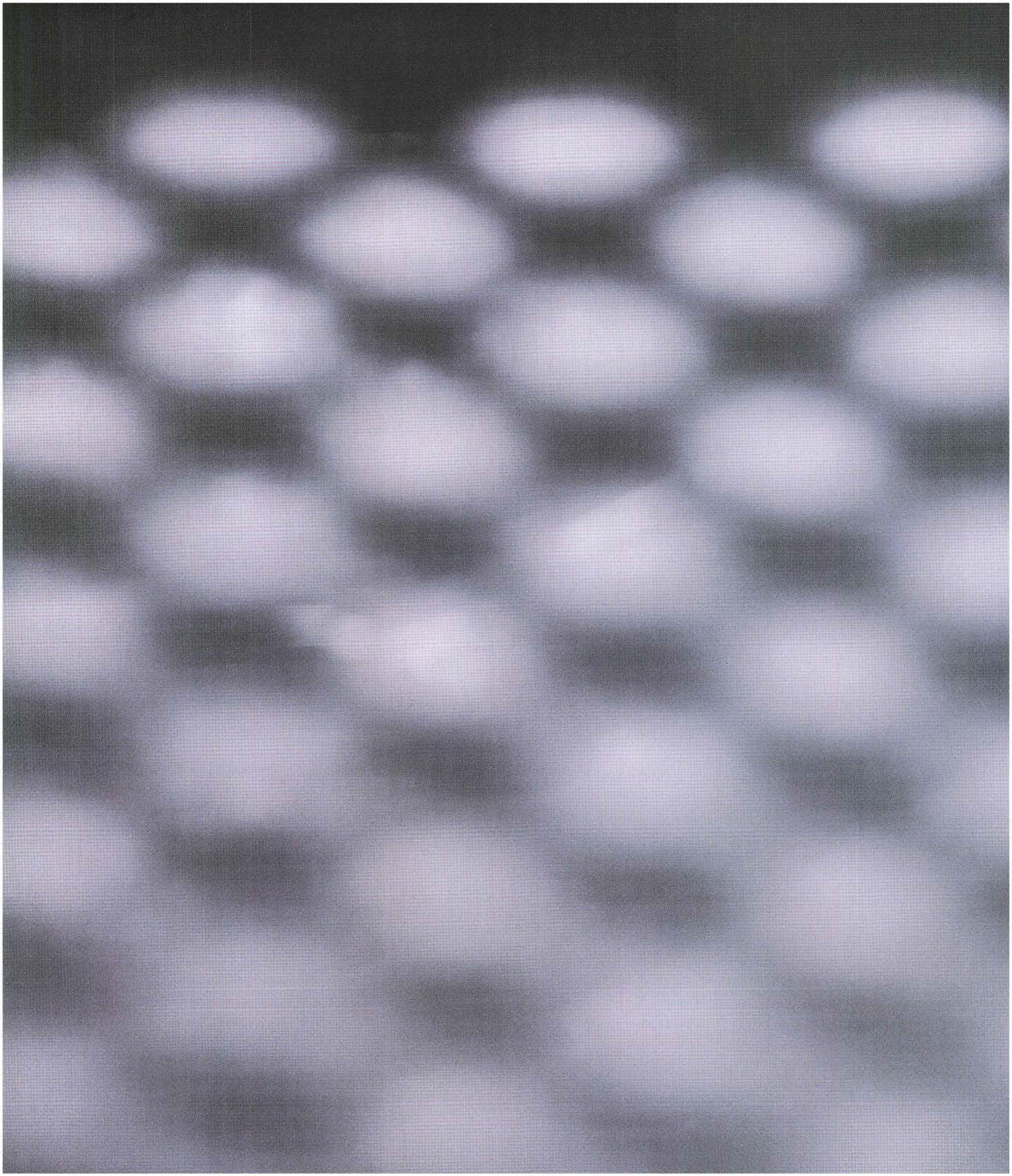
Mütevelli Heyet Başkanımız Sayın Ekrem Demirtaş ve
Rektörümüz Sayın Prof. Dr. Attila Sezgin'e çalışmalarımıza katkıları ve
verdikleri destek için teşekkürlerimizi sunarız.

We would like to thank the Board of Trustees President Ekrem Demirtaş and
Rector Prof. Dr. Attila Sezgin for their continuous contributions and
generous support.

MEZUNİYET KATALOĞU 2010
GRADUATION CATALOG 2010

İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR VE TASARIM FAKÜLTESİ
IZMIR UNIVERSITY OF ECONOMICS FACULTY OF FINE ARTS AND DESIGN



CONTENTS

MİSYON MISSION 06

DEKAN'IN MESAJI MESSAGE FROM THE DEAN 08

AKADEMİK BİLGİ ACADEMIC INFORMATION 10

ÖZELLİKLER FEATURES 12

AKADEMİK KADRO FACULTY 16

ENDÜSTRİYEL TASARIM INDUSTRIAL DESIGN 20

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VISUAL COMMUNICATION DESIGN 58

İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI INTERIOR ARCHITECTURE AND ENVIRONMENTAL DESIGN 76

MİMARLIK ARCHITECTURE 106

MODA TASARIMI FASHION DESIGN 136

KATKIDA BULUNANLAR CREDITS 170

İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ'NİN MİSYONU

İzmir Ekonomi Üniversitesi'nin misyonu, liderlik vasıflarıyla donanmış, girişimci ve eleştirel düşünebilen nitelikli mezunlar yetiştirmek ve özgün araştırmalarla bilime katkıda bulunmaktır. Bu; katılımcılık, yenilikçilik, toplumsal sorumluluk ve mükemmeliyetçilikten oluşan kurumun temel değerlerinde de yansıtılmaktadır.

GÜZEL SANATLAR VE TASARIM FAKÜLTESİ'NİN MİSYONU (GSTF)

İEÜ Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, tasarımın; sanat, teknoloji, kültür, iletişim, işletme ve yönetim gibi farklı alanlardaki uzmanlıklardan meydana geldiği görüşündedir. GSTF'nin misyonu bu dinamik yapıyı tanır ve bünyesinde barındırır, ayrıca toplum ve çevre bilinci olan, katma değer sağlayan ve toplumun yaşam kalitesini yükselten, ülkeye ekonomik katkı sağlayan tasarımcılar yetiştirmeyi amaçlar.

GSTF TARİHİ

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi'nin tarihi, İzmir Ekonomi Üniversitesi'nin 2001 yılında kurulmasıyla başlar. Üniversite'nin kurulmasıyla aynı anda İzmir'i sadece tekstil üretmekten Türk moda tasarım endüstrisine katkıda bulunmaya itme hedefiyle 4 yıllık "Moda ve Desinatörlük Yüksekokulu" açılmıştı.

2003 yılında bu program adını "Moda Tasarım" olarak değiştirdi ve Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi'ndeki ilk bölüm oldu. O zamanlar Endüstriyel Tasarım da Moda Tasarım Bölümü'nün uzmanlık alanlarından biriydi; fakat 2004 yılında İletişim Tasarımı ve İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümleriyle beraber kendi bölümünü oluşturdu. 2005 yılında Mimarlık Bölümü ve 2007 yılında da Tasarım Çalışmaları Yüksek Lisans Programı kuruldu. Fakültedeki en yeni değişim 2009 yılında İletişim Tasarımı Bölümü'nün adının müfredat içeriğini en doğru şekilde yansıtan Görsel İletişim Tasarımı Bölümü olarak değiştirilmesiyle meydana geldi.

Fakülte şu anda bünyesinde bin öğrenci barındırmakta ve her yıl ortalama 200 mezun vermektedir.

MISSION

MISSION OF IZMIR UNIVERSITY OF ECONOMICS (IUE)

The Mission of IUE is to educate and equip qualified students with leadership attributes, entrepreneurial capabilities, critical thinking skills and the ability to contribute valuable research in a variety of sciences. This is reflected in the basic values of the institution, which are: participation, innovation, social responsibility and perfectionism.

MISSION OF THE FACULTY OF FINE ARTS AND DESIGN (FFAD)

The FFAD of IUE sees design composed of different areas of expertise such as art, technology, culture, communications, business and management. The mission of the FFAD recognizes and accommodates this dynamic nature and aims to nurture designers who are socially and environmentally aware, produce added value and raise the quality of life of society, and contribute economically to the country.

HISTORY OF THE FFAD

The history of the Faculty of Fine Arts and Design begins with the founding of Izmir University of Economics in 2001. With the goal of moving Izmir away from merely producing textiles and towards contributing to the Turkish fashion design industry, a 4-year "Fashion and Styling" program in the Vocational School was created at the same time as the university was founded.

In 2003, this program changed its name to "Fashion Design" and became the first department in the new Faculty of Fine Arts and Design. At that time, Industrial Design was a specialization of the Fashion Design Department, but in 2004 became its own independent department, along with the Communication Design and Interior Architecture and Environmental Design Departments. In 2005, the Architecture Department was founded and in 2007 the Design Studies Masters Program. The most recent change to the faculty occurred in 2009 when the Communication Design Department changed its name to Visual Communication Design to more accurately reflect the contents of its curriculum.

The faculty now comprises over one thousand students, graduating approximately 200 students a year.

DEKAN'IN MESAJI Tevfik Balcıoğlu

Bu yıl Mezuniyet Sergimizin ve Defilemizin altıncı yılını ve fakültemizdeki tüm bölümlerin mezun vermesinin ikinci yılını kutluyoruz. Öğrenci kayıtlarımız bin öğrenciyi geçmiş bulunmakta ve 4T Konferansı hem Türkçe hem de İngilizce olarak gerçekleşmektedir. Kadromuz, Türkiye'deki benzer fakültelerdeki emsalleri içinde en yüksek oranla üçte biri yabancı uyruklu olarak genişlemeye devam etmektedir.

Bu nitelikler Türk Tasarımı'nın tartışmasız en iyisi olan ve bilinmeyen sularda güven ve kararlılıkla yüzen fakültemizin gücünü ve aynı zamanda da hırsını göstermektedir. Fakültemiz üyelerinin ve birçok kişinin bu görüşte olmasının birden çok nedeni bulunmaktadır. Genç, dinamik ve yüksek motivasyonlu kadromuz ve onların uluslararası konferanslara, yayınlara, fuarlara ve sergilere katkıları fakültemizdeki eğitim, iş ve araştırma ortamlarını artırmaktadır. Uluslararası tanınırlığı olan tasarımcılar tarafından düzenlenen eğitim gezileri, atölyeler ve fakülteden bağımsız olarak yürütülen öğrenci girişimleri sonraki sayfalarda göreceğiniz öğrenci projelerinden de anlaşılacağı üzere yaratıcı fikirlerin ve yenilikçi projelerin geliştiği coşkulu ve eğlenceli bir atmosfer yaratmaktadır.

Bu yılı diğer yıllardan daha heyecanlı, daha iddialı ve daha zorlu kılan sadece fakültemiz için yapılan 13,000 metrekarelik yeni bir binanın tasarımı ve inşasıdır. Bu "kurum içi operasyon", fakülte üyelerine ve öğrencilere, birçok yönden eşsiz; özel bir amaç için üretilmiş eğitim ortamını tasarlama ve meydana getirme gibi olağanüstü bir olanak sağlamaktadır.

Yalnızca üniversitede kendine ait bir binası olan ilk fakülte olacağımız için değil, aynı zamanda İEÜ kampüsü genelinde birçok farklı stüdyo, ofis, bilgisayar laboratuarı, atölye ve idari mekân takviyesi sağlanacağı için de bu çok heyecan verici bir dönem. "Yeni Bina" tüm bu olanakları bir arada sunmaktadır. En önemlisi her yıl her bölümün kendine tahsis edilmiş atölye alanları bulunacaktır. Serbest çalışma ortamı eskisi gibi devam edecek, fakat artık "kendi atölyemiz" sınırları içinde olacaktır. Zaten var olan bölümler arası verim ve işbirliğini artırmak için her atölyenin dışında herkese açık olan sergi ve jüri alanları bulunacaktır. Sınıflar ve amfiler atölyeler arasına serpiştirilmiştir. Aynı çatı altında bulunularak zaten güçlü olan bölümler arası ilişkilerin daha da güçlenmesi ve ortak çalışmaların daha da artması öngörülmektedir.

Var olan Tasarım Çalışmaları yüksek lisans programına ek olarak fakültemiz gelecekte lisansüstü programlarını muhtemelen Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Enstitüsü altında Mimarlık, Yat Tasarımı ve Restorasyon gibi alanlarla genişletmeyi planlamaktadır. Fakültemiz ayrıca sanayi ve yerel belediyelerce desteklenen daha çok proje gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Sonuç olarak, GSTF tasarımın sınırlarını keşfetmeye ve yüksek standartlarda yetişen, toplumsal bilinçle zenginleştirilmiş eleştirel bir yaklaşım ve vizyon sahibi olan mezunlar vermeye devam edecektir.

MESSAGE FROM THE DEAN

MESSAGE FROM THE DEAN Tevfik Balcıoğlu

This year we celebrate our sixth Graduation Exhibition and Fashion Show and the second year of all departments of the faculty producing graduates. Student enrollment has passed the one thousand student level and our annual 4T Conference began operating in both Turkish and English. The number of staff continues to grow, with approximately one-third being non-Turkish, the highest percentage amongst similar faculties in Turkey.

These brief facts indicate the strength as well as the ambition of the faculty, which is arguably the flagship of contemporary Turkish Design, sailing towards unchartered waters with great confidence and determination. There are more than a few reasons why the faculty and many people share this view. Young, dynamic and highly motivated staff and their contribution to international conferences, publications, fairs and exhibitions stimulate the education, work and research environment of the faculty. Field trips, workshops by internationally-renowned designers, and student initiatives independent of the faculty have created a vibrant and convivial atmosphere where creative ideas and innovative projects have found fertile soil to flourish, as the student projects on the following pages indicate.

What made this year more exciting, demanding, and also strenuous than previous years has been the design and construction of a new 13,000 m2 building solely for the faculty. This "in-house operation" has given staff and students a remarkable opportunity to design, craft and make a purpose-built education environment of their own which is unique in many ways.

This is a very exciting time, not only because the faculty will be the only one of the university with its own building, but also because it will result in the consolidation of many different studio, office, computer lab, workshop and administrative spaces throughout the IUE campus. "The new building," as it is affectionately called, consolidates all of these facilities into one location. Most importantly, every year of every department has its own dedicated studio space. Hot-desking may still take place as before, but within the boundaries of "our studio." Outside of every studio is public exhibition and jury space accessible to all, with the intent to increase the already cross-departmental fertilization and collaboration. Classrooms and lectures halls are also sprinkled amongst the studio spaces. By being under the same roof, it is hoped that the already strong inter-departmental relations will intensify, and joint ventures will increase.

In the future, in addition to the existing Design Studies masters program, the faculty plans to expand its graduate programs into Architecture, Yacht Design and Restoration, possibly under a Graduate School of Art and Design. Externally, the faculty looks to conduct more live projects supported by both industry and local municipalities. As a result, the FFAD will continue to explore the borders of cutting-edge design and produce graduates educated at high standards equipped with a critical approach and vision enriched by a social consciousness.

AKADEMİK BİLGİ

Uzmanlık Alanları

Fakültemizdeki üç bölüm, iki yıllık ortak bir programdan sonra üçüncü ve dördüncü yıllarda uzmanlık eğitimi vermektedir. Moda Tasarım Bölümü, Moda Tasarımı ve Moda İşletmeciliği uzmanlık alanı, Endüstriyel Tasarım Bölümü, Ürün Tasarımı ve Tasarım Yönetimi uzmanlık alanı ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Grafik Tasarımı ve Multimedya Tasarım uzmanlık alanı sunmaktadır.

Dereceler

Moda Tasarım, Endüstriyel Tasarım, Görsel İletişim Tasarımı ve İçmimarlık ve Çevre Tasarımı mezunlarına "Tasarım Lisans" derecesi (B. Des.) verilmektedir. Mimarlık Bölümü mezunlarına "Mimarlık Lisans" derecesi (B. Arch.) verilmektedir. Tasarım Çalışmaları yüksek lisans öğrencilerine ise Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından "Tasarım Yüksek Lisans" derecesi (M. Des.) verilmektedir.

Kayıt

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi'ndeki her bölüm her sene farklı sayıda öğrenci kabul etmektedir ve bunların bir kısmı burslu öğrencilerden oluşmaktadır. Fakültemizdeki her bölüm Öğrenci Seçme Sınavı (ÖSS) ile fakat farklı puan türleriyle öğrenci kabul etmektedir.

Aşağıdaki tabloda bu farklar belirtilmiştir:

Bölüm	ÖSS Puan Türü	Alınacak Öğrenci Sayısı
Moda Tasarım	YGS-5 veya TM-3	Burssuz: 40 | %100 Burslu: 5 | %50 Burslu: 5
Görsel İletişim	TS-1	Burssuz: 40 | %100 Burslu: 5 | %50 Burslu: 5
Endüstriyel Tasarım	MF-1	Burssuz: 50 | %100 Burslu: 6
İçmimarlık ve Çevre Tasarımı	TM-2	Burssuz: 50 | %100 Burslu: 6
Mimarlık	MF-4	Burssuz: 54 | %100 Burslu: 6

FEATURES

İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI
INTERIOR ARCHITECTURE
AND ENVIRONMENTAL DESIGN
Jaspar Jansen-Jeroen Dellensen, Netherlands,
Space is Like Music
Levent Ülgen, TRT, Ankara/İstanbul,
Body Language and Design

MİMARLIK
ARCHITECTURE
Ahmet Iğdırlıgil, Bodrum, *Sheltering Spaces*
Boğaçhan Dündaralp, İstanbul, *Spirit of Architectonics*
Karl Chu, Pratt / Columbia, New York,
Genetic Architecture

MODA TASARIMI
FASHION DESIGN
Bora Aksu, London, *Seminer ve Atölye Çalışması*
Jörn Fröhlich, Berlin, *Wire Couture*

TEKNİK GEZİLER EXCURSIONS
ENDÜSTRİYEL TASARIM
INDUSTRIAL DESIGN
GAEform, Pınar Yar Gövsa ve Tuğrul Gövsa, İzmir
İzmir Tasarım Festivali, Havagazı Fabrikası, İzmir
Nesne Design Office, İYTE Tekno Park, İzmir

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI
VISUAL COMMUNICATION DESIGN
Frög Advertising Agency, İstanbul
Rafineri Advertising Agency, İstanbul
Sesli Harfler Interactive Advertising Agency, İstanbul

İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI
INTERIOR ARCHITECTURE
AND ENVIRONMENTAL DESIGN
Antakya and Suriye
Aphrodisias
Avrasya Boat Show, Istanbul
Tuzla Tershanesi, Istanbul

MİMARLIK
ARCHITECTURE
Antik Bergama Akropol ve Asklepieion
Çimbeton Beton Santrali, İzmir
Sandıma Köyü
Turgutlu Tuğla Fabrikası

MODA TASARIMI
FASHION DESIGN
Roteks Tekstil Fabrikası, İzmir

BENZERSİZ ÖZELLİKLER VE GÜÇLÜ YÖNLER

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi'nin hem Türkiye'de hem de dünyada benzersiz bir yeri vardır. Öncelikle, birinci sınıftaki tüm öğrenciler atölye ve sanat tarihi derslerinde karışık olarak eğitim görürler—bölümlere ayrılmazlar. Mimarlık, Endüstriyel Tasarım ve İçmimarlık bölümlerindeki öğrencilerin çizim dersleri için de geçerlidir. Böylece kendi çalışmalarına geçmeden önce öğrencilere temel ve paylaşımlı bir altyapı sağlanır.

Öğrenciler kendi bölümlerine geçtiklerinde bölümler arası atölyeler ve benzeri ortak faaliyetlerle fakültenin diğer disiplinleriyle tanışıyorlar. Bunlara ek olarak, eğitim programının içeriğine katkı sağlamak amacıyla fakültemiz, yıllık Türkiye Tasarım Tarihi Topluluğu (4T) Konferansı gibi ulusal ve uluslararası konferanslar düzenlemekte ve Tasarım Araştırma ve Uygulama Merkezi (EKOTAM) aracılığıyla projeler yürütmektedir. Son olarak, Moda Tasarım, Endüstriyel Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümleri'ndeki uzmanlıklar, her bir disiplin hakkında kapsamlı bir anlayış oluşturmaya olanak tanımaktadır.

Fakültemizin tasarım eğitiminin belkemiği olarak kabul edilen ve her bir disiplinin kendi gerçekleri ve koşullarıyla sınırlandırılmış olan stüdyo dersleri, istekli ve özverili kadrolarıyla öğrencilere dinamik ve interaktif deneyimler sunar. Yerel ve ulusal müzelere, arkeolojik kazı yerlerine, tasarım fuarlarına, ticari ortaklara, fabrikalara ve ilgili diğer merkezlere yapılan eğitim gezileri düzenli olarak gerçekleştirilir.

Fakültemizce zorunlu kılınan ve benimsenen İngilizce eğitimin önemini vurgulamak adına, her eğitim-öğretim yılında, tüm bölümler uluslararası bir ziyaretçinin katılımıyla en az bir workshop düzenler. Bu anlayışa ek olarak, fakültemizde çeşitli milletlerden akademisyenler bulunur ve Amerika, Almanya, Hollanda, İtalya, Yunanistan, İrlanda, Rusya, Güney Afrika, İzlanda, Hong Kong ve Hindistan'dan gelen bu tam zamanlı akademisyenler fakültemize uluslararası bir vizyon katarlar.

Son olarak, manken, prototip ve model üretim olanakları ve her son sınıf öğrencisinin iyi araştırılmış ve yazılmış bir mezuniyet tezi hazırlamasını gerektiren eğitim ortamı, teori ve pratiğin eşsiz kombinasyonuyla sonuçlanır. Mezun olmaya hak kazanmış öğrencilerin mezuniyet projelerini sergiledikleri ve gelecekleri üzerine düşünmeye başladıkları Mezuniyet Sergisi ve Defilesi, akademik yılın resmi olarak sonu ve en önemli olayıdır.

FEATURES

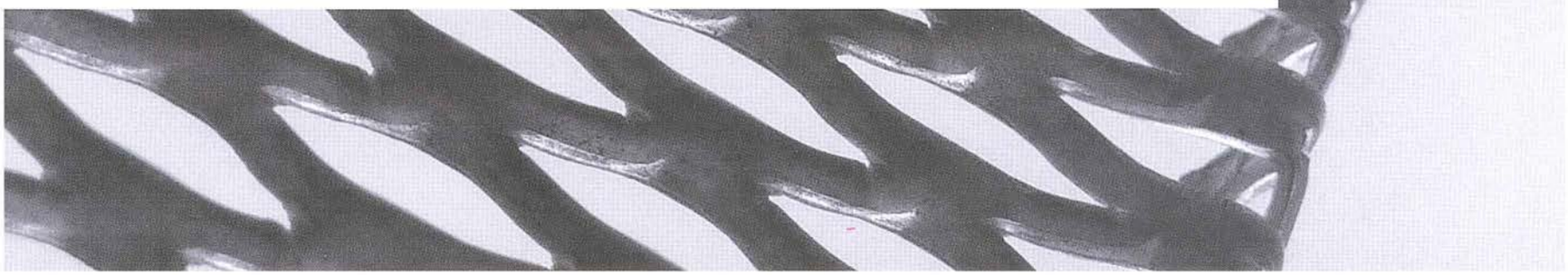
UNIQUE FEATURES AND STRENGTHS

The Faculty of Fine Arts and Design is a unique place in both Turkey and the world. Firstly, all first-year students of the faculty are mixed together in their studio and art history courses—they are not separated by department. This is also the case for the drawing courses of Architecture, Industrial Design and Interior Architecture students. In this way, a basic and shared foundation is common to all students before they progress up in their studies. Once into their departments, students are exposed to the other disciplines of the faculty through inter-departmental workshops and other similar collaborations. In addition, the faculty organizes national and international conferences, like the annual Turkish Design History Association (4T) Conference, and conducts projects via the Center for Design Research and Practices (EKOTAM) that add to the educational content of the curricula. Lastly, the specializations of the Fashion Design, Industrial Design and Visual Communication Design Departments allow for more detailed understanding of each particular discipline.

The studio courses themselves, considered the "backbone" of the faculty's design education, while bounded by the realities and constraints of each discipline, are dynamic and interactive experiences with enthusiastic and dedicated staff. Field trips to local and national museums, archaeological sites, design fairs, commercial partners, factory facilities, and other sites of interest are a regular occurrence.

Each academic year, every department organizes at least one workshop from an international visitor, underlining the importance of the English-language medium education that is strictly enforced and embraced in the faculty. Adding to this dimension are the many nationalities that can be found in the faculty, with full-time staff from the United States, Germany, Holland, Italy, Greece, Ireland, Russia, South Africa, Iceland, Hong Kong and India, who add international visions to the faculty.

Finally, the combination of production facilities for models, prototypes and mockups along with an environment that requires every fourth year student to produce a well-researched and written graduation thesis, results in a unique combination of both theory and practice. The Graduation Exhibition and Fashion Show is the highlight and official end of the academic year, as all eligible graduates display their graduation projects and begin to contemplate the future.



KONFERANS CONFERENCE

4T Konferansı *Nesneyi Okumak*
4TConference *Deciphering the Object*

MİSAFİR KONUŞMACILAR VISITING LECTURERS

ENDÜSTRİYEL TASARIM
INDUSTRIAL DESIGN

Ayşe Birsel, Birsel+Seck, New York
Banu Dökmecibaşı, Greenpeace, İstanbul
Gülay Hasdoğan, ETMK Dönem Başkanı, İstanbul
Hasan Demir Obuz, Demirden Design, ILLIO, İstanbul
Nevhan Akyıldız, Cumhuriyet Savcısı, İzmir
Tolga Örnek, Devrim Arabaları, Director, İstanbul

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI
VISUAL COMMUNICATION DESIGN

Alberto Bianda, The Red Box, Lugano
David Gibson, 212 Associates, New York
Fahri Özkaramanlı, Bilgi University, İstanbul
Kenna Kay, MTV/TVLand, New York
Ömer Durmaz, Dokuz Eylül University, İzmir
Stanley Hainsworth, Tether, Seattle

İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI
INTERIOR ARCHITECTURE AND ENVIRONMENTAL DESIGN

Chamber of Interior Architects of Turkey, İzmir/Ankara
Jaspar Jansen-Jeroen Dellensen, i29, Duivendretch
Levent Ülgen, TRT, Ankara/İstanbul

MİMARLIK
ARCHITECTURE

Aydan Balamir, ODTÜ/METU, Ankara
Deniz Dokgöz, DEÜ, İzmir
Karl Chu, Pratt/Columbia, New York
Mine Hamamcıoğlu Turan, İYTE, İzmir

MODA TASARIMI
FASHION DESIGN

Barboros Şansal, Yıldırım Mayruk Moda Evi, İstanbul
Başak Gürsoy, Koreograf, İstanbul
Deniz Mercan, Moda Tasarımcısı, İstanbul/Hollanda
Erica de Greef, LISOF, Güney Afrika
Hakan Öztürk, Moda Editörü, İstanbul
Hatice Gökçe, Moda Tasarımcısı, İstanbul
Niko Guido, Fotoğrafçı, İzmir
Sezai Kaya, Hugo Boss, İzmir
Simay Bülbül, Moda Tasarımcısı, İstanbul

ATÖLYE ÇALIŞMALARI WORKSHOPS

ENDÜSTRİYEL TASARIM
INDUSTRIAL DESIGN

Ayşe Birsel, Birsel+Seck, New York,
Thresholds through Scents

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI
VISUAL COMMUNICATION DESIGN

David Gibson, 212 Associates, New York,
Wayfinding

FEATURES

İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI
INTERIOR ARCHITECTURE
AND ENVIRONMENTAL DESIGN

Jaspar Jansen-Jeroen Dellensen, Netherlands,
Space is Like Music
Levent Ülgen, TRT, Ankara/İstanbul,
Body Language and Design

MİMARLIK
ARCHITECTURE

Ahmet Iğdırlıgil, Bodrum, *Sheltering Spaces*
Boğaçhan Dündaralp, İstanbul, *Spirit of Architectonics*
Karl Chu, Pratt / Columbia, New York,
Genetic Architecture

MODA TASARIMI
FASHION DESIGN

Bora Aksu, London, *Seminer ve Atölye Çalışması*
Jörn Fröhlich, Berlin, *Wire Couture*

TEKNİK GEZİLER EXCURSIONS
ENDÜSTRİYEL TASARIM
INDUSTRIAL DESIGN

GAEform, Pınar Yar Gövsa ve Tuğrul Gövsa, İzmir
İzmir Tasarım Festivali, Havagazı Fabrikası, İzmir
Nesne Design Office, İYTE Tekno Park, İzmir

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI
VISUAL COMMUNICATION DESIGN

Frög Advertising Agency, İstanbul
Rafineri Advertising Agency, İstanbul
Sesli Harfler Interactive Advertising Agency, İstanbul

İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI
INTERIOR ARCHITECTURE
AND ENVIRONMENTAL DESIGN

Antakya and Suriye
Aphrodisias
Avrasya Boat Show, Istanbul
Tuzla Tershanesi, Istanbul

MİMARLIK
ARCHITECTURE

Antik Bergama Akropol ve Asklepieion
Çimbeton Beton Santrali, İzmir
Sandıma Köyü
Turgutlu Tuğla Fabrikası

MODA TASARIMI
FASHION DESIGN

Roteks Tekstil Fabrikası, İzmir

AKADEMİK KADRO FULL-TIME FACULTY

ENDÜSTRİYEL TASARIM
INDUSTRIAL DESIGN

A. Can Özcan (Department Head)
Tevfik Balcıoğlu
Murat Bengisu
Deniz Deniz
Mine Ovacık Dörtbaş
Tolga Benli
Ertan Demirkan
Elif Kocabıyık
Alex Velasco
Aslı Çetin Yıldırım

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI
VISUAL COMMUNICATION DESIGN

R. Hakan Ertep (Department Head)
Güven İncirlioğlu
Fulya Ertem
Laurie Churchman
Eser Selen
Alessandro Segalini
Srinivasarao Pattur

İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI
INTERIOR ARCHITECTURE AND ENVIRONMENTAL DESIGN

Deniz Hasırcı (Department Head)
Emre Ergül
Tuğyan Aytaç Dural
Markus Wilsing
Zeynep Tuna Ultav
Thomas Keogh

MİMARLIK
ARCHITECTURE

Gülsüm Baydar (Department Head)
Suat Günhan
Gül Kaçmaz Erk
Christopher Wilson
Gudjon Thor Erlendsson
Burkay Pasin
Gregor Weiss
Michael Edward Young

MODA TASARIMI
FASHION DESIGN

Şölen Kipöz (Department Head)
Alexander van Eck
Ebru Öngen Corsini
Angela Burns
Özge Dikkaya Göknur
Jörn Fröhlich
F. Dilek Himam
Seda Kuleli
Bahar Kürkçü
Arzu Vuruşkan

BURSİYERLER
BURSARIES

Ali Aslankan
Seren Borvalı
Gülden Canol
Meltem Eranıl
Ayşe Günay
Derya Irkdaş
Didem Kan Kılıç
Duygu Kocabaş
Alkın Korkmaz
Eda Köse
Seda Özen
Sonay Perçin
Deniz Sayar
Zülal Sevinçler
Pınar Sezginalp
Batuhan Taneri

FACULTY

YARI ZAMANLI ÖĞRETİM ELEMANLARI PART-TIME FACULTY

ENDÜSTRİYEL TASARIM
INDUSTRIAL DESIGN

Murat Arıkut
Can Aysan
Zeynep Edes
Hakan Gencol
Ece Güçer
Esen Kesecioğlu
Cengiz Ultav
Mahmut Şevket Uysal
Nergiz Yiğit

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI
VISUAL COMMUNICATION DESIGN

Orhan Alptürk
Gülistan Banu Cel Sevgi
Başak İnce
Ali Karatay
Neşet Kircalıoğlu
Gürkan Mıhçı
Gökhan Mura
Özgür Önal
Okan Özgen
Hacı Yakup Öztuna
Enis Temizel

İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI
INTERIOR ARCHITECTURE AND ENVIRONMENTAL DESIGN

Sevda Balcıoğlu
Özge Başağaç
Ebru Bingöl
Ceren Civaoğlu Tuğay
Ayçe Döşe
Pınar Erdil Arbak
Sibel Günay
Can Külahçıoğlu
Sedef Menteşe Akad
Didem Özdel
Rena Vanlı Ballar
Şebnem Yanç Demirkan
Işıl Yıldırım Ernis

MİMARLIK
ARCHITECTURE

Serdar Aşut
Özlem Akin Tapça
Bilge Bengisu
Ürün Demir
Özgür Genca
Selma Göker Wilson
Can Gündüz
Aisha Hassan
Gülin Işıkçı
Buket İlter Alper
Kutlu Karagözoğlu
Clarisa Mendez Ersoy
Çisil Olcar
Tolga Özbakan
Erguvan Özgür Ünal
Fevzi Tavus
Yeşim Tuncel
Ahenk Yılmaz

MODA TASARIMI
FASHION DESIGN

Bilge Bulut Deliorman
Selin Dartar
Soner Göksay
Berrin Gönen Luma
Ufuk Kuran
Elvan Özkavruk Adanır
Semra Sevinç
Sedef Uzgören

ENDÜSTRİYEL INDUST

Bu yıl Endüstriyel Tasarım bölümü olarak üçüncü mezunlarımızı veriyor olmamıza ve bölüm olarak da sadece 5 yıllık bir bölüm olduğumuza inanmak gerçekten güç.

Kişisel olarak bu çok uzun sayılamayacak tecrübeyi paylaşıyor olmak bana onur veriyor. Binası, kadrosu, altyapısı, akademik ve sosyal olanakları açısından en mükemmel üniversite ya da bölüm bile aslında yarım sayılır. Bütün bunları tamamlayan en önemli unsur ise o üniversitenin, o bölümün öğrencileridir. Bu yıl mezun ettiğimiz ve bölümümüzün de üçüncü mezunları olan arkadaşlarımıza teker teker baktığımda bölümümüze nitelikleriyle önemli katkılar sağlamış değerli bireyler ve ileride de hepimize gurur kaynağı olacak başarılara imza atacaklarından emin olduğum nitelikli tasarımcılar görüyorum. Endüstriyel tasarım eğitimi, uygulamaları ve araştırmaları alanında tüm dünyada prestijli bir merkez konumuna yükselmek olarak belirlediğimiz vizyonumuza şimdiye kadar olduğu kadar bundan sonraki hayatlarında da katkı sağlayacaklarından en ufak bir kuşku duymuyorum. Bu mezunlarımızla ya 2009 Milano Tasarım Haftasında Tasarımlarını sergilerken ya da kazanılmış bir tasarım ödülünü kutlarken pek çok başarıyı birlikte paylaştık. Bu gençlerin tasarım dünyasında yer almak için gösterdikleri çaba ve performansın Victor Margolin'den Ayşe Birsel'e bölümümüzü ziyaret eden pek çok uluslararası araştırmacı ve profesyonel meslektaşlarımızı etkilediğini gördüm.

Kendilerini kutlar ve en iyi dileklerimle başarılar dilerken İzmir Ekonomi Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümünün bundan sonra da her zaman yanlarında olacağını bilmelerini istiyorum. Burası kalıcı adresinizdir sevgili arkadaşlar.

Yolunuz açık olsun.

It's hard to believe that this is our third graduation year and the department is only 5 years old.

I am personally honored to have been sharing this unique experience since not too long ago. Any university, any department with the most and even the best of facilities, staff, and offerings can only be considered to be half. I must say that the other half, complementing a qualitative whole, are qualified students. Looking at our graduates one by one, I see professionally equipped high quality personalities who will continue to contribute to our vision of becoming one of the most prestigious centers in the world in terms of design education, design research, and design practice with their future successes. We shared many moments of glory with these graduates either while exhibiting our projects in Milan Design Week in 2009 or while celebrating a student design award won. I saw many international colleagues, researchers, and professional designers, from Victor Margolin to Ayşe Birsel, impressed by our students' performances and willingness to participate in the world of design.

While congratulating and extending my best wishes to all, I'd like to remind them that İzmir University of Economics, Department of Industrial Design will ever stay as their permanent address.

Have a nice personal and professional life.

Can Özcan
Bölüm Başkanı, Head

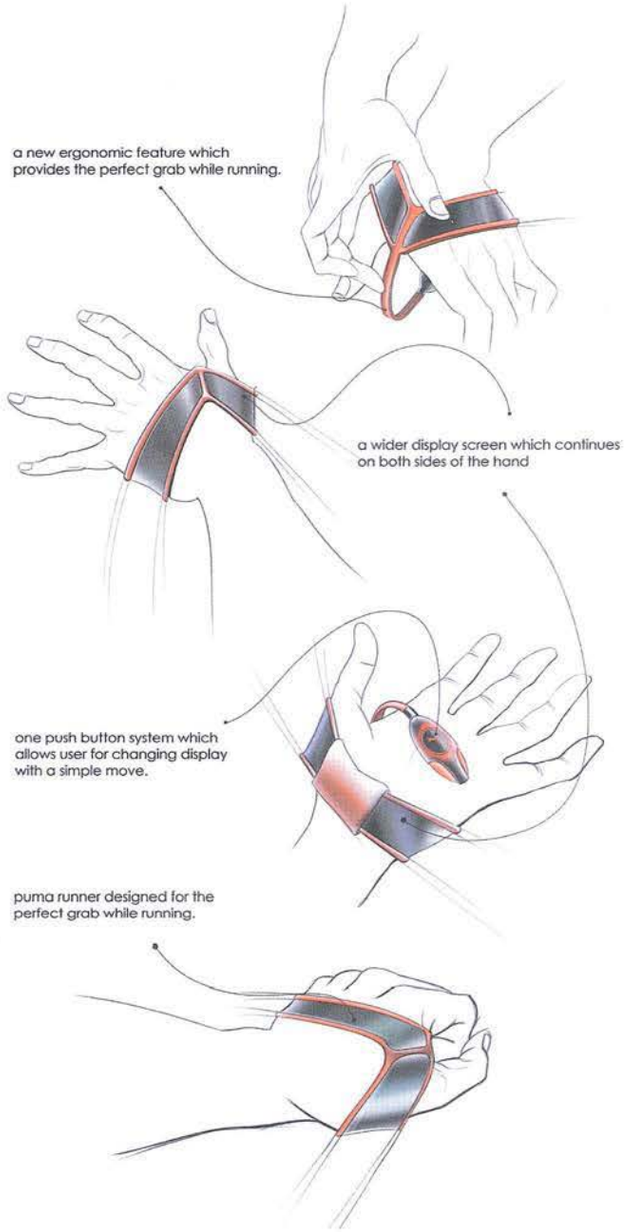
TASARIM
RIAL DESIGN

ÜRÜN TASARIMI PRODUCT DESIGN
TASARIM YÖNETİMİ DESIGN MANAGEMENT

ALİ EMRAH YEKSAN
a_yeksan@hotmail.com

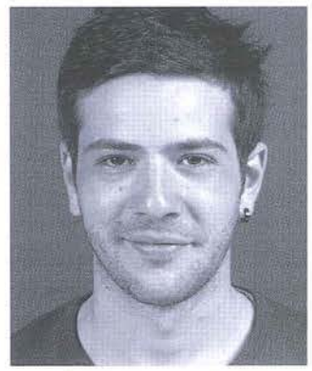
Dünyamızda hayvanlar insan evriminin ve gelişiminin birçok evresinde yer almaktadırlar. Özellikle köpekler hayvan evcilleştirme sıralamasında en ön saflarda bulunmaktadır. Köpekleri psikolojik ve sosyolojik olarak (köpeğin arkadaşlığı), fizyolojik olarak (kör köpeği), ya da hayati önem taşıyan alanlarda (bekçi köpeği) bize yardım etmeleri için eğitiyoruz. Günümüzde, daha çok köpek sahibinin köpeklerinin sağlık ve konforunu en az kendilerininki kadar önemsediklerini ve köpeklerine daha iyi bakmaya çalıştıklarını biliyoruz. Masif dinamik, büyük cins köpekler için seri üretilebilecek plastik bir köpek kulübesidir. Yumuşak zemini ile köpeğe konfor sağlarken hava sirkülasyon panelleri ile değişik hava koşullarına adapte olabilir. Ek olarak köpek sahiplerine köpeklerinin bakımı ve kulübenin temizliğini kolaylaştırmak için çatısının açılması ve zeminin ayrılması gibi özelliklerle yardımcı olur. Çatısının aynı zamanda bir depo olarak kullanılması, köpeğin oyuncak, tasma, kıyafet gibi eşyalarını bir arada bulundurmayı ve kolayca depolamayı sağlar.

Animals have always taken an important place in the lives of humans. Dogs have been one of the most prominent families in the domestication of animals and they are still important for us. We train them to help us psychologically or sociologically (friendship of a dog), physiologically (guide dog) or vitally (watchdog). Nowadays, we know that more dog owners would like to take good care of their animals and consider their health and comfort as much as their own. Massive dynamic is a mass producible plastic dog house for large breeds. It provides comfort to the dog with its soft ground and air-circulation panels that give the doghouse the opportunity to adapt to different weather conditions. Also it helps owners in terms of dog care and doghouse cleaning with its openable roof and separable ground. The storage area at top of the doghouse is a place that owners can store their dog's equipments such as toys, cloths and collar.



Günümüz dünyasında insanlar zamanlarının büyük bir kısmını, teknolojik ilerlemelerin baskısı altında, dış çevreden soyutlanmış bir şekilde geçirmektedirler. Bu baskı sonucunda kişiler koşu sporu gibi fiziksel ve ruhsal sağlıklarını olumlu yönde etkileyecek aktivitelere zaman ayıramamaktadırlar. İnsanların koşu sporuna karşı olan ilgisini arttırabilecek ve insanları koşu sporu yapmaya cesaretlendirebilecek bir ürün tasarlanmalıdır. Günümüz piyasasında koşucuların performans bilgilerini kaydetmeye yarayan bazı giyilebilir ürünler bulunmaktadır. Fakat bu ürünler gerek kullanımlarındaki zorluklar gerek kullanıcılarla olan ilişkilerinin zayıf olması gibi özelliklerinden dolayı beklentileri tam anlamıyla karşılayamamaktadırlar. Bunların dışında bu ürünler koşu sporunun gerekliliği olan sosyalleşme ortamını kullanıcılara tam anlamıyla sağlayamamaktadırlar. Ürün, diğer piyasadaki diğer ürünlerin kullanım zorluklarını azaltacak şekilde, kullanıcıya farklı kullanım olanları sağlamalı ve kullanıcının kişiselleştirebileceği özelliklere sahip olmalıdır. Üretim için herhangi bir maliyet ya da teknoloji kullanımı kısıtlaması yoktur.

In today's world people are getting more dependant on technology which forces them to remain in an environment which is isolated from the outer world. This forcement reduces people's level of encouragement for making sports such as "running." Running is a sport which requires minimum equipment such as sports suits and sports shoes. An electronic performance motivator will be designed for inceasing the performance of runners while encouraging individuals to run. In the market there are some wearable electronic devices which are produced for calculating and saving performance data but they lack aesthetical features, have complex interface and do not supply the needs for socialization. The design should offer more developed features and properties compared to other products in the market. The design can be made for a specific sport brand. There is no limitation for technology use, materials and production cost. The electronic performance motivator for runners should supply the needs of the target user group and should reflect the individual qualities of a runner.



ALTUĞ TOPRAK
toprakalt@yahoo.com

Türk komando askerleri sınır bölgelerinde askeri görevlere gidiyorlar. Bu görevlere giderken yanlarına kamp çantalarını alıyorlar ve dağlarda kamp kuruyorlar. Bu çantalar; kıyafet, yemek, aydınlatma elamanları, harita, pusula, kamuflaj boyası, tırnak makası, ilkyardım çantası, kum torbası gibi ürünleri içeriyor. Tabii ki sadece bunları taşımıyorlar aynı zamanda cephanelik ve silah taşıyorlar. Çantanın tasarımında bazı promblemler var, bunlar şu şekilde özetlenebilir; askılar ihtiyaç duydukları anda çabuk ve kolay çıkartılamıyor ve taşıdıkları mat çantanın altından sarkıyor, takılma riski oluşturuyor. Ağırlığından dolayı askerler çantayı kolayca taşıyamıyorlar. Bu projede öncelikli olarak çabuk kurtulma pini ekledim, böylece asker ihtiyaç duyduğu ana tek bir hareketle çantayı üstünden atabilecek. Çanta askılarının uzun süreli kullanıma daha elverişli olması için yeni askılar tasarladım ve matın çantanın altından sarkmaması ve yağmur gibi hava koşullarından çabuk etkilenmemesi için çantaya asılış şeklini değiştirdim.

