

# Berkeket

ALBARAKA TÜRK BÜLTENİDİR.



Sayı 13 • Kış 2002-2003

## BİREYSEL BANKACILIK ve ALBARAKA TÜRK VİZYONU



**KÜRESELLEŞME VE FİNANSAL YAKLAŞIMLAR**

**GÜLÜMSEMENİN FELSEFESİ**

**ALBARAKA TÜRK AĞRI DAĞINDA**





# İçindekiler

Bizden	2
Küreselleşme ve Finansal Yaklaşımlar	3
Bireysel Bankacılıkta Albaraka Türk Vizyonu	6
Bireysel Bankacılık Müdürlüğü	8
Finans Sektöründe Yarını Biçimlendirmek	10
Albaraka Türk'de Alternatif Dağıtım Kanalları	11
Gülümsemenin Felsefesi	12
Sevgi Dilleri ve Aile İçi İletişim	14
Bilgi Toplumu ve Eğitim	17
Hizmetiçi Eğitim Seferberliği	18
Dünyada Faizsiz Finans Sektöründen Haberler	20
Seçkin İnternet Adresleri	21
Albaraka Türk Ağrı Dağı'nda	22
Albaraka'dan Haberler	24
Adapazarı Şubesi	26
Dünyadan İnsan Manzaraları	28
Anket :)	29
Bir Adam Yaratmak	30
Bizden Haberler	31
Bulmaca	32

*Albaraka'dan Haberler  
sayfa 24'de*



*Küreselleşme ve  
Finansal  
Yaklaşımlar* **3**



*Finans  
Sektöründe  
Yarını  
Biçimlendirmek* **10**



*Albaraka Türk'de  
Alternatif  
Dağıtım  
Kanalları* **11**



*Gülümsemenin  
Felsefesi* **12**



*Sevgi Dilleri ve  
Aile İçi İletişim* **14**



*Albaraka Türk  
Ağrı Dağı'nda* **22**



*Bir Adam  
Yaratmak* **30**



#### Sahibi

ALBARAKA TÜRK adına  
Fehmi AKIN

Genel Yayın Yönetmeni  
Dr. Adnan BÜYÜKDENİZ

Yazı İşleri Sorumlusu  
İbrahim USUL

Editör  
Ekrem ŞAHİN

Yayın Kurulu  
Ahmet ERTÜRK  
Fahrettin YAŞI  
M. Emin ÖZCAN  
Temel HAZIROĞLU  
B. Cemal RODOPLU

Danışma Kurulu  
Yalçın ÖNER  
Fehmi AKIN  
Osman AKYÜZ  
Salim ALKAN  
Doç.Dr. Abdulaziz BAYINDIR

Sayfa Düzeni  
Zübeyir ÇİFTÇİ

Renk Ayrımı ve Baskı

Yönetim Yeri  
Büyükdere Cad. No:78  
34387 Mecidiyeköy/İstanbul  
Tel: (0212) 274 99 00  
Faks: (0212) 272 44 70  
E-mail:  
albarakaturk@albarakaturk.com.tr  
Web:  
www.albarakaturk.com.tr

Bu Bülten Albaraka Türk  
Reklam ve Halkla İlişkiler  
Servisince hazırlanmıştır.

İmzalı yazılarda belirtilen görüşler  
sadece söz konusu yazarların  
fikirlarını ifade eder.

# Bizden

Tüm Bereket okurlarına merhaba, Bereket'in yeni bir sayısını daha sizlere ulaştırmış bulunuyoruz. İlk sayısını 15 Ekim 1997 tarihinde çıkarmaya başladığımız Bereket'in yayın periyodunda yaşanan gecikmeleri mazur göreceğinizi umut ediyoruz. Matbaa aşamasına kadar tüm hazırlıklarının kurumumuzda gerçekleştiği düşünülürken gerek ülke gündemindeki gerekse asli alanımızda –finans sektöründe- yaşanan hareketlilik ve yoğunluk haliyle bizlerin dergi üzerindeki çalışmalarını da etkilemektedir.

Sektöründe bir çok konuda olduğu gibi yayıncılık konusunda da bir ilke imza atarak faizsiz finans sektöründe kurumsal yayıncılığı başlatan Albaraka Türk, sektörde her geçen gün yeni bir yayının hayata geçmesini ilgi ve takdirle izlemektedir. Ve bugün gelinen noktada Bereket'in -akademik ve teorik anlamda- sektörümüzde önemli bir bilgi kaynağı olması bizleri ayrıca gururlandırmaktadır.

Bu sayımızda Genel Müdürümüz Sn Fehmi Akın ile yapılan önemli bir röportajı sayfalarımıza taşıyoruz. Karşı da çıksak, taraf da olsak etkilerinden kaçamadığımız ve her geçen gün biraz daha hayatımıza nüfuz eden bir olgu küreselleşme. Amerika'dan İngiltere'ye, Güney Afrika'dan Malezya'ya kadar dünyanın ondört ayrı ülkesinde faaliyet gösteren Dallah Albaraka Grubuna bağlı olan Kurumumuzun ve dolayısıyla genel müdürümüzün küreselleşme olgusuna bakışının ve değerlendirmelerinin de bu bağlamda önemli olduğuna inanıyoruz.

Sayımızın kapak konusu Bireysel Bankacılık. "Bireysel" yoğun ve şiddetli bir rekabetin yaşandığı, milyar dolarla ifade edilen teknoloji yatırımlarının yapıldığı, yaşam kalitesinin ve standartlarının artırılmasına yönelik hizmet/ürün yelpazesinin her geçen gün arttığı bir alan. Bu konularda sevgili Bülent Tabana ait "Finans Sektöründe Yarını Biçimlendirmek" isimli yazının aydınlatıcı olacağı kanaatindeyim.

Sonbahar aylarında tüm televizyon ve radyolarda yüksek frekanslarda karşımıza çıkan ve bize gülümsemeyi anlatan Albaraka reklam filmini herhalde hatırlıyorsunuzdur. Benim de içinde bulunduğum bir süreçte seçilen reklam ajansımızla birlikte oluşturulan iletişim stratejilerimizin ve reklam konseptimizin ayrıntılarının yer aldığı yazıyı Ekrem Şahin kaleme aldı. "Gülümsemenin Felsefesi" elli, altmış saniyelik bir filmin aylar süren ve yüzlerce insanın emek verdiği bir çalışmanın "kamera arkası" niteliğini taşıyor.

Günün dokuz on saatini iş ortamında geçiriyoruz. Doğal olarak günün en verimli zamanları eşimizden ve çocuklarımızdan uzakta geçiyor. Fakat evde geçirdiğimiz zamanın kalitesi ve duygusal doygunluğu gün içerisindeki iş verimimizi ve performansımızı belirliyor. Böyle bir denklemde İsmail Kuz un kaleme aldığı "Sevgi Dilleri ve Aile İçi İletişim" isimli yazının hepimize yeni ufuklar açacağını zannediyorum. Aslında Sayın Kuz, hayatta güzel bir iletişimin çok küçük ayrıntılarda yattığını ve hiç de zor olmadığını anlatıyor.

Ve Kurumumuzun Dağcılıkta Medar-ı İftaharı Ali Göçer Gelebek. Fethettiği dağların onu zihinsel ve duygusal dünyasına doğru keşiflere taşıdığı insan. Nihayet Ağrı dağına da fethetmeyi başardı. "Ben orayı fethetmiştim. Benim belleğimde ulaşmaz olmaktan çıkmıştı. Albaraka bayrağını açarak çalıştığım kurumun da orayı fethetme duygusuna katılmasını arzu etmiştim. Tabi o bayrakla birlikte arkadaşlarımın da." Sözleriyle tamamladığı zirve mücadelesini ve Gelebek'in bu zorlu seyahatini anlatan Denemeyi kaçırmayın.

Ve burada anlatamadığımız birbirinden değerli ve kıymetli bir çok makale, deneme, haber bu sayfaların ardında sizi bekliyor. Emeği olan tüm arkadaşlarımıza can-ı gönülden teşekkürler. ■

**Dr. Adnan Büyükdeniz**  
Genel Yayın Yönetmeni



# Küreselleşme ve Finansal Yaklaşımlar

Dünyanın bir çok ülkesinde değişik sektörlerde faaliyet gösteren Dallah Albaraka Grubuna bağlı olarak Türkiye'de faaliyet gösteren Albaraka Türk'ün finansal yaklaşımlarının önemli olduğunu düşünüyoruz. Bu konuda Genel Müdürümüz Sn. Fehmi Akın'la sizler için görüştük.

RÖPORTAJ:  
Ekrem Şahin

Yüzyılımızın en önemli ve en tartışmalı kavramı hiç şüphesiz ki globalleşme veya küreselleşme olarak tanımlanan, değişik coğrafyalardaki toplumların ve ekonomilerin birbirleriyle yakınlaşmaları ve etkileşim içine girecek bir bütünleşme içine girmeleridir.

Sıcak ve soğuk savaş devirlerinin kapandığı, siyasal blokların tarihin tozlu sayfalarına mahkum olduğu ve bunların yerine gerek ekonomik gerekse sosyal yapılanmaların ortaya çıktığı dünyanın Marshall McCuhan'ın "Küresel bir köyde yaşıyoruz ve sayımız durmadan artıyor\*" sözüyle de-

mek istediği gibi bir anlamda küçülmek birbirini duyan ve etkileyen toplumların yaşadığı küçük bir köy haline geldi. Farklı kültürel kodlara ait toplumların ve ekonomilerin bu girift ilişkisi her alanda kendini hissettiriyor ve özellikle uluslararası pazardaki rekabet canavarını büyütüyor.

Herkesin bildiği gibi Taylant'daki bir bilgisayarda yolculuğa başlayan bir virüs Anadolu'nun en ücra köşesinde internete bağlanabilen bir bilgisayara uğrayıp aynı hasarı verebiliyor. Ya da dünyanın başka bir coğrafyasında meydana gelen ekono-



Fehmi Akın, Genel Müdür

mik bir çöküş dünyanın her tarafını etkileyebiliyor. Bu yoğun etkileşim içinde dünyanın bir çok ülkesinde değişik sektörlerde faaliyet gösteren Dallah Albaraka Grubuna bağlı olarak Türkiye'de faaliyet gösteren Albaraka Türk'ün finansal yaklaşımlarının yukarıdakiler ışığında önemli olduğunu düşünüyoruz. Ve bu konuda Genel Müdürümüz Sn. Fehmi Akın'la sizler için görüştük.

**Küreselleşme günümüzün belki de en büyüleyici, büyüleyici ol-**

**duğu kadar da tartışmalı kavramı. Bazıları için doğal bir süreç, bazıları içinse yapay olarak yaratılan bir "mit". Siz küreselleşme kavramına nasıl yaklaşıyorsunuz?**

FA – Bana göre küreselleşme gelip geçici bir olgu değil. Bu bir süreç. 1989'da Berlin Duvarı yıkıldığından beri dünyada küresel ekonomi yeniden şekillenmeye başladı. Ekonomilere istikrar kazandıran karmaşık önlem ve düzenlemeler zaman içinde oluşuyor.

Serbest pazarların ve demokrasinin dünyanın her yerinde yaygınlaşması, daha çok insanın özlemlerini başarıya dönüştürmesini mümkün kılıyor. Teknoloji, gereğince kullanılıp cömertçe dağıtıldığında sadece coğrafi sınırları değil insani sınırları da ortadan kaldırma gücünü taşıyor.

Dünya, 1800'lerin ortalarından 1920'lerin sonlarına kadar ilk küreselleşme evresini yaşadı. O günlerin hakim küresel gücü Büyük Britanya'nın yükselen piyasalarda büyük yatırımları vardı. Dolayışimdaki para miktarı üzerinde hiçbir denetim olmadığından, 1866'da transatlantik kablo döşenir döşenmez New



York'taki bankacılık ve finans krizleri çarçabuk Londra'ya ve Paris'e ulaşabiliyordu.

1914'ten önce ülkeler savaş zamanları hariç seyahat için pasaport talep etmiyorlardı. Amerikan kıyılarına akın eden bütün göçmenler vizesizdi. Bütün bu faktörleri bir araya getirir, yanına da buharlı geminin, telgrafın, demiryollarının ve telefonun icadını eklersek I. Dünya Savaşı'ndan önceki bu ilk küreselleşme çağının dünyayı "büyük" boydan "orta" boya indirdiğini söyleyebiliriz. Bu ilk küreselleşme ve küresel finans kapitalizmi çağı, I. Dünya Savaşı'nın, Rus Devriminin ve 1930 Büyük ekonomik buhranın art arda indirdiği darbelerle parçalandı.

II. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan resmi bölünme soğuk savaş döneminde iyice dondu. Soğuk savaş ayrıca uluslararası bir sistemdi. Kabaca 1945'ten 1984'e kadar sürdü ve Berlin duvarının yıkılmasıyla birlikte yerini başka bir sisteme bıraktı. Buna şu an da içinde bulundu-

ğumuz "Küreselleşmenin İkinci Raundu" diyebiliriz. Önceki küreselleşme çağıyla şimdiki arasında yeni olan şey, dünyanın tek ve küreselleşmiş bir pazar halinde birbirine kenetlenmesinin, derecesi ve yoğunluğudur. Yeni olan bir başka şey de bu sürece katılan ve ondan etkilenen insan ve ülkelerin sayısıdır.

1900'de sınırlar arası günlük ticaret hacmi milyon dolarlar seviyesindeydi, 2000'li yıllarda bu rakam 2 trilyon doları aşmıştır. Önceki küreselleşme çağı, ulaşım maliyetlerindeki düşüşe dayanıyordu. Demiryollarının, buharlı geminin ve otomobilin icadı sayesinde insanlar çok daha fazla sayıda yere daha hızlı ve ucuz ulaşabilir olmuşlardı. Bugünün küreselleşme çağı ise telekominikasyon maliyetlerindeki düşüşe dayanıyor, bunu mikroçiplere, uydu antenlere, fiber optik teknolojisine ve internete borçluyuz.

Bu yeni teknolojiler dünyayı daha sıkı biçimde birbirine kenetliyor. Yeni teknolojiler sayesinde, şirketler

üretim, araştırma ve pazarlama faaliyetlerini çeşitli ülkelere yayabiliyor. Bilgisayarlar ve ucuz telekominikasyon, önceden alınıp satılması mümkün olmayan hizmetlerin küresel düzeyde alınıp satılmasını mümkün kılıyor.

İçinde bulunduğumuz küreselleşme çağını benzersiz kılan şey, geleneksel ulus-devletlerin ve şirketlerin bu teknolojiler yardımıyla daha uzağa, daha ucuz ulaşabiliyor olması. İlk küreselleşme çağı dünyayı "büyük" boydan "orta" boya indirdiyse, şimdiki küreselleşme çağı da onu "orta" boydan "küçük" boya indirmiştir. Soğuk savaş sonrası dünyayı anlayabilmek için, yerine yeni bir uluslararası sistemin –küreselleşmenin– geçtiğini anlayarak işe başlamak lazım.

Küreselleşme olgusunda, hem liberal piyasa kapitalizminin zaferine, hem de ona karşı oluşan tepkiye, hem ulus devletlerin zamana meydan okuyuşuna, hem de olağanüstü güçlü devlet dışı aktörlerin (herbiri 100 milyarlarca dolarlık üretim yapan çok uluslu dev şirketler, George Soros gibi büyük spekülâtörler) ortaya çıkışına tanık olabiliyoruz.

### **Sizce küreselleşme ile yerellik arasında bir denge kurulabilir mi?**

FA – Küreselleşme ile yerellik arasında bir denge kurulabilir. Bana göre bu dengenin kurulması bir zorunluluktur.

Bugün küreselleşme hiçbir ulusun hiçbir piyasanın,



hiçbir çokuluslu sermayenin tekelinde ve kontrolünde değil.

Küreselleşmenin getireceği olumsuzluklardan etkilenmemek için onun evrensel kurallarına ayak uydurmak gerekiyor. Bunun için liberal pazar ekonomisi kurallarının işleme-sine, devletin fonksiyonlarının ticari ve sınai faaliyetlerden arındırılarak serbest rekabet koşullarının oluşturulmasına, kleptokrasinin (yolsuzluk ve rüşvetin) israfın önlenmesine, bütün üretim kademelerinde verimliliğin artırılmasına ihtiyaç var. Yasal ve idari düzenlemeleri yapan, dünyadaki teknolojik gelişmeleri yakından izleyen dünya piyasalarına katma değeri yüksek ürün ve hizmetler sunan, bilgi çağının gereği olarak eğitim ve öğretime önem veren, öğrenmeyi yaşam boyu bir süreç haline getiren bireylerden oluşan ülkeler küreselleşmeden kârlı çıkacaklardır.

### **Küreselleşmenin genelde finans özelde bankacılık sektörüne etkilerini Türkiye ve dünya ölçeğinde değerlendirebilir miyiz?**

FA – Bugün dünyadaki sermaye yapılan yeni düzenlemelerle eskiye göre çok daha akışkan. Bu sermaye kârlı gördüğü piyasalarda kolaylıkla yatırım yapabiliyor, kısa, orta ve uzun vadeli riskler alabiliyor. Ancak bu sermaye hareketlerinin spekülasyonlara açık olarak cereyan ettiğini ve bazen spekülasyonlar yoluyla büyük kârlılıklar elde edildiği gibi büyük zararlarında meydana geldiğini gözardı etmemek lazım. Zaman zaman bu sermaye bazı ülkelere kısa vadeli sıcak para olarak elektronik sürüler olarak girebilir ve yatırım yaptığı ülkede veya dünyanın önemli piyasalarında yaşanacak herhangi bir olumsuz gelişme karşısında yine sürüler halinde hareket ederek ülke ekonomilerinde çok büyük tahribatlar yapabilir. Bunun ülkemizde olduğu gibi dünyada pek çok örneği var.

