

OPTİSYENİN

E-DERGI
Sayı: 38 OCAK 2017
SESI
Optik Magazin Dergisi

SAĞLIK

Gözlerimiz bizi nasıl ele verir?

SAĞLIK

Göz kuruluğu nasıl oluşur?

AKSESUAR

Bayan Gözlük Modelleri 2017

SEKTÖRDEN

Hüseyin Çırpan yazdı:
İktidar yozlaştırır mı?



ben.x[®]
memory eyewear

by


mercan



@benxeyewear

www.mercanoptik.com.tr

Colour your day

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



ben.x[®]
MEMORY EYEWEAR

Geleceğin progresifi
Progresifin geleceği

nucleo

A Variable Base Curve Lens

A stylized atomic symbol logo consisting of a central blue sphere with three elliptical orbits and four smaller blue spheres at the ends of the orbits. To the right of the atom is a blue '4D' logo.

8 HABER

Gözlerimiz Saniyede Kaç Kare (FPS) Görüyor?

10 HABER

Diyabete bağlı görme kaybına karşı farkındalık kampanyası

14 MODA

Sosyal müşteri devri

18 AKSESUAR

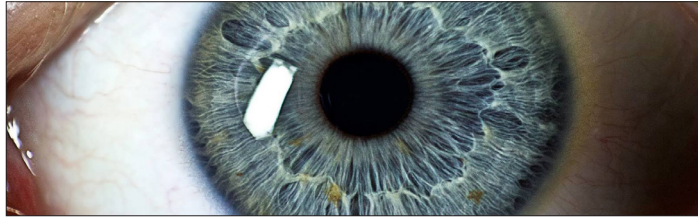
Bayan Gözlük Modelleri 2017

22 SAĞLIK

Çocuğumun gözleri bozuk mu, nasıl anlarım?

24 SAĞLIK

Algı



DOSYA KONULARI

SAĞLIK Göz kuruluğu nasıl oluşur? 34

SAĞLIK GÖZLERİMİZ BİZİ NASIL ELE VERİR? 38

TARİH Unutulmayan sloganlar 42

SEKTÖR Sektör temsilcileri akşam yemeğinde buluştu 48

HABER SILMO 2016 izlenimleri... 50

HOBİ Hobilerimiz 52



SEKTÖRDEN Hüseyin Çırpan / İktidar yozlaştırır mı? 54

SAĞLIK Murat Uyar / Doç. Dr. Murat UYAR / Eğitim şart 56

FIRTINA ÖNCESİ Prof. Dr. Mikdat Kadioğlu / İstanbul'a kar yağdırmak için en çılgın projeler 58



OPTİSYENİN SESİ E-DERĞİ
Ayda bir yayınlanır
Ocak 2016

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. Mikta 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 Ocak 2017 tarihinde internette online olarak izlenebilmiştir.



**2017'ye DİKKAT
Günler değişti:
CUMARTESİ – PAZARTESİ**

Esaslı Optik fuarı geri döndü-heyecan verici, orijinal ve sansasyonel. Sadece bir kereye özel, **opti 2017** bir cumartesi günü başlayacak; tüm trend ve teknoloji, gelişim, fikir, bilgi ve ilham çeşitliliği ile ana endüstri olayı **opti'yi** deneyimleyin.

opti

THE INTERNATIONAL TRADE SHOW
FOR OPTICS & DESIGN

**CUMARTESİ – PAZARTESİ
28. – 30.01.2017**

FAIRGROUND MESSE MÜNCHEN
www.opti.de



**Kaliteli, okunabilir
ve sayfalarını
çevirdiğimize
değecek bir dergi
için ben ve ekip
arkadaşlarım gece
gündüz çalışıyoruz.**

Yeni başlangıçlar yeni umutlar

Yeni bir başlangıç, yeni bir yıl ve yepyeni umutlarla hepimize merhaba değerli meslektaşlarım. Bir yılı daha geride bırakırken yeni bir dergi ile huzurlarınızdayız. Sayfaları çevirdikçe her zaman olduğu gibi bu sayıda da dolu dolu bir dergi hazırladığımızı göreceksiniz.

Dokuz yıldan bu yana, siz değerli meslektaşlarımıza aralıksız olarak sektörümüzle ilgili haberleri aktarmaya gayret ediyoruz. Optisyeninsesi başlığı altında hizmetinize açtığımız web sayfalarından ilki olan haber portalımız Optisyeninsesi.com, sektörümüzdeki toplantıları sizlere canlı ve hızlı bir şekilde ulaştırabilmek için www.optisyeninsesi.tv den yayına başladık.

Amacımız; içinden geçmekte olduğumuz iletişim çağında sektörümüzün bu konudaki açığını kapatmak, Türkiye'nin en doğusundan, en batısına, en kuzeyinden, en güneyine kadar tüm meslektaşlarımıza hızlı bilgi akışını sağlayabilmektir.

Sizlerden aldığımız cesaretle, bir yandan Medula sistemi ile uğraşırken bir yandan da hoşça vakit geçirebileceğiniz OptisyeninSesi e-dergi yi yapmaya başladık.

Kaliteli, okunabilir ve sayfalarını çevirdiğimize değecek bir dergi için ben ve ekip arkadaşlarım gece gündüz çalışıyoruz.

Bu arada tedarikçi meslektaşlarımızı da düşündük. Bir sürü bedeller ödeyerek yaptıkları tanıtım videolarını meslektaşlarımızla paylaşacakları bir mecra yoktu. e-Dergimizin alt yapısını bu videoları paylaşmaya uygun hale getirdik ve dergimizin sayfalarında yayınlamaya başladık. Sosyal ağdaki sayfalarımızda üyelerimizle tüm yaptıklarımızı paylaştık.

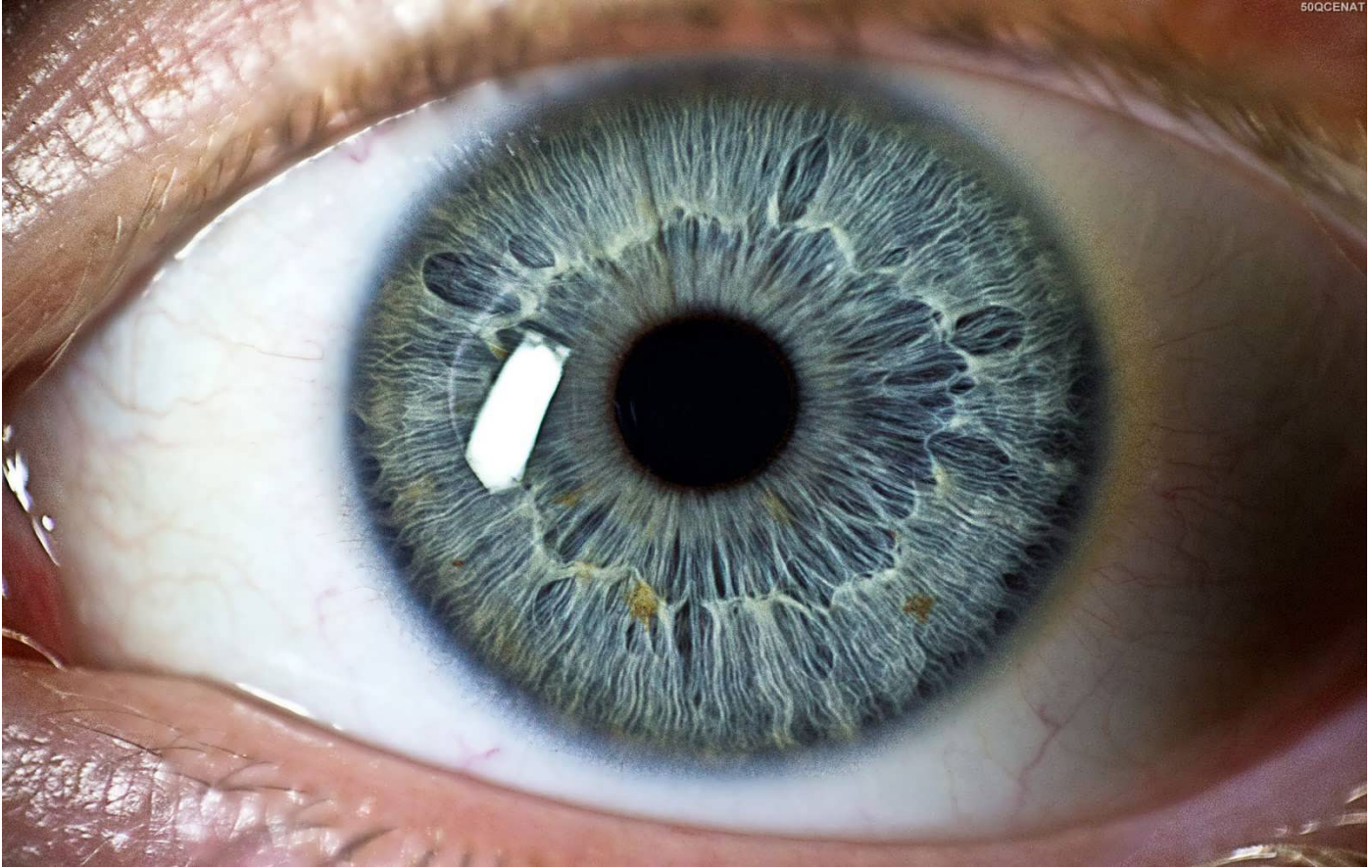
Son yıllarda art arda açılan optisyenlik meslek yüksekokullarında eğitim gören optisyen adayı öğrenci kardeşlerimizin ihtiyaç duyacakları ders notlarına kavuşmalarını sağlayacak bilgi.optisyeninsesi.com bir eğitim sitesi kurduk.

Gururla belirtmeliyim ki; "www.optisyeninsesi.com" web sitemiz sizlerden gördüğü ilgiden çok memnun. Şu an sektörümüze bir eğitim cd' si hazırlıyoruz. Birkaç ay içinde izleyicilerimize bu CD leri göndereceğiz. Siz değerli meslektaşlarımızın ilgilerine ve katkılarına şükranlarımızı sunuyoruz

E-Dergimizin bu sayısını da beğeneceğinizi umarak, sağlıklı, başarılı ve mutlu bir yeni yıl diliyorum.

Saygılarımla
Orhan Kürelİ

Gözlerimiz Saniyede Kaç Kare (FPS) Görüyor?



“İnsan gözü kaç fps görebilir?” diye soracak olursak? Bu zor bir sorudur. Bunun en temel sebebi, genelde sorulan soru ile öğrenilmek istenen şeyin uyumsuz olmasındandır.

Video ve filmlerde oldukça önemli bir kavramdır saniye başına kare (fps: frame per second) kavramı. FPS miktarı arttıkça görüntü daha gerçekçi ve net hale gelir; ancak tabii ki görsel verideki bilgi miktarı da artacağı için dosyanın boyutları da artacaktır. Peki “İnsan gözü kaç fps görebilir?” diye soracak olursak? Bu zor bir sorudur. Bunun en temel sebebi, genelde sorulan soru ile öğrenilmek istenen şeyin uyumsuz olmasındandır. Örneğin bu soru, şu soruyla aynı şeyi öğrenmeyi hedeflemez: “Görüntülerin akıcı olması

için, kaç fps ile akması gerekir?” Bu soru da, şununla aynı değildir: “Bir görüntünün titreşik olmaması için kaç fps olması gerekir?” Ki bu soru da, şununla aynı değildir: “İnsan gözünün yakalayabileceği en kısa kare (çerçeve) ne kadardır?” Bu konuları birazcık aydınlatarak gözümüzü daha iyi tanıyalım.

