalarını seyrediyoruz.

Efsaneye göre bir tanrıçanın göz yaşlarından oluşan Japon takım adaları, Asya'nın en doğu ucunda yer aldığından olsa gerek, dünyanın kenarına gelmişim gibi bir his kaplıyor içimi. Nedenini bilmiyorum ama baktığımız tüm haritalarda Japonya haritanın en kenarında değil mi?

Japonya denince aklımıza ilk gelen şeyler, elektronik eşyalar... Ufak tefek, çekik gözlü insanlar, Hiroşima ve Nagasaki'ye atılan atom bombalarıdır herhalde. Japonya bize hem çok uzak hem de çok yakın bir ülke. Bataklıklarla çevrili küçük bir köyden, bir balıkçı kasabasından New York, Paris, Londra gibi metropollerle rekabet edebilen turizm merkezine dönüşen başkent Tokyo'nun yakın tarihte yani XX. yüzyılda neredeyse iki kez yıkıldığını düşünürsek, Japon mucizesi sözünün ne kadar gerçek olduğunu daha iyi anlarız. 1923te yaşanan depremde şehir yerle bir olmuş ve 140 bin kişinin ölümüne neden olmuştu. Hiroşima ve Nagasaki'ye atılan ve İkinci Dünya Savaşı'nı bitiren atom bombaları ve 1992 yılındaki ekonomik kriz de derin izler bırakarak geçmişti.

İlk şaşkınlığı otel odamızdaki tuvalette yaşıyoruz. Klozet, adeta bir bilgisayar gibi. Tabii gülmemize neden oluyor. Havalandırması var, sıcak sulu yıkaması, yağmurlama sistemi var, kurutucusu var ve su basıncını ayarlaması gibi meziyetlere sahip.

Otelin on sekizinci katındayız. Şehri seyrediyorum, sanki her şey yeni ve tertemiz. Bir şehirde olması gereken her şey var. Daha sonradan anlıyorum ki Tokyo'da olmayan tek şey boş zaman! Herkes bir koşturmaca içinde. Öyle boş boş gezintiye çıkmış insan görmek oldukça zor. Durum böyle olunca da, kaldırım kafeleri ya da oturup gelen geçeni seyredebileceğiniz bir yer bulmak çok zor. Bazı caddelerin kenarına boya ile çizilerek ayrılmış üç-beş metrekarelik bölgelerin dışında caddelerde sigara içmek yasak. Sekiz-on kişinin bomboş





İlk şaşkınlığı otel odamızdaki tuvalette yaşıyoruz. Klozet, adeta bir bilgisayar gibi.

bir caddede boya ile ayrılmış küçücük bir yerde birlikte sigara içmeleri komik bir görüntü oluşturuyor.

Bildiğiniz gibi Japonya bir adalar ülkesi. 128 milyon insan 377 bin kilometre karelik bir alanda yaşıyor. Kuzeyden güneye yerleşimin çoğu Hokkaido, Honshu, Shikoku ve Kyushu isimli dört ana adada toplanmış. En kalabalık ada 13 milyon nüfuslu başkent Tokyo'nun da olduğu Honshu adası. Japonya'nın, bu dört ana adadan başka irili ufaklı 3 bin kadar daha adası var. Nüfus genelde adaların doğusuna yığılmış. Batı tarafları Asya anakarasından gelen soğuk rüzgârlara açık olduğu için tercih edilmemiş. Doğu tarafta olan düzlükler tarım ve yerleşim alanı olarak santim santim planlı olarak dağılmış.

Birçok kişi gibi biz de Japonya'yı gezmeye Başkent Tokyo'dan başlayacağız. Tokyo gezimizde hem Budist hem Şinto tapınaklarının yan yana bulunduğu Asakusa Tapınağını, Balık pazarı Tsukiji'yi, Ueno Parkını, Shibuya iş merkezini, Sansoji





tapınağını, İmperyal Palace'ı, Hanna Rikyu Bonzai bahçelerini, Rappongi eğlence merkezini ve tabiî ki Tokyo'nun en meşhur semti Ginza'yı gezeceğiz. Odaiba Adası'ndan körfeze ve Gökkuşağı Köprüsü'ne bakarak fotoğraflar çekeceğiz. Daha sonra da Fuji Yanardağına gidip Japonya gezimizi bu seferlik tamamlayacağız.

