

Günümüzde değişen hayat şartları, istekler, ekonomik durum, gelişen teknoloji ekosistemi her alanda olduğu gibi endüstri ürün tasarımcılarını da yeni alanlara ve malzemelere yönlüyor. Ürün tasarımcıları yaşam alanlarını boşaltmak ve gereksiz çizgileri silmek için sürekli bir uğraş içerisinde. Endüstriyel tasarımcı Mete Mordağ ise, yaşam alanımızın içine dolan ürünlerde gelişen teknolojiyi ve malzemeleri sonuna kadar kullanarak her geçen gün daha akışkan, daha yalın, daha şeffaf çizgilerle karşımıza çıkıyor. Son dönemde tasarladığı fotoğraf aksesuarlarıyla da dikkati çeken endüstri ürün tasarımcısı Mete Mordağ bu sayımızda konuğumuz oldu ve kendisi ile keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.



## METE MORDAĞ

“İyi tasarım samimidir, açıktır...”

### FOTOĞRAF DERGİSİ - Son yıllardaki estetik anlayışı ürün tasarımlarını nasıl etkiledi?

**METE MORDAĞ** - Tasarım dünyası hem estetik hem fonksiyonel anlamda son derece tutarlı bir evrimleşme sürecini takip ediyor. Bu evrimleşme, milyonlarca yıldır doğanın boyun eğdiği gelişim sürecinden hiç farklı değil. Ürün tasarımı ve mimari, teknolojinin ortaya koyduğu malzeme ve tekniği sonuna kadar kullanmaya devam ediyor, ürünleri ve yapıları daha az malzeme ile daha işlevsel, daha dayanıklı hale getirmek için çalışıyor, yeni kararlar

alıyor. Bu kararlar yavaş ama tutarlı bir evrimleşme süreci içerisinde akışkan formların yaygınlaşmasını gerektiriyor.

Etrafımızdaki her türlü eşyanın, aracın ve detayın doğadan esinlenilmiş objelere daha çok benziyor ve benzecek olması son derece kaçınılmaz. Yuvarlak formlar hacim/malzeme ve mukavemet/malzeme oranlarını yukarı çektiğinden teknolojinin gerektirdiği üst düzey verimliliğe belli bir noktadan sonra cevap verebilen yegane tasarımlar oluyorlar. Bu sebeple teknolojinin, mimari ve tasarımın görsel evriminde akışkan çizgileri talep etmesinin kaçınılmaz olduğunu düşünüyorum.

Bir diğer konu ise son dönemde tasarımların kullanıcılar duygusal anlamda hitap etmesinin önem kazanması. Ürünler artık sadece sahip olduğumuz cansız objelerden ibaret değil. Markaların ürünlerine belli kod numaraları değil isimleri ile hitap etmelerinin ardında yatan önemli nedenlerden biri de bu. Projenin izin verdiği durumlarda tasarımların çıkış noktasını hikayeleştirmek, ürünün kullanıcılarına duygusal düzeyde de hitap edebilmesi açısından oldukça önemli bir artı değer yaratabiliyor.

Özellikle form odaklı projelerde kalem kâğıttan önce, söz konusu ürün veya fonksiyonun çağrıştırdığı her türlü kelimeyi, görseli ve yazıyı inceliyorum. Bunlardan herhangi bir tanesinin önüne çıkardığı formlar, fikirler projeyi inanılmaz yönlere çekebiliyor. Tasarımda su teması işlenmesi gereken bir koltuk için kalem kâğıttan önce, suya objeler batırıp suyun üzerinde oluşan yüzeyleri fotoğraflamaya başlıyorum. Bir rende için onlarca peynir dilimleyip/rendeleyip, her birinin karşına çıkardığı form ve yüzey fotoğraflarını arşivliyorum. Projelerde estetiğe ulaşmak için kullandığım bu biçim arama teknikleri, her gün tanıklık edilen doğal olguları, kullanılan kelimelerin epistemolojisini, okunan fiziksel fenomenleri formlara dönüştüren