Akıcılık ve Netlik

İlk olarak hareketin yumuşaklığına bakmamız gerekiyor. Aşırı yavaş hareket eden bir sis ile ilgili bir film izlediğinizi düşünün. Görüntüdeki sisin sınırları veya keskin



2017'ye DİKKAT
Günler değişti:
CUMARTESİ – PAZARTESİ

Esaslı Optik fuarı geri döndü-heyecan verici, orijinal ve **sansasyonel**. Sadece bir kereye özel, **opti 2017** bir cumartesi günü başlayacak; tüm trend ve teknoloji, gelişim, fikir, bilgi ve ilham çeşitliliği ile ana endüstri olayı **opti'yi** deneyimleyin.

opti

THE INTERNATIONAL TRADE SHOW
FOR OPTICS & DESIGN

CUMARTESİ – PAZARTESİ
28. – 30.01.2017

FAIRGROUND MESSE MÜNCHEN
www.opti.de

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

Şimdi elinizi yavaşça yüzünüzün önünde sağa sola doğru hareket ettirin. Sonra yavaş yavaş bu hızı arttırın. En sonundaysa elinizi çılginca sallamaya başlayın. Şimdi kendinize sorun: Gözünüz kaç kare görüyor? Oldukça az olmalı, çünkü ne kadar çılginca sallarsanız sallayın, kaslarınızın sınırlılığınan ötürü elinizi 1 saniye içerisinde gözünüzün önünden sadece birkaç defa geçirebilirsiniz. Ancak yine de gözünüz bu hareketi yakalayamıyor ve bulanık bir el görüyorsunuz. Buna rağmen bir sorun var: elinizin gözünüz önündeki hareketi, birkaç fps ile oynayan hareketli bir cisme göre son derece akıcı! Elinizin hareketinin kesildiğini veya zıpladığını görmüyorsunuz. Her bir parçası birbirini takip eder şekilde. İşte bu, gözümüzün bir numarasıdır: bulanıklaşma akıcılığı, keskinlik teklemeyi andırır. Yani bir cisim bulanıklaştıkça akıcı hale geliyormuş gibi algılanır; keskinliği arttıkçaysa teklemeye başlar. Bunu fiziğin temel ilkelerinden olan eylemsizliğe benzetebilirsiniz. Hızla frene basan bir arabada, tıpkı sizi yeryüzüne çeken kütleçekimi gibi bir ivme hissedersiniz. Frenleme, kütleçekimini andırır.

Havada savrulan bir bageti bulanık ama akıcı görürüz.

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

veri toplamaktan yorulmaya başladığını ve filmin sanki kesintili olmaya başladığını hissedebilirsiniz. Bu, gözümüzün sınırlarını görmemizi sağlayan bir durumdur.

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

Karanlığa Duyarlılık

Bu noktada incelenmesi gereken ikinci nokta karanlığa duyarlılıktır. Göz kamaştırıcı beyaz bir duvara baktığınızı hayal edin. Şimdi bu duvar saniyenin 25'te 1'i kadar bir süreliğine simsiyah olsun. Bunu fark eder miydiniz? Kesinlikle! Saniyenin 50'de 1'i kadar bir süreliğine siyah olacak olursa, yine görürdünüz ama gördüğünüz şeyin ne olduğundan emin olamazdınız. Saniyenin 100'de 1'i, yani sadece 10 milisaniyeliğine siyah olsaydı, muhtemelen bir değişim olduğunu hissederek algılayamazdınız. Televizyonlarınızın frekansından bunu test edebilirsiniz. 100 Hz frekansta çalışan bir televizyon almak isterseniz, bu ürünlerin "kesintisiz" olduğunu söyleyerek pazarlandıklarını görürsünüz. Elbette bu televizyonlarda da görüntüler arasında kesinti vardır; ancak bu kadar hızlı olur ki (10 milisaniye civarında), gözünüz bunu yakalayamaz, beyin de algılayamaz. Parlaklık, karanlığı yeniyor.

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



gör
hayatı!

Her koşulda tam koruma! Pixar kaplama teknolojisinin sunduğu tüm ayrıcalıklar Pixar BLUV'da

Pixar BLUV cihazlardan yansıyan mavi ışık ve UV korumasının yanın sıra, standart PIXAR kaplamanın tüm koruma özelliklerini de taşır.



Yansımaları önler,
görüş netliği sağlar



Su
tutmaz



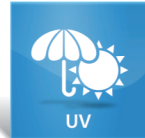
Çizilmelere
karşı dirençli



Toz ve kir tutmaz,
kolay temizlenir



Buhar itici
özellik



Maksimum
UV Koruma



Mavi ışık
önleyici

filmlerinde eğer odaklanacak olursanız görüntüdeki sıçramaları ve o siyahlıkları yakalayabilirsiniz. Buna rağmen, görüntü akıcıdır. Yine de saniyede 24 siyah kareyi görmez miydik ve bundan rahatsız olmaz mıydık?

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



Parlaklığa Duyarlılık

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

Hem de bu tam olarak “tespit etme” işidir. “Algılamak” olarak düşünürseniz muhtemelen 3.3 milisaniyeye kadar olan parıldamaları gözümüz yakalayacak, beynimiz işleyebilecektir. Üstelik bunun

sadece tek bir gözle olduğu tespit edilmiştir. İki gözle yapacak olursanız gözleriniz daha farklı alanları daha farklı hassaslıklarla tarayabileceği için muhtemelen 2 milisaniyelik bir parıldamaya kadar görüş alanınızdaki ışıkları tespit edebileceksinizdir.

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

Bu kadar hassas bir algıya sahip olabilmek için beynimiz, gözümüzün kusurlarından

faydalanır: ışık sonrası parıldama (afterimage). Bu, gözünüze güçlü bir ışık tutup kapattıktan sonra, ışık kaynağı ortadan kalkmış olmasına rağmen halen gözünüz önünde bir ışık görmenizdir. Gözümüzün ani değişimler karşısında

reseptörlerinin uyarılması ve sonrasında hemen eski hallerine dönemiyor olmaları, beynimizin işlem yapabilmesi için ona süre tanımaktadır. Belki de reseptörlerimiz evrimsel süreçte bu sebeple daha da hassas olabilecek şekilde özelleşmemiştir. Çünkü buna ihtiyacımız yoktur; hatta aleyhimize olabilir.

Sonuç

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

PIXAR[®]UV

maksimum görüş performansı
maksimum **UV** koruma



gör
hayatı!

süper hidrofobik
integral anti-refle kaplama + **UV 400 koruma**



Yansımaları önler,
görüş netliği sağlar.



Su
tutmaz



Çizilmelere
karşı dirençli



Toz ve kir tutmaz,
kolay temizlenir.



Buhar itici
özellik.



Maksimum
UV Koruma

Sosyal müşteri devri

“Cocial CRM” (sosyal müşteri ilişkileri yönetimi) uygulamalarının şirketlerdeki ağırlığı giderek artıyor. Bu alanda uzman adam Metz’e göre, bir kere sosyal CRM’e adım atan bir şirket için artık bu yoldan geri dönüş yok. Ona göre, bu anlayış şirketlere öğrenme çevikliği getiriyor, rekabette öne geçiriyor.

Adam Metz, sosyal CRM alanında birçok projeye imza atmış bir stratejist. Bu alanda ses getiren iki kitabı bulunan Metz, önde gelen birçok şirkete sosyal CRM alanında danışmanlık veriyor. “There is No Secret Sauce” (Gizli Bir Tarif Yok) adlı kitabının ardından yazdığı “The Social Customer” (Sosyal Müşteri) adlı kitabı sosyal CRM alanında en çok satılan kitaplar arasında yer aldı.

Yedi yıldır sosyal CRM alanında çalışan Metz, ilk başladığı zaman sosyal CRM’in şirketler tarafından sadece bir opsiyon olarak değerlendirildiğini, şimdi ise olmazsa olmaz bir araç olduğunu söylüyor. Sosyal medya pazarlamayla sosyal araştırma teknolojilerini harmanlayarak şirketlere sosyal CRM stratejileri geliştiren Metz, Türkiye’nin bu alanda gelişime çok açık olduğunu vurguluyor. Metz ile sosyal CRM’in şirketlere neler kazandırdığını, nelere dikkat edilmesi gerektiğini ve başarı örneklerini konuştuk.



Sosyal CRM'i nasıl tanımlarsınız?

Sosyal CRM'in müşteri ilişkileri yönetimi uygulamalarından en önemli farkı, milyonlarca kişiyle gerçek zamanlı iletişim kurma imkanı vermesi. Aynı zamanda her bir müşterinizle ayrı ayrı iletişim kurmaya uygun olması, sosyal CRM'i geleneksel CRM'den farklı kılıyor. Yapılan araştırmalar, tüketicilerin yaklaşık yüzde 90'ının artık sosyal tüketici olarak sınıflandırılabilceğini gösteriyor; dolayısıyla sosyal CRM şirketler için artık olmazsa olmaz bir araç haline geldi.

Sosyal CRM'i kullanarak şirketler kendilerini nasıl farklılaştırabilir?

İlk farklılaştırma unsuru hız. Tüketici, sosyal medya üzerinden herhangi bir şekilde şirketle iletişim kurduğu anda, sosyal CRM kullanan bir şirketin anında bunu görmesi ve yanıtlaması gerekiyor. Örneğin bir ürünle ilgili tweet attığımı ya da facebook mesajı yazdığımı düşünün. Eğer anında yanıt alıyorsam bu şirket sosyal CRM'i kullanıyor demektir.

Hızdan sonra gelen ikinci önemli nokta, tüketiciyi şaşırtmak ve memnun etmek. Bu noktada tabii verilen yanıtın içeriği ve kalitesi öne çıkıyor. Son 20 yılda trend, beklentinin üzerinde, tüketici nezdinde sürpriz olarak görülebilecek bir geri dönüş yapmak. Bunu yapabilen markalar öne geçti, fark yarattılar.

Üçüncü ve en önemli unsur ise müşterinin ne düşündüğünü gerçek zamanlı izleme imkanına sahip olmak. Eskiden buna imkan yoktu. Hayli sofistike CRM araçları kullansanız bile tüketicilerin tepkilerini ya da beğenilerini analiz etmek günler, hatta aylar alabiliyordu.

Şimdi sosyal CRM'le, örneğin yeni bir ürün piyasaya sunduğunuzda daha ilk günden iyi mi yoksa başarısız mı olduğuna dair çok daha kesin bilgilere sahip oluyorsunuz. Örneğin geçtiğimiz haziran ayında Apple'ın ses cihazları üreten Beats'i satın almasından sonra Apple'ın iPhone'lardan kulaklık girişlerini kaldıracağına dair bir açıklama geldi.