Japon sanatını ve tarihini anlamak için Tokyo Ulusal Müzesi'ne gideceğiz. Elektronikçilerin bulunduğu Akihabara'da Japonya'nın bütün dünyaya sattığı elektronik ürünleri göreceğiz. Tokyo'dan sonra Japonların 1964 yılından beri kullandıkları, "mermi- tren" anlamına gelen "Bullet-train-Shinkansen'e" binecek, bu modern ve süper hızlı trenle saatte 300 kilometrelik bir süratle güneydeki Hakone bölgesinde bulunan Ashi Gölü'ne yolculuk yapacağız. Japonların duydukları saygı nedeniyle adını "Fuji-san" koydukları Fuji Dağı'na gidecek, Ashi gölünde bir tekne turu yaparken Fuji-san'ın fotoğraflarını çekeceğiz.

Tokyo'da birçok zıtlığı bir arada görmek mümkün. Devasa gökdelenlerin arasında yürürken karşınıza çıkan kimonolu bir kadın, son teknolojinin ürettiği elektronik aygıtların satıldığı mağazaların arasına sıkışmış küçücük bir tapınak, yerin beş kat altına yapılmış, 18 ayrı tren hattının kesiştiği istasyonun dibinde meditasyon yapan Zen rahipleri. Tokyo'da; modern ile gelenekselin, yeni ile eskinin, büyük ile küçüğün, hızlı ile yavaşın, sert ile yumuşağın, kargaşa ile düzenin bir arada ve uyum içinde birlikte olabildiği bir doğal sistem var sanki.

Tokyo için söylenebilecek ilk söz, dinamik bir şehir olduğu. 24 saat yaşayan, hiç mola vermeyen, kendisi de adeta organik bir canlı olan ve sürekli devinen bir şehir. İnsana, bisiklete biniyormuş hissi yaşatan, pedal basmayı bıraktığınız anda düşeceğinizi düşündüren, hissettiren bir şehir.

Tokyo size ilk başta süpersonik yüzünü gösterse de, bir süre sonra

zıtların uyumlu beraberliği farklı alternatifler sunuyor. Bir süre sonra şehrin dinamik vitrininin arkasında dingin ve huzurlu başka bir dünyanın da varlığını keşfediyorsunuz. Belki de birbirine zıt ama birbirini tamamlayan dünyalar, son günlerin moda deyimiyle, paralel evrende ve farklı hızlarda akmaktadır. Tokyo'nun en büyük avantajı ise bu farklı dünyaların birbiriyle dost olması ve size bu dünyalar arasında istediğiniz gibi geçiş imkânı tanımasıdır.

Tokyo'da size bu duyguyu yaşatacak o kadar çok yer ve seçenek vardır ki... Bir toplantıdan diğerine, bir gökdelenden öbürüne koşarken 15 dakikalığına sığınabileceğiniz küçük bir tapınağın Zen bahçesinde dünyanızı değiştirebilirsiniz. Bir anda kendinizi zamanın vites düşürdüğü, havanın hafiflediği, küçük tansiyonunuzun düştüğü bir ortamda



bulabilirsiniz.

Tokyo'da bir merkezden söz edeceksek, bu merkez kesinlikle İmparatorluk sarayıdır herhalde. Halen imparatorluk ailesinin yaşadığı saraya halk yılda sadece 2 Ocak ve 23 Aralık günleri olmak üzere iki gün girebiliyor. Binlerce Japon saygılarını sunmaya geliyor. Sadece

Tokyo için söylenebilecek ilk söz, dinamik bir şehir olduğu. 24 saat yaşayan, hiç mola vermeyen, kendisi de adeta organik bir canlı olan ve sürekli devinen bir şehir.





sarayın doğu bahçesi halka açık. Harika ağaçlar ve çiçeklerle süslü bahçede, el sanatları galerisi, Bilim müzesinin yanı sıra bir de dövüş sanatları salonu Nippon Budokan var.