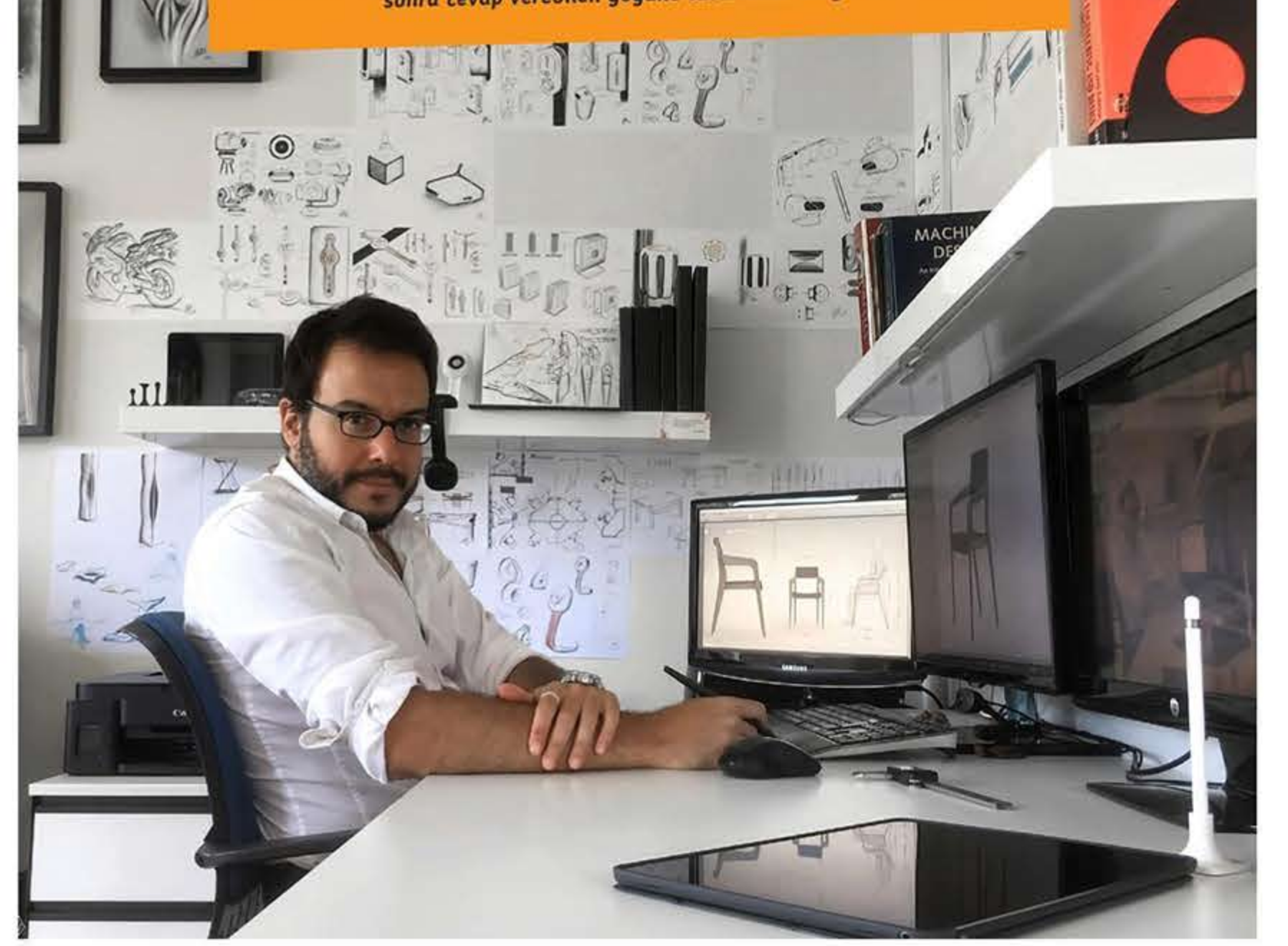
bir yöntem aslında. Bu yöntemler, ürüne kazandırdıkları yaratım süreci hikayesi ile ürünün kullanıcılarına duygusal anlamda da hitap edebilmesini sağlayarak, pazarlama ve tanıtım çalışmalarına da önemli katkıda bulunuyor.