Bu açıklamaya tüketicilerden öyle yoğun bir tepki geldi ki şirket hemen geri adım attı. Yirmi yıl önce tüketici geribildirimlerini bu hızla analiz etmek imkansızdı. Ne olup bittiğini, tüketicinin neye tepki verdiğini, neden küstüğünü anlamak hayli zaman alır, çoğu zaman da iş işten geçmiş olurdu. Sosyal CRM'le şirketler öğrenme çevikliği kazandı. Öğrenme çevikliğinin yanı sıra hızla değişme yeteneğine sahipler. Büyük bir hata yapsalar dahi bu hatayı çok hızla düzeltebiliyorlar artık.

Peki, bir sosyal CRM uygulamasının başarılı olabilmesi için nelere dikkat edilmesi gerekiyor?

Kullanılan yazılımın önemli tüm sosyal platformlardan gelen gerçek verileri kapsıyor olması şart. Ülkeler bazında önemli olan diğer bir konu, bu Türkiye için de geçerli, yazılımın ülke diline uyarlanması, yoksa başarı şansı azalır. Bunun dışında Sosyal CRM'in 5M'si dediğimiz bir metodoloji öneriyoruz. Bunlar kısaca "monitoring (izleme)", "mapping (haritalandırma)", "middleware (buluşturucu yazılımlar)", "management (yönetim)" ve "measurement (ölçümleme)". Bütün bunların yanı sıra Sosyal CRM'de hizmet faktörü de en önemli gerekliliklerden. Sosyal CRM'i başarılı müşteri hizmetlerine dönüştüremiyorsanız pek bir anlamı kalmıyor.

Diğer yandan üst yönetimin desteği de çok önemli. Satış, pazarlama gibi, sadece bir veya birkaç departmanın, örneğin inisiyatifiyle yapılan bir sosyal CRM uygulamasının uzun vadede başarılı olması imkansız.

CEO ve genel müdür seviyesinden sahip çıkılması, lojistikten insan kaynaklarına, üretimden pazarlamaya tüm organizasyonu kapsıyor olması gerekiyor. Şirketin tüm parçaları birbirini etkiliyor, dolayısıyla bütüne nüfuz etmesi şart. Yoksa etkinliği düşük olacaktır.

Bu alanda kullanılan teknolojilere baktığımızda öneriniz ne olacaktır? Hangi yazılımın kendilerine daha uygun olduğuna şirketler nasıl karar

Önemli olan sosyal CRM anlayışını benimsemeniz ve uygulamaya koymanız. Diğer taraftan uygulama aşamasında önerim pilot bir projeyle başlanması ve başarılı olması durumunda, aşama aşama diğer departmanlara ve şirket geneline yaygınlaştırılması.

Başarıyı hangi kriterlere göre değerlendirmeli?

Bu sorunun yanıtı da yine iş biriminiz ve departmanıza ve bunların başarı ölçütlerine bağlı. Örneğin iş geliştirme departmanında iseniz kazanılan yeni müşteri sayısı önemli bir başarı kriteridir.

Sosyal CRM konusunda başarılı olmuş hangi şirketleri örnek verebilirsiniz?

Ağırlıklı olarak sosyal CRM'i kullanarak çok başarılı olmuş bir gemi turu şirketi var, Monsters of Rock Cruise. Tamamıyla sosyal medyayı kullanarak ve sosyal CRM uygulamalarıyla adlarını duyurdular. Bu gemi turlarının en önemli özelliği heavy metal müzik gruplarının sürekli müzik yaptığı bir tur olması.

Grupların çoğu 80'lerde ve 90'larda ABD, Kanada, kısmen Almanya ve Fransa'da meşhur olmuş müzisyenlerden oluşuyor. Hiç bitmeyen bir rock konseri gibi... Neredeyse tüm gün heavy metal dinleyebilirken, bir gün Kosta Rika sahilinde, ertesi gün Bahamalarda uyanıp, plajların tadını çıkarabiliyorsunuz, Karaippler'de tropik balıklarla dalabiliyorsunuz.



NOVAX®

FreeForm® Spectacle Lenses



view
life!

FreeForm®
TECHNOLOGY

...Çünkü hayat görmeye değer!
...Because, the life is worth to view!

Bayan Gözlük Modelleri 2017

Yeni moda 2017 bayan gözlük modelleri incelediğimizde daha çok yuvarlak çerçeveli ve kahverengi desenli gözlük modellerinin trend olduğunu görüyoruz. Aynalı ve leopar gözlük modelleri ise yine moda olan 2017 gözlük modeller arasında.

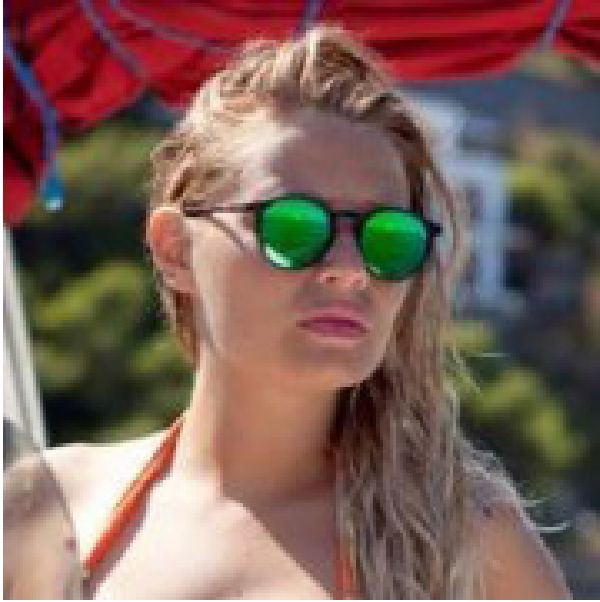
İsterseniz kış aylarında da bu gözlük modellerini kullanabilir şıklıkta bir adım daha önde durabilirsiniz.

Gözlük hem gözlerimi güneşten koruyan hem de tarzımızı ve stilimizi belirleyen en önemli aksesuarımızdır. İyi bir gözlük seçimi sizin bir anda tüm havanızı değiştirebilir. Önemli olan yüzünüze yakışan ve moda trendlere uygun bir gözlük seçebilmek. İşte sizler için 2017 gözlük modelleri!









ÇOCUĞUMUN GÖZLERİ BOZUK MU, NASIL ANLARIM?

Göz bozukluğu olan çocukların maalesef genellikle aileler tarafından anlaşılmadığı ve bu bozukluğun ilkokula kadar farkedilmeden devam ettiğini pek çok araştırma gösteriyor. Zira ilkokulda okumaya çalışan çocuklarda veya okulda yapılan göz kontrollerinde ortaya çıkan bu durum oldukça geç gerçekleşiyor ve gözdeki göz tembelliği gibi bazı rahatsızlıkların tedavisi için çok geç kalınmış olabiliyor.

Çocuğunuzun gözlerinin sağlıklı olup olmadığını anlamak ve buna göre önlem almak hem onların hayatını kolaylaştıracaktır hem de bazı rahatsızlıkların erken teşhis edilerek tedavi edilmesine yardımcı olacaktır.

Bu konuda yapılan yanlışlardan en büyüğü, ailede pek çok gözü bozuk kişi olmasına rağmen göz bozukluğundan şüphelenilmemesidir. Zira hem annenin hem babanın hem de diğer aile büyüklerinin gözlerinde sorunlar varsa bu göz bozukluklarının çocuklara geçmiş olması da yüksek ihtimaldir ve göz doktorlarına giderek sorunun tespitin yapılması gerekir. Bu tip göz açısından sabıkalı ailelerin hiç gecikmeden uzmanlara başvurmalarını öneriyoruz zira evde göz bozukluğunu anlamak oldukça zor bir iş ve tıbbi cihazların varlığına ihtiyaç duyulduğu kesin.

Göz bozukluklarının en temel belirtileri arasında çocukların belli şeyleri görmek için gözlerini kısmaları ve ovuşturmaları gelmektedir. Zira dünyayı doğru bir şekilde algılayamayan ve çevresinde

olup bitenleri daha iyi kavrayabilmek için gözlerini kurcalayan çocuklar aslında göz bozukluklarının işaretini davranışlarıyla verirler. Gözlerini kısarak daha iyi görebilmeleri mümkün olduğu için bu davranışı bir alışkanlık haline getiren çocuklar hemen doktora götürülmeli.

Bazı vakalarda gözlerde yanma, kızarma, batma veya rahatsızlıklar gibi durumlarla da karşılaşılabilir. Bu durum gözde ciddi bozukluklar olduğuna ya da göz tansiyonu, alerji gibi etkenlerin varlığına delalettir. Göz kırpmının giderek daha şiddetli ve sık hale gelmesi de bu batma ve yanmalara karşı bir reaksiyondur ve çocuğun günlük hayattaki kalitesini büyük oranda düşürmektedir.

Göz tembelliği gibi toplumda oldukça sık rastlanan ve sadece tek bir gözün bozuk olmasının sebep olduğu sinir işlevselliği kaybıyla kendini ortaya koyan bazı hastalıklar ise çocuğun iki gözünün bir noktaya bakarken tam olarak aynı yere odaklanmamış olmasıyla anlaşılabilir. Fakat hafif vakalarda bu durum pek belli olmayacağı için çocuğunuz doğduktan sonra düzenli olarak göz kontrollerini yaptırmak iyi olacaktır.



ALGI

Algının incelenmesi algı sisteminin belli başlı iki işlevi ile ilgilidir. Yerleştirme ya da nesnelerin nerede olduklarını belirleme ile tanıma ya da nesnelerin ne olduklarını belirleme. Algının incelenmesi, algı sisteminin nesnelerin görünüşü, bu nesnelerin retinal imgeleri değişse bile nasıl değişmez bir durumda tutabildiğiyle de ilgilidir. Bir başka konu, algısal yeteneklerimizin geliştiği ile ilgilidir.

Görme korteksi bir iş bölümü ilkesine göre işler. Yerleştirme ve tanıma, farklı beyin bölgelerinde gerçekleşir. Yerleştirmeye korteksin tepesine yakın bir bölge, tanımaya ise korteksin dibine yakın bir bölge aracılık eder. Tanıma süreçleri de ayrı düğümler halinde alt bölümlere ayrılır; renk, biçim, doku gibi,

Nesneleri yerleştirmek için önce nesneleri birbirinden ayırmamız, sonra onları gruplar halinde düzenlememiz gerekir. Bu süreçler, ilk kez Gestalt psikologları tarafından incelendi. Bu psikologlar örgütlenme ilkeleri önerdiler. Bu türden ilkelerden biri şudur; Bir uyarı şekil ve zemine denk düşen bölgeler içinde örgütleriz Diğer ilkeler nesneleri grupla makta kullandığımız temellerle ilgilidir. Yakınlık tamamlama ve benzerlik

Bir nesnenin yerleştirilmesi, onunu derinliğini bilmemizi gerektirir. Derinlik algısının genellikle derinlik ipuçlarını temel aldığı düşünülür. Monoküler derinlik ipuçları, göreceli büyüklüğü, üst üste binmeyi, göreceli yüksekliği, çizgisel perspektifi ve hareket paralaksını kapsar. Binoküler derinlik ipuçları, paralaks ve oransızlığı kapsar. Buradaki oransızlık, bir nesnenin iki gözde biraz farklı imgeler oluşturmamasından kaynaklanır. Derinlik ipuçları temelinde oluşan uzaklığa bir alternatif de Gibson'un doğrudan algı kavramıdır. Doku gradyanı gibi bilgi kaynağı, bir nesnenin derinliği hakkında doğrudan bilgi sağlar.