Şehir merkezindeki nüfusu ile 12 milyonu aşan, her gün merkeze gelip giden civar nüfusuyla da 30 milyonu geçen bu devasa metropol, yüzölçümü olarak İstanbul'dan daha küçük. Arazi son derece kıymetli ve pahalı! Şehir, her anlamda üst üste yaşıyor. Binalar üst üste, yollar üst üste, kent üç boyutta hatta yeraltını da sayarsak dört boyutta katlanıp büyüyor.

Tokyo'yu tarihi dokunun korunduğu bir Avrupa şehri gibi düşünmemek lazım. Tokyo; coğrafi ve diğer engeller nedeniyle estetiğin tamamen göz ardı edilip her şeyin kolay ve kullanılır olmasına feda edilmiş. Şehir içinde birbirinin üstünden geçen dört katlı yollar yapılmış. Öyle ki, onuncu katta bir ev kiralayıp balkonuna çıktığınızda mehtap yerine üstünüze hızla gelen bir otomobilin farlarını görebilirsiniz.

Tokyo'nun diğer ünlü şehirler gibi belirgin bir silueti yok. Sürekli bir inşaat faaliyetinin sürdüğünü hatırlatan vinçler var. Yapılan binaların çevreyle uyum diye bir kaygısı yok. Tokyo'nun yıkılıp baştan yapılmak için eline sayısız fırsat geçmiş. Şehri küle döndüren yangınlar ve 1923'te şehri dümdüz eden büyük depremden sonra şehir yine bildiği gibi yapılaşmış. 1945'teki korkunç bombardıman Tokyo'yu altüst ettikten sonra, II. Dünya Savaşı'nın ardından Tokyo'nun eli yüzü düzgün bir plan dâhilinde yeniden yapılacağı umulsa da, Tokyo'nun asi ruhu dizginlenememiş ve kendine has karmaşık şehirleşmeyi tercih etmiş. Tokyo'da adres bulmak bir işkence. Çünkü bir çok sokağın ve caddenin adı yok. Binaların bloklarına numara verilmiş.

Tokyo kendisinde olanla yetinmeyip, dünyanın muhtelif yerlerindeki anıt yapıların taklitlerini de inşa etmiş. Şehrin bir köşesinde Eiffel Kulesi'ni, diğer köşesinde Özgürlük Anıtı'nı başka bir yerde de Roma mimarisine sadık kalınmış eski bir İtalyan sokağına rastlamanız işten bile değil.

Herhangi bir mağaza vitrininin iki haftada bir yenilenmediği vaki değildir.





Bunu gözlemlemek ilk başta size "vahşi tüketim toplumu" hissini uyandırabilir ama şehrin metabolizmasını açıklayan tek parametre bu değildir. Şehrin gelir seviyesi derken öyle böyle bir gelirden söz etmiyoruz... 2005 yılında yapılan bir hesaplama, sadece Tokyo'nun gayri safi milli hâsılasının 1,2 trilyon Amerikan Doları olduğunu ortaya koymuş; yani aynı yıl Türkiye'nin ulaştığı rakamın tam üç katı!

Özellikle şehir merkezinde evlerin küçüklüğü çok bilinen bir efsanedir. Bekârlar genelde 20-25 metrekarelik, dört kişilik ortalama bir aile 45-50 metrekarelik evlerde yaşıyorlar. Tokyo'da şehir merkezindeki 80 metrekarelik ev, orta sınıf bir Japon için hayal edilemez bir konumda. 50 metrekarelik bir daire kıskançlığa yol açabilir. Bir insan tek başına bu kadar büyük bir evde ne yapar ki?

Hal böyle olunca, evlerde minimum eşya ile yaşamak bir zorunluluk haline geliyor. Dünyanın en ileri teknoloji LCD televizyonlarını üreten Japonlar, evlerine dev ekran bir TV alamıyorlar; çünkü evlerinin duvarı zaten televizyon kadar. Evde bulaşık makinesine yer yoktur, mini bir buzdolabı ile idare edilir. Oturma odası takımı, yemek odası takımı, yatak odası takımının anlamını bilmiyorlar; bir kanepe, yemek masası ve yer yatağı (futon) başlıca mobilyalarını oluşturuyor.