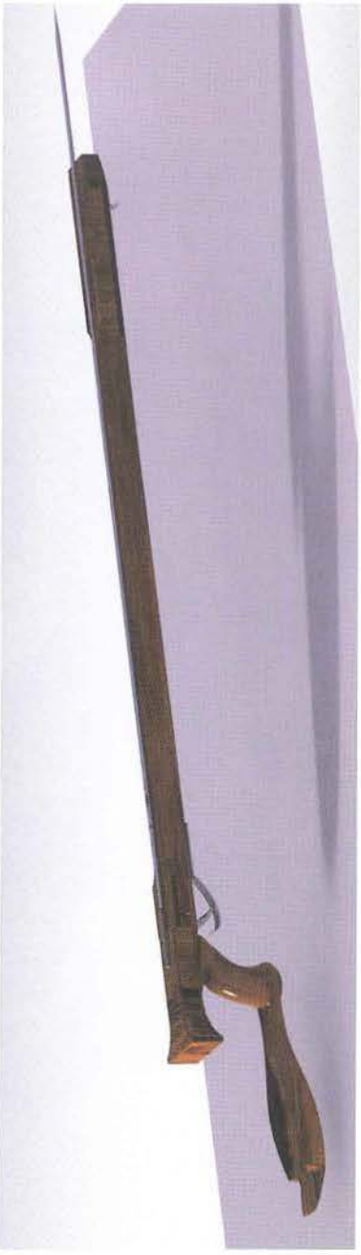
Turkish Commando soldiers go to the border region for military mission. When they go those missions, they camp in the mountains so they carry a camping backpack. This backpack includes clothes, food, lighting equipments, map, compass, camouflage paint, nail scissors, health kit and sandbag. However they are also armed with ammunition and weapons. There are some design problems of the backpack. For example the straps damage the soldiers' shoulder, they cannot remove the backpack so easy and the mat hangs under the backpack. Because of it heaviness, the usage of the bag is hard. The external frame is solid and strong but it is not satisfactory, so I prefer an internal frame.

BEYZA BARAN
byzbrn.beyza@gmail.com

"Tyrael" daha çok güvenlik, herkesin eline uyacak şekilde tasarlanmış ergonomik bir tutacak ve her atışta sessiz tetik mekanizması ile ön plana çıkacak. Anket sonuçları ve yapılan birebir röportajlar (Jordan Hamilton – Hamilton Spearguns'un kurucusu) açıkça gösteriyor ki, zıpkın tasarımında güvenlik, ergonomik tutacak ve sessiz tetik mekanizması çok önemli. Malzeme olarak tropik ağaçlardan Iroko ve Padauk olabilir. Tercih sebebi ise ucuz, dayanıklı ve hafif olmalarıdır. Ahşap zıpkın kullanmak için bir diğer neden ise malzemeden dolayı kişiye özel ayarlanabilir ve tekrardan düzeltilebilir olması. İsterseniz ahşap zıpkının tutacak kısmını söküp kendi tasarladığınız bir tutacağı gövdenin alt kısmına yerleştirebilirsiniz. "Tyrael" diğer zıpkınlara göre atış ve isabet üstünlüğüne sahip olacak. Gövde şekli "kalamar gövde" olacak. Bu da yanlara dönüşte hareket kabiliyetini hissedilir oranda artıracak.

The Speargun "Tyrael" will include more safety, an ergonomic handle for everyone and a silent trigger mechanism on shot. Survey reports and interviews with spearfishers and company owners (Jordan Hamilton – Hamilton Spearguns) clearly shows that the speargun must be much safer, ergonomical handle and a silent trigger mechanism. The material will be tropical wood such as iroko or padauk, because they are cheaper, lighter and durable. Another reason for using a wooden speargun is the adjustability. You can remove the handle if you wish and create your own handle and stick it under the barrel. Tyrael would have superiority in shooting and accuracy. Barrel will have a "squid or calamari" like shape. This will provide easy turns on both sides.

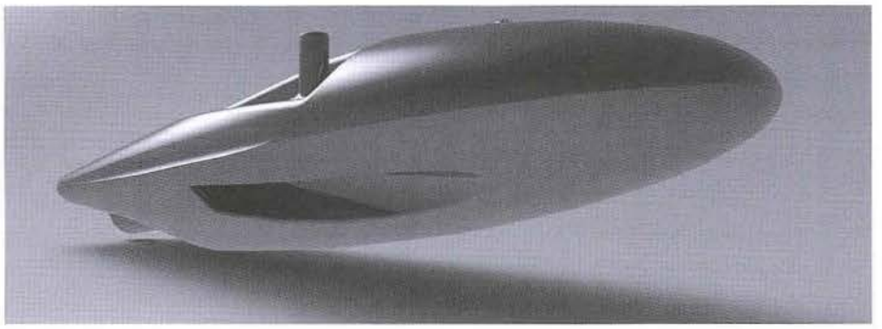
BURAK EKİNCİ
burakekincii@hotmail.com



BURAK YURDAKUL
buraq.yurdakul@hotmail.com

Türkiye'de paintball gelişen bir spor dalıdır. İşletmeler bu sporu yaratıcılık, planlama ve yardımlaşmayı geliştirme amaçlı oynatmaktadırlar. "Scutum" bu sporda oluşabilecek yaralanmaları en aza indirerek sporu geniş bir kitleye yaymayı amaçlamıştır. "Scutum" mevcut olan kıyafetlerin üzerine giyilebilen bir korumadır ve oyuncular onu istekleri doğrultusunda kişiselleştirebilirler. "Scutum" oyuncuların korumalarını istedikleri bölgeyi koruma seçeneği sunar. Sırt bölgesindeki "T" tasarımı oyuncuların temel paintball hareketlerini engellemediği için rahat bir oyun imkanı sunar. Korumaların tasarımında dikkat edilen esas nokta ise ayrı gibi görünen göğüs korumalarının aslında oyun içindeki hareketlere göre tasarlanmasıdır. Oyun içindeki pozisyonlara göre şekil alan "scutum" oyunun en üst seviyede oynanmasını sağlar. Korumaların bir diğer amacı da gençlerin bu spora olan ilgisini artırmaktır. Bunu da üzerlerine uygulanacak olan grafiklerle sağlamak amaçlanmıştır.

Paintball is a sport which is developing in Turkey. Companies advise this sport for their employees for increasing creavity and teamwork. "Scutum" intends to decrease the injuries and expand this sport to more people. "Scutum" is a protector which is worn over the clothes and can be personalized for each person. " Scutum" covers any part of the body according to user needs. The "T" design in the shoulder provides easy movement during the game and does not effect main paintball movements. The main point in the design of the protectors is that they get proper position depending on the movement. It ensures high quality game by changing this position. Another purpose of the design is to increase interest for this sport. This is accomplished with graphic design on the parts.



Eğlence, iletişim, multimedya amaçlı çok yönlü, içeriğinde çok noktalı dokunmatik ekran içeren bir sehpa tasarımı. Bu tasarımın en önemli konusu sehpanın kullanım ergonomisinin, arayüzle tutarlılığı. Hedef kitlemiz aileler ve gençler. Hedef kullanım alanları ise evler ve eğlence bazlı lüks yerler.

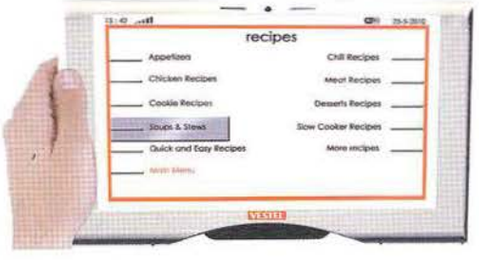
Design a desk which has multi-touch display with an interface that will include entertainment, multifunctionality, communication, internet and multimedia components. Target users are families and young people. The most important issue in this design is the compatibility facilities of ergonomy of a desk and user friendly interface. The product's targeted use areas are inhouse and luxury public places which have entertainment facilities.

ÇAĞDAŞ DORAK
dorakcagdas@gmail.com

CAN GÖKDUMAN
gokdumann@hotmail.com

Günümüzde gelişen teknoloji kadınlara yardım ediyor ve mutfak yaşantısına pozitif bir şekilde katkı sağlıyor. Aynı zamanda mutfakta harcanan vakit daha zevkli bir hale dönüşüyor. Bu yüzden 50 yaş üstü kadınlar için etkileşimli yemek tarifi asistanı Mixy'i tasarladım. Bu elektronik monitor yemek tariflerini sıralı bir şekilde kullanıcıya sunarken tariflerin videolarını izlemeyi de mümkün kılıyor. Yenilenen görsel imajlar ve videolar internet üstünden indirilebiliyor. Mixy'nin diğer bir özelliği ise ürünlerin barkodlarını okuyabilmesi ve ürün bilgilerini kullanıcıya sunması. Ürünlerin son kullanma tarihinin yaklaştığını önceden haber veriyor. Asistanın kolayca kullanılabilen dokunmatik ekranlı bir arayüzü var. Mixy'nin mutfaktaki zorlu şartlara karşı direnç gösterebilen bir gövdesi var, örnek olarak; yüksek sıcaklık, buhar, su, kirli eller ve yağ. Ev içinde aile üyeleri birbirlerine Mixy'yi kullanarak sesli mesaj bırakabiliyorlar. Ayrıca Mixy buzdolabı üstüne konarak bir dijital resim çerçevesi olarak da kullanılabiliyor.

Today's technologies and improvements help women and affect kitchen life positively. In addition spending time in the kitchen. I designed an interactive recipe assitant display which helps women who are 50 and older. This display includes electronic cookbook in an ordered manner and recipe videos can be watched at the same time. Visual images and videos can be updated on the internet. Mixy has a barcode reader that gives information about the products and reminds to you expiration dates of the products when they are near. The assistant can be controlled easily which has a user-friendly touch screen interface. Mixy can resist to the kitchen environment, for example: hot temparature, steam, water, dirty and oily hands. At home, family members can leave voice messages to each other through the display. You can also put Mixy on the refrigerator and use it as a picture frame.



Taksi günümüzdeki en yaygın ulaşım araçlarından birisi ve dünyanın her yerinde farklı karakterlerde örnekleri görülebilir. Taksi tasarımı sadece araç tasarımı ile sınırlı kalmamalıdır. Ergonomi ile yolcu ve sürücülerin günlük yaşamdaki beklentileri de göz önüne alınmalıdır. Ayrıca taksilerin bulunduğu çevre, aracın tasarımı üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu konseptin adı EUV. Çevre dostu, kullanıcı dostu ve görsel olarak iletişim kuran tasarım anlamlarını içermektedir. Aracın elektrik aksama sahip oluşu ve uzun ömürlü tasarımı çevreye olan duyarlılığını arttırmaktadır. Ergonomik iç tasarımı kullanıcı dostu olmasını sağlarken kullanıcı ile oluşturduğu etkileşim sayesinde görsel olarak iletişim kurmaktadır.

Taxi is one of the most popular means of transportation and there are different examples for taxi all over the world. Taxi design does not only consist of vehicle design. It also includes passenger, driver and their requirements like ergonomic issues or daily life expectations (driver and passenger expectations, weather conditions, etc.). In addition to that, the environment of taxi has an important role in the design of the car. The name of this taxi concept is EUV (environmentally, user and visually friendly). It is environmentally friendly with its electrical drive train and also with long product life design. It is user friendly with its ergonomically interior space and it is also visually friendly with its communicative functions.

CUMHUR ÜNVEREN
cumhurunveren@hotmail.com

DİDEM GÜLLÜ
vanimalaito@hotmail.com

Havayolları firmalarının yenilikçi yiyecek-içecek servis sistemlerinde yiyeceklerin hazırlanışından uçağa yüklenmesine, yolculara servis edilmesine ve atıkların toplanmasına kadar süreçler bulunmaktadır. Amaç yenilikçi çözümler sunarak, servislerin kalitesini ve kullanışlılığını geliştirmektir. Bu konuda yapılacak yenilikler düşük maliyetli olmalıdır. Tabii ki atıkların geri kazandırılması da kazanca katkıda bulunmalıdır. Bu konunun bilincindeki paydaşlar ise yiyecek-içecek sağlama firmaları, tedarikçiler ve havayollarıdır. Yiyeceklerin hazırlanıp dağıtılmasına, toplanmasına kadar olan süreçteki tasarım fikri, yiyecek-içecek endüstrisinde de gözden geçirilmelidir. Yiyecek-içecek arabası tasarımındaki fikre istinaden, Hemitrope, kullanımıyla ikiz strüktür fikrini yenilikçi olmasıyla benimsetmiştir. İki arabanın bir araya gelerek oluşturduğu bu kombinasyon, bir çiftten oluşan yepyeni bir modüldür. İki hostes uçağın girişinden, diğer iki hostes ise uçağın arkasından birer modülle servise başlar. Servis süreci sonunda uçağın ortasında servisi bitirmiş olurlar. İkiz servis arabası fikri servis bilincine yenilik katmıştır. Her hostes kendi servis arabasına sahiptir. Böylece birbirleri ile malzeme alışverişi yapmalarına gerek kalmamaktadır ve zamandan tasarruf ettirerek, hızlı ve kaliteli bir servis sunulmaktadır.

An innovative flight catering design examines processes ranging from preparation of foods to delivery to aircraft, to serving the passengers and disposal of waste. It identifies that airlines have been pre-eminent in initiating innovation and have largely been concerned with service improvements. According to the idea of designing the trolley, Hemitrope indicates having the twin structure with its usage. The combination of the trolleys creates the module of a pair. Two stewardesses start to serve from the front of the plane with one pair of trolleys (the module) and the other two stewardesses start to serve from the back of the plane with the other module. At the end of the serving process, they meet in the middle of the plane. The twin idea brings an innovation to the serving process. Every stewardess has her own trolley and equipment so there is no need to exchange anything with each other. They gain quality and shorter serving time through innovation.

Amatör elektro gitarcılar için tasarlanan etkileşimli dokunmatik ekran tasarımının özellikleri kullanıcıya göre kişiselleştirilebilen arayüzünün olması, müzik efektleri ile bu arayüzü birleştirip kullanıcıya sonsuz seçim olanağı sağlaması, kendi bestelerini kaydedip tabları, notaları ve şarkı sözlerini yazama olanağı sağlaması, elektro gitarla kayıt yapabilmesi ve her yere kolayca taşınabilmesidir. Birden fazla kullanıcı için yeterli giriş ve çıkış bulnmaktadır. Ayrıca aynı ürünlerin kendi arasında da bağlantı kurma olanağı vardır. Bireysel eğitim için kolaylık sağlayan bu tasarım internet bağlantısının olması ile birlikte tüm eğitim videoları indirme ve diğer multimedya özelliklerine sahiptir.

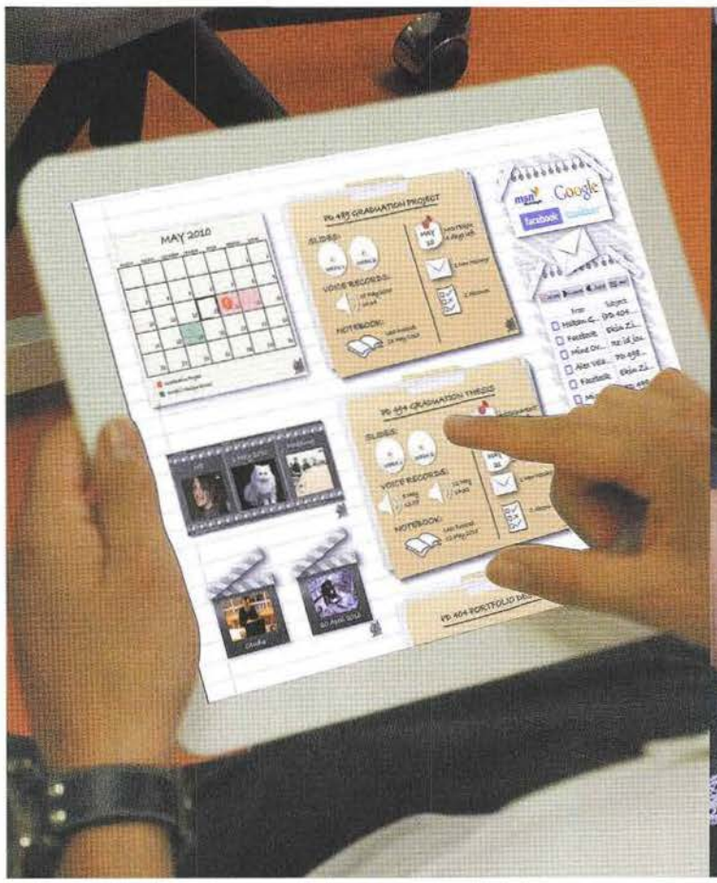
This interactive display design is supportive for amateur guitarist in playing electro guitar with the touch screen technologies and display design specifications taken into consideration. The interactive display design which a personalized interface for application in music production with using electro guitar effects, sound recording, writing and reading notes tabs and lyrics with using the touch screen pen or multi touch techniques, helping the individual with training and sound programs as well as multimedia and web applications. The interactive display design is for the amateur electro guitar players, because there is a big potential market for a new item in the music sector. There are many electro guitar equipments in the market which are quite expensive, have complex interface, no touch screen and irrelevant features for amateur musicians.

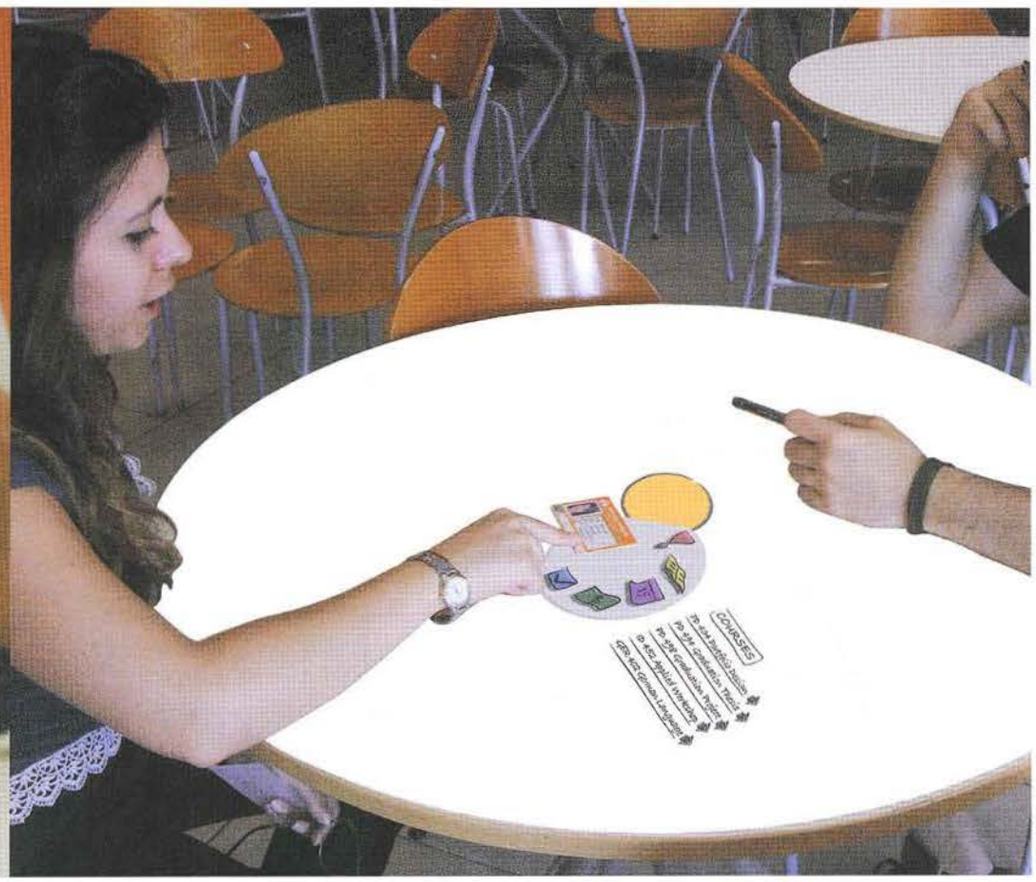
ECE ERU
ece_eru@yahoo.com.tr

EKİN ZİLELİ
ekinzileli@gmail.com
www.vimeo.com/12465039

Bu projenin amacı öğrencilerin bilgiye daha kolay ulaşabilecekleri ve onu paylaşablecekleri bir sistem sunmaktı. Bu amaçtan yola çıkarak öğrenciler arasındaki bilgi akışını en iyi şekilde sağlayabilecek yöntemler geliştirildi. Sonuçta öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayan bir kampüs bilgilendirme sistemi oluşturuldu. Bu sistem dört farklı üründen oluşmakta. Dijital Pano ve Dijital Masa'nın amacı öğrencilerle etkileşim kurarak istedikleri bilgileri görüntülemek. Tablet Bilgisayar okulun öğrencilere sağladığı bir kampüs dosyasını içeriyor. Öğrenciler istedikleri bilgileri bu dosyaya aktarıp öğrenci kartlarıyla kampus içerisinde bu dosyaya erişebiliyorlar. Smart Campus projesi sayesinde öğrenciler kampüs ile daha iyi etkileşim kurup okul içerisinde daha iyi vakit geçirebilecekler. Bunun dışında bilgi dağıtımı için kâğıt kullanımı azaltılıp daha verimli bir bilgi akışı sağlanabilecektir.

The aim of this project is to create interactive solutions for students to reach the information and share it easily. In this project, the most suitable ways to develop the information flow between students were defined. At the end, a campus information system was developed, which satisfies students' expectations. In this system there are four products. Digital Board and Digital Table interact with students to display information. Tablet Computer is a computer which has a campus folder provided by the university. Students can upload a document to this folder and view that document by using their Student ID in the campus. With Smart Campus Project, students would be able to interact with the campus and they will have more fun in the campus. In addition to that, the consumption of papers to spread information will be reduced and the information flow will be more effective.





Kemeraltı Guide (K-GUIDE). İzmir, dünyanın en eski şehirlerden birisi olarak, dünyanın en eski "pazar yerlerinden" ya da "alışveriş merkezlerinden" bir tanesine ev sahipliği yapmaktadır. Bu açıkhava alışveriş merkezinin adı Kemeraltı'dır. Yüzyıllardır, hatta binlerce yıldır, pekçok insan gerek yaşamsal öneme sahip gereksinimlerini karşılamak, gerekse kültürel açıdan önem verdikleri şeyleri bulabilmek için Kemeraltı'na gelmektedirler. Kemeraltı'nda bu köklü sürecin getirdiği bazı karmaşalar bulunmaktadır. Yüzlerce dükkanın,cafenin ve turistik yerin Kemeraltı bünyesinde olması, hem turistlerin hem de yerli halkın neyin nerede olduğunu bulmasını ve istediği yere en kısa zamanda ulaşmasını zorlaştırmaktadır. İşte bu probleme çözüm getirmek için üzerinde çalışılan K-Guide'ın esas amacı da Kemeraltı'na gezmeye gelen turistlere nerelere gitmek istiyorlarsa yol göstermek ya da yerli halkın gitmek istediği yere en kısa zamanda ulaşabilmesini sağlamaktır.

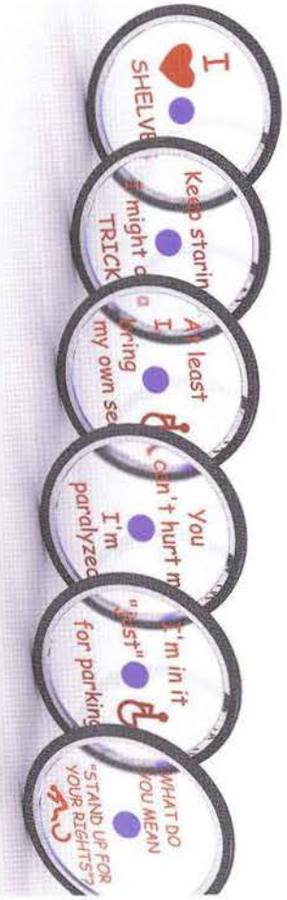
Kemeraltı is an important area in Izmir to find lots of nice shops. There are lots of shopping centres, cafés, restaurants and shops which sell different products like water pipes, accessories and traditional objects. They are spread to a large area. Finding the places where we want to go is difficult. Tourists and local people are potential users of K-GUIDE. Therefore, the aim of the project is guiding tourists and local people in Kemeraltı to where they want to go quickly with easy to understand instructions. The K-GUIDE also gives some information about the places located in Kemeraltı.

ELVAN PARLAR
elvanparlar@hotmail.com

ENVER TATLISU
etatlisu@hotmail.com

Genellikle belden aşağısı engelli olan insanlar hayatlarını sahip oldukları tekerlekli sandalyeye bağlı olarak geçirmektedirler ve bu insanlar çoğu piyasadaki mevcut tekerlekli sandalyelerden kaynaklı problemler yaşamaktadırlar. Engellilerin, günlük yaşamlarında bu tekerlekli sandalyeleri kullanmak durumunda olmalarından dolayı, bu ürünler bu insanların hayatlarını kolaylaştıracak, olabildiğince sorunsuz ve normal bir yaşam sunabilecek şekilde tasarlanmalıdırlar. Gelişen malzeme ve üretim teknolojileri sayesinde mevcut ürünlerden kaynaklanan problemleri giderecek şekilde tekerlekli sandalyelerin tasarlanıp üretilebilmesi mümkün duruma gelmiştir. Böyle bir tekerlekli sandalye kullanıcıya daha ergonomik bir kullanım sağlarken, kişinin sosyal hayata dahil olabilmesi için gerekli koşulları sunarak en temel yaşam ihtiyaçlarını da karşılayabilir. Ürünün potansiyel kullanıcı kitlesi, omurilik felci, çocuk felci gibi belden aşağısı engelli, 20 yaşın üstündeki yetişkin kullanıcılardır. Ürün kişisel kullanım için tasarlanıp, kullanıcıya mutlak kullanım bağımsızlığı sunmalıdır. Pazar araştırmalarının sonuçlarına göre piyasadaki mevcut ürünlerin fiyatları 600 ile 4500 lira arasında değişmektedir ve bu piyasada rekabet edebilmek için ürünün maliyetinin bu fiyat aralığını aşmayacak şekilde tasarlanıp geliştirilmesi gerekmektedir. Tekerlekli sandalyeler engellilerin hayatında çok önemli bir yere sahip olduğu için, sosyal hayatlarını da doğrudan etkileyen bir faktördür. Bu yüzden ürün, görsel özellikleri açısından güzel bir şekilde tasarlanmalı ve hatta kullanım özellikleri sayesinde kullanıcıya bir sosyal konum kazandırabilmelidir.

The lives of lower-limb disabled people depend on wheelchairs and most wheelchair users have problems with the existing products in the market. As disabled people have to use these wheelchairs in their daily lives, these products need to be designed to make life easier for them and provide a normal life as far as possible. With the development of materials and production techniques an innovative and high-tech hand-propelled wheelchair might be designed which reduces the difficulties brought by the existing designs. Such a wheelchair would provide a more ergonomic use and entertaining functions, and also would meet the basic needs of disabled people. Potential users are the lower-limb disabled people who spend most of their time in wheelchairs. It might be designed for the personal use and provide an absolute independence to the user. The age range of the users are 20 years and older, in other words potential users are disabled adults. The price of the product must not be more than $3000. Market research shows that existing products are priced between $400 and $3000. In order to compete in the market, existing prices should be considered. As wheelchairs are vital in disabled people's lives, they can have great impact on their social well being.



Hastane yemek aracı, hastane mutfağından hastaların kaldığı odalara veya hastane koridoruna getirilen, yemekleri güvenli ve sağlıklı bir şekilde hastalara verebilmeyi sağlayan bir üründür. Yapılan gözlemler ve anketlerden hastaların, hastane yemeklerine karşı bir önyargıları olduğu ve temizliğinden şüphe duydukları sonucuna varılmıştır. Hastaneler her ne kadar güvendiğimiz yerler de olsa virüs ve bakterilerle iç içe olduğumuz, dikkat edilmediği durumlarda ciddi sonuçlara yol açabilen yerlerdir. Tro Box, modüler sistemi ve katlanabilir iskelet yapısıyla hem hastane mutfağında yemekleri depolarken kolaylık sağlar hem de temizlenmesi ve hijyenik kalması daha da kolaylaşır. Tro box'ın bir diğer özelliği ise hastane personelinin yemek tepsilerini daha hızlı bir şekilde hastaya ulaştırabilmesi. Yemel tepsisi modülünün içerisinde ki yay sistemiyle, yemekler tek tek modülün önündeki tepsi bölmesinden hızlıca alınıp hastaya verilebilir. Modüllerin içerisindeki yalıtım sayesinde yemekler ve içecekler hastaya sıcaklığı değişmeden ulaşmış olur. Arabanın ön kısmında, poşet içerisindeki ekmek ve çatal-bıçakları, hastane personelinin veya hastanın, rahatlıkla alabilecekleri bir şeffaf bölme vardır. Tro box'ın hafifliğiyle bir kişinin onu rahatlıkla istediği bir yerden diğerine taşımasını sağlar. Yemek tepsisi ise üzerindeki kapak yardımıyla yemekler dökülmeden, hijyenik bir biçimde hastaya sunulur.

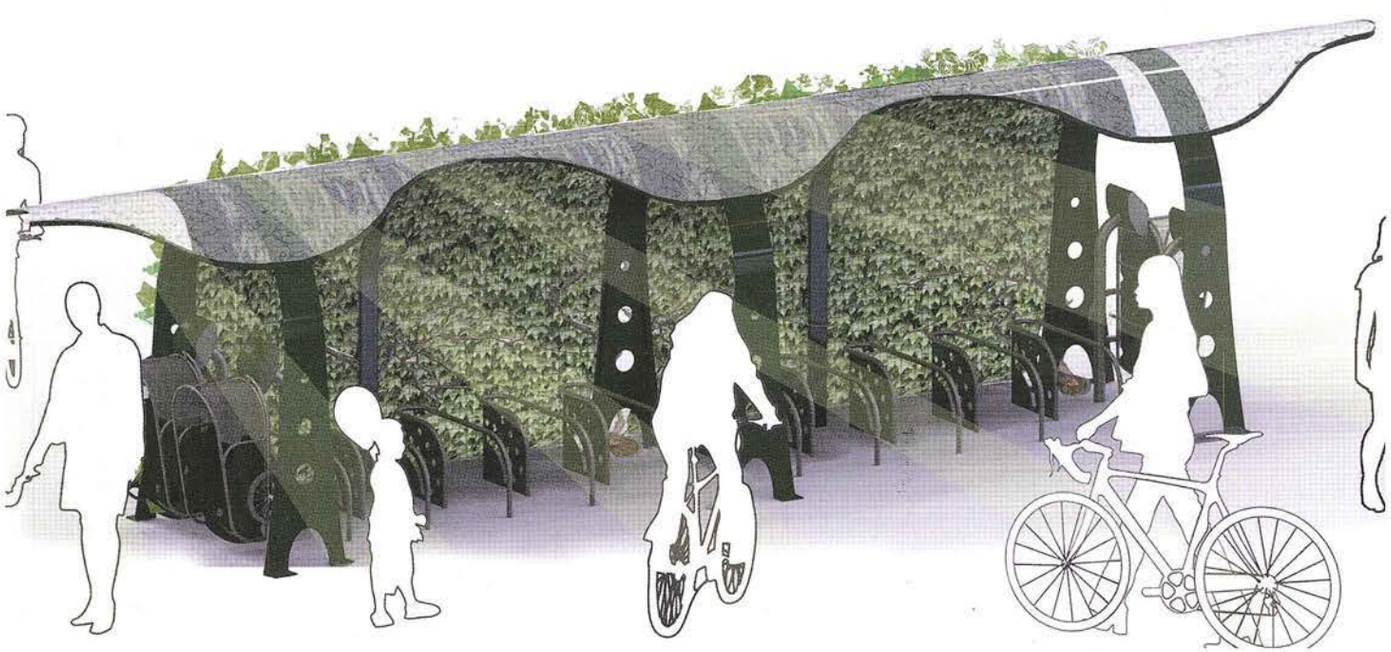
Hospital trolley is used for carrying the meals from the hospital kitchen to the patients corridor or patients room and serving meals to the patients in a safety and healthy way. My observations and questionnaires show that patients don't trust the meals that hospitals are supplying to them. Even if the hospitals are the trusted area on cleaning, in the absence of attention those places can cause serious disease because of viruses and bacteria. Tro box gives an advantage of storing the meals in the kitchen and clean the inner parts with the help of its modular and foldable system. Another advantage of Tro box is that hospital staff can serve much faster to the patients. With the help of insulation inside the modules, meals and beverages are served at the same temperature as they are loaded in the kitchen. In the front of the trolley a transparent section supplies an advantage for taking the cutlery and breads easily for the patients and staff. Tro box can be carried by one person to any place because of its light weight. The tray has two caps that let meals be served in a hygenic condition without concern for spilling.

ESİN KAVLAK
esin_kavlak@yahoo.com.tr

EZGİ EZDAR
ezgiezdar@hotmail.com

Pedalla, Balçova Belediyesi (İzmir, Türkiye) tarafından sunulan, Balçova sakinlerini kısa mesafede okula işe giderken bisiklet kullanımına teşvik eden ve bisiklet kullanımı için bir altyapı ve bisiklet römorku paylaşma hizmeti sunan bir sistemdir. Pedalla 4 farklı katmanda çalışır. Stratejik olarak okul, banka, alışveriş merkezleri gibi yaya trafiğinin yoğun olduğu yerlerde, kullanıcıların kendi bisikletlerini koyabilecekleri bisiklet park yerleri, Balçova'nın çeşitli yerlerine yerleştirilmiştir. Bisikletliler için gündüz saatleri kullanıma açık olan, otomobillerin giremediği yollar oluşturulmuştur. Bu yeşil hat oluşturulurken Balçova'nın eğimli oluşu ve seçilen bölgelerde araç trafiğinin yoğun olmaması dikkate alınmıştır. Ayrıca bu hat bisiklet park yerlerine ve okul, alışveriş merkezi gibi yerlere yakındır. Pedalla üyeleri için bisiklet römorku paylaşım sistemi oluşturulmuştur. Kullanıcıların fazla eşyalarını bu römorklarla taşımaları amaçlanmıştır. Hizmet üyelik sistemiyle çalışmaktadır. Üyeler bisiklet römorklarını ücretsiz olarak her kullanımda maksimum 24 saat boyunca alabilirler. Ayrıca anlaşmalı bisiklet ve ekipmanları satış yerlerinde ve tamir yerlerinde indirimler alırlar.

Pedalla is a framework for a municipality service in Balçova (İzmir,Turkey) which provides an infrastructure and bike trailer sharing system for the citizens who want to commute by bicycle in short distances to work, school, shopping etc. Pedalla works on 4 different layers. It serves bicycle racks, which is suitable for people's own bicycles, located strategically where there is high density of foot traffic such as schools, banks, shopping places etc. Car-free roads are created which are available for cyclists during day hours. This green line is located considering the inclination of Balçova and the low traffic areas closed to the bicycle parking units and commuters' destinations. Bicycle trailer sharing system is designed for pedalla members to carry their baggages. The system is based on membership. Members can use the bicycle trailers without payment for max. 24 hours for each use. There are discounts in contractual bicycle shops and repair shops.



Akya balıkçı botu geleneksel balıkçı sandallarını bir adım öteye taşıyarak, enerji, alan kullanımı ve malzeme konularında yenilikçi adımlar atmıştır. Dümen kontrol sisteminin çift yönlü kullanımı, kullanıcıya avlanma, ağ atımı ve seyir halinde teknede düzenlemeler yapmada kolaylık sağlamaktadır. Akya, balıkçı teknelerinde her zaman büyük problem olan saklama, alanda rahat hareket edememe, eşyaların saklanması sorunlarına çözüm getirmiş ve hareket alanını geleneksele kıyasla ciddi oranda arttırmıştır. İşletme maliyetini düşürmek ve çevreci olmak için kıyıdan ve güneşten aldığı enerjiyle aküleri şarj ederek motora enerji sağlar. Gövdede polyester, güvertede tik ağacı kullanılarak teknenin hafif olması sağlanmıştır.

The Akya fishing boat provides solutions for easy fishing, mobility and storage. It uses solar energy for charging the batteries and to reduce the expenses. Materials used for the boat include polyester and teak for light weight.

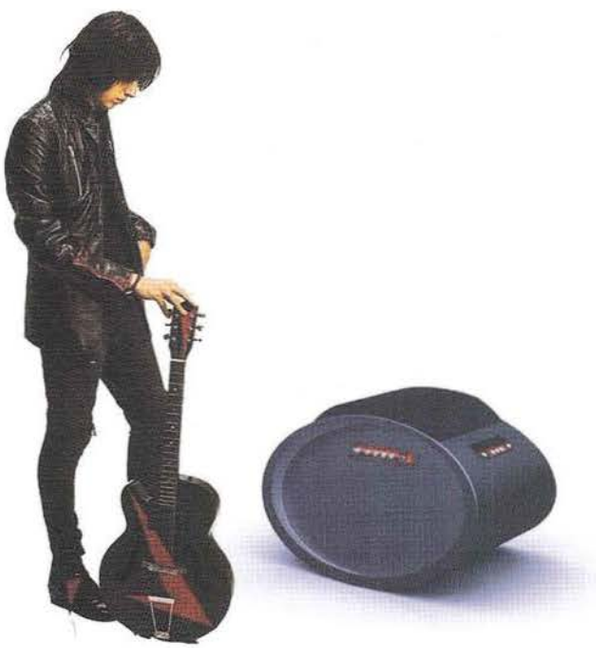
FATİH ONUR
faithonur@hotmail.com

HÜSAM KIRIMCA
hkirimca2004@yahoo.com

Rocker tube fun anfisi, müzisyenin enstrumanını çalarken sallanarak performansa yeni bir deneyim kazandırır. Karaoke yapılmasına da izin veren bu anfi, sahip olduğu Mt9 çalar desteği ile müzisyenin istediği şarkının solosunu çalmasına da imkan verir. Durağan bir performans yerine hareketli bir "rock n'roll" performansı için tasarlanan ürün, vokalist şarkısını söylerken gitaristin daha etkin bir deneyim yaşamasını sağlar. Mt9: Şarkıdaki her bir kayıt kanalının ses kuvvetinde oynanılmasına izin veren ses yazılımıdır.

Rocker tube fun amplifier gives a new rocking and karaoke experience with Mt9 technology. This unique amplifier has the karaoke option for guitars. While amazing singers are singing you play solo guitar with rocking on the amplifier. Mt9: This format is a kind of mp3 that can divide the vocals, drums and guitars in layers. With Mt9 player each channel's volume in the song can be adjusted separately.

rockertube



Teknoloji artık insanoğlunun dört bir yanında eve yürürken, bir yere giderken, tatilde vs. insanların önlenemez ve vazgeçilemez bir yanı haline gelmiştir. Özellikle cep telefonları, MP3 çalarlar, PDA'lar, taşınabilir oyun sistemleri, dijital kameralar, elektronik kitap okuyucular, bluetooth kulaklıklar, navigasyon üniteleri gibi taşınabilir aletler bunlardan bazılarıdır. Taşınabilir elektronik ürünlerin genellikle lityum polimer veya lityum pilleri bulunmaktadır ve bu pillerin şarj edildikten sonra belirli bir dayanma süresi vardır. Şarj bittiğinde ise güç kaynağına ulaşma zorluğu ortaya çıkabilir. Aynı zamanda insanlar için şarj aleti taşımak ya da bulmak zordur. Bunun için alternatif şarj aleti tüm şarj aleti problemlerine çözüm buluyor. Alteron hibrid sisteme sahip bir taşınabilir ürün şarj aletidir. Bu sistem güneş ve krank enerjisi üreten sistemlerin birleşmesinden oluşmuştur. İki alternatif kaynak da birbirlerine seri bağlanılıp 5V'luk enerji üretebilecek şekle getirilmiştir. Saklama bölmesi iki veya üç farklı ürünü şarj edebilmeye yarayan değişik şarj soketlerinin taşınabilmesine olanak sağlar. Gün ışığından yararlanmak için şarj aleti çanta askısı için tak/çıkar taşıma aparatına sahiptir. Ayrıca aparat, ürün şarj ederken yürümeye olanak sağlar, bu ise hem taşıma sorununa hem de güneş ışığından yararlanamama sorununa çözüm sağlar.

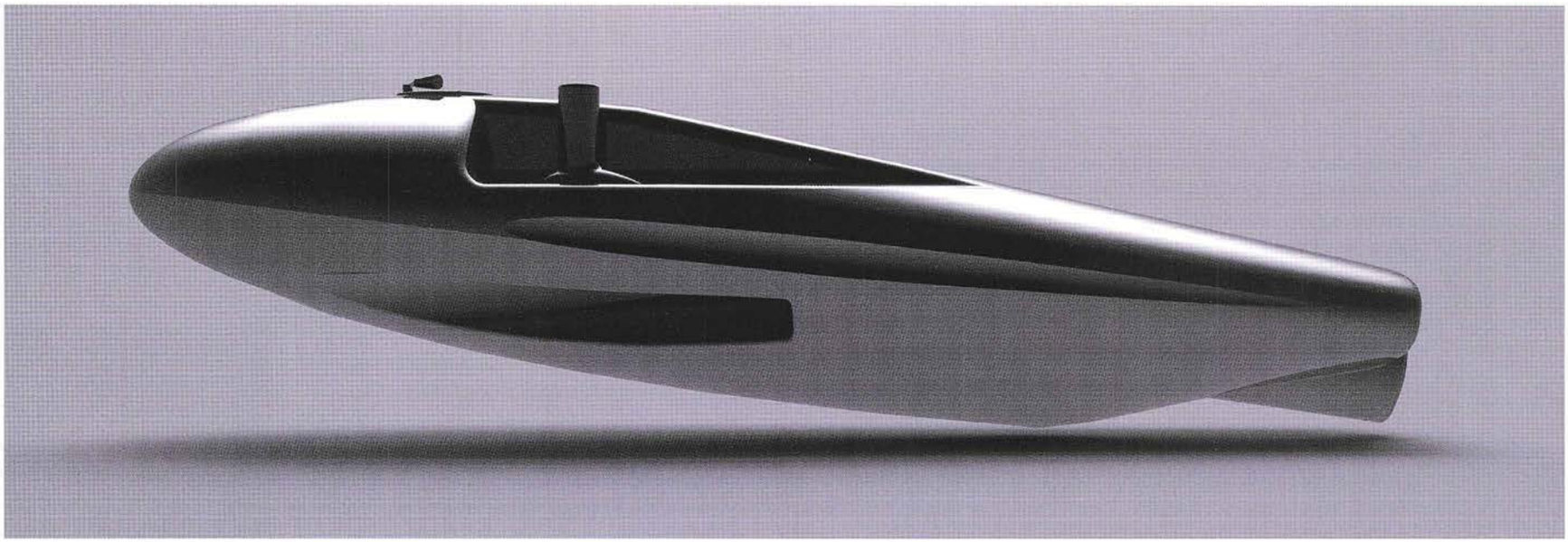
Technology is all around mankind when walking home, going somewhere, or on holiday. It can not be avioded and it has become indispensable for people—especially in the case of portable devices such as cell phones, MP3 players, PDAs, portable gaming systems, digital cameras, e-book readers, bluetooth headphones and navigation units. Portable electronic products have a limited working time that is supplied by rechargable lithium polymer or lithium batteries but when charging is needed because of the low battery, problem of inaccessibility to a power source may occur. It is also hard for people to carry traditional chargers or to find one. So, alternative device chargers provide a solution for all device charger problems. Alteron is a portable device charger which uses its power source from a hybrid system. This system is composed of solar power and crank power generators. These two alternative resources supply 5V of electricity for charging portable devices with a serial connection. Storage, which is made for different tips, gives the possibility of charging two or three different devices carried by the user. To take advantage of sunlight while walking or outside charger has an apparatus for bag handle. The charger has a portable device carrier that gives an advantage for charging the device on its body while walking. This solves problems such as carrying the charger and not being able to use sunlight.