Bir nesnenin yerleştirilmesi, bazen hareket eden nesnelerin hareketini bilmeyi gerektirir. Hareket algısı, hareket eden

nesnenin retinamızdan geçip kaybolması ile sağlanabilir. Bunun bir örneği, stroskopik harekettir. Bu harekette bir dizi hızlı, durağan imge, hareket görüntüsüne yol açar. Hareket eden nesne olmaksızın hareket algısına diğer bir örnek yapay harekettir. Burada, büyük bir cismin hareketi, daha küçük bir yerleşik cismin görünüşteki hareketine indirgenir. Gerçek hareket (bir nesnenin retina boyunca hareketiyle sağlanır), tekil hücre kayıtlarının ve seçici uyum deneylerinin gösterdiği gibi görme sistemindeki özel hücreler tarafından beyinde gerçekleştirilir.

Bir nesneyi tanımak, onu bir kategori içinde değerlendirmeyi gerektirir ve esas olarak nesnenin biçimi temel alınır. Tanımanın erken aşamalarında görme sistemi, nesneyi, çizgiler ve açılar gibi özelliklere dayanarak tanımak için retinal bilgiyi kullanır. Bu türden özellikleri saptayan nöronlar(özellik saptayıcılar görme korteksinde bulunmaktadır. Tanımanın sonraki aşamalarında sistem en iyi eşleştirmeyi bulmak için nesnenin tasvirini hafızada depolamış biçim tasvirleri ile eşleştirir.

Tanımanın eşleştirme aşaması üzerine yapılan araştırmaların çoğunda harf örüntüleri kullanılmıştır. Eşleştirme, bir bağlantı modeli ya da şebekeyle açıklanabilir. Şebekenin en alt düzeyi özellikleri, bir sonraki düzeyi ise harfleri içerir. Özellik ile harf arasında ki harekete geçirici bağlantı, özelliğin harfin bir parçası olduğu hareketeleyici bağlantı ise özelliğin harfin bir parçası olmadığı anlamına gelir. Bir harf verildiğinde, bu harf şebeke içindeki bazı özellikleri harekete geçirir. Şebeke bunların faaliyetini ya da





hareketlenmesini harflere aktarır, en yüksek faaliyeti alan harf, girdiyle en iyi eşleşmeyi gerçekleştirir. Şebeke, bir sözcükler düzeyini içermek ve bir harfin tek başına değil de bir sözcük içinde verildiğinde neden daha kolay tanındığının açıklamak için genişletilebilir.

Doğal nesnelerin biçim özellikleri, çizgilerden daha karmaşıktır. Bunlar daha şok silindirler, koniler, bloklar ve takozlar gibi basit geometrik şekillere benzerler. Bu türden sınırlı bir şekiller gurubu, insanların tanıyabildikleri bütün nesnelerin biçimlerini tanımlamak için yeterli olabilir.

Aşağıdan yukarıya tanıma süreçleri yalnızca girdiyle, yukarıdan aşağıya tanıma süreçleri ise bir kişinin bilgi ve beklentileriyle yönlendirilir. Yukarıdan aşağıya süreçleri, algıdaki bağlam etkilerinin ardında yer alır, çünkü bağlam bir algısal beklenti oluşturur ve bu beklenti karşılandığında, tanıma için olağandan daha az girdi gerekir.

Seçici dikkat, bazı uyaranları daha ileri düzeyde işlemek için seçtiğimiz, diğerlerini ise ihmal ettiğimiz bir süreçtir. Görmede dikkatimizi yönlendirmek için kullandığımız başlıca araç göz hareketleridir. Göz görüntünün daha fazla bilgi veren bölümlerinde duraklar. Seçici dikkat, işitme için de geçerlidir. Sesin geldiği yön ya da konuşanın ses özellikleri gibi ipuçlarını kullanarak seçici biçimde dinleyebiliriz. Seçici dikkat yeteneğimize, tanımanın erken aşamalarında gerçekleşen süreçler ve mesajın anlamının belirlenmesinden sonra oluşan süreçler aracılık eder.

Dikkat edilecek nesneyi seçme davranışa

iki ayrı beyin sisteminin aracılık ettiği görülür. Beyin arkası yerleştirme temelindeki seçmeden sorumludur, beyin ön kısım ise biçim ve renk gibi başka özellikler temelindeki seçmeye aracılık eder. PET araştırmaları, bir nesne bir kez seçildiğinde, beynin dikkat etmeyle ilgili bölümlerinin faaliyetinde artış olduğunu göstermektedir.

Algı sisteminin bir başka önemli işlevi, duyu organlarımızın aldığı uyaranlardaki büyük değişimlere rağmen nesnelerin görünüşü aynı tutmaktır. Parlaklık değişmezliği, bir nesnenin yansıttığı ışık miktarı ne olursa olsun aynı ölçüde parlak görünmesi, renk değişmezliği ise bir nesnenin onu aydınlatan ışık kaynağından bağımsız olarak kabaca aynı renkte görünmesi anlamına gelir. Her iki durumda da değişmezlik nesne ile geri plandaki unsurlar arasındaki ilişkilere bağlıdır. Bilinen diğer iki değişmezlik de biçim ve yer değişmezliğidir.

Bütün değişmezlikler içinde en çok araştırma konusu olan büyüklük değişmezliğidir. Bu olgu bir nesnenin büyüklüğünün, o nesnenin uzaklığının fark etmeyeceği şekilde, göreceli olarak değişmez olmasıdır. Bir nesnenin algılanan büyüklüğü, büyüklük uzaklık sabitliği ilkesine göre, hem nesnenin retinal büyüklüğü ile hem de nesnenin algılanan uzaklığıyla birlikte artar. Böylece, bir nesne bizden uzaklaştıkça retinal büyüklük azalır, ancak algılanan uzaklık artar ve bu iki değişiklik birbirini geçersizleştirir ve süreç değişmezlikle sonuçlanır.

Algısal gelişme üzerine yapılan araştırmalar, algılama yeteneğinin ne ölçüde doğuştan geldiğinin ve ne ölçüde deneyimle öğrenildiğinin inceler. Araştırmacılar, yeni





doğan bebeklerin yeteneklerini belirlemek için tercihli bakma ve alışma gibi yöntemler kullanarak bebeklerin ayırt etme yeteneklerini incelediler. Tanıma için önemli olan keskinlik, yaşamın ilk 6 ayından sonra hızla artar, bu artış daha sonra yavaşalar. Derinlik algısı bebek yaklaşık 3 aylıkken görülmeye başlar, ancak 6 aya kadar tam olarak gelişmez. Değişmezlikler, 6 ay gibi erken bir tarihte gelişmeye başlar.

Karanlıkta yetiştirilen hayvanlar, kalıcı görme bozukluklarına uğrarlar ve tek gözleri bağlı olarak yetiştirilen hayvanların o gözleri körleşir. Yetişkin hayvanlar uzun süre uyarandan yoksun kaldıklarında görme kaybına uğramazlar. Sonuçlar, yaşamın başlarında bir kritik dönemin olduğunu gösterir. Bu dönemde, normal uyarıların yokluğu, doğuştan gelen algılama kapasitesinde bir sapmaya yol açar. Uyarılar yaşamın erken döneminde, belirli uyarın türlerini engelleyecek şekilde denetlenirse, gerek hayvanlar gerekse insanlar yoksun bırakıldıkları uyarana duyarlı hale gelirler. Bu etkinin de öğrenmeye fazla ilgisi yoktur. Ne var ki, algısal motor eşgüdümün öğrenilmesi gerekir. Gerek hayvanların gerekse insanların normal eşgüdümü geliştirmek için kendinden üretilen harekete gereksinimleri vardır

Bir şeyin doğruluğuna karşımızdakileri inandırmak için “Gözlerimle gördüm, kulağımla işittim” deriz. Acaba gözlerle görülen şeylerin doğruluğuna her zaman güvenilebilir mi? Algılamada duyu organları

yoluyla alınan duyular zihinde bütünlenerek yorumlandığından, her görülen ve işitilen şeyin nesnel olarak doğru olması ihtimali kesin değildir. Çeşitli çevresel etkilerin gerçekte olduğundan farklı bir biçimde yorumlanması mümkündür.

Dik çubuklardan hangisi daha uzun ? (ikisi de aynı boyda) , 1889 ‘da Alman Psikiyatrisi Frans Müler Lyer tarafından keşfedildi http://www.michaelbach.de/ot/sze_muelue/index.html

Algılamada içinde bulunan ortamın etkileri; Bütün yaşantılar bir zaman uzay ortamı içerisinde oluşur. Bu ortamlarda bulunan çeşitli uyarıcılar, bir nesnenin algılanışını etkiler. Böylece nesneler olduklarından farklı biçimlerde algılanabilir. Herkes bir nesnenin ya da olayın değişik bir ortamda ne kadar değişik biçimlerde algılanabileceğini yaşantıları ile bilir. Biz nesneyi soyut olarak algılamayız. Bunun üzerinde içinde bulunduğu zamanın ve zeminin etkileri olur. Her nesne, içinde bulunduğu ortamın bir parçası olarak algılanır. Böylece her olayın algılanışında kendisinden önce gelen ya da kendisi ile birlikte meydana gelen başka olayların etkisi olur. Yani aynı yerde bulunan veya birbirine yakın olan her şey birbirini etkiler. Yukarıdaki şekillerde bunu açıkça göstermektedir. Çizgiler birbirine eşit olduğu halde, sırf eklenti çizgiler yüzünden soldaki çizgi sağdakinden oldukça kısa görünmektedir.

Siyah noktaları sayın bakalım? aslında orada siyah noktalar yok, beynimizin

yarattığı aldatici bir görüntü ,tam anlamı ile göz yanılması, E Lingelbach tarafından 1994’de keşfedildi.,Herman ‘ın parmaklık illüzyonunun değişik bir sunumu

Ünlü Kafe Duvar illüzyonu,Richard Gregory tarafından keşfedildi.