Küreselleşmenin tek ülkenin ve güçlü ekonomilerin kontrolünde olmadığını çarpıcı bir örnek vermek isterim. Bugün ABD ekonomisi dünyanın en büyük ve en güçlü ekonomisi, ama son bir kaç aydaki ABD piyasalarına baktığımızda, Enron gibi World Com gibi herbiri 100 milyar \$'lık büyüklükteki şirketlerin iflas edebildiğini görüyoruz. Öte yandan bazı büyük şirketlerdeki muhasebe oyunları ile kârlılık oluşturmanın Dow Jones ve teknoloji endeksi olan Nasdaq gibi endekslerde yol açtığı düşüşle ABD'nin hisse senedi piyasalarındaki yatırımcıların kayıplarının 5 trilyon dolara ulaştığına şahit oluyoruz.

ABD hisse senetleri piyasalarındaki yatırımların her 100 dolarının 45 dolarının diğer ülke yatırımcılarına ait olduğunu ve 55 dolarının da ABD kişi ve kuruluşlarına (özellikle emekli sandığı fonları) ait olduğunu düşünürsek, piyasaların ne kadar kırılğan olduğunu ve ne kadar büyük paraların bir anda buharlaşabileceğini daha rahat görebiliriz. Artık dünyada batmayacak kadar büyük şirket olmadığından söz edilmekte, küresel ekonomide bundan böyle ancak batmayacak kadar iyi yönetilen şirketlerin ayakta kalabileceği belirtilmektedir.

Bankacılık sektöründeki küresel gelişmelere baktığımızda da banka birleşmeleri ile giderek dev boyutlarda aktiflere sahip bankalara tanık oluyoruz. Dünyada, Türk bankacılık sisteminin toplam büyüklüğünün 5-8 katı büyüklüğünde pek çok banka oluştuğunu görüyoruz. Bu bankaların para maliyeti avantajları, işletme giderlerindeki ekonomiler ve insan kaynaklarındaki kalite sektördeki rekabet koşullarını daha da ağırlaştırılmaktadır.

Küreselleşme, bankaların sermaye yeterliklerinin uluslararası normlara uydurulması konusunda zorlayıcı olacak diye düşünüyorum. Ayrıca,

ülkemizde yıllardır yaşadığımız yüksek enflasyonun tek haneli rakamlara doğru küçültülmesi dolayısıyla Bankaların sadece kredilerden kazanacakları gelirlerin yeterli olmayacağı hizmet gelirlerine önem vermeleri ve bunları artırmaları gerektiğine inanıyorum.

### **Bağlı bulunduğumuz Dallah Albaraka Grubu okurlarımızın da bildiği üzere dünyanın dört bir tarafına yayılmış değişik alanlarda faaliyet gösteren bir şirket. Peki Albaraka Grubu bu küreselleşmenin neresinde duruyor?**

FA – Küreselleşmenin arttırdığı ve giderek zorlaştırdığı rekabet koşullarında bölgesel güç avantajları elde etmek işletmelere büyük bir katkı sağlamaktadır.

Albaraka Gurubu olarak Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgelerinde güçlü olmanın bize ciddi bir rekabet avantajı sağlayacağına inanıyorum.

Albaraka Gurubu'ndaki kardeş bankaların bulunduğu ülkeler ile ülkemiz arasındaki dış ticaret hacmi 5 milyar ABD doları civarındadır.

Bilindiği gibi dünyanın her yerinde dış ticaret ancak bankalar aracılığı ile yapılmaktadır. Eğer biz Albaraka Türk olarak bu ticaretten % 10 gibi bir pay alabilirsek çok ciddi boyutta hizmet geliri elde etmemiz söz konusu olacaktır. Bunun yaratacağı sinerji ile diğer kardeş kuruluşlarımızın da bu işlemlerden kazançlı çıkması mümkün olacaktır. Ayrıca bu ülkelere Türkiye'den yapılacak ihracatı bizim finanse etmemiz o ülkelerdeki ithalatları da kardeş kuruluşlarımızın finanse etmesine imkan sağlayabilirsek ülkemizin ihracatına ve o ülkelerdeki pazar payının artmasında ciddi katkımızın olacağına inanıyorum. ■

\* Marshall McCuhan, 1911 ve 1980 iletişim kuramcısı. War and Peace in the Global Village (Küresel Köy'de Savaş ve Barış 1968)

# Bireysel Bankacılıkta Albaraka Türk Vizyonu

*Herhangi bir ekonomide toplam talebi belirleyen temel faktörlerden birisi de nüfusun yapısı ve zaman içinde ortaya çıkan demografik değişikliklerdir. Bu bağlamda, önümüzdeki 10-15 yılın Türkiye'sine baktığımızda, talep yapısının büyük ölçüde genç ve şehirleşen bir nüfus tarafından belirleneceğini görmekteyiz.*

RÖPORTAJ:

**Cihan F. Tomaç**

Dünya'da ve Türkiye'de son yıllarda bankacılık sektörünün yoğun olarak ilgi gösterdiği bir alan bireysel bankacılık. Her geçen gün yeni bir ürün ve hizmetin cazip şartlarda ve bireylere özel sunulabildiğini görmekteyiz. Albaraka Türk bireylerin kişisel, kültürel ve ekonomik farklılıkları göz önüne alınarak geliştirilen ürün ve hizmet pazarında yaşanan yoğun rekabetin neresinde duruyor, ne vaat ediyor ve sektöre nasıl bakıyor. Konuyla ilgili olarak Bireysel Bankacılıktan sorumlu Genel Müdür Baş Yardımcımız Dr. Adnan Büyükdenez'le görüştük.

***Albaraka Türk'ün son dönemdeki büyüme stratejilerinden birisi de "bireysel bankacılık" alanına girmiş olmaktır. Kurumumuzu "bireysel bankacılık" alanına girmeye yönelten sebepler nelerdir?***

AB – Öncelikle; bireysel bankacılığın bir yönüyle Albaraka Türk için tümüyle yeni bir alan olmadığına işaret etmek gerekir. Türkiye'de finansal kiralama işlemlerinin başladığı ilk yıllarda, 1980'li yılların sonlarından itibaren Albaraka Türk diğer leasing işlemleri yanında bireylerin binek ve ticari araç finansmanında piyasanın önde gelen birkaç kurumundan birisi olmuştur. Bu açıdan özellikle leasing konusunda Albaraka Türk bir marka haline gelmiştir.

Bireysel bankacılığın kurumu-muzda bir stratejik yönelim olarak uygulamaya konması ise 2002 yılı ortalarından itibaren.

Kurumumuz bireysel bankacılık alanına yönelmesinde birkaç temel sebep zikredilebilir.

Birincisi; en makro açıdan bakıldığında dünyada bankacılık sektörünün giderek artan oranda bireysel müşterilere ağırlık vermeye başladığını görüyoruz. Finansal hizmetler giderek "standarlara dayalı" enformasyon sistemleri ve gelişmiş networkler yoluyla sağlanı hale gelmiştir. İnternet bankacılığı, telefon bankacılığı, interaktif televizyon, bunlara birer örnektir. Diğer yan-

dan, tüketici finansmanın bankacılık faaliyetleri içindeki önemi artmaktadır. Giderek daha riskli hale gelen ekonomik ortamda riski daha dengeli dağıtmak zorunluluğu, geleneksel bankacılık işlemlerinde daralan kâr marjları vb. faktörler bankaların hizmet alanını şirketler kesiminin finansmanından (corporate finance) giderek perakende (bireysel) bankacılığa kaydırmaya başlamıştır.

İkincisi; konuyu Türkiye somutuna indirirsek burada ciddi bir bireysel potansiyeli görmek mümkündür. Herhangi bir ekonomide toplam talebi belirleyen temel faktörlerden birisi de nüfusun yapısı ve zaman içinde ortaya çıkan demografik değişikliklerdir. Bu bağlam-

da, önümüzdeki  
10-15 yılın  
Türki-



**Dr. Adnan BÜYÜKDENEZ**, Genel Müdür Baş Yardımcısı

ye'sine baktığımızda, talep yapısının büyük ölçüde genç ve şehirleşen bir nüfus tarafından belirleneceğini görmekteyiz.

Şöyle ki; Türkiye'de kentsel nüfus 2000 yılında toplam nüfusun yaklaşık % 70'ini oluştururken bu oranın 2010 yılında %80'in üzerinde olacağı tahmin edilmektedir. Diğer yanda nüfusumuzun giderek gençleştiğini görüyoruz. Önümüzdeki yıllarda 15-64 yaş grubu, yani bireysel finansman talebine muhatap nüfus, toplam nüfusun % 65'ini oluşturacak. Hem gençleşen hem de şehirleşen bir nüfus, önümüzde çok büyük bir bireysel potansiyel olduğuna işaret ediyor.

### **Türkiye'deki durumu, örneğin girmeye çalıştığımız Avrupa Birliği ülkeleri ile mukayese edersek?**

AB – Evet, Avrupa giderek yaşlanan bir toplum niteliği arz ediyor; dolayısıyla orada oluşan bireysel finansman talepleri ülkemizden farklı. Türkiye'de önümüzdeki yıllarda ortaya çıkacak olan demografik yapısını baktığımızda, motorlu araç, konut ve dayanıklı tüketim mallarına büyük bir talep olacağını düşünüyoruz. Bizim de kendi faaliyet alanımızı bu yapının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde revize etmemiz gerekiyor. Zaten Türkiye'de bu piyasada kalmayı ve büyümeyi düşünen bankalarda bu gerçekten hareket ediyor. Türkiye'ye giriş yapan yabancı bankalar da bireysel bankacılık pazarındaki bu büyük potansiyeli görüp bu alanda büyümeyi öngörüyorlar.

### **Türkiye'de bankacılık sektörünün bireysel bankacılığa yaklaşımı nedir?**

AB – Bu güne kadar ve halen Türkiye'deki bankaların genel yaklaşımı büyük ölçüde kredi kartına dayalı ve bu yönüyle de kısa vadeli bir bireysel bankacılık anlayışıdır. Bunun da anlaşılabilir iki sebebi var; birincisi ekonomik istikrarsızlığın istemez finansal sektörünü kısa vadelere hapsedmesi ve kaynak yapısının kısa vadeli oluşu. Ancak çeşitli büyük bankaların giderek daha orta ve uzun vadeli bireysel finansmana girmeye başladıkları görülmektedir.

### **Kurumumuzun bu konudaki yaklaşımı nedir?**

AB – Bireysel bankacılık çok geniş bir ürün yelpazesi olan bir alan. Biz bireysel bankacılığın her alanında yoğunlaşmak yerine –ki bunu fizibil bir proje olarak görmüyoruz– belli alanlarda yoğunlaşmayı hedefliyoruz. Mukayeseli avantajımızın olduğu, uzun yıllardır oluşan kurumsal tecrübemiz olduğu alanlarda. Bireylerin konut, araç vb. ihtiyaçlarına finansman sağlamayı amaçlıyoruz.

### **Ülkemizde bireysel bankacılık işlemlerine müşterilerin ilgisi halen ne düzeyde?**

AB – Bazı kesit çalışmalarına (anketlere) göre; Türkiye'de her 100 kişiden yaklaşık 40'ı bankalarda mevduat ve çek esaslı işlemler, yaklaşık 5'i ise araç, konut, tüketici finansmanı gibi işlemler yapıyor. Yine her 100 kişiden yaklaşık 55'i herhangi bir bankacılık işlemi yapmıyor. Bu rakamlardan bireysel bankacılık alanında alınması gereken yol ve var olan potansiyel açıkça görülmektedir.

Albaraka Türk'ün bireysel bankacılık faaliyetlerine gelince; yaklaşık 4-5 aylık dönemde bireysel finansman alanında (konut, araç) durgun piyasa şartlarına ve toplumda ertelenen bireysel finansman taleplerine rağmen sağlanan iş hacmi gelecek için son derece ümit vaadedici bir nitelik taşımaktadır. Ekonomik istikrarın sağlanması, piyasaların normale dönmesi ve son iki yıldır ertelenen talebin piyasalara dönmesi ile birlikte 2003 yılında ciddi bir iş hacmi yakalamayı hedefliyoruz.

### **Bireysel bankacılığın diğer alanlarında kaydettiğimiz yeni gelişmeler?**

AB – İnternet bankacılığını devreye sokmuş bulunuyoruz. İnternet kullanıcı sayımız giderek artmakta olup, müşterilerimiz havale, döviz alım-satımı vb. çeşitli işlemlerini şubelerimize gelmeye ihtiyaç duymadan süratle internet ortamında yapmaktadır.

Telefon bankacılığı ile ilgili altyapı çalışmamız tamamlanmış olup, test süresi devam etmektedir. Önümüzdeki birkaç günde telefon bankacılığı hizmetimizi müşterilerimize sunacağız. Müşterilerimiz şubelerimize gelmeye ihtiyaç duymadan işlemlerini telefonla gerçekleştirebileceklerdir.

Evet, amacımız hızla değişen dünyada müşterilerimizin bugünkü ve gelecekteki taleplerine en iyi şekilde cevap vermek, onlara fazlasıyla hakettikleri hizmet kalitesini "sıfır hata" ile sunmaktadır. Ve, bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da faizsiz bankacılık prensiplerine sadık kalarak hizmetlerimizi çeşitlendirmektedir. ■



# Bireysel Bankacılık Müdürlüğü



**BÜLENT TABAN**  
Bireysel Bankacılık Müdürü

Albaraka Türk Bireysel Bankacılık Müdürlüğü uzun zamandan bu yana Bireysel Bankacılık alanında faaliyetlerini artırma ve buna yönelik yapılanma çalışması içerisinde.

2002 yılı içinde Genel Müdürlük Binamız'da yeni yerinde faaliyete geçen Bireysel Bankacılık Müdürlüğü bünyesinde Kredi kartları, Üye işyeri, bireysel finansman ve çağrı merkezi

2002 yılı içinde Genel Müdürlük Binamız'da yeni yerinde faaliyete geçen Bireysel Bankacılık Müdürlüğü bünyesinde Kredi kartları, Üye işyeri, bireysel finansman ve çağrı merkezi departmanları faaliyetlerini sürdürmektedir. Şubelerin bölgelerinde pazarlama desteği ile güçlendirilmesine dönük faaliyetler de Bireysel Bankacılık Müdürlüğü misyonu içerisinde yer alıyor.

departmanları faaliyetlerini sürdürmektedir. Şubelerin bölgelerinde pazarlama desteği ile güçlendirilmesine dönük faaliyetler de Bireysel Bankacılık Müdürlüğü misyonu içerisinde yer alıyor. Bireysel Bankacılık faaliyetlerinin kitlesel bir nitelik taşıması ve işlemsel sıklık içermesi nedeni ile Kurum organizasyonunda Genel Müdürlük ve Şube yanında yeni bir örgütlenme biçimini gerekli kılmıştır.

Genel Müdürlük nezdinde Bireysel Bankacılık faaliyetlerinin tek çatı altında toplanması amacıyla, Bireysel Bankacılık Birimi Şubat 2002 tarihinde kurulmuş, Şubelerde ise tüm Bireysel Bankacılık faaliyetlerinin yürütecek aktif bir pazarlama anlayışı ile görev yapacak iş tanımlamasına haiz bireysel pazarlama yetkilisi kadrosu ihdas edilmiştir.

Genel Müdürlük nezdinde mevcut olan Kredi Kartları departmanına ilave olarak Bireysel Finansman Tahsis ve Projelendirme Departmanı ile Pazarlama-Satış Departmanı oluşturulmuştur. Yine bu dönem içinde faaliyete geçen çağrı merkezimiz ve İnternet şubesi faaliyetlerinin gerçekleştirildiği ve monitoring işlemlerinin yapıldığı Çağrı Merkezimiz, yeni düzenlenen yerinde faaliyete geçmiştir.

Albaraka Türk'te Bireysel Bankacılık Faaliyetleri iki ana dağıtım kanalından müşterilere sunulmaya başlanmıştır. Bunlardan ilki olan, Şube üzerinden yapılacak faaliyetlerimizde sürat, etkinlik ve müşteri memnuniyetini teminen elemanlarımızın pazarlama ve ürün ağırlıklı eğitim alması sağlanmıştır.



Alanında dünyada lider konumda olan Mc.Kinsey Danışmanlık firmasından Bireysel Bankacılık alanına yönelik danışmanlık hizmeti alınmış olup, iş süreçlerimiz de süreç analizlerine tabi tutularak müşteri odaklı hizmet anlayışımız gereği geliştirilmekte ve iyileştirilmektedir.

Diğer bir alternatif dağıtım kanalı olan "remote kanallar", internet bankacılığı ve telefon bankacılığı müşterilerimizin kullanımına sunulmuştur.

Şubeye kadar gelmeksizin birçok finansal hizmetin alınabileceği bu yeni hizmet kanallarımız müşterilerimize zaman, maliyet ve kullanım kolaylığı sağlamaya başlamıştır. Müşterilerimizin taleplerine en elverişli biçimde hizmet verebildiğimiz bu kanallarımızdaki hizmet formasyonunu müşteri yapımız ve müşteri talebine göre biçimlendirmekteyiz.

Albaraka Türk olarak müşterilerimize bir diğer hizmetimiz, elektronik bankacılık faaliyeti olan ATM hizmetini sunmak üzerinedir. Yakın bir gelecek içinde şubelerimizde günün 24 saati 365 gün kesintisiz hizmet vereceğimiz ATM donanımını ve işletim sistemini temin etmiş olacağız. Bu hizmetimizi, Özel Finans Kurumları Birliği (ÖFKBİR) çatısı altında tüm özel finans kurumlarının sahip oldukları ATM'leri ortak bir işletim ve network yapısı altında birbirlerinin müşterilerinin kullanımına açmaları sureti ile oluşturulacak bir teknoloji paylaşı-

mı süreciyle genişletmeyi planlıyoruz. Bu konudaki çalışmalarımız tüm kurumların işbirliği ve mutabakatı ile sürmektedir.