Trafik İngiltere'deki gibi soldan akıyor. Şehrin anormal nüfus yoğunluğuna ve otomobil sahibi olan kişi sayısının fazlalığına rağmen şehirde bir trafik sorunu yok. Tabii ki toplu taşıma çok gelişmiş ve otoyol kullanım ücretleri ile otopark ücretleri sizi araba kullanmaktan yeterince soğutuyor. Aylık otopark ücretleri 500 Amerikan Dolarından başlıyor.

Tokyo'da konut alanlarının yoğun olduğu mahalleler son derece standart bir yapıda. Genel olarak istasyon merkezli bir organizasyon var. Evinize en yakın istasyondan çıktığınızda standart bir "alışveriş Caddesi"nde buluyorsunuz kendinizi. Sırayla süpermarketler, konbini denilen, 24 saat açık küçük marketler, berberler, emlakçi, kuru temizlemeci, pachinko salonu, birkaç restoran, kafe ve izakaya (meyhane), kitapçı ve çiçekçiler. Mahalleden hiç ayrılmadan bütün hayatınızı geçirebilirsiniz.

Şehrin bu derece dinamik, hareketli ve eğlenceli olması şaşırtıcı aslında. Belki de bu yüzden Tokyo eskiyi sevmiyor, restorasyondan kaçıyor, yıpranmış olanı yıkıyor, yenisini yapıyor, sürekli kabuk değiştirerek eskiyle bağını en aza indirmeye çalışıyor.

Tokyo, genel olarak iki ana alt kültüre ayrılmış; Yamanote ve Shitamachi.

Yamanote; eskiden samurayların, şimdi ise şehrin üst tabakasının yaşadığı zengin bölgenin adı. Shitamachi ise orta sınıf insanların yaşadığı mahallelerin olduğu bölge.

Tokyo'nun en önemli merkezleri bu elips şeklindeki hattın üzerinde yer alıyor, Shibuya, Shinjuku, Ueno,



Ikebukuro, Shinagawa gibi merkezler 1800'lü yıllarda bir anlamda şehrin kapılarıymış. Şimdilerde bu merkezler kapılık görevlerini başka bir boyutta devam ettiriyorlar. Tokyo'ya gelen onlarca banliyö tren hattının son durağı ve şehir içi sayılan metro hatlarının ilk durakları olan bu merkezler, aktarma merkezi olma özelliklerine eğlence, alışveriş ve iş merkezleri özelliklerini de ekleyerek şehrin çekim noktalan oluşturuyorlar.

Shibuya, yakınlarındaki Harajuku gençlerin ve çılgın modanın bayraktarlığını yapıyor. Shibuya, herkese uygun yeme-içme ve alışveriş merkezleri ve öğrenci kesimi cezbeden atmosferi ile Tokyo'ya her yolu düşenin uğraması gereken bir mekân halinde. Shibuya'nın en meşhur noktası, ana meydanında yer alan yaya geçididir. Dünyada bir seferde en fazla insanın karşıdan karşıya geçtiği yaya geçidi unvanını alan meydanda gelen geçeni, neon ışıklarını ve devasa ekranla reklamları seyrederek sıkılmadan saatler geçirebilirsiniz.



Shibuya'nın merkez caddesinde kalabalığı yararak yürümeye çalışmak, pachinko'cular, aşk otelleri ve seks shop'lar arasında kaybolmak işten bile değildir. New York Central Park'ın küçük bir modeli olan Yoyogi Park'a gidip kafayı dinlemek ve park girişinde çılgınca dans eden Elvis Presley taklidi eski tüfek! amcaları izlemek oldukça eğlenceli.

