

# design unlimited

ALTI ADDA BİR YATIRIM ANININ PARAGİLE SATILMALIĞI, MAYIS 2019 SAYI 6, YIL 3, KAPAK İLLÜSTRASYONU: MELİTAN SÖNMEZ, ANSİZ KOMPOZİTÖR VE ORJENETRA ŞEFİ HERRÉ BOULLÉZ'NİN ARDINDAN



# Birlikte çalışırken farklılıklardan beslenmek



DEMİRDEN / İLİO EKİP

**1994'ten beri mekân, grafik ve ürün tasarımı gibi farklı alanlarda uzmanlaşmış tasarımcılardan oluşan Demirden Design | ilio ile multidisipliner yaklaşımları ve bütüncül çözümleri üzerine**

Röportaj: Sena Kuyucu



DEMİRDEN / ILIO, FOREST

#### Bize çalışma pratiklerinizden bahseder misiniz?

**Demir Obuz:** Öncelikle hedef kavramın ne olacağına dair bir pratikten geçiliyor. İşin sonucunda ulaşılmak istenen nokta nedir? Biz neyi göreceğiz ve insanlara neyi yaşatacağız? Bu soruların yanıtlarını bulmaya çalışıyoruz. Ardından "Bulduğumuz kavramları nasıl görselleştirebiliriz, nasıl etkili bir dile dönüştürebiliriz?" sorularının yanıtlarını araştırma süreci başlıyor. Bu süreç içerisinde birçok tasarım ofisinin paydaşlarının hepsi yaratıcı düşünce olarak yeni kaynaklar ve kendi önerilerini geliştiriyorlar. Onlar bazen birleşiyor, bazen ters yöne geçiyor ve sonunda ortaklaşa geliştirilmiş ve her yönüyle düzen çözümlere ulaştırılmış projelere dönüşüyor.

**Ekipte bu kolektif anlayış nasıl ilerliyor? Çok çeşitli insan bir arada çalışıyorsunuz ama okullarda çok bireyselleşme durumu var... Buradaki kolektif çalışmalar esnasında adaptasyonda zorluk yaşıyor musunuz? Bu sistem nasıl işliyor onu merak ediyorum.**

**Ömer Yavuz:** Bu işin parçası olmayı benimsemekle ilgili bir şey. Yani her proje kendi başına bir özneyi oluşturuyor, bu öznenin etrafında birleşmiş bir ekip ruhu şeklinde özetlersek bireysel bir ekip çalışmasının önemi de burada ortaya çıkıyor. Projenin hedefleri var, ulaşmak istediğimiz sonuçlar var o sonuçlara yönelik herkes katkısını eşit derecede sunuyor.

**Herkesin hedefleri farklı ama onlar birleştiği zaman bir bütün oluşturuyor gibi denebilir mi?**

**Nil Deniz:** Asıl hedef projeyi daha iyi hale getirmek. Projenin daha iyi olması için ne yapılması gerekiyorsa onu yapmak. Daha çok fikir mi geliştirmek gerekiyor yoksa fikre katkı mı vermek mi? Önemli olan projenin nasıl sonuçlandığı.

**ÖY:** O amaç doğrultusunda kişilerin de kendi benliklerinden çıkması gerekiyor biraz ve böylece proje için sağlıklı ve başarılı bir sonuç elde edilebiliyor. Biz projeye başlarken hem müşteri tarafından hem de kendi tarafımızdan projenin amaçlarını belirlemiş oluyoruz ve ortaklaştığımız bir kavram oluyor. Bu kavram en iyi şekilde nasıl hayata geçecek, hangi yolla ulaşırsa başarılı olur diye herkes kendi katkısını veriyor. O anlamda kişilerin önemi ortadan kalkıyor, hepimiz artık o amaca yönelik çalışıyoruz.