### FD - Nesnelere interneti konusunda (IoT) gelecekte bizleri ne tür ürünler bekliyor?

**M.M.** - Tasarım dünyasını değiştiren en önemli gelişme tabii ki dijital çağın mümkün kıldığı veri aktarımı teknolojileri ve mobil cihazlar. Bu dönemde, neredeyse herkes cebinde ufak bir bilgisayar ile dolaşıyor. Her gün tasarlanan binlerce yeni uygulama üzerinden sürekli gelişen ve etrafımızdaki objelerin görevlerini üstlenen bu cihazlar, aynı zamanda fotoğraf

makinamız, kayıt cihazımız, fenerimiz, kalemimiz, not defterimiz... Cebimizdeki bu bilgisayarlar sahip olduğumuz diğer "akıllı" ürünlere, arabadan aydınlatmaya, klimadan yazıcıya bağlanarak onları kontrol edebilmemizi de sağlıyor. Koca kulaklıklar kulak içine sığan ufak noktalara dönüştüren teknoloji, veri aktarımını doğrudan insan üzerine entegre edilebilmenin kıyasına gelmiş durumda. 21. yüzyılın ilk yarısında kulaklıklar da gramofon, ankesörlü telefon gibi tarihe karışan objelerden olacak. Kulaklıkların, noktalarla dönüşüp ardından yok olmasına kadar giden bu yolu etrafımızdaki tüm objeler izliyor. Bu yönden baktığımızda tasarım dünyası, yeni çizgileri eklemek yerine aslında var olanları silmek için sürekli bir uğraş içerisinde.

Etrafımızdaki her türlü eşyanın, aracın ve detayın doğadan esinlenilmiş objelere daha çok benziyor ve benzecek olması son derece kaçınılmaz. Yuvarlak formlar hacim/malzeme ve mukavemet/malzeme oranlarını yukarı çektiğinden teknolojinin gerektirdiği üst düzey verimliliğe belli bir noktadan sonra cevap verebilen yegane tasarımlar oluyorlar.



### FD - Bir ürün tasarlarken işlevsellik ve tasarım ilişkisini nasıl kuruyorsunuz?

**M.M.** - Endüstriyel tasarımın, sadece estetik, butik veya moda ürünler sunan bir uzmanlık alanı olmadığı; etrafımızdaki problemlere akılcı çözümler üretme sanatı olduğu her geçen gün maalesef biraz daha unutuluyor. Endüstriyel tasarım, gelişimi, katma değeri ve sunduğu yenilikler ile toplumu ileri taşımaya hedeflemek zorundadır. Her proje, her parça beraberinde yüklü yatırımlar ve çevreye ek-ağırlıklar getirirken, tüm bunları anlamsız bir çeşitlilik sunmak uğruna yapmaya hakkımız artık kalmadı. Diğer yandan, daha önce el atılmamış bir problemi çözme girişimi sizi görsel açıdan da son derece özgün ve dikkat çekici ürünlere sürüklüyor. Sonuçta, daha önce çözüm getirilmemiş bir sorunu geometri, fizik ve malzeme üzerinden çözmeye çalışıyorsunuz ve sonucun görsel açıdan taşıdığı o şaşırtıcı güzellik de onun en güzel süsü oluyor.