MESUT KARABACAK
karaone86@yahoo.com

MUSTAFA AŞKIN
muzzy85@hotmail.com

Günümüzde zıpkın avcıları av yapacakları meralara grup halindelerse zodiac botlar sayesinde ulaşmaktadırlar. Piyasada satılan botların ve motorlarının pahalı olması nedeniyle herkes bu botlardan alamamaktadır. Günümüzde her alan için özel bir araç tasarlandığını göz önüne alırsak zıpkın avcılarının kıyıdan meralarına kadar gitmelerini sağlıyan bir araç tasarlamak bir çok zıpkın avcısının yaptıkları işi daha keyifli yapmasını sağlıyacaktır. Ürünün potansiyel kullanıcı kitlesi 18 yaş üstü kişi av yapmaya giden bir veya iki kişidir. Pazar araştırmalarının sonucuna göre piyasada zıpkın avcılarının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanmış motorlu bir taşıt bulunmamaktadır. Bu da pazarda rekabet edilecek hiçbir firmanın olmadığını göstermektedir. Ancak piyasadaki zodiac botların ve motorlarının fiyatları baz alındığında yeni tasarlanacak olan aracın en üst modelinin 1500-7000 lirayı geçmemesi gerekmektedir. Genel olarak zıpkın avcıları arabaları ile av yapılacak bölgeye gitiklerinden ürünün arabayla taşınabilecek şekilde tasarlanması gerekmektedir. Diğer deniz araçlarının kullanıcının olduğu yerden geçerken dikkatli olmalarını sağlamak için ürünün bir şamandıra görevi görmesi kullanıcının sudaki güvenliği için çok önemlidir. Tasarlanacak olan aracın su geçirmeyen bölmelerinin olması araba anahtarı gibi eşyalarının kıyıda kalmasını önleyerek motivasyon kaybını ortadan kaldırıcaktır. Bu bölmelerin yedek malzemeleri de kapsayacak kadar büyük olması gerekmektedir, çünkü avın ortasında kopan bir lastik veya ip için tekrar kıyıya dönmek bütün avın keyfini kaçıracağı gibi avın bitmesine de neden olabilir. Yapılan büyük avlarda ürünün üzerinde bir makara olması, avı takip etmek ve alabilmek için kullanıcının işini kolaylaştıracaktır. Ürünün görsel özellikleri zıpkıncıların böyle bir ürüne sahip oldukları için kendilerini farklı hissetmelerini sağlıcak seviyede olmasının yanında fonksiyonlarıyla da hobi amaçlı yapılan bu sıradışı sporu daha da kolaylaştırması beklenmektedir.

Spearfishers usually go hunting with zodiacs if they go with a group. Due to the high prices of zodiacs, only a small number of people can buy zodiacs. Today, designs are being made for every special demand as a vehicle. Based on that premise, design is a must for spearfisher vehicle. Transportation should be much easier than before and it should provide the use some joy. This product's potential user is above 18 years old and goes hunting alone or with another spearhunter. According to my market research, I found no vehicles for spearfishers. This shows me that there are no competitors in the market. On the other hand, the price shouldn't be higher than 7000 TL according to prices of existing vehicles such as zodiac boats and engines. In general, spearfishers go hunting with their cars, so the new design should be portable. Also, safety is another issue. In this design warning signs on the buoy will show other spearfishers in the area." There will be a special storage for car keys which is water resistant. This will prevent user from demotivation and keeps his/her concentration up. The storage also contains extra materials like bands detachment. Reel under the boat is another must because it will simplify the hunt as the hunter won't need to track the prey. Visual features of the product will differentiate itself from the others. Also, the product aims to simplify this extreme sport as a hobby.



Ayakkabı, varlığını binlerce yıldır sürdüren ve insanoğlunun ayağını dış etkenlere karşı korumaya yarayan temel bir üründür. Günümüzde daha cok moda aracı olarak da kullanılmaktadır. Modanın ayakkabı üzerindeki etkisi karşımıza model çesitliliği olarak gelmektedir. Özellikle kadınlar yüksek topuklu ayakkabılara karşı ilgi göstermektedirler. Yüksek topuklu ayakkabı kullanmak da beraberinde bazı olumsuzluklar getirmektedir. Yumuşak zeminde topuğun saplanması, engebeli yollarda denge kurmada zorlanma ve araba kullanırken pedallara basmakta zorlanma gibi sorunlar topuklu ayakkabı kullanıcılarının başına sıklıkla gelmektedir. Benim bu üründeki amacım bu tip problemlere karşı kolay ve pratik bir çözüm önermeye yöneliktir. Katlanabilir topuk sayesinde, bu ürün sabit topuklu ayakkabıların aksine bulunduğu duruma daha iyi uyum sağlayarak kullanıcıya kolaylık ve rahatlık sağlamaktadır. Isteğe bağlı olarak ökçenin yan tarafındaki düğmeye basarak gerekli ayarlama yapılır ve yedek ayakkabı taşıma sorununu ortadan kaldırılmış olur. Özellikle çalışan, araba kullanmak durumunda olan kadınlar ve genel olarak her kesime hitap eden bir projedir.

Shoemaking technologies are developing every day in style, functional, material and appearance. Also the function is becoming as important as the elegance. This is a product open for improvements in aesthetic and functional specifications. We can see the different types of futuristic products from fairs, magazines and internet blogs. In this project, shoes must be innovative and suitable for outside and inside usage. The top part can be from leather and the bottom part can be composite plastic for durability. There must be a suitable mechanism for making high heeled shoes flatter. At the same time it must not affect the foot health in a bad way. For example, if a woman (with high heeled shoes) wants to drive a car she must not be forced to change her shoes for flat ones. The product must satisfy that need. Furthermore, in summer events which genarally take place outdoors, high heeled shoes can sink into the soft ground. This product prevents that problem.

M. BURAK KOCABIYIK
burock003@hotmail.com

NECDET KARAMAN
damnednean@gmail.com

Ürün bir Medya koltuğudur. Medya koltuğu şöyle tanımlanabilir: İçine surround ses sistemi yerleştirilmiş, kullanıcının oyun oynarken, film veya TV seyrederken veya muzik dinlerken daha çok zevk alabilmesi için tasarlanmış ve aynı zamanda konforun en üst düzeyde tutulduğu bir koltuk. Ayrıca üretim maliyeti, basitçe çözülmüş mekanizması, kullanılan malzemesi ve seri üretim için uygunluğuyla fark yaratacak bir üründür. Retro tarzıyla eski zamanları seven insanların evlerinde modern kullanışlı bu koltuk çeşitli renk seçimleriyle fark yaratacaktır.

The product is a media chair in which surround sound system is integrated. This furniture is designed for playing video games, watching TV or movies and listening to music in a more enjoyable way. In other words, Media Throne is designed to use whole media products while providing the most comfortable sitting posture. Also production costs are decreased with simple mechanisms, materials and mass production. The Retro style chair with modern use and different color options will get the attention of people who like the old times.

Kahve - Kambur Çantası, sırta takılıp, gezgin şekilde servis elemanının kahve satmasına yarayan bir cihazdır. Bir tarafında espresso, diğer tarafında süt taşınır ve bu şekilde geniş bir menüde kahve çeşitleri sunulması sağlanır. Bu ürün ile Özgür ULUTAŞ insanların isteklerinin farkında bile olmaksızın, kahveye her ihtiyaç duyduklarında kahveye ulaşmalarını ve hatta kahvenin onlara ulaşmış olmasını sağlamayı denemektedir. Bir çok yoğun tempoda zihnini kullanan insan, hem kahveye ihtiyaç duymakta, hem de çoğunlukla bu kahve ihtiyacının farkında olmamaktadır. Bu proje sayesinde ihtiyaçlarının farkında olmayan insanlara bile kahve servisi sunabilmektedir.

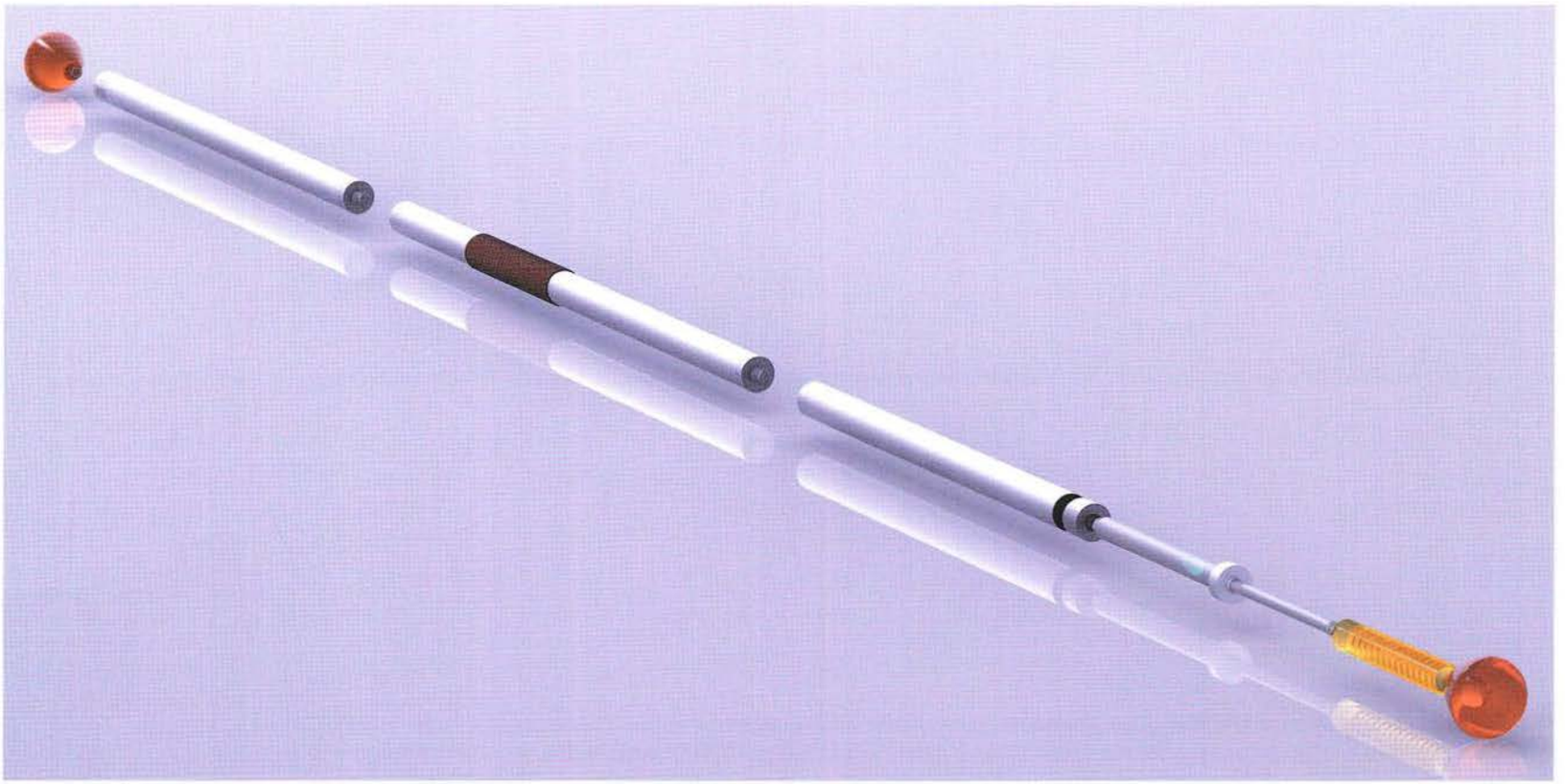
Coffee-Hunch Bag is a coffee container that hangs on the back of a service person. While one container contains espresso, the other one contains milk, so these two containers let the service person to offer customers a wide range of espresso products. With this product I tried to make people consume espresso and related products whenever they need or even without noticing the need. Most people with a busy mind do not recognize the need for something to drink. Potential consumers will be served coffee when they need it with this product.

ÖZGÜR ULUTAŞ
ozgur.thedesigner@gmail.com

ŞEVKET TAŞ
sevket-tas@hotmail.com

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte spor ürünleri de özellikle atletler üzerindeki etkileri yönünden çok spesifik olmaya başladı. Tasarlanan ürün spor dallarından atletizm kolu ile yakından ilgilenmekte ve ayrıca sektörden gelen ihtiyaçlara göre şekillenmekte. Asıl olarak ürün atletizm sporunun cirit atma dalı ile ilgilenmekte. Çünkü geçtiğimiz yıllar da dahil olmak üzere çalışma biçimleri değişmekte ve buna istinaden atletler yeterli koşulları sağlayabilecek durumda olan dağ kamplarını tercih etmekteler ve bu koşullar için salon tipi atış ekipmanına ihtiyaç duymaktalar. Ürün bu tip kamp merkezlerine göre tasarlanmakta. Ürün, salon tipi cirit atma ekipmanı olup demonte olabilme özelliğine sahiptir. Ayrıca baş ve arka kısmında farklı tip malzemeler kullanılarak atış ekipmanının ağırlığını değiştirebilmek ve zeminden veya atış ağından gelebilecek zararları en aza indirmek mümkündür.

With the development of the technology sports goods become more specialized and have high importance for the athletes condition. There is a sector which deals with the track & field sports goods and shaped by the sector's needs. The product is based on the javelin discipline. In recent years the training style has changed. Athletes choose mountain camping areas which have enough training conditions, so they must have specialized indoor throwing equipment. The design is specialized for this areas. The product is an indoor javelin throwing equipment which can be adjusted for changing the weight of the product. It will also have different parts on the tail and on the head part to eliminate damage due to hits on the ground. The product has a mechanism to eliminate the bump effect and the grip is similar to a real javelin.



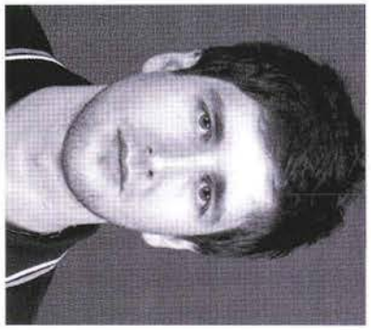
Bu ürün hamsi kızartılırken yaşanan yağ sıçraması, balık çevirilirken elin yanması gibi sorunlara kolaylık getiren bir üründür. Balıkları içinden çıkarmadan kızartmayı sağlayan çift yönlü ateşe dayanıklı, borosilikat camdan yapılmış hamsi kızartma tavasıdır. Çift yönlü oluşu sayesinde kızartma esnasında yağ sıçraması da önlenmiş olur. Kızartma sırasında balığın buğulamaya dönmemesi için ateşin üzerindeyken üstteki kapak kaydırılır ve iki tavanın üst üste oturduğu yerdeki yuvalar oynar ve buhar çıkış yerleri oluşur. Diğer tarafını çevirmek için tava eski konumuna getirilir ve yuvaları birbirine oturtulup çevrilir. Tavanın malzemesi cam olduğu için hamsinin kızarıp kızarmadığı da kolayca görülür. İki tarafı da kızardıktan sonra üst kapak alınır ve alt tarafı olduğu gibi masaya servise götürülür. Elektrikli ocaklara uygun olan bu ürün ateş ayırıcı kullanıldığı zaman gazlı ocaklarda da kullanılır.

This product is a pan to fry hamsi and it is made with dual fire resistant borosilicate glass which provides to fry the fish without taking it out. It solves problems which normallyoccur while frying hamsi such as oil burns or hand burns. The splattering of the oil is prevented thanks to its dual feature but to prevent the fish from turning to steam while frying it, the lid on the top is slid and the housings where two pans sits on top of each other moves and steam goes out. To turn its other side it is flipped over by putting it in its initial position and by placing the housings together. You can easily see if the fish is fried or not because the material of the pan is glass. After both sides are fried the upper lid is removed and the bottom part is served straight to the table. This product is suitable for electric oven and it can also be used on a gas stove with a flame spreader.

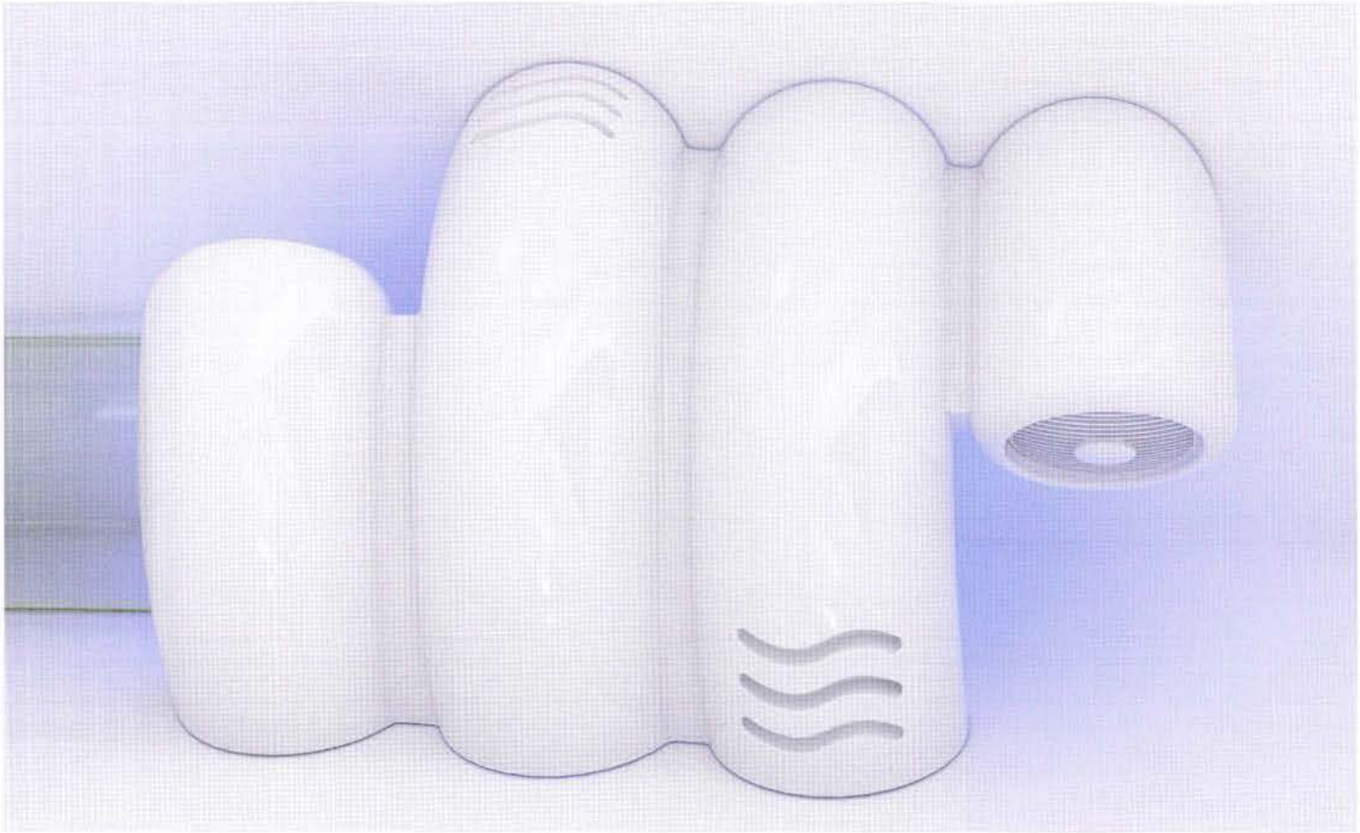
TUĞÇE ÖZKANER
tugceozkaner@yahoo.com

İnsan davranışları ve psikoljisi iç mekanlardaki çevre ile doğrudan bağlantılıdır. Günlük yaşamımızda stresten ve problemlerden uzak durmak için çeşitli çözümler bulmaya çalışırız. Çoğu insan rahatlamak, kendini iyi hissetmek ve şehir sorunlarından biraz olsun uzaklaşmak için doğal güzelliklerden ve konseptlerinden yararlanır. Bu konseptler ev içindeki hava destekleme ve soğutma üniteleri ile daha etkili şekle dönüştürülebilirler. Bu noktada insanlara ev içinde nasıl doğal ve farklı hava dene-yimleri yaşatılabileceğini araştırmamız gerekir. Bunun yanında günümüzde insanoğlu global ısınma, hava kirliliği ve aşırı nüfus gibi sorunlarla karşı karşıya kalıyor. Biliyoruz ki gelecekte doğal kaynaklar ve güzellikler tükendiğinde insanlar bunları yaşayabilmek için maddi olanaklarından yararlanacak ve bu alanda sektörleşmeler başlayacaktır. Bu noktada tasarım, doğa ile iç mekân etkileşimlerine yön verebilir ve farklı çözümler üreterek insanların bu etkileşimlerden yararlanmalarını sağlayabilir. Örnek vermek gerekirse oluşturabilecek bir hibrit sistem sayesinde oksijen, nem, soğutma, temiz hava gibi doğal faktörleri evimizin içine taşıyabilir ve bunların gerek sağlık gerekse psikolojik etkilerinden yararlanabiliriz. Bunun yanında kötü iç hava koşullarının oluşturduğu ölümle sonuçlanan bakteri ve hastalıklardan korunabiliriz. Bu amaçlar doğrultusunda tasarım ile doğal konseptler kullanılarak insan yaşamını ve motivasyonunu pozitif etkileyen bir ürün oluşturmak hedef alınmıştır. Proje sonunda oluşan ürünün insan sağlık ve psikolojisi üzerindeki etkileri doğrultusunda tasarım süreci sonlanacak ve seri üretimine başlanacaktır.

Human attitudes and psychology directly connects with environment. In our daily life we are trying to find some solutions for keeping away from stress and problems. Most people prefer natural features and beauties for relaxing, healing, feeling good and away from city problems. These features can be effective with combining indoor air support and cooling systems. At this point we need to find information on how people live natural and different weather experiences in their home with these systems. Also in today's world humankind faces global warming, air pollution and over population problems. We know that in the future, natural resources will run out and people will need money for feeling the nature and living with these resources. Design solutions can propose ways for interaction with nature in indoor areas. At this point we have to work on natural concepts, air purifiers, humidifiers, oxygen machines and conditioners to design a hybrid system for sustaining the natural air in our homes. Humidity, ion, carbon dioxide and granules which we can't see in air are also important to identify these fresh emotions. This connects directly with brain functions and motivation which needs certain chemicals and psychological support. Interaction of people with bad and spoiled air leads to unrest and lack of motivation. Also illnesses due to the closed and bad-aired spaces can be dangerous and may lead to death due to the bacterium growth in such areas. The main aim is to provide positive effects on lives and motivations of the people in indoor areas with natural climate conditions and concepts used in this design.



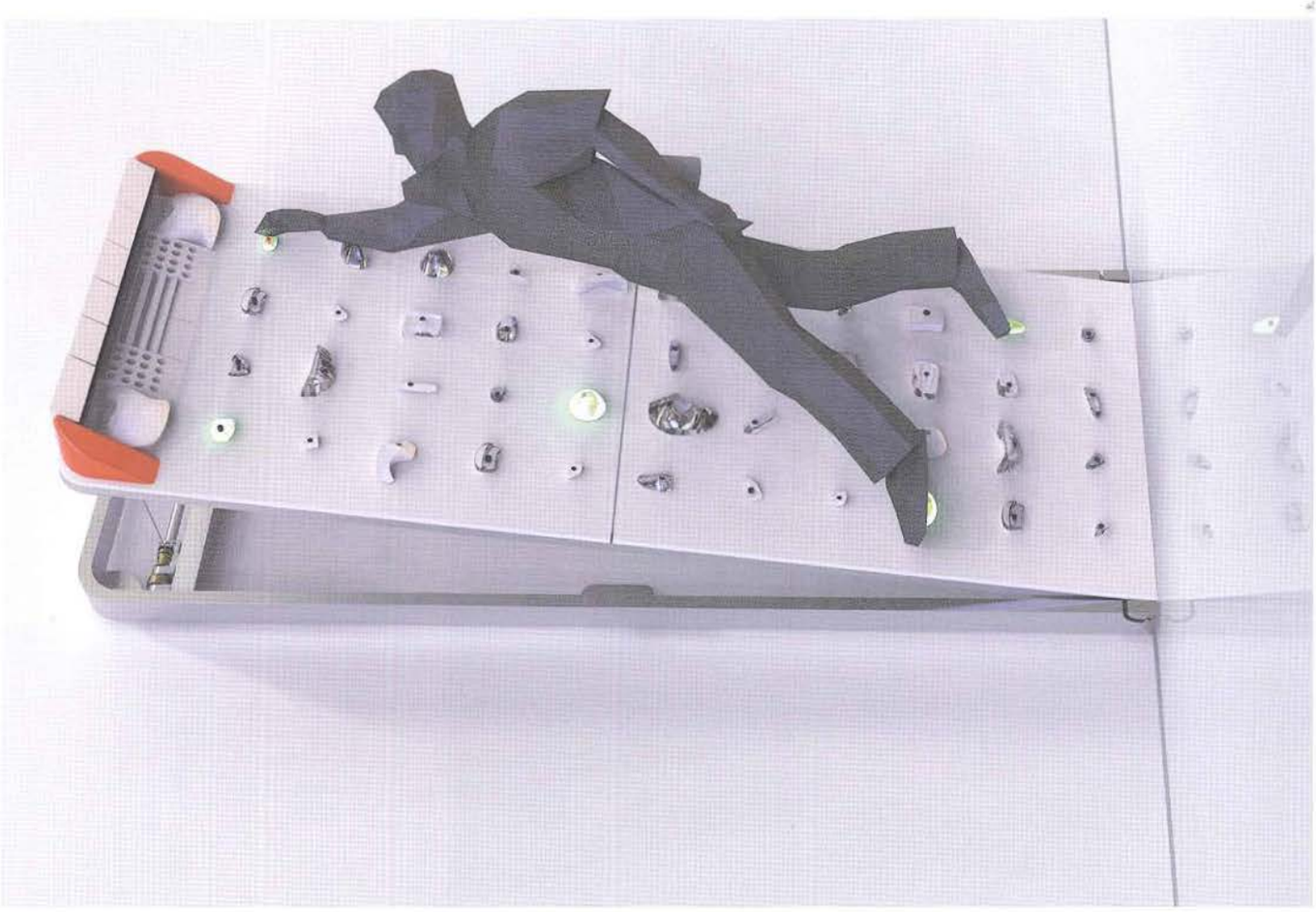
YAVUZ CENGİZ
yavuz_cengiz_@hotmail.com



Yapay duvar tırmanışı günümüzün en popüler sporlarından biri haline geldi. Kişisel bir tırmanış duvarı neredeyse bütün tırmanıcıların hayali. "Trainwall", paketiyle beraber satılan ve kolayca kurulabilen bir iç mekân tırmanış duvarıdır. Tırmanış duvarlarında rota yapımı özellikle bu spora başlayanlar için ciddi bir sorundur. "Trainwall", otomatik rota yapımı yeniliği içerir. Bilgisayar bağlantısıyla yüklenen veriler kolay, orta ve zor seviyelerde rotalaları belirler. Şeffaf üretilen tutamaklar belirlenen rotaların LED ışığı ile işaretlenmesini sağlar.

Indoor climbing has become one of the most popular sports today. A personal climbing wall is the dream of every climber. Trainwall is sold in a package and can be assembled easily by any person. It has the "route setting" innovation. By an automatic route program climbers will be guided about the route setting. Transparent holds will be marked by LED lights to show the route to the climber.

yiğit ULUTAŞ
yitututas@yahoo.com



ZEYNEP ŞAHİN
zeynepsahin03@yahoo.com

Ürünün kullanıcı hedefi, huzur evlerinde yaşayan yaşlı insanlar. Yaşlıların en büyük ihtiyaçları, harici olarak kullanabilecekleri, kendilerine asistanlık yapabilecek cihazlar. Fakat piyasada varolan cihazlar oldukça karmaşık. Benim tasarımımın amacı ise onları bu karmaşıklıktan kurtarabilmek. Çoğu yaşlı insanın fiziksel engellerinin yanı sıra teknolojiye karşı ön yargıları da mevcut. Bu nedenle, tasarımım onlar için birden fazla özelliği kapsıyor; kolay, tanıdık ve teknolojiye karşı oluşan korkularından kurtulabilecekleri, özel olarak geliştirilmiş, acil durum butonu bulunan kişisel bir asistan. Bu tasarım diğer kullanıcılarıyla ve cihazlarla internet yolu ile bağlatı kurabiliyor. Bilgi gönderimi ve alımı yapılabiliyor. Ayrıca müzik çalar ve fotoğraf albümü sayesinde eğlence amaçlı da kullanılabiliyor. Tasarım çok işlevli, yenilikçi ve en son teknoloji kullanarak tasarlandı. Yaşam süresinin gün geçtikçe uzaması sebebiyle bu ürün dünya pazarında satışa açıktır.

My target group is elderly people who live in rest homes. They need an assistant to control the external electronical devices which are more complex for them. To get rid of this complexity my design must solve this problem. Most of the elderly people with physical disabilities have also emotional blocks for digital technological devices. Therefore, this product has more than one feature. It is a simple, familiar and personal assistant for elderly people to overcome their fears for technology with its specialized remote control which can be used in emergency. This product will help connect users with each other over the internet (e-mail, sharing information and data) and other external products. They can receive and/or send their data. Finally, they can use this product for entertainment via music player and photo album. This product is multi-functional, innovative and uses the latest technology. It will be sold over worldwide markets because of the expansion of human lfie.

TASARIM YÖNETİMİ
DESIGN MANAGEMENT

CANSU GENÇKIRLI
encansubenim@gmail.com

Radyoeko Lounge ve Radyoeko Online Corner, İzmir Ekonomi Üniversitesi internet radyosu için tasarlanmış olan sistemin ürünleridir. Radyoeko'nun bilinirliğini arttırmaya yönelik tasarlanan bu sistemde amaç öğrencileri radyoya dahil edebilmek ve radyonun dinlenmesini sağlamaktır. Kampus içine yerleştirilecek olan mikrofon şeklindeki Radyoeko OnlineCorner'a öğrenci kartı ile giriş yapılarak sesli olarak mesaj bırakılabilmektedir. Daha sonra bu sesli mesajlar radyoda geliştirilen "o değil de" programı formatında yayınlanmaktadır. Ayrıca öğrenciler boş vakitlerinde okul radyosu yayını veren Radyoeko Lounge içinde keyifle dinlenebilirler.

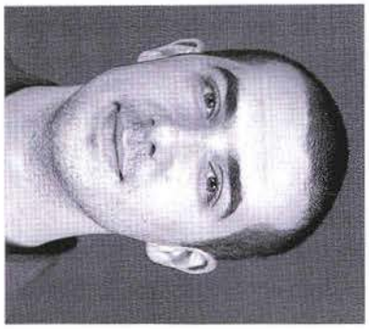
Radyoeko Lounge and Radyoeko Online Corner are the products of a system which is designed for the internet radio of Izmir University of Economics. The aim of this system—which is designed to increase the awareness of Radyoeko—is to get students involved in the radio and enable the radio to be heard. Everyone can log on the Radyoeko Online Corner which has the shape of a microphone and which will be located in the campus students log in with their student ID cards and can leave a voice mail. Later, these voice mails would be broadcast in the format of a program called "o değil de" which is developed by the school radio. Also, students can take a rest in the Radyoeko Lounge—which broadcasts the school radio—in their spare time for pleasure.

Bu proje 1972 yılında kurulan ve şimdi iki farklı şubesi daha olan Kıbrıs Pastaneleri'ne kurumsal kimlik yaratmak üzerinedir. Markanın, bir ülke ismi olması ve ortak kullanıma açık bir marka ismi olmasından dolayı amaç, Kıbrıs Pastaneleri'ni şubeleriyle birlikte halen var olan veya var olması muhtemel aynı isimli pastanelerden ayıracak, özgün bir kimlik yaratmaktır. Bu sebeple marka geçmişini koruyan ve ona sahip çıkan bir konsept ve kurumsal kimlik, ayrıca bu doğrultuda yenilikçi tasarım çözümleriyle iç mekân ve ürünler tasarlandı.

The project is about designing a corporate identity for Kıbrıs Pastaneleri which was first established in 1972 and now has three branch shops in Muğla, Marmaris and Milas. Due to the fact that the brand name is a country name, it is used commonly. Thus, the aim is to create an identity so that all the branch shops share unique brand characteristics and differentiate from other existing shops with the same name. Therefore, an identity that protects and respects the heritage of the shops was designed and includes interior solutions and several products.

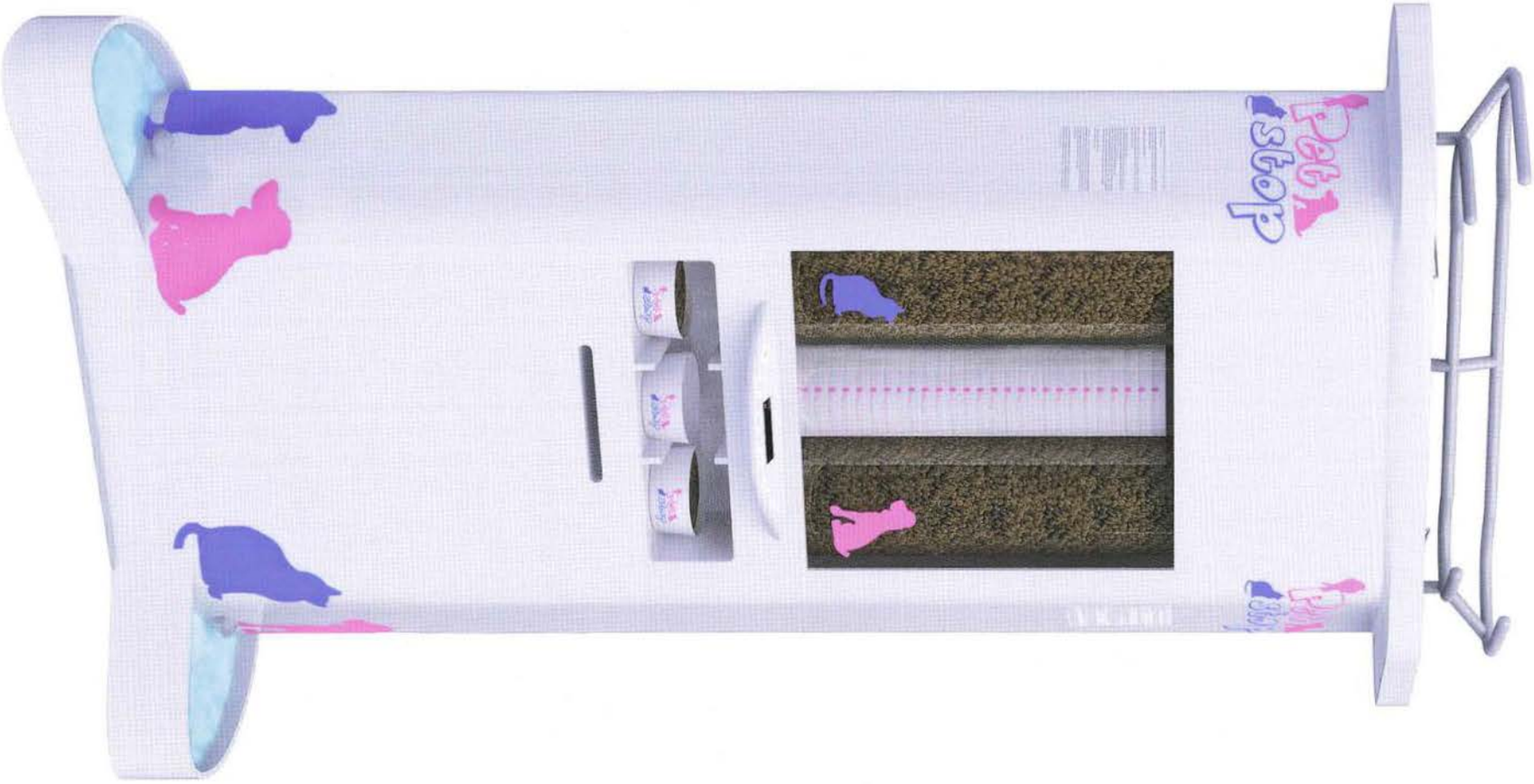
DERYA BAKÇEK
deryabakcek@hotmail.com

EFECAN ÇAKMAKÇI
canefe07@hotmail.com



Günümüzde ortak kullanım alanlarında evcil hayvanların su içebilecekleri, çevreyi kirletmeden beslenebilecekleri bir sisteme ihtiyaç duyulmaktadır. Aynı şekilde bu sistemin daha güvenli bir şekilde evcil hayvanların dışkı sorununu da çözmesi gerekmektedir. Bu sebeple "Pet-Stop" kavramı önerilir. Bu sistem, "Mustafa Kemal Caddesi" boyunca 0.8 km aralıklarla yerleştirilebilir. "Pet-Stop", su, gıda ve hayvan pislikleri için plastik torba sağlayan bir makinedir. Bu makinenin tepesinde, kuşların su içebilecekleri ve durabilecekleri bir sistem hazırlanmıştır. Sokak hayvanlarını beslemeyi seven insanların ve evcil hayvan sahiplerinin Pet-Stop makinelerini kullanmak için bir kart satın almaları gerekmektedir. Bu kartlar evcil hayvan dükkânlarından ve veterinerlerden satın alınabilir. Su düğmesine basıldığında kaba yarım litre su dökülmektedir. İnsanlar evlerinden sokak hayvanlarına kendi yiyeceklerini getirmek için boş kâseler satın alabilirler.

There is a need for a system that helps pets to drink water and take nourishment without polluting the environment while solving the problem of pet droppings. Pet-Stop is a system which can be placed along the "Mustafa Kemal Avenue" with 0.8 km intervals. It consists of a machine which provides water, food and plastic bags for pet droppings. At the top of this machine, there is a system for birds to stop by and drink water. Pet owners and people who love to feed the stray animals can buy a card which is required to use Pet-Stop machine. People can buy empty bowls to bring their own food to stray animals from their homes.



PAZAR'M bir hizmet sektörü firmasıdır ve keşfedilmemiş bir pazar olan ikinci el eşya satış etkinliğinde konumlanmaktadır. Sürdürülebilir bir doğa ve ekonomi için ekonomik değerleri tükenmeyen ürünlerin el değiştirmesi gerekmektedir. Bu aynı zamanda tüketim toplumunun olumsuz yan etkilerini de azaltacaktır. Öte yandan Türk halkındaki "bit pazarı" ön yargısı PAZAR'M'ın zayıf yanı ve tehdit unsurudur. Bunun için halkla ilişkiler ve pazarlama çalışmaları ile firma kendini hitap ettiği kitleye ulaştırmayı planlamaktadır. PAZAR'M, müşterilerine iyi tanımlanmış ve organize edilmiş ikinci el satış etkinlikleri sunar. Tüm alt yapı ve destek unsurları ile mükemmel bir sistem içinde müşterisinin memnuniyetini sağlar. Firma gelir kaynaklarını çeşitlendirmek ve ikinci el satış kanallarını arttırmak için özel bir kiosk olan M-Point'leri halka açık yerlerde konumlandırmıştır.

PAZAR'M is a service company and it is located in second-hand sales event markets as a niche. For a sustainable environment and economy, products which still have economic value need to find their optimum positions. This also reduces the side effects of consumption culture. On the other hand, the weakness and threat point of PAZAR'M is the "flea market" prejudice in the Turkish Society. Therefore, public relations and marketing activities are also presented by PAZAR'M to address the target market. PAZAR'M provides well-defined and organized second-hand sales events to its customer. All infrastructure and supporting units come out to maximize customer satisfaction by PAZAR'M. The company is using M-Point which is a kind of kiosk to improve the sales channel and to diversify income sources placed in public places.

KAYAHAN DEDE

ORKUN KOÇYİĞİT
kocyigit_orkun@hotmail.com

Türkiye'de ilk yardım çantasının kullanım oranı diğer ülkelerdeki kadar yüksek değildir. Günümüzde ilk yardım çantalarının kullanımları yeterli bilgi içermedikleri için kolay değildir. İlk yardım çantasıyla ilk defa karşılaştığımızda tasarım hatalarından dolayı birçok problemle karşılaşıyoruz. Arabalarda ilk yardım çantasının bagajda olması da bir kaza anında buna ulaşmamızı engellemektedir. Quickit ilk yardım çantalarının amacı her kullanıcı kitlesine hitap ederek kolaylıkla kullanmalarını sağlamaktır. Bu ilk yardım çantasının diğerlerinden farkı içinde aydınlatıcı ve yeri belli eden ışığının olması ve termos bulunmasıdır. Bir kaza olduğu zaman ışıklar kazanın yerini belli eder ve kaza mahalinde ilk yardım yapılabilmesi ya da bir başka kazaya sebep olmamak için ışık sağlar. İçindeki termosun amacı ise ürünü daha kullanılabilir hale getirmek ve kullanıcıyı bilinçlendirmektir. İlk yardım çantası her gün açılan bir ürün değildir fakat bu tasarım sayesinde ürünün daha gündelik bir ürün olmasını sağlanarak kullanıcıya ilk yardımın nasıl bilinçli olarak yapılacağı gösterilmektedir.

In Turkey, the usage of first aid kits is not as frequent as in other countries. Nowadays using first aid kits are not easy without proper knowledge. When someone uses a first aid kit for the first time, some understanding and usage problems occur because of its design. There are not enough first aid equipments for all passengers. They don't have the necessary graphics and written information. Also the placement of the first aid kit is not proper. They are in the baggage compartment of vehicles and this causes reaching problems. The aim of Quickit is to create a difference for every target customer with its new contents such as a thermos and a lighting device. When an accident happens, this lighting device gives light and helps find the accident area. When people want to use the thermos they have to open the kit so they can see the instructions and have an opinion about how to use it. This also increases the usability of the product.

Alzheimer risk grubu için tasarlanmış bir ürün henüz yok. Remo, tüketiciye farklı bir Sudoku deneyimi sunuyor. Tek kişi ya da karşılıklı iki kişi ile oynanabilen bu ürün, Sudokuyu çok farklı bir yöne çekiyor. Remo'nun temel farkı ise, Sudokunun aksine 2 kişi oynanabilmesi için tasarlanması. Remo'nun rakamları iki farklı renktedir ve oyun sıra tabanlı oynanır. Her oyuncu sırayla rakamları yerleştirir ve oyun kendi mekaniklerini yaratır. Her oyun farklı bir başlangıç olduğu için, farklı yönde ilerler ve farklı deneyimler sunar. Orta yaş için tasarlanmış olan bu oyun, hafıza oyunu severlere yeni bir deneyim yaşatıyor.

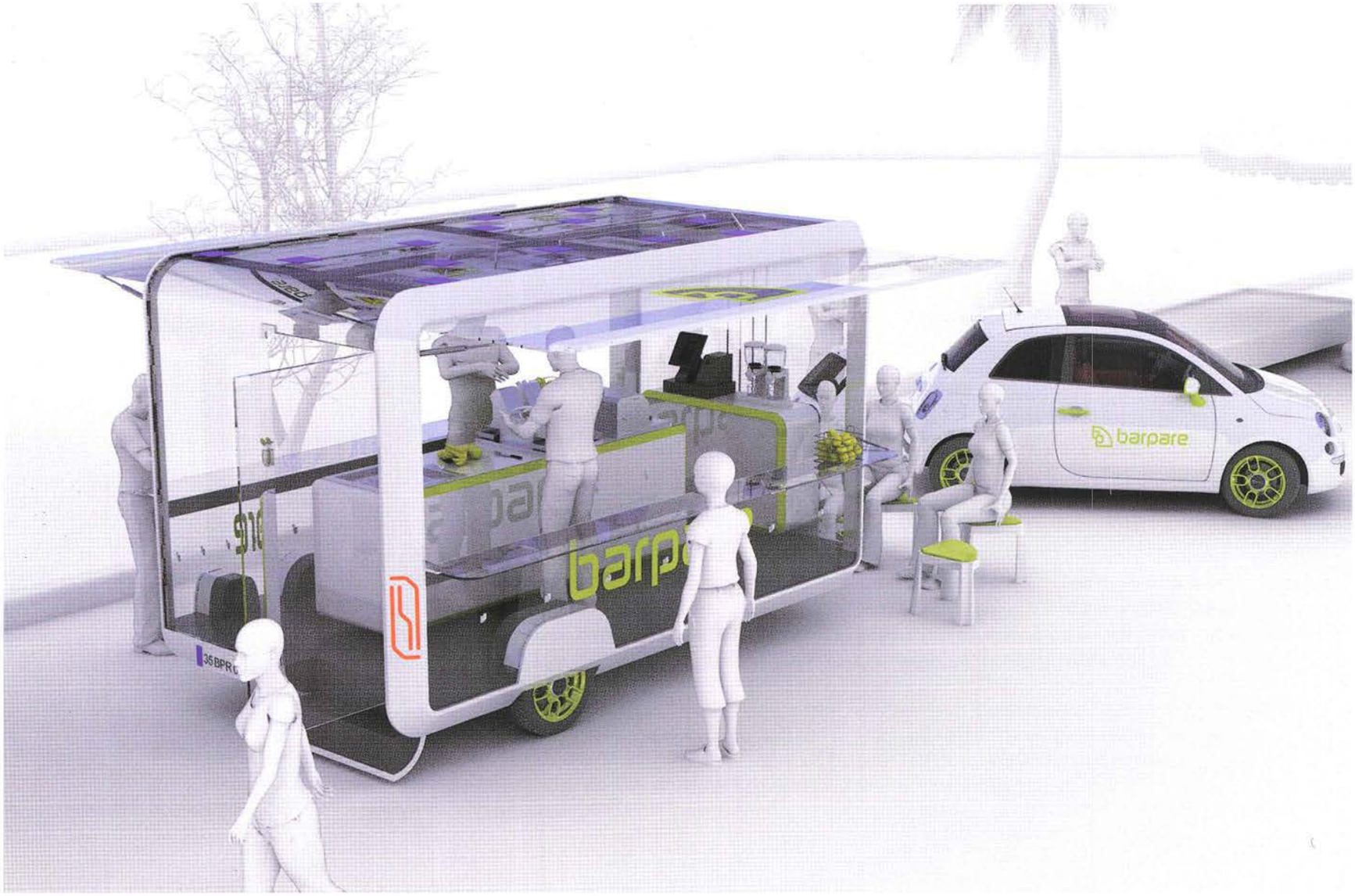
A product for the Alzheimer risk group hasn't been designed yet. Remo provides a different Sudoku experience to customers. There are "single-player," "plus form" and "competitive" versions. Remo is also suitable for retail sales. The main difference of Remo from Sudoku is that it is designed for two people to play. Remo has 2 different colors for numbers and they are played turn based. Also, Remo doesn't need replaced numbers for starting the game. The game creates its own dynamics during its course. Remo, which is a designed board game for middle-aged people, is an interesting experience for memory game players.