Bir başka büyük merkez olan Shinjuku; gökdelenleri, iş merkezlerini, büyük mağazaları, alışveriş merkezlerini, birçok lokantayı, barı ve gece kulüplerini ve eğlence merkezini bünyesine toplamış. Her cinsten insanın günün her saati kaldırımları adımladığı karma karışık bir mahalle olan Shinjuku'nun batısında yer alan



浅草大江戸城
ASAKUSA OEDO CASTLE
Restaurant
120席
お食事処
茶楼
식당
休宿
憩泊
36,7000
税込
500円～
お手洗
Toilets

gökdelenler bölgesi ile doğusundaki batakhanenin tezadı gerçekten dikkat çekici.

Günde iki, iki buçuk milyon yolcunun gelip geçtiği istasyonunun hangi kapısından çıktığınıza bağlı olarak kendinizi bambaşka dünyalarda bulabiliyorsunuz. Batıdan çıkınca Manhattan gibi bir gökdelenler bölgesi, doğudan çıkınca cıvıl cıvıl bir eğlence merkezi, güneyden çıkınca tertemiz alışveriş merkezleri, kuzeyden çıkarsanız da çılgın bir eşcinsel diyarı sizi karşılıyor.

Tokyo'nun en ilginç projelerinden olan Odaiba'yı es geçmemek gerek. Odaiba; Tokyo Körfezinde yoktan var edilmiş yani daha doğru bir deyişle, çöpten var edilmiş bir ada. Çöplerden nasıl kurtulacağını düşünen Tokyo belediyesi, çöpleri denize mi atsak yoksa yaksak mı diye düşünürken, yeni bir proje geliştirmiş ve çöpleri özel bir harç ile karıştırarak denizi doldurarak bir ada meydana getirmiş. Üstelik halka şahane bir bir rekreasyon alanı yaratılmış.

Çöp ada, Odaiba'ya giden iki katlı bir asma köprü yapılmış. Rainbow Köprüsü, şehrin sembolleri arasına giren köprünün üst katı paralı otoyol. Alt kattan ise raylı sistem ve ücretsiz geçilebilen bir yol

Japonların neredeyse denizle hiç alakaları yok gibi.



geçiyor.

Birçok ailenin hafta sonunu geçirdikleri yerlerin başında gelen Odaiba adasına harcanan para akılları uçuran cinsten olduğu söyleniyor. Adada yapay bir kumsal, dev alışveriş merkezleri, büyük bir fuar ve sergi alanı, spor tesisleri, müzeler yapılmış.

Japonların neredeyse denizle hiç alakaları yok gibi. "Denize nazır bir ev, deniz kıyısında bir çay bahçesi, Tokyo körfezine nazır, mehtaba karşı bir restoran" gibi kavramlarla hiç tanışmamış Japonlar. Deniz havasının ya da deniz manzarasının nedense hiçbir anlamı yok.

"Tokyo'ya gelip de elektronik cenneti Akihabara'ya uğramamak olmaz. Dijital dünya vatandaşlarının Kâbesi durumunda olan Akihabara, turistlerin uçaktan iner inmez üşüştüğü bir elektronik mabedi. Ana caddede devasa mağazalar, ara sokaklarda ise sonsuz çeşitteki elektronik aletlerin, bilgisayar oyunlarının arasında kaybolacağınız Akihabara'da bir saat önce icat olmuş bir aleti bulmanız mümkün. Mümkün olmasına mümkün ama fiyatlar el yakıyor. Her şey çok pahalı.

Yolumuzu Tokyo'ya her gelenin mutlaka uğradığı, Tokyo'nun en eski ve görkemli tapınaklarının bulunduğu Asakusa'ya

Deniz havasının ya da deniz manzarasının nedense hiçbir anlamı yok.