Albaraka Türk olarak son 2-3 aylık süreçte araç ve konut finansmanına dönük bir çok üretici-distribütör veya pazarlamacı firma ile kampanyalar yapılmıştır. Albaraka Türk olarak uzun vadeli hedefimiz bireylerin finansman ihtiyaçları arasında önemli yere sahip olan araç ve konut finansmanında fiyatlama, vade avantajları ile bireye ve bireyin ödeme yapısına en uygun modeli üreterek finansman sağlayan bir kurum olmak ve bu vasfımız ile sektörde marka haline gelmektedir. 2002 yılı içinde Mercedes Benz, MAN, Mitsubishi, IVECO-Birmot gibi alanında lider bir çok firma ile araç finansmanı kampanyası oluşturulmuş müşterilerimize özel fiyatlar ile satış imkanları sağlanmıştır. Gelecek dönemlerde de benzeri kampanyaların devamı sağlanacaktır.

Bununla birlikte kartlı ürünlerimizde de ürün yelpazesine yeni ürünler eklenecek, müşterilerimizin portföyünde daha fazla yere sahip olunacak, dolayısı ile müşterilerimizin tüm finansal işlemlerini gerçekleştirdiği bir kurum olunacaktır. Kurumsal yaklaşımımız, müşteri odaklılığı üzerine inşa edilmiş nesiller boyu devam edecek bir Birey-Kurum ilişkisi ve müşteri memnuniyeti oluşturmaktır. ■

### İşte Bireysel Bankacılık Müdürlüğü'nün Genç ve Dinamik Ekibi (Soldan sağa)

Ömer Lütfi Tama  
(Müdür Yardımcısı)

Mesut AK  
(II. Müdür)

Harun Arslan  
(Bireysel Krediler Tahsis)

Yusuf Armağan  
(Bireysel Krediler Tahsis)

Erol Aydın  
(Kredi Kartları)

M. Mustafa Özdemir  
(Kredi Kartları)

Leyla Çakırca  
(Çağrı Merkezi)

E. Berna Küçükaysever  
(Çağrı Merkezi)

Esmay Ay  
(Çağrı Merkezi)

Tuncay Kayış  
(Bireysel Pazarlama)

Oğuzhan Ardıç  
(Bireysel Krediler Tahsis)

Mustafa Özen  
(Çağrı Merkezi)

Ziya Ünal Gül  
(Üye İşyeri [POS])

Cihan Fatih Tomaç  
(Üye İşyeri [POS])

Orhan Coşar  
(Müdür Yardımcısı)



# Finans Sektöründe Yarını Biçimlendirmek

*Bireysel bankacılıkta, ülke gerçeklerini, sektör dinamizmini, pazar segmentlerini, orta ve uzun vadeli hedeflerini ve risklerini belirleyen, iyi ölçen ve planlayan kurumları şiddetli rekabetin yaşanacağı, ancak başarılı bir gelecek beklemektedir.*

**Bülent TABAN\***

Yaşanan ekonomik krizler, finans sektörünün yaşadığı tarihi küçülme süreci, kâr marjlarında gözlenen ciddi daralmalar ile piyasada fon arzı ile fon talebinde bulunan piyasa oyuncularının sayı ve niteliklerindeki radikal değişimler, sektörde gelecekteki politikaları ciddi biçimde gözden geçirmeyi gerekli kılmaktadır.

Alman Ekonomist F. Schumacher'in ekonominin alt ünitelerinden hareketle tüme varımı ve alt ünitelerin verimlilik ve etkinliklerinin global ekonomiye etkilerini açıkladığı "küçük güzeldir" tezini hatırladıkça, bir bankacı gözü ile son yıllarda bu tezin bankacılık sektörü cephesinde ne kadar doğrulanmış olduğunu, sürecin bunu teyid eder tarzda geliştiğini ve bundan sonra da artan bir ivme sergileyeceğini görüyoruz.

Aslında bu tez yeni değildir. Burada ABD ve Kıta Avrupa'sında bankacılık sektöründe 1950'li yıllarda başlayan bir süreçten bahsetmek mümkün. Ülkemizde ise, kendisini ekonomideki liberalleşme adımlarının atılmaya başlandığı 1980'li yıllarda göstermeye başlamıştır. Bu sürecin adı **bireysel** bankacılıktır.

Bugün görsel ve yazılı medyada, billboardlarda, her ay posta kutumuzda, ödediğimiz düzenli faturalarda, yani hayatımızın hemen hemen tümünde, bu yönelimin etkilerini görüyoruz. Bireyi ve bireyin ihtiyaçlarına odaklanmış bir hizmet pazarlamasına, bireysel bankacılığın aktif pazarlama politikalarına muhatap oluyoruz. Çok eski değil, on-onbeş yıl önce şube müdürünün makamına girmekte tereddüt duyan müşterilere

bugün telefon ile kredi kartı pazarlanıyor, müşteri temsilcisi atanıyor, mailing yapıyor.

Yaşanan krizler de bize göstermiştir ki bankalar, aktifleri ile pasifleri arasında;

- Kâr oranı riski
- Vade riski
- Kur riski

gibi birbiri içine geçişmiş bir çok risk taşımaktalar ve bu risk harmanizasyonu içinde kâr üretmeye çalışmaktalar. Ancak krizler kurumlara hem



aktiflerinde yaygın plasman oluşturacak, hem de pasiflerinde yaygın müşteri tabanı teşkil ettirecek perakende bankacılık ürünlerinin geliştirilmesini ve bunun bir kurum politikası olarak uygulanmasını getirmektedir. Bu bağlamda ATM'den internet bankacılığına, çağrı merkezinden bireysel finansmana ve kredi kartlarına kadar bir çok bireysel türev ürünler müşteriye sunuluyor. Aktifte ve

pasifte binlerce müşteri ilişkisi pek doğaldır ki, klasik bankacılık faaliyetleri ile karşılanması hem mümkün değil hem de çok maliyetli olacaktır. Ancak teknolojinin finans sektörüne katkısı ile yaygın elektronik hizmetler işlem sıklığı ve sayısı ne olursa olsun minimum maliyetler ile gerçekleşmektedir.

Bununla beraber müşteri tabanında yapılanma salt bankacılık sektörünün iç dinamikleri ile de ilgili kalmamaktadır. Nitekim, bankaların özellikli ve büyük hacimli kurumsal müşterileri artık yurtdışından kredi temin edebiliyor, kendi ürünlerinin satışını destekler tarzda finansman şirketleri kuruyor, bir anlamda dağıtım kanallarında yatay ve dikey entegrasyona giderek bankacılık sektörüne ciddi rakip olacak şekilde yapılanma içine giriyorlar. Hatta çok uluslu büyük yatırımlar Türkiye'ye gelirken beraberinde tüketici finansman kollarını da getirmekteler. Böylesi bir yapıda bireyi hedeflemek, yıllar boyu sürececek birey-kurum ilişkisi ve birlikteliği yaratmak kaçınılmaz bir gereklilik olarak belirmektedir.

Bireysel bankacılıkta, ülke gerçeklerini, sektör dinamizmini, pazar segmentlerini, orta ve uzun vadeli hedeflerini ve risklerini belirleyen, iyi ölçen ve planlayan kurumları şiddetli rekabetin yaşanacağı, ancak başarılı bir gelecek beklemektedir. Sonuç olarak, üçüncü bin yıla girerken sektörümüzde "Küçük güzeldir" söylemi çok tekrarlanacak ve birçok işletmenin politikasına yön verecektir. ■

\* Bireysel Bankacılık Müdürü



# Albaraka Türk'de Alternatif Dağıtım Kanalları

Mustafa Özen\*

Bankacılık hizmetlerinin şube dışında ATM'de (Otomatik Ödeme Makinaları), telefon üzerinden (Telefon Bankacılığı, Çağrı Merkezi Hizmetleri) ve internet üzerinden (İnternet Bankacılığı) yapıldığı bu yeni hizmet alanlarını Alternatif Dağıtım Kanalları olarak tanımlamaktayız.



Teknolojide yaşanan gelişmeler, müşterilerin daha seri ve kolay hizmet alma isteği, finansal hizmetleri şube dışına taşımaktadır. Bankacılık hizmetlerinin şube dışında ATM'de (Otomatik Ödeme Makinaları), telefon üzerinden (Telefon Bankacılığı, Çağrı Merkezi Hizmetleri) ve internet üzerinden (İnternet Bankacılığı) yapıldığı bu yeni hizmet alanlarını **Alternatif Dağıtım Kanalları** olarak tanımlamaktayız. Bu Alternatif Dağıtım Kanallarını Wap Bankacılığı, SMS, Telefon Bankacılığı kanallarıyla daha da zenginleştirmek mümkündür.

Bugün teknolojinin sürat, güven, maliyet ve kolaylık açısından gerek müşteriye gerekse kurumlara sağladığı büyük avantajlar bu yeni dağıtım kanallarının kullanımını süratle arttırmaktadır.

Albaraka Türk olarak hizmet kanallarımızı arttırarak ve farklılaştırarak müşterilerimize daha hızlı, etkin, kolay ve yaygın hizmet vermeyi amaçlamaktayız.

Bu amaçla uzun zamandır **BİREYSEL İNTERNET ŞUBE**'mizi uygulamaya almış bulunuyoruz. Müşterilerimizin yılın 365 günü, 24 saat kesintisiz hizmet almaya başladığı bu yeni kanalımızda EFT'den havaleye, döviz alım satımından kredi kartı borç ödemeye, hesap hareketi öğrenmeden katılım hesabı açmaya, hesaplar arası virman işleminden çek işlemlerine, İSKİ-İGDAŞ fatura ödemelerine kadar onlarca hizmet tipi son derece güvenli bir teknolojik alt yapı altında, şubeye kadar gelmeksizin bilgisayarların tuşlarından alınabilmektedir.

Albaraka Türk müşterilerinin beğendiği ve rağbet ettiği bu ürünümüze kısa bir sürede çok büyük oranda aktif kullanıcı sağlanmış durumdadır.

Kurum olarak yakın bir süreç içinde bireysel internet şubemize ilave olarak geliştirmekte olduğumuz Kurumsal İnternet Şubemizle de kurumsal müşterilerimize gelişmiş ve çağdaş bir hizmet alanını sunmuş olacağız. POS işlemlerinden çek-şenet takibine, dövizli işlemlerden ekstre almaya, EFT yapmaya, yurtdışı havaleye kadar çok çeşitli hizmet tiplerimiz şifreniz ile bilgisayarınızdan gerçekleştirilebilecektir.

Bir diğer alternatif dağıtım kanalı olan **TELEFON BANKACILIĞI** hizmetlerimiz ise 444'lü erişim numaramız üzerinden başlamaktadır. 444 5 666 numaralı Çağrı Merkezi hizmetlerimiz sadece bilgi alma esaslı hizmetler olup Telefon Bankacılığı menüsünün uygulamaya alınması ile yeni numaramız üzerinden İstanbul dışından da şehir içi ile-

tişim ücreti ödeyerek şifre kullanmak suretiyle finansal işlemler yapılacaktır. İster Sesli Yanıt Sistemin'den telefon tuşlarını kullanarak, isterse mesai saatleri içinde Müşteri Temsilcilerine bağlanarak işlem yapılacaktır.

Şu aşamada Çağrı Merkezi'nde Müşteri Temsilcisine bağlanarak Kurum hakkında bilgi alma, Bireysel Finansmanlar ile ilgili hesaplamalar ve başvuru bilgileri alınabilmekte, müşteri elektronik postaları veya telefon ile yapılan şikayet ve önerileri alınarak yanıtlanmaktadır. Çalışmalarımız tamamlandığında birçok finansal işlem telefon ile yapılmış olacaktır.

Tüm bu yeni hizmet alanları kullanımına sunulduğunda müşterilerimiz bir çok kanaldan Albaraka'ya ulaşabilecek, zaman, mekan kısıtı olmaksızın hizmet alabilecektir.

Müşteri odaklı hizmet anlayışı ile çağın gereklerini biraraya getirerek çalışmalarımıza hız kazandırdığımız bugünlerde, bir çok yeniliği müşterilerimize sunacağımızı müjdelemek isteriz. ■

\* Çağrı Merkezi,  
Operasyon Yetkilisi



# Gülümsemenin Felsefesi (!)

*Öyle bir tema işleyelim ki, Albaraka Türk'ü öyle bir duyguyla özdeşleştirelim ki, bu duygu insana ait tüm güzelliklerin bir bileşkesi olsun, ve biz yakaladığımız bu temayla oluşturulan duygusal farklılığı ürün ve hizmetlere de taşıyabilelim...*

**Ekrem Şahin\***

...Şimdi size gülümsemekten bahsedeceğiz. Gülümsemek değil. Ya da kahkaha atmak. Veya yaramaz çocuklar gibi kıkırdemek de değil. Anlamsız sırıtişlar hiç değil. Sizde gülümsemekten bahsedeceğiz. O sıcak ve anlamlı ruh halinden. Peki, insan ne zaman gülümser?

...Güvende hissedince, aradığını bulunca, dostluk huzur sevgiyle. "Gülümse, gülümse Albaraka Türk ile. Albaraka Türkiye'nin kalbinde..."

Bu cümleler Albaraka Türk'ün son reklam kampanyasındaki film müziğinin ve yeni dönem iletişim stratejisinin temelini oluşturan sözler.

Albaraka Türk'ün yeni ürün ve hizmetlerini, hedef kitleye sunduğu artı değerleri anlatmaktansa böylesi bir-riskli- konsepti iletişimde ana fikir olarak seçmesindeki sebep ne olabilir? Riskli, çünkü iletişim sektöründe



üründen ve somut bir vaatten ziyade imaja dönük, hatta, bir adım ötesinde "marka"nıza ait yeni bir konumlandırma çabasının geri dönüşleri her zaman daha uzun vadeli olacaktır.

Tüketici nezdindeki algısal tanımları değiştirme veya arzu edilen noktaya çekebilme çabasına ait "geri dönüş"lerin şirketin/kurumun işlem hacmine ve bilançolarına yansması zaman ve sabır gerektirir. Türkiye'de özellikle bankacılık sektörü içinde bu sabrı göstermek neredeyse temel bir mecburiyet haline almıştır. Çünkü bu sektörde faaliyet gösteren kuruluşlar, kabul etseler de etmeseler de, bugünkü konumları itibarıyla, 70'li yıllarda çok sık duyduğumuz "Yok Aslında Birbirimizden Farkımız Ama Biz Osmanlı Bankasıyız" reklam sloganını ortaya çıkaran tüketici algısını adeta teyit eder durumdadır. Bu unsur Faizsiz Finans sektöründe daha da fazla hissedilmektedir.

Bu noktada Albaraka Türk, sunulan "üründe/hizmette" oluşturulacak bir farklılaşmadan önce "kurumsal kimlikte" algısal bir farklılaşmanın te-

mel öncelik olduğu inancını taşımaktadır. Sunulan hizmet ve ürün kadar onu sunanların tüketici zihnindeki tanımı da önemlidir.

Buradan hareketle kampanyamızdaki çıkış noktası ve ajansa verilen yaratıcı yönlendirmenin (brieflerin) özü, sektördeki rakiplerden algısal düzlemde ayrılarak müşteri gözünde kendimizi tekrar konumlandırma çaba-

sıydı. Bu noktada, bir ürüne ait değil ama Albaraka Türk markasına ait bir "relansman"dan bahsedilebilir.

Öyle bir iletişim çalışması yapalım ki, hedef kitleyi derinden kavrayalım, kendi içinde mesaj kalabalığı yaşamayalım, markamızı konumlasın; pazarlama çabalarına destek olsun.

Öyle bir tema işleyelim ki, Albaraka Türk'ü öyle bir duyguyla özdeşleştirelim ki, bu duygu insana ait tüm güzelliklerin bir bileşkesi olsun, ve biz yakaladığımız bu temayla oluşturulan duygusal farklılığı ürün ve hizmetlere de taşıyabilelim...

**GÜLÜMSEMEK**; ama gülmek değil. Çünkü gülümsemek bir ruh halinin yansımasıdır. Gülmek sadece fiziksel bir davranıştır. Üzgün olan bir insanın bile fıkra anlatıldığında otomatik bir refleks ile güldüğünü görebilirsiniz. Gülmek fiili o insanın o an huzurlu ve mutlu olduğunu göstermez. Gülmek, anlık bir durumu ifade eder insanda.

Gülümsemek, KAHKAHA ATMAK değil veya çocuklar gibi KIKIRDEMEK de değil; bunların hepsin-







Türk'ün yeni bir reklam ajansı arayışı, son reklam ajasımız ile sözleşmemizin bittiği tarihe yani 2000 yılının başlarına kadar uzanıyor. Piyasada 2000 baharında yaşanan o büyük ekonomik kriz, bankaların tasfiyesi ile birlikte başlayan sektörel sıkıntılar 2002 yazına kadar iletişim çözümlerimizi kurum içinde gerçekleştirmemizi gerektirdi.

Bu zamana kadar geçen sürede iletişim sektöründe önemli referansları olan 24 ayrı ajans ile görüşmeler yapıldı, briefler verildi. Bunlardan sadece 6 ajans tarafından hazırlanan projeler değerlendirmeye alınarak Art Grup ile çalışmaya karar verildi.

Amacımız hiçbir zaman bir konkur düzenlemek ve gelecek projeleri yarıştırmak olmadı. Çünkü klasik iletişim çözümlerinin formüle edilerek Faizsiz Finans Sistemine adapte edilmesinden uygun sonuçların alınacağı kanaatinde değiliz. Türkiye ve dünyanın dört bir tarafında faaliyet gösteren Faizsiz Finans Kurumları işleyiş sistemleri ve sundukları enstrümanların özellikleri yanında hedef kitlelerinin demografik yapısından, kullanılması gereken iletişim diline kadar farklı özellikler de içerebilmektedir. Bu gerçekler ışığında çözümler üretebilecek, sektörün ve kullanılan modelin gerçeklerinden hareket ederek farklı iletişim modülleri ortaya çıkarabilecek bir ajans aslında temel gereklilikti.

Art Grup ile el sıkışma faslından hemen sonra ortaya konulacak iletişim stratejilerinin ayrıntılarına girildi. Hedef kitlenin demografik özellikleri, Albaraka'dan beklentileri, Kuruma ait zihinsel algıların belirlenmesi, bu konuda mevcut algı tanımları ve gelinmek istenen noktalar, sektör ve rakip analizleri ve bir çok farklı konuda araştırma süreçleri yaşandı.