TARDU MERSİN
tardumersin@hotmail.com

TUBA KOÇBAŞ
tubakocbas@gmail.com

Barpare, mutfaklarda yemek hazırlama sürecinde kaybedilen zaman ve pazar alışverişlerinin yorucu olması sorunundan yola çıkarak; bu sorunların giderilmesine yönelik, yerel pazarlar içinde yer alacak ve mobil olarak hizmet verecek bir sistem tasarımıdır. Pazar alışverişleriniz sonrası sebze ve meyvelerinizi teslim ettiğinizde ürünlerin yıkanması, soyulması, doğranması ve paketlenmesi hizmetlerini sağlamaktadır. Barpare'de aynı zamanda, taze sıkılmış meyve suyu içebileceğiniz ve taze meyve dilimleri tüketebileceğiniz bir dinlenme alanı da bulunmaktadır.

Barpare is a system design which aims to provide mobile services in local markets. It saves the time spent for preparing the food in the kitchen and turns the exhausting market shopping process into a fun experience. Barpare takes your vegetables and fruits after shopping and then provides the services of washing, peeling, slicing and packaging of the products you have bought. Besides, a recreational area that resembles a bar is designed where you can drink fresh juices and eat fresh fruit slices while taking a rest.



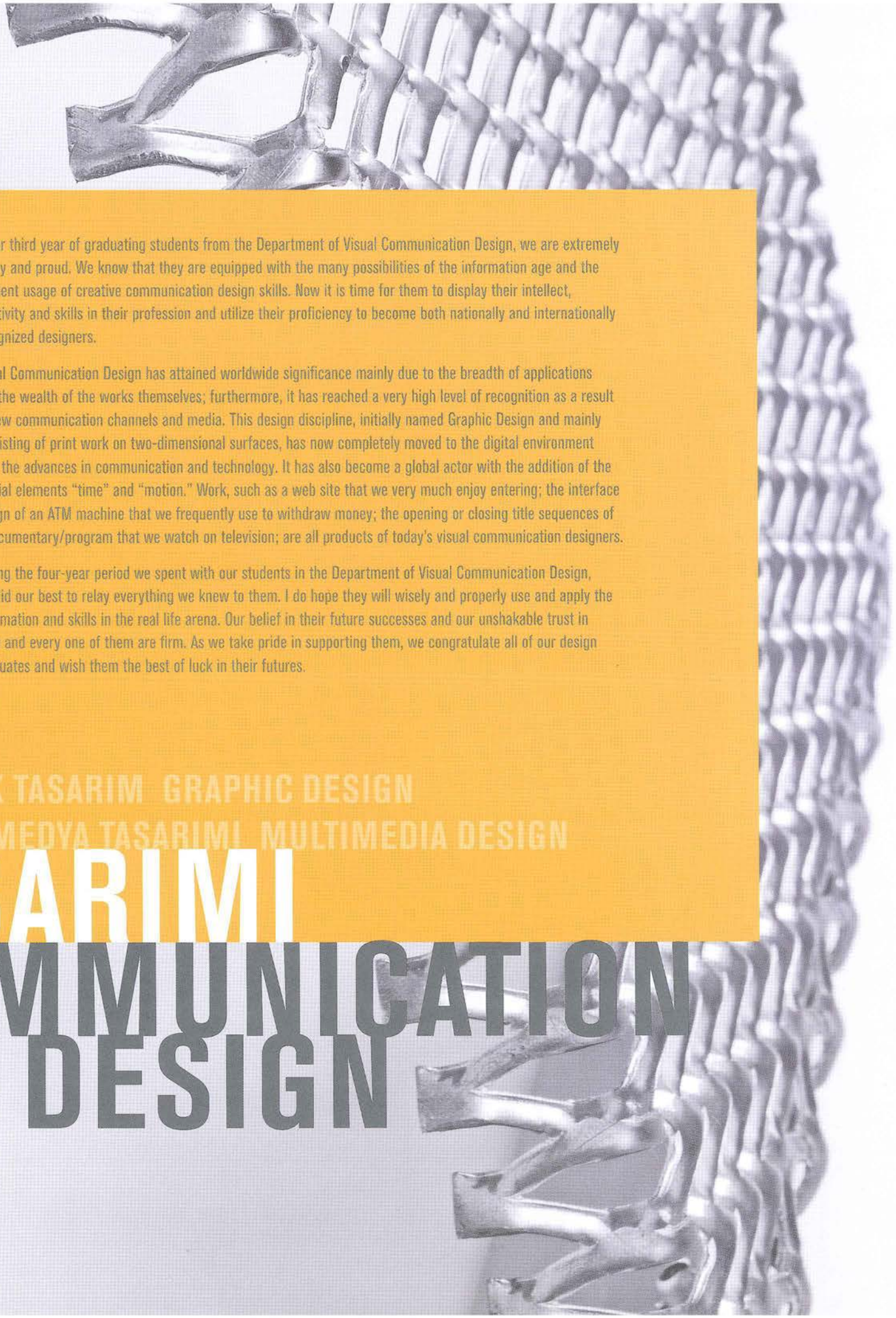
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü'nden üçüncü yılda mezun ettiğimiz öğrencilerimizle son derece mutlu ve gururluyuz. Biliyoruz ki onlar bilgi çağının sunduğu olanaklarla, görsel anlatım ve iletişim yeteneği gelişmiş, yaratıcı tasarımcılar olarak hayata atılıyorlar. Artık bilgi birikimlerini yaratıcılıkları ve mesleki becerileri ile birlikte gösterme, yeteneklerini ulusal ve uluslararası düzeyde sergileyebilme düzeyine erişmişlerdir.

Görsel İletişim Tasarımı'nın dünyadaki önemi, özellikle uygulama alanlarındaki çeşitlilik ve işlerdeki zenginlikle çok üst seviyelere çıkmış, yeni iletişim kanalları ve ortamları ile beraber inanılmaz boyutlara ulaşmıştır. Grafik Tasarım adı ile kâğıt yüzeylere basılı iki boyutlu bir uygulama biçimi olarak başlayan bu tasarım alanı, son yıllarda hızla gelişen iletişim ve teknoloji imkânları ile tamamen dijital ortama taşınmış, 'hareket' ve 'zaman' faktörlerinin de eklenmesi ile küresel bir aktör haline gelmiştir. Internet'te çok beğendiğimiz bir web sayfasının tasarımından, para çekmek için kullandığımız bankamatikteki ATM makinesinin arayüz tasarımına ya da akşamları seyrettiğimiz bir dizi veya belgeselin açılış ve kapanış jeneriklerine kadar tüm bu işler görsel iletişim tasarımcısının çalışmalarının ürünüdür.

Görsel İletişim Tasarımı bölümünde öğrencilerimizle birlikte geçirdiğimiz dört sene içinde bildiğimiz her şeyi elimizden geldiğince aktarmaya çalıştık. Bundan sonra gerçek arenada verecekleri yaşam mücadelesinde öğrettiğimiz tüm bilgi ve becerileri doğru ve akıllı bir şekilde kullanacaklarını umuyorum. Kendilerinin gelecekteki başarılarına olan inancımız ve her birine olan sarsılmaz güvenimiz tamdır. Tüm tasarımcılarımızla gurur duyduğumuzu belirterek, hepsine sonsuz başarılar dilerim.

Hakan Ertep
Bölüm Başkanı, Head

GÖRSEL İLETİŞİM
VISUAL



In our third year of graduating students from the Department of Visual Communication Design, we are extremely happy and proud. We know that they are equipped with the many possibilities of the information age and the efficient usage of creative communication design skills. Now it is time for them to display their intellect, creativity and skills in their profession and utilize their proficiency to become both nationally and internationally recognized designers.

Visual Communication Design has attained worldwide significance mainly due to the breadth of applications and the wealth of the works themselves; furthermore, it has reached a very high level of recognition as a result of new communication channels and media. This design discipline, initially named Graphic Design and mainly consisting of print work on two-dimensional surfaces, has now completely moved to the digital environment with the advances in communication and technology. It has also become a global actor with the addition of the crucial elements "time" and "motion." Work, such as a web site that we very much enjoy entering; the interface design of an ATM machine that we frequently use to withdraw money; the opening or closing title sequences of a documentary/program that we watch on television; are all products of today's visual communication designers.

During the four-year period we spent with our students in the Department of Visual Communication Design, we did our best to relay everything we knew to them. I do hope they will wisely and properly use and apply the information and skills in the real life arena. Our belief in their future successes and our unshakable trust in each and every one of them are firm. As we take pride in supporting them, we congratulate all of our design graduates and wish them the best of luck in their futures.

GRAFİK TASARIM GRAPHIC DESIGN
MULTİMEDYA TASARIMI MULTIMEDIA DESIGN

TASARIMI COMMUNICATION DESIGN

DEMET ATINÇ
demetatinc@gmail.com

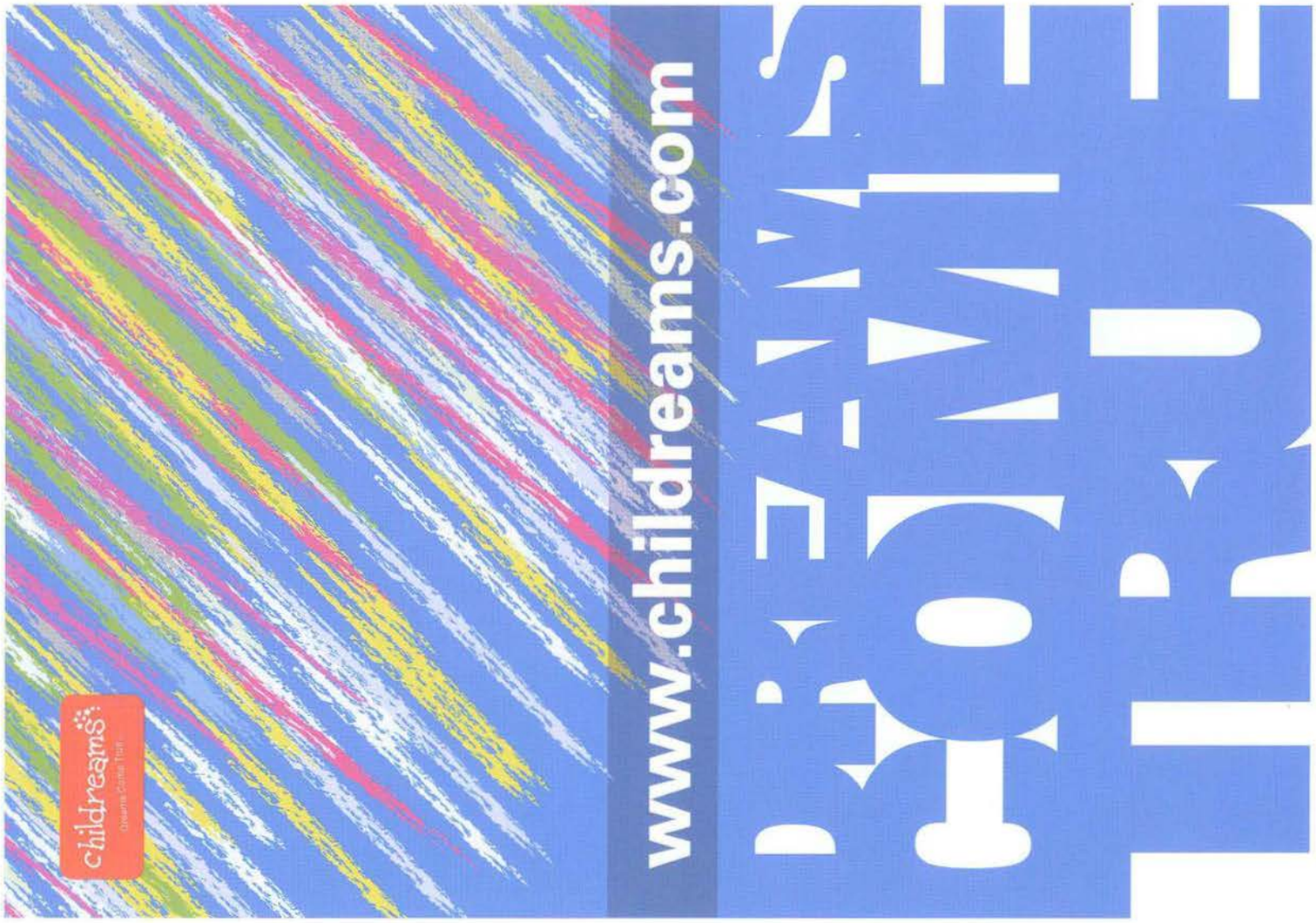
Projenin amacı, bir sosyal sorumluluk kampanyası düzenleyip İzmir'deki evhanımlarını geri dönüşüm konusunda bilinçlendirmektir. Gönüllüler tarafından kurulan "Werecycle" kurumu, belediye ile birlikte çalışarak, evhanımlarına geri dönüşümü öğretmeyi ve onlara bu alışkanlığı kazandırmayı amaçlar. Kendi içinde tutarlı olabilmesi için, kampanyadaki bütün ürünler ve promosyonlar geri dönüşümü destekler. Bu nedenle, uzun süre kullanılacak kapı askıları ve etiketler; yapımında ağaç bulunmayan sentetik kağıtlardır. Geri dönüşüm; içinde, yeniden kullanımı ve kullanımı azaltmayı barındırdığı için kampanya yalnızca geri dönüştürmeyi değil, bunların hepsini destekler. Bu amaçla, "Werecycle" var olan ürünleri kullanarak yeni ürünler yapılması için öncü olur, tarif ve öneriler verir. Hedef kitle olan evhanımlarının dikkatini çekmek için ev işleriyle bağdaşan gerilla reklamlar yapar. Aynı zamanda geri dönüşümü hatırlatması için mutfakta kullanacakları önlük vb. ürünler verir. Alışverişte kullanılan naylon torbaların azaltılması da kampanyanın bir parçası olduğundan, hem geri dönüşümü desteklemek, hem de kullanırken topluma mesaj vermek için bez çantalar dağıtılır. Böylece "Werecycle" kurumu hedef kitlesiyle interaktif olarak çalışır ve onları da kampanyanın bir parçası haline getirir.

This project is a social responsibility campaign showing the importance of recycling to housewives in Izmir. "Werecycle Foundation" is founded by volunteers who work together with the municipality. The mission of the foundation is to educate and improve the habits of homemakers to recycle and use recyclable products in their everyday lives. The campaign supports its own ideology by being mindful of its products and promotions. Synthetic papers are used for some long-term printed materials such as door hangers and stickers. And, this project isn't only for recycling, but also for reducing and reusing, therefore the foundation makes new products using existing materials as a way of reusing. The foundation also gives instructions for making new products and offers suggestions for reusing others. To take housewives attention, guerilla advertising shows social awareness efforts associated with their household duties too. Some promotions developed for the campaign, such as aprons and oven gloves, remind housewives of ways they can contribute. To support reducing, the campaign gives fabric werecycle bags that can be used to avoid plastic bags. Using the bags also gives a message to others. Finally, Werecycle Foundation works with its target audience through interactions to ensure that everyday they will be a part of the campaign.

Bu kampanya, yetimhanedeki çocuklara olan ilgiyi arttırmayı ve onların üniversite öğrencileri ile birlikte sosyalleştirilmesini amaçlamaktadır. Bu kampanya İzmir'deki 7 Üniversite ile 1 yıl boyunca sürecektir. Her ay değişik aktivitelerle çocuklar ve üniversite öğrencileri biraraya getirileceklerdir. Bu aktiviteler kimsesiz çocukların kişisel gelişimine katkıda bulunmayı ve aynı zamanda da çocukların hayallerini gerçekleştirmeye yardımcı olmayı hedefler. Üniversite öğrencilerinin farkındalıklarını arttırarak, ulusal bir sorunun çözümünde öncülük etmelerini sağlar. Hem kimsesiz çocukların hem de üniversite öğrencilerinin yaratıcılık, özgüven, ekip çalışması, genel kültür olgularını bünyesinde barındıran farklı çalışmalarla, güzel paylaşımlar sağlamayı hedefler. Childreams bir vakıf kuruluşudur. Bu aktiviteler bu vakıfla birlikte sürdürülecektir. Üniversitelere PR masaları kurulacak, öğrenciler katılım için broşür ve bilgi edinebileceklerdir. Ayrıca; üniversitelerin web sitesinde yayınlanacak olan web banner da yer alacaktır. Ek olarak, her aktivite için tasarlanmış posterler, takvim, değişik aksesuarlar ve materyaller olacaktır. Bu projenin İzmir'de hayata geçirilmesi amaçlanmaktadır.

This is a campaign to raise awareness about orphan children and to socialize them with university students. This campaign will last for one year and include seven universities in Izmir. Every month there will be different activities to bring together the orphans and university students. Activities help the personal development of orphans while also trying to make their dreams come true. By increasing their awareness, they can become pioneers who solve national problems. Both the orphans and the university students improve their creativity, self-confidence, team work ability and their liberal education by sharing these activities. Childreams is the foundation that will develop the activities. A public relations table will be set up for university students so they can take brochures and get information on how to join. There will also be a web banner on each university's website. In addition, there will be a poster for each activity, plus a calendar, booklet, and different accessories and materials. The aim is to implement this project in Izmir.

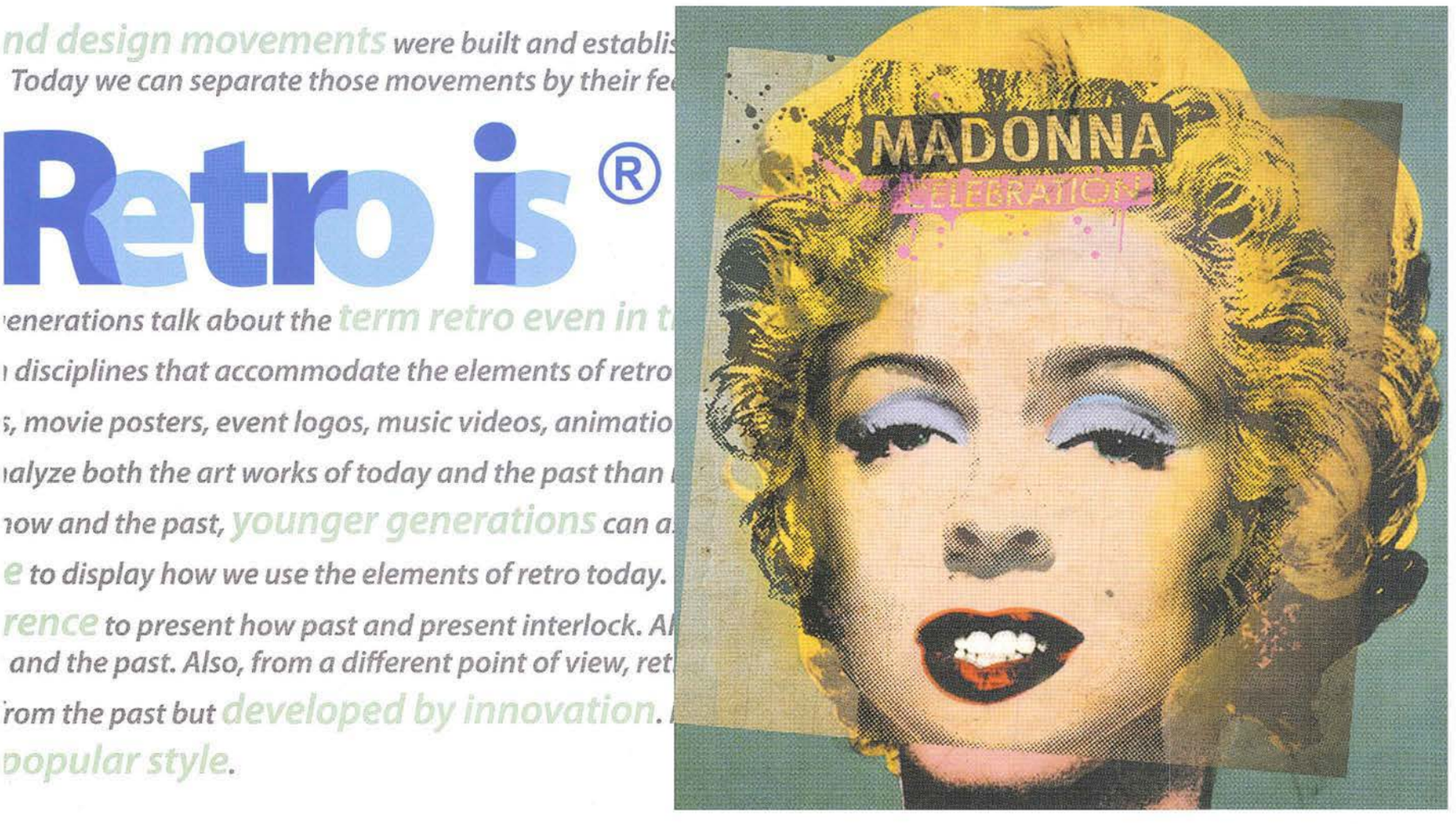
DENİZ KURU
dnzkuru@gmail.com

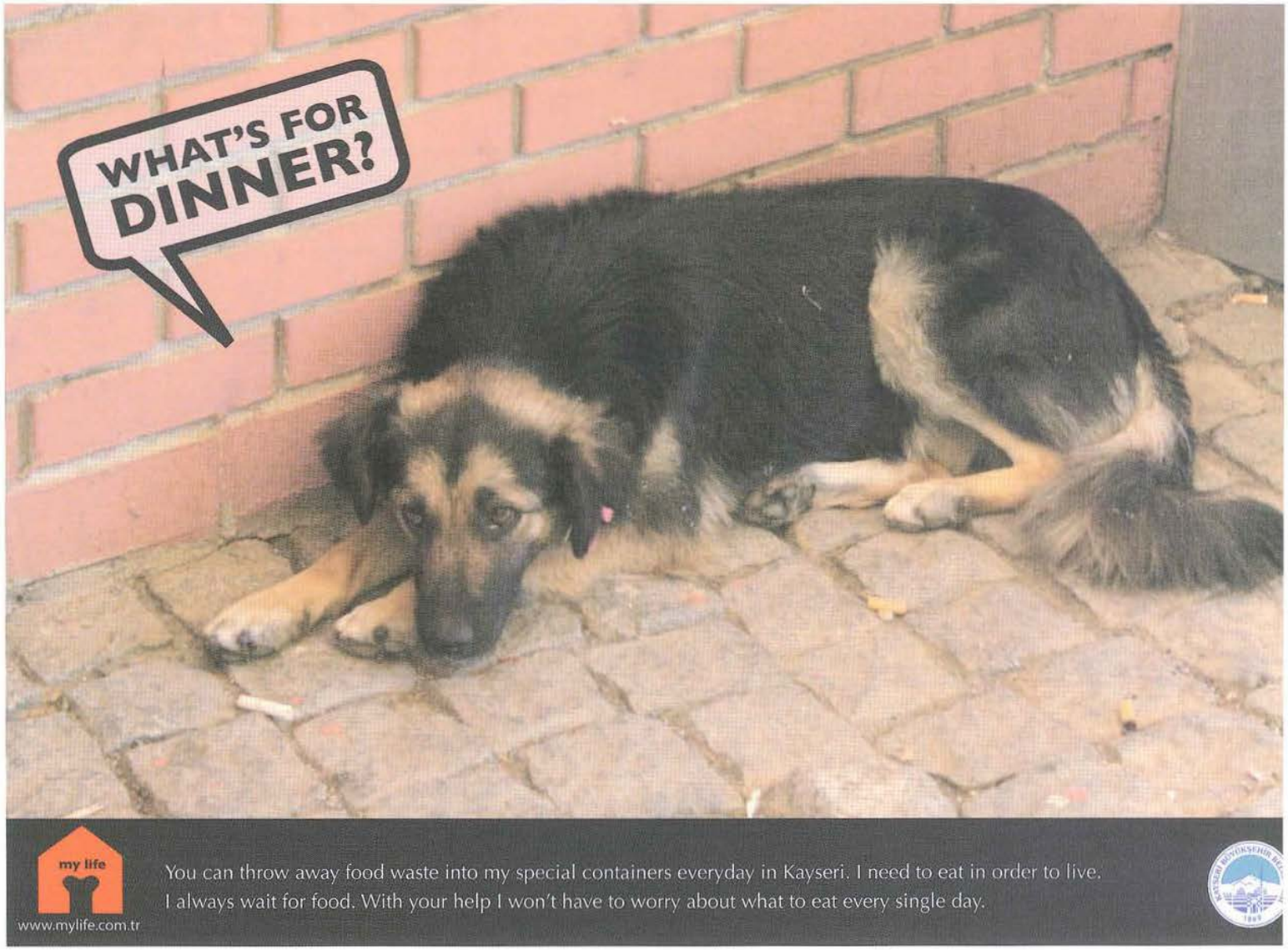


ELVİN EVREN
elvinevren@gmail.com
www.retroisregistered.blogspot.com

Retro, 21. yüzyılda, popüler bir tarz ve herkesin kullandığı bir terim haline geldi. Günlük yaşantımızın birçok köşesinde retro tarzda öğelere rastlamak artık çok kolay. Moda, müzik, iç mimarlık ve grafik tasarım retro tarzı en çok takip eden sanat dallarından. "Retro is registered to the past" başlıklı proje kapsamında grafik tasarım alanındaki retro öğelere karşı olan bilinirliği arttırmayı amaçlıyorum. Projenin hedef kitlesi, 20. yüzyıl hakkında fazla bilgisi olmayan ve de retro tarzının yeni bir bakış açısı olduğunu düşünen genç jenerasyonlardır. Genel olarak proje, bir sergi, bir kaynak kitap ve bir de blog sayfasından oluşuyor. Aynı zamanda kitap ve serginin tanıtım kampanyaları da proje kapsamında. Proje, kendi düşüncelerimden oluşan ve "21. yüzyılda retro akımı"na değinen manifesto üzerine kurulmuştur. Kitabı oluşturacak olan görseller, 21. yüzyılda yapılmış fakat içerisinde 20. yüzyıl sanat akımlarından izler taşıyan grafik tasarım ürünleridir. Projemin sonunda, okuyanlar ve izleyenler, grafik tasarımda retro öğelerin kullanımı hakkında bilgi edinmiş olacaklardır.

Retro is a popular style and a common term that societies interject in the 21st century. There is a retrospective way of thinking and creating that is accepted. It is easy to experience retro items in our daily life; especially in music, fashion, interior architecture and graphic design. However most of the young generations, which are the target audience, think that retro is something new. This project creates awareness of the usage of retro elements in the field of graphic design. It builds on a personal manifesto about the 21st century retro movement. The concept is "Retro is registered to the past." The project includes an exhibition, a source book and a blog page. Graphic design work displayed in the book and the exhibition will have been designed in 21st century but reference the 20th century art and design movements. The blog creates an interactive space for visitors of the exhibition and lets them share their ideas about retro design.





Sokak köpekleri Kayseri'de bir çok sorun tarafından tehtit edilmektedir. Bu sorunların başlıcaları şiddet, açlık, susuzluk ve barınak bulmaktır. İnsanlar sokak köpeklerine nasıl yardımcı olabileceklerinin yeterince farkında değiller. Bu projenin amacı sokak köpeklerine barınak ve yemek sağlamaktır. Aynı zamanda gıda atıklarından faydalanmaktır. Kayseri belediyesi tarafından şehrin çeşitli bölgelerine gıda atıkları konteynırları konularcak ve bu gıda atıkları yine belediye tarafından günlük toplanıp barınağa ulaştırılacaktır. İnsanların kolayca bu konteynırlara ulaşabilecekleri yerlere konulup, haritalarda gösterilmektedir. Kampanyayı daha etkili ve eğlenceli hala getirmek için köpekleri konuşturarak insanların dikkatini çekmek istedim. Bu kampanya sayesinde sokak köpeklerine daha rahat yaşayabilecekleri bir çevre sağlanabilecektir.

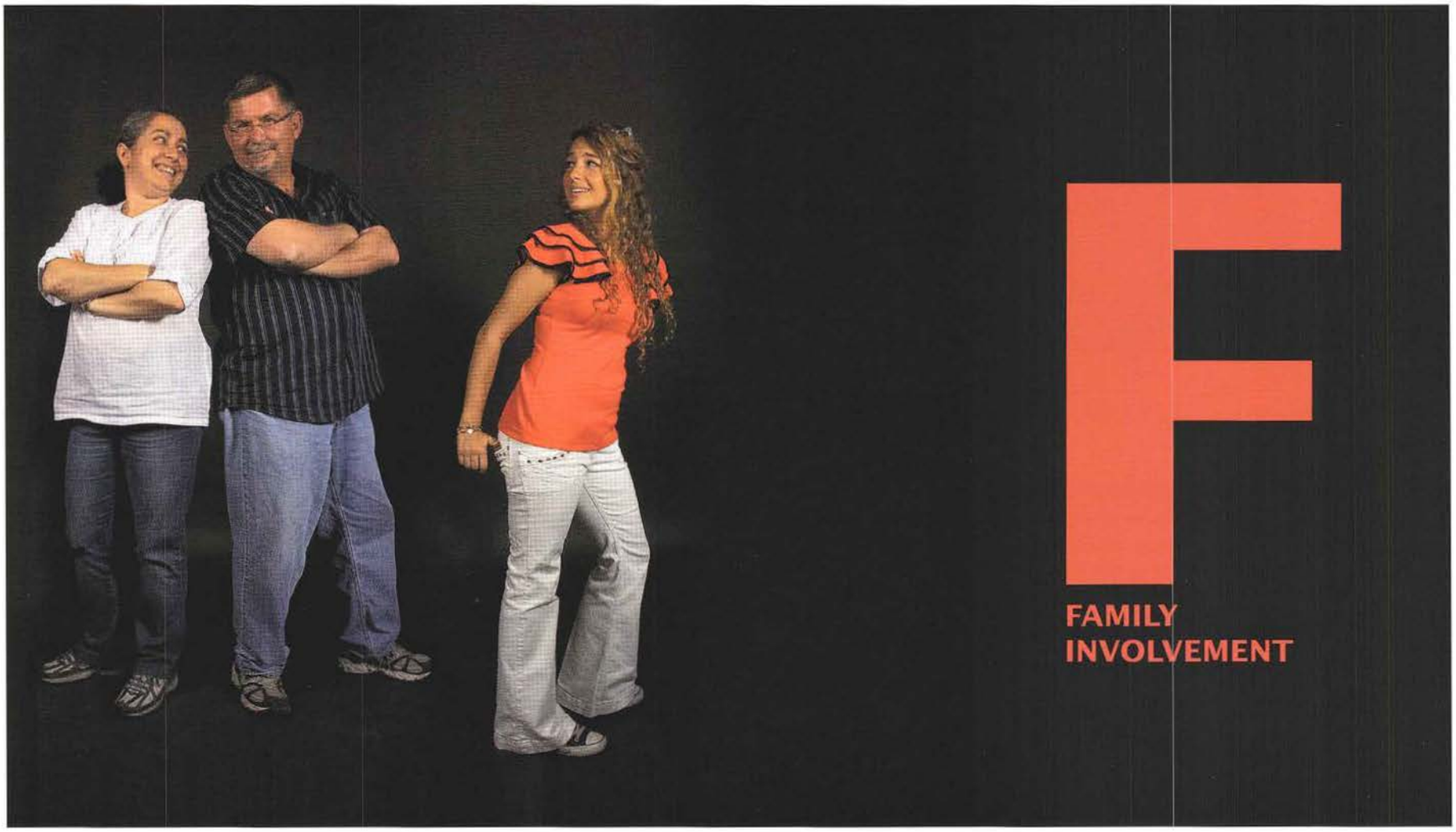
Stray dogs are threatened by many problems such as: violence, hunger, thirst, and shelter in Kayseri, Turkey. People are not well aware of how they can help street animals. The concept of this project is to show people how they can help by providing dogs with food and a natural living area. This project also offers a system for the recycling of food waste. Municipalities will put special food waste containers and bags in the streets where citizens can place their unwanted food. Kayseri will be divided into six regions, with on-site maps indicating transportation between shelters and food waste containers. The containers will be specially located near parks. Therefore people who go to parks to do sport in the morning or evening can throw away their food waste, hopefully increasing the amount of food waste received daily. At the end of each day the food waste will be collected. To make the campaign more enjoyable and interesting, the messages are given to the people directly from the "voices" of the dogs, as if the dogs were asking for dinner or a room directly. Stray dogs can be provided for and live in a comfortable environment with the help of the community.

ESRA KOÇ
esra.koç@gmail.com

GİZEM ÇETİN
gizemcetin88@gmail.com
www.gizemcetin.com

Bu proje bir toplum bilinçlendirme projesidir. Ülkemizde cinsellik, sosyal bir tabu halindedir, çünkü toplum olarak bizler bu konuda suçluluk duyulması gerektiğine inandırılmışızdır. Izmir'de yaş aralığı 35 ile 55 arasında olan 50 ebeveyne ve yaş aralığı 16 ile 18 olan 50 lise öğrencisine bir anket uygulanmıştır. Bu proje, çocuklar ve ailelerine cinsellik hakkında daha açık ve rahat bir şekilde konuşmalarına yardımcı olmak ve daha güzel iletişim kurabilmenin kapılarını açan bilgiler içermektedir. Ebeveynler çocukları için en çok çekindikleri konular olan flört, cinsellik ve doğum kontrol gibi karar alma süreçlerinde daha fazla etkiye sahip olmalıdırlar. Cinsel yolla bulaşan hastalıkları ve korunma yöntemlerini dışarıda bir yabancıdan duymak yerine, aileler çocuklarını bu konuda eğitmelidirler.

This is a social awareness project. Sexuality is a social taboo in our country because, as a society, we have reinforced shame and guilty about it. In Izmir, a survey was applied to 100 people, 50 of whom were parents (35-55 years old) and 50 of whom were high school students (16-18 years old). The project includes door openers to facilitate good communication and to help children and their families talk about sexuality more clearly and more comfortably. Parents should have much more influence on their children's decision-making processes in areas such as dating, sex and birth control, that are the most feared factors for them. Instead of learning about all of the diseases or protection methods from the street or a stranger, parents should educate their children.



Günümüzde aratan teknoloji ile birlikte reklamların da etkisiyle hızlı araba kullanmak git gide yaygınlaşan bir alışkanlık haline gelmekte. Bununla birlikte, artan trafik kazaları, insanların can ve mal güvenliğini tehdit etmekte, trafikte güvensizlik ve huzursuzluğa neden olmaktadır. Bu kayıpları biraz da olsa engelleyebilmek için birçok sosyal kampanya yapılmakta. Fakat bu kampanyaların çoğunun ortak noktası "hızlı gidersen, ölürsün!" mesajı vermek ve ölümü gösteren görsellerle toplumun ilgisini çekmeye çalışmaktadır oluşur. Ama bu projede asıl amaç, sürücülerin yavaş gitmelerini teşvik etmek ve buna bağlı olarak kaza oranının azalmasını sağlamaktır. Kampanya hedef kitlesi olan sürücülere, iticilikten mümkün olduğunca uzak durarak daha yumuşak ve eğlenceli bir üslup kullanarak "yavaş git, keyif al" der. Toplumca bilinen ve giderek yaygınlaşan "yavaşlama akımları," "yavaş şehir akımı," fast-food' a karşılık gelişen "yavaş yemek yeme akımı" gibi hareketlerin ortak amacı yavaşlamak ritüelini bireylere ve topluma yaygınlaştırmaktır. İstanbul'da bazı caddelerde örneğin Bağdat Caddesi'nde, otomobil yarışlarının yaygınlaşması yayaların ve diğer sürücülerin güvenliğini tehdit etmektedir. Öncelikli olarak hızlı sürücülerden başlayıp tüm sürücüleri yavaş gitmenin avantajları konusunda bilgilendirmek ve nasıl keyif alacaklarını anlatmak kampanyanın ana fikridir. Bu kampanya kapsamında bilgilendirme kitapçığı, açıkhava reklamcılığı ve gerilla pazarlama amaca ulaşmaya hizmet eder. Hayat bu kadar hızlı ve insanları yorarken her alanda yavaşlamak, yaşam şeklimiz haline gelmeli, caddeler daha keyifli ve kazaların yarattığı faciadan uzak yerler olmalı.

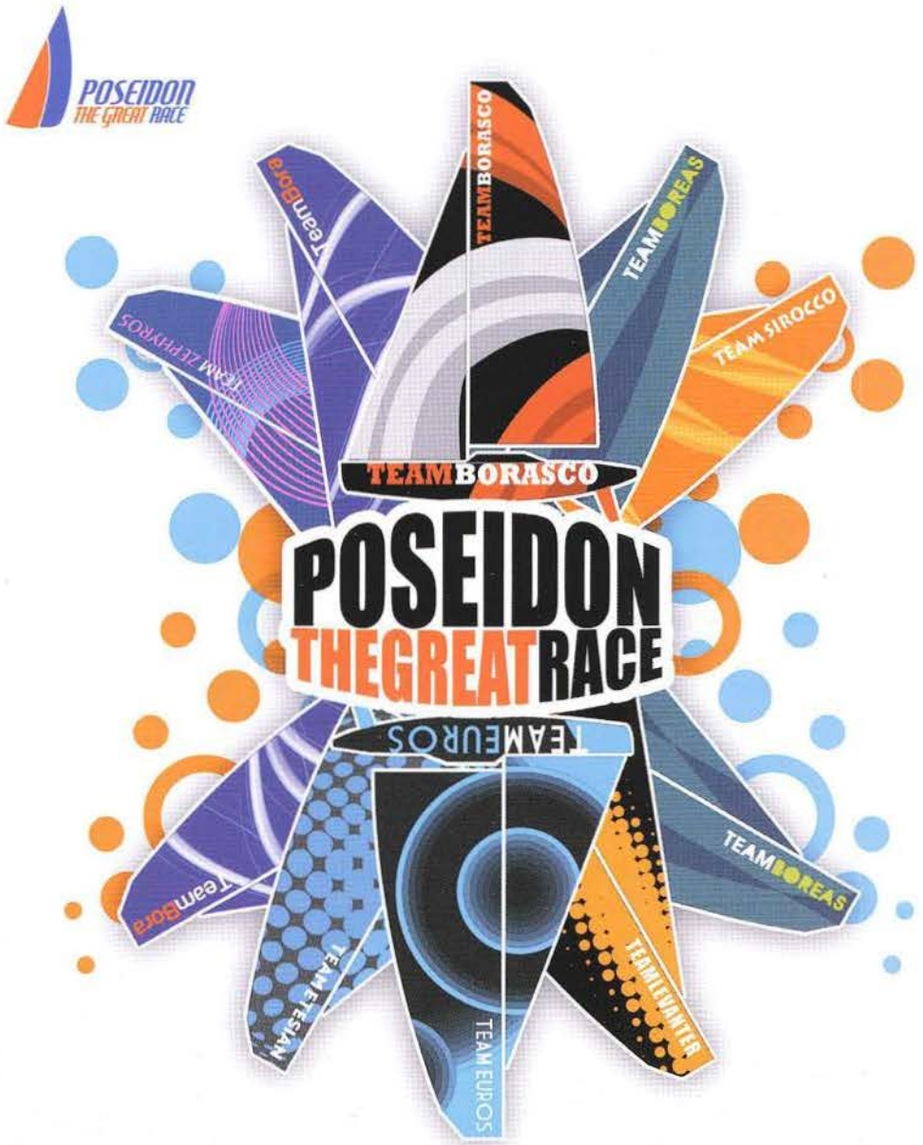
Today, driving fast is an increasing habit that results in more traffic accidents, insecurity in traffic, and anxiety that threatens lives and property. There are a lot of social awareness campaigns for countering this threat, but their themes use "if you go fast, you will die," along with deadly images, to attract the attention of the public. The theme of this project is "slow down, pleasure up," to encourage drivers to go slowly and to decrease the number of accidents. There are already movements for slowing down such as slow food, slow money and slow cities, which encourage increased slowness in public and individual actions. This project is going to spread "slow driving" in public. Through this campaign, people are informed about the advantages of going slowly. In Istanbul, a group of drivers go very fast on specific roads, for example, Bagdat Avenue. Pedestrians, riders and other slow drivers are afraid of these fast drivers and there are many accidents on this avenue. This campaign wants to show positive ways of "driving slow and safe" while getting pleasure from this experience. The campaign will use an information booklet along with outdoor advertising and guerilla marketing to promote the benefits of slow driving. Roads can turn into pleasurable places with this campaign.

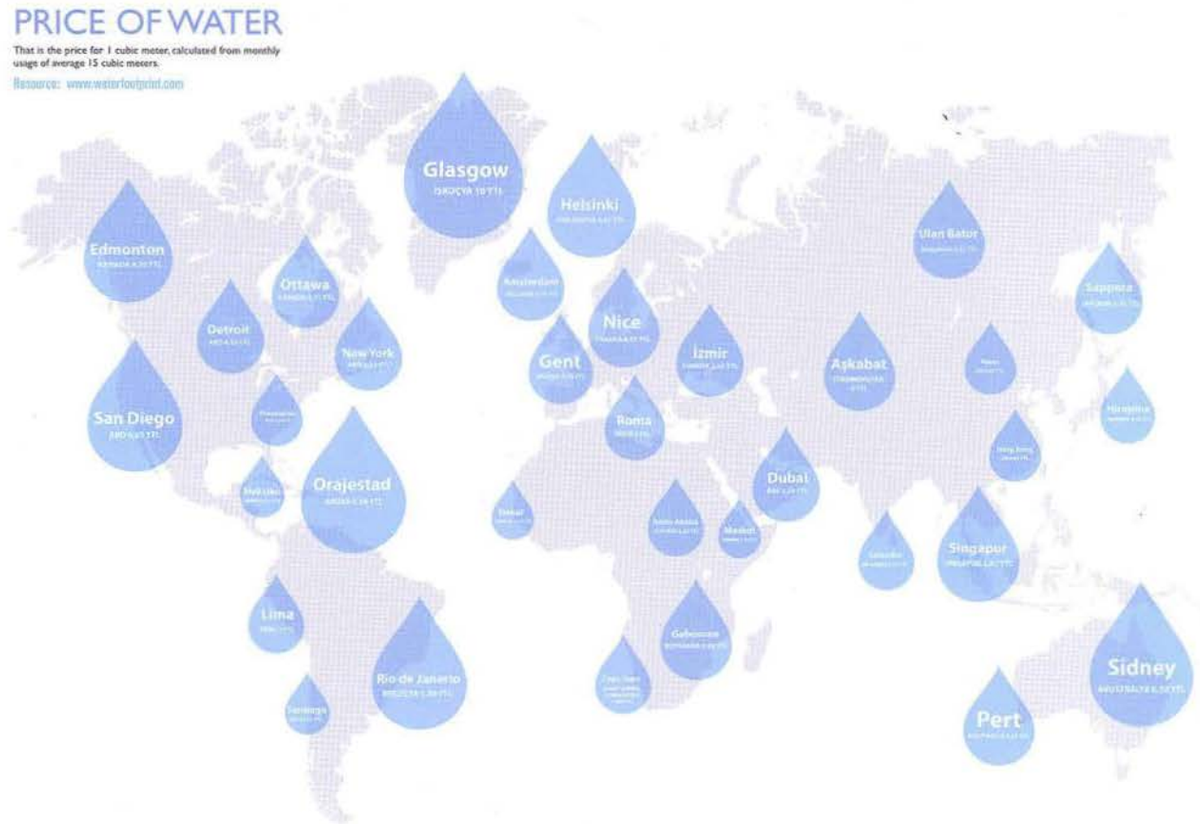
ILGIN NİRON
iniron87@gmail.com

MELİH ALTINKUT

Dünyada yelken'in popülaritesi ve marka değeri her geçen gün artmaktadır. Bununla birlikte, birçok yelken organizasyonun yapılması yelkenin gelişimine yardım etmiştir. Bu organizasyon ve kampanyalar; yelkenin dünya çapına yayılmasına olanak sağlamışlardır. Günümüzde yelken yarış ve organizasyonları; reklam için kullanılan önemli bir araç haline gelmiştir. America's Cup, Volvo ocean race, Vandee Globe ve LV trophy gibi birçok önemli yarışlar, ünlü markaların reklam için yelkene yönelmesine öncülük etmiştir. Dünya çapındaki yelken yarışlarına bakıldığında; hepsinin bir hikayesi yada konsepti olduğunu görüyoruz. Türkiye'de de böyle bir organizasyonun eksikliği fazlasıyla gözükmektedir. Çünkü her genç türk yelkencisi okyanus yarışlarında veya zorluk derecesi yüksek, farklı kabiliyetlerin gerektiği büyük yarışlara katılmanın hayalini kurmaktadır. Bu projede amacım; hedef kitlem olan 18-30 yaş arasındaki genç türk yelkencilere ulaşarak, Türkiye'de gerçekleşecek olan konsept bir yarış yaratmak ve tanıtım yaparak bir markaya dönüştürmek. Yarışın ismi Poseidon the great race, bunun nedeni yarışın Karadeniz'den Akdeniz'e kadar hiç durmadan sürecek olan büyük bir yarış olmasıdır. Yarışta 8 Takım bulunmaktadır ve her bir takım Türkiye denizleri'nde esen bir rüzgarın ismine sahip olmaktadır. Böylece takım tekneleri üstünde bulunan grafikler sahip oldukları rüzgar isimlerinin özelliklerine göre kendi kimliklerini taşımaktadırlar.