八丈島
勇
ISAMI
大雄ビル
カラオケ&パーティ
747
M.Kireli


彩食屋
INKYO-TEI
3F/4F
こだわりの和風と無国籍料理
生ビール
本日
半額
毎週
半額
M.Kireli


神宮橋
黄桜
壽
十一正宗
開華
澤姫
菊水
北雪
福壽
越の華
神鷹
灘菊
播州之華
長者盛
老松











çeviriyoruz. Asakusa; aslında tamamen turistik bir yer. Ancak gerçekten görülmesi gereken bir yer. Asakusa'nın en önemli yapısı, devasa boyutlardaki Sensoji Budist tapınağı. Tapınağa giderken, Nakamise alışveriş sokağından geçerek, hediyelik eşya ve ayaküstü atıştırmalık yiyecekler satan dükkanların arasından rengarenk bir yolculuk yapıyorsunuz. Sensoji Tapınağına yaklaştıkça artan kalabalık, yoğunlaşan tütsü kokuları ve satın aldıkları "niyet"leri okuyan turistler ortalığı dolduruyor. Sensoji'nin Budist ihtişamına kapılan mümkün değil. Hele biraz ötesindeki Şinto Tapınağı muhteşem.

Yan yana dizilmiş salaş meyhaneler, devasa ganyan salonları, pachinko'cular, eski yıllarda Japon tiyatrosu "kabuki" sahnelerinin sıralandığı sokağı işgal etmiş sinemalar, onlarca yıl önceden kalmış nostaljik lunapark, komedyenlerin, jonglörlerin, stand-up'çıların, hokkabazların gösteri yaptığı salonlarla bir masal alemine kapılıp gidiyor insan.

Metro istasyonuna iniyor ve ünlü Ginza'ya gitmek üzere Asakusa'dan ayrılıyoruz. Metro bizi Ginza'nın merkezinde indiriyor. Dünyanın en seçkin, en pahalı ve en lüks muhitine geldiğinizi daha metro istasyonundayken anlıyoruz. Büyük mağazaların ışıltılı ve mis kokulu yiyecek katları doğrudan metro istasyonuna açılarak duyularınızı okşamaya başlıyor. Yerüstüne çıkıp Ginza'nın ana meydanına geldiğinizde dünyanın metrekaresi en pahalı yeryüzü parçasına ayak basıyoruz. Bir arkadaşım buradan söz ederken " Ginza'da ayağını bastığın yüzölçümüne bir zarar gelse ömür boyu çalışsanız ödeyemezsiniz." demişti.

Gerçekten bir farklılık var caddede! asfaltı kaldırımdan ayıran kısa metal babalar ve onları birbirine bağlayan dekoratif zincir pırıl pırıl paslanmaz çelikten yapılmış. Yani bizim yemek yediğimiz çatal, kaşığın yapıldığı metalden.






雷門
Kaminarimon
三井住友銀行
















フクロモノ
みやげ品
ミノリヤ
民芸品
おみやげ
わらじや


雷門


みくじ



Parmağımı üstüne sürtüyor, toz kontrolü yapıyorum. Ne gezer! Tozun zerresi yok! Asfalt bile parlıyor. İnsanlar çok şık, ve bakımlı. Mağazalar ise başka bir alem! Mesela, Louis Vuitton, çantalarını karneye bağlamış, mağazanın kapısına "Lütfen sadece bir çeşit mal alın. Sizden sonrakilere de bir şeyler kalsın" ilanları asmış. Prada mağazası müşterilerini kapının önünde sıraya sokmuş, sıra ile ve teker teker içeri alıyor. Bu gibi örnekleri görüp bu insanların para hacmine şaşırmamak imkansız.

Yine en iyisi caddeye bakan bir kafenin ikinci katına oturup cetvelle çizilmiş intizamdaki caddeyi seyretmek diye düşünüyoruz ve tam kavşağı gören bir kafeteryanın ikinci katında cam kenarını oturuyoruz.

Meiji dönemiyle birlikte Japonya dış dünyaya açılırken değişimin öncüsü olan Ginza, Avrupai tarzda tuğla binaların yapıldığı ilk cadde olmuş ve zamanın meşhur markaları ilk mağazalarını Ginza'da açmış. Yakın çevresi ile birlikte her zaman canlı bir ticari merkez olan Ginza, yerel ve uluslararası unsurları harmanlayarak kendine özgü bir tarz oluşturmuş.

