

VOGUE

TÜRK

9 TL
KKTC 11 TL
VOGUE.COM
EYLÜL 2015

Büyük MODA sayısı

90'ların top modelleri
80'lerin güçlü **SİLÜETİ**
60'ların geometri şovu
16. yüzyılın **FIRFIRI**
2015 yorumuyla

SEVGİNİN GÜCÜ
Hande Ataizi

& oğlu
Leon

Yeni **MAKYAJ** ve
SAC trendleri
ile gençleşiyoruz

MODA DÜNYASI
KÖPEKLERDEN
ne öğrendi?

Sezonun
en çarpıcı
SANAT
olayları

Gelecekle oyun

#daimagenc



DeneySEL ve bireysel Sonbahar/Kış
koleksiyonlarına dair her şey

Gelecek için TASARIM

Dünyanın gözü ve kulağı onlarda. Tasarım anlayışında hayat döngüsündeki değişimi ve doğanın "panta rhei" yani "her şey akar" felsefesini benimseyen ikiz tasarımcı Bike ve Begüm Ayaskan ile tanışın.



İkiz kardeşler Bike ve Begüm Ayaskan yirmi beşinci yaşlarını böylesine telaşlı bir heyecanla kutlayacaklarını hiç beklemiyordu. Hayalini kurdukları ve kendi isimlerini taşıyan tasarım stüdyosuna onları bir adım daha yaklaştıran kartvizitlerinin ilk baskı paketi, ellerine aldıkları gün tükendi. E-posta kutuları ismini hiç bilmedikleri insanlar tarafından gönderilen mesajlarla dolup taşı. Sebebi internette bir virale dönüşen Growth adını verdikleri yüksek lisans bitirme projeleriydi.

Robert Kolej'in ardından hem sanat hem de fen alanında güçlü bireyler olarak Londra'da University of Nottingham'da mimarlık okuyan kardeşlerin hayatının, Alman tasarımcı Moritz Waldemeyer'in stüdyosunda yaptıkları stajla değişmesi kaçınılmazdı. Çünkü Waldemeyer, Swarovski için tasarladığı interaktif avizelerle tasarım dünyasına sağlam bir giriş yapan, Hussein Chalayan, Zaha Hadid ile çalışmış, U2, Rihanna gibi isimler için ışıklı kostümler tasarlamış Londra merkezli "ışık saçan ve çığır açan" bir

tasarımcıydı. Ayaskan kardeşleri heyecanlandıran ise mimarlık öğreniminden kazandıkları yetenekleri gerçek hayata geçirebilecekleri bir boyutta görmek oldu. Yüksek lisans için Royal College of Art Tasarım Ürünleri programına başvurma kararını o stüdyoda aldılar.

Royal College of Art onları yepyeni bir vizyon ve ilham perileriyle karşıladı. İlk yıl Yuri Suzuki, Oscar Diaz ile birlikte çalışma fırsatı buldular. Elektronik tasarım algısını onlarla pekiştirdiler. Kendilerini bulma arayışında çok farklı malzeme ve tekniklerle yeni şeyler denemeyi, öğrenmeyi amaç edindiler. Bu süreçte 1707'de kurulan İngiliz gurme dükkanı Fortnum and Maison ve ünlü Amerikan alternatif rock grubu OK GO için okulun da desteğiyle farklı projeler geliştirdiler.

Ve zamanı geldiğinde, karşılıksız bağlı oldukları, mimarlık projelerinde de ağır basan doğa sevgisi onları geri çağırdı. "Aklımızdaki tasarım ideolojisi artık netleşmişti: Hem ürünleri doğaya, hem de doğayı



Growth, origami bazlı geometrik bir sistemle tasarlanmış bir saksı. Ağaç ve hızlı büyüyen bitkilerin hayat döngüleri boyunca kullanımı için tasarlandı. Geometrik yapısı sayesinde bitkilerin büyümesiyle beraber başlangıç hacminin dört-beş katı kadar genişleyebiliyor. Growth, kısa bir süre içerisinde satışa çıkacak (üstte).



Flow, iç mekanlar için tasarlanan bir ekosistem. Duyusal olarak doğada hissettiren, rahallatıcı bir deneyim vaat ediyor. (üstte). Sand ise saatin kaç olduğundan çok zamanın hissini görselleştirdiği ve ağır bastığı bir proje. Zen bahçelerinden esinle tasarladıkları alışlagelmişin dışında bir kum saati. Her saat farklı bir pattern olarak kendini gösteriyor. (solda)

insanlara yaklaştırmak üzere ürün tasarımlarını bir araç olarak kullanmak istiyorduk."

Bu yaz Royal College of Art mezuniyet sergisinde ilk kez gösterdikleri, gören herkesin ilgisini çeken, yepyeni bir tasarım anlayışının filizlenişini olarak kulaktan kulağa yayılan, son bir yılda yaptıkları dört projeden biri olan Growth'un kökü buraya dayanıyor: "İnsanların alıştıkları ortamlar doğadan gittikçe daha da kopuyor. Çevremizdeki alanlar ve eşyalar oldukça hareketsiz konumdadır. Oysa doğada her şey büyür, gelişir, adapte olur, ölür ve tekrar kullanılır. Hiçbir şey sabit kalmaz. 'Panta rhei' yani 'her şey akar'. Biz de buradan hareketle bir ağacın hayat döngüsünü, büyüme sürecini tasarımla nasıl paralel bir şekilde ele alabiliriz sorusu üzerine düşünmeye başladık."

Growth, doğa ile eşya arasındaki ilişkinin analizi ve bu ikisini yeniden birleştirme dürtüsüyle ortaya çıkmış. Aynı doğadaki dinamizm gibi Growth da zamanla açılarak değişiyor ve doğadaki özelliklerle objeyi buluşturuyor.

"Growth'un malzeme araştırmasında en son tercihimiz plastik olsa da onunla

ilerleme kararı almamızın bir sebebi var" diye devam ediyor Ayaskanlar: "Plastiğin kullanımını anlamlı kılan tek özelliği dayanıklılığı olsa da, en yaygın kullanıldığı alan ambalaj. Haliyle materyalin özelliğiyle kullanım psikolojisi arasında bir terslik doğuyor. Bizim projemizde kullanılan plastik, bitkinin ömrü boyunca sağlamlığını koruyor. İstenildiğinde ise yüzde yüz geri dönüştürülebilir."

Bir tasarımın dünyada var olma gerekliliği Ayaskanlar için güzellik, estetikle ilgili değil, fark yaratmakla, fikri olan bir tasarım ortaya koymakla ilgili. Doğa ana asırlardır onunla kurduğumuz hıyrat ilişkisine nasıl cevap verecek? Geleceği "sürdürülebilirlik" esasıyla kurtarabilecek miyiz? Bunları öngörmek zor olsa da, Ayaskanların malzemeden işleyiş hayat döngüsünden beslenen tasarımlarla dünyaya nefes alıracakları, yaşam alanlarını doğayla iç içe yeşerteceği kesin. Ayaskan ikilisini takibe alın: www.ayaskan.com **MERVE ARKUNLAR**