Enine çizgiler sizce paralel mi, yoksa bükülüyorlar mı? Yukarda yer alan yatay çizgiler birbiri ile kusursuz bir şekilde paralel Resimdeki çizgiler ilk bakışta size eğri bögü görünebilir. Bir kez daha dikkatlice bakın, çizgiler aslında çok düzgün bir şekilde birbirine paralel olduğunu fark edeceksiniz. Siyah karelerin çizgilerin arasına farklı konumlarda yerleştirilmesi eğriymiş gibi görünmesine ve algılanmasına neden oluyor. http://www.michaelbach.de/ot/ang_cafewall/index.html

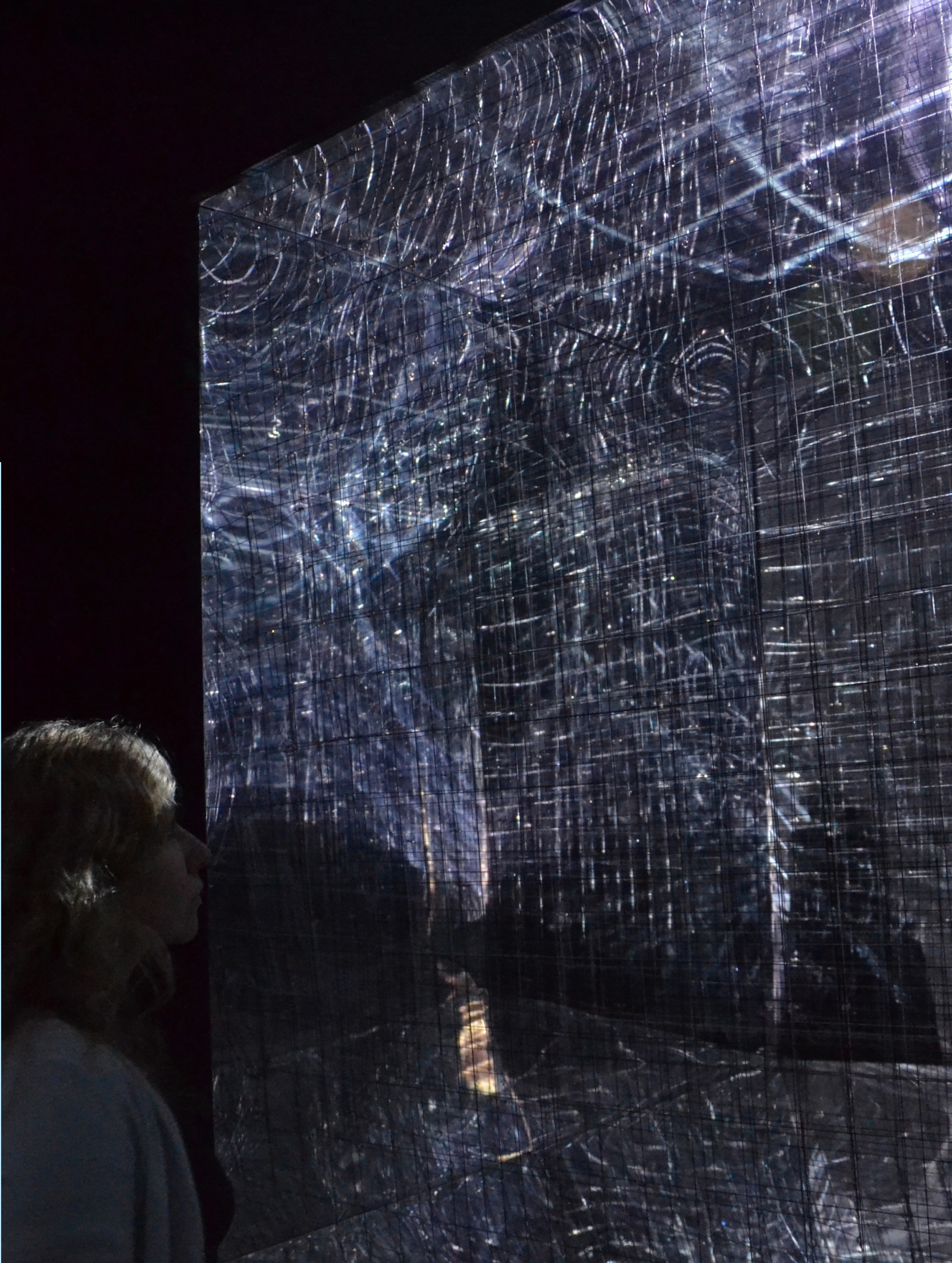
Gerçek vazonun yanındaki siyah fonda oluşan birbirine bakan iki insan silueti’ni görebiliyor musunuz? Tersine çevrilebilir şekil ve zemin; Tersine çevrilebilir vazo, şekil-zemin tersliğini göstermektedir. Aydınlık (Vazo) yada karanlık bölümü(iki görüntü),Yalnızca bir süre için algılayabildiğinize dikkat edin. Bu vazo, Kraliçe ikinci Elizabeth’e evliliğinin gümüş yılı nedeniyle hediye edilmiştir ve kraliçe Prens Philip’in profillerini göstermektedir(Rock1984)

Bağlamın etkileri, uyaran nesne belirsiz olduğunda yani birkaç biçimde algılanabildiğinde özellikle çarpıcıdır. Buradaki resim, yaşlı ya da genç bir kadın olarak algılanabilir.(ilk bakışta daha çok yaşlı kadın görünse de)genç kadına benzeyen

belirsiz resimlere bakmaktaysanız(yani bağlamı genç kadınlar oluşturuyorsa) resimde önce genç kadını görme eğiliminde olursunuz. 1915’de karikatürist WE.Hill ilk olarak bu çizimi yayınladı .Genç kız mı ? yaşlı kadın mı ? Her ikisi de doğru neyi gördüğünüz önemli, anahtar algı, genç kızın gerdanlığı yaşlı kadının ağzı, genç kızın çenesi yaşlı kadının burnudur.

Belirsiz uyaran bu resim grubu ile de gösterilmiştir. Buradaki resimlere sağdan sola ve üstten alta doğru bakınız. Dizinin ortasındaki resimler belirsizdir. Şekillere önerilen sıra ile bakarsanız, bu belirsiz resimleri bir adamın yüzü ters bir düzenle bakarsanız genç bir kadın olarak görürsünüz Geçici bağlam etkisi; burada göreceğiniz şey, resimlere hangi sıra ile baktığınıza bağlıdır. Dizilerin ortasındaki resimler belirsizdir. Burada adamın yüzüne bakıyorsanız çarpılmış yüzler görürsünüz. Bir kadın resmine bakıyorsanız, resimdeki şekil bir kadına benzer(Fisher,1967)

Büyükölük –uzaklık ilkesinin birçok büyükölük yanılmasının anlaşılması bakımından temel bir önemi olduğu görülür(Yanılsama, yanlış ya da bozuk algıdır)Büyükölük yanılsamasına iyi bir örnek Ay yanılsamasıdır. AY, ufka yakın olduğu zaman en tepede olduğu zamana kıyasla yaklaşık%50 daha büyük görünür. Bu durum Ay’ın her iki yerde de aynı büyükölükte retinal imge oluşturmaya karşın böyledir. Bu yanılsamaya getirilen açıklama şudur, Algılanan ufuk uzaklığı tepe uzaklığından daha büyük olarak değerlendirilir. Dolayısıyla, algılanan uzaklığın artması, algılanan büyükölüğün artmasına yol açar(Rock ve kaufman 1962)



SAĞLIK





Köle pazarı ve Voltaire'in büstü; Tersine çevrilebilir bir şekil, Salvador Dali'nin (1940) yaptığı bu resmin ortasında görülmektedir. Kemerin altında duran iki rahibe, Voltaire'in büstünü biçimlendirilecek şekilde tersine çevrilebilir.

Şekil zemin düzenlemesinin fiziksel uyarının bir parçası olmadığını, daha çok algısal sistemimizin bir uygulaması olduğunu gösterir, yukarıdaki resimde daha karmaşık bir tersine çevrilebilir şekil zemin ilişkilerini görme duyusundan başka duyularla da algılayabildiğimize dikkat edin. ör dışarıdan gelen gürültülerin zemininde bir kuşun ötüşünü yada bir orkestranın armonilerine karşı viyolonsel çaldığı melodiyi işitebiliriz.

AMES ODASI

Resimde, bir delikten bakıldığında ames odasının nasıl görüldüğünü göstermektedir. Mavili ya da kırmızı kişinin büyüklükleri odanın sol ya da sağ köşesinde oluşlarına göre değişmektedir. Oda algı yeteneğimizi biraz bozacak şekilde tasarlanmıştır. Odanın algılanan biçimi nedeniyle mavili ya da kırmızılı kişinin büyüklüklerini ayırt etmek olanaksızdır.

Bir başka büyüklük yanılsaması
AMES ODASIDIR (Deney adını deneyi

gerçekleştiren Albert Ames 'ten almıştır) Yukarıdaki şekle bir delikten bakıldığında Ames odasının nasıl görüldüğünü göstermektedir. Yukarıdaki şekilde iki kız aynı yumurta ikizi olmasına rağmen sağdaki soldakine göre büyük görünmektedir Burada büyüklük değişmezliğinin geçersiz hale getiren bir örnekle karşı karşıyayız. Neden? Sorunun yanıtı, odanın yapısındadır. Delikten bakıldığında oda normal dikdörtgen bir oda gibi görünse de, aslında sol köşesi sağ köşesine kıyasla bizden neredeyse iki kat daha uzaktır. Dolayısıyla, soldaki çocuk aslında sağdakinden çok daha uzaktır ve bu nedenle daha küçük bir retinal imge yansıtmaktadır. Uzaklıktaki bu farkı düzeltemeyiz, çünkü normal bir odaya baktığımızı inanmak ve böylece her iki çocuğunda bizden eşit uzaklıkta olduğunu düşünmek eğilimindeyiz. Aslında odanın normal olduğu varsayımımız, büyüklük-uzaklık sabitliği ilkesini normal bir şekilde uygulamamızı engeller. Anlattığımız değişmezlik örneklerinin görsel olmakla birlikte değişmezlik öteki duyular için de geçerlidir. Örneğin, bir kişi nota aralıkları çift olsa da aynı tonu işitecektir. Hangi duyusal biçim söz konusu olursa olsun, değişmezlikler uyarının özellikleri arasındaki büyüklük değişmezliğinde retinal büyüklük ile uzaklık, parlaklık değişmezliğinde bitişik iki bölgenin yoğunluğu arasındaki ilişkilere bağlıdır.

Göz kuruluğu nasıl oluşur?

Siz de fark etmişsinizdir ki bu aralar havalar bir tuhaf hallerde. “Bir günü diğerini tutmuyor”u geçtim saati saatini tutmuyor neredeyse.

Mesela bugün. Bu sabah çok güzel bir hava vardı. Sıcaklık derecesi yüksek olmasa da gökyüzü aydınlık, bulutsuz bir hava vardı.

Aslında tam da yürüyüş havasıydı. Öğlen saatlerini geçtikten sonra hava biraz daha bulutlanmaya başladı ve sonra puslu bir seviyeye ulaştı. Benden söylemesi işte bu havalar çok “sakat” havalar. Aman diyeyim bir anda kendinizi kaptırırsınız, durduk yere evden çıkamaz hale gelirsiniz. Ben uyarımı yapayım :)

Aslında bugün bahsedeceğim hastalık da soğuk havalarla alakalı biraz da. Göz kuruluğu çeken arkadaşlar birazdan yazacaklarımı çok iyi biliyordur. Göz kuruluğu ile ilgili bir şeyler yazmak istiyorum bugün. Göz kuruluğu genellikle soğuk havaların da katkıda bulunduğu bir hava. Retinada gerektiği kadar gözyaşı salgılanamaması göz kuruluğunu tetikliyor. Soğuk havalar da bu göz kurumasını ayrıca tetikliyor çünkü yüze gelen rüzgâr ve kuru hava gözyaşlarının yeteri seviye oluşmasını zora sokuyor.

