



Röportaj: Didem Topal

Elif Arslan

“Bir projeyi tamamladığınızda, ortaya güzel bir tasarım çıkmasını istiyorsanız hem görsel ve fonksiyonel anlamda güçlü hem de kimlikli bir dili olması gerektiğini düşünüyorum.”

Öncelikle sizi tanımak isteriz... Eğitiminiz ve iş hayatına atılma sürecinizden bahsedermisiniz?

Tasarım ve mimarlığa olan tutkum ortaokulda oynamaya başladığım "The Sims" oyunu ile başladı diyebilirim. Okulda arkadaşlarımdan hayallerindeki evi dinleyip, defterime planlarını çizip, akşamları oyuna

aktarıyordum. Bu tutkumdan dolayı iç mimarlığı zaten hep çekici bulmuştum. Ayrıca kendimi, her gittiğim mekanda, o mekanın planını çıkartmaya çalışırken yakalıyordum. Aile işimizinde bu paralelde olmasının da etkisi ile bu bölümün benim için ideal olduğuna karar verdim. 2009 yılında Bilkent





Üniversitesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü'nden mezun oldum. Daha sonra tasarımın merkezi olan Milano'da, Scuola Politecnica di Design'da yüksek lisansımı tamamladım ve Milano'da çeşitli ofislerde staj yaptım. 2011'de Milano'dan dönerken Geneviève Lethu adlı

Fransız markasıyla anlaştım ve Ankara'ya iki tane mağaza açtım. Çeşitli ithal tasarım ürünleri olan mağazalarla paralel kendi firmamda iç mimarlık projelerimi yürüttüm. İstanbul'a taşındığım 2015 yılından bu yana mesleğimi burada sürdürüyorum. İlk projemin mağaza projesi

olması ile beraber, daha çok mağaza tasarım ve uygulama projeleri ile devam ettim. Bununla birlikte, son yıllarda ağırlıklı olarak konut iç mimari tasarımı ve uygulaması da gerçekleştirmekteyim.

Ofisiniz kurma süreciniz nasıl gelişti?

Belirli bir proje ile başlayıp onu takip eden referanslar ile ilerledi. Sosyal medya

henüz bu kadar aktif değilken, her proje tamamlandığında bir diğer proje müşterimin referansı ile geliyordu. Özellikle konut ve mağaza projelerinde insanların birbirlerinin tavsiyelerine çok önem verdiklerini düşünüyorum. Zamanla ekiplerimizin de oturmasıyla projelerde daha rahat ilerlemeye başladık.





Firmanızın tasarım çizgisinden ve kısaca çalışma yönteminizden bahseder misiniz?

En başından beri yalın ve zamansız olmaya yaklaşan bir çizgimiz var. Projelerimizde de bu çizgiyi her zamansürdürmeye çalışıyoruz. Çalışma yöntemimizi kısaca; müşterimizin hayal

edip, içinde yakalamak istediği duyguyu bulup kendi tasarım çizgimizle harmanlamak şeklinde ifade edebilirim.

Evprojeleri ve aynı zamandamağaza ve ofisprojeleri de gerçekleştiriyorsunuz. İşinizin güzelliklerine ve zor taraflarına

değinecek olursak bu konuda neler söylemek istersiniz?

Her projede olduğu gibi ev, mağaza, ofis fark etmeksizin, her şey mekanı öyküleştirmekle başlıyor. Müşterinin ihtiyaçlarını ve tam olarak nasıl hissetmek istediğini anladığımız noktadan itibaren öykü başlıyor aslında. Konseptin

belirlenmesi ile beraber oluşturduğumuz mood boardla birlikte, tasarımın %50-60'ını tamamlamış oluyoruz. Ev projeleri daha uzun vadeye yayınlan, iletişimin daha yoğun olduğu-olması gerektiği projeler aslında. İnsanların hem kendileri hem de aileleri için kurgulanmasını istedikleri konforlu





yaşam alanını yaratmak, aynı zamanda kişileri memnun etmek gerekiyor.

Ofis ve mağaza projeleri daha çok zaman ve bütçe odaklı olmalarından dolayı, kısa zamanda herşeyin netleştirilmesiyle daha pratik bir yol izlenilebiliyor. Bu tip projelerde ise organizasyon veterinerlerle uyumlu

hareket etmek daha çok önem kazanıyor.

Bir konut projesinde dikkat edilmesi gereken temel unsurları özetlemek gerekirse hangi noktalara değinirsiniz?

Konut projelerinde bir iç mimar olarak, proje bize ilk ulaştığında öncelikle müşteri ile bir süre sohbet edip,

kafasında kurguladığı, daha doğrusu olmasını istediği, beklediği mekanı anlamaya çalışıyor, beğenilerine dair örnek görseller istiyoruz. Bu aşamalardan sonra kendi sunum paftamızı oluşturarak tam olarak istediklerine daha da yaklaşmış oluyoruz. Burada en dikkat ettiğim nokta, kendime müşteriye anlatmak oluyor aslında. Biz müşteriye anlamak için bu yöntemler ile ilerliyoruz ve bu şekilde tasarımın büyük bir bölümünü bitirmiş oluyoruz. Tabii bunu takip eden aşamalarda 3D render sunumları

ile daha çok detay, renk ve malzemelere inerek tasarım sürecini sonlandırıyoruz. Proje sürecinde bir diğer dikkat edilmesi gerektiğini düşündüğüm nokta ise, tasarımın kesinlikle uygulanabilir ve fonksiyonel olması. Bir projeyi tamamladığınızda, ortaya güzel bir tasarım çıkmasını istiyorsanız hem görsel ve fonksiyonel anlamda güçlü hem de kimlikli bir dili olması gerektiğini düşünüyorum.