**DO:** Ancak uzun süre birlikte çalışan bir ekip ancak

bunu başarabilir. Çünkü birbirlerinin stillerini, tarzlarını, bakışlarını ve projenin yakalayacağı etkiyi, işi nereye götürebileceğini ya da götüremeyeceğini okuyabilmeleri gerekiyor. Bizim tasarım ofisimiz de genellikle beraber çalışma deneyimine sahip insanlardan oluşuyor. Dolayısıyla biz takım arkadaşlarımız bir şey önerdikleri zaman o önerinin arkasında nasıl durduklarını ve nereye kadar götürebileceklerini fark edebiliyoruz. Böyle çalışmak daha kolay ve verimli olabiliyor.

**Çeşitli yaş gruplarından insanlar bir arada çalışıyorsunuz sanırım... Onlara siz bilgi ve deneyimlerinizi nasıl aktarıyorsunuz?**

**DO:** Demin bıraktığımız yerden devam edersek buradaki çalışma pratiğini tecrübe edebilmek için burada belirli bir zaman geçirmeleri gerekiyor. Yeni gelen arkadaşlar hemen çok hızlı bir şekilde kendi birikimlerini ortaya çıkartamayabiliyorlar. Bu çok doğal. Belli bir süre boyunca buranın çalışma disiplini, dinamiklerini öğrenmek; burada nasıl kendini gösterebileceğini; nasıl buranın parçası olabileceğini yaşayarak anlaması gerekiyor. Bu tecrübe süresinden sonra biz diyoruz ki: "Tamam başladı!" Yaratıcı düşünceler, fikirler ve tasarım çizimleri çıkmaya başlıyor. Tabii bu biraz zaman alıyor.

**Siz bir markasınız ve bir çizginiz var. Fakat çok farklı tarzda bir sürü tasarımcınız var. Hepsinin çizgileri çok farklı. Hepsini tek bir çizgide nasıl toplayabiliyorsunuz?**

**DO:** Hem Demirden'in hem de ilio'nun bir mottosu var. Demirden için "doğa" çok önemli bir kavram. Biz 25. senemizdeyiz, bu 25 senenin ilk başlangıcından itibaren önce kardeşler olarak başlamıştık- doğaya olan sevgisi çok yüksek. Biz bütün çocukluğumuz boyunca doğayı gözlemlemiştir. Bu gözlemler tasarım süzgecinden geçip yeni yaratıcı çözümlere dönüşmeye başladığı zaman müthiş, engin bir denizle karşı karşıya olduğumuzu fark etmiştik. Bununla beraber tasarım çizgimiz de yıllarca sürdürülen tutarlı bir çizgiye dönüştü diyebiliriz. Ilio'nun mottosu ise "içinde hikâyeler barındıran ürünler" yani *the story within*. Bu ürünler bize birçok hikâyeye anlatırlar. Ürün çok katmanlı hikâyelerden oluşan bir bütündür ve dolayısıyla bu hikâyeler bütünü bize hayatta yeni öneriler, yeni bakış alanları gerçekleştirir. Birçoğunda doğanın etkisi vardır.

**ND:** Çizgi derken aslında tarz olarak değil de tasarıma yaklaşma şeklimizde bir çizgi olarak algılıyor ve onu koruyoruz. Zaten çok farklı sektörlerle çalışıyoruz ve farklı sektörlerin farklı markaların hep farklı ihtiyaçları vardır. Hatta her yıl farklı bir ihtiyaçları da olabilir. Sizin bir çizginiz olsa da, ona göre şekillenmek zorunda. Biz projelere ve tasarıma yaklaşma çizgimizi koruyoruz.

**Çeşitli firmalarla çalışıyorsunuz ve o firmaların da belli kurumsal kimlikleri oluyor. Ancak sizin de bir kimliğiniz var ve bu anlamda o zaman siz o projelerde kendinizi yaklaşımınızla göstermiş oluyorsunuz da diyebiliriz değil mi?**