The popularity and brand value of sailing increases in the world everyday. Events and campaigns have enabled sailing to spread and develop throughout the world. These days, sailing events are a popular tool used in advertising. Many important events like America's Cup, Volvo Ocean Race, Vandee Globe, and LV Trophy lead many famous brands into sailing through their advertising. Research shows that sailing race events in the world have a story and concept, making them more interesting for their audiences. There is a need for races like that in Turkey because all young Turkish sailors dream of an ocean race or a great race which requires different sailing skills. In this project, my target audience is 18-30 year old Turkish sailors and my goal is branding and promoting a sailing race event in Turkey. The race starts from the Black Sea and finishes at the Mediterranean Sea. The name of the race is Poseidon the Great Race. There will be 8 teams in the race and each team is named after a wind that blows in Turkey. Each team has its own identity on its boat featuring the characteristics of one wind.

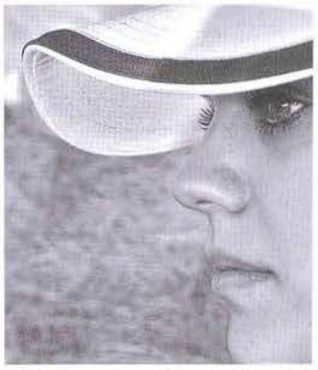




h2o

İnsanların su gereksinimi ile mevcut su kaynakları arasındaki uçurum dünyanın pek çok yerinde gittikçe büyümektedir. Günümüzde insanlar içme, yemek pişirme, yıkama ve temizlik için, ve daha fazla olarak yemek, kağıt, pamuklu giyecekleri üretmek için çok fazla miktarda su tüketmektedir. Projem tüketiğimiz ürünlerin üretilmesinde harcanan su miktarı hakkında insanları bilinçlendirmekle alakalıdır buna da 'sudaki ayak izi' denir. Oluşturduğum kampanya ise İzmirdeki insanların tükettiği ve kullandığı ürünlerde ne kadar su harcandığını konusunda bilinçlenmelerini sağlamak. Bunun için ise, dünya su gününde insanların dikkatini çekecek şekilde sadece dış mekanlara farklı yerlere su damlaları yerleştirmek. Su damlaların üzerinde ise ürünlerin sudaki ayak izlerini öğrenmelerini sağlamak. Ayrıca tasarımların herbiri farklı boyuta ve farklı içeriktedir. Ayrıca tüketiciler hangi ülkenin ayak izinin fazla olduğunu, veya hangi ülkeninkinin az olduğunu da görebilecekler. Genellikle, su koruma kampanyaları ev içinde nasıl ve nekadar su tasarruf edilceğini anlatır, ama aldığımız ürünlerle de suyu korumaya yardımcı olabiliriz. Kampanyamda da insanların sudaki ayak izi hakkında bilinçlenmelerini ve tüketimlerinde tekrar düşünmelerini sağlamak.

The gap between people's need of water and the amount of existing water supplies is getting bigger. Nowadays, people use a lot of water for drinking, cooking and washing, but even more for producing things such as food, paper, and cotton clothes. As a result, the rivalry for water supplies is a top subject globally. This project is about the "water footprint" which is an indicator of water use that looks at both direct and indirect use of a consumer or producer. The campaign tries to raise awareness of the importance of water to consumers in Izmir and focuses only on their personal water footprint. During World Water Day the campaign will go into the streets to put water droplet stickers in various locations. On the droplets people can see the water footprint of that product. The design uses a wide range of drop shapes, different sizes and content. Consumers can compare which countries water footprint is higher or, which country's water is cheaper than Turkey's. Generally, water conservation campaigns emphasize how we can conserve water at home, but we can also help conserve water by being conscious of the water footprint of the products we buy. The aim of the campaign is to encourage people to rethink their consumption.

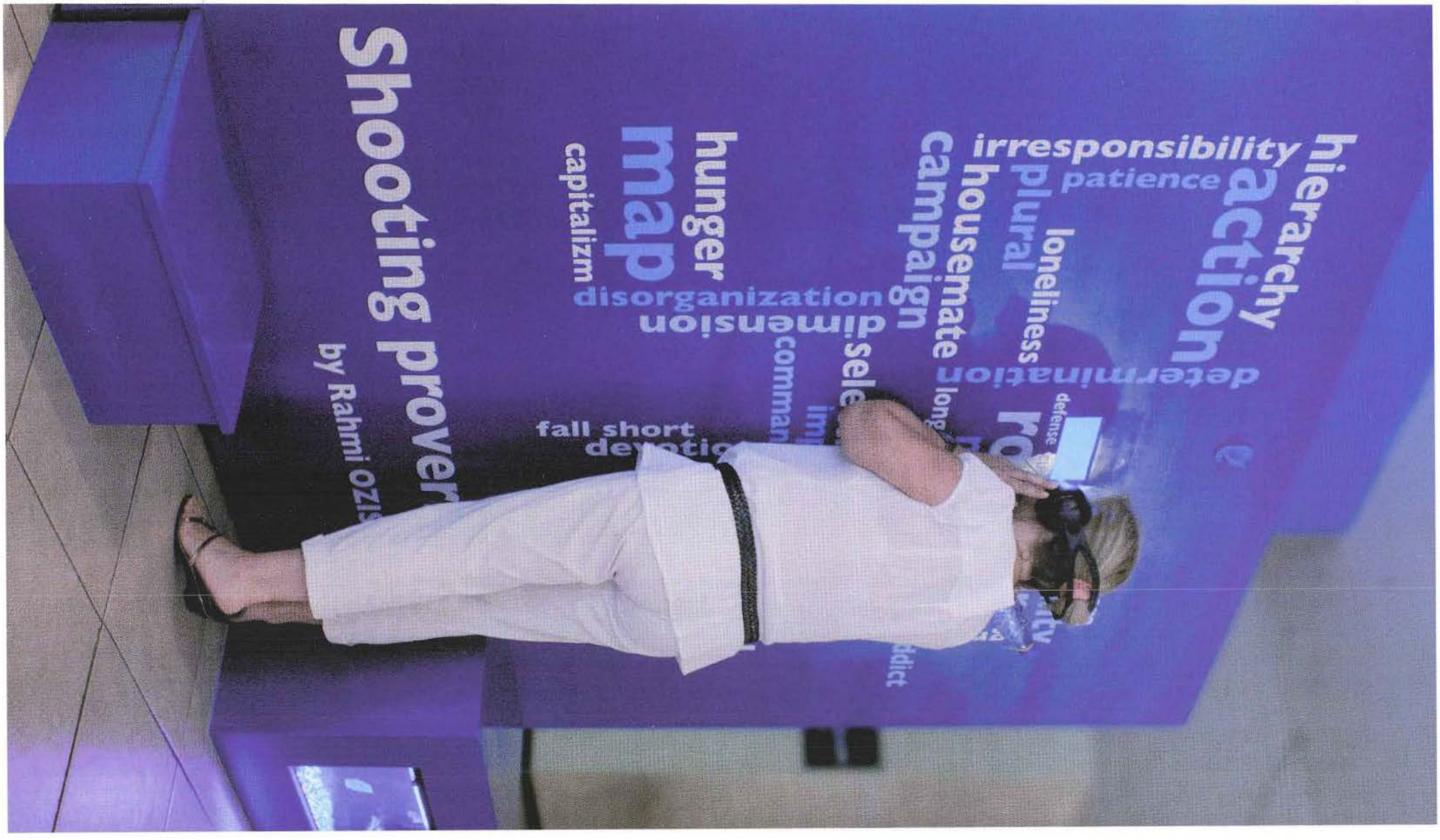


NİL KİP

Atasözleri geçmişten günümüze kadar gelen ve söyleyeni belirsiz sözlerdir. Atasözlerinin doğruluğu veya yanlışlığı eleştirilebilir. Bu sözler doğru olabileceği gibi halkı tek tipe indirgemeye çalışan sözler de olabilir. Projenin temel amacı Türk atasözlerini eleştirerek farklı bir bakış açısı kazandırmak olmalıdır. Bu sayede toplumdaki bireylere (+18) de yapılan projeler sayesinde olayları sorgulama ve kendi doğrularını bulma imkânı verilir. Çünkü bireyler ancak sorguladıkları ve eleştirebildikleri sürece kendi kişiliklerini kazanabilir ve farklılık yaratabilirler. Bunun yanı sıra farklı kültürlerde ki kişiler de kendi kültürleri ile Türk atasözlerini karşılaştırabilirler. İnsanların dünya içinde yaşadıkları düşünülerek atasözleri balıklar ve akvaryum ile görselleştirilmiştir. Böylece insanlar balıklar ile, dünya ise akvaryum ile özdeşleştirilmiştir. Sergi için 15 fotoğraf çekilmiştir. Bu fotoğraflar katılımcılara küçük bir alanın içerisinden video olarak gösterilecektir, aynı zamanda katılımcılar videoyu izlerken hangi atasözünü ifade ettiğini duyacaklardır. Türk atasözlerinin fotoğraflandırılması projesi kitapçık, afiş ve t-shirt ile desteklendirilecektir.

Proverbs are statements that come from the past and live on into the present. Their truth or falseness can be criticized. Although they can be true, they can also try to put society into one prototype. The aim of this project is show different aspects of Turkish proverbs. Viewers (+18) are encouraged to find their own truths in them. When a person questions and criticizes, they reflect on their own personality and see discrepancies, in addition, people from other cultures can compare Turkish proverbs to those in their own culture. The proverbs are visualized through photographs of fish and aquariums because, if we realize how people live in the world, people can identify with fish, and the world can be associated with an aquarium. A series of 15 photographs were created for the exhibition. Shown as a video, viewers look through a small portal to see the photographs and hear the proverbs. The proverb project is promoted in a booklet, t-shirt and poster.

RAHMİ ÖZIŞIK
rahmiozisik17@gmail.com



MULTİMEDYA TASARIMI
MULTIMEDIA DESIGN

BARIŞ TURNA
contact@baristurna.com
www.baristurna.com

Bu proje, "interAdtive" markası altında oluşturulmuş "İnteraktif Harf Oyunu" isimli bir dijital interaktif reklam projesidir. Proje, temel olarak çocuk gelişiminin en önemli devresi olan okul öncesi dönemdeki çocuklar için tasarlanmış ve geliştirilmiştir. Oyunun ilk aşamasındaki amaç, oyuncunun el becerilerini geliştirmektir. İlk aşamayı doğru şekilde tamamlayan oyuncu, ikinci aşamada ödül olarak çocuklar için hazırlanmış ve harflerden oluşan eğlenceli video klipler seyretmeye hak kazanır. Bunlar, görsel ve işitsel gelişime yardımcı olan harf eğitim video klipleridir. Çocuklar için en başarılı öğrenme şekli oyunla olandır. Bu oyun, kısaca öğrenmenin eğlenceli halidir ve çocuğu okula hazırlar.

This project is a digital interactive advertisement called "Interactive Letter Game" that has been created under "interAdtive" trademark. The project basically has been designed and developed for preschoolers who are in the most important time for child development and learning. The purpose of the first phase of the game is improving the dexterity of the gamer. The gamer that completes the first phase earns the ability to watch entertaining video clips about letters prepared as a reward. These are instructional letter video clips that help visual and audial development. The best learning way for kids is using gaming. This game is an enjoyable form of learning and it prepares kids for school.

Campaign for a cereal brand:
Interactive Letter Game

Learn letters of the alphabet with interactive letter game.

Instruction:
1- Cut the paper out
2- Fill the letter with black marker
3- Visit www.mycereal.com
4- Show the letter to webcam

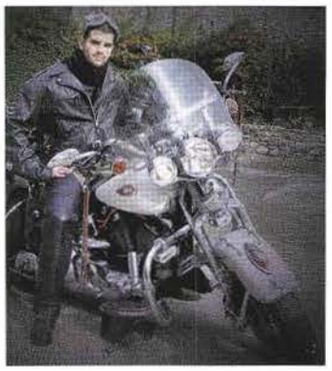
...and experience it.

Proje, "Karios" adlı güzellik ve spor merkezinin televizyon reklamıdır. Projede stop motion animasyon tekniği kullanılmıştır. Güzellik, arzu, zevk, bağımlılık ve zaman kavramları somut olarak görselleştirilip her biri, bir ürün üzerinden anlatılmıştır. Güzelliği göz kalemi, arzuyu çikolata, zevki kola, bağımlılığı sigara, zamanı anlatmak için de mum kullanılmıştır. Bunların hepsi bir şekilde değişip, yenilenebilmesi kişinin eliminde olan şeylerdir. Zamanın değişimi ise kişinin kontrolünde değildir. Reklamı yapılan şirketin mesajı, ayırt etmeksizin herkesin değişkenliğine ayak uydurup zamanı değerli kılmaktır. Değişim ne şekilde olursa olsun, şirket de müşterisine aynı oranda uyum sağlayacak ve zamanını daima müşterinin isteyebileceği şekilde kontrol etmesini sağlayacaktır. Tüm kavram ve görseller bu mesaj üzerine kurulmuştur. "Karios"un kelime anlamı ise hissedilen zamandır.

The project is a television commercial for a beauty and sport center named "Karios." In the project the stop motion technique is used. Concepts of beauty, desire, pleasure, addiction and time are visualized and each is described through a product. An eye pencil is used for beauty, chocolate for desire, cola for taste, smoke for addiction and a candle for time. In a way, they can all be changed and replaced. That depends on people; but time doesn't! Time doesn't depend on the person; but the person can make it precious. All concepts and visuals depend on that message; because time can not be replaced as products! The meaning of "Karios" is the time that you feel inside, not the time that just passes.

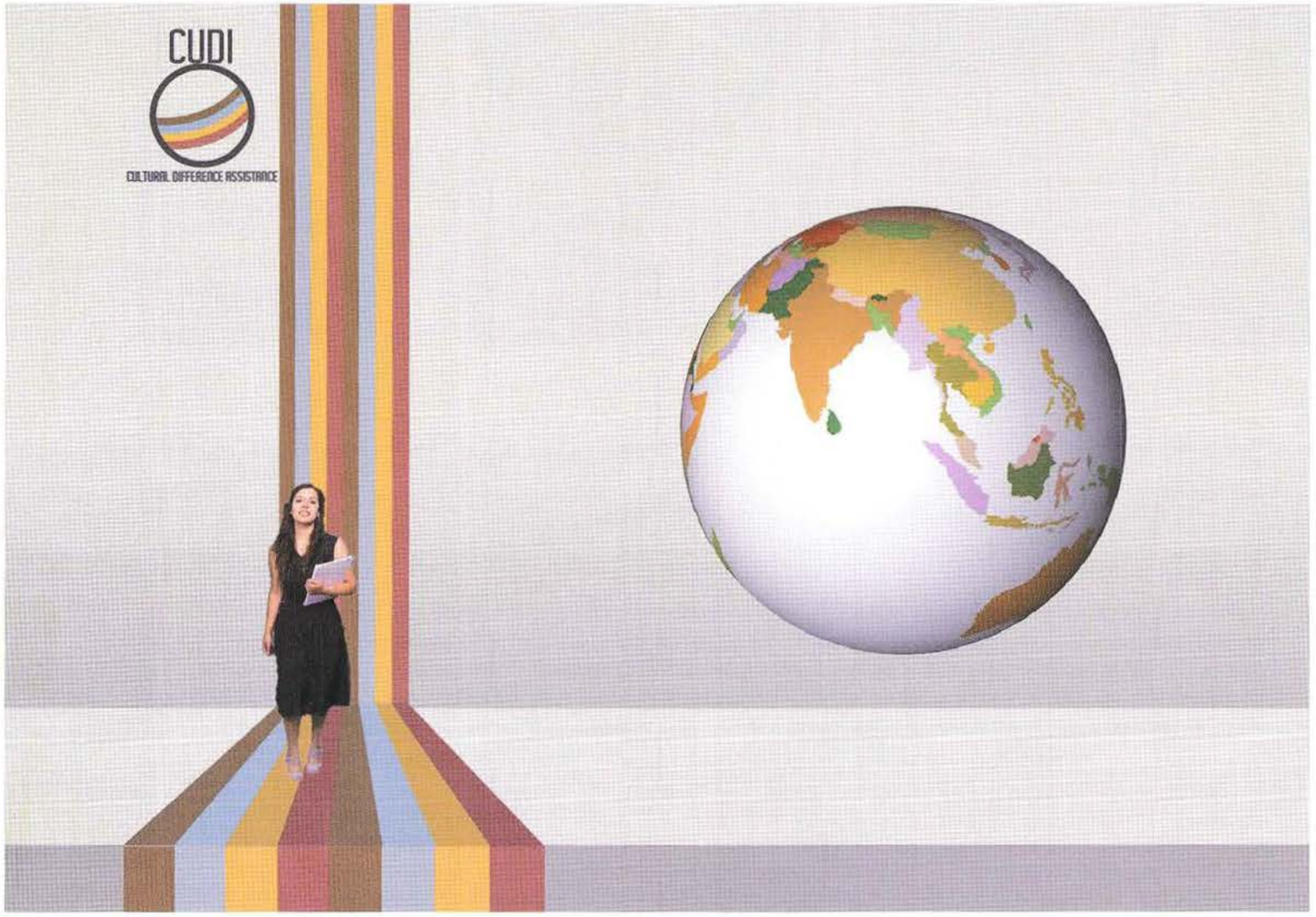
DOĞA KARABELOĞLU
karabeloglu.doga@gmail.com

GÜRHUN KAYA
guguka@msn.com



CUDI web tabanlı bir Kültürel Farklılık (Cultural Difference) Asistanıdır. Bu ad ayrıca Cudi Dağı'da bulunulduğuna inanılan Nuh'un gemisinin insanlığı tek vücut ve dinde buluşturmuş olması felsefesine de gönderme yapmaktadır. Günümüzde dünyada yaklaşık 6,500 dil konuşulmaktadır. Yani bu 6,500 farklı kültürün olduğu anlamına gelmektedir. CUDI bu kültürlerin farklılıklarını hareketli imgelerle göstermektedir. Proje evrensel olarak anlaşılabilsin diye imge resimler tercih edilmiştir. İlk olarak Amerika ve Türkiye arasındaki kültürel farklılıklar kullanılmıştır. Projenin ileri aşamalarında geliştirilebilmesi için farklı ülkelerin vatandaşlarının kendi kültürel özelliklerini yazıp yollama seçeneği mevcuttur. Ayrıca, CUDI adındaki spiker, kullanıcıya görsel, metinsel ve sesli olarak yardımcı olmaktadır.

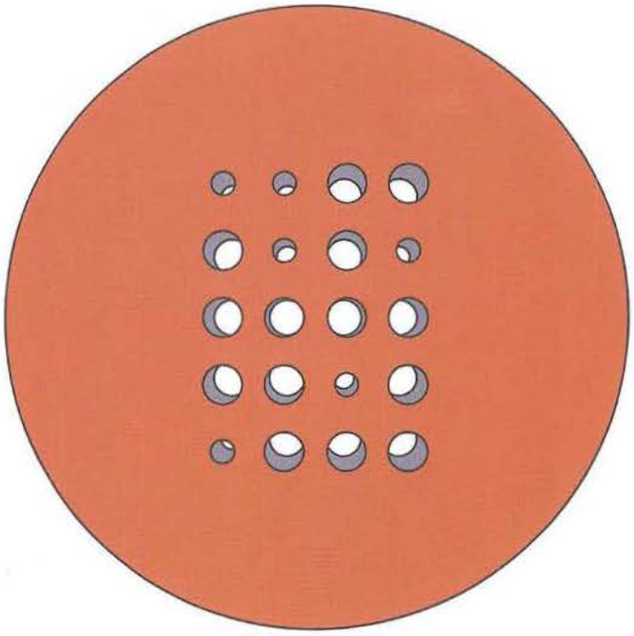
CUDI is a web-based tool for Cultural Difference Assistance. The name also refers to the philosophy of humanity becoming one religion, and the body in Noah's Ark which is believed to be found at Cudi Mountain. There are roughly 6,500 spoken languages in the world today. This means there are 6,500 different cultures existing in the world. CUDI makes those cultural differences visible by showing them in animated pictograms. Pictograms are used in the project to make it universally comprehensible. First, Turkey and the USA are used to show cultural differences. For further development of the project, different countries' citizens can submit their cultural attributions. Also, there is a speaker whose name is "CUDI" that helps users visually, textually and through sound.



İzleyiciler sinemayı 2 boyutlu, müdahale edilemeyen görüntüler olarak algılamaktadır. Fakat teknolojinin yükselişi ile beraber filmler ve izleyici kitlelerinin beklentileri de değişmeye ve gelişmeye başlamıştır. İnteraktif video elemanları çoğunlukla bilgisayar oyunlarında ve flash tabanlı programlarda sıkça kullanılmaktadır. İnteraktif sinema açıları ve kamera hareketleri sinema izleyicileri için henüz tam olarak keşfedilememiş bir mecradır. Voodoolized interaktif sinemanın standartlarını değiştirip temeli bilgisayar oyunlarına dayanan bir tekniğin sinemaya uyarlanmasının bir ürünüdür. İnteraktif görsellik sanatçılara vermek istediklerinden fazlasını sunmakta ve izleyicilerin görsel zevkini kişisel tecrübeleri ile birleştirmelerini sağlamaktadır. Filmde kullanılan genel büyü elemanları Haiti voodoo'su ile ilgilidir. Ve unutulmamalıdır ki Voodoo kendi başına interaktif bir büyü yapma şeklidir. İnteraktif sinema sinematografik görselleştirmenin geleceği açısından çok ciddiye alınması gereken bir konudur.

The public mostly considers cinema as viewed on 2D untouchable screens, but because of the advancement of technology, movies and expectations of target audiences are changing. Interactive video items are very popular in computer games (mostly in adventure game styles) and some flash-based web sites. Interactive camera angles and movements are a new undiscovered medium for viewers. "Voodoolized" is an interactive cinema project that aims to adapt classical cinema to a cinematography based on visual techniques employed in computer games. The movie relates with "Haitian Voodoo" elements, which are also an interactive way of casting magic. Interactive cinema itself is a new area that needs to be considered seriously as the future of cinematic visualization.

HAZAR ÇETİN
hazarcetin@gmail.com
voodoolized.wordpress.com



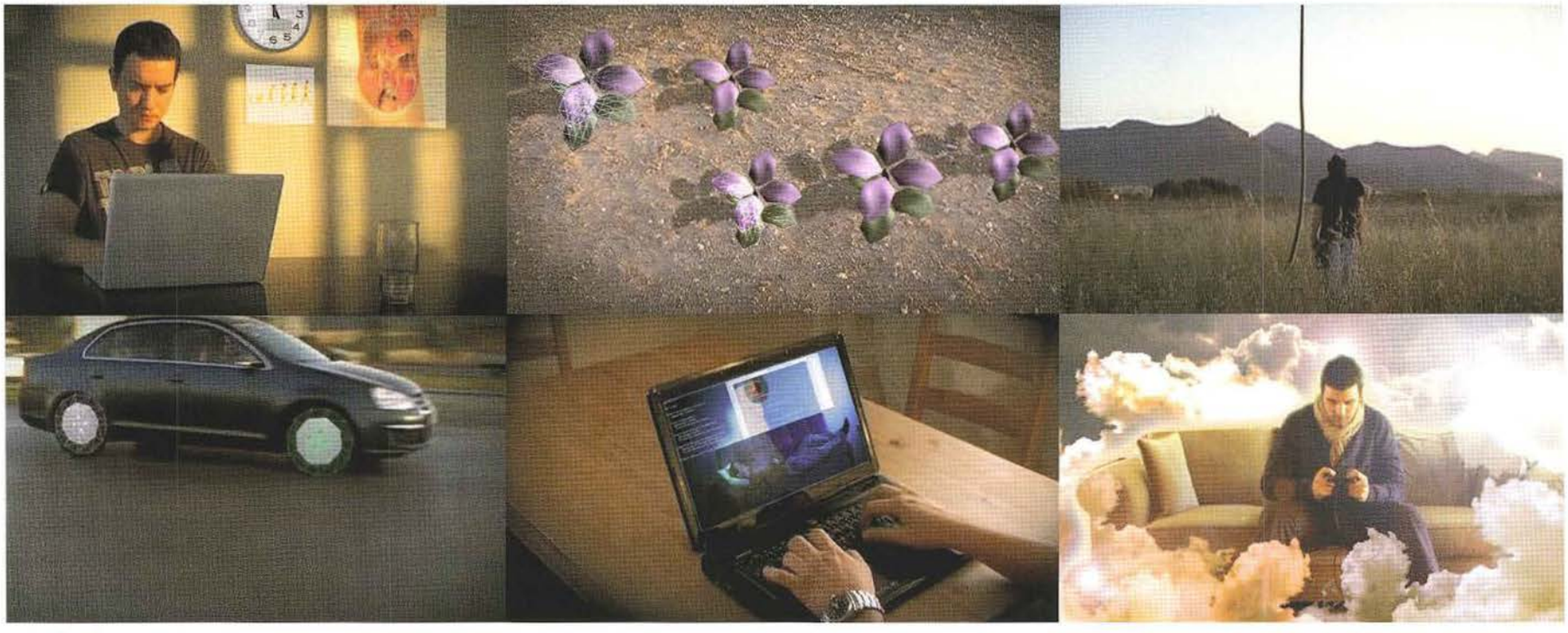
VOODOOLIZED

INTERACTIVE CINEMA

KORAY BACANAKGİL
koray_bacanakgil@hotmail.com

Zgod adlı yeni oyun konsoluna üç adet reklam filmi çekildi. Firmanın adı ise hayvanların ve insanların ilk hücresi olan, herşeyin başlangıcı olan hücre zigottan gelmektedir. Bu üç reklam filminde de hikaye Tanrı ve insan ilişkisinden yola çıkmaktadır. Tanrı dijital bir dünya yaratır ve insanlarla oyun oynar. Oyuncular ise bu sentetik dünyada yaşarlar ve bazen bu durumun farkına varırlar. En tepede ise Zgod adlı tanrı herşeyi oyun konsoluyla kontrol etmektedir.

Three video commercials are made for a brand new game console company called Zgod. The name comes from zygote which is the first cell of humans and animals, the beginning of life. The three video commercials tell about the relationship between God and humans. God creates the digital world and plays with the humans in their subworld. The game characters live in a synthetic world and sometimes they realize that they actually live in such a world. At the top, there is the top God, Zgod, who controls everything with the game console.

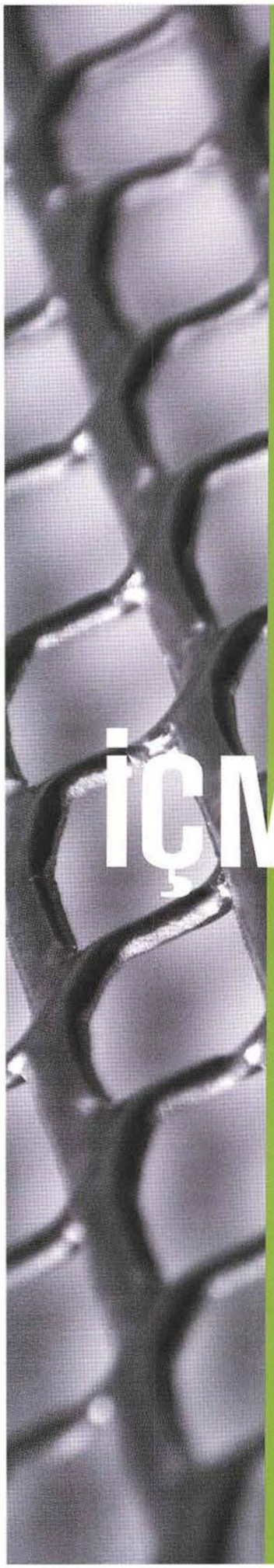


CONSTRAMAIL

Constramail projesi e-posta ortamındaki duyguyu mimarlık yoluyla, özellikle bugün en modern ve en meşhur mimari tip olan gökdelen binası kullanarak görselleştirmek hakkındadır. Bu proje insan duyguları ve metin arasındaki ilişkiye yeni bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır. Duygu incelemesi 6 temel duygu olan kızgınlık, şaşkınlık, sevinç, aşk, korku, üzüntü üzerine dayanır. Metin analizi Java uygulamalar tarafından yapılır, sonuçları hareketli gökdelen haline getirilir ve daha sonra e-posta arayüzü üzerindeki pencerede yansıtılır. Her duygu analizi mevcut e-mektuba ve toplam giden ve gelen e-postaların duygusal durumuna eşdeğerdir.

This project is about visualizing emotions in an electronic mail environment by means of architecture, specifically a skyscraper because it is the most modern and famous type of architecture in today's world. This project aims to bring a new perspective to the relation between human emotion and text. Analysis is based on six primary emotions: anger, surprise, joy, love, fear, and sadness. The email text is analyzed throughout java processing applications which then transform results into an animated model of skyscraper. The model is then displayed in an email interface window. Every analysis is equivalent to current text mail, and the overall sum of incoming or outgoing mail's emotional condition.

TEYMUR PASHAEV
freemantimur@yahoo.com
http://nero9.nm.ru/e_mail_website.swf



İÇMİMARLIK VE ÇEVRE

Sevgili yeni meslektaşlarımız,

Üniversite yıllarınızın sona ermek üzere olduğu bu günlerde eminim ki hayatınızın en heyecanlı anlarından birini yaşıyorsunuz. Bu güzel ve telaşlı heyecanı bizler de sizlerle birlikte yaşıyoruz. Üçüncü grup mezunlarımızı verdiğimiz bu sene özellikle gururluyum; çünkü sizler yıllar içinde gelişimlerini baştan sona gözlemleyebildiğim, bireysel eğilim ve yetilerini yakından tanıma şansına eriştiğim ve mezuniyetlerini izlediğim öğrencilersiniz.

Bölümümüzü farklı ve vizyonu geniş tutabilmek için yıllar içinde çeşitli atılımlarımız oldu ve olmaya da devam etmekte. Yat tasarımı, kullanıcı-odaklı yaklaşımlar, fakülte içindeki beş bölüm arasındaki verimli iletişim, ekolojik yaklaşım ve fütüristik tasarım bunlardan birkaçıdır. Sizler, 4 yıl boyunca; okul, konut, yat gibi çeşitli iç mekânlar tasarladınız, yat ve mobilya fuarlarına gittiniz, sempozyum ve konferanslara katıldınız, İçmimarlar Odası'nda aktif rol aldınız, Uygulamalı Atölye kapsamında Japonya, Hollanda, Amerika, Yunanistan gibi çeşitli ülkelerden gelen uzman tasarımcılarla çalıştınız, üniversitemizin yeni yapılmakta olan binalarının tasarımında, bölümümüze dışarıdan gelen restoran, stand gibi projelerle katkı yaparak uygulamayla ilgili çok zengin bir deneyime sahip oldunuz. Bunlara ek olarak, çocuk mekânları ve çocuklarla sanat projelerinde görevler üstlendiniz, sosyal sorumluluk projelerinde rol aldınız. Stajlarınızda kiminiz yerel ortamlarda mesleki deneyim elde ettiniz, bir kısmınız ise yurtdışına gittiniz. Çeşitli sergilere katıldınız. Mesleki örgütlenmenin önemini birebir yaşayarak gördünüz. Tüm bu deneyimlerle hem kendinizi geliştirdiniz, hem de bölümünüze çok önemli katkılarda bulundunuz. Sizlere en iyi eğitimi verebilmek için bizler de hep takım halinde ve büyük bir istekle çalıştık ve sizlere de aynı ruhu aşılamaya çalıştık. Mezuniyetiniz bizi gururlandırıyor, gerçekleştirebileceklerinizi düşünmek de heyecanlandırıyor.

Toplumda büyük bir kesim halen bir içmimarın ne yaptığını, mesleğinin insanla, insanın yaşamıyla ne kadar ilişkili olduğunu tam olarak bilmemektedir. Bu nedenle sizler nasıl artık kaçınılmaz olarak içinde bulunduğunuz her mekâna eleştirel bakma "mesleki hastalığına" sahipseniz, aynı şekilde mesleğinizi en iyi şekilde tanıtma sorumluluğuna da sahip olmanız gerektiğini hatırlatmak isterim. Bundan sonra sanat ve tasarımın ne kadar yaşamsal öneme sahip olduğunu sabırla topluma anlatma, yapılan işlerle kanıtlama görevini artık bizlerle mesleki yaşamınız boyunca paylaşacaksınız. Meslektaşlarınızla olduğu gibi meslek oda ve kurumlarıyla bağlantınızı devam ettirmeniz de bu açıdan çok önemlidir ve işimizin ayrılmaz bir parçasıdır.

Sorunları çözmek için ortaya atılan yeni fikirlerin, sorunların bağlamı, geçmişi ve kültürünü etraflıca değerlendirebilecek eğitimli bireylerden gelmesi günümüzde çok önemlidir. İnsanlar yaşamlarının büyük bir kısmını iç mekânlarda geçirmekte ve mekânsal çözümler, kullanıcıların verimliliğini, başarısını, hastane gibi mekânlarda ise hayatta kalmasını ciddi bir biçimde etkileyebilmektedir. Önümüzdeki yıllarda bu tür sorunlarla karşılaştığınızda burada almış olduğunuz eğitimin sizlere neler kazandırmış olduğunu daha yakından göreceksiniz.

Okuduğunuz bölümün, aldığınız diplomanın ve edindiğiniz mesleğin, sizlere bu toplumun çok küçük ve çok şanslı bir kesimi olduğunuzu her gün hatırlatmasını dilerim. Bu gerçeğin size getirdiği avantajlarla yanında büyük bir sorumluluk yüklediğinin de farkında olmanızı bekliyoruz. Bu sorumluluğu almaya hazır olduğunuzu, vizyon, bilgi, duyarlılık, cesaret ve mizah anlayışınızla gerekli donanıma sahip olduğunuzu biliyor, hepinize başarılar diliyorum. Shakespeare'in sözleriyle sizlerden "ayrılmak, tatlı bir hüzün".

Deniz Hasırcı
Bölüm Başkanı, Head

Dear new colleagues,

As you university life is coming to an end, you are going through the most educated, mature, exciting days of this period. We are sharing this excitement with you. This is the third group of graduates, and I am especially proud as these students are a group whom I have had the opportunity to observe and get to know closely from the very beginning, with their individual tendencies and skills.

Throughout the years, we have been working hard to keep our department unique and visionary. Yacht design, user-centered approaches, the fruitful communication among the five departments of our faculty, ecological understanding, and futuristic design are just a few of these. In the past 4 years, you have designed various interior spaces such as, schools, residences, and yachts; visited yacht and furniture fairs; attended symposiums and conferences, taken active roles in the Chamber of Interior Architects of Turkey; worked with experienced designers from countries such as Japan, U.S.A., Holland and Greece; gained practical experience by working on designs of the new buildings of our university, or various projects such as restaurant and stand design; worked on projects related to children's environments and art projects; participated in social responsibility projects; gained professional experience through your internships, some of them abroad; took part in various exhibitions, and saw the significance of professional organization. With all this experience, you have developed and in return, contributed to the development of our department. We have always worked as a team to deliver the best education to you, and have tried to give you the same spirit. Your graduation makes us proud, and excites us as we think of what you can accomplish.

TERIOR ARCHITECTURE TASARIMI AND VIRONMENTAL DESIGN

Still a large part of society does not know what interior architects do, or how integrated their work is with human beings and their lives. Just like you have now caught the "professional illness" of looking at each space you are in critically, you also have the responsibility of introducing your profession in the best way possible. From now on, we share the responsibility of patiently explaining how critical art and design are, and proving this with your work. In this respect, sustaining our relations with our colleagues, and professional chambers and organizations is crucial and is an inseparable part of what we do.

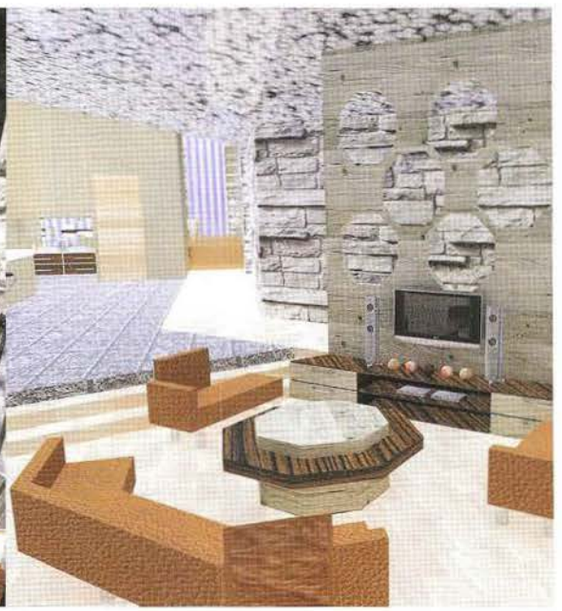
It is important today that, ideas put forward to solve problems come from educated individuals that take into consideration the context, past and culture of those problems. People spend their lives in interiors, and interior design solutions can influence productivity, success, and even whether or not people stay alive in spaces such as hospitals. In the coming years, you will acknowledge the significance of your education even more when you encounter such problems.

I hope that, every waking day, you diploma, department and profession will remind you that you are a small and lucky fraction of society. Obviously, this reality brings you great advantage as well as responsibility. I know you possess the vision, knowledge, sensitivity, courage and sense of humor to take on this responsibility, and wish you all success. In Shakespeare's words, "parting is such sweet sorrow."

BARIŞ ÖZTÜRK
info@icmimarbarisozturk.com
www.icmimarbarisozturk.com

İnsanlık, tarihi boyunca kendini geliştirmiştir. Fakat kendi gelişiminin doğaya ve dünyaya verdiği zararı fark etmemiş ve dünyanın dengesini bozmuştur. Doğal felaketler küresel ısınma, dünyanın ekolojik yaşantısının düzeltilemeyecek sınıra geldiğini gösterir. Günümüzde insanlar bu etkileri görerek onlemler almaya başlamış ve doğaya en çok zarar veren yapı sektörünü doğa dostu yapmayı hedeflemiştir. Binalar kendi enerji ihtiyaçları için sürdürülebilir enerji kaynaklarından yararlanmakta, enerji kaybını en aza indirmek için çeşitli yalıtımlar yapılmaktadır. Nature Friendly House projesi, bu düşünce anlayışı içinde son teknolojik ürünler kullanarak tasarlanmıştır. Ve ev sahiplerine sağlıklı, huzurlu ve mutlu yaşayacakları kişisel ve ortak yaşam alanları verir. Biliyoruz ki doğal olan yaşam alanları insan sağlığını koruyandır. Nature Friendly House gelecek nesillere sağlıklı, huzurlu ve mutlu yaşamlar bırakmayı amaçlamakadır.

Humanity has developed itself throughout its history. However, because of the nature of this development, they did not notice the harm to the world and how the world has been destabilized. Natural disasters, global warming and the world's deteriorating ecological life have made us aware of these problems. Today, people have begun to take measures to solve these problems, and even the most damaging activities of the construction industry are being changed to make them more environmentally friendly. Buildings need to exploit sustainable resources for their energy needs. Various new forms of insulation are being used to minimize energy losses. Nature Friendly House project, considering these issues, is designed using the latest technology products. Also personal and communal living areas are designed to ensure healthy, peaceful and happy lifestyles. We know that sustaining the natural habitat is the best protection for human health. For future generations healthy, peaceful and happy lives will be possible because of projects such as Nature Friendly House.



Mutsuzluk günümüzün ve geleceğin en belirgin sorunlarından birisidir. İnsanlardaki çalışma şevkini, diğer insanlara karşı hoşgörüyü, hayattan zevk alma becerisini azaltan en önemli sebeptir. Ancak, mutsuzluğun pek çok sebebi olduğu gibi mutlu olmanın da çok sebebi vardır; hatta mutlu olmanın birçok yolu da vardır. Özellikle yaşanılan çevre ile kişinin mutluluğu yakından ilgilidir. Mekândaki kişiler kadar mekânın kendisi de mutluluk seviyemizi etkilemektedir. Gelişen dünyada sosyal ilişkilerin azalması, bireyleri yalnızlık ve mutsuzluğa sürüklemektedir. Bu projede, bu mutsuzlukların mutluluğa dönüşebileceği mekânlar yaratılabileceğine inanılmaktadır. Belli sorunlara sahip kişilerin, bu sorunların aşılmasına özgü tasarlanmış mekânlarda mutluluğu yakalayabilecekleri düşünülmektedir. "Cloud Nine Mutluluk Merkezi"nin temellerini de bu düşünce oluşturmaktadır. Burada ciddi psikolojik sorunları olmadığı halde insanları psikologlara yönelten belli başlı sorunlar belirlenerek onlara mekânsal çözüm önerileri sunulmuştur. Bu sorunlar; özgüven yoksunluğu, cinsel tercihlerin dışavurumundaki zorluklar, aile ilgisinden mahrum çocuklar, geçmişi ya da çocukluğu özlemekten kaynaklı veya yoksulluğa dayalı mutsuzlukları kapsamaktadır. İnsanların mutlu olmaya her şeyden çok ihtiyacı olduğu günümüz dünyasında, insanlığın bir mutluluk merkezine ihtiyacı olduğu aslında çok açıktır. Şüphesiz ki "Cloud Nine Mutluluk Merkezi", insanların bu ihtiyacını karşılayacak, onlara daha mutlu ve daha huzurlu bir dünyanın kapılarını aralayacaktır.

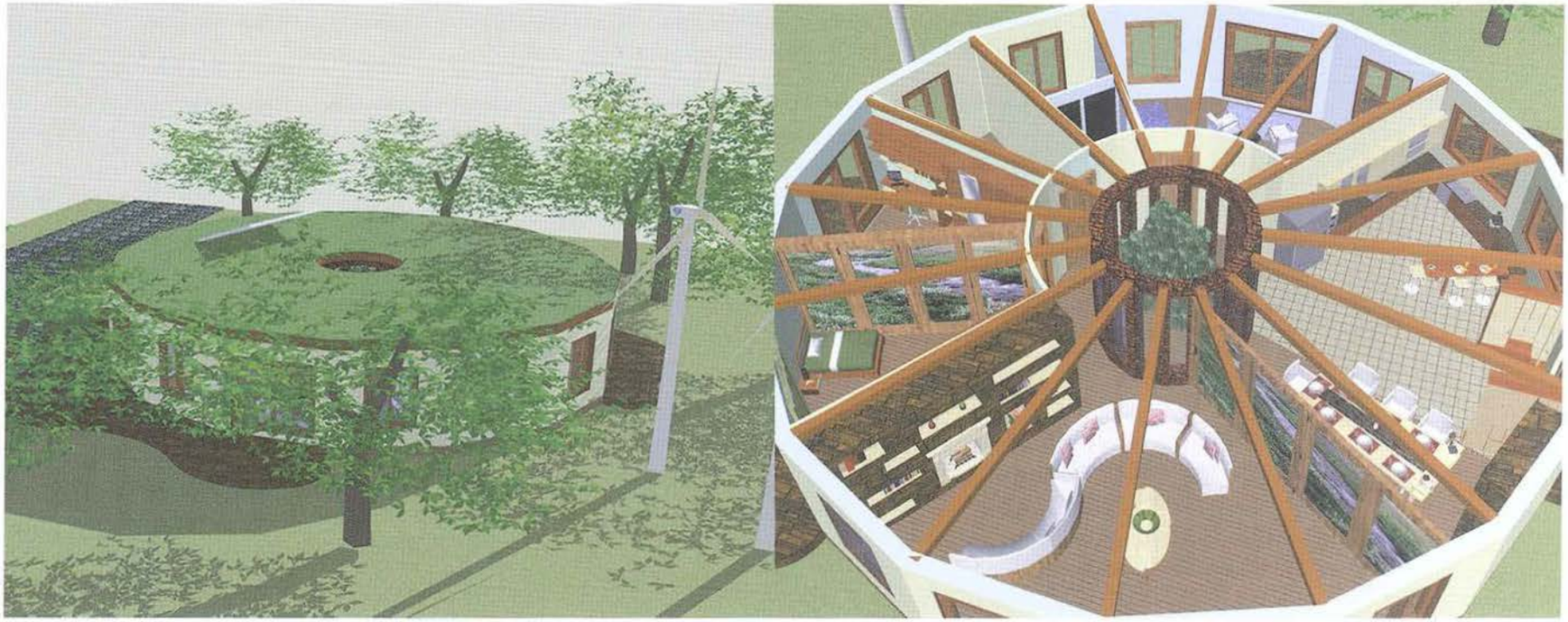
Unhappiness is one of the obvious problems of both the present and the future. It is also the biggest reason for a decrease in the work urge, tolerance to others and the ability to enjoy life. Although there are many reason to become unhappy, there are also a lot to become happier. There are many ways to be happy. The environment in which we live has a close relationship to levels of happiness. The space on its own effects us as much as the people with whom we spend time. In todays developing world, decreasing social relations makes people feel depressed and unhappy. A place can be created in which the feeling of unhapiness may be converted into the feeling of happiness. People can become happier in a space that is especially designed for themselves. There can be specially designed spaces for people who are unhappy, although they do not have serious psychological problems. There are five main problems which make people go to psychologists. These problems are : low self-esteem, gender identity disorder, disinterest of parents, missing the past and poverty. It is obvious that people need a happiness center when they want to be happier than they have ever been. Cloud Nine Happiness Center will satisfy the need for happiness, and will open a window to a happier world.