Belirlenen reklam konseptinin ete kemiğe bürünerek bir reklam filmi halini alması 200 kişilik bir ekibin 30 gün süren yoğun ama bir o kadar zevkli çalışmalarının sonucudur. Bu film Erzurum'daki ekin tarlası çekimlerinden Paris'teki telesine işlemleri-

ne kadar pek çok etaptan geçerek son halini aldı.

Burada bahsedilmeden geçilemeyecek önemli bir konu daha var; Bu projeye Albaraka Türk yöneticilerinin verdikleri destek... Her aşamada yapıcı ve tamamlayıcı eleştirileri ve katkılarıyla bizleri yönlendiren yöneticilerimiz, ortaya çıkan her güzel işin asıl sahipleri aslında. ■

\* İletişim Uzmanı

\*\* Roland Gérard Barthes: (12 Kasım 1915, Cherbourg - 26 Mart 1980, Paris) Göstergebilime büyük katkılar yapan Fransız aydın ve eleştirmen



**Proje Ekibi:**  
Ahmet Ertürk, Temel Hazıroğlu, İbrahim Usul, Ekrem Şahin

**Reklam Ajansı:**  
Art Grup

**Yaratıcı Grup:**  
Art Grup Yaratıcı Ekip

**Müşteri İlişkileri:**  
Mehmet Kaptan, Esra Yanal

**Stratejik Planlama:**  
Hakan Senbir

**Medya:**  
Müslüm Güler, Pınar Üretmen

**Medya Planlama (TV):**  
Medya Max

**Görüntü Yönetmeni:**  
Thomas Letellier

**Yönetmen:**  
Leyla Yılmaz

**Müzik:**  
Volkan Gücer

**Yapım Şirketi:**  
Yapımevi

**Fotoğraf:**  
Muammer Yanmaz, Erhan Şermet

den farklı bir ruh halidir. İnsan kendini güvende hissedince gülümser. Uzun bir zamandır özlemini duyduğu bir şeye, bir kimseye, hedefine veya bir anlayışa kavuşunca gülümser. Dostlarıyla, kendinden gördüğü insanlarla birlikteyken gülümser. Ve nihayet huzur, sevgi içindeyken gülümser. Bizim kurumsal anlayışımız ve yaklaşımımız işte tüm bu tanımları kapsıyor.

Olayın bir boyutu da, yapılan iletişim faaliyetlerinin toplumun yükselen nabzını yakalayabilmesi... Yapılan araştırmalar her toplumda siyasi seçim tarihinden önceki dönemlerin insana ait belli başlı temel duyguların en yoğun hissedildiği dönemler olduğunu gösteriyor. Bu süreçte insanların geleceğe ait umut dolu yaklaşımları söz konusu. Hayata dair daha pozitif oldukları, "gelecek" adına daha çok beklentiler taşıdıkları bir dönem.

Türkiye ciddi bir ekonomik potansiyele sahip. Bu potansiyele sahip insanlar, bir türlü hak ettikleri huzuru ve mutluluğu yakalayabilmiş değil. Öte yandan, Albaraka Türk kurulduğu günden beri üretene destek oldu ve zor günlerinde gerçek bir dost gibi yardım elini uzattı.

Kısacası bardağın dolu tarafını görebilsek gülümsemek için bir çok nedenimiz var. "Çünkü gülümsemeyi hak ettiniz" bu anlamda düşünüldüğünde yükselen duygusal trendi yakalamayı başarabilen bir slogan.

Roland Barthes'in\*\* dediği gibi "Sattıran düş değil, anlamdır."

\* \* \*

Bu sloganı ortaya çıkaran süreç bu yazının okunması kadar kolay ortaya çıkmadı tabii ki. Albaraka



# Sevgi Dilleri ve Aile İçi İletişim

*İş hayatında başarılı olabilmenin bir yolu da, birbirini anlayan ve birbirini destekleyen üyelerden oluşan huzurlu bir iş ortamından geçmektedir. İş ortamındaki huzur ise çalışanları etkileyen etmenleri en iyi hale getirmekten geçer ve bunlardan en önemlisi de çalışanların ailesidir.*

**İsmail Kuz\***

İş hayatında başarılı olabilmenin bir yolu da, birbirini anlayan ve birbirini destekleyen üyelerden oluşan huzurlu bir iş ortamından geçmektedir. İş ortamındaki huzur ise çalışanları etkileyen etmenleri en iyi hale getirmekten geçer ve bunlardan en önemlisi de çalışanların ailesidir. Atalarımız "her başarılı erkeğin arkasında başarılı bir kadın vardır" demişlerdir. Yuva bir liman gibidir; insanların mutluluğunu ve sıkıntılarını paylaştığı, gerektiğinde sığınıp destek aradığı... Eşimiz ve çocuklarımız tarafından sevildiğimizi hissetmek önemli olduğumuz duygusunu artırır. "Eğer beni seven biri varsa, bir önemim olmalı" diye düşünürüz. Kendimizi önemli hissetme ihtiyacı, çoğu davranışımızın arkasındaki duygusal güçtür. Yaşam, başarıya arzusuyla anlam kazanır. Yaşamımızın bir anlamı olsun, varlığımız bir işe yarasın isteriz. Bunun için ailemizin sevgi stratejisini keşfederek işe başlamamız gerekir. Eşimizin sevgi deposunu dolu tutmak istiyorsak onun birincil sevgi dilini keşfetmemiz ve diğer sevgi dillerinin de eşimizde oluşturduğu etkiyi bilmemiz gerekir. Birini sevme kararı, içinde çok büyük bir potansiyel barındırır. Onun birinci sevgi dilini öğrenmek ise bu potansiyeli gerçeğe dönüştürür. Eşimizin sevgi dilini bilmek ve ona sevildiğini



nasil hissettireceğini keşfetmek ilişkilerin desteklenmesini geliştirmede en güçlü anlayışlardan biridir. Eşimize iletmeye çalıştığımız sevgiyi en derin duygularla hissetmesini istiyorsak, sevgimizi onun birincil dilinden ifade etmeliyiz. Bu da aşağıda açıklanan yedi sevgi dillerinden biri ya da birkaçıyla olabilir.

## 1. ONAY SÖZLERİ

Onay sözleri yedi temel sevgi dilinden biridir. Muhtemelen en derin insan gereksinimi, takdir edildiğini, yaptığının yada söylediğinin onaylandığını ve hatalarıyla, eksiklikleriyle olduğu gibi kabul edildiğini bilmesi ve hissetmesidir. Onay sözleri birçok bireyde bu gereksinimi karşılayacaktır. Eğer siz sözlerin adamı değilseniz fakat bunun eşinizin sevgi dili olabileceğini düşünüyorsanız, size "onay sözleri" isimli bir not defteri tutmanızı önerebiliriz. Sevgi üzerine bir kitap veya bir makale okudu-

ğunuzda, bulduğunuz onay sözlerini kaydedin. Sevgi üzerine bir konferans dinlediğinizde veya bir arkadaşınızın başka biri hakkında olumlu bir şey söylediğine kulak misafiri olduğunuzda bunu yazın. Zamanla eşinize sevginizi iletmek için kullanacağınız pek çok şey birikecektir. Onay sözlerini dolaylı olarak kullanmayı da deneyebilirsiniz. Örneğin, eşinizin olmadığı zamanlarda onun da tanıdığı başkalarının yanında onunla ilgili olumlu şeyler söylemek gibi. Sonuçta biri eşinize bundan bahsedecektir ve böylece aranızdaki sevgi katsayısı artacaktır. Eşinizi o yanınızdayken başkalarının önünde de onaylayabilirsiniz. Ayrıca bir başarınız için takdir edilip onurlandırıldığınızda, bunu eşinizle paylaşmaya da dikkat edin. Eşinizin birinci sevgi dili onay sözleri ise abartısız bu övgülerden mest olacaktır. Mutlu etmek ve mutlu olmak için değer mi? Ne dersiniz?

Geçmişteki hatalar için yapılabilecek en iyi şey, tarih olmasına izin vermektir. Evet bu oldu. Tabii ki incitti. Hala da incitiyor olabilir, fakat hatasını kabul etti ve özür diledi. Geçmiş söylemeyiz, ama onu tarih olarak kabul edebiliriz. Affetmek bir duygu değil, bir davranıştır. Hatalının hatasını ona karşı kullanmak değil, ona şevkat göstermeyi seçmektir. Affet-

mek sevginin bir göstergesidir. Sevgi hataların kaydını tutmaz.

## 2. NİTELİKLİ BERABERLİK

Paylaşarak, dinleyerek ve birlikte anlamlı faaliyetlere katılarak yaşanan nitelikli beraberlik, birbirimize gerçekten değer verdiğimiz ve birbirimizden hoşlandığımızı anlatır. Aynı odada oturan iki insan fiziksel olarak yakındır ama mutlaka birlikte değildirler. Birliklilik odaklanmış ilgiyle alakalıdır. Bir baba yere oturup elindeki topu iki yaşındaki oğluna yuvarladığında dikkati topa değil, oğluna odaklanmıştır. O an için, ne kadar sürerse sürsün, onlar birlikte değildir. Unutmayın, nitelikli beraberlik tüm dikkatimizi karşınızdakine vermektir. Eğer son derece ilginizi çeken bir şeyi izliyor veya yapıyorsanız; ve bir anda bırakamıyorsanız, bunu eşinize söyleyin ve belirli bir süre için müsaade isteyin. Eşlerin çoğu böyle bir ricaya saygı duyar.

Kendimizi aşmak bazılarımıza zor gelir. Birçok yetişkin, düşünce ve duyguların ifade edilmesinin teşvik edilmediği, aksine kınandığı evlerde büyümüşüzdür. Bir oyuncak istemek, ailenin acıklı maddi durumu üzerine bir konferans başlatmak demektir. Çocuk, bir arzu duymuş olduğu için kendini suçlu hissederek uzaklaşır ve derhal arzularını ifade etmemeye alışır. Çoğumuz yetişkin olduğumuzda duygularımızı reddetmeyi öğrenmiş oluruz. Artık duygusal yanımızla temas halinde değildir. Buna rağmen, özellikle eşinizle nitelikli sohbet dilini öğrenmek istiyorsanız, işe evden uzaktayken günlük olaylar karşısında hissettiklerinizi not etmekle başlayabilirsiniz. Böyle-

likle duygusal doğanız konusunda bir farkındalık geliştireceksiniz. Bloknotunuzu kullanarak mümkün olduğunca sık aralıklarla eşinize olayları ve duygularınızı aktarın. Birkaç hafta içinde ona duygularınızı ifade eder hale geleceksiniz. Sonuçta eşinize, çocuklarınıza ve evde olan olaylara karşı hissettiklerinizi tartışırken kendinizi rahat hissedeceksiniz.

## 3. HEDİYE ALMA

Armağanlar sevginin görsel sembolleridir. Çoğu evlilik töreni, yüzüklerin alınması ve verilmesini içerir. Bu yüzükler iki kalbi sevgide sonsuz kadar birleştiren içteki ruhsal bağın, dıştan görülebilen işaretleridir.

Armağan, elinizde tutup "beni düşünmüş" veya "beni hatırlamış" diyebileceğin bir şeydir. Birine hediye vermek için onu düşünüyor olmanız gerekir. Hediye kendisi, bir düşüncenin sembolüdür. Parayla alınıp alınmadığı önemli değildir. Önemli olan eşinizi düşünmüş olmanızdır. Kayda değer olan yalnızca zihinde varolan düşünce değil, armağanı fiilen alıp bir sevgi ifadesi olarak vermekle anlatılan düşüncedir.

Eğer eşinizin birinci sevgi dili hediye almaksa, armağan vermekte ustalaşabilirsiniz. Aslında bu öğrenilmesi en kolay sevgi dillerinden biridir. Armağanlar satın alınabilir, bulunabilir veya yapılabilir. Yol kenarında durup karısına bir kır çiçeği koparan erkek, karısının kır çiçeklerine alerjisi yoksa, kendisine bir sevgi dili ifadesi bulunmuştur. Paranız varsa güzel bir kart alabilirsiniz; yoksa kendiniz bir tane yapabilirsiniz. Çalıştığınız yerdeki artık kağıtlar arasından bir kağıt alın, ortadan kıvrın,

makası alın bir kalp kesin, üzerine "seni seviyorum" yazın ve imzalayın. Armağanlar pahalı olmak zorunda değildir.

Bir de elle tutulmaz bir armağan vardır ki, bir çok hediyeden çok daha kıymetlidir. Eşiniz size ihtiyaç duyduğunda orada olmak, birinci sevgi dili armağan almak olan biri için çok şey ifade eder. Eğer eşinizin fiziksel varlığı sizin için önemliyse, bunu eşinize sözlerle ifade etmelisiniz. Ondan zihnini okumasını beklemeyin. Diğer taraftan eşiniz sizinle vakit geçirmek istediğini ifade ederse, bu ricayı dikkate almalısınız. Bu size önemsiz gibi gelebilir ancak bu ricaya karşılık vermezseniz, kastetmediğiniz bir mesajı iletiyor olabilirsiniz.

## 4. HİZMET DAVRANIŞLARI

Eşinizin birinci sevgi dili hizmet davranışları ise ona sevginizi ifade edebilmenin yolu, kalıpların dışına çıkarak dahi olsa onun hoşlandığı işleri yapmanızdan geçmektedir. Bu davranışlar, düşünce, planlama, zaman, çaba ve enerji ister. Eğer gerçekten isteyerek yapıyorsa, sevginin ifadesidirler. Eşlerin biri yada ikisinin de öncelikle sevgi dili hizmet davranışları ise ve bu konuda problem yaşanıyor ise; örneğin koca eve geldiğinde evin düzensiz olduğundan, yemeklerin zamanında hazırlanmasından şikayet ediyorsa; kadın ise sıklıkla kocanın kendisine ev işlerinde yardım etmediği, çocuklarıyla yeterince ilgilenmediği şikayetinde bulunuyorsa bu konuda sorun var demektir. Bu sorunları gidermek için eşlerin her biri diğerinin her gün yaptığında sevildiğini hissedeceği 4-5 maddelik hizmet davranışları listesi-



ni yapıp diğerine verebilir. Böylece hem günlük işleriniz zamanında yapılıp hayatınız düzene girer, hem de birbirinize sevginizi en iyi şekilde ifade etmiş olursunuz.

### 5. FİZİKSEL TEMAS

Bir ilişkiyi oluşturan da, bozan da fiziksel temastır. O sevgiyi de, nefreti de iletebilir. Birincil sevgi dili fiziksel temas olan biri için bu mesaj “senden nefret ediyorum” veya “seni seviyorum” sözlerinden çok daha güçlü olacaktır. Yüze vurulan bir tokat her çocuğa zarar verir fakat birincil sevgi dili dokunma olan bir çocuk için yıkım demektir. Şevkatli bir sarılma her çocuğa sevgiyi ifade eder fakat birincil sevgi dili fiziksel temas olan çocuğa sevgiyi haykırır. Aynı şey yetişkinler için de geçerlidir. Özellikle kriz dönemlerinde içgüdüsel olarak birbirimizi kucaklarız. Çünkü fiziksel temas sevgiyi güçlü bir şekilde iletir. Zor dönemlerimizde, her şeyden çok sevildiğimizi hissetmeye ihtiyacımız vardır. Her insanın sıkıntılı dönemleri vardır. Ana babaların ve akrabaların ölümü, trafik kazaları, hastalıklar vb. hayal kırıklıkları yaşamın bir parçasıdır. Bu durumlarda eşiniz için ya-

pabileceğimiz en önemli şey onu sevdiğinizi hissettirmenizdir. Eğer eşinizin birincil sevgi dili fiziksel temas ise, hiçbir şey ağlarken onu kucaklamanızdan daha önemli olamaz. Sözleriniz çok şey ifade edebilir, fakat fiziksel temasınız ona değer verdiğinizi iletacaktır. Krizler sevgiyi ifade etmek için eşsiz birer fırsattır. Şevkatli dokunuşlarınız kriz atlattıktan çok sonrada hatırlanacaktır. Dokunmayı ihmal etmeniz ise asla unutulmayacaktır.

### 6. BAĞIMLILIK OLUŞTURMA

Bir diğer sevgi dili bağımlılık hissidir. Eşlerine bağımlı kişiler her şeyi eşleriyle birlikte yapmak isterler. Neredeyse tek kişi gibi hareket ederler; eşlerinden de aynı şekilde bağımlılık beklerler. Bu durum aşkın bağımlılığa dönüşmesidir. Aşık olmanın en önemli algılama karışımlarından birisi de sevdiğiniz her şeyi bir kişiyle ilgilendirmek ve sevmediklerinizle ilgisiz hale getirmektir. Bağımlı olmak, inatçı, yönlendirilmemiş bir histir, çünkü o dengeli bir durum değildir. Eşinizin sizi mest eden davranışlarıyla kendinizi bütünüyle ilişkilendiriyorsanız, o kişinin hatalarının farkında bile değilseniz eşiniz sizin için vazgeçilmez olmuş ve bağımlılık oluşturmuştur. Eğer eşinizin birincil sevgi dili bağımlılık ise, zamanınızın önemli bir kısmını onunla geçirmeye çalışmalı, gün içerisinde zaman zaman telefonla bile olsa hatırı sorulmalı, pek çok özel işinizi onunla birlikte yapmalısınız. Ailenizi ilgilendiren bütün kararları birlikte almalısınız.

### 7. İŞİTSEL VE GÖRSEL ETKİLEŞİM

Erkeğin sevgi dili işitselse, eşine sevgisini nasıl ifade edecektir. Şüphesiz anlatarak; fakat kadının sevgi dili görselse, yani ancak belirli görsel uyarıcıları aldıktan son-

ra, beyni derin sevgi hislerini duymasına neden oluyorsa ne olur? Zaman ilerledikçe ne olacaktır? Her ikisi de, bütünüyle sevdiğini hissetmeyecektir. Erkek eve gelip “seni seviyorum tatlım” dediğinde kadın “yo hayır sevmiyorsun” der. Erkek de “sen neden bahsediyorsun? Sen bunu nasıl söylersin?” der. Kadın da muhtemelen “Konuşmak kolay. Bana artık hiç çiçek getirmiyorsun. Hiç yemeğe çıkarmıyorsun. Bana artık eskisi gibi bakmıyorsun” diyebilir. Erkek de “Bakmak da ne demek? Seni sevdiğimi söylüyorum ya” diye cevap verecektir. Kadın sevdiğine ilişkin derin hislerin deneyimine sahip olmayacaktır, çünkü onun hislerini tetikleyecek derin uyarıcılar, kocası tarafından artık ona tutarlı bir şekilde gönderilmemektedir.