Mağazalar kapanana kadar oldukça şık hanımların cirit attığı Ginza sokakları gece 24.00 civarlarında farklı bir havaya bürünüyor. Bu kez "daha da şık" hanımların, erkek müşterilerini uğurladıkları bir sahne sergilenmeye başlıyor. Geyşalığın yerini alan hostes kulüplerinin müşterileri arz-ı endam etmeye başlıyor. Artık, güneş doğuncaya kadar cadde onlarındır.

Bir çok Tokyo'lu sabahın ilk ışıklarıyla Tsukiji Balık Pazarı'na gidip sushi yiyerek güne başlıyor. Meşhur sushi barlarının önünde, sabahın sekizinde hatırı sayılır bir sıra görmek bizi şaşırtıyor. Sanki Tokyo'nun yarısı sabah sabah taze çiğ balık yemek için buraya akın etmiş gibi. Sıcak içilen yosunlu mizo çorbasının ardından





yengeçler, karidesler, torikler, ton balıkları yeniliyor. Henüz üstlerinden denizin tuzlu kokusunu atamadan, neredeyse canlı canlı ve daha gün ağarmadan! Bizim midemiz etrafın kokusuna ve bu çiğ kahvaltıyı daha fazlasını seyretmeye dayanmıyor. Kaçarcasına oradan uzaklaşıyoruz.

Çiğ balık şokundan kurtulmak için Tokyo'nun taştan yapılmış, Hint esintileri taşıyan tek tapmağı olan Honganji'yi ziyaret edip sonrasında kendimizi Tsukishima-Harumi'ye vurup Sumida Nehri'nin kollan ve kanallan arasında Venedik gibi bir atmosferde yürüyüş yapıyoruz.

Akşama doğru ise bu bölgeden kalkan yemekli tekne turuna katılıyoruz. Harumi'den kalkıp nehir ve kanallar boyunca dolaşarak Tokyo turu atan ve Odaiba açıklarında demirleyerek yemek servisi yapıyorlar. Sumida Nehri üzerinde gelgit yapan tekne turları oldukça eğlenceli. Paris'teki Seine Nehri turları gibi estetik bir atmosfer beklemeyin. Çünkü Tokyo, deniz kenarında ama denizle ilgisiz bir şehir olduğu gibi, ortasından nehir geçen ama nehirle de ilgisi olmayan bir şehir. Altından geçtiğimiz köprüler gayet sevimsiz metal veya beton konstrüksiyon yapılar.

Nehrin keyfini ise evsizler çıkarıyor. Mukavvalardan, tenekelerden, brandalardan yaptıkları çadırımsı kulübelerin içinde nehre karşı yemeklerini yiyor, sakelerini içiyor ve mutlu mutlu yaşıyorlar. Jeneratörleri, TV'leri, ocakları, kenara dizilmiş tencere-tava setleri, tertemiz yıkanıp asılmış don ve çorapları ile kurdukları dünyada yaşıyorlar. Sanki Tokyo'da denizin tadını bir tek bu evsizler çıkarıyor.

Japonya'da iki şey bizi çok şaşırtıyor. Birincisi "evsiz" sayısının bu kadar çokluğu, oldukça düzgün bir semt olan ve otelimizin bulunduğu İkebukuro semtinde








超低温冷蔵庫


M.Küreli


M.Küreli


レイク
プロミス
アコム
アイフル
全館決算セール開催中!!
安心価格と安心サービスで専門店No.1を目指します!
商品満載タイムセール毎日開催中!!
消火栓


SAPPORO
GINZA CORE
RICOH
COSMETICS


M.Kireli


ルミネ池袋 8F·9Fレストランフロア
LUMINE
M.Kireli


東府屋
5F
山とスキー用品
GREGORY
ICI
スキー用品

bile onlarca insan sokaklarda karton kolilerin üstünde yatıyor. İkincisi ise 100 megabit internet hızı kullanıldığı söylenen, dünyanın teknoloji cenneti Tokyo'da hiçbir yerde ücretsiz Wi-Fi yok.