Teknik veya form ağırlıklı her tasarım sürecinde aldığınız kararların açık ve net bir nedeni olması çok önemli. İyi tasarım samimidir, açıktır; ona baktığınızda, üzerindeki her detayın net sebeplerini görebilirsiniz. Ürüne eklenen veya ondan silinen her çizgi onu daha ergonomik, daha hafif, daha pratik veya daha verimli yapabilmek adına olmuştur. Bu bakış açısı ile estetik göreceli bir kavram olmaktan çıkar, bir obje iyi veya kötü görünmekten ziyade doğru veya yanlış görünmeye başlar.

Doğanın estetikteki büyük uzmanlığını kanıtlanmış olmasının nedeni de yaradılışa olan mantıksal yaklaşımının kusursuz olmasıdır. Ortaya koyduğu "istisnasız güzelliğin" ardındaki her bir kıvrımın, bağlantının, ölçünün çok net sebepleri vardır. Bu anlamda, estetik, doğanın ve evrimin aklımıza tanımlanmış olduğu sayılar ve oranlardan ibarettir. Müziğin, rengin, formun hepsinin bir matematiği vardır. Tasarım kendi özel alanında bu matematiği öğrenmek ve bunu icra etmekle yükümlüdür.



### FD - Miops ile tanışmanız ve Capsule360 ürününden biraz bahsedermisiniz?

**M.M.** - Miops ile Capsule 360 projesi için 2017'nin son çeyreğinde bir araya geldik. Birkaç aylık tasarım sürecinin ardından "Dünyanın en kompakt kamera hareket kutusu" mottosuyla Kickstarter'a çıkan proje \$600.000 ile fonlandı. Üretim sürecinde de bu mottodan taviz vermeden ürünün geliştirme sürecini

Miops ile tamamladık. Ürün, geçtiğimiz yaz seri üretim sürecini de tamamlayarak 20'nin üzerinde ülkede kullanıcıları ile buluştu.

Capsule360, akıllı telefonlarla entegre çalışan, kapsamlı uygulaması ile birlikte Pan, Tilt ve Slide hareketlerini kolayca oluşturmanızı sağlayan, bugüne dek üretilmiş dünyanın en çok yönlü ve kompakt kamera hareket kutusu. Tek bir ünite de çoklu çalışma modlarını

bir arada sunan Capsule360, 3 eksenli hareket kabiliyetinin yanında, akıllı nesne takibi, geliştirilmiş zaman atlamalı modları, 360 derece ürün fotoğrafçılığı, astrophotography için yıldız takibi, panorama gibi özellikleri de sahip. Capsule360, gelişmiş video ve zaman atlamalı hareket modları sunan akıllı telefonlar, aksiyon kameraları, DSLR ve aynasız kameralar gibi her türlü cihaz ile de uyumlu.



### FD - Sırada neler var?

**M.M.** - Önümüzdeki dönem için gündemde olan bazı projelere değinmek gerekirse: Kayalar Mutfak'ın Pole tasarımında edindiğimiz tüm tecrübe ve birikim ile markanın yeni jenerasyon endüstriyel mutfak grubunu tasarlıyoruz, sanırım Pole-Plus olarak piyasaya sürülecek. Wollox'un interaktif projeksiyon sisteminin bir parçası olan cihaz ve kalem tasarımları da tamamlandı, şu an üretim aşamasındalar. Ürün her türlü projeksiyon cihazına entegre olabilen ve yansıma alanını (örneğin, bu 2x3 metre genişliğinde koca bir duvar olabilir) dokunmatik yüzeylere çeviren çarpıcı bir teknolojiye sahip. Holiday markası için tasarladığımız Kanna Sandalye'nin kalıpları şu an İtalya'da yapılıyor, 2020'nin ilk çeyreğinde seri üretime geçmesi hedefleniyor. Miops Teknoloji ile yeni nesil kamera tetikleyicileri üzerine çalışıyoruz ve son olarak kişisel bakım ürünleri markası UltraCompact'in kozmetik ürün grubuna ait şişeler de yine 2020'nin ikinci çeyreğinde raflarda yerlerini alacaklar sanıyorum.