BAŞAK AN
an_basak_an@hotmail.com

BETÜL SEZGİN
betul_sezgin@hotmail.com

Bugün lise eğitimi alan gençler, yeterince sosyal olamamaktadırlar. Hayatlarında onları sosyal olmamaya iten birçok neden var. Bunlardan bazıları okuldaki sıkıcı eğitim sistemleri yani tasarımına önem verilmeyen mekânlardır. Ayrıca teknoloji hayatlarının en önemli parçası olduğundan bilgisayar telefon vb. araçlarla fazlaca zaman geçirmektedirler, bu da zamanla yalnız kalmalarına hatta psikolojik travma geçirmelerine bile sebep olabilmektedir. İşte tasarladığım Edu Hall gençlerin eğitim hayatlarına ve sosyal ilişkilerine yeni bir boyut kazandıracaktır. Bu eğitim alanında hem tartışıp hem dinlenip hem sanatsal faaliyetlerde bulunacaklar, hatta sinema spor gibi etkinliklere katılıp sosyal yönlerini geliştireceklerdir. Edu Hall İzmir'in akciğeri olan urla ilçesinde, sırtını doğaya vermiş geniş bir arazi içerisinde yer almaktadır. Gençler Edu Hall un hem eğitsel ve sosyal imkânlarından yararlanırken doğadan da kopmamış olacaklardır.

At present pupils in high school education are not as social as they could be. There are a lot of reasons in their lives to make them antisocial. One of the reasons is a boring education system in schools. These places are only designed according to their academic needs. Also, as technology is an important part of our lives, they spend too much time on the computer, telephone, etc. This could easily lead them to being lonely, and having psychological problems. The "Edu-Halls" that I have designed will bring a new life style to their educational lives and social relationships. In these Edu-Halls, they will be able to have discussions or have a rest. On the other hand, by going to the cinema or to the Gymnastics area in the Edu-Halls they will be developing their social skills. Edu-Hall is situated in a beautiful large nature area in Urla. People say this area is the lungs of Izmir. While young people benefit from the educational and social aspect of this space, they will still be part of nature.



Günümüzün küreselleşen dünyasında çevresel sorunlar her geçen gün daha da artarak hem doğa hem sağlığımız için önemli bir tehdit olmaya başladı. Bunun sonucu olarak da "sürdürülebilirlik" teması tasarım dalları için daha önemli bir konu haline geldi. Hayatımızın çoğunu geçirdiğimiz evlerimiz ise bu problemlere çözüm olmak bir yana, daha da çok soruna yol açmaya başladı. Robinson evleri bu düşünceden yola çıkılarak; içinde barındırdığı su ve enerji konularına yönelik birçok sürdürülebilir sistem ile kendi kendine yeterliliğini sağlarken; çözümün bir parçası olmak için tasarlandı. Bu sistemler arasında; yağmur suyunun geri dönüşümünü sağlamak için "catchwater" sistemi, atık suyun geri dönüşümünü sağlamak için "graywater" sistemi ve yenilebilir enerji üretimi içinse rüzgâr türbinleri ve güneş panelleri var. Ayrıca sürdürülebilirlik temasının yanı sıra, evlerin içinde kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarına doğrultusunda, mekânların genişliği ve iç-dış ilişkisinin değişimi için birçok katlanabilir ve sürülebilir kapı bulunmaktadır. Evlerde bulunan sürdürülebilir sistemler hem onların kendi kendine yeterliliğini sağlarken hem de çevreyi koruyarak onların gelecek nesiller içinde var olmasını sağlamaya ve diğer özellikleriyle de uzun vadeli kullanımı artırmaya çalışıyor.

Environmental problems increase each day with the globalization of the world, as they are becoming an increasing danger for nature and our health. As a result, sustainability has become an important issue in the field of design. Our homes, where we spend most of our time, create more problems for the environment, instead of being a part of the solution. Robinson homes were designed to change that by incorporating technologies that increase self-sufficiency related to energy and water needs. They incorporate elements such as: catchwater and graywater systems which provide recycling for rain and waste water; renewable energy generators such as wind turbines and solar panels; and a heat pump system which makes homes more energy efficient. Besides being sustainable homes, these housess are also quite adaptable by allowing changes in the rooms' size, and the outside-inside relationship. Using folding and sliding doors these can be changed according to the user's needs and desires. The sustainable systems used in these houses' design help to preserve nature for future generations by being environmentally friendly. They also provide long-term usage of the homes to the users.

BURCU ERTEM
burcu_ertem@yahoo.com

BUSE PARLAR
buse.parlar@hotmail.com

Küreselleşen dünya boyutunda, ulusdevletin bitmesiyle uluslararası teknoloji bilgi kültür paylaşımı boyutunda dünyanın her bir köşesine her gün yüz binlerce insan seyahat etmektedir. Bu yoğunluktaki ulaşım elbette ki havayoluyla yapılmaktadır. Hız ve konfor bunun en önemli nedenlerinden biridir. Yolcu sayısının artmasıyla beraber uçuş fobisi ve bu tarz problemlere sahip olan yolcu sayısında da artış olmuştur. Bu sorundan yola çıkarak insanların uçuş fobisini önlemek ve yok etmek için Jetport havaalanını tasarladım. Jetport'un temel tasarım amacı, insanları renklerle, kullanılan malzemelerle, mobilyalarla ve sunulan servislerle yolcuların uçuş psikolojisini düzeltmektir. Jetport'un temel tasarım prensiplerinden biri de klasik bir yolcu terminali yerine, Lounge tarzı bir havaalanı yaratmaktır. Bu şekilde Jetport'a gelen yolcular sıradan bir havaalanı yerine kendilerine özel hizmetler sunan bir yolcu alanına girerler. Yolcuların vakitlerini en faydalı ve beklentilerine yönelik geçirmeleri için Jetport'ta, özel dinlenme odaları, rahatlama ve masaj alanları, saat ve mücevher dükkanı ve toplantı salonu bulunmaktadır. Jetport, Jetport'a gelen yolcuların orada geçirdikleri süre boyunca uçuş fobisini yenme ve vakitlerini arzu ettikleri şekilde geçirmeleri için tasarlanmıştır.

With globalization the idea of the nation state is disappearing. For this reason, millions of people travel to share international technology, culture and knowledge. This travel intensity is largely related to air travel developments. Speed and comfort are the most important factors. With the increase in passenger numbers, there are also increasing numbers of people with flight phobias and similar kinds of problems. Because of this issue I have designed Jetport airport to prevent people's flight phobias. The main design principles of Jetport are concerned with influencing people's flight psychology with the choice of color, material and furniture, and through the facilities offered to the passengers. Instead of a single passenger terminal Jetport is designed like a lounge. In this way passengers who come to Jetport enter a special area instead of a single passenger terminal. To assist passengers to pass the time more enjoyably, and to fulfill their expectations there are a number of different areas. In Jetport there are private rooms, relaxation areas, massage areas, watch and jewelers' shops and meeting and working areas. Jetport is designed to help people overcome their flight phobias, and allows them to spend their time as they desire when they come there.

Treatise45, küresel ısınmanın deniz biyolojisine verdiği zarar üzerine araştırma yapan denizbilimi ekibine hizmet etmesi amacıyla tasarlanmış, geleceğe yönelik konsept bir mega yattır. Treatise45 araştırma ve eğitim amacıyla hem su altı hem de su üstünde hizmet verdiği gibi, okyanus biyolojisinde meydana gelen zarara dikkati çekmek ve bu alanda farkındalık yaratmak amacıyla bir sivil toplum merkezi olarak görev almaktadır. 90m x 23m ölçülerine sahip mega yat, bilim adamları, mühendisler, deniz bilimciler, dalış ekibi ve öğrencilerden oluşan minimum 60 kişilik bir ekibe ve bu ekibin ihtiyaç duyduğu ekipmanlara yönelik tasarlanmıştır. Çalışanların konforunun ve fonksiyonel çalışma şartlarının maksimize edildiği yattın, çalışma alanı, dalış ve basınç odaları, duş ve laboratuarlar gibi mekânlarında günümüz ve gelecek teknolojisinden faydalanılmıştır.

Treatise45 researches through oceanography the negative effects of global warming on the oceans. It has been designed with this in mind, but also using the concept of a mega yacht. Treatise45 is able to operate both under and above sea level. On the other hand, it helps to heal the ocean's damaged conditions. It will also serve to highlight and make people more aware of these problems within the civil sphere. The measurements of the structure are 90 meters by 23 meters. It will accommodate scientists, engineers, oceanographers, diving crew and students to a maximum of 60 people. The materials and equipment that they need were carefully considered during the design process. The comfort and functionality of the workers has been maximized in this yacht. As well as working space, diving and pressure chamber, showers and laboratories were created according to the usage needs of today and the future.

CANAN ATILGAN
cananatilgan86@hotmail.com
www.cananatilgan.com

CANSU ÇİMEN
cansucimen2009@hotmail.com

Mağaza tasarımı, alışveriş yaparken aslında hepimizi farkında olmadan etkileyen bir faktördür. Kişisel bakım ve alışveriş ihtiyaçlarımızın tümünü aynı yerde karşılamamıza yardımcı olacak mekanlarla gelecekte çok daha sık karşılaşacağımız düşüncesiyle "Rapid Relations" tasarlandı. Projede amacım tüm bir günü geçirebileceğimiz, tamamen müşteri ve tasarım odaklı bir mekân yaratmaktır. Her bölümünde ayrı ihtiyaca yönelik hizmet ile farklı mağazaları gezmekle kaybettiğimiz zamandan tasarruf etmiş ve daha kaliteli bir gün geçirilmiş olunacaktır. Alışveriş yaparken dinlenilebilecek, bekleyen müşterilerin yemek yiyebilecekleri, özel gün ve geceler için seçilen elbiselere uygun saç, makyaj ve bakımın yaptırılabileceği bu mekân tasarımıyla, insanların kendilerini çok önemli, değerli ve kusursuz hissetmeleri amaçlanmıştır.

Store design is a factor that affects us in a subtle way whether we realize or not. "Rapid Relations" is designed with the idea of enabling the customer to find multiple goods in one place. My aim in this project is to create a design-based place where you can enjoy yourself all day long. In each part of the mall, with its multiple opportunities, it will help you to save your time and then you will have a quality day. The most important part that I want to highlight in this project is that I want to provide a place where people can either rest or have their meal. This will be a place where they can be themselves and feel valuable and perfect. It will have areas that enable them to have a peaceful and perfect outlook, especially at the exclusive beauty center.

Araştırmalar gösteriyor ki insanlar beş yıldızlı otellere gitmek yerine butik otellere gitmeyi tercih ediyorlar çünkü bu otellerin tasarım konusunda beş yıldızlı otellere göre daha başarılı olduğu, misafirlerine daha kaliteli bir hizmet verdiği düşünülüyor. Ayrıca butik oteller misafirlerine kendilerini daha özel hissettirdikleri için insanlar bu otellerde kalmayı tercih ediyorlar. Bütün bunlar düşünülerek Bodrumun en güzel koylarından biri olan Türkbükü'nde, hem yeşillikle iç içe hem de deniz kenarında konumlanan eski otel binası butik otele dönüştürülmüştür. Otelin misafirlerinin, ihtiyaçları ve istekleri için özel olarak tasarlanmış mekânlarda tatillerini en güzel şekilde geçirebilmeleri amaçlanmıştır. Yıl boyu stresle iç içe yaşayan insanların rahat ve huzur içinde bir tatil geçirmelerini göz önünde bulundurularak olabildiğince sade ancak bir yandan da tüm ihtiyaçlara yanıt verebilen bir kompleks yaratılmaya çalışılmış, tüm malzemeler ve renkleri buna hizmet edecek biçimde seçilmiştir.

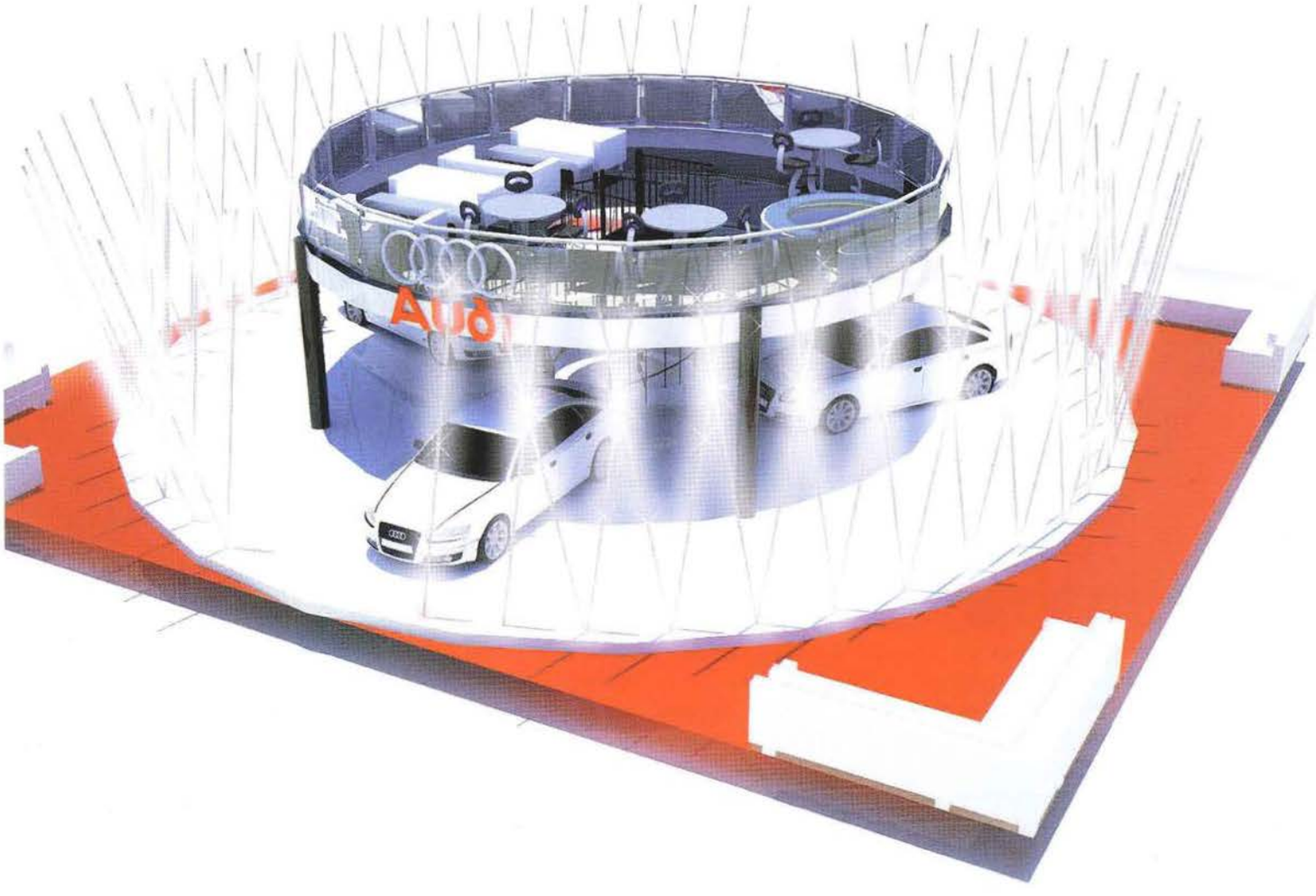
This project is about boutique hotel design. Research shows that people prefer boutique hotels to five-star hotels. Boutique hotels are more successful with their design and hospitality compared to five star hotels. Guests prefer to stay in boutique hotels because they feel more special. That's why boutique hotel design has been chosen for this project. This hotel is located both in nature and near the sea in the beautiful bay in Türkbükü. The guests of the hotel spend their holidays in a place that is designed specially for their needs and desires. The hotel is both comfortable and peaceful for its guests, and acts as an antidote to the stress of their everyday lives. It is very important for people to spend their holiday in the best way. The colors and materials have been chosen so as not to disturb anybody, and the colors also help people feel at peace. The complex answers all the needs of the guests, and is also a place that is as simple and pure as possible.

CANSU LEBLEBİCİ
cansuleblebici@hotmail.com

DENİZ ÖZTÜRK
denizozturkada@hotmail.com

Günümüz dünyasında ve gelecekte yaşayacağımız birçok doğal felaketten dolayı adaptasyon ve çevreye uyum önem kazanmıştır, yaşam alanlarının, binaların sanatsal ve ticari mekanların çok yönlü olarak inşa edilmesi gereği duyulmuştur. Bu yüzden de hareketli, devinimsel sistemler ve bileşenleri uygulanabilirlik, taşınabilirlik gibi özelliklerinden dolayı özel tasarımlarda sıkça kullanılmaktadırlar. Shift projesi de hareketli yapılara bir örnek olup, açılıp kapanabilme özelliğine sahip bir yaşam alanıdır. İki şekilde kullanım ihtiyacına yada isteğine cevap vermektedir; ev ve bar olarak. İlerleyen yıllarda, yaşanılan felaketler sebebiyle kara parçalarının minumum düzeye ineceğini varsayarsak, insanların küçük alanlardan büyük alan etme gibi bir ihtiyacı doğacaktır. Shift tasarımını bu problemi çözmek için tasarladım ve yan duvarlarını kinetik bir yapı haline getirdim, istenildiği zaman mekanik hareket ve zeminde koymuş olduğum tekerlekler sayesinde sabit olan yapıdaki oyukların içinden yürüyerek açılıp aynı sistemle kapanabilmektedir. Kullanılan malzemeler ve ebatları da bu hareketi destekleyici niteliktedir.

In todays world, kinetic systems refers to the ease with which a system or component can be modified for use in applications or environments other than those for which it was specifically designed. Nowadays, there is a need for adaptable spaces, and the design techniques of kinetic architecture achieve this by building kinetic structures. The "Shift" is a functional home that can open and close when the owner of the house wants to use it as a bar. It has an elliptical form, and is intended to make the simplest and most minimal statement. Abstractly, it reflects its surrounding's materiality and scale. People need to provide bigger spaces from small spaces because of earthquakes in the future. There will be small areas of land such as islands, so the structure of this house system will solve this problem with its kinetic structure. Land will be important for people. They want to have small houses but also large spaces to provide for their needs. To minimize the space, exterior surfaces are manipulated by sliding. Reorganization of the surfaces results in varied spatial and visual solutions. Each element of the composition is carefully proportioned in relation to frame and wall sizes.



Hiçbir ilişki dört dörtlük değildir; ancak iletişimi sıkılaştırmak ve kusursuza yaklaştırmak da imkansız değildir. Konut tasarımı ile iletişimde dengenin sağlanması ve hayal kırıklığına dur denebilmesi olanaklıdır. Cinsiyet ve iletişim, konut tasarımı ile çözülmeye çalışılmıştır. Hayatını zor bir şekilde sürdürmeye çalışan çiftler, ilişkilerini zedelemektedir. Bu stress ve sıkıntı atmosferinin içinde bir de iletişim kopması yaşanıldığında bildiğiniz gibi tarafların birbirinden soğuması gerçekleşmektedir. Günlük rutin hayatlarını yaşarken iki tarafın da zamanla bu durumdan şikayetçi olması söz konusu ele alındığında, yapılabilecek en güzel şey ilişkiye renk katmanın yollarını aramaktır. Bunun en güzel ve etkili yolunun cinsellikten geçtiği söylenebilir. Herkesin bildiği gibi cinsellik kapalı bir kutudur. Partnerlerin birbirini tanıması da bu alanda önemlidir. Çok şey bildiğinizi sandığınızda, aslında hiçbir şey bilmediğinizi görmeniz de hakikattır. Eğer eşinizle iletişiminizi tazelemek ya da renklendirmek istiyorsanız, bu konut sayesinde iletişiminizi sıkılaştırabilirsiniz.

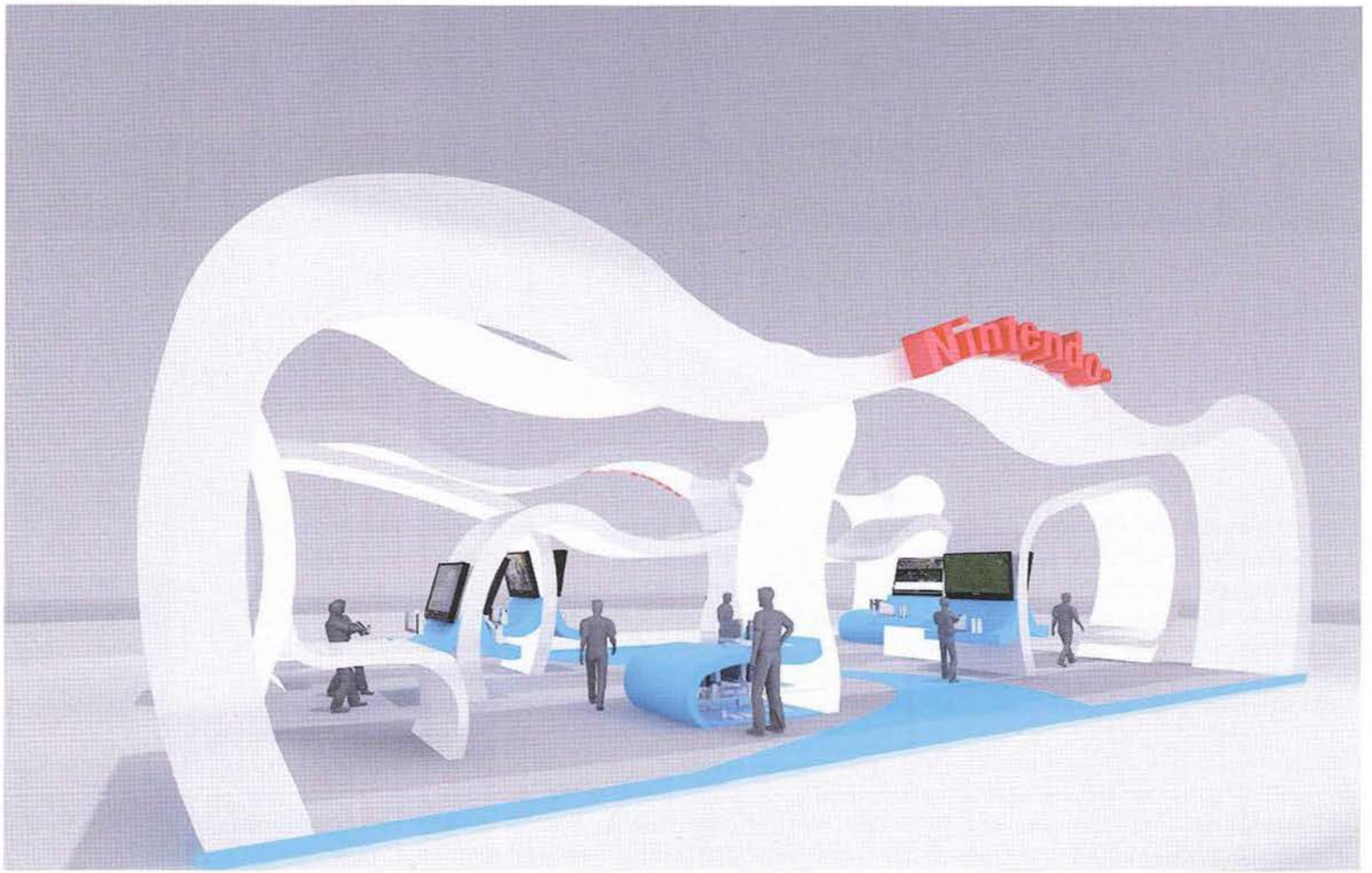
Not all relationships are perfect, however it is possible to improve communications and to make it better. With the help of the good residential design project, we can improve communications and prevent disappointment. Gender and communication are considered within this residential design. The difficult life of the couple gives damage to their relationship. In this atmosphere of stress and distress communication breaks down and they become cold to each other. In their daily routine, while living together, both parties start to complain about this. While addressing this question, the best thing to do is to look for ways to add color to the relationship. The most beautiful and effective way could be through sexuality. As everyone knows, sex is a closed box. To know your partner is very important. You think you know what you see is the truth, but you do not actually know anything. If you want to renew or colour your communication in your relationship, you can improve it with resident design.

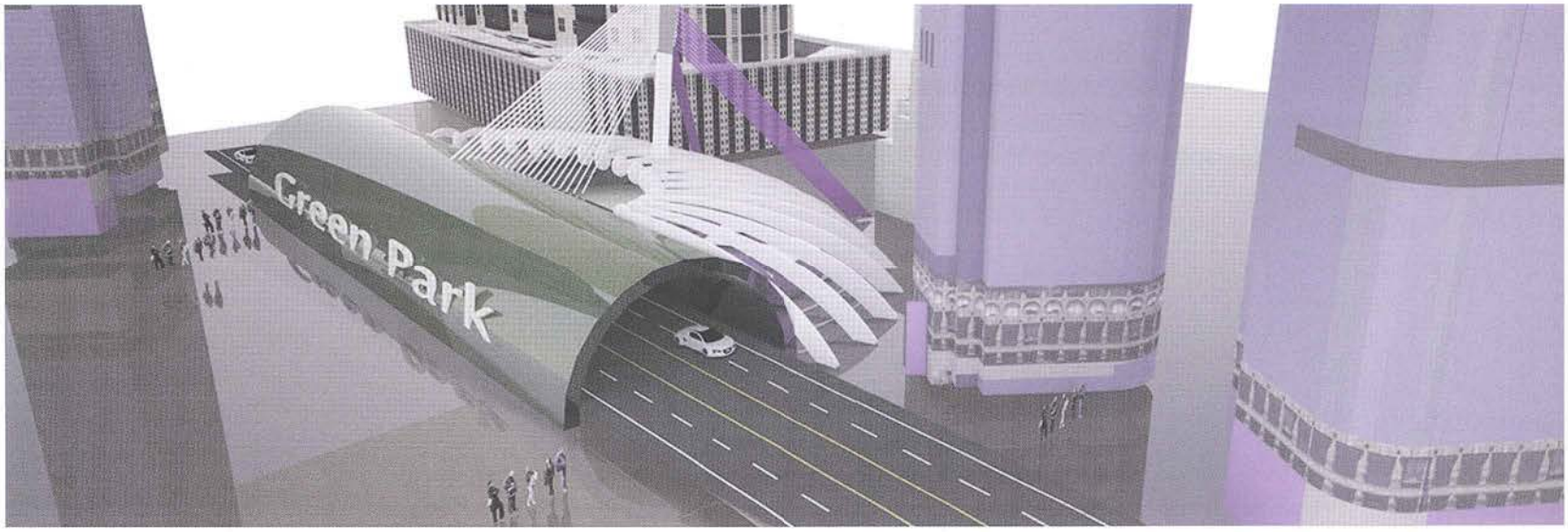
DİLRUBA FATMA SANTEPE
info@dilrubasantepe.com

DUYGUM GİRGİNER
duygumgirginer@hotmail.com

İnteraktif tiyatro günümüz tiyatrolarına yeni, farklı ve etkileyici bir bakış açısı kazandırmaktadırlar. Geleneksel tiyatrodan farklı olarak, seyirciyle bütünleşen ve seyirciyi oyuna dahil eden bir yol izlemektedirler. Bu proje oyunu seyircilerin konsantrasyonunu dağıtmadan farklı etkinliklerle birlikte izleme olanağı sunmayı amaçlamaktadır. Hızlı yaşam temposu insanların tiyatroya gitmesine engel olmaktadır. Oysa bir 'restoran-tiyatro' projesi iki etkinliği bir arada barındırarak bu soruna da çözüm getirmektedir. ROUGE sadece kavramsal bir öneri olarak değil, iç mekân tasarımıyla da seyirciyle bütünleşen bir yapıya sahiptir. ROUGE tiyatro tarihinin farklı dönemlerinden esinlenilerek ve temel ilkeler göz önünde bulundurarak tasarlanmıştır. Sahnenin ana mekanın ortasında yer alması ve seyircilerin kullanacakları masaların amfi biçiminde yükselerek yerleştirilmesi Antik Dönem Tiyatrosu'nun izlerini taşımaktadır. Bu durum sadece mekân organizasyonunda değil tiyatronun yaşamla iç içe olması bağlamında da değerlendirilmiştir. Diğer yandan mekanın her yanını kullanan oyuncularla Epik Tiyatro'nun "dördüncü duvar"ı kaldırma çabasına gönderme yapılmaktadır.

Interactive Theatre presents a new, different and impressive approach to recent theatre. Different from the conventional theatre, it tries to interact with the audience and promote participation. This project aims to provide the possibility of being a fully attentive spectator while also being involved with other activities. The time limitations caused by the high speed of life may be an obstacle to going to the theatre. However, a 'restaurant-theatre' project, by offering the two activities at the same time, seeks a new solution in this respect. ROUGE has an interactive structure not only as a conceptual proposal but in terms of its interior design. ROUGE is designed considering the very basic principles of theatre and being inspired by its different periods. The stage located at a central position surrounded by tables on raised platforms follows the example of Antique Theatre. This influence is not limited to the spatial organization but applies to the integrity of the life of the theatre. On the other hand the attempt to remove the "fourth wall" in Epic Theatre is referred to by players acting everywhere in the space.





Günümüz metropollerinde otoparklar, alt geçitler ve alışveriş merkezleri vazgeçilmez hale gelmiştir. Artan nüfus ve bu alanlara duyulan ihtiyacın çoğalmasıyla günümüz metropolleri beton yığını haline gelmiştir. Metropollerde yaşayan insanlar doğadan kopmakta, bunun sonucunda da daha agresif ve mutsuz olmaktadır. "Doğaya olan borcunu öde" sloganıyla yola çıkarak geliştirdiğim projede asıl amaç şehir planlamasında büyük alan kaplayan otoparklar, altgeçitler ve alışveriş merkezlerini birleştirerek onları yer altına taşımak ve yeşile daha az zarar vermektir. Ne sebeple olursa olsun inşa edilen her bina yeşil olabilecek bir alanı işgal etmektedir. Bu sebeple, biz de doğaya biraz daha borçlu kalmaktayız. Dolayısıyla, bu alanların üstünde kalan boşluklar yeşillendirilerek doğayla iç içe bir çevre yaratmak amaçlanmıştır. Bu sayede metropol insanı doğayla tekrar biraya gelirken modern dünya gereksinimlerinden de fedakarlık etmemiş oluyorlar. Bu projede alışveriş merkezi kısmında bir adet spor mağazası, bir adet kafe, unisex kuaför ve araba yıkama merkezi bulunmaktadır. Alt geçit kısmı ise kayan bantlarla yayaları taşıma esasına dayalıdır ve bantların etrafını çevreleyen LCD ekranlar kullanıcılara alt geçit boyunca eşlik etmektedir. Son olarak otoparkın en büyük özelliği ise kendi kendini park eden araç sistemidir. Aracını otoparka getiren sürücü arabasını girişte bırakarak aracını otomatik kayan bantlara teslim etmekte ve bu bantlar arabayı en uygun bölmeye yerleştirmektedir.

Parking lots, pedestrian underpasses and shopping malls are some of the most essential elements of today's modern cities. With the increase in urban populations, and the need for these particular spaces, modern cities often look like tasteless piles of concrete. People living in cities are alienated from nature, and this effects people negatively in all aspects of their lives. People may become more aggressive and unhappy. The motto for my project is "Pay What You Owe to the Green." Each new building, no matter what purpose it serves, uses land that could be a green area. Through projects such as this, people living in cities will have a chance to re-connect with nature. This projects aims to merge the parking lots, underpasses and shopping malls, and to move them underground in order to 'green' the above spaces. It also aspires to create a quality designed modern world underground. This particular project contains a sports shop, male and female hairdressers, a coffee shop and a car washing area. Within the project the underpass area contains LCD screens on each side of conveyor belts that carry pedestrians across the whole area. Also the parking lot has an automated self parking system. The drivers leave their cars at a specific point and the automatic system takes the cars, and places them in suitable spaces using an elevator and conveyor belt system.

FEVZİ CAN TİRYAKİ
cantiryaki21@windowslive.com

FULYA GÖKGÜNNEÇ
fulya_gokgunnec@hotmail.com

Dünyamız, insanoğluna daha rahat bir yaşam tarzı sunabilmek için sürekli gelişmektedir. Teknoloji, takip edilemeyecek kadar çok yeniliklerle karşımıza çıkmaktadır. İnsanoğlu bu süreci gerçekleştirirken bir tek unsuru göz ardı etmektedir: "Doğa". İnsanlar doğanın dengesini bozarak verimsizlik ve susuzluk gibi problemlerin de ortaya çıkmasına neden olmuşlardır. Asıl soru, teknolojiyle doğa arasındaki denge bağını nasıl kurabiliriz? Bu sorunu göz önünde bulundurarak insanlara doğa bilincini aşılayıp aynı zamanda sağlıklı yemekler eşliğinde sosyalleşmenin lezzetli dakikalarını yaşatarak "Island Restaurant" tasarlanmıştır. Bu restoran herkesin kısa sürelik yorucu iş temposundan ve gündelik koşuşturmalardan uzaklaşıp tabiatın sunduğu rahatlatıcı ve göz alıcı zenginliklerinden yararlanarak geniş menü çeşitleriyle müşterilerine güzel saatler yaratmayı amaçlamaktadır. Tüm yiyecekler Island Restaurant'ın kendisine ait tarlasından toplanarak müşterilerine sağlıklı lezzetler sunmaktadır. Island Restaurant, tabiatın eşsiz etkileşiminden yararlanarak müşterilerinin hem ruhsal rahatlığını hem de damak zevklerine uygun lezzetlerle akıllarda kalmayı hedeflemektedir.

Today's world is constantly evolving through different stages, all aimed at providing a more comfortable lifestyle for human beings. Technology has created many innovations. While this helps the process of development, a single basic issue is being ignored: "Nature". By disturbing the balance of nature, unconsciously many problems are created. The real question is: how can we provide a balance with nature in our lives? Considering this issue, I designed Island Restaurant in order to give more prominence to a consciousness of nature. Island Restaurant offers nature's magnificent beauty in a relaxing space. It offers this in the company of likeminded people, who also want to get away from their busy working schedules and the daily rush for a while. All the vegetables and fruits are grown in the restaurant's own fields, and offer healthy dishes to the customers. Island Restaurant aims to develop its customers' mental relaxation by using interaction with nature in the design. It does this through the healthy foods served there and also through the environment I create as a designer.

Bir noktadan başka bir noktaya gitmek her zaman yorucu olmuştur ve teknoloji hızla ilerlemektedir. Buna rağmen yol üzerindeki dinlenme tesisleri, tasarım olarak insanlara daima yetersiz gelmiştir. Buna paralel olarak, bugün, insanoğlu dünyadaki enerji kaynaklarını -buna petrol de dahil- çok hızlı tüketmektedir. Bu yüzden insanoğlu yeni enerji kaynaklarına yönelmektedir. Elektrik de bunlardan biridir. Bu sorunu göz önünde bulundurarak insanlara yeni bir dinlenme tesisi ve arabalar için şarj istasyonu tasarlanmıştır. Bu tesiste, insanlara arabalarının şarj olmasını beklerken onlara bir kafe eşliğinde konfor ve rahatlama sunulmaya çalışılmaktadır. Bu kafé, insanların gün içerisinde yemek yeme veya bir şeyler içmek için uğradıkları, onları yol stresinden uzaklaştıran ve yolculuk sırasında, yol üzerindeki tercih edilen mekanlar haline gelmesi için tasarlanmıştır. Bu mekanda s eçilen renkler ve kullanılan formlar, aynı zamanda buna eşlik eden mobilyalar bunu amaçlamaktadır.

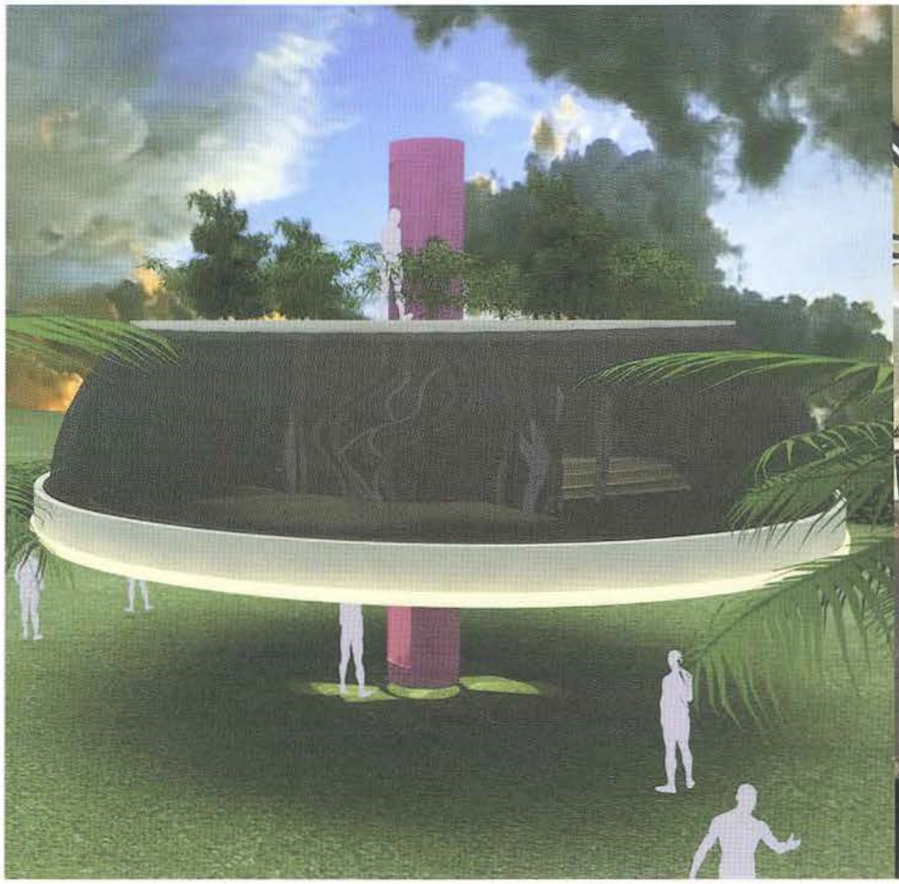
It has always been exhausting to travel from one place to another even with rapidly improving technology. In earlier years, and even today, roadside resting facilities are unsatisfactory and unpleasant places. In parallel with this, humans have been constantly exploiting energy resources including oil for petroleum. Nowadays we are searching for cleaner ways to power cars. Electricity is one of them. Bearing all these problems in mind, a combined resting facility for people and charging station for cars has been designed. In this facility comfort and relaxation are offered in a specially designed cafe while people are waiting their cars to be recharged. This cafe is designed in order to make people feel like having a break for a drink or a meal during the day. It allows them to get away from the stress of the road. It is a place where people will want to go rather than merely going there for practical requirements. The desireability of this place as a destination is enhanced by the interior design colors, forms and furniture.

GİZEM DOYURUR
gizemieu@hotmail.com

GİZEM ÖZLÜK
mysterycicoz@hotmail.com

İlk eğitim ailede başlar. ilköğretim çağına gelindiğinde ise ikinci hayat, ikinci eğitim başlar. Bu eğitim yerleri, 21. yüzyıl koşulları ve bu yaş grubundaki çocuklar göz önüne alınarak tekrar düzenlenmelidir. İyi bir eğitim elde edebilmek için ruh sağlığı ve yüksek motivasyon önemlidir. İlköğretim çağındaki çocukların, okula başladıklarında, eğitimden, okumadan ya da yazmadan pek haberdar oldukları söylenemez. Bu yaş döneminde, arkadaşça, sıcak bir ortama ihtiyaçları bulunmaktadır. Küçüklükten gelen alışkanlıklarını geliştirerek devam ettirebilecekleri sosyalleşme alanlarına, arkadaşları ile vakit geçirebilecekleri alanlara ihtiyaçları vardır. Normal koşullarda büyük çoğunluk bu imkânlara sahip olamamaktadır ve okullarda sosyalleşmek için yetersiz alan sorunu ile karşı karşıya kalmaktadır. "Benna Okul" sınıf tasarımı projesi ile bu sorunlar çözülmeye çalışılmıştır. "Benna Okul", sınıfların içinde sosyalleşme alanlarının bulunduğu, büyük, ferah, tekdüze olmayan bir tasarım anlayışı ile geleneklerin dışında bir görüntü yaratılarak tasarlanmıştır. Teknoloji kullanımı arttırılarak zamandan kazanç sağlanması planlanmıştır. Okul haricinde, özel ilgilere ve yeteneklere yönelik çözümler yaratan alanlar oluşturularak tek mekânda birçok işlev bir araya toplanmıştır: Müzik odasında özel müzik eğitimi ya da spor odasında bu alana yönelik çalışmalar yapmak gibi... Bu projede, çocukların psikolojisine hitap ederek onların memnun olabileceği bir ortam yaratmak, eğitimi eğlenceli ve çekici hale getirmek amaçlanmaktadır.

Our initial educational experience comes from family experience, and our second starts in first class in primary school. We have to redefine the learning environment and the systems of primary education for the 21st century by paying more attention to early age students. Having good motivation and mental health is important to help in gaining a good education. Little children do not have any idea about education, reading, and writing when they come first to the class. They need a friendly atmosphere. They need some time to mix with other children outside of the lessons. Children need time to make friends, and space to run and shout and jump. We have an environmental problem, and do not have enough social areas in schools. In this project which is called "Benna School" a solution to these problems is proposed by creating larger than normal classrooms, thus providing some possibilities for students to become socialized in one place. In this space they can also use technology to save time and access information easily. All this helps to solve the problems mentioned previously. Students can realize their own particular abilities in specialized spaces such as in music rooms, sport rooms or research and experimentation rooms. They can have more time to read and communicate with each other in their relaxation and reading rooms. The aim is to create a space where they feel happier.



IVY evi tasarımı ile yaşam koşulları değişmeden mekânı istenilen yere götürmek hedeflenmiştir. Bir mekanizmanın etrafına dizilmiş olan bu bireysel konutlar bütün enerjilerini güneşten karşılamaktadır. Bu sayede IVY evi uçabilmekte ve hem karada, hem de su yüzeyinde durabilmektedir. Mekânın etrafında kullanılan cam isteğe bağlı renk değiştirebilmektedir. Üst kısımda uygulanmış olan yeşil alan ile kişi kendi oksijenini ve besinini kendi üretebilecek ve mekâna anında aktarabilecektir. İç mekân tasarımında duvar kullanılmamıştır. Bu sayede ev içerisinde birbirleriyle uyumlu mekânlar oluşturulmuştur. Mekân dört bölüme ayrılmıştır. Yatak odası ve oturması odası olarak kullanılacak iki alanı belli etmek için farklı malzeme kullanılmıştır. Mekânın merkezin de bulunan sarmaşık şeklindeki alanın iç kısmında hem tuvalet bulunmakta hem de eve giriş çıkışlar buradan gerçekleşmektedir. Bu özellik ile IVY evi ilk yerleşim yeri olan Çatalhöyük evlerine benzetilmiştir. Bunun nedeni, Çatalhöyük evlerinin yerleşim alanında sokak bulunmamaktaydı. Bu yüzden giriş çıkışlar damdan gerçekleşmekteydi.