İçinde bulunduğumuz dijital çağda mimarlığın şuandaki durumu-





nu ve geleceğini nasıl değerlendirirsiniz?

Mimarlık/iç mimarlık da tıpkı diğer alanlar gibi dijitalleşme yoluna çoktan girdi bile. 3D printing zaten hızlı biçimde her ofise girmeye başladı. Artık mezun olan her öğrenci en az 2-3 tane program biliyor. Bizler için de 3D görselleştirme ile başlayıp imalata kadar gidiyor. Örneğin akıllı evlerde doğal gaz, perde, elektrik kontrol edilebilirken mağazalarda akıllı ayna sistemleri ile küçük metrekarelerle ilerlenilebiliyor veya dijital ekranlar ile restaurant-

larda sipariş verilirken arka planda markanın görselle ri dönüyor. Bütün bunların gelişmesi ile beraber mimarlık da dijitalleşme sürecine hızla adapte oluyor.

Türkiye’de iç mimarlığa bakış nasıl, içmimari proje bilinci işverenlerde var mı sizce?

Türkiye’de iç mimarlığa bakış açısı son 10 yılda çok değişti diye düşünüyorum. Eskiden iç mimarlığın tanımı müşteriye anlatılırken artık sosyal medyanın da etkisi ile karşımıza daha bilinçli, malzeme, üretici bilgisi olan

müşteriler çıkıyor. Dolayısıyla, aslında müşterilerin de bu olumlu bilinci ile sizi anlayan, çalışmalarımızı anlatmakta zorluk çekmediğiniz, hatta tasarım algısı gelişmiş müşteriler ile çalışmak daha keyifli oluyor.

Son dönem projelerinizden biraz bahsedermisiniz?

Son dönemlerde yine mağaza ve konut ağırlıklı ilerlemekteyiz. Pandemiden ötürü bu sene daha çok konut projeleri üzerine yoğunlaştık. Hepimizin bildiği üzere home

office kavramının hayatımıza daha çok girmesi ile konutlarda çeşitli revizyonlar yapılmaya başlandı. Bu projelerde özellikle insanların karantina sürecinde özlemini duyduğu doğa, evlerde yansıtılmaya çalışıldı. Yeşil, doğa, hayvan baskılı doğa formlarını çok kullandık. Balkonların, kış bahçelerinin ön plana çıkmasını hedefledik. Özellikle karantinanın bitmesi ile perakende sektöründe oluşan hareketlenme ile perakende mağazacılık projeleri de artmaya başladı. Bu projeler-





de zamanla yarışarak hızlı bir tempo ile mağaza açılışları hedeflendi.

2022 yılında dekorasyonda öne çıkacak malzeme ve stil kombinasyonları sizce neler olacak?

Bu yıl, farklı renklerin çeşitli formlarda cesurca tavan ve duvarlarda kullanılacağını ve bununla beraber 70'lerin retro stiline ön plana çıkacağını düşünüyorum. Tasarımlarda düz hatlardan ziyade amorf ya da dairesel hatların ön planda olduğu, doğadan ilham alan kumaş, duvar kâğıdı vb. mal-

zeme ve desenlerin çokça kullanılacağı görüşümdedir. Birçok tasarım da retro stili ve modern mimarinin birleşimini yansıtıyor olacak. Örneğin, retro bir koltuk ve cam bir abajur birleşimi gibi. Bunların yanısıra, sürdürülebilir tasarımın da ön planda olacağına inanıyorum.

Renk olarak 2020'de Pantone'nin açıkladığı gri ve parlak sarı, yılın renkleri seçilirken, gri'nin maskülen, otoriter duruşu ile sarının canlı ve umut veren parlaklığı birleştirilmişti. Bu sene daha çok bej ve ekru renklerinin

öne çıkması ile beraber açık gri İskandinav tarzın devam edeceğini düşünüyorum.

Son olarak geleceğe yönelik hedefleriniz neler?

Bir iç mimar ve tasarımcı olarak hergün kendimi nasıl bir adım öne daha ilerletebilirim diye düşünüyorum. Sürekli güncel kalmak adına, pek çok farklı yerli ve yabancı yayını takip ediyorum. Pandemiden öncede fuarları sıklıkla ziyaret ediyordum. Her zaman mesleğe katkı sağlamak adına öğrenci ya da yeni mezun,

meslekte kendini geliştirmeye açık arkadaşlarımla bilgilerimi paylaşmayı, faydalı olmayı amaçlıyorum. Projelerimde ise, hem kendimin hem ekibimin müşteri memnuniyeti ile beraber benim doğru diyebileceğim, yani hem tasarımın ve konseptin tüm mekana yayılmış halini hissettiğiniz, hem de fonksiyonelliği ile kişiye hizmet eden, aynı zamanda güncel trendleri yakalayan, eşsiz imzalı tasarımlar ortaya çıkartmak, özellikle de yurt dışı projelerde yer almak öncelikli hedeflerim.