**ND:** Evet.

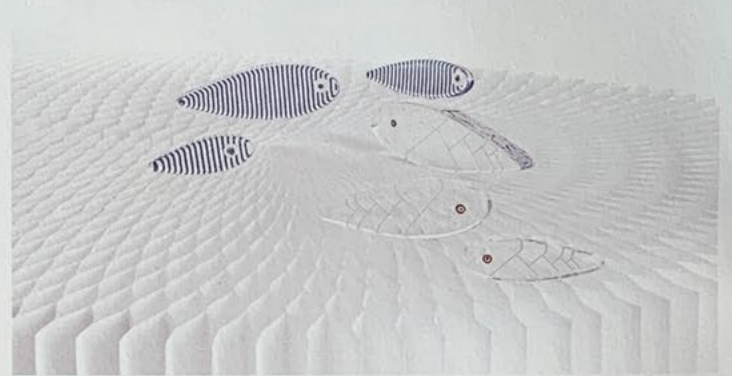
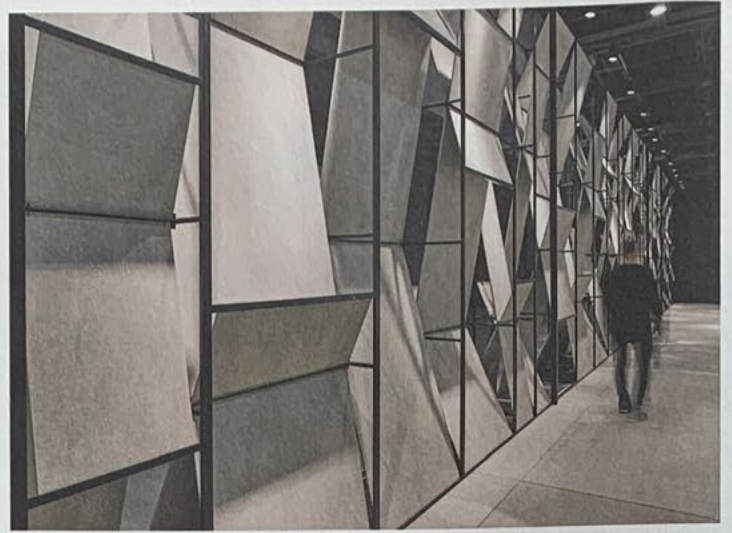
**Bir de, "doğa" sizin çok büyük bir ilham kaynağı evet ama mesela Art Nouveau gibi bir akım var ve orada da doğa çok büyük bir ilham kaynağı. Sizde yalınlık çok ön planda. Orada da aksine çok büyük bir süs var. Bu ikisinin bir bağlantısı var mı ya da bu konuda sizin yaklaşımınızdaki fark tam olarak nedir?**

**DO:** Bir iş gücünü kaybetmeden ne kadar arlaşıyor, yalınlaşırsa vereceği etki daha bütün ve etkili olur. Ne kadar az form, renk, şekil ve biçimle ne kadar büyük bir etki alıyorsanız, orada o kadar şiirsel bir durum oluşuyor demektir. Bu bir gerçek ama doğanın her zaman muhteşem olan hikâyesi, birçok farklı geometrinin bir araya gelip büyük bir orkestranın çıkardığı ses gibi, bir senfoninin en güçlü yeri gibi size bir etki vermesi, apayrı bir tat. Aslında o tatlardan konuya göre, tasarımın konusuna göre, objeye göre ya da müşterinin durumuna ihtiyaçlarına göre bir kompozisyon oluşturuyorsunuz. Bazen de yüksek volumlülü bir hikâyeye oluşturmak gerekebiliyor...

**Biraz daha teknik, saha kısmına doğru geçecek olursam; uygulamacılarınızla nasıl çalışıyorsunuz?**

**ND:** Zaman içinde birbirimizi daha yakından tanıyarak daha güçlü yönlerimizi öğreniyoruz. Uygulamam ekipleriyle de aynı şekilde oluyor. Tıpkı tasarım ekibimiz gibi uygulama ekiplerimiz de çok uzun zamandır birlikte çalıştığımız ekipler. Bu yüzden bizim ne istediğimizi çok iyi anlıyorlar. Biz de onların neyi, nasıl daha iyi yapabildiklerini biliyoruz. Bazen en efektif olacak şekilde etkiyi almak için ortak çözüm arayışlarımız oluyor.