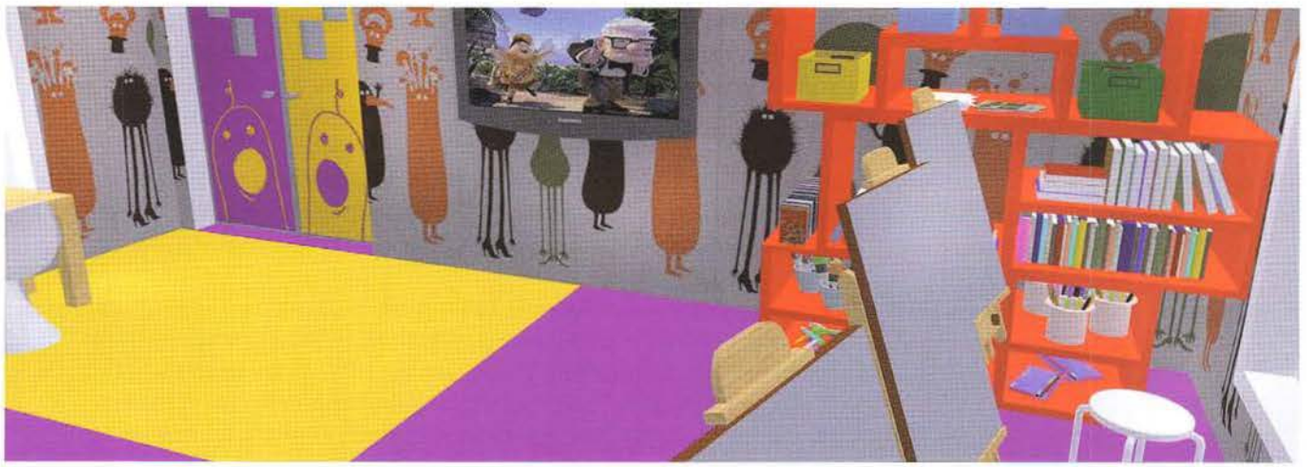
The Ivy house design can be placed anywhere without changing the living conditions. There are private residences which have been arranged around the central mechanism, and this meets all the client's energy needs from the sun. Ivy House is mobile and can be located on land or on the sea. The glass which is used around the main space can change colors offering optional environments. Ivy house can produce its own oxygen and food in the green part at the top of the mechanism. Also it can apply these to the space. There are no walls in the interior space. In the inside of Ivy House spaces are formed which are compatible with each other. The space is separated into four parts. Different materials are used to differentiate areas such as bedrooms and living rooms. In the center of Ivy House, there is a shape which looks like ivy. This space is used for the toilets and main entrance. Ivy House looks like ÇatalHöyük houses which were the first settlements in Anatolia. This is because the Çatalhöyük did not have any streets. So the entrance is from from the roof.

GÜLFEM ERGÜNEŞ
gulfemegunes@hotmail.com
www.gulfemergunes.com

GÜN ÜNBAY
gununbay@hotmail.com
www.gununbay.com

room4art sanat galerisinin amacı, sanat ve tasarımı günlük hayata dâhil etmek, resim, heykel, moda tasarımı, endüstriyel tasarım ve grafik tasarım dallarını insanlara daha yakından tanıtmaktır. room4art'ı oluşturan dört odada tasarımcı ve sanatçıların sergi alanları, çalışma alanları, sinema salonu ve bistro bar bulunmaktadır. Tek bir yapı içinde kente sunulan sanat ve tasarım etkinliklerinin kentin merkezinde ve çok kullanılan bölgelerinde olması düşünülmüştür. Sinema ya da bara gitme amacıyla girilen yapıda birdenbire karşılaşılan çalışma atölyeleri ve sergi alanları insanları sanat ve tasarım dünyasına davet etmektedir. room4art odalarındaki etkinlikleri kentin içinde farklı nedenlerle dolaşan insanlara yakın kılmak sanat galerisinden biraz daha farklı yorumlanabilecek bu tasarımın hedefleri arasındadır. Başka amaçlarla bu çevreye gelmiş olan kişilerin yol üzerinde karşılarına çıkan çalışma odaları sayesinde sergilere ve sanata plansız programsız katılabilmeleri sağlanır. room4art oluşumu İzmir'in, bir toplumun sadece maddi değerlerle değil kültürel ve sanatsal etkinliklerle gelişmesi doğrultusunda düşünülmüş olan Yaratıcı Kentler arasında yer almasına yardımcı olacaktır.

The aim of room4art art gallery is to integrate art and design into everyday life, and make people familiar with different branches of art, such as painting, sculpture, fashion design, industrial design, and graphic design. The four rooms, which together form room4art, contain exhibition areas for artists and designers, workshop areas, a movie theater, and a bistro bar. The purpose of the gallery is to present art and design events in the same building, which is located in the busy center of the city. Experiencing workshops and exhibition halls in a building where people would also go see a movie or have a drink at a bar allows the inhabitants of the city to take a step into the art and design world. Bringing the activities in room4art closer to the people who are in the city for different reasons is one of the goals of this environment. This could be interpreted as something slightly different from a conventional art gallery. The idea of creating unplanned visual connections with workshop rooms and gallery spaces aims to allow people to experience art without any prior considerations or preconceptions. By means of room4art it may be possible to nominate Izmir as one of the Creative Cities, which are planned with the idea that "a society cannot develop with only its physical and financial capital, but needs cultural and artistic activities and events as well."



Sosyo-ekonomik dengelerdeki değişimden dolayı insan psikolojisi zarar görmektedir. İnsanlar suç işlemeye yönelmektedir. Günden güne bu eğilim artmaktadır. 2045'te bu durum daha da artacaktır. İnsanlar yeni arayışlara girecek ve yaşadıkları mekâna yabancılaşmaya başlayacaktır. Suç ve cezaevleri döngüsünün de kırılma noktası olacak, bu durumda Masumiyet Kahvehanesi onlara kucak açacaktır. Yaş sınırlaması olmayan bu mekânlar, geleneksel Türk kıraathaneleri gibi, insanların yaşadıkları her yerde olacaktır. Bir şeyler içerken sosyalleşmek, bir şeyler okumak, bilgi paylaşmak, gündemi takip etmek gibi amaçlara dayalı kurulmuş geleneksel Türk kıraathanelerinin felsefesinden faydalanılarak Masumiyet Kahvehanesi'nde bireyler sosyalleşirken suç hakkında bilinçlendirme eğitimlerine katılabilecek, Türkiye'nin farklı noktalarındaki bu merkezlerle 2045 teknolojileriyle iletişim halinde olup oyunlar oynayabilecek ve görüşmeler yapabileceklerdir.

Nowadays because of social and economic circumstances, peoples' psychology is damaged. People are turning to crime. This is increasing day by day. In 2045, it may explode. People will need to develop a tougher attitude. There may be an increase in migration, and people will become alienated from their region of origin. At the broken point of the crime-punishment cycle, Clean Hands Local will welcome them. They can benefit from this place without age restriction. They will find it near them in places such as traditional Turkish coffeehouses. They will be established as spaces for reading and learning news, sharing knowledge and also perhaps having coffee or tea. Clean Hands Local will satisfy aims such as raising awareness about crime. The people who visit will become more conscious of these issues, while they can also enjoy communicating with other areas around the world through the use of technology here.

HALİDE SİNECAN ÇİRİŞOĞLU
sinecancirisoglu@gmail.com
www.sinecancirisoglu.com

MELİKE ŞANLI
melikesanli@gmail.com

Toplumlar sürekli bir değişim içindedir. Kültürler gelişen teknoloji ile birbirini etkilemektedir. Ülkelerin sınırları kaybolmaya başlamıştır. Bu değişimin ve etkileşimin en önemli nedenleri kitle iletişim araçları ve küreselleşmedir. Bu sayede çeşitli kültürlerin yerine, evrensel bir kültür oluşur. Gelecekte insanlar kültürler arasında zamanla meydana gelen bu değişimden, aynı yaşam biçimleri ne sahip olacaklardır ve yaşam biçimleri pragmatizm ve entrümentalizme dayalı olacaktır. Yaşadıkları mekanlar sadece onların ihtiyaçlarına göre tasarlanmış olup, görsellikten ve o kültürün mimari, tasarım kimliğinden uzak olacaktır. Bunların sonucunda sosyal çevrelerine yabancılaşmaya başlayacaklardır. Bu öngörüler referans alınarak insanların sosyalleşebilecekleri, zaman içinde kaybettikleri kültürel ve ahlaki değerleri yeniden deneyimleyebilecekleri bir alana ihtiyaçları olduğu düşünülerek 20. yüzyıl deneyimsel müzesi tasarlanmıştır. Burada insanlar 60lar, 70'ler, 80'ler ve 90'ları deneyimleyebileceklerdir. Müzede dört adet on yıllık periyotları ayrı ayrı ele alan pavilyonlar ve içinde müze mağazası, kütüphanesi, restaurantı, sineması olan bir tane kompleks bina bulunmaktadır. Müze İstanbul'un orta yerinde ulaşımı kolay olan İnönü Stadyumun olduğu alanda tasarlanmıştır.

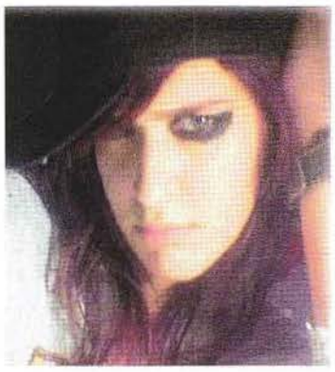
Societies are in constant flux. Cultures have been influencing each other via developing technology. Borders of states have become blurred. Although there are a lot of reasons for this change, we can say that the most significant reasons for this could be the mass media and globalization. Thus, instead of various cultures, there seems to exist one universal culture. Because of this unintended change among cultures, in the future all people of the world may have the same life styles based on pragmatism and instrumentalism. The spaces that they create according to their needs will be far from visuality, art and emotions. They will begin to feel alienated from their social environment. Therefore, they will need spaces where they can socialize and regain the cultural and moral values that they have lost in time. These spaces can called "experiential museums." Experiential museums aim to help people to socialize and remember their own cultures by experiencing the old times—which they called future before they lived it. The motto is "Remember the Future." In the late 20th century museum people have a chance to experience the 1960's, 70's, 80's and 90's. This museum complex has four individual era museums and one main building. The main building has a gift shop, a library, a restaurant, a cinema and a temporary exhibition area. The museum is located near Istanbul Inonu Stadium.

Yıl 2045 de, doğayı korumak daha büyük bir önem taşıyacak. Aynı zamanda teknoloji ve teknoloji kullanımı da çok daha ilerlemiş olacak. Tüm bunların sonucunda, insanların yabancılaşacağı, doğaya karşı ilgilerinin azalacağı ve birebir iletişimde bozukluklar yaşanacağı düşünülebilir. Restoranlar, insan etkileşimin yoğun olduğu kamusal mekanlardır. Bütün bu sorunları göz önünde bulundurarak kentleşmenin fazla olduğu ve doğayla ilgisi kalmamış şehirlerde, geri dönüşümün ve enerji tasarrufunun yapıldığı La Soleil adında bir restoran tasarlanmıştır. Restoran, organik bir yapıya sahip ve çoğunlukla cam yüzeylerden oluşmaktadır. Ayrıca içeride insanı rahatlatan ağaçlar ve çeşitli bitkiler bulunmaktadır. Geniş yemek masaları ve bar kısmı, insanların daha çok iletişim kurmalarına yöneliktir. Mutfak, oturma bölümünün ortasındadır ve duvarlarında çizgisel cam pencereler bulunmaktadır. Bu da müşterilerinin mutfağın içini görebilmelerini sağlamaktadır.

In 2045, protecting nature is going to be important. At the same time technology and its application will have increased. Alienation, loss of interest in nature and decreasing human interaction will create problems. As a solution, well designed public spaces, specifically addressing these problems, will be important. Restaurants are public spaces where interaction can be very high. That's why I designed La Soleil Restaurant. It is placed in an area where urbanization is high, and it also considers recycling and energy efficiency issues. It has an organic shape and mostly glass facades. The interior has many natural elements which effect people in a positive manner. The big dining tables and the bar are good areas for people to communicate and socialize. The kitchen is in the middle of the seating area, and has linear windows through which the customers can visually experience the cooking process.

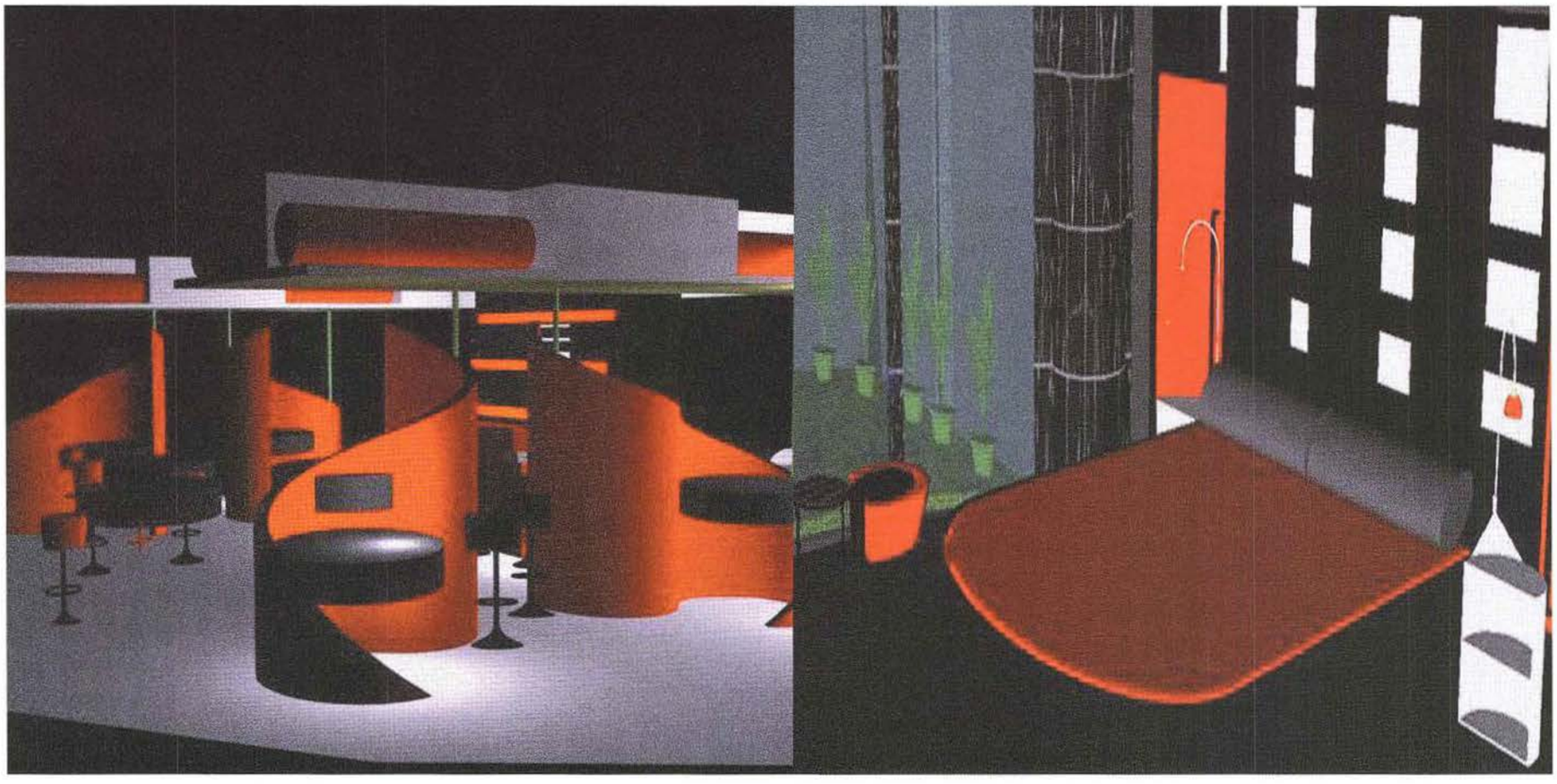
MELTEM DEMİROĞLU
meltemdemiroglu@yahoo.com
www.meltemdemiroglu.com

ÖGET KOLSARICI
ogetkolsarici@hotmail.com



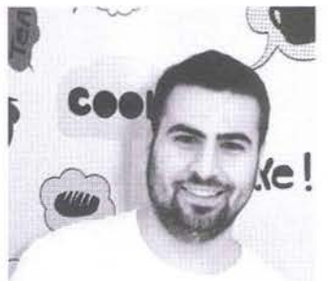
2045 yılında küresel ısınmadan dolayı meydana gelecek olası problemlerden dolayı insanların zarar görmemesi, enerji sıkıntısıyla hem psikolojik hem de fiziksel şekilde etkilenmemesi ve doğa ile iç içe rahat ve huzurlu bir ortamda hayatlarını sürdürebilmeleri için 'OK ENERGY 13 RESIDENT tasarlanmıştır. Bu konut, günden güne doğal enerji kaynaklarının tükendiği, enerji tüketiminin arttığı bir zamanda, sürdürebilirlik ve fonksiyonel yaşam alanlarına duyulan çeşitli ihtiyaçlara çözüm getirmeyi amaçlayan çevre dostu bir konuttur. OK ENERGY 13, Brezilya'nın tüm enerjisini kozmopolitliği ile içinde barındıran Rio de Janerio'da bulunmaktadır. OK ENERGY 13 RESIDENT'da çalışanlar, kendi alanlarında uzman, sıcakkanlı ve de güler yüzlüdür. Gelen müşterileri en iyi şekilde ağırlar, bulundukları süre içerisinde kendilerinden emin ve tatmin olmuş şekilde yolcu ederler. Sekiz odası, bir kondisyon salonu ve ayrıca yoga salonu vardır. Odaların çıkış yönünün kesişim noktasında, hem kalan konukların hem de konukların misafirleri ile toplanabilecekleri sohbet alanına sahiptir. Bina zeminden 22 m civarında yüksekte olduğu için, odaların geçiş alanlarında yeşil atriumlar bulunmaktadır. Kalan ve dışarıdan gelen müşteriler için doğal ortamlar sunmaktadır. Aynı zamanda, konut restoranına dışarıdan müşteri gelebilmektedir. Gelenler; mesleğinde uzman, kendi sınıfında uzman aşçıların yaptığı yemekten yemektedirler. Ayrıca sabah ve öğle saatlerinde yoga salonunda belli bir ücret karşılığında yoga seansları verilmektedir. Hafta sonları ise, yoga seansları ücretsizdir. OK ENERGY 13 RESİDENT, müşterilerinin hem ruhsal hem de zihinsel rahatlığını tasarımın da etkileri ile yükseltmeyi hedeflemektedir.

In 2045, due to global warming, damage will occur which will cause possible problems for people. Energy shortages, as well as psychological and physical problems, will prevent them from experiencing nature in a comfortable manner. They will not be able to maintain a peaceful environment. OK ENERGY 13 RESIDENCE has been designed to solve these problems. Environmentally friendly housing is intended to bring a solution for the problems of the day to day depletion of natural energy resources, the increase in energy consumption over time, the need for sustainable and functional living spaces and various other sensory needs. OK ENERGY 13 RESIDENCE collects all the energy that is available in Brazil's Rio de Janeiro basin. OK ENERGY 13 RESIDENCE's employees, experts in their various fields, are also friendly and cheerful. They best meet the visitors' needs. At the end of the holiday before they go home the staff ensure that they are fully satisfied. The complex has eight private suites, a fitness room and a yoga room. At the circulation intersection points there are chatting areas for the guests and visitors. Around the building there are green areas for people. So they are presented with the natural environment. At the same time the restaurant allows customers to experience the outdoors under controlled environmental conditions. Professional cooks prepare meals for the customers. In the morning and at noon they can pay extra for yoga sessions. The yoga sessions are free at the weekends. The intended design impact of ENERGY 13 RESIDENCE is to enhance the convenience of the customers mentally and spiritually.



Bu proje gelecekteki polis karakollarına daha insancıl bir ortam yaratarak Türkiye'deki suç sorununun çözümüne katkı sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. İnsancıl polis karakolu gösterişli mimarisi ve işlevselliği ile güç ve düzen duygusu uyandırırken, iç mekânlarıyla çalışanlara ve vatandaşlara huzurlu ve güvenli bir ortam sağlamaktadır. Bu proje kapsamında, metropollerdeki yaygın suçlar ve sonuçları incelenerek, insancıl polis karakolları kavramı çözüm olarak sunulmuştur. İnsancıl polis karakolu iyi organize edilmiş olup, farklı bölümleri sayesinde polise özgüvenli bir kimlik, vatandaşlara ise polise güven ve saygı duyabileceği bir ortam sunmaktadır. Bina ve iç mekânlar, sade ve doğal malzemeler (brüt beton, cam, ahşap) ile donatılmıştır. İnsan hakları çerçevesinde tasarlanmış olan tüm bölümlerin (karakol, nezarethane, açık ofisler, cephanelik, yemekhane, giyinme odası ve gözlem odası) olabildiğince saydam olmasına özen gösterilmiştir.

This project is a design for a new police department building that aims to provide a more human environment, contributing a solution to the crime problems of Turkey. Humanistic Police Station, while offering a sense of authority and order with its monumental architecture and functionality, provides tranquility and confidence for the employees and citizens through the design of its interior spaces. In this project, crime and its consequences as one of the major metropolitan problems are examined in order to elaborate the concept of a "Humanistic Police Station." The station is designed as a well organized environment that increases the self-confidence of the police, and aims to construct a reliable and respectful relationship between the police and the citizens with its extraordinary spaces. On the facade of the building and in all the interior spaces pure and/or natural materials (concrete, glass and timber) are used. All the departments (jail, offices, dressing rooms, arms depot, refectory and monitoring room) are designed with reference to human rights, and are designed to be as open and transparent as possible.



SARPER ONBEŞ
sarperonbes@yahoo.com
www.sarperonbes.com

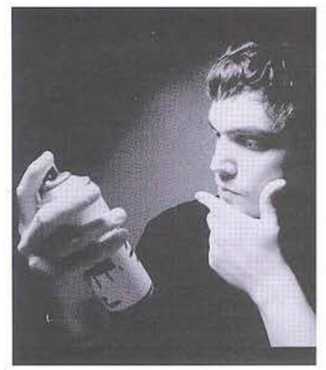
SÜLEYMAN DOĞAN
suleymandogan@dogseninsaat.com
www.suleymandogan.com.tr

Bugünün dünyasına baktığımızda gelecekte insanların daha da yalnızlaşacağını ve kendilerini bulmak için doğaya döneceklerini tahmin etmek zor değil. Fakat doğaya dönüş sürekli değil, geçici olacaktır, çünkü gelecekteki hayat insanların daha fazla çalışmasını ve gayret sarf etmelerini isteyecek. Bu "sürekli değişen" hayat da insanlarda "kaçmak" için bir ihtiyaç doğuracak ve ilgilerini kendi iç dünyalarını bulmaları için pratik çözümlere yönlendirecektir. Mimari çözüm ise bu noktada en etkili çözümlerden biri olacaktır. Otobiyografi Evi kişinin doğanın bir köşesine çekilmesi için bir yol. Bu ev şehir hayatından bir kaçış, çünkü kişi ancak teknesiyle buraya ulaşabilecektir. Burada belli bir süre boyunca yaşayan yalnız insan; insanoğlunun doğasında olan yalnızlığa dönüşü ve topluma başkaldırısını hissedecektir. Bu yüzden evde sadece kişinin ihtiyacı olan şeyler bulunmaktadır ve ev kesinlikle estetik detaylardan uzaktır. Bu evde kişi ateş yakabilir, yemek yiyebilir, uyuyabilir, okuyabilir, hayal edebilir veya basitçe, hiçbir şey yapmayabilir. Otobiyografi Evinde mimarinin amacı; zihnin etkisini azaltmak ve kişinin kendi iç dünyasını bulması için sezgisel hisleri teşvik etmektir.

It may be possible to consider, looking at today's situation, that people in the future will feel lonelier, especially within the busy urban context of their lives, and that they will seek more ways to return to nature to find their inner selves. However, this return to nature won't be permanent. It will be temporary, since in the future life will expect from people more working time and effort. This ever-changing life style will create a stronger need for "escape," for "running away" and direct people's attention to seek practical solutions to find personal solitude, thus creating many "part-time hermit's." One of the most effective solutions will be through architecture. The Autobiography House is a way of channeling the client's lack of seclusion in a way that connects with nature. It's an escape from the intensity of urban life. It can only be reached by boat. The part-time hermit living here raises the issue of the individual within society, and mankind's fundamental need for solitude. Therefore, the house is filled with most of the basic things a person needs rather than conforming to religious notions of aesthetic solitude. Here one can light a fire, eat, sleep, read, dream or quite simply do nothing. The aim of the architecture in Autobiography House is to lower the role of the intellect and promote an intuitive feel for life where the client can find oneself.

"Austo", değişen iklim koşullarına ve öngörülere dayanarak geleceğin konutu olarak tasarlanmıştır. Özünde dinamik bir coğrafyaya sahip olan açık denizler ve okyanuslar için tasarlanan Austo, temel insani ihtiyaçların tamamını karşılayan ve aynı zamanda yuva hissi veren yüzen ev projesidir. İki katlı bir yapı olarak tasarlanan Austo mahremiyet ihtiyacı yüksek olan mekanları su seviyesinin altında kalan silindirik yapı içinde barındırmasıyla, denizler üstünde ve altında yaşama hissine ek olarak eşi benzeri olmayan bir görüş ve mekân algısı yaratır. Austo, mekanın okunabilirliğini ve algılanabilirliğini arttırmak, kullanıcının adaptasyon sürecini kısaltmak için bir evden farksız olarak tasarlanmış ve aidiyet duygusunu ön plana çıkarmaya çalışmıştır. Su seviyesinin üstündeki yapı, Austo'nun tanınabilirliğini arttırırken, su seviyesinin altında kalan yapı gizem hissini korumayı amaçlar. Kendi kendine yetebilen ve ekolojik bir yapı olması amaçlanan Austo, elektrik enerjisini güneş, rüzgar, açık deniz dalgalarının yarattığı kinetik enerjiden elde eder. Yeni teknolojileri ve robotik uygulamaları su ihtiyacını karşılamak, yüksek bir su ve enerji tasarrufu sağlamak, ısınma ihtiyacını çözmek, kullanıcının fizyolojik ve psikolojik sağlığını korumak, kullanıcıya okyanus ve açık denizlerde tatmin edici bir yeni yaşam biçimi sunmak amacıyla kullanır. Austo, sınırları olmayan bir coğrafyada kullanıcının kendisini evinde hissetmesini sağlar.

Austo has been designed as a residence of the future considering changing climatic conditions and forecasts. Austo, which has essentially been designed for open seas and oceans that have a dynamic geography, is a seabased housing project that fulfils all basic human needs and also provides a feeling of home. Austo, which has been designed as a two floor building, has wonderful views and also creates a unique sense of space. It creates the feeling of living under and above sea level by having private spaces in a cylindrical construction that is located below sea level. Austo has been designed as nothing less than a house that allows increased legibility and perceptibility of the space, and shortens the adaptation process of users, as well as highlighting a sense of belonging. While the construction above water level increases its recognizability, the construction below water level intends to keep the sense of mystery. Austo which is intended to be self-sufficient and is constructed using ecological processes also provides electric energy from kinetic energy that is created by the sun, wind and sea waves. It uses new technologies and robotic applications to fulfil water needs, achieves high water and energy saving levels, resolves heating problems, protects the user's physiological and psychological health and introduces the user to a satisfactory new life style on the oceans and open seas. Austo makes users feel at home in a borderless geography.

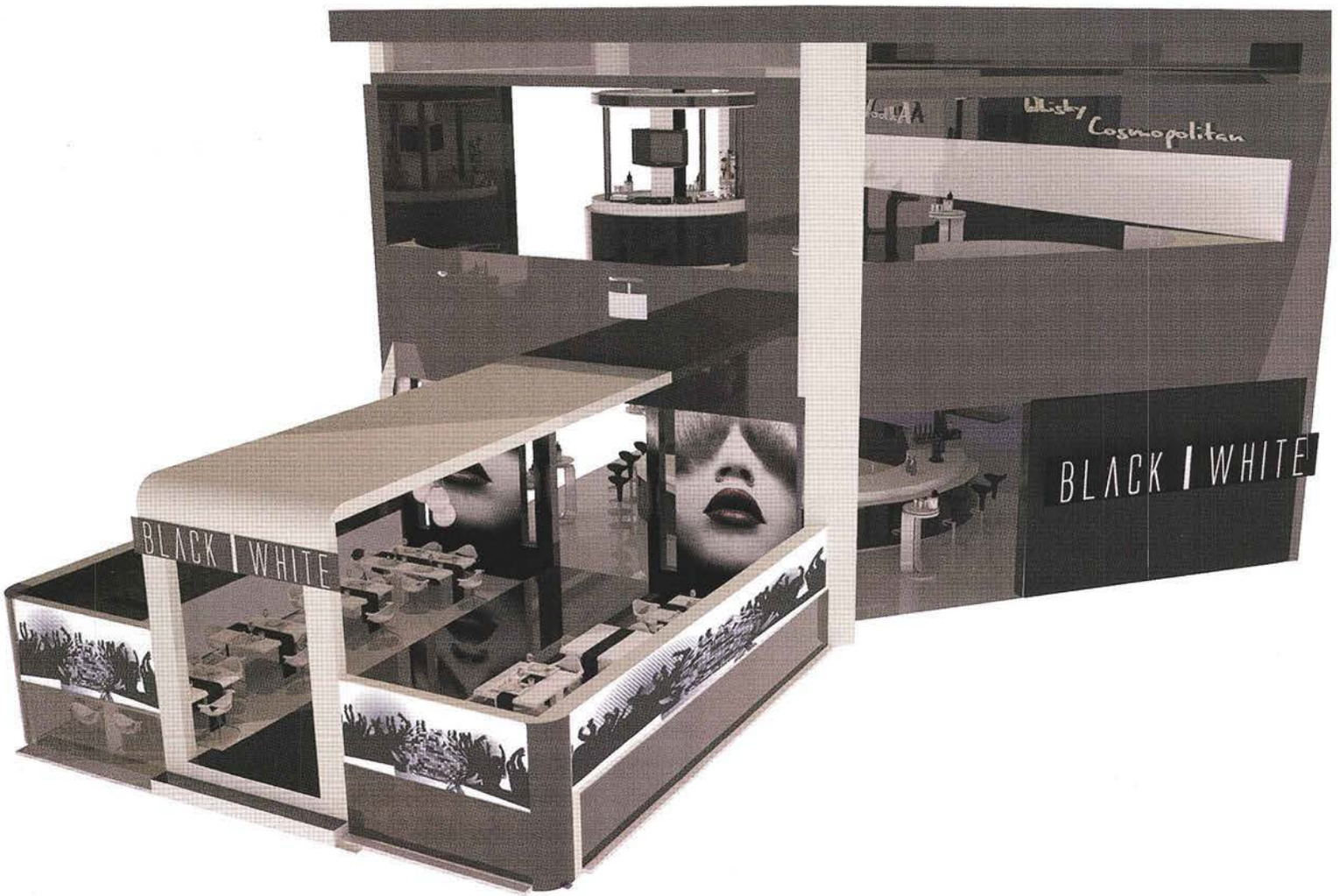


TAMER EGEMEN GÜL
tameregemengul@gmail.com
www.tameregemengul.com

TOLGA GÜNYÜZÜ
tolgabadur@hotmail.com

Yabancı ülkelere oranla Türkiye'deki gece hayatına yönelik mekanlar göze ve ruha hitap edecek tarzda düzenlenmemiştir. Seksenlerin sonuna kadar ülkemizde gece yaşamı geliştirilmeye değer bir alan sayılmamaktaydı. Doksanlardan itibaren ülkemizde gece yaşamı gelişmeye başlamış ve bu sektörde İstanbul ilk sırada yer almıştır. Ancak, İzmir Türkiye'nin en aydın kesiminin bulunduğu şehir olmasına rağmen, bu alana gerekli önemi vermemiştir. Projemdeki amaç İzmir'in sıkıcı ve durağan gece yaşamına yeni bir vizyon ve bakış açısı getirmektir. İzmir'in en büyük eksikliği tasarım öğesi sayılabilecek gece kulüplerinin olmamasıdır. Dört duvarı olan her mekân tabelasında gece kulübü yazdığı sürece gece kulübü sayılmaktadır. Benim mekanımın adı "Black & White" yani "Siyah ve Beyaz"dır. İki karşıt ama bir o kadar da bütün iki renkten ilham alınarak mekanda üç farklı olgu bir araya getirilmiştir. Restoran, bar ve gece kulübü kısımları bulunmaktadır. Mekanın yaş sınırlayıcı hedef kitlesi yoktur. On sekiz yaşını geçmiş her yaştan insan akşam sekizden sonra istedikleri kısımda, sabahın ilk ışıklarına kadar eğlenme fırsatı bulmaktadırlar.

Night life abroad is much more developed than in Turkey. In our country night life culture was not seen as a concept worth developing until the late 1980's. Starting from the 1990's, with the new improvements in the night life of Turkey, Istanbul had the lead and developed rapidly. But Izmir, supposedly the most enlightened city of Turkey, fell behind in this area. This project aims to bring a new sense of style and vision to the unsatisfactory night life of Izmir. The biggest problem is that Izmir does not have any specially designed nightclubs. At the moment any place which has four walls can be called a nightclub if it has a sign outside identifying it as such. This project proposes a new type of club. It will be called Black & White. The two colors are contrasting but nevertheless combine harmoniously in the night club to create a unified single concept. This symbolizes the harmony of the three concepts which my club contains: a restaurant, a bar area and a dance/socializing area. There is no target market. Everybody over 18 can come and enjoy themselves in any part of the club if they so desire. Black & White starts at 8pm and goes on until the break of dawn.



Oteller yolculukta bir duraktır. Görsel ve coğrafi değişim sürecinde bir kesittir. Ancak yolculuğun durduğu bu anda, insanın içsel yolculuğu durmaz. Gitmenin akıntısına kapılan insan için otel odası, asla bir durağanlık değildir. Bir yerde, yersiz yurtsuz kalmaktır. Başka bir yerde, değişen coğrafyanın içinden de, merakın kışkırtıcılığı ile görüntü bombardımanına algıları açmaktır. Yepyeni bir görselliğin içinde bir arayıştır. Akıp giden imgeler yolcunun arayışını belirler. Her gelen için, kendisi ilk gelenmiş gibi aynı zamanda birisi yaşıyormuş gibi tasarlanmıştır. Evde olma beklentisini tetikler, aidiyet duygusunu anar, ama bu hisleri karşılayacak içselliğe sahip değildir.Otel, bu anlamda görsel olarak bir ikilemler yumağıdır. Bu çelişki içinde, yolcunun görsel alışkanlıklarının bir dönem için başkalaşmasına ortam hazırlar. Bu durakları başka bir yolculuğa çevirmek için "Underwater Cruise" tasarlanmıştır. Üç kattan oluşan geminin iki katı deniz üstünde, bir katı da deniz altında bulunmakta. Deniz üstündeki alanlarda odalar, lobi, restoranlar, mutfak, mağazalar, kuaför ve revir, deniz altındaki sadece cam yüzeylerden oluşan alanda ise denizin altında deneyimleyebilmeleri için kumarhane, spor salonu, golf sahası, havuz, spa, oyun alanları gibi mekanlar okyanusun derinliklerindeki farklı görselliklerle birleştirerek tasarlanmıştır.

Hotels are brief stops in an unending journey, a cross-section of life in a constantly changing visual and geographic panorama. Even in this time zone, where the trip momentarily stops, the individual's inside journey never stops. For people seized by the need to get away hotel rooms are not stability. It is being somewhere but also being homeless and placeless. It defines perception as visual overload driven by the agitation of curiosity. It is a constant visual search. The traveler passes through the images they seek out, and the images are merely documents. There is an unstable rhythm behind the stability of the hotel room. Hotel rooms hide unlimited memory. For everyone who comes to a hotel room it feels as if they are the first person in that room. Nothing awaits the traveler. Not even a free space. But it is designed as if someone is living in it. It creates an expectation of home. It calls to mind the feeling of belonging, but it has no genuine spirituality to satisfy people. In this way hotels are ambiguous visual dilemmas. Travelers' visual habits are alienated for a while in each new hotel room. I designed the Underwater Cruise in an attempt to alter this sense of alienation and confusion at the beginning of a journey. The ship has three floors of which two of them are above sea level, and one of them is under sea level. On the floors which are above the sea level there are 28 private rooms, 3 restaurants, a lobby, a kitchen, shops and hairdressers. The infirmary is below sea level. There are some rooms that are generally hard to experience in a ship. They would include sports areas, the golf area, the pool, the spa, the game rooms and the casino. In this project these areas have glass walls. This gives people the chance to integrate the experience of these areas with a different perspective.

TÜLİN GAZİ
address@email.com
www.weburl.com

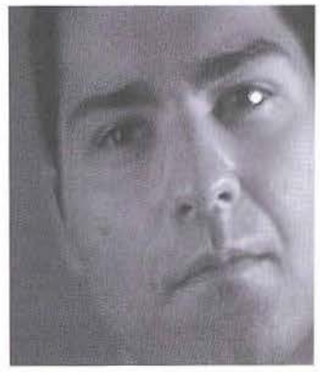
YELDA ERANTGİL
yeldaerantgil@live.com

Kültürel aktiviteler birçok insan tarafından ilgi görmemektedir. Teknoloji geliştikçe insanlar internet bağımlısı olmaktadır. İnternetin faydaları olduğu gibi sosyal anlamda zararları da vardır. İnternetten film izlenerek, oyun oynanarak, kitap ve dergi vs okunarak insanları kendine hapseder. Tiyatroya gitmek, kütüphanede zaman geçirmek, sergileri takip etmek, sinemaya gitmek kadar popüler değildir. Bu kültür merkezi tasarımında, insanları etkileme konusundaki problemlere tasarımsal olarak çözüm bulmuştur. İçerisinde hologram sineması, ilgi çeken bir kütüphanesi, sergi ve konferans alanları ve kafeleri bulunur. Tasarımında insanları daha fazla cezp edici dinamik yapılar ve canlı renkler kullanılmıştır. Böyle bir mekânın kültürel aktivitelere olan ilgiyi artırır.

Today, cultural activities are not valued to the extent that they should be, and people are becoming addicted to the internet. Even though the internet has great benefits, it can also be socially harmful. People can easily watch movies and downloads from the internet, play games and read online books or magazines without ever having to leave their homes. Also, going to the theatre or visiting libraries or art exhibitions is not as popular, for example, as going to a multiplex cinema. Because of this, cultural complexes, such as the example proposed by this project, can be an important component of a broader strategy promoting cultural activities. This building has an interesting library, conference area, exhibition halls, holographic cinema and cafe. In the design dynamic structures and vibrant colors are used to make the area more exciting for people. With more such complexes it is possible that cultural activities will increase.

Tarih boyunca salgın hastalıklar birçok insanın ölümüne neden olmuşlardır. Günümüzde de, kuş gribi, domuz gribi gibi birçok salgın hastalık, insanların sağlığını tehdit etmektedir. Bu tehdit, insanların salgın hastalığa yakalanma korkusunu arttırmaktadır. Bazı insanlar, bu korkuyu yaşam kalitelerini düşüren saplantılara dönüştürebilirler. Genelde salgın hastalıklar deri ve solunum yoluyla bulaşır. Bütün bu problemleri düşünerek, insanların gün içinde gelip bütün vücutlarını ve kıyafetlerini sterilize etmeleri ve salgın hastalık riskinden ve saplantılardan kurtulabilmeleri için bir umumi sterilizasyon merkezi olan "Blue Wave" tasarlanmıştır.

Throughout history epidemic illnesses existed and caused the death of many people. Today many epidemic illnesses such as bird flu and swine flu also threaten people's health. This threat increases the fear of catching an epidemic illness amongst people. In some people this fear can turn into an obsession that will lower their life quality. Epidemic illnesses are generally transmitted through skin and air. Taking all these problems into account, I designed Blue Wave Public Sterilization Center where people will be able to come in during the day and reduce the risk of catching an epidemic disease. This will also help to reduce their anxieties and obsessions.



YİĞİT EMRE GÜRMAN
yegurman@hotmail.com

Mimarlık bölümü bu yıl ikinci mezunlarını veriyor. Yıllar geçtikçe hem deneyimimiz, hem birikimimiz, hem mezun sayımız artıyor. Bu yıl yurtiçinden ve yurtdışından aramıza katılan yeni uzman akademisyenlerle programımız daha geniş ve farklı bakış açılarına kavuştu. Bölümü daha iyiye götürmekteki heyecanımız, işbirliğimiz ve karşılıklı desteğimiz ise eksilmeden sürüyor.

Türkiye'de Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi içinde yer alan tek Mimarlık Bölümü olmanın ayrıcalıklarını bu yıl da disiplinlerarası ortak dersler, konferanslar ve sergilerle sürdürmeye devam ettik. Bölümümüzde eğitimin temeli olan tasarım stüdyosu, mimarlık ve bilgisayar teknolojilerinden tarih ve kurama kadar uzanan diğer derslerle destekleniyor. Amacımız mesleğin gerektirdiği temel teknik ve düşünsel yeteneklerle tasarım becerilerini iletmenin yanı sıra bu alanlardaki hızlı gelişimleri paylaşarak uluslararası düzeyde sözü ve eylemi olabilecek mezunlar yetiştirmek. Bu nedenle gerek akademik ders programı çerçevesinde, gerekse buna ek olarak gerçekleştirdiğimiz aktivitelerin önemi büyük.

Her ay gerçekleştirdiğimiz "Mimarlık Konuşmaları" dizisinde pratik ve akademik alanlardaki üretimleriyle ön sıralarda yer alan konuşmacıları davet etmeyi sürdürüyoruz. Strüktür ve bina yapımına ilişkin dersler şantiye ve fabrika gezileriyle zenginleşirken, tasarım stüdyoları öğrencilerimizi mimari büro çalışmaları ve bitmiş yapılarla tanıştırıyor. Tarih ve kurama yönelik dersler ise çevredeki tarihsel alanlara yapılan gezilerle destekleniyor. Workshop'lar ikinci ve üçüncü sınıf tasarım stüdyolarının yapısal bir parçası haline geldi. Yurtiçi ve dışından davet ettiğimiz, alanlarında önde gelen mimar ve akademisyenlerin yürüttüğü bu çalışmalar ikinci sınıflarda daha çok yapıma, üçüncü sınıflarda ise dijital tasarım kuram ve becerilerine yönelik işlere odaklanıyor.

Ve bu yıl da mezunlarımız çevresel farkındalık, çağdaş bilgi ve beceriler ve eleştirel düşünme yeteneklerini içeren bir etik bilinçle donanımlı olarak meslek dünyasına adım atıyorlar. Öğrenme isteklerinin hep sürmesi ve yollarının açık olması dileğiyle.

Gülsüm Baydar
Bölüm Başkanı, Head

MİMARLIK

This year we have our second batch of graduates. As years go by, not only our experience and knowledge but also the number of our graduates increases. This year our program is enriched by different disciplinary perspectives of new local and international faculty members. Meanwhile, our sincere collaboration and mutual support to better the department enthusiastically continues.

This year we kept enjoying the privileges of being the only architecture school in the country that is located within a Faculty of Fine Arts and Design by means of interdisciplinary courses, projects, conferences and exhibitions. The design studio, which is the core of architectural education, is supported by lecture courses ranging from architectural and digital technologies to history and theory. While at one level we convey the basic technical, conceptual and design related skills to our students, at another level we aim to incorporate the latest developments in these areas into our curriculum to enable our graduates to perform comfortably in the global architectural arena. To this end, we plan a broad range of activities in and around our curriculum.

At our monthly "Architecture Talks" we invite academics and practitioners who are at the forefronts of their related areas of expertise. Our courses on structures and construction are enriched by excursions to construction sites and factories. The design studios organize visits to well-designed buildings and architectural offices. History and theory courses on the other hand, are supported by field trips to historical sites in the region. Workshops run by leading local and international designers and academics are an inevitable component of our second and third year studio curricula. These focus on material and constructional aspects of architecture in the second year, and digital design in the third year studios.