Dünyanın bir çok ülkesinde, o ülkenin ulusal simgesi insan eliyle yapılmıştır. Örneğin Eyfel kulesi, Pisa kulesi, Kremlin sarayı, Çin Seddi, Özgürlük heykeli. Japonya'nın ulusal simgesi ise bir doğa harikası olan Fuji dağıdır. İnsan eli değmemesine rağmen neredeyse mükemmel bir simetriyle yükselir. Volkanik bir dağdan çok bir sanatçının elinden çıkmış tablo gibidir.

Sabah erken bir saatte bizi otelimizden alan tur otobüsü, önce bizi Shinjuku otobüs terminaline götürüyor. Oradan da yolcular alıp yola koyuluyoruz. Tokyo'yu arkada bıraktığımızda rehberimiz hala Fuji'nin öneminden ve gideceğimiz Hakone bölgesinin özelliklerinden bahsediyor. Fuji dağı, Japonlar için kutsal bir dağ. Özellikle Shintoist inanışa göre dağa tırmanmak dinsel bir faaliyet ve önemli bir ibadet sayılıyor. Öz disiplinlerini sınama, ruhsal bir deneyim ve fiziksel arınma için bu dağa tırmanıldığını anlatıyor rehberimiz.

Yolda bir mola veriyor ve yaklaşık iki buçuk saatlik bir yolculuktan sonra beşinci istasyon olarak tarif edilen Go-gome'ye geliyoruz. Yolda gece yarısı tırmanışa başlamış bir çok dağcıya rastlıyoruz. 3776 metre yüksekliği olan Fuji en son 1707 yılında patlamış. Günümüzde ise zaman zaman "uyuyan bir devin homurtuları gibi" çatlaklarından sadece buhar püskürtüyor. Neredeyse her zaman karla kaplı olduğunu bildiğimiz zirve, küresel ısınmadan nasibini almış olmalı ki bizi hiç karsız ve dumanlı bir şekilde karşılıyor.

Go-gome istasyonu yani beşinci istasyon yaklaşık 2500 metrede. Birkaç hediyelik eşya ve yiyecek dükkanı var. Daha çok dağcıların buluşma istasyonu olarak





kullanılıyor. Fuji, dünyadaki inişi en kolay dağlardan biri imiş. Bir karton parçası veya bir çantanın üstüne oturarak volkanik kum kayağı yaparak aşağı inebiliyorlarmış.

Buradaki bir saatlik moladan sonra yeniden otobüsümüze doluşup, inişe geçiyoruz. Ashi gölünde bir korsan gemisiyle tur atacağız. Teleferikle Komagatake dağına tırmanıp Hakone milli parkını gezeceğiz. Teleferik ile Ashi gölünün kenarındaki Togendai iskelesine iniyoruz. Gemimiz bizi bekliyor. Rengarenk bir korsan gemisi gibi inşa edilmiş. Fuji-san'ın gölde yansıması ile birlikte çekeceğimiz fotoğrafın hayaliyle göle açılıyoruz. Ancak koyu bir sis sarıyor etrafı. Gölün karşı yakasındaki Hakone-Maçi'de güneş var ama bize bir faydası dokunmuyor. Çektiğimiz fotoğraflarla yetinip geri dönüyoruz. Yolculuğumuz, saatte 300km hız yapan Shinkansen treni ile Tokyo'da Ginza istasyonunda sona eriyor.

Sabah, Shintoist olarak uyanıp, gece yatağa Budist olarak giren, düğünlerini Shinto, cenazelerini ise Budist geleneklerine göre yapan, bu güler yüzlü, saygılı, yardımsever ve nazik insanların kendine özgü ülkelerinden güzel anı ve duygularla; başka bir yazının konusu olacak, Güney Kore'nin başkenti Seul'e gitmek üzere Narita havaalanında buluyoruz kendimizi.

Gezenlere,

gezmek isteyenlere,

gezmesini bilenlere,

bitmeyen yolculuklar diliyorum.

E-DERGİ
Sayı: 20 MAYIS 2015

OPTİSYENİN SESİ

Optik Magazin Dergisi



İlk'leri alışkanlık haline getiren
Mercan Optik

Sektörün önemli markası
Demirkaya Optik

Prof. Dr. Mikdat Kadıoğlu
Cemreler düştü ama
nereye?

...As Beautiful As Istanbul