**ÖY:** Uygulamayla ilgili benim söyleyeceğim bizim yaklaşımımızla ilgili. Belki bir detay... Bence iyi bir tasan-



“Aslında tasarım yapmak ve onun hayata geçme süreci baştan sona her seferinde bazı yeniliklerle beraber bir öğrenme süreci. Bunu belli bir süre biriktirdiğiniz zaman, öğrenmelerin bir kısmını elemiş oluyorsunuz. Neyin, ne zaman ve ne kadar kolay yapılabileceğini artık biliyorsunuz.”

SOL SAYFADA, SOLDAN SAĞA,  
YUKARIDAN AŞAĞI: DEMİRDEN / İLİO,  
NUDE PAŞABAHÇE MAĞAZALARI;  
KALE UNICERA; LUCKY FISH OMNIA  
COLLECTION; PAŞABAHÇE SHOWROOM

rının hayata buluşması için aynı kalitede uygulanması gerekiyor. İyi bir tasarım yanlış uygulama yöntemleriyle kendini kötü ifade eder. Bu bizim ekiplerimizde aradığımız bir kriter. Zaten uzun zamandır birlikte çalışmamızın sebebi bundan da kaynaklanıyor.

ND: Yine uygulamayı ilgili şunu söyleyebilirim: Farklı malzemeler kullanmayı seviyoruz. Bunun için onu en iyi yapan kişiyi veya malzemeyi buluyoruz. Uzun zamanlı ekipler diyoruz ama farklı bir şey gerekiyorsa da bundan kaçmıyoruz. Yeni bir malzeme kullanmak ya da yeni bir yöntem denemek gibi...

Siz onlardan; onlar sizden neler öğreniyorsunuz?

DO: Tasarım yaparken her zaman yeni bir arayış içerisinde olduğumuz için deneysel girişimlerimiz söz konusu oluyor. Ama yine de tasarımı gerçekleştirirken, onu hayata geçirecek insanların yaşayacağı süreci de planlıyoruz. Bu sürecin mümkün olduğunca akıllıca, zorlanmadan, insanları yormadan, zamanlarını boşa harcatmadan gerçekleştirilmelerini tasarım süreci boyunca göz önünde bulunduruyoruz. Tabi bu, amaçlarınızdan bir tanesi olduğu zaman -bunu gözettiğiniz zaman- bu sefer bir işin nasıl yapıldığını, daha kolay ve daha iyi nasıl yapılabileceğini de öğrenmeniz gerekiyor. Dolayısıyla bu etkiyi almak için “Sen bunu daha iyi nasıl yapabilirsin? Daha pratik nasıl çözebilirsin?” diye soruyoruz. Onlar da araştırıyorlar. Onlara “bunu böyle değil de şöyle yaparsan daha iyi olur,” veya “bak biz böyle planlamıştık, bu şekilde çok daha rahat bir şekilde sonuca ulaşacak,” diye de söylüyoruz. Dolayısıyla tasarım yapmak ve onun hayata geçme süreci baştan sona her seferinde bazı yeniliklerle beraber bir öğrenme süreci. Bunu belli bir süre biriktirdiğiniz zaman, öğrenmelerin bir kısmını elemiş oluyorsunuz. Neyin, ne zaman ve ne kadar kolay yapılabileceğini artık biliyorsunuz. Ama yeni, deneysel kurduğunuz hususun nasıl gerçekleşeceğini de hem tasarım boyunca hem üretim boyunca pratikleştirmek üzere düşünüyorsunuz.

Yayın ve filmler üretiyor musunuz ya da bu konuda ne düşünüyorsunuz?

ÖY: Genel anlamda “üretmiyoruz,” diye cevap veremeyiz. Ama grafik tasarım departmanı olarak faaliyetlerimiz ne kapsamda diye bakarsak bütün projelerimizi zaten iki ve üç boyutlu bir bütün olarak çözdüğümüzü görüyoruz. Bu anlamda grafik tasarım işin içerisinde... Aynı zamanda üç boyutlu tasarımdan bağımsız olarak kurumsal kimlik ve görsel kimlik tasarımı projelerimiz oluyor. Grafik tasarımı ilgili üretim alanlarımız bu iki ana konu üzerine daha çok.