Yukarıdaki olayın tersini düşünelim. Erkek görsel, kadın işitsel olsun. Erkek eşine olan sevisini bir şeyler alarak, yemeğe götürerek ya da çiçek göndererek gösterebilir. Kadın kocasına “Sen beni sevmiyorsun” der. Erkek şaşırır ve “Nasıl böyle söylersin? Sana aldığım şu arabaya bak, seni götürdüğüm yerlere bak” der. “Fakat sen bana asla beni sevdiğini söylemedin” der. Erkek de kadının hisleriyle uyuşmayan bir ses tonunda, “Seni seviyorum” diye bağıır. Sonuç olarak kadın sevdiğini yine hissetmez.

Şimdi sevgi dilinin nasıl öğrenileceğini biliyorsunuz. Eşinizle oturun ve onun bütünüyle sevdiğini hissetmesine neyin neden olduğunu bulun. Kendi sevgi dilinizi de ortaya koyduktan sonra, sizin sevgi hislerinizin nasıl tetikleneceğini eşinize öğretin. Bu anlayışın ilişkilerinizin kalitesini artıracığı, mutlu ve huzurlu bir yuvanın temellerini oluşturacağı ve bunun sonucunda da iş hayatında daha başarılı olacağınızı göreceksiniz. ■





# Bilgi Toplumu ve Eğitim

*“Bilginin nasıl ve kimlere doğru akmakta olduğunu kavrayamazsak, ne kendimizi gücün haksız kullanımına karşı koruyabiliriz, ne de yarının teknolojilerinin vaat ettiği daha demokratik toplumu kurabiliriz”<sup>(1)</sup>*

**Mesut Ak\***



Sanayi çağı yerini bilgi çağına bırakmaktadır. Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu ve herşeyin hızla değiştiği bu çağa “Bilgi Çağı” adı verilmektedir. Bilgi teknolojisindeki hızlı gelişmeler, toplumların yapılarını yeniden şekillendirmekte ve beraberinde yeni kavramları da ortaya çıkarmaktadır. Bu kavramlardan birisi de “Bilgi Toplumu” kavramıdır.

“Bilgi Toplumu” kavramı ile bilgi, toplum, teknoloji, eğitim ve eğitim sistemi birbirleriyle çok yakın ilişki içersindedirler.

Bilgi teknolojilerini inceleyen, kullanan ve geliştiren, toplumlara “Bilgi Toplumu” denilmektedir. Bilgi toplumunun temel üretim şekli bilgi, hammaddesi ise enformasyondur. Artık iktisatçılar, klasik iktisat doktrinin dört temel üretim faktörünün (emek, girişimci, sermaye ve toprak) yanında beşinci üretim faktörü olarak bilgiye de yer vermektedirler. Bilgi toplumunda bilgi gerçek sermaye ve zenginlik yaratan başlıca kaynaktır. Bilgi toplumu endüstri öncesi toplum ile endüstri sonrası toplumun bir sentezidir. Endüstri devrimindeki buhar makinesinin yerini çağımızdaki bilgi toplumuna giden büyük değişimde elektronik aldı.

Baş döndürücü bir hızla gelişen bilim çağında yaşamaktayız. İnsanların hayatları bilim ile şekillenmekte, refahı bilimle sağlanmaktadır. Yaratıcı bir faaliyet olan araştırma yoluyla yepyeni buluşlara varmak ve bunları tekno-

lojiye dönüştürerek toplumun hizmetine sunmak dünyanın en büyük amacı haline gelmiştir. Bilgi toplumunda asıl olan bilgi üretimidir. Bilgi toplumunun temelini teknoloji oluşturmakta ve bilginin kaynağını bilimsel düşünce ve bilişim teknolojisi oluşturmaktadır. Bilim dünyasının verilerini anlamak, yorumlamak, kullanmak, yenilerini ortaya koymak, problem çözme yeteneği kazanmak gibi özellikler bilgi toplumlarında kendini gösterir.

Bilgi toplumunda bireylerin yaratıcılığı önemlidir. Bilgi toplumunda bireyler; kendini gerçekleştiren, girişimci, yaratıcı, üretici, temel bilgisayar becerileriyle donatılmış ve siyasal, sosyal, tarihsel sistemlerle tanışık ve barışık. Bilgi toplumunda bilimsel gelişim, bireylerin gelişiminin itici gücü olmaktadır.

Bilgi çağını yakalayabilmek için yapılması gereken yatırımlardan en önemlisi de eğitimidir. Bilgi çağının eğitimi, yaratıcı ve yenilikçi insanları yetiştirmeyi temel amaç edinmektedir. Bilgi çağında bilgiler aktarılmakla öğretilemeyecek kadar çoğalmakta ve bu nedenle eğitim-öğretimde bilgi aktarılmaktan daha çok bilgiye nasıl ulaşılabileceği üzerinde durulmaktadır. Yirminci yüzyılın başında dünyada değişim 1500 yılı alıyordu. 1940'ta 500 yıla inen bilgi yenilenmesi, 1980'de ikibuçuk yıla, 1996'da altı aya indi. 2002 yılında 39 güne inmesi öngörülmüyor. Yani kişiler çalıştıkları ve uzman oldukları konuda bi-

le kendilerini hızla yenilemek durumunda. Artık diploması alıp duruvara astıktan sonra, hiç kitap sayfası çevirmeden de mesleği sürdürebilme lüksü sona erdi. Bu gün bir çok düşünür diplomaların iki yıllık geçerliliği olması gerektiğini savunmaktadır. Eğitimde geleneksel yaş sınırlaması geçerliliğini yitirecek, zira sona ermiş bir eğitim olmayacak, iş yerleri de çalıştırdıkları insanları, öncelikle de yöneticileri yetiştirme ve geliştirmenin sorumluluğunu yüklenmiş olacaklardır.

Bilgi toplumlarında okullar çevreye açık, bireyselliğe yer veren, çeşitliliğin barındırıldığı bilgi üretebilen yerler olmaktadır. Öğrencilere, bilgiye ulaşma yolları ve bilgiye ulaşabilecekleri teknolojileri kullanabilmeleri öğretilmelidir. Öğrencilerin, nedensel düşünen, düşünce üreten, zihinlerini kullanabilmeyi öğrenmiş olarak mezun olmaları beklenmektedir.<sup>(2)</sup>

Hızlı değişim, toplumların ve kurumların yapısında birçok değişiklikler meydana getirmeyi zorunlu kılmaktadır. Bilgi toplumunda yaratıcılık ve zekâ önemli olup, “öğrenmeyi öğrenme” yaşamanın gereği olacaktır. ■

\* Bireysel Bankacılık Müdürlüğü, II. Müdür  
(1) Alvin TOFFLER  
(2) Ömer Nugay

# Hizmetiçi Eğitim Seferberliği

## B. Cemal Rodoplu\*

Yeni genel müdürümüzün tayin edilmesini izleyen ilk günlerden itibaren Kurumda ele alınan konu, 2001 ekonomik kriz döneminde zorunlu olarak yavaşlayan hizmetiçi eğitim faaliyetlerimizin yeniden canlandırılması oldu. İlk yapılan iş, eğitim bütçemizin %720 oranında arttırılmasıydı. Yönetim Kurulumuz “*insana yapılan yatırım en kârlı yatırımdır*” bilinciyle fazizsiz finans sektörünün geleceğini biraz daha güçlendirmeye karar verdi ve yeni bütçe önerisini derhal onayladı.

Harvard Üniversitesi (ABD) öğretim üyelerinden Dr. Ulrich Wiechman’ın da tavsiyeleri alınarak üç aşamalı bir eğitim planı uygulamaya konuldu:

### 1. YÖNETİCİ EĞİTİMİ

Kurumun üst ve orta kademe yöneticileri ve yönetici adayları iş hayatında, çağdaş bankacılıkta ve yönetim sanatında ortaya çıkan yeni yaklaşım ve açılımları öğrenmek üzere bir dizi seminer programına alındı. Bu programlar, emektar Bayrampaşa Şubemizin üst katlarındaki Eğitim Merkezimizde hafta sonları yapıldığı gibi hizmetin aksamasına ve zaman kaybına meydan vermemek amacıyla Genel Merkezdeki toplantı salonlarında da gerçekleştirildi.

Alınan seminerlerin konu başlıkları şöyle sıralanabilir:

#### A. Kişisel Gelişim Konuları:

Neuro Linguistik Programlama “NLP”. Kurumsal Değişim Kültürü.

#### B. Hizmet Sektörümüze Yönelik Konular:

Bankalarda Risk Yönetimi.  
Toplam Kalite Yönetimi. Altı Sigma Yaklaşımı (Hatasız Üretim).



Süreçlerle Yönetim.  
Elektronik Ticaret.  
Pazarlama Stratejileri ve Satış Yöntemleri.  
Müşteri Odaklı Pazarlama “CRM”.

Veri Ambarı “Data Mining”.  
Bu programların öğretmenleri İstanbul’daki 2 üniversitenin Kurumumuzla işbirliği çerçevesinde temin edildi: Fatih Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi. Halen bu seminer modülleri önceden planlandığı şekilde yeni konularla yürütülmektedir.

Bunu takviye eden bir başka faaliyet ise kütüphanemizin zenginleştirilmesi oldu. Dr. Ulrich Wiechman’ın tavsiye ettiği hemen bütün kitaplar ve bunların kasetleri hatta filmleri yurtdışından getirildi. Finansman, yönetim, strateji, pazarlama, bireysel bankacılık, vbg. konularda en son yayınlanmış olan 147 kitap kütüphanemizde tüm ÖFK mensuplarının ve

akademik çalışma yapanların kullanımına açıldı.

### 2. ALFA PROJESİ [Latin alfabesindeki birinci harf: Alfa.]

Albaraka Türk’ü bir “alfa şirketi” yapmak ve rakipleriyle değil kendisiyle yarışan, sürekli kendisini aşmayı hedefleyen bir kurum haline getirmek amacıyla geliştirilen bu proje 12 Nisan 2002 tarihli bir genelge ile hayata geçirildi.

Genel Müdürümüzün “Kendinle yarışır ol” hedefinde özetlenen ana fikir, “değişim” zorunluluğunu ve

realitesini kabullenen, yarının başka kurumları ve dışımızdaki faktörlerini sürekli gözleyerek gelişmeleri yakından izleyen, ortaya çıkan trendleri herkesten önce fark ederek yeni kâr modellerine dönüştürebilen... bir kurum olmamız gerektiği idi. Yarının kurumu olmak istiyorsak hemen bugün işe koyulmalıydık.

Bu amaçla kendi aramızda, asıl görevlerimize ek olarak çeşitli çalışma gurupları, “takım”lar oluşturduk. Önce, çok önemli “kritik” bulduğumuz bazı iş unsurlarımızı belirledik. Bu doğrultuda mevcut iş süreçlerimizi (process) analiz etmeye başladık. Mevcut süreçlerde verimliliği düşüren noktaları fark ettik. İş süreçlerin birbirine paralel ve uyum içinde çalışmasını sağlamak için gereken danışmanlık ve eğitim hizmetlerini satın aldık.

Tasarım takımlarının üyeleri her hafta düzenli olarak aralarında toplanıp “is” (mevcut durum) ve yol hari-

**taları** çizdiler. Toplandıkları oda ve salonlar adeta mühendislik ofisine veya tren garı şefinin hareket odasına döndü. Yılmadan, azimle çalıştılar, Kurum'un mesai saatlerinin % 20'sinden fazlasını almamak koşuluyla, ve çoğunlukla fazla mesai yaparak... Güvenlik memuru, çaycı ve odacıardan bile erken geliyorlardı Kuruma bu takımlarda görevli üyeler. Çünkü, uymaları gereken bir çizelge "takvim" vardı önlerinde.

Halen yeni iş süreçlerinin dökümantasyonu ve prosedürlerin yazılması aşamasında; yani yolun üçtebirinde bulunuyoruz... Öbür taraftan Kurumda normal, rutin iş akışımız devam ediyor. Rol ve sorumluluk matrisi oluşturulması ve her 3 seviyede performans kriterlerinin belirlenmesi ile "**mutlu sona**" biraz daha yaklaşılmış 2002 Ekim başında. Verimliliğimizi arttırmak, rekabet üstünlüğü elde etmek birinci ana hedefimiz. Öğrendik ki "*kendi işimizi kendimizin eskitmesi, bunu rakibe bırakmaktan hem daha ucuzdur hem de kârlı*" (Peter Drucker)...

Kısacası şu sıralarda Albaraka Türk, geleceğinin tarihini yazacak olanlara sağlam bir temel hazırlamakla meşgul harıl harıl. Farklı bir kulvarda, farklı bir kültürle, farklı bir lider olma azmiyle çıktık yola. Yani, çıktık açık alınla...

### 3. MANAGEMENT TRAINEE (MT) EĞİTİMİ

Kurumsal ihtiyacımız nedeniyle işe almaya karar verdiğimiz 6 müfettiş



tiş yardımcısı görevi için 2000'den fazla gençten başvuru aldık. Adayların mezun olduğu okul, yaş, yabancı dil ve askerlik durumlarını göz önüne alarak yaptığımız ön-eleme sonucunda 350 kişiyi "müfettiş yardımcılığı" seçme sınavına aldık. Müfettiş olmasa bile diğer departman ve şubelerimizde görev alabileceğini bildiren adaylar arasında yazılı sınavı kazanan 63 adayı sözlü sınavdan geçirerek toplam 24 "trainee"yi Kurumumuza kazandırdık. Üst yönetimin yeni düsturu olan "*her memuru yarın genel müdür olacakmış gibi eğit...*" prensibine uygun bir eğitimden geçirmek amacıyla bu 24 MT'ye çok özel ve yoğun bir program uyguladık.

Öncelikle Bayrampaşa'daki Eğitim Merkezimizde kendilerini iki ay boyunca adeta karantinaya aldık. Bilgi bombardmanı yaparak çeşitli eğitim modülleri yardımıyla çalışma yaptık. En sonunda bilgisayar kullanma becerileri de vererek kendilerini çağdaş rekabete hazırla-

dık. Onlar da biz de, kendimizi artık daha güçlü ve yüksek moralli hissediyoruz. İyi biliyoruz ki haksız rekabet gibi bir ahlaksızlığa gerek kalmaksızın "çağdaş rekabet" yapılabilir, yapılmalıdır...

Şu fıkrayı artık bütün MT'lerimiz biliyor:

İki arkadaş (A ve B) ormanda dolaşırken bir arslan görürler, O da gençleri görmüş, iştahı kabarmıştır. Gençlerden biri çok korkar ve son dualarını mırıldanmaya başlar. Öbür genç ise ayakta kalmasına doğru hamle ederken aralarında şu konuşma geçer:

A: Saçmalama kardeş, ayakta kalmanı bırakıp sen de dua etsen iyi olur...

B: Hayır ben kaçacağım, gücümün yettiği kadar; iyi koşarım ben.

A: Arslandan hızlı mı koşacağını sanıyorsun yoksa?

B: Hayır... Ama senden hızlı koşsam bana yeter... ■

\* Kurumsal Bankacılık Müdürlüğü, Müdür Yardımcısı



Öğrenmenin de maliyeti vardır  
Önceden öğrenenler indirimli fiyattan öğrenir;  
Otoriteden öğrenenler özgürlük bedeliyle öğrenir;  
Deneyerek öğrenenler etiket fiyatından öğrenir;  
Hayattan öğrenenler gecikme zammıyla öğrenir;  
Hayattan da öğrenmeyenler boşa gitmiş hayatlarıyla öğrenirler.

Arthur Miller



# Dünyada Faizsiz Finans Sektöründen Haberler

ÇEVİRİ: Feyzullah Orman\*



## İSLAM BANKALARI HALKLA İLİŞKİLER ANLAŞMASI GENEL KURULDA KABUL EDİLDİ

Bahreyn'de yerleşik Faizsiz Banka ve Finans Kurumları Genel Konsülü (GCIBFI) başkanı Sayın Sheikh Saleh Kamel'in, Batıya yönelik bir medya kampanyası başlatmak amacıyla "güçlü bağlantıları" olan Washington'da yerleşik bir halkla ilişkiler (PR) firmasıyla anlaşma imzaladığı bildirildi. Kampanyanın hedefinin, faizsiz bankacılık ve finans sektörünün imajını değiştirmek ve bu sektörün Batıda daha iyi tanınmasını sağlamak olduğu belirtildi. Bu kampanya bağlamında büyük bir faizsiz finans konferansı ve faizsiz finans sektörü liderleriyle ABD'li politika üreticilerini bir araya getirecek olan toplantılar düzenlenecek. Ayrıca, faizsiz bankacılık üzerine bir video film de yapılacaktır. Bir enformasyon ve finans rehberi, bir web sitesi ve elektronik bül-

ten (e-bülten) hazırlanması gibi planlar hayata geçirilmiş durumda. 2002 yılı başlarında, GCIBFI bu amaçla 2 milyon Dolarlık bir fon oluşturmaya çalıştığını açıklamıştı.

## TAYLAND DA FAİZSİZ FİNANSA YATIRIM YAPIYOR

Thai Savings Bank'ten Taylandlı Krung Thai bankasında Faizsiz Finans hizmetleri sunmaya hazırlandığı bildirildi. Nüfusunun %10'u müslüman olan Tayland, müslüman vatandaşlarının tasarruflarını Malezya bankalarında değerlendirmelerini önlemek amacıyla ülkede faizsiz finans imkanlarını yaygınlaştırmaya çalışıyor. Bu amaçla, ulusal çapta 467 şubesi bulunan Krung Thai bankasının faizsiz finans hizmetlerini vermesini sağladı. Uzun vadede, özellikle Körfez ülkelerinden alacağı destekle tamamen faizsiz finans hizmetlerini sunabilecek bir faizsiz banka kurma çalışmalarının da sürdürüldüğü bildirildi.