Özellikle kuru ve soğuk hava şartları gözde kızarıklığa, yanmaya ve batmaya sebep oluyor. Bunların yanı sıra bulanık görme de yine hava koşullarının oluşturduğu bir durum. Kuru göz rahatsızlığı erkeklerde kadınlara oranla daha az rastlanır. Kadınlarda özellikle menopoz dönemi bu sorunun oluşmasının arttığı bir dönemdir. Bunların yanı sıra kontakt lensler de göz kurumasının oluşmasına neden olur. Bir arkadaşımın örnek vermek istiyorum; kendisiyle ne zaman bilgisayar oyunu oynamaya kalksın bir süre sonra ekrana bakarken sorunlar yaşıyor ve bildiğiniz acı çekmeye başlıyor. O sebeple kontakt lensler belki de gözleri iyileştirirken bir yanda da olumsuz etkiliyor.



Kontakt lens kullananlar bu konuda daha dikkatli davranmalılar.

Kontakt lenslerin dışında göz kuruluğuna sebep olan başka etmenler de var. Bunların başında tabii ki klimalar geliyor. Sürekli klima çalışan bir ortamda göz kuruması oluşabilir. Bu sebeple klimaların nemlendirici filtreleri olması daha uygun olacaktır. Klimadan sonraki etmen televizyonlar. Çok uzun süre zarfında televizyon izlemek de gözlerin kurumasına neden olabilmektedir.

Sürekli bilgisayar kullanmak (iş veya okul gereği) zorunda kalan arkadaşlarda da yine göz kuruluğu artabilmektedir. Uzmanlar bu durumu yaşayan kişilerin suni gözyaşı desteklerine başvurabileceğini söylüyor. Tabii bunun da bir hekim kontrolünde yapılmasının altını çiziyorlar. Suni göz yaşları eğer bir doktora danışmadan alınırsa ilerde daha farklı göz sorunlarının oluşmasına neden olabilir.

Gözlerimiz bizi nasıl ele verir?

Gözlerin kalbin aynası olduğuna, saklamak istediğimiz duyguları ele verdiğine inanılır.



Onların sadece beyinde olup bitenleri yansıtmadığı, olayları hatırlama ve karar alma süreçlerini de etkilediği düşünülüyor.

Gözlerimiz sürekli hareket halindedir. Bunların bir kısmı bilinçli hareketler olsa da çoğu bilinçaltı yapılan kontrolsüz hareketlerdir. Okurken örneğin her bir kelime üzerinde duran, sonra sıçrayarak bir sonraki kelimeye geçen hızlı ve seri hareketler yapar.

Bir odaya girdiğimizde benzer hareketleri daha geniş açılı bir şekilde yaparız. Yürürken kafamızın hareketini telafi ederek etrafımızda gördüklerimizi sabit kılmak için istemsiz bir şekilde yaptığımız kısa göz hareketlerimiz olur. Uyku sırasında ise REM (hızlı göz hareketleri) aşamasında gözler yine hareket halindedir.

Bugün bazı göz hareketlerimizin düşünme sürecimizi ifşa ettiğine dair veriler ortaya çıkıyor.

Geçen yıl yayımlanan bir araştırma, gözbebeği büyümesinin karar alma sürecindeki belirsizlik derecesiyle ilgili olduğunu gösteriyor. Eğer aldığımız karar konusunda çok emin değilsek

daha fazla uyarılma uyarılma hissederiz ki bu da gözbebeklerinin büyümesine neden olur. Gözdeki bu değişim ise ne söyleyeceğimize dair ipuçları verir. Araştırmacılar, 'hayır' demeyi huy edinmiş temkinli bir insanı 'evet' demeye götürecek kararı ne zaman alacağını öngörebilirdi.

Göz hareketlerini gözleme yoluyla kişinin aklından geçen sayıyı tahmin etmek bile mümkün olmuştu. Zürih Üniversitesi'nde 12 gönüllü üzerinde yapılan deneyde deneklerden 40 rakam söylemeleri istenerek bu sırada yaptıkları göz hareketleri takip edildi.

Deneklerin göz hareketlerinin yönü ve ölçüsü incelenerek gösterilen sayının bir öncekinden büyük mü küçük mü olduğu ve aradaki farkın ne kadar olduğu tahmin edilebiliyordu.

Deneklerin sayıları söylerken, bu sayı öncekinden büyükse gözlerinin sağ yukarıya, küçükse sol aşağıya baktığı görüldü. Bu hareket değişimi ne kadar fazlaysa sayılar arasındaki fark da o kadar büyük oluyordu. Bu ise beyinde soyut sayıları boşluktaki hareketlerle ilişkilendirdiğimizi gösteriyordu.



FreeForm® Spectacle Lenses

Dünya, **bizimle** görüyor.
The World sees **(with)** us.



gör
nayıp!

view
vie!

vê
a vida!

sehen das
Leben!

voir
la Vie!

ve
la vida!

видеть
жизнь!

چشم انداز
زندگی

انظر
للحياة!

FreeForm®
TECHNOLOGY

Kontakt lenslerin Tarihçesi

Kadınlar dış görünüşlerine ne kadar önem veriyorsa, ruhlarının da o kadar sağlıklı ve bakımlı olduğunu düşünüyorlar. Her kadının gardırobunda olmazsa olmaz kıyafetleri ve eşyaları vardır. Bunlar bazılarımız için küçük detaylar ama kadınlar için güzelliği tamamlayan ince ama mühim detaylar..



Kontakt lenslerin temel fizik özelliklerinin geniş anlamda ünlü bilim adamı Leonardo da Vinci'nin 1508 yılında yaptığı çizimlerinde tanımladığı bilinmektedir.

İnsanlığın daha sonra yüzyıllar süren aydınlanma döneminde belki kontakt lensler ile ilgili küçük gelişmeler olmuşsa da kontakt lensin bilinen tarihi 19. yüzyıldan itibaren gözlük camları ile birlikte başlamıştır.

Rene' Descartes 1636 yılında optik düzeltmeyi sağlamak için doğrudan kornea üzerine yerleştirilen sıvı dolu bir cam tüp tanımlamıştır.

Thomas Young 1801'de, Descartes'ın düşüncesini pratiğe geçirerek, kontak lensin öncüsü sayılabilecek kornea yüzeyini nötralize eden 'hidradiaskop' adını verdiği



bir araç geliştirmiştir.

1888 yılında Adolf Eugene Fick ve Eugene Kalt birbirlerinden bağımsız olarak insan gözüne takılabilen ilk kontakt lens tasarımlarını ortaya çıkarmışlardır.

1888'den 1938'e kadar yaklaşık 50 yıl boyunca camdan yapılmak zorunda olmaları ve ağırlıklarından dolayı kornea lenslerinin kalıcı santralizasyonundaki güçlükler nedeniyle sklera lensleri temel kontakt lensler olmuşlar ve 1948 yılına kadar üretimi yapılmıştır.

1936'da Amerika'da ,polimetil metakrilat (PMMA) adlı şeffaf plastiğin üretilmesinden sonra 1947'de İngiltere'de Kevin Thouhy sert plastikten kornea kontakt lenslerini geliştirmiştir.

1974'de Norman Gaylord oksijen geçiren silikonu temel PMMA yapısı içine sokarak gaz geçirgen sert kontakt lensleri ortaya çıkarmıştır.

1961 yılında Çekoslovakya'da Otto Wichterle yumuşak hidrofilik plastikten imal edilmiş ilk yumuşak kontakt lensleri geliştirmiştir. Dünya piyasalarına sunumu 1972 yılında

başlamıştır. Bu lenslerin oksijen ve su geçirgenliği ve kullanımındaki rahatlıkları gibi önemli avantajlarının varlığı dikkat çekmiştir.

1984'de Michael Bay ve ekibi tarafından ilk kullan-at lensleri geliştirilmiştir.

Lens materyali konusunda Wichterle'nin 1960'lı yıllarda hidroksi etil metakrilatı (HEMA) geliştirmesinden sonraki en önemli gelişme;

998 yılında uzun süreli kullanım için tasarlanmış silikon hidrojel lenslerin kullanıma sunulmasıdır.

Bize ulaşan bilgilerin ışığında ülkemizdeki kontakt lens tarihi ise; 1944 yılında Dr.Opan'ın kontakt lensleri ilk tanımlayan yazısı ile başlar:

İlk yayınlar

1944 Dr.E.Opan: Gözlük yerine göze yapışan camlar, Ask.Sıhh.Der.

1950 Dr.Z.Tekman: Kontakt camlar.AÜTF Yıllığı.

1957 Papadapulos: Kontakt lens ile düzelttiği keratokonus olgusu.Türk

Oftalmoloji Cemiyeti, Tebliğ.

1966 Dr.C. Ünlüerçi: Kontakt cam ve tatbikatı. VI. Türk Oftalmoloji Kongre Bülteni.

1968 Dr.V.Yiğitsubay: Kliniğimizde tatbika başlaması dolayısı ile kontakt lensler AÜTF Yıllığı.

Ülkemizde bilimsel anlamda çalışmalar yapmak, eğitim vermek ve hatta yerli kontakt lens üretimini geliştirmek amaçlarına hizmet etmek üzere üniversite ve eğitim hastanelerinde aşağıdaki klinikler kurulmuştur.

Ülkemizde Kurulan ilk Kontakt Lens Bölümleri ve Öncü Hekimler:

1967... Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Göz Kliniği... Dr.Vedat Yiğitsubay, Dr.Esin Fırat

1967... İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Ziya Gün Enstitüsü... Dr.Zeki Sürel

1969... Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi Göz Kliniği... Dr.Günhan Erbakan

1970... İstanbul Üniversitesi İstanbul Tıp Fakültesi ... Dr.Turan Sezen

1974... Hacettepe ÜTF Göz Kliniği... Dr.Behiç Tüzmen, Dr.Hikmet Kandemir, Dr. Murat İrkeç

1977... SSK Ankara Hastanesi... Dr.S.Özkan, 1967' de İÜ. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi ve AÜ.Tıp Fakültesi Göz Klinikleri, İngiltere Nystle firmasından getirttikleri polimetilmetakrilat(PMMA)disklerini kendi laboratuvarlarında işleyerek sert lenslerini üretmişlerdir ,

Daha sonra yurt dışından hammadde ithali ve yabancı sermayenin gelmesi ile birlikte kontakt lens uygulamaları hız ve çeşitlilik kazanmıştır.

1969- Kesin Firması'ndan Sırrı Dökünter'in çabalarıyla, Titmus Eurecon sert lenslerin yapımına başlanmıştır.

1978-Oksijen geçirgenliği daha iyi olan selüloz-asetat-bütirat(CAB)lenslerin üretimine başlanmıştır.