DO: Mekanlarda bazen, o mekânda yer alacak multimedya dokümanların da tasarımını gerçekleştiriyoruz. Ya da storyboardunu oluşturup briefini veriyoruz.

ND: Sanat yönetmenliği de yapıyoruz bu arada bazı projelerde gerekiyor çünkü. Kendi içimizde uygulamalarını çözüyoruz ama ne olması gerektiğinin briefini hazırlıyoruz ve o işin uygun bir şekilde, projeye uygun bir şekilde sonuçlanmasını sağlıyoruz.

DO: Bu genelde böyle ama bazen işte bir etkinlikte, etkinlik boyunca gerçekleşecek, perdede yansıtılacak olan videoyu da oluşturuyoruz. O da işte konusuna göre değişiyor. Bir reklam filmi bile gerçekleştirdik bir müşterimiz için. Zaman zaman farklı şeyler uygulanabiliyor. Genelde ama Ömer’in söylediği gibi...

Özellikle *showroom* tasarımları yapıyorsunuz. *Showroom* ürünün öne çıkarılması için yapılan bir şeydir; orada tasarımın geri planda mı kalması gerekiyor? Yoksa geri plan doğru bir kelime değil mi?

ND: Evet ürüne özel, ürünü sahneye tüm mekânlar için geçerli bu. *Showroom* da, sergileme de, mağaza da, satış noktası da olabilir. Evet orada ürün sergileniyor ama o ürünün içinde bulunduğu markanın ve hikâyenin en iyi şekilde anlatılması gerekiyor mekânda. Bunun için mekânın da dikkat çekmesi ve o ürüne beraber doğru şeyi anlatması gerekiyor. Özellikle fuarlarda çok hızlı bir sirkülasyon var. Siz orada gezen kişileri, doğru kişileri içeriye de çekebilmek zorundasınız. Çektikten sonra da içeride ürünü en doğru şekilde anlatmak zorundasınız.

DO: Mağazada temel hedef satış olduğu için, o ürünün satın alma sürecinde müşterinin yaşayacağı deneyimi tasarlamış oluyorsunuz ve siz satın alma kararını verene kadar, müşterinin ön hazırlığını tasarlamış oluyorsunuz. Çünkü insanlar bir ürünü seçerken onu kullandığı zaman kullandığı zaman nasıl bir ruh halinde olacak nasıl bir motivasyon yaşayacak, onunla neler yapabiliriz ilham verecek şekilde sunmanız ve tanıtmamız gerekiyor ürünü. Dolayısıyla mağaza için söz konusu olan sonuçta o ürünün müşterisi tarafından hak ettiği şekilde görülmesini seçilmesini sağlamak diyoruz.

ÖY: Ürünün başrol olduğu ve mekânın da sahne olduğu hikâye kurgusu diyebiliriz bütün bu süreç.

*Mastership* (ustalaşma) hakkında ne düşünüyorsunuz?  
ND: Güzel sorular, zor ama güzel bir soru (gülüşmeler). Tasarımda mı?

ÖY: Yoksa teknik olarak mı?

Nasıl algılıyorsunuz. Açık bir soru.