## MALEZYA FAİZSİZ FİNANS SEKTÖRÜNDE ÖNCÜLÜĞE OYNUYOR

Malezya Merkez Bankasının (BNM) faizsiz bankacılığı sembolize eden ulusal bir logo ürettiği bildirildi. Gerçekleştirilen Faizsiz Bankacılık ve Takaful Haftası (IBTW) bağlamında piyasaya sürülen logonun faizsiz bankacılık sektöründe birlikteliği sağlamak, sektörün daha iyiye doğru gelişmesine imkan vermek ve etkileyici bir kampanya yürütebilmek için oluşturulduğu açıklandı. Bu logo, Malezya'da piyasa sürülen tüm faizsiz finansal ürünler üzerinde kullanılacaktır.

## KÂRLAR ARTTIKÇA MALEZYA'DA FAİZSİZ FİNANS SEKTÖRÜ GELİŞİYOR

Faizsiz bankacılıkla ilgili hukuki çatıyı sağlamlaştırmak ve faizsiz bankacılıkta operasyonel etkinliği arttırmak için Malezya Merkez Bankası (BNM) bazı düzenlemeler yaptı.

- Faizsiz bankacılık uygulamalarını geliştirmek isteyen konvansiyonel bankalar anakapitalin minimum yüzde 4'ünü ve risk ağırlığı sermayesi, faizsiz bankacılık için ayırdıkları portföylerinin yüzde 8'i kadar olmalıdır.

- Tam şeffaflığı ve açıklığı sağlamak için faizsiz bankalar, faizsiz bankacılıkta portföyü işlemlerinde sermaye yeterliliği sunumları ayrıca yapılmalıdır. ■

\* Kurumsal Bankacılık Müdürlüğü  
Çeviri: Islamic Banker



# Seçkin İnternet Adresleri

## Murat Çetinkaya\*

Websitesi : <http://www.hifip.harvard.edu>  
E-posta : [hifip@fas.harvard.edu](mailto:hifip@fas.harvard.edu)  
Konu : ABD'deki Harvard Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren HIFIP Programı (Harvard Islamic Finance Information Program) ile ilgili tüm ayrıntılar.



Websitesi : <http://www.marc.com.my>  
E-posta : [marc@marc.com.my](mailto:marc@marc.com.my)  
Konu : Malezya'da özel sektör tarafından kurulmuş olan bir derecelendirme raiting ajansı; faizsiz sisteme uygun olarak ülke içinde veya dışında çalışan yüzlerce şirketin analizi, derecelendirmesi, vbg.

Websitesi : <http://www.failaka.com>  
E-posta : [main@failaka.com](mailto:main@failaka.com)  
Konu : İnternet bankacılığını faizsiz sisteme uygun biçimde yapmak amacıyla Kuveyt'li ve Amerika'lı iş adamlarının sermayesi ile Şikago'da 1996'da kurulan bir şirketin sitesidir. Özellikle teknoloji ve risk sermayesine dönük piyasalarda danışmanlık hizmetleri verir. Silikon Vadisi girişimlerine finansman veya etik yatırımcı/ortak bulur.



Websitesi : <http://www.islamiq.com>  
E-posta : [info@islamiq.com](mailto:info@islamiq.com)  
Konu : Londra, NewYork, Kuwait, Kuala Lumpur'daki (Malezya) şirketler ve hukuk büroları nezdinde derlenen son haberler, basın bültenleri, reklam ve duyurular, zekat ödemeleri, dini soru ve cevaplar; dünya çapında borsa yatırımları (İslama uygun hisse senetleri ve yatırım fonları) DJIM (\*) endeksinde şirketlerin yakın takibi, vbg. bilgileri sunar.

(\*) DJIM= dow jones islamic market index.

Websitesi : <http://www.azzadfund.com>  
E-posta : [azzad@azzadfund.com](mailto:azzad@azzadfund.com)  
Konu : Amerikan ekonomisinde borsa yatırımcısı Müslümanlara danışmanlık hizmeti veren, özellikle DJIM(\*) merkezli alternatif yatırım ve etik fon paketleri öneren "Azzad Growth Fund Ltd" şirketinin sitesidir.





# Albaraka Türk Ağrı Dağı'nda

*O dağ benim olmuştu. Ben orayı fethetmişim. Benim belleğimde ulaşılmaz olmaktan çıkmıştı. Albaraka bayrağını açarak çalıştığım kurumun da orayı fethetme duygusuna katılmasını arzu etmişim. Tabi o bayrakla birlikte arkadaşlarımın da.*

**Ali Göçer Gelebek\***

Yürüyorduk ama gözlerimiz Ağrı'nın dumanlı başındaydı. İlk gün için araçtan indikten sonra 3 saatlik bir yürüyüş yeterliydi. Ağrı'da ilk çadırı durağımız olan Yeşil Kamp'a ulaşmıştık.

3200 kampına yeşil kamp diyorlar. Yeşil bir çayırdan oluşan belki de o bölgede tek yer. Öğleden sonra eriyen karlardan oluşan dereden su akıyor, gece de donduğu için kesiliyor. Çadırımı hemen kurup akşama kadar bol bol çevre gezisi yapmalıyım. Ağrıyı cümle cümle içime çekmeliyim, hem de aklimatizasyon için gerekli olan uyumu hemen sağlamalıyım diye düşünüyorum. Albaraka bayrağını çadırımın yanındaki kayaya serdim.

\* \* \*

Akşam: Temiz, dingin ve yalın bir gökyüzü sofrası gibi iniyordu üstümüze. Uzatıp avuçlarımı, sessizliğine dokunuyorum gecenin. Kentlerde yaşamaya alıştığımız kirliliğinden o denli farklı ki. Korkmak, ürkemek ve ürpermek mi gerekli, yoksa çadırımın kapısını açıp karanlığı bu yur mu etmeliyim içeri?

Hava güzeldi, çevre güzeldi, yıldızlar ve gece güzeldi ama uyuyup dinlenmeliydim. Hemen yattım. Hava soğuk değildi. Uyku tulumumda hafif terleyerek yattım. Rahat bir geceydi benim için.

Yaz aylarında dağ sabahları tariflere sığmayacak denli güzel olur. Güneş dağların ardından yeni bir umut, yeni bir hayat, yeni bir uygarlık gibi doğar. Olağanüstü bir yaşama sevinci verir insana. Erken saatlerde

uyanıp çadırımdan çıktım. Kamp sessizlik içinde sabah uykusunu alıyordu. Ben adımlarım açılınsın diye çevreyi şöyle bir dolaştım. Sonra matımı çadırdan alıp serdim çayıra ve küçük kahve ocağımı çıkardım. Bir sabah kahvesine ne denir burada. Eyvallah denir.

\* \* \*

Yüksek bir dağın yamacında 4200 metrenin sanki bir önemi yokmuş gibi geliyor insana ama bu rakımın Erciyes, Kaçkar, Süphan, Reşko gibi Türkiye'nin en yüksek zirvelerinden daha yukarıda olduğunu düşününce nelerlere çıkmak üzere olduğumuzun farkına varıyoruz. Bir an önce bu rakımı yakalama heyecanı bizi biraz grup disiplininin uzaklaştırıyor ama rehberin sert ikazıyla hizaya geliyoruz ve tek sıra halinde ilerliyoruz. Gözlerimiz Altimetrelerde. Hepimizin çıktığı en fazla yükseklik olan 3937 Kaçkar zirvesine rakımını aşınca kendi rekorumuzu aşma duygusuyla oley çekiyoruz. Bir de bunu 4000 metrede yapacağız. Yaklaşık 4 saat sonra 4200 metre kampına ulaşıyoruz.

\* \* \*

Dağcılık hayatımda bu irtifada ilk kez kamp yapacağım, çadır kurup uyku tulumunda geceleyeceğim. Bunun için heyecanlıyım.

Hemen çadırımı kuruyorum. Yaklaşık 2 dakikada çadırımı kurabiliyorum. Eşyalarımı yerleştirip çevreye bakıyorum. Taş yığınları arası

ama o bölgedeki tek kamp atılabilecek düz alan. Çok yakında akan kar suyu var. İçecek ve kullanacak suyumuzu oradan temin edeceğiz. Hava çok kötü değil gibi iken birden kar yağmaya başladı. İnanılmaz bir şölendi benim için. Hava öylesine hızlı değişiyor ki anlaşılmaz bir durum. Ansızın yamaçtan sis akmaya başlıyor ve görüş alanını kapatıyor ısı hızla düşüyor sonra sis çekilip, güzel güneşlik bir hava oluşuyor. Uzakta Küçük Ağrı; yalnız, hüznü ve delikanlı. Ama sanki ben buradayım dercesine öyle güzel görsel tablolar sergiliyor ki ondan gözlerimi alamıyorum. Tepesine topladığı sisler açılıyor, zarif bir huni olarak karşımıza çıkıyor. Sonra yamaçlarında olağanüstü ışık kırılmalarıyla eleğim sağma görüntüleri veriyor ama daha fotoğraf makinamızı çıkarmaya fırsat kalmadan görüntü yok oluyor. Karşılıklı bu küçük oyunlarla hoş saatler yaşarken kimimiz çadırlarımızda dinleniyoruz, kimimiz de yemek yapıyor.

Yemeklerimizi kar yağışı, birden basan sis, birden açan güneş hava değişimleri altında yiyoruz ve gece





03.00 de kalkıp zirve için hazırlanmak üzere çadırlarımıza çekiliyoruz.

\* \* \*

04,30 da yola çıkmıştık. Büyük gündü. Zirve günüydü. Gece ağır ve vakur bir sonsuzluk olarak üstümüzü örtmüştü. Tanrı geceyi hepimize örtü kılınmıştı. Biz örtümüzden sıyrılıp o derin sonsuzluk içinde ağır ağır ilerliyorduk. Vücut metabolizmamızın uyum sağlamakta zorlanmasıyla baş ağrısı mide bulantısına dönüşen yüksekliği taşımaya çalışıyorduk. Bu arada ya zirveye çıkamazsam sorusu beynimde karıncalanmalar oluşturuyor. Ayaklarımızın altında karın musıkısı, kulaklarımızda rüzgarın uğultusu bir ince zarif düşmana karşı dikkatli olmanın bilinciyle ağır ağır tırmanıyoruz geceyi yararak.

Gece mavisini, karın aydınlığına eklenince kentlerde karşılaşamayacağı bir güzel aydınlık çıkıyor karşımıza. Doğa, bu mavi tülle örtülüyor ve biz hiç bir ışığa ihtiyaç duymadan yürüyoruz. Her adım hayatımda bir ilki yaşıyorum bana. Bu heyecanı duymak ve bir farklılığı yaşamak duygusu içinde ilerliyorum. Her adımdaki ilk

olma durumu şu: Her adım da birazcık daha yükseliyorum. Ve her adımda kendime ait rekoru kırıyorum.

Dik yokuşta yürümek oldukça zorluyor bizi. Nefes alışlarımız çok hızlı. Eksik kalan oksijen ihtiyacımızı gidermek için daha hızlı nefes alıyoruz. Zirve gözüküyor ama zirve ile aramızdaki mesafe sürekli uzuyor. Her bitirdiğimiz mesafe kadar yeni bir mesafe çıkıyor karşımıza. Rehberler söylemişti; zirveyle aramızdaki uzaklığın kamp yerinden gözükene uzaklığın 5-6 katı olduğunu. Tek tek aşıyoruz katları. Sabah 4.30 da yola çıkmıştık ve saat 10 a geliyordu. 4900 metreye çıkmıştık. Artık vücudumuz iyice ağırlaşmış beynimiz basınçtan vurmaya başlamıştı. İnönü tepesinin altındaydık. Burası ana zirveye giden bir sırt-

tı ve tamamen buzuldu. İki rehber sabit hat kurmak üzere ilerledi biz de öteki rehberlerin eşliğinde kramponlarımızı hazırlamaya başladık. Artık en küçük bir şakanın bile olamayacağı bir noktadaydık. Tam İskender İğdir'in kaydığı yatay geçişteydik. Tek tek sabit hata girip ilerliyorduk. Hattan çıkan arkadaş zirvenin altındaki düzlükte dinlenmeye çekiliyordu.

İlk kez bir buzul üzerinde sabit hata giriyorum. 30 santimlik buz vidalarının ucundaydık artık. Buz çatlaklarının ıslak ve vahşi nefesi ayaklarımdan beynime çekilen kan gibi içimi ürpertiyordu. Böyle bir yerden kaymanın ne derece riskli olduğunu düşünüyordum.

Sessizlik bir çığlık gibi içimi yarıyor. Yaşasın sessizliğin katlana katlana içimizde birikip gidişi. Sessizlik-



ğin içinde kardelen gibi açan düş çiçekleri yaşasın, ve sessizliğin içinde büyüyen dua. Yaşasın içimizde bir çoban kavalı gibi derinleşen sessizlik. Ve ben sessizliğimi alıp doya doya yaşıyorum. Kimseler dokunamıyor ona. Bir özgürlük anı olsa gerek.

Zirvede bir kaya gibi duran sessizlik, acaba ben onun peşinde miyim?

Sabit hattan çıktıktan sonra iki grup halinde ipe girdik ve son 100 metreyi ipte çıkacağız. İkinci grubun başında ben varım. İpi çekiyorum, yorulan olursa ip geriliyor ve duruyorum. Adrenalinin sarhoş edici yükselişi altında sessizce içimize gömülmüş olarak kranpomlardan çıkan kar ve buz sesini dinliyoruz. Ve hepimizin odaklandığı zirveyi içimize kaya gibi oturtmuş ona doğru çıkıyoruz.

Hepimiz için o son 100 metre bitmez bir zorlukta geçti. Her 10 adımda duruyor ve grubun dinlenmesini sağlıyordum. Aceleye gerek yoktu çünkü 15 dakika sonra da çıksak da olurdu, çünkü asıl olan çıkabilmektir. Zirve hemen önümüzde ama ağır ağır yaklaşıyoruz ona. Sinemada birbirine kavuşmak için koşan iki sevgilinin yavaşlatılmış çekimde verilmesi gibi yaklaşıyoruz. Son metrelerde dayanamayıp ipten çıkıyor ve kendimi zirvenin kollarına atıyorum.

İşte zirvedeyim. Anadolu'nun, Balkanlar'ın ve Avrupa'nın tepesindeyim. Bu duygu insanı allak bullak etmek için yeterli değil mi? Bütün duygularımın özeti olarak tutup Ezan okuyorum. O manevi iç dinginliğin doruğuna ulaşıyorum. Hiç şüphesiz o doruk çıktığımız ağır zirvesinden çok daha yüksek.

İşte zirvedeyim: Bir uzun hava kadar hüzünlüyüm

Fethetmek güzel bir duyguymuş, tarih kitapları bunu yazmadılar, yaşadım öğrendim. Zirve duygusu manevi bir ortamdı onu yaşıyorduk. Orada olma duygusu, orada olduğumuzu bilme duygusu. Bir efsaneyi keşfet-

me, fethetme duygusuydu. Milyonlarca insan içinde orada olma ayrıcalığını yaşayan sayılı insan arasına katılma duygusuydu, başarıma duygusuydu. Ve biz oradaydık. Artık biz de yoktu ben oradaydım. O dağ benim olmuştu. Ben orayı fethetmiştim. Benim belleğimde ulaşılmaz olmanın çıkmıştı. Albaraka bayrağını açarak çalıştığım kurumun da orayı fethetme duygusuna katılmasını arzu etmiştim. Tabi o bayrakla birlikte arkadaşlarımda. Sislerin arasında dalgalanan Albaraka Türk bayrağına baktım bir süre. Fazla kalamazdık. Hüzünlü olacaktı dönüş ama zorunluydu. Ve biz gökyüzüne veda edip inişe geçtik. ■

\* Kurumsal Bankacılık Müdürlüğü, Müdür Yardımcısı

# Albaraka'dan Haberler



## ADANA ŞUBESİ YENİLENDİ

Günümüz iş dünyasında kendini yenileyebilen değişime ve gelişime açık firmaların daha fazla rekabet gücünü elde edebildikleri ve müşteri memnuniyetini ancak gelişimi yakalayarak sağlayabileceği herkesce kabul edilen ortak bir kanaattir. Albaraka Türk'de bu düşünceden hareketle önem verilen konuların başında değişim ve gelişim gelmektedir. Bu, hem hizmette ana değeri üreten insan için hem de hizmetin üretildiği çalışma mekanları için geçerlidir. Çalışılan mekanlar çalışanların iş motivasyonunu belirlediği kadar hizmeti satın almak için gelen müşterinin de memnuniyetini oluşturan bir bütünün parçasıdır diyebiliriz. Buradan hareketle Albaraka Türk'de değişim ve gelişimin yeni adresi Adana Şubesi oldu. Şubelerimizde uygulamak üzere belirlenen yeni konsept ve mimari tasarım Adana Şubesinde hayata geçirildi. Adana ve Antalya şubelerimizde hayata geçen yeni tasarım zamanla diğer şubelerimizde ve genel müdürlük birimlerimizde de uygulamaya başlanacak.

## ANTALYA ŞUBEMİZ YENİ YERİNDE

Özel finans kurumları içerisinde Türkiye'nin geneline yayılmış şubeleriyle faizsiz bankacılığın öncülüğünü yapan Albaraka Türk, Antalya müşterilerine daha rahat ve daha hızlı bankacılık hizmetlerini götürebilmek, gün geçtikçe gelişen ve büyüyen Antalya ve Antalyalıların ihtiyaçlarını sorunsuz karşılayabilmek amacıyla yeni şube konsepti ve tasarımıyla birlikte artık Milli Eğemenlik caddesindeki yeni yerinde. Açılışa Genel Müdürümüz Sn. Fehmi Akın, Genel Müdür Yardımcılarımız, Birim Müdürlerimiz ve iş dünyasından seçkin simalar katıldılar. Açılışa gelen konuklarımız yeni şube yerinin Antalyalılara hayırlı olması temennisinde bulundular.