1981- Kesin Firması HEMA 38 'den Titmus

Eurecon yumuşak lensleri üretmeye başlamıştır.

1982- Teka Tic.- B&L un yumuşak lenslerini ithal etmeye başlamıştır.

Türk Oftalmoloji Derneği (TOD) Medikal Kontakt Lens Birimi, ilk kez sayın Dr. Hikmet Kandemir başkanlığı ve Dr.Hikmet Özçetin sekreterliğinde 1984'de kurulmuş ve 1986 yılında sayın Dr.Kandemir'in katkıları ile Avrupa Kontaktoloji Derneği (ECLSO)'ne kabul edilmiştir Günümüzde sayın Dr. Ayfer Kanpolat'ın başkan yardımcısı olarak görev aldığı ECLSO da bilimsel çalışmaları ile önemli bir yer edinmiş olan birimiz, daha önce iki kez yaptığı(1989 ve 2000 yılı) ECLSO kongresini 2011 yılında ülkemizde tekrar gerçekleştirme hakkını kazanmıştır.

TOD Kontakt Lens Birimi, Dr.Hikmet KANDEMİR, Dr. Esin FIRAT, Dr., Dr.Dr. Ayfer KANPOLAT, Dr.Güzin İSKELELİ,Dr. İzzet CAN, Dr.Tomris ŞENGÖR'ün başkan ve Dr.Hikmet ÖZÇETİN, Dr.Murat İRKEÇ,Dr.Mustafa ONAT, Dr.Tomris ŞENGÖR, Dr. Ömür UÇAKHAN ve Dr.Hilmi OR 'un sekreter olarak görev aldıkları yönetim birimleri ve aşağıda isimleri belirtilen kontakt lens aktif üyelerinin katılımları ile çok sayıda bilimsel çalışmalar ulusal ve uluslar arası toplantılar düzenleyerek ülkemizdeki kontakt lens bilim dalının gelişmesine çok değerli katkılarda bulunmuşlardır.

Dr. Lale KÖZER BİLGİN,Dr. Turan SEZEN, Dr. Demir BAŞAR, Dr. Gönül BAŞAR, Dr. Günhan ERBAKAN, Dr. İhsan ÖGE, Dr. Çağla ATABAY , Dr. Sevilay KEVSER, Dr. Ahmet TEMEL, Dr. Figen ALAÇAYIR, Dr. Bülent BARLAS,Dr. Nazan ERDA, Dr. Meltem YAĞMUR, Dr. Nuray AKYOL, Dr. Hayrettin KILIÇ,Dr. Hilmi ÇAKMAKÇI, Dr. Serdar SAYGI, Dr. Türker ERYÜKSEL, Dr. Banu COŞAR, Dr. Murat DOĞRU, Dr.Canan GÜRDAL, Dr.Ebru TOKER, Dr. Yelda Buyru ÖZKURT, Dr. Sevda Aydın KURNA, Dr. Ferda ÇİFTÇİ, Dr. Zeynep ÖZBEK SÖYLEMEZOĞLU





Unutulmayan
SLOGANLAR



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

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

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

En etkililer arasında Artema'nın "Aç kapa"sından Mavi Jeans'in "Çok oluyoruz"una, Turkcell'in "Hayat paylaşınca güzel"ine geçmişten bugüne uzanan eski ve yeni çok sayıda slogan yer alıyor.

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

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

Ardından, yeni DenizBank konumlamasını yansıtacak bir slogana ihtiyacı doğdu. "Hayatı kolaylaştıran, güler yüzlü ve müşteri odaklı banka" konumlamasını hissettireceğine inanılan "Hayat Deniz'de güzel!" sloganı seçildi.

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

DİKKATLİ SEÇİM YAPILMALI

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

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

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

Ülker'in güçlü markalarından Biskrem de Alame-ti-farika imzalı "Bi Biskrem versem" sloganıyla markanın lezzet vaadini vurguluyor. CarrefourSA da bugünlerde TBWA İstanbul tarafından hayata geçirilen yeni sloganı "Ne lazımsa CarrefourSA" ile tüketiciye daha yakın bir duruş sergilemeye çalışıyor.

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

MARKAYA NE KAZANDIRIYOR?

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

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

1980'den itibaren "Aç kapa" sloganını kullandıklarını









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

DenizBank’ın son 5 yılda bilinirliğinin 2 kat artmasında “Hayat Deniz’de güzel” sloganı önemli rol oynadı. Dimes “Lezzetinde doğallık var” sloganını mihenk taşı olarak görüyor. Dimes Pazarlama Direktörü Ceyda Paydaş Turan, sloganla birlikte yaptıkları yoğun iletişimin toplam marka bilinirliklerini yüzde 98’e ulaştırdığını söylüyor. “Dimes en fazla bilinen marka koltuğuna oturdu” diye de ekliyor.

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

DEĞİŞİMDE DOĞRU ZAMAN

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

2006 yılında yeniden yapılanma yaşayan banka, bu değişimi tüketicilere, “Türkiye’nin yenilikçi gücü” sloganıyla duyurdu. 2010 yılında ise bu söylemin ötesine geçen ve markanın imzası olacak bir slogan ihtiyacı olduğunu belirten Akbank Kurumsal İletişim Bölüm Başkanı Murat Göllü, o yıl “Sizin için” sloganının doğduğunu söylüyor.

Sektör temsilcileri akşam yemeğinde buluştu

İstanbul Ticaret Odası'nda (İTO) gerçekleştirilen Optometri başlıklı toplantıda Optometri' nin Türkiye ye gelmesi durumunda sektöre ve toplum sağlığına katkılarının neler olabileceği, bu nedenle Optometri' nin ülkemize gelmesinin ne kadar doğru olduğu tartışıldı.



İstanbul ticaret odası/ Gözlükçülük meslek komitesi' nin Cemile sultan korusunda organize ettiği akşam yemeğine Türkiye optik, optometrik meslekler derneği başkanı Turgut Vardi ve yönetim kurulu üyeleri, Tüm optik ve optometrik meslek adamları derneği başkanı Çetin Günay ve yönetim kurulu üyeleri ile Türkiye gözlük sanayicileri derneği başkanı Mehmet Dibi, yönetim kurulu üyesi Mehmet İkizoğlu katılmıştır. İTO Gözlükçülük Meslek komitesi başkanı

Orhan Küreli, Başkan yardımcısı Rıza Gözlükçü ve Meclis üyesi Numan Hocaoglu'nun organize ettiği dialog toplantısı 21 Aralık 2016 tarihinde, Cemile Sultan Korusundaki Koru restoranda yapıldı. Sektörümüzün temsilcileri olan dernek yöneticilerimiz ve İTO temsilcilerimiz sektörün bir çok sorununu masaya yatırmış ve görüş alışverişinde bulunmuşlardır. Çözüm çalışmalarının yöntemleri konusunda ortak işbirliğinin önemine vurgu yapmışlar ve meyvelerini kısa zamanda vermeye başlayacağını umduğumuz "dernekler arası dialog"



SILMO 2016 İZLENİMLERİ...





HOBİLERİMİZ

Her gün vaktimizi aynı şekilde geçiririz. Sabah okula, üniversiteye ya da işe gideriz, akşam eve yorgun döneriz. Bazen bu işleri yapmaktan usanırız, bizim dinlenmemiz de gerekir. Biz sıkılırken, başımız ağrırken, bizi avutan, moralimizi düzelten bazı işleri de yapabiliriz.

Polarize filtre nedir?

Hobiler bizim hayatımızın önemli bir parçasıdır, biz ara sıra hobilere zaman ayırabiliriz. Hobiler bizim için eğlenceli zamanlardır, çünkü onları yaparken biz dinleniriz, onları yapmaktan hiç sıkılmayız. Bazı insanların hobileri müzik dinlemek, kışın kayak yapmak, bilgisayarda oturmak, satranç ya da dama oynamak. Bunlar çok güzel hobiler. Bazıları için de kitap okumak, şiir yazmak, dil öğrenmek hobiler güzeldir. Bunlar da fena değil, çünkü okurken yeni bir şeyler, bilgiler öğreniriz, onlar daima aklımızda kalır. Duyduğuma göre bazı insanlar paraşütle atlamaktan zevk alırlarmış, fotoğraf çekmekten hoşlanırlarmış. Günümüzde hobilerin türleri çok, bu yüzden insanın canı ne isterse onları yapar, neyle ilgilenirse onları inceler. Mesela, benim akrabalarımın birisi tarihi eserlerle ilgilenir.

Okuldaki kütüphaneden tarihi eserlerle dolu kitapların fotoğraflarını kopya çeker, kitap mağazalarından da alır. Onları daima araştırır, öğretmenlerine tarihi eserlerle ilgili sorular sormaktan hiç bıkmaz. Kendisi öğrendiği bilgileri anlatmayı alışkanlık haline getirmiş. Bazen biz onun anlattıklarını dinleriz bazen de susmasını rica ederiz. Ancak şimdi anlıyorum ki o akrabamın hobisi kendisi için ne kadar ilginçmiş, zamanını boşu boşuna geçirmiyormuş.

Şimdi bana geçelim. Benim hobim tenis oynamak, fantastik kitaplar okumak ve dans etmek. Tabii ki dans edersem müzik dinlemeyi de severim. Ben tenis oynarken hiç yorulmam, çünkü bedenimi hafif ve sağlam hissederim, arkadaşlarım da benim oynamamı beğenirler. Kitap okumaktan bıkmam, çünkü kitaplar moralimi yerine getirir, okumayı önemserim. Kitap okumayı dışarıda gezmeye tercih ederim. Küçükken dans etmekten hiç vazgeçemezdim. Televizyonda dans eden insanları görünce onların dans etmesine dikkat ederim, her adımı ezberlerim ve sonra kendim yaparım, onların dans etmelerini hatırlayıp tekrar yaparım. Hobileri yapmaktan hoşlanırım, onları yapmakta fayda da var. Sağlıklı, akıllı, hareketli olabilirim.

Günümüzde heyecan verici hobiler de var. Mesela, dağa tırmanmak, sörf yapmak, motosiklet sürmek. Renkler ve zevkler tartışılmaz, hobiler de tartışılmaz, çünkü hangi hobi olursa olsun, hayatımızın daha renkli ve daha ilginç olmasına (geçmesine) yardım eder.

İktidar Yozlaştırır mı?

Gücün kullanımı olmadan, liderlikten söz edemeyeceğimizi yazmıştık önceki yazımızda. Gücün kullanımı aynı zamanda iktidar olmayı gerektirir. Muktedir değilsek gücün kullanımından bahsedemeyiz. Önemli sorulardan birisi, liderin sahip olduğu gücü ne için kullandığıdır.

Gücün kullanım biçimi, özellikle de pek çok insanın hayatı etkileyecek kararlar alma gücü, kişinin iyi lider olma sürecinde önemli testlerden birisidir. Tarih sayfaları bu testten geçememiş insanlarla doludur ve bu durumu LordActon "iktidar (güç) yozlaştırır, mutlak iktidar mutlaka yozlaştırır" şeklinde kesin bir yargı olarak ifade etmiştir. Bu cümlede bir açmaz vardır esasında. Güç kullanımı

olmadan lider olunamaz ve güç (iktidar) yozlaştırır ise o zaman nasıl iyi lider olacağız?