DO: Ustalaşmak sonu tamamlanmayan bir süreç. Yani bir işin ustası olmak demek öğrenmenin bittiği anlamına gelmiyor. Tasarlamaktan bahsediyorsak tasarımın, tasarlamanın bir metodolojisini oluşturabilirsiniz ama bu her seferinde farklı konuyla ilgilendiğinizde yeni bir metodoloji geliştirmenize sebep olabilir. Burada belki ustalık denilen, konu ne ise o tasarım sürecini nasıl yönetebileceğinizi, nasıl şekil verebileceğinizi, nasıl bir yöntemle yaklaşabileceğinizi ön görebilmek ya da onu görmeye hazır olmak diyelim. Sonuçta konu her zaman bir keşif yolculuğu, tasarım her zaman yeninin araştırıldığı, keşfe çıktığı bir yolculuk. Bu yolculukta neyle karşılaşacağınızı tamamen bilemiyorsunuz. Zevkli olan kısmı da bu, zor olan, yıpratıcı olan kısmı da bu. Bir an önce ulaşmak istiyorsunuz ama o ulaşma süreci daha önce yaşadıklarınızın hiçbirine benzemeyebiliyor.

ÖY: Her yeni zaman daha önce karşılaşmamış kendi

ne özgü yeni sorunuyla geliyor.

DO: Belki de ustalık, tasarımda metanete de sahip olabilmek ve kendini “bu sefer de başaracaksın,” diye motive edebilmek diyelim. Yani bir şey değişmiyor merak etme. (Gülüyor)

ÖY: Geçmiş zamandaki karşılaştığınız sorunların çözümlerini bilmek olarak alıyorsak, Demir Bey’in cevabıyla biraz örtüşüyor benim de söyleyeceğim şeyler, her yeni problem farklı çözümler gerektiriyor tasarımda.

Sürekli kendini yenilemen gereken bir alanmış gibi ya o yüzden çok zorlu geliyor. O yüzden sanki asla alışamıyorsunuz sürekli ileri gidiyormuşsunuz gibi.

DO: İşte birçok fikrin, birçok biçimin, birçok rengin, birçok kompozisyonun içerisinde sizin yakalayacağın böyle incecik bir çizgi, bir ışık var. O ışığı yakalayıp onu büyütme gerekiyor. Bazen bulamıyorsun hemen o ışığı. Ama onu yakaladığın zaman bu sefer daha önce kimsenin söylemediği gibi daha önce kimsenin duymadığı şekilde, görmediği şekilde yeni bir durum açıyorsunuz. Bu doğanın içerisinde çiçeğin tekrardan, hiç daha önce benzer olmayan şekilde açması gibi geliyor bana, bir şey böyle ortaya çıkıyor. Tabi onu yakaladığınız zaman onun peşini bırakmamak da bir ustalık. Çünkü kaybedebiliyorsun o ışığı, bazen savrulabiliyorsun ama tekrar yakalamak lazım onu, unutmaman o hedefe gitmen gerekiyor.

Peki mesela burada hani kendini tekrar etmekle o çizgiyi korumak arasında ne gibi bir fark var sizce?

DO: Yaşama ölüm gibi bu. Kendini tekrar etmek durumu sizi monotonluğa götürebilir ve bu bir süre sonra sizin yaratıcılığınızın durması anlamına gelebilir. Dolayısıyla kendini tekrardan değil de, belki o tekrarların oluşturduğu bir yolculuğa çıkmak ve onu sonuçta daha büyük bir duruma getirmek olabilir. Ya da tekrar etmemeyi denemek daha iyi belki. Ama mesela bir seramik sanatçısından bahsediyorsak örneğin, belki aynı formu bin çeşit küçük nüansla işlemesi, onların hepsinin bir arada güzelliğinin de eşsizliği gibi... Bizim ofis olarak genelde aradığımız husus yeni, daha önce söylenmemiş şeyleri söyleyebilmek.

Son olarak üzerinde çalıştığınız yeni bir projeniz var mı anlatmak isterdiniz, bahsetmek isterdiniz?

DO: Çok farklı sayı ve tipte proje şu anda beraber devam ediyor, işin güzel tarafı o zaten. Bir yeni seri bardak tasarımı var. Onların hayata geçmesi süreci yaşanıyor. Sürecin tamamlanmasını keyifle bekliyoruz. Perakende tasarımı üzerine, mağaza tasarımı üzerine *shop-in-shop* projelerimiz var, yurt dışında satış noktaları projelerimiz var, yine sergiler var. Hepsini farklı konular, bu da bize zenginlik katıyor diyebiliriz.