## 2003 TAKVİM ÇALIŞMASI TAMAMLANDI

Her yıl boyu Albaraka Türk'de yaşadığımız telaş bu sene de fazlasıyla kendini gösterdi. Bu telaş bu sene hazırlanacak takvimimizde hangi konuyu seçelim, hangi çalışmayla müşterilerimize ulaşalım sorularına aranan cevabın tatlı telaşydı.\* Öyle bir çalışma yapalım ki hem Türk-İslam sanatını ve izlerini yansıtabilsin, hem de insanlar bir sene boyunca duvardan indirmesinler. Her sene bizim içimizde gerçekleşen bu arayış yine hat çalışmalarında karar kılın-

masıyla sonlandı. Çünkü hat gerek taşıdığı estetik değer anlamında gerekse Türk-İslam sanatını yansıtan



bir sembol haline gelmesi açısından önemli bir sanat dalı. Buradan hareketle değerli hattatımız Mehmet Özçay beyefendiye ait altı önemli hat çalışmasını siz değerli dostlarımıza sunma imkanı bulmuş olduk.

\* 18 yıllık Albaraka Türk tarihinde ecdat yadigarı tarihi su yollarından hat örneklerine, dün ve bugünü birlikte yansıttığımız orjinal İstanbul gravürlerinden, Hicaz Demiryolu fotoğraflarına kadar kültürel motiflerimizi taşıyan takvimler her sene duvarlarımızı süslemişti.

## İŞADAMLARI GELENEKSEL İFTAR YEMEĞİNDE BİR ARAYA GELDİLER

Albaraka Türk ile işadamlarımız iftar yemeği için bu yıl İstanbul Grant Cevahir ve Ankara Hilton'da bir araya geldiler. Her bir davetimize tekstilden sanayiye, inşaattan ulaşıma kadar 500'ün üzerinde konuk katıldı. Anka-



ra'daki yemeğimizde iş dünyasının yanı sıra siyaset dünyasından da önemli isimler yer aldı. Ramazanın heyecan ve coşkusunu dostlarımızla paylaşmak amacıyla bir araya geldiğimiz iftar yemeklerinde işadamlarımız da birbirleriyle bol bol sohbet etme imkanını yakalamış oldular. Sektörün ilk ve en büyük finans kuruluşu olmasıyla birlikte bilgi ve tecrübemin sembolü haline gelen Albaraka Türk'de önem verilen konuların başında, bu bilgi ve tecrübemin iş adamları ve iş çevreleriyle paylaşılması gelmektedir. Albaraka Türk tarafından gerçekleştirilen bu tür organizasyonlar sözkonusu aracı gerçekleştirmeye dönük önemli vesileler olarak görülmektedir.

### BROŞÜRLERİMİZ YENİLENDİ

Kurum faaliyetlerimizin müşterilerimize daha kolay ve anlaşılabilir bir şekilde anlatabilmek amacıyla hazırlanan yeni broşürlerimizin çalışmalarını tamamladık. Fon Toplama, Fon kullanma, Kredi Kartları, Dış işler, Leasing internet Bankacılığı, Araç ve Konut finansmanı gibi gerek kurumsal gerekse bireysel bankacılık alanında yer alan geniş bir ürün yelpazesini içine alan çalışmalarımız, sonbahar dönemi içinde gerçekleştirilen iletişim kampanyamızda kullanılan reklam konsepti içinde hazırlandı. "Albaraka Türk Türkiye'nin Kalbinde" ana mesajı televizyon ve radyo'da yada gazetelerde olduğu gibi masaüstü çalışmalarda da sürdürülerek iletişim dilinde bir bütünlük sağlanmış olacaktır.

### TİYATROYA TAŞINDIK

Albaraka Türk'de spor faaliyetlerinde kendini gösteren sosyal birlikler, kültürel sahalara taşınmaya



başlandı. Günün büyük bölümünde bir arada bulunan iş arkadaşları olarak sosyal hayatın içinde, iş konularının dışında bir araya gelerek çalışanlar arasında beşeri ilişkileri geliştirmek amacıyla kültürel etkinliklerde de artık birlikteyiz. Bu amaçla kurum içinde düzenlenen tiyatro günlerine katılım oldukça yüksek oldu. İstanbul'daki şubelerimizden ve genel müdürlüğümüzden tüm çalışanlarımızın eşleriyle birlikte katılabildiği organizasyona 200'e yakın kişi katıldı. İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından sahnelenen H. Baytçeğin yazdığı "Kuş Operasyonu" ve N. Fazıl Kısakürek'in yazdığı "Bir Adam Yaratmak" isimli oyunlarda buluşan çalışanlarımıza bu tür etkinliklerin devam edeceğini müjdelerdik.

### EN CENTİLMEN TAKIM ALBARAKA TÜRK

Özel Finans Kurumları arasında ilki gerçekleştirilen "Finans Kurumları Dostluk Turnuvası" sonuçlandı. 28 Eylül 26 Ekim tarihleri arasında başlayan turnuvaya Albaraka Türk, Family Finans, Kuveyt Türk, Asya Finans ve Anadolu Finans Kurumları'na ait futbol takımları katıldı.

Aynı sektörde faaliyet gösteren Özel Finans Kurumları arasında ya-



şanan hizmet yarışı bu kez yeşil sahalara taşınan şampiyonluk yarışına dönüştü. Finans Kurumları arasında varolan finansal ilişkilerin sosyal hayata da taşınabilmesi ayrıca sözkonusu kurumların değişik birimlerindeki çalışanların tanışarak kaynaşması amacıyla organize edilen turnuva Kuveyt Türk'ün şampiyonluğuyla sona erdi.

Turnuva boyunca tek bir kart bile görmeyerek turnuvanın asli amacına uygun bir takım ruhu sergileyen Albaraka Türk tüm finans kurumları arasından sıyrılarak turnuvanın en centilmen takımı unvanını aldı. Albaraka Türk adına ödülü alırken konuşan İbrahim Usul turnuvanın amacıyla bütünleşen bir takım olmaktan ve bu ödülü almaktan kurum olarak onur duyduklarını, ve bu tür organizasyonları sadece futbolda değil diğer bütün branşlarda da, gerçekleştirmeyi temenni ettiklerini belirtti.

### GSM POSLAR HİZMETE GİRDİ

Bireysel Bankacılık Müdürlüğü bünyesinde çalışmalarını yürüten GSM POS'lar hizmete girdi. Kredi



kartı kabul eden tüm işletmeler için düşünülen GSM POS herhangi bir kablo bağlantısına ya da mekana gerek duymadan dilediğiniz yerden kredi kartı ödemesi kabul etmenizi sağlıyor. Kullanım kolaylığı ve pratikliği sağlayan cihazlar Bireysel Bankacılık Müdürlüğü bünyesinde çalışmalarını sürdüren Üye İşyeri (POS) Servisi tarafından kullanıcıya ulaştırılıyor.



# Son Dönem Bir Osmanlı Şehri Adapazarı

*Türkiyenin ekonomik anlamda büyük bir potansiyele sahip Adapazarı aynı zamanda 17 Ağustos 1999 depreminden sonra Türkiyenin en hüznünlü şehri oldu adeta. 5 Kasım 1997 tarihinde Albaraka Türk ailesine katılan şubenizde emek veren ve bölge insanının hüznü ve sevincini paylaşan şube çalışanlarımıza sevgilerimizi gönderiyoruz.*

Sakarya ilinin tarihine baktığı-mızda Roma dönemine kadar da-yandığı görülmektedir. Roma dö-neminden sonra M.395 yılında Romalılardan Bizans İmparatorlu-ğunun egemenliğine girmiştir.

Sakarya ve çevresi Anadolu-muzun batıda ilk Türk egemenliği-ni kazanan yer olma özelliği hüvi-yetini de taşımaktadır.

Osmanlı Devletinin kurulmasın-dan hemen sonra önce Mekece ve Pamukova daha sonra Geyve ve Traklı ardından da Akyazı ve Sapan-ca Osmanlı topraklarına katılmıştır. Osmanlı döneminde İzmit'e bağlı bir köy olan Adapazarı (1568), 1742 yı-lında bucak, 1852 yılında ilçe ve 1954 yılında da il olmuştur.

Sakarya ülkenin en verimli ovası (Akova 1000 yılda oluşmuştur.) üze-rinde kurulmuş olup, merkezde mısır, şeker pancarı, ve kabak yetiştiril-mektedir.

İlçelerde ise her türlü sebze ve meyve yetiştiriciliği yapılmaktadır. Marmara bölgesinin iklim özelliklerini taşıyan ilin deniz seviyesinden yük-sekliği 31 m, yüz ölçümü ise 4431 km<sup>2</sup>'dir.

Doğa güzelliği, kumsalları, plajla-rı ve mevcut turistik tesisleri ile görül-meye değer bir yer olan Sakarya, yörenin günü birlik deniz ihtiyacını



karşıladiğından ve özellikle İstanbul ve Ankara gibi yakın yörelerde yaşa-yıp hafta sonunda sakin bir tatil için denizden yararlanmayı düşünenlere bu imkanı tanıdığından ikinci konut yeri seçimi yönünden tercih edilen il-ler arasındadır.

## DENİZ TURİZMİ

Karasu ve Kocaali ilçelerinin kıyı kesimleri yörede turizm hareketliliği-ne ve canlılığına katkıda bulunmak-tadır. Deniz, dağ, orman ve sağlık tur-izmi açısından önemli bir potansiye-le sahip olmakla birlikte turizm po-tansiyelinin tam anlamıyla değerlen-dirildiği söylenemez.

## SAĞLIK TURİZMİ

Sağlık turizmi açısından önem arzeden Kuzuluk kaplıcaları 1994 yı-lında özel sektöre devredilmiştir. 1000 dairelik bir tatil kasabası haline getirilen tesiste her daireye 84 C° sı-

caklıkta termal şifalı su verilmekte-dir. Ayrıca Akyazı Çökek kaplıcası, Geyve Acısu ve Geyve Ilıca Köyü İçmesi ile Traklı kıl hamamı sağlık turizmi açısından değerlendirilecek yerlerdendir.

## TARİHİ ESERLER

### BEŞKÖPRÜ

(Jüstinianus Köprüsü)

Bizans imparatoru I. Jüstinianus tarafından 560 yılında yaptırılmıştır. Köprü 430 m uzunluğundadır. 12 m genişliği bulunan köprüde 12 adet kemer bulunmaktadır.

### ORHAN CAMİ

M.S. 1323-1325 yıllarında Orhan Gazinin emriyle yaptırılmıştır.

### RÜSTEM PAŞA CAMİİ

Kanuni Sultan Süleyman'ın da-madı ve veziri Rüstem Paşa tarafın-dan 1553 yılında Mimar Sinan tara-fından yaptırılmıştır.

Yunus Paşa Camii Taraklı, Süley-man Paşa Camii Geyve, Harmante-pe Kalesi Merkez, Adliye Kalesi, El-vanbey İmareti Geyve, Söğütlü Kale-si, Paşalar Köyü Kalesi Pamukova, Geyve Köprüsü, Ali Fuat Paşa Köp-rüsü, Sapanca'da Vecihi Kapusu da görülmeye değer diğer tarihi eserler arasında yer almaktadır.



## TÜRBELER

### SAKAR BABA TÜRBESİ (Merkez)

Günün birinde Sakar Dede adlı bir ermişin yolu Adapazarı'na düşmüş ve ırmak üzerindeki Beşköprüden geçerken kendisinden geçiş ver-gisi istenmiş. Dede parayı veremiyecğini söylediye de kimse oralı olmamış, bunun üzerine Sakar Dede dua okumaya başlamış duasını bitirir bitirmez ırmak yatak değiştirerek Dedenin gösterdiği ovanın akmaya başlamış, sonra Sakarya ırmağına dönüşmüş.

### KARINCA DEDE TÜRBESİ

Adapazarı-Eskişehir yolu üzerinde Adliye köyünde yüksek bir tepenin üzerindedir. Köylülerden duyulan rivayete göre evlere giren karıncalardan kurtulmak için türbede dua edilmektedir. Evlere giren karıncalar duadan sonra kaybolmaktadır.

## GÖLLER

### SAPANCA GÖLÜ

Önceleri Marmara denizi ile birleşik iken yığılmalar sonucu oluşmuştur. Gölün yüz ölçümü 42 km<sup>2</sup>'dir. İlin içme suyu Karaçay, Kuruçay, Kurtköy, Mahmudiye İstanbul Karadere ve Kaymaklı dereleridir. Gölün gerek yeni otoban tarafı gerekse E-80 karayolu tarafından kalan kıyıları manzarası ve sukuneti ile her türlü ihtiyacın kolayca karşılanmasına imkan vermesi bakımın-

dan piknik ve kamp için ideal yerlerdir. Gölde her çeşit tatlı su balığı avcılığı yapılmakta olup, ayrıca yelken, kayak ve sörf yarışmaları da düzenlenmektedir.

Diğer göller: Büyük akgöl Ferizli, Taşkısığı gölü, Poyrazlar gölü, Küçük Akgöl, Acarlar Gölü, Çark Suyu, Mudurnu Çayı, Akçay Deresi, Değirmendere, Maden Deresi ilin diğer gölleridir.

## YAYLALAR

GEYVE: Kırca, Kirpiyan, Katırözü  
SAPANCA: Sapanca

AKYAZI: Kerem Ali, Haydarlar-Kuloğlu, Sultanpınar, Acelle, Yanık, Sulucaova, Yörük Yeri, Çiçekli, Davlumbaz, Turnalı.

HENDEK: Dikmen, Çiğdem.

TARAKLI: Karagöl, Hamzapınar

Albaraka Türk Adapazarı Şubesi olarak Sakarya'nın en önemli firmaları ile çalışmaktadır. Adapazarı'nda tarım ön planda görünse de İstanbul, İzmit gibi liman bölgelerine yakın olması bakımından sanayici işadamları tarafından oldukça önemsenen bir konuma sahiptir. GOODYEAR lastik fabrikası Toyota Otomobil Fabrikası gibi büyük sanayi kuruluşları bölgede üretim yapmaktadır.

Sakarya'da 43-67 ve son olarak 17 Ağustos depremi, şehirdeki yaşayanlar üzerinde halen etkisini devam ettirmektedir. Deprem sonrası şehrin

mali yapısındaki dengeler çok büyük ölçüde değişme göstermiştir.

Deprem öncesi inşaa edilmiş binaların değeri kesinlikle eski değerini bulamamaktadır. Bu gün için satış kaabiliyeti olan iki katlı ve deprem sonrası yapılmış konutlardır. Arsa fiyatlarının da değişme gösterdiği görülmektedir. Şehrin kuzeybatısında yapılan kalıcı konutların yolunun henüz yapılamamış olması konutlara olan talebi olumsuz yönde etkilemektedir. Valilik ve diğer idari hizmet binalarının kalıcı konutların olduğu bölgeye taşınıp taşınmayacağı henüz netlik kazanmaması ticareti de olumsuz etkilemektedir. Şu anda esnaf işyeri satın almak istemekte; fakat ticaret merkezinin kalıcı konutların olduğu bölgeye taşınabileceği ihtimali üzerine alım yapmaktan geri durmaktadır ve böylece şehirde bir ikilem yaşanmaktadır.

Deprem sonrası yaralarını sarmaya çalışan Sakarya'nın eski güzelliğine ve görüntüsüne kavuşabilmesinin biraz daha zaman alacağı tahmin edilmektedir.

Üzerine destan yazılan nehrin, şehri kıvrım kıvrım yokuşlarını çıkmaya devam ederken verdiği ayağa kalkma mücadelesine aktif destek vererek bir kamu hizmeti sunan Kurumumuzun bu tatlı onuru yaşarken çalışmalarımıza Sakarya halkının gösterdiği ilgiye teşekkürü bir borç bildiğimizi arz ederiz. ■



Adapazarı Şube Müdürü

### SAMI ÇAKIR

1958 yılında Trabzon Of'ta doğdu. İlkokulu Ballica köyü (OF) ilkokulunda, Ortaokulu Yedikule Ortaokulunda (İSTANBUL), Liseyi Yedikule 50. Yıl Lisesinde okudu. Atatürk Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih bölümünden 1981 yılında mezun oldu.

Antalya Lisesinde Tarih Öğretmenliği, Genelkurmay Askeri Tarih ve Stratejik Etüd Başkanlığı'nda Tarih uzmanı olarak görev yaptı. (1983-1985)

1985 yılında Bank Mellat'ta bankacılık hayatına başladı. 1987 yılında Faisal Finans Kurumu A.Ş.'ye geçti. Genel Müdürlük, Konya, Trabzon ve Adana Şubelerinde tüm kademelerde görev yaptı. (Memur, Şef Yardımcısı, Şef, II. Müdür, Müdür Yardımcısı, Müdür)

1997'nin Ekim ayında Albaraka Türk Özel Finans Kurumu A.Ş. İzmit Şubesi Müdürü olarak Albaraka Türk ailesine katıldı. 2001 yılından itibaren Adapazarı Şube Müdürlüğü yapmaktadır.

Evlü ve 3 çocuk babasıdır.





# DÜNYADAN İNSAN MANZARALARI

Zamanın her şeyi değiştirdiğine dair genel bir kanaatimiz vardır. Ama zamanın değiştirmeye gücünün yetmediği şeyler de var.

Bu fotoğrafı 1998 yılında Eski Mısır Medeniyetine ait 3000 yıllık Karnak Tapınakları'nda çektim. Aynı fotoğrafı 300 yıl önce çekme imkanımız olsaydı, herhalde bundan hiç de farklı olmayan bir kare ortaya çıkardı.

*Dr. Adnan Büyükdeniz*



# Anket :)

## INTERNET BAŞINDA ÇOK MU ZAMAN HARCİYORSUNUZ?\*

İnternet başında çok mu zaman harcıyorsunuz? (şu an bu anketi cevaplama ihtiyacı duyduğunuza göre...)  
Ailenize gerekli zamanı ayıramıyor musunuz? Gerçek dünya ile ilişkiniz giderek azalıyor mu?  
Aşağıdaki eğlenceli test size durumunuzu gösterecek.