LordActon'un yargısını destekleyecek çok örnek var kuşkusuz. Diğer taraftan bu kesin yargı insanın yaratılmışların en şerefli olma potansiyelini ve iyi/kötü arasında seçim yapabilme özelliğini dikkate almıyor.

İktidar olmak veya gücün kullanımı her

**WHAT'S HEAVEN?
WHAT'S EARTH?
ALL IN THE MIND**



A collection of 20 black silhouettes of various organisms, including plants, animals, and fungi, arranged in a circular pattern. The organisms include a pig, a fish, a mouse, a snail, a person, an ant, a bird, a shark, a dog, a cow, a frog, a chicken, a starfish, a jellyfish, a mushroom, a whale, a snake, a flower, a tree, and a squid.

Ocak 2017 | OPTİSYENİN SESİ E-DERGİ | 55



Eğitim Şart

Geçtiğimiz haftalarda öğretmenler günü kutlandı.

“İlim Çin’de bile olsa gidip alın” diyen Hz. Muhammed, “Bana bir harf öğretenin kırk yıl kölesi olurum” diyen Hz. Ali, “Öğretmenler yeni nesil sizin eseriniz olacaktır” diyen Mustafa Kemal Atatürk, eğitimin ve eğitimcinin önemini ne güzel vurgulamışlar. Her konuda “eğitim şart!” sözü de dilimize iyice yerleşmiş durumda.

Her Şeyin Başı Sağlık

Her alanda eğitim bu kadar önemliyken, her şeyin başı denilen sağlık alanında durum nasıl? Hekimlik, hemşirelik, teknisyenlik de öğretmenlik gibi insanlığa adanmış en kutsal mesleklerin başında geliyor. Tıp

eğitimi, en uzun süreli ve en çok emek gerektirenlerin birinci sırasında. Bir uzman hekim olabilmek için liseden sonra en az 11 yıl olmak üzere, zorunlu hizmetlerle 14-15 yıl gibi uzun ve çok zorlu bir süreç söz konusu.

Bu süre 3-4 adet dörder yıllık fakülteye denk gelmekte. Hemşirelik eğitimi ise sağlık meslek liseleri ve yüksek öğretim kurumlarında verilmekte, lise mezunu dilerse hemşire ve teknisyen olarak mesleğe başlayabilmekte.

Türkiye’de halen toplam 130 bin hekim, 125 bin hemşire, 52 bin de ebe görev yapıyor. AB üyesi ülkelere göre hekim sayımız az görülmesine rağmen özellikle Sağlık Bakanlığı kuruluşlarında hemşire sayısı



görece çok daha az. Bu kuruluşlarda, yerine göre bir hekim, hemşirenin ve tıbbi sekreterin görevini yapmak zorunda olduğundan hekim sayısı yetersiz diye anaokulu açar gibi tıp fakülteleri açılmakta, Türkçe bile bilmesi zorunlu olmayan ithal hekim yasaları çıkartılmakta.

Oysa gerçek çözüm, eğitim kalitesinden ödün vermeyerek uygun sayıda hekim yetiştirmek. "Yarım hekim candan, yarım hoca dinden eder" atasözü boşuna söylenmemiş.

AB üyesi ülkelerde 100 bin kişiye 346 hekim, ülkemizde ise 171 olduğu halde, zorunlu hizmet ile alet, edevatın bile olmadığı yerlerde hekime ulaşmanın kolaylaştırılması gibi nedenlerle "müşteri"

düşen hemşire ve ebe sayısı DSÖ Avrupa Bölgesinde 650, AB'de 571, Türkiye'de ise 237. Hatta Sağlık Bakanlığı hastanelerinde sadece 182. Hekim sayılarında görece yarım olan oranımız, hemşireler için üçte bir, hatta dörtte bir. Aslında, sayıca yetersiz olan başta hemşireler olmak üzere yardımcı sağlık personeli.

Eğitim ordusuna atanamayan 300 bin öğretmen bir yanda boşta beklerken, sağlık ordusundaki açık çok daha büyük. İnsan kaynaklarını da, bütçeyi de planlamak için eğitim şart görünüyor.

Bu vesileyle, bizleri yetiştiren, eğiten tüm öğretmenlerimize en içten teşekkür ve saygılarımı sunarken, halen görev yapmakta olan öğretmen – öğretim üyesi bütün arkadaşlarımı da kutluyor, başarılar diliyorum.





İstanbul'a kar yağdırmak için en çılgın projeler

İstanbullular “kar, kar” diye sayıklıyor ama bir türlü istenildiği kadar çok kar yağmıyor. Ben de ekonomik kriz filan demedim, İstanbul'a kar yağması için çılgın projeler geliştirdim!

Öncelikle “İstanbul'a kar yağmadığı” düşüncesi hiç doğru değil! Bu günlerde İstanbul üzerine gelen bütün bulutlardan yağışlar kar kristali şeklinde başlıyor ama yere ulaşamıyor. “Bulut ve Yağış Fiziği” gibi bir ders almamışsanız kar ya da yağmurun nasıl yağdığını gerçekten bilmiyorsunuzdur...

BİR KAR KRİSTALİ OLUYOR BİN TANE

Su, doğada bir arada katı, gaz ve sıvı halde bulunabilen çok ilginç bir maddedir. Bulutun bazı bölgelerinde sıvı su, saf halde olduğu için donmadan sıfır derecenin çok altında (-40 santigrat dereceye kadar) sıvı halde fakat aşırı soğuk bir şekilde bulunur. Fakat aynı sıcaklıktaki aşırı soğuk bulut damlacıkları ile buz kristallerinin buhar basınçları farklıdır. Damlacıkların buhar basıncı, buz kristallerinkinden daha büyük olduğu için damlacıklar buharlaşır ve gidip buz kristalleri üzerinde birikir. Bu buhar basıncındaki fark ne kadar büyükse (12 santigrad civarında olduğu gibi) buz kristalinin büyümesi de o kadar hızlı olur.

Bu tür birikmeyle büyüyen buz kristali ancak belli büyüklüğe erişince yere düşmeye başlar. Düşerken de yolu üzerindeki bulut damlacıkları ve diğer buz kristalleriyle çarpışıp büyür. Çok büyüyünce parçalanır. Bu sefer parçaları başlar büyüyüp parçalanmaya ve böylece buluttan başlayan bir kar kristali yere ulaşana kadar binlerce kar kristaline dönüşür. Kar kristalleri yer seviyesine yaklaşırken içine girdikleri hava tabakasının sıcaklığına göre eriyip sulu sepkene, yağmura ya da donan yağmura da dönüşebilir.

İSTANBUL'U YÜKSELTELİM BULUTLARI SOĞUTALIM

Bu durumda İstanbul'a adam / kadın gibi kar yağmamasının bir nedeni bulut sıcaklığının kar kristallerinin hızla



büyümesi için yeterli olmaması olabilir. İşte burada bir çılgın projeye ihtiyaç var. Bu durumda, kar yağdırma potansiyeli olan bulutları İstanbulla yaklaşırken durumuna göre ya eksi 12 santigrat'a kadar soğutmalı ya da eksi 12 santigrat'a kadar ısıtmalıyız. Bunun için bulutların içine roketlerle mi yoksa uçaklarla mı soğutucu/ısıtıcı madde atarız bilemem!

Bazen şiddetli yağın yağmurlardan da anlıyoruz ki bulutlarda kar kristallerinin büyüüp yere doğru düşmesi öyle yavaş bir şekilde olmuyor. Maaşallah şakır şakır yağıp, sular seller alıyor ortalığı ama kar şeklinde değil. Yani kar kristallerine İstanbul semalarında yere doğru inerken bir şeyler oluyor. Burada İstanbul'un deniz seviyesinde olduğunu düşünürseniz buluttan düşen bir kar kristalinin yere ulaşması için alması gereken yol epey uzun. Örneğin Ankara'ya göre yaklaşık bir kilometre daha kat etmesi gerekiyor. Yani 10 santigrad daha ısınmıyor. Bu nedenle çılgın başka bir proje İstanbul üzerine kalın bir toprak tabakası koyup şehri yükseltmek olabilir! Alt tarafı hafriyat ve yap satıcılık işte. Göl manzaralı sulu villaların yerini karlı ve kayaklı villalar alacak...

PROJEMİN İSMİ PLATO İSTANBUL

Düşünün İstanbul'u bin metre kalınlığında toprakla örtüyorsunuz! Dümdüz olan şehrin her yeri "İstanbul'un yüksek yeri" haline geliyor. Artık "İstanbul'un yüksek yerlerine kar yağacak!" gibi bir hava tahmini duyunca "İstanbul'un yüksek yerleri neresiydi" şeklinde düşünmek zorunda da kalmayacaksınız. İstanbul Boğazı da bir kanyona dönüşecek, içinden geçen gemiler kayak gibi görünecek! Bir de depreme dayanıklı binalar, düzgün yollar yaparsanız alın size kentsel dönüşüm. Ben bu "Plato İstanbul" projesinden çok umutluyum. Hatta iddia ediyorum bu çılgın proje Türkiye'nin cari açık ve işsizlik problemlerini de çözer! Bir taşla bir sürü kuş...

"Ne alaka, kardeşim deniz kıyısındaki şehirlere de kar yağıyor. Bu kadar hafriyat olur mu" dersiniz o zaman size Dünya'yı batıdan doğuya doğru değil de; doğudan batıya doğru döndürme projemi teklif ederim. Bende çılgınlık, pardon proje çok; yeter ki isteyin!



YOLNAME

Yazı ve Fotoğraflar: Mustafa KÜRELİ
mkureli@gmail.com



"Konichi wa"
Tokyo...



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 koşturmaya 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 metre karelik 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 tabii ki Tokyo'nun en meşhur semti Ginza'yı gezeceğiz. Odaiba Adası'ndan körfeze ve Gökkuşakı 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 deyiimiyle, 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 tanınmasıdır.

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 kirayıp 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 depremten 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 kanep, 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, kombini denilen, 24 saat açık küçük marketler, berberler, emlakçı, 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 noktaları 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 yaparak 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





gökdelenler bölgesi ile doğusundaki batakhaneinin tezdı gerçekten dıkkat çekici.

Günde iki, iki buçuk milyon yolcunun gelip geçtiğı istasyonunun hangi kapısından çıktığınıza bağı 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 diyardı 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.















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 ayrılıyor. 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.

















Parmağımı üstüne sürüyorum, 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 kanalları 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 Ikebukuro semtinde













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 açılıyor. 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.

OPTİSYENİN

E-DERGI
Sayı: 38 OCAK 2017
SESI

Optik Magazin Dergisi

SAĞLIK

Gözlerimiz bizi nasıl ele verir?

SAĞLIK

Göz kuruluğu nasıl oluşur?

AKSESUAR

Bayan Gözlük Modelleri 2017

SEKTÖRDEN

Hüseyin Çırpan yazdı:
İktidar yozlaştırır mı?



ben.x[®]
memory eyewear

by


mercan



@benxeyewear

www.mercanoptik.com.tr