1. Yeni çocuğunuz olsaydı adını ne koyardınız?  
a) Ahmet, Ayşe vb.  
b) Mahir Çağrı  
c) Netcan, Webhan
2. Aşağıdaki cümlede hangi noktalama işareti doğru kullanılmıştır?  
a) Bugün çok mutluyum!  
b) Bugün \*çok\* mutluyum!!!  
c) Bugün çok mutluyum :-)
3. Virüslerden korunmak için ne yapılmalı?  
a) Hapşırıp tıksıran insanlardan uzak durmalı  
b) "Good Time" diye başlayan e-mail'lere dikkat etmeli  
c) Her açılıшта virüs taraması yapılmalı
4. Aradığınız ürünü bulmak için;  
a) Arkadaşlarınıza danışsınız  
b) Gazete ilanlarına göz atarsınız  
c) Altavista'ya bakarsınız
5. Yeni aldığınız bir cihaz çalışmadığında ne yaparsınız?  
a) Satıcıyı ararım  
b) Üreticinin 0800'lü numarasını ararım  
c) Üreticinin Web sitesinden Sıkça sorulan sorulara bakarım
6. Sevdiğiniz insanlarla bir araya gelmek için ne yaparsınız?  
a) Birlikte sinemaya giderim  
b) Birlikte TV seyredirim  
c) IRC'de chat yaparım
7. Yeni tanıştığınız birine kendinizi nasıl tanıtırınız?  
a) Merhaba ben Mehmet  
b) Merhaba ben Boğa burcundan Mehmet, 15 yaşındayım  
c) <Sarı Fırtına> M20
8. Bir partide ilginç biriyle tanışırsanız ne söylersiniz?  
a) Kendinden biraz daha bahsedermisin?  
b) E-mailin var mı?  
c) Bilgisayarın var mı?
9. Spam denince ne anlıyorsunuz?  
a) Bir cins dana yemeği!  
b) Amaçsız elektronik posta  
c) Spam'cilere ölüm!
10. Çocuğunuzun okul ödevine yardım etmek için;  
a) Ansiklopedi karıştırırsınız  
b) Encarta CD'sini kullanırsınız  
c) Hemmen www.altavista.com'a gidersiniz
11. Mektup yazmak istediğiniz zaman;  
a) Kağıt kalemi elime alırım...  
b) Eudora veya Outlook'u açarım  
c) Mektup nedir? e-mail gibi bir şey mi?
12. Kaç çeşit yazı biçimi olabilir?  
a) El yazısı ve matbaa  
b) Altı çizgili veya çift vuruşlu  
c) Bold veya İtalik
13. Mektuptaki yazı hatalarını;  
a) Silgiyle düzeltirim  
b) Pritt pratikle düzeltirim  
c) Backspace veya Delete ile düzeltirim

**DEĞERLENDİRME:** Her "a" cevabı için 0 puan, her "b" cevabı için 10 puan ve her "c" seçeneği için 15 puan olmak üzere puanlarınızı toplayın.

\* **150 ve üzeri:** Hemen sağ üst köşedeki çarpıya basın. Bilgisayarınızı kapatın. Sokağa çıkın ve derin derin nefes alarak gerçek hayata "login" olun!

\* **50-145:** Ehh fena değil. Gerçek hayatla bağınızı koparmamayı başarmışsınız.

\* **50'nin altı:** Bu anketle ne işiniz var? Hayret!

\* İnternette derleme.



# Bir Adam Yaratmak

“Albaraka Türk Tiyatro Günleri” adı altında organize edilen etkinlikler çerçevesinde gittiğimiz “Bir Adam Yaratmak” isimli oyun, Şehir Tiyatroları içinde çıkan tartışmalar ve sahnelenememe sıkıntılılarıyla gündeme geldi. Oyunu ve dolayısıyla Necip Fazıl’ı sizler için sayfalarımıza taşıdık.

Şehir tiyatrolarının bu sene repertuarına aldığı Necip Fazıl’ın Bir Adam Yaratmak oyunu bir süredir İstanbul seyircisiyle buluşmaya devam ediyor.

1937 de ünlü tiyatro adamı Muh-sin Ertuğrul tarafından sahnelenen Bir Adam Yaratmak kapalı gişe oynamaya başladı..

Cumhuriyet tarihi Türk Tiyatrosunun düşünsel psikolojik alandaki ilk ve en önemli örneklerinden biridir bu oyun. Necip Fazıl bu oyunda Hüsrev karakteri çevresinde insanoğlunun tarih boyunca en fazla aklını kurcalayan kader kavramı üzerinde çarpıcı örneklerle varoluştaki giz perdesini aralamaya çabalar. Kendi iç dünyasında aklını zorlayacak denli, bu, insanın temel sorun-

salı üzerinde varlığıyla çatışmaya girer Hüsrev. O çektiği zihni işkencenin sonunda varolmanın sırlarını yakalamıştır bir bir. Bir insan yaratmaya kalkarak yaratılmış olmanın bilincine varmıştır. Kulluk bilinci temel bir önerme olarak çok soruya yanıt veren bir ulaşma noktasıdır. Hüsrev de, o noktaya acı çekerek, bedel ödeyerek ulaşmıştır.

*Psikolojik dramının en parlak örneklerinden biri olan Bir Adam Yaratmak Necip Fazıl’ın da başyapıtlarından biridir. Tıpkı şiirinde Çile neyse Tiyatrolarında da Bir Adam Yaratmak odur Necip Fazıl için.*

Asıl soru varolabilmek. Varolabilmek için de insanın bir tutamağının olması gerekiyor. Bu, insanoğlunun en temel ihtiyacını entelektüel bir iç savaş yaşayan Hüsrev karakterinin iç parlayan çabalarında görürüz. İnanmak isteyen ama bunu beceremeyen, zihnini, bilincini paralayan ve aklını bir arı kovanı gibi belki onlarca sorunun saldırısı altında korumaya çalışan Hüsrev’in tüm aradığı cevap insan gibi mükemmel bir varlığın nasıl olup da yok olabileceğidir. “ Ben yok olamam!” diye haykıracaktır. Çünkü o aklıyla varolmanın bilincine varacak ve aklıyla varolacaktır. Bu oyun hepimize altı çizilmiş kalın puntolu olarak “Ben kimim” sorusunu sordurur. İzleyici kendine göre bunun yanıtını aramalıdır kendi içinde. Eminim arayacaktır da. ■



## Necip Fazıl Kısakürek

26 Mayıs 1905’te İstanbul’da doğdu, 25 Mayıs 1983’te İstanbul’da öldü. Bahriye Mektebi’ni bitirdi. İstanbul’da Darülfünun (Edebiyat Fakültesi) Felsefe Bölümü’nde ve Paris Sorbonne Üniversitesi’nde felsefe okudu. Bankalarda memurluğun yanı sıra, Ankara Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Devlet Konservatuarı ve İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi’nde öğretmenlik yaptı.

Ağaç ve Büyük Doğu dergilerini çıkardı. Sağlam bir dil yapısı ile insanın iç dünyasını, tutkularını, yalnızlığını, iç çatışmalarını konu alan şiirler yazdı. Şiiri üstün bir algılama sorunu ve mutlak gerçeği arama yolunda bir uğraş olarak gördü. Şiirimizde gizemci anlayışın temsilcisidir.



# Bizden Haberler

## HOŞGELDİNİZ

...01.06.2002 tarihi itibarıyla

Adı Soyadı	Birim/Şube	Unvanı
Sinan Bayraktar	Sultanhamam	Müdür
Mustafa Saka	İç Kontrol Merkezi	Denetçi
Cemal Aydınli	İnsan Kaynakları	Uzman Yrd.
Halil Murat Urfaloğlu	Proje ve Paz.	Uzman
Feyzullah Orman	Proje ve Paz.	Memur
Özgür Yakar	Dış İşler	Memur
Mustafa Özen	Bireysel Bank.	Op.Yetkilisi
E. Berna Küçükaysever	Bireysel Bank.	Çağ.Mz.Yet.
Leyla Çakırca	Bireysel Bank.	Çağ.Mz.Yet.

## İşe Yeni Başlayanlar

Adı Soyadı	Birim/Şube	Unvanı
Şenay Aydoğan	Merkez Şube	Memur
B. Çetin Türk	Adana	Memur
Ercan Taşkın	Adana	Memur
Muhammet Ali Peru	Bakırköy	Gişe Yetk.
Ercüment Çetiner	İzmit	Memur
A. Bahadır Çıragöz	Antalya	Memur
Salih Özrenk	Antalya	Op.Yetkilisi
Rifat Çekin	Antalya	Op.Yetkilisi
Adnan Akbaş	Balıkesir	Memur
Erkan Yeşilyurt	Dış İşler	Memur

## MUTLULUKLAR

...01.06.2002 tarihi itibarıyla

Adı Soyadı	Birim/Şube	Unvanı
İsmail Birdal	Mali İşler	Memur
Hakan Tatlı	K.Maraş	Memur
Ferhat Uygun	Bayrampaşa	Yrd.Personel
A.Ruşen Hafızoğulları	Merkez	Memur
Yoldaş Baydoğan	Merkez	Memur

## Evlenerler

Adı Soyadı	Birim/Şube	Unvanı
Tolga Yakar	Risk	Şef Yrd.
Nuh Ermiş	Merkez	Şef
Hasan Hüseyin Ünal	Kayseri	Şef Yrd.
Murat Palalıgil	İzmir	Yrd.Personel
Halil M. Urfaloğlu	Proje ve Paz.	Uzman

## TEBRİKLER

...01.06.2002 tarihi itibarıyla

Adı Soyadı	Birim/Şube	Çocuğun Adı
Ercan Albay	İnsan Kaynakları	Hasan Melih
Servet Özdemir	İnsan Kaynakları	Züleyha
Selçuk Bilgi	Bilgi İşlem	Ahmet Said
Kamil Gür	Bayrampaşa	Hümevra
Yusuf Armağan	Bireysel Bank.	Münevver Neva
Halil İbrahim Başer	Kadıköy	Fatih Emre
Naim Aygur	Fatih	Mahmut Esad
Abdulsamet Cangir	Gaziantep	Şeyma
Fuat Ahmet Verim	Konya	Fahrettin
Haluk Telci	Merkez	Yahya Eren
Engin Odabaş	Dış İşler	Senanur
Hüseyin İslamoğlu	Ümraniye	Ömer Sirac

## Çocuğu Olanlar

Adı Soyadı	Birim/Şube	Çocuğun Adı
Arif Kotan	Bilgi İşlem	Ceren
Yusuf Okur	Kadıköy	Ayşe Şule
Abdulnasır Yıldırım	Siteler	Hümevra
Burhan Taşdelen	İdari İşler	Sena
Uğur Küpeli	İdari İşler	Ferhat Eren
Köksal Aydın	Mali İşler	Mustafa
M. Mustafa Özdemir	Bireysel Bank.	Sezai Ahmet
Yasin Paşali	Karaköy	Reyhan Nur
İlhami Özdemir	İç Kontrol Merkezi	Elif
Ahmet Koç	Teftiş Kurulu	Enes Malik
Salih Uzun	Balıkesir	Fırat Kerem
Zeki Gül	İzmit	Feyza ve Beyza

## VEFAT

(Allah Rahmet Eylesin) ...01.06.2002 tarihi itibarıyla

Fatih Şubesi, Recep Öztürk'ün annesi Zeliha Öztürk,  
İdari İşler Müdürlüğü, Rahim Çalışkan'ın annesi Hayriye Çalışkan,  
Mali İşler Müdürlüğü, Fehmi Göl'ün babası A. Fethi Göl ve  
Bilgi İşlem Müdürlüğü, Ahmet Bulut'un eşi Hiranur Bulut vefat etmiştir.  
Merhumlara Allah'tan rahmet, kederli ailelerine başsağlığı dileriz.



Ayhan Revnak\*

**Seni Düşünüyorum**

Seven bir yürek taşır bu beden  
Ezgilerle çınlayan bir ormanın içinde  
Nergislerle doluyum şu anda  
İçinde kayb olduğum bu zamanda

Deriyorum gülleri elimle  
Üzüntülerden ırak  
Şehrin ışıkları parlıyor gözlerimle  
Urperiyorum bir an  
Nurun gözlerimi kamaştırıyor  
Üleştiriyorum yıldızları sevenlerin yüreğine  
Yollarda mutlu, mutsuz insan suretleri  
Otduğum yerden kalkıyorum  
Rahmetle dolu yağmurda yürüyorum  
Umutlarımı düğümünden çözüyorum  
Mutluluğa dair şarkılar söylüyorum

**Sen Bana Bakma Öyle**

Sen bana bakma öyle  
Ben bazen  
Karadeniz gibi dalgalarım  
Deli deli köpürürüm sevdamdan

Sen bana bakma öyle  
Ben bazen  
Lodoslarda, karayellerdeyim  
Marmara gibi duygularıyla

Sen bana bakma öyle  
Ben bazen Ege toprağı gibi  
Bir verene  
Üç veririm sevgimle

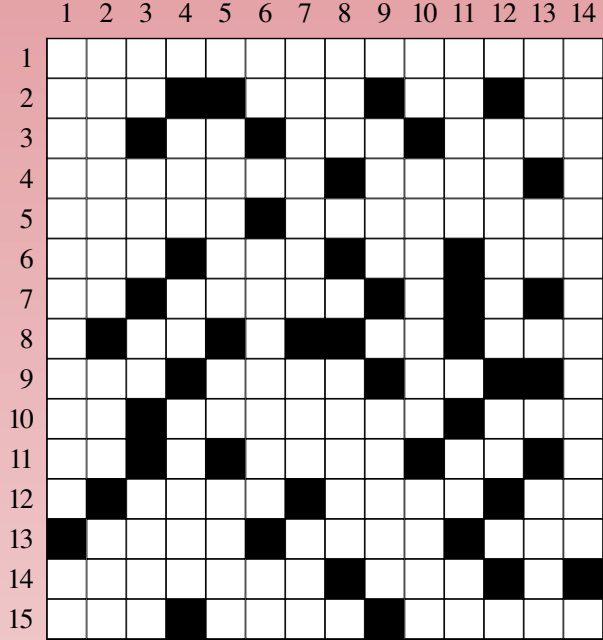
Sen bana bakma öyle  
Ben bazen Akdeniz gibiyim  
Dingin, sakin  
Ve duygusal

Sen bana bakma öyle  
Ben bazen  
İç Anadolu bozkırları gibi  
Sarıp, solarım.

Sen bana bakma öyle  
Ben bazen Doğu Anadolu gibi  
Sert olurum, kuzey rüzgarlarıyla  
Boranlarla geçerim hayatın içinden

Sen bana bakma öyle  
Ben bazen Güneydoğu Anadolu gibi  
Mahçup, mahsun olurum  
Kalabalıklar arasında.

\* Bankacılık Hizmetleri Müdürlüğü, Şef

**B u l m a c a**Hazırlayan: **Nazım Kartbak\*****SOLDAN SAĞA**

1) 1962 yılında, henüz 26 yaşındayken, ABD'nin Yale Üniversitesi'nde dünyanın en genç profesörü, İki kere nobele aday gösterilmiş ilk Türk 2) Uzun araç - Gelecek, İstikbal (tersi) - Rutbesiz asker - Çok karıştı 3) Rey - Duman kiri - Akraba, Hısım, Karabat - İkel toplumlarda doğa üstü güç 4) Bir ağaca açılan delik - Örümcek (tersi) 5) Olanak - İçinde afyon bulunan sıvı ilaç 6) İdare etmek, yetişmek - Etrafı su ile çevrili kara parçası - Beyaz - Bir Peygamber 7) En küçük bitki, Çimen, - İhtimam, özenme, titizlik, (tersi) 8) Eski dilde değirmen - İzzeti nefis, Namus - Elektronik para transferi 9) Peştahta, Sergen - Yüksek taş parçacıkları - Bedir, dolunay, kamer 10) Bir binek hayvanı, Hergele - Bir şeye, bir kimseye içten bağlılık - Tren yolu (tersi) 11) Demirin simgesi - Bir gaz türü - Radyumun simgesi 12) Özgürlüğü verilmiş - Çok ince ve uzun metal levha - Bir haber ajansı 13) Uyarma, Muaheze etme - İnek yavrusu - Kanal, Boğumluk 14) Geçe gündüzün eşitliği - Yuva, Mekan, İkametgah 15) Donuk renk - Çayda bulunan kafein - Mesaj.

**YUKARIDAN AŞAĞIYA**

1) Bir insanın öz yaşam öyküsü - İlaç, çare 2) Tame, Haşır, Hengame - Tanrı tanımaz - Uygulama 3) Türkiye - Son kullanma tarihi - Bir suçu başlama - Sözleşme, Mukavele 4) Ödeme, verme - Bir kürk hayvanı - Bir balık türü 5) Mimar ..... - Bir harfin okunuşu - Nitrojen 6) Silisyumun simgesi - Şeker hastalığı - Bir harfin okunuşu 7) Dış alım - Bir deniz aracı - Devlet su işleri 8) Birinin ölümünü haberini veren - İlgı, münasebet (tersi) 9) Küçük örs - Örf 10) Bir soru - Şiirde dörtlüğün tekrarı, Persenk - Bir renk 11) Ağaçlık, Fundalık - Eski mısırdan insan oğlunun hayatı dayanağı olan güç - Vilayet 12) Erzakların saklandığı yer, anrepo - Bilhassa, Hele 13) Atın ayağına takılan demir pençe (tersi) - Kat-kat kum ve çakıldan oluşmuş yer kıvrımı - İncelemek, Arama yapmak 14) Tenkil etmek.



Geçen sayımızın çözümü

Bulmacamızı doğru bir şekilde çözüp bizlere gönderen okuyucularımıza sürpriz hediyelerimiz olacaktır.

Geçen sayımızdaki bulmacanın çözümünü doğru olarak gönderen okuyucularımızın hediyeleri adreslerine postalanmıştır.

\* İdari İşler Müdürlüğü