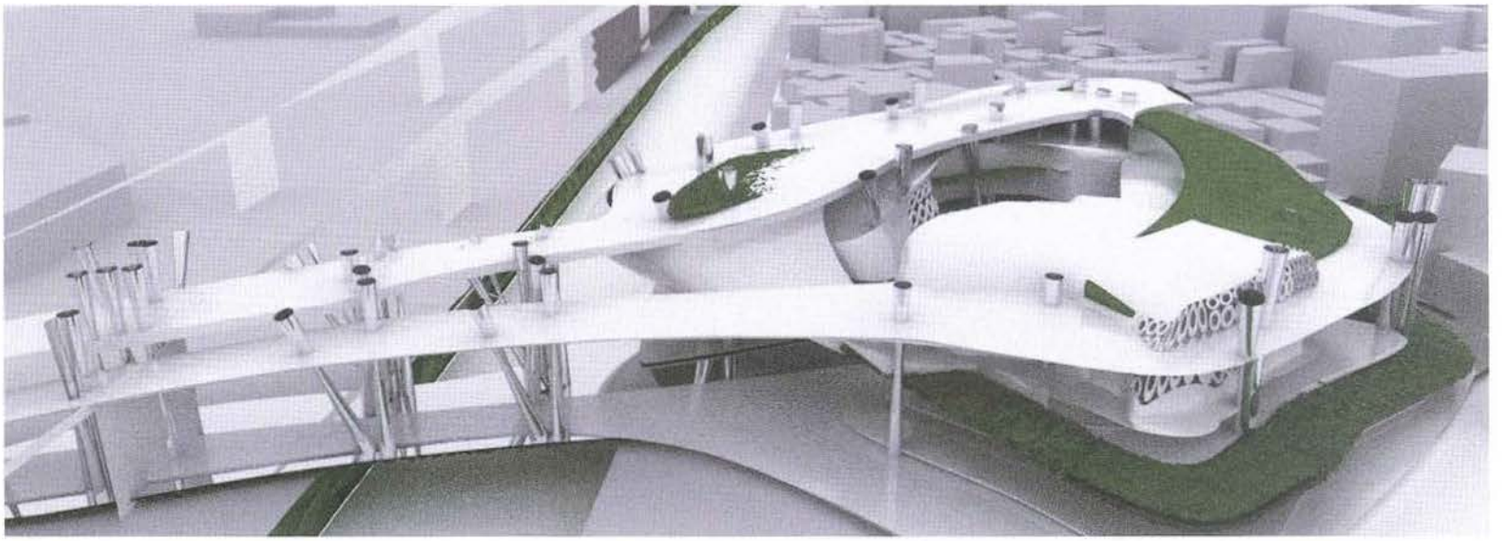
Our graduates step into the professional world equipped with a sense of ethical consciousness that involves environmental awareness, technical competence and critical thinking skills. Hoping the continuation of their enthusiasm for learning, I wish them a fruitful and joyful career in the years to come.

ARCHITECTURE

ALİ EREN ALİBEŞEOĞLU
eren_alibeseoglu@hotmail.com

Proje alanı Ege Mahallesidir. Projenin amacı Ege Mahallesinin ve orada yaşayan Romanların toplumsal ve kentsel ihtiyaçlarına çözüm üretebilmektir. Bu amaçla; önce bölge ve bölge halkı üzerine yaptığım araştırmalarla, yerleşim yerinin öncelikli problemlerini; alanın kentsel çevreden izole olması, alanın geçirgenliğinin olmaması, yeşil alan ihtiyacı ve toplumsal ihtiyaçlarını giderebilecekleri bir toplanma mekanı eksikliği olarak belirledim. Bununla birlikte bu ihtiyaçların temelde sadece yerleşim yerinin fiziksel özellilerini etkilemekle kalmayıp, Roman halkının yaşam seviyesini ve ekonomik durumunu da direkt olarak etkilediği sonucuna vardım. Projenin amacı bölgeye, ufak dokunuşlarla sürdürülebilir ve realist bir çözüm üretmek. Bu bağlamda önce yerleşim yerinin geçirgenliğini artırmak için mevcut olan binaların aralarında sıkışmış ufak avluları geliştirdim ve herbirinin sokaklarla bağlantılarını sağladım. Mevcut avlular üzerinden geliştirdiğim bu alanları, mahallede yaşayan Romanların mevcut geçim kaynaklarına göre işlevselleştirdim.

Ege Mahalesi is isolated from its environment and needs green spaces and public gathering spaces for the social needs of the Roma people. The project aims to find sustainable and realistic solutions with simple touches. Initially the urban strategy developed and enhanced the current courtyards which are formed at interval in the existing blocks, providing connections to the streets and to each other. The building is located at an intersection of the existing main road to the district. The building contains a meeting space that is open to the public and offers shopping centres, restaurants, cafés and a private courtyard. The roof of the building is a public landscape with a pedestrian path in response to the needs of open green area in the district. The landscape slopes and descending into a deformed east-west axis. Load bearing walls are the primary structure which defines the façades and roof of the building. As a Roman association building, this building becomes the capital building of the Ege district and it's meeting point. With the commercial units which adjust to the local environment, the building aims to help the district citizens economically.



Roman çocuklar mahallelerinde kendi alanları olmadığı için Kahramanlar Parkı'na gidip oyun ihtiyaçlarını "evlerinin" dışında gidermektedirler. Önerilen bina programı, geniş bir kesime hitap eden ticari faaliyetlerle çocuklara yönelik eğlence faaliyetlerini birlikte sunarak heterojen bir kompozisyon sunmayı amaçlamaktadır. Pazar fikri, çocuk oyun alanı ve bu iki fonksiyona ilişkin atölyeleri de içine alarak daha cezbedici bir odak noktası olmanın peşindedir. Atölyeler yerel halka eğitim imkanı sunup, aynı zamanda eğitilirken ürettiklerini pazarda satma olanağını da sağlamaktadır. Dolayısıyla plan kurgusunda ayrılan gıda, oyuncak, kıyafet pazarları, çocuk oyun alanı ve atölyeler köprü, rampa ve çeşitli peyzaj elemanları aracılığıyla sistematik olarak birlikte işlemektedirler. Bunun yanı sıra bina strüktürünün çıkış noktası olan bileşen "component" biçimsel olarak bina formunun çarpıcı bir elemanı olmayı sürdürürken aynı zamanda aydınlatma ve su kolektörü olarak görev yapmaktadır. Pazaryeri projesi ticari, eğitim ve rekreasyonel birimleri bir araya getirerek Ege Mahallesi'nin ilgi merkezi olan bir bina yaratmayı amaçlamaktadır.

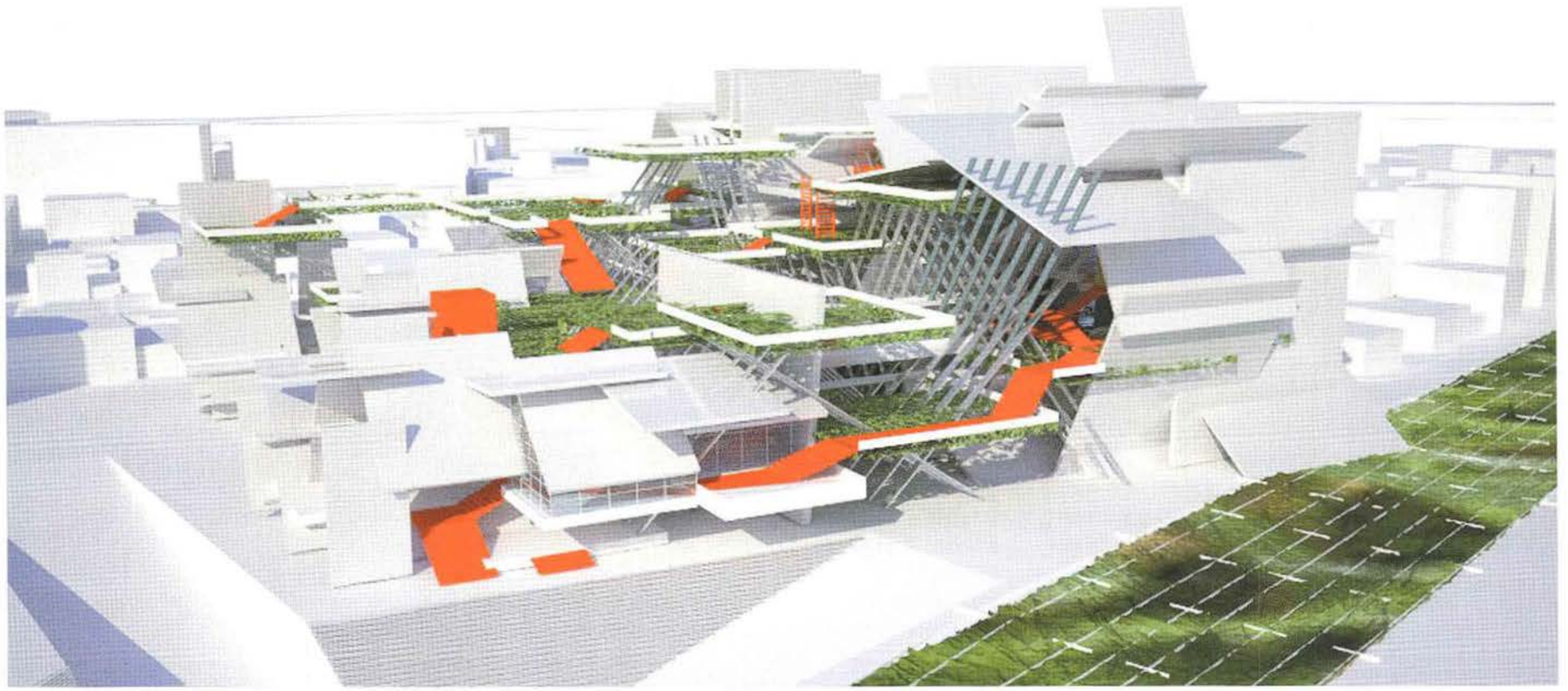
The Roma children visit the near by Kahramanlar to play, showing the need for a children recreational area at home. The building program aims to achieve more heterogeneous composition and focus by combining the youth activity with retail opportunities. The bazaar is combined with children's recreational area and various type of culturally relevant workshops. The workshops serve as educational facilities as well as provide products sold in the bazaar. The bazaar is divided into three parts: food, clothing and toy bazaar. The upper floors which include the children recreational area and workshops are contextualized with each other at different levels via bridges, ramps and landscape. The parametric component that formally dominate the building work as structural element while at the same time serving as lighting and water collector elements. The Children Recreational Area & Bazaar Complex is a building where commercial, educational and recreational facilities harmonized together to become the focal point of Ege Mahallesi.

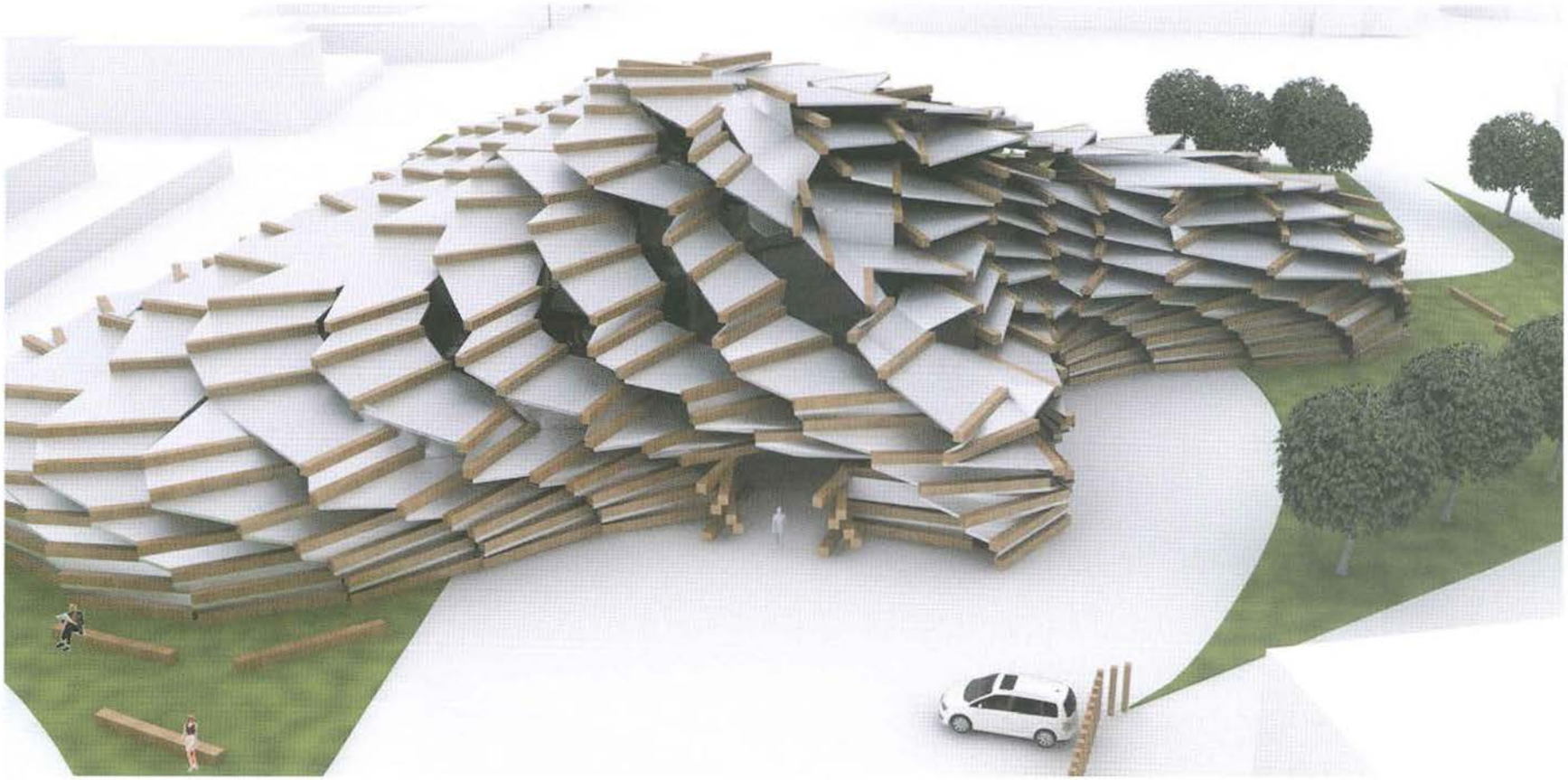
BEYZA YANAR

ASLI ÇAĞLIYURT

Ege Mahallesi şehrin merkezinde çoğunluğunu Romanların oluşturduğu bir banliyödür. Burası Romanların otoban ve trenyoluyla sınırlandırılmış yaşam alanıdır. Kullanılmayan demiryolu ve terkedilmiş Tekel fabrikasının etrafının yeniden canlandırılması esas alınmıştır. Projenin çıkışında evlerin strüktürel dağınıklığı ve gelişigüzel çizgiselliği temel alınıştır. Ege Mahallesi içindeki evlerin strüktürel yapısı ve sınırların ardındaki şehirleşme, farklı yapılaşmalar ve etkileşimler sonucu ortaya çıkmıştır. Yüzeyler arası gelişigüzel ilişki ve rastgele yüzeylerin kullanışlı mekanlar oluşturması ana faktördür. Çocuk eğitim merkezi, mahalledeki cocukları çeşitli sanat kollarında eğitmeyi amaçlarken dikey olarak da tasarlanan seralar bölgedeki evkadınlarına iş olanağı sunmaktadır.

The Ege District is a suburb area at the center of the city. This Roman settlement consists of two types of conurbation, one unplanned grid and another development. This district is compressed between a highway and a railway. An abandoned Tekel factory becomes the focus for the revival of the zone and the initial design development. The concept is inspired from the structural conditions of shanty areas' houses. The self-organizing "randomness" of the houses' structural forms inform the random organization of the basic design. Furthermore, when comparing the shanty houses structural characteristic with the rest of the settlements' features there are definitely a contrasting language which creates different effects within the same area. The relationship between slabs achieved algorithm generator. Fostering random organizational pattern developed into functional spaces. The program of the complex is for children's education where different educational programs with scope ranging from art, music to theatre workshop. The vertical landscape and the green houses are used by the housewives who will produce and sell flowers, fruits and vegetables as an economical income.



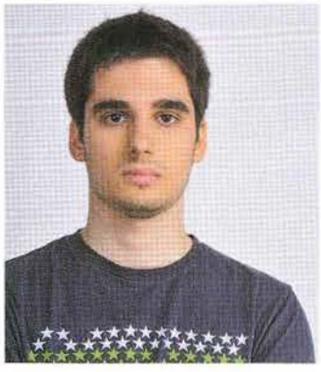


Halkının Ege mahallesi icinde sıkışmış olmaları kültürel ve ekonomik sebeplerden dolayıdır. Arada görünmez bir sınır oluşmuştur. Roman halkının kendine has müzik ve dans kültürü mevcuttur. Bu sebepten dolayı onlara bu yönde bir iş sahası oluşturmak hem kendileri hem de diğer kültürlerle entegre olmaları açısından önemlidir. Ayrıca mevcut evlerinin yerine yeni ve planlı evlerde oturmaları yaşam kalitelerini artırıcaktır. Tiyatro Roman halkıyla bütünleşmede bir köprü olarak kullanılabilir. Tiyatro sayesinde sadece para kazanmakla kalmayıp, mesleki ve kültürel açıdan önemli bir gelişme sağlanmaktadır. Arena tiyatro insanların daha yakın olmasını ve aktörlerin sadece tek bir yöne değil, her yöne doğru performans sergilemesini sağlıyor.

The district of Ege is excluded from other districts because of its economical and cultural situation. There's an invisible as well as physical boundary around the area. The area boasts its own culture and the people of the Ege neighborhood possess great abilities to act, dance and sing. The proposal of the new theatre and music centre will provide jobs for the community. The theatre can offer vocations as diverse as performers to ticket sellers, cleaners and technician. The auditorium is in the round, where performers can dance and sing into multiple directions. The master plan is designed around the new housing blocks and theatre. Proposed new squares provides new open spaces and green areas for these buildings. The theatre tries to break the invisible boundary of the site. The theatre is formed with space frame covered with component layer on the top of it. The component responds to the external area as continuing and landscape sitting element.

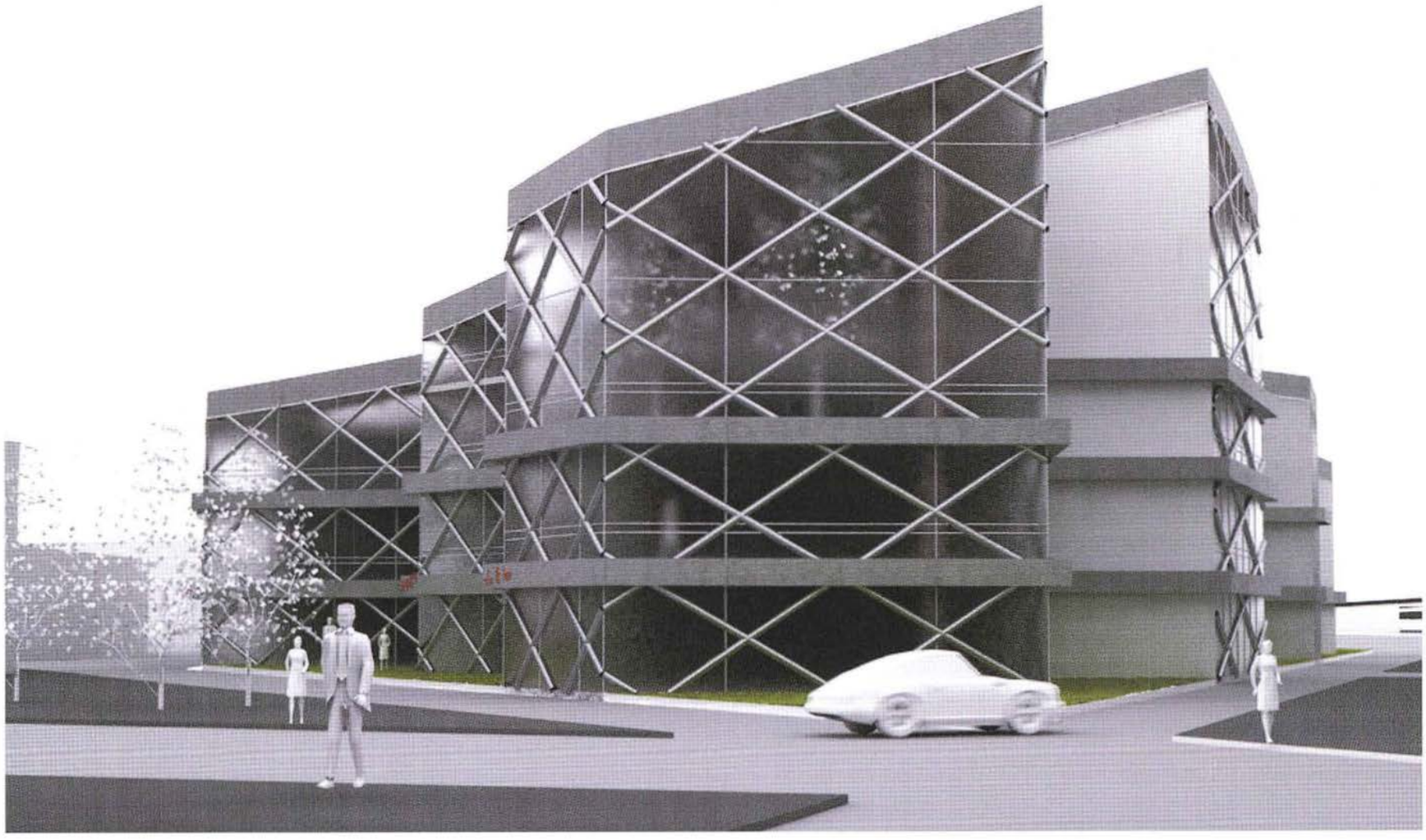
BERKAY YILDIRIM
berkayyil@gmail.com
www.berkayyildirim.com

BERKIN LALE



Mahallenin karakteristik özellikleri ancak belirli bir takım faaliyetlere izin verdğinden, bina için seçilen en uygun bölge, "kültürel üretim alanı" olarak mahalleli için ayrılmıştır. Binanın programı toplum merkezidir. Programa; bir kreş, atölye, toplanma yeri, gençlik merkezi ve dükkânlar dâhil edilmiştir. Bu program mahallelinin karşılaştığı özel durumlardan birine çözüm getirmeyi amaçlamaktadır: 'öteki olma'. Parametrik modellerden meydana gelen analizler binanın mahalledeki ve onu takip ederek özel bölgedeki yerinin belirlenmesine yardımcı olmuştur. Bina yerleşimi ve mekânsal kalitesi de parametrik modellerin tanımlarının manipüle edilmesi ile oluşturulmuştur. Bütün parametrik tanımlar bağlam, fiziksel kalite ve fonksiyon ile uyum içerisindedir.

Characteristic zoning of the neighborhood provides the best possible location for the building. The zone, where the building is located, is considered a production place, which is interpreted as a metaphorical cultural production for the people in the neighborhood. The program of the building is a neighborhood centre, which consists of a crèche, workshop area, gathering space, youth centre and several shops. This program aims to overcome one of the specific problems the people living in the neighborhood are facing "being the other." Analyses which derived from parametric models helped to locate the building in the site followed by the characteristic zone. The program layout and the spatial qualities of the building are also developed from manipulating definitions of parametric models. All the parametric definitions are linked in sense of context, physical quality and function.



Proje İzmir Ege Mahallesine uygulanmaktadır. Bu bölgenin sosyal, ekonomik ve mimari açıdan pek çok eksiği bulunmaktadır. Projenin amacı bölgenin yerel halkının ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte bir bina tasarlamaktır. Ege Mahallesi İzmir'in sosyal,kültürel ve eğitim ağlarının içinde bulunmamaktadır. Bu bölge için önerilen düşünce, Ege Mahallesi üzerinde yeni bağlantı noktaları oluşturmak ve bu noktaları İzmir ağındaki noktalara bağlamaktır. Ege Mahallesinde yaşayan insanlar genelde eğitimsiz insanlardır fakat müzik ve dansa olan eğilimleriyle bilinirler. Genel olarak yeni iş kollarına ve yeni binalara ihtiyaçları vardır. Bu yüzden müzik ve performans sanatları okulu kendilerini eğitmek için yararlı olmayı ve bu eğilimlerini gelir kaynağına dönüştürmeyi hedeflemektedir. Okulun tasarımı farklı fonksiyonlara sahip farklı birimlerden oluşup kendi içinde bir dikey ağ sistemi düşüncesine sahiptir.

The aim of the project is to design a building which meets with the locals needs. The Ege district is not a part of Izmir's urban web system. The proposal is to create new network nodes in the Ege district and connect them with the existing urban nodes. Most of the locals of Ege district have a low traditional education standard but possess great abilities in music and dance. The district is in great need of new job opportunities and new buildings. The proposed music and performance art school will benefit their musical training that can then turn into a source of income. The school design consists of different units that serve variety of functions and emphasising the idea of a vertical network.

BUKET GÖMEÇ
buketgomec@windowslive.com

CAN ÇEVİK

Alsancak ve Ege Mahallesi arasında kalan ve uygun bir şekilde ilk bağlantının kurulabilceği alana bir konut projesi öne sürülmüştür. Yapının formsal dili Mahalleninkiyle aynı olup şu anda var olan bir alandaki yerleşik ev unitelerinin nasıl bir araya gelebilceklerinden türemiştir. Proje kütlesinin arkasında yatan asıl fikir kendiliğinden yerleşimdir. Tıpkı Ege Mahallesinin zaman içindeki kentsel yerlesimi, gelişimi gibi. Yerliler projede bulunan merkezcil çekirdek öğeye kendileri yerleşmektedir. Gerekli olan inşa malzemelerini ön görülmüş olan Mahalle içindeki satıcıdan tedarik etmektedirler. Merkezde bulunan çekirdek yapının içinde sirkülasyon öğeleri bulunmaktadır. Bu öğeler, kullanıcıların binayi tamamiyle tecrübe edebilmeleri üzerine yonlendirilmiştir. Proje, hem Alsancak hem de Ege Mahallesi yerlilerini barındırmaya yönelik olup, farkli tipolojilerdeki yaşam alanlarıyla bu amacını yerine getirmektedir.

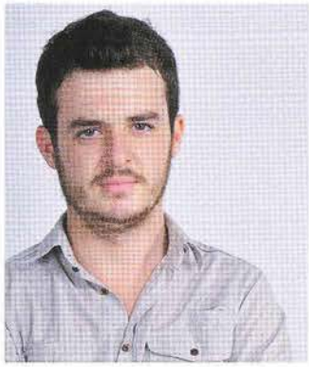
A housing project is proposed in the area between Alsancak and Ege Mahallesi where it would be most likely to create the linkage between the two. The formal language is the same as the Mahalle; derived from the question of how current settlement housings can come together. The idea behind this massing is self-organization, just like the urban evolution of Mahalle. Inhabitants are given an empty core unit to settle in. A proposed supplier located in the Mahalle provides the necessary building elements. The core in the center holds the circulation, which is oriented to give the inhabitants full experience of the building. Finally, the project both accommodates the Alsancak and Roma people, achieved with a variety of unit typologies.

Projenin amacı, mevcut kent dokusunu korumak ve Roma halkına karşı oluşmuş olan önyargıyı değiştirmek için Ege Mahallesi ile şehri entegre etmektir. Bunun için bölgedeki anayol aksları yeniden düzenlenerek, bu yol üzerinde seyahat eden insanların Roman halkının gerçek yaşam şeklini görebilmeleri sağlanmıştır. Binanın konumu Alsancak ve Ege Mahallesi sınırı üzerindedir. Sonuç olarak, bina mecazi anlamda farklı yaşam şekilleri arasında bir köprü olmuştur.Yapılan bölgesel analizlerde Ege Mahallesinin İzmir'in kentsel dokusunda yıkıcı bozulma etkisi verdiği görülmüştür. Önerilen bina Roman halkının yeteneklerini gösterebildikleri marangozluk, dokuma, ayakkabıcılık, ebru sanatı gibi eğitimler alıp, iş olanağı sağlayan bir ticaret okuludur. Bu bina mevcut otopark alanı ve Ege Mahallesi ile Alsancak arasındaki ayırımı yaratan demiryolu sınırı kaldırılarak tasarlanmıştır. Okul, bu hat üzerinde kendi sınırını kendisi yaratır.

The aim of the project is imminently to protect the existing urban fabric and integrate Ege Mahallesi with the city in order to change the prejudice against the Roma people. To accomplish this integration, the main road axes on the site are rearranged so people travelling the road, see and perhaps get an understanding of the real life of the Roma people. The location of the building is on the boundary of Alsancak and Ege Mahallesi. As a consequence the building becomes figuratively and physically a bridge between the different lifestyles of the neighbourhoods. The site analysis illustrates Ege Mahallesi as a disruptive puncturing in the formal urban fabric of Izmir. The proposed building is a trade school with the purpose of improving the Roma's skills; teach handicraft such as carpentry, weaving, shoe making, marbling, and other trades, to create job opportunities. The new trade school is organised as a series of spaces that puncture an existing car park and traverses the physical boundary of the train lines between Ege Mahallesi and Alsancak. The school creates its own boundary and spatial organisation along the path.

CEREN BİLGİ

CUMHUR ÇAVUŞOĞLU
cumkoo@hotmail.com



Ege Mahallesi'nin düşük gelirli yerel halkına kendi bölgelerini terketmeden daha sağlıklı koşullarda yaşama şansı sunmaktadır. İçinde barınması imkansız bazı yapıları ortadan kaldırarak yerleşim alanının geçirilebilirliği artırılmaya çalışılmıştır. Mimari lugatta "kentsel akupunktur" olarak tanımlanan terimin temel amacı ufak önemli noktalara hayati etkiler yaparak büyük tepkiler çıkarılmasıdır. Problemli yapıları aradan kaldırarak bölgenin nefes alması sağlanmış ve aynı zamanda kaldırılan alanların da kullanılabilir avlulara dönüştürülmesi amaçlanmıştır. Bu boş alanlara da birer fonksiyon yüklenerek yerel halkın en çok kullandığı yollara göre mesleklerini daha kolay yapmaları sağlanmaktadır. Konut projesi , aynı zamanda bütün avluların da bağlanma noktası olan ana yolun sonunda yer almaktadır. İskelet haline dönüştürülen küpler strüktürel eleman olarak görev yapmaktadır. Bu strüktürel elemanlar konutlarda yaşayan yerel halkın isteklerine göre herhangi bir fonksiyon yüklenerek tekrardan inşa edilebilirler. Bu uygulamanın en önemli noktası insanlara kendi yaşadıkları ortamı yaratma şansının verilmesidir. Cephelerin tasarımı plan görümünün cephelere uygulanmasıyla elde edilmiştir. Ege mahallesinde yaşayan insanların en büyük yakınmalarından biri de toprağa uzak kalmaktır ve bu konut projesinde kütlelerin üstü yeşil alan olarak tasarlanarak insanlara yeterince ferah ve sağlıklı ortam sunulmaktadır.

The project aims to provide affordable housing for low-income local people of Ege Mahallesi. The site analysis shows that the biggest problem the Ege neighborhood has is housing. The residents want to live in better conditions and the municipality has failed to provide this to date. The housing project is located at the end of the main road and forms additionally a part of the connection line of courtyards. The form is derived from a parametric component, an organization of randomly scaled cuboids. The most influential parameters on the cuboids are the two main roads of the site. The structural elements of the projects are derived from framed cuboids. Some cuboids were culled during the design process while others are turned into frames. These frames have the same logic within the master plan. Local people can built their own environment using these structural elements in order to fulfill any need they might have in the future. The parametric solution is also projected on the elevations to maintain the harmony of the whole project. One important aim is to maintain the relation between humans and soil. The locals have a preference for closeness to the earth, to the soil. In order to satisfy this demand, the flat surfaces on the mass are covered with soil and grass. Every housing unit has it's own green area in front of it.

Ege Mahallesi yeri itibariyle şehrin tam kalbinde bulunmasına rağmen tam olarak şehir hayatına entegre olamamış bir bölgede yer alıyor. Analizler bu bölgenin şehirden kopuk yaşamasının nedenini Ege Mahallesini çevreleyen Melez Çayı ve İzmir-Aydın demiryolu hattının bu bölgeyi bir şekilde gelişme ve şehirle bütünleşme noktasında sınırlandırdığını gösteriyor. Önerme olarak bölgenin çevresindeki bu sınırların kaldırılması ve bağlamda oluşturulacak yeni ana caddeyle birlikte bölgeyi yeni bir cazibe merkezine dönüştürmek amaçlanmıştır. Tasarım noktasında bölge insanının ihtiyaçları doğrultusunda yeni ticari ana cadde çevresinde sosyal alanlar oluşturuldu. İç kısımlarda ise özel hayat gözetilip daha yüksek yoğunluklu konut yerleşimi tercih edildi. Bunu yaparken ana aks bina kütlerinin yoğunluğunu belirleyici eleman olarak kullanıldı. Birinci katta ise parametreler zıt şekilde çalışarak, cadde üstündeki yoğun kütleler ile üst kapalı bir bazar havası oluşturulup iç bölgelerde ise az yoğunluklu kütleler ile teras olgusu ön plana çıkarıldı. Projenin cephe ve bina çözümlemeleri dahil her noktasında ana aks ve kütle ilişkisi prensibi korundu.

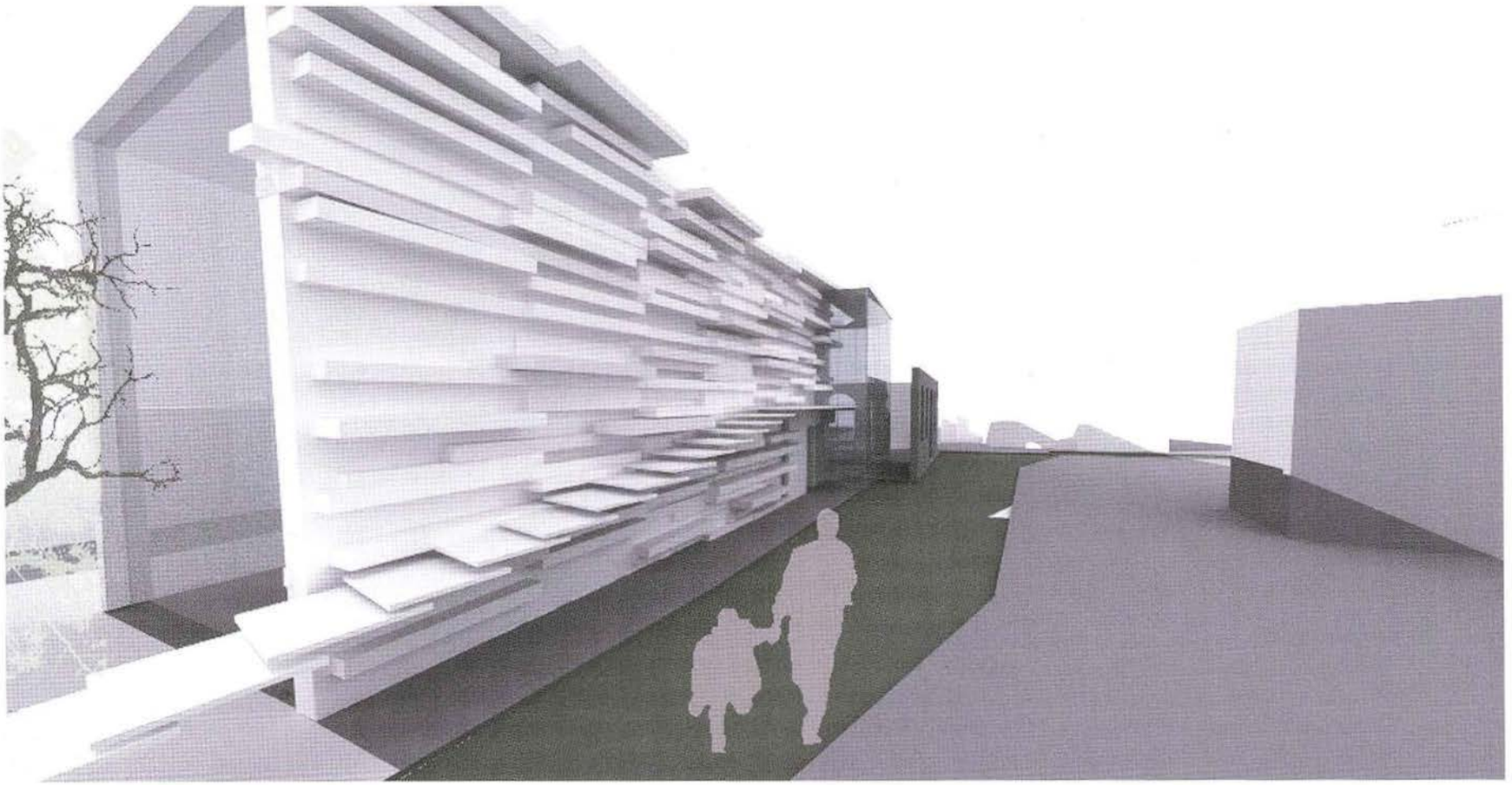
Ege Mahallesi is unique in that despite its location in the middle of the city, the district residents have problems connecting with and integrating into the city life. The site analyses lead to the hypothesis that the reasons for this separation lay in two boundaries around the site; the railway and the Melez River. The solution for the site is breaking the boundaries and integrating the area into the city center. To achieve this solution new axis are created based on parametric inputs. The proposal works on two overlapping layers of pattern working in reverse association with the site axis attractor. On the ground floor masses that are close to the axis are smaller becoming larger and denser towards the inner parts of the urban pattern. The aim of the organization is to create social spaces on the ground level along the axis, where the Roman people like to spend their time, progressively moving to more private spaces deeper in the urban pattern. The first floor it is an inverse of this organization, covering the main axis (turning the ground floor into a commercial bazaar) and providing terraces for a residential area in the inner parts of urban pattern. The concept of the axis and pattern relation can be observed at every scale of the project. Even in the building façades and building program. The aim is to create new commercial axis that make Ege Mahhallesi more integrated with the city center while at the same time keeping the existing scale of urban pattern with small architectural touches.

DÜNYA DİCLE

ECE UYAR

Projenin çıkış noktası, içinde bulunduğu araziden kaynaklanmaktadır. Ege Mahallesi, konum olarak çok stratejik ve önemli bir yere sahip olduğu gibi aynı zamanda içinde kendi kültürünü barındırmaktadır. Her ne kadar mahalleye ilk girildiğinde bakımsızlık, ihmal edilmişlik ve yoksulluk ön planda olsa da, mekanları biraz incelemeye başladığınızda, aslında çok baskın ve zengin mekansal değerlerin olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Projenin ilk amacı arazinin sorunlu kısımlarına küçük müdahalelerle çözümler getirebilmek, oradaki yaşam kalitesinin yükselmesine katkıda bulunup, o zengin mekansal karekterlerin biraz olsun ortaya çıkmasına yardımcı olabilmektir. Bunun için düz bir aksta devam eden ana yolun, biraz daha şehrin içine girmesini sağlayarak, oradan geçen insanların çekinmeden, o mekanlara ve oradaki yaşantıya yakınlaşmalarını sağlamak hedeflenmiştir. Bunun yanı sıra bir meydan ve çarşı sokağı önerilerek mahalleye insan çekmek amaçlanmıştır. Oradaki yaşamın hareketlenmesi onlara ekonomik ve sosyal açıdan da yarar sağlayacaktır. Bu doğrultuda mahalleye iş olanağı sağlaması acısından bir halk eğitim merkezi yapılması da planlanmıştır. Buna ek olarak oluşturulacak meydana, sanat galerisi yapma fikri öne sürülmüştür. Çünkü mahalleye yapılacak sanat galerisi, orada yaşayanların hayatına sanatı sokarak yaşamlarına farklı bir renk katacaktır. Galerinin tasarımını mevcut tarihi bir kilisenin duvarları şekillendirmiştir. Ve yine tasarımda mevcut mekansal kurguya hassas yaklaşılmaya çalışılarak, o tarihi duvarın şekillendirdiği ve yeniden hayat bulduğu, insanların içinde farklı mekansal dene-yimler yaşayacağı bir galeri tasarımı kurgulanmıştır. Tüm bunların yanı sıra meydanı yaşanılır kılmak için, oradaki cami yanına bir kahvehane alanı, bir konuk evi ve birkaç dükkan da düşünülmüştür.

The project takes its main inspirations from its context. Ege Mahallesi is at a crucial urban intersection because of its location in the city and it harbours its own unique culture. Behind the initial impression of deterioration, the site has a dominant spatial characteristic which hosts some rich and sharp spatial experiences. The aim is to control the problematic parts of the site with small interventions: changing the existing high street's direction to achieve a better relation with the unique organic urban form. Rather than being timid. It introduces a square with a cafe near the mosque and an artist-in-residence studio and proposes a bazaar which will bring people to the site. Thus, they will provide some economical and social advantages. A trade school to improve their skills is planed and an Art Gallery is proposed in the square to introduce 'art' and the world of varied paradigms. Again with a small intervention, the aim was to achieve a permeable and experience based design. The existing external walls of a historical church are used to shape the gallery spaces. The gallery and associated programs form a spatial sequence that is sensitively a part of the urban spatial experience.



Ege mahallesi genel olarak plansız ve de yaşam kalitesi düşük bir yer. Ege mahallesinin sakinleri belli bir hayat tarzında özel bir sosyolojik alt yapıya sahip insanlar. Ege Mahallesi yer itibariyle şehir için önemli bir noktada bulunmakta fakat genel suç oranı ile anılması açısından oldukça kötü durumda. Mahalleye genel olarak sosyal unsurları kullanarak mimari bi müdahale gerekmekteydi. Yapılan ziyaretler ve alınan bilgilere göre, mahalle sakinleri genel olarak düşük gelire sahip veya işsizler. Proje İzmir genelinde mahallenin kötü adını temize çıkarmak ve de mahalleye gelir kaynağı sağlamaktı. Yapılan ziyaretlerde görüldüğü üzere atlardan sağlanan ciddi bir ekonomik gelir mevcut. İnsanlar genel olarak kendi uğraşlarıyla para kazanmaktan hoşlanan kişiler. Tüm bu bilgilere dayanarak mahalle için özel bir program geliştirildi. Program ahırlar, evler ve ticari yerler içermektedir. Bu program hazırlanırken mevcut durumdan parametreler belirlenmiş, başlangıç noktası olarak çerçevelenen kısım geliştirilip bina haline getirilmiştir. Bu sayede mahallede tüm İzmire hizmet edecek bir çekim merkezi yaratılmıştır.

Ege District is unplanned and low qualified compound. The occupants are generally from a specific comminity with their specific life style. Since the placement of the district is significant and the reputation of it is bad, the disctrict has to be interfered socially through architectural means. From site visits and feedback from the occupant, the main problems are low income and the reputation of the area. The Project aimed to clear the reputation and create a new income source by using local tradition. The horse concept has been developed because there is an intense horse activity in place. The people like to be in charge of the horses and they earn money from their horses. The solution developed in the light of this. There is a specific program developed which serves as horse facility with commercial spaces and residential spaces for the horse caretakers. This specific program would provide income resource for the people as a new attraction center for İzmir. For the program and the placement of the building in the district some parameters were determined and a slab system was developed from the initial parametric curve. The curve had been deformed and evaluated according to the program requirements.

EMEK GÖKLEVENT

EREN ÖZHAN

Proje hazırlanırken yola çıkılan konu, arazinin bulunduğu yerdeki komşu mahallelerin görünmez sınırlar yüzünden birbirleriyle yeterince ilişkisi olmaması üzerinedir. Bu da kullanım zayıflığına, bununla birlikte ekonomik problemlere sebep olmaktadır. Bu problemi aşabilmek için vaziyet planında eklenen yeni yollar ve odak noktaları sayesinde mahalle arası ilişkileri arttırmak amaçlanmıştır. Proje yeni eklenen yollardan en çok kullanım halinde olanın üzerinde odak noktası olarak ortaya çıkmaktadır. Giriş katındaki ticari alanlarla şehrin diğer kısmındakiler mahalle içine çekiliştir. Aynı zamanda diğer üst katlardaki değişik topografilerde organize edilmiş konutlarla mahallede yaşayanlara kendi ekim alanlarını yaratılmıştır. Bununla birlikte mahalledekilere kendi ürünlerini üretme ve ekonomik durumlarını düzeltme olanağı verilmiştir.

The solution for the site is derived from a hypothesis which states that the adjoining neighbourhoods have insufficient interaction because of invisible peripheries. The consequence causes lack of cross utilization and leads to economical problems. To tackle this problem and invigorate the environment and it's use, additional routes and focal points have been identified. The project emerges as a focal point on a majorly used route. It includes commercial units at the ground level as attractors for the augmentation of the site and affordable housing units with varied typologies at the upper levels. The complex organization of the units creates variable terrace spaces for horticulture and the occupants are given the opportunity for growing crop production, supplementing their economic condition.

Ege Mahallesi fiziksel sınırlar yaratan demiryolu ve otoyol arasına sıkışmıştır. Bu sınırlar nedeniyle Ege mahallesi ve şehrin arasındaki fiziksel ve sosyo-kültürel etkileşim sınırlı düzeydedir. Ayrıca Ege mahallesi sakinleri ve şehrin geri kalanı arasındaki kültürel ve sosyal sınıflandırmadan doğan görülemeyen sınırlar mahallenin izolasyonunu güçlendirmektedir. Ege mahallesini şehir ile kaynaştırmak için çözüm olarak geçirgenlik önerilmiştir. Geçirgenlik, önerilen bağlantılar, yeşil alanlar ve performans merkezini kullanarak tamamlayıcılık stratejisini geliştirir. Roman halkı dansa ve müziğe yetenekli olduğundan, performans merkezi yaratmak Roman halkını şehre tanıtmak için bir seçilmiş bir yoldur. Dans&müzik eğitim ve performans merkezi Melez Çayı boyunca konumlandırılmış kentsel park ve performans binasının sentezinden oluşmaktadır. Kentsel park ziyaretçilere ve Roman halkına kamusal alan olarak hizmet ederken, performans binası özellikle Roman halkının kültürünü yansıtan ve onlara yeni iş imkanları sağlayan bir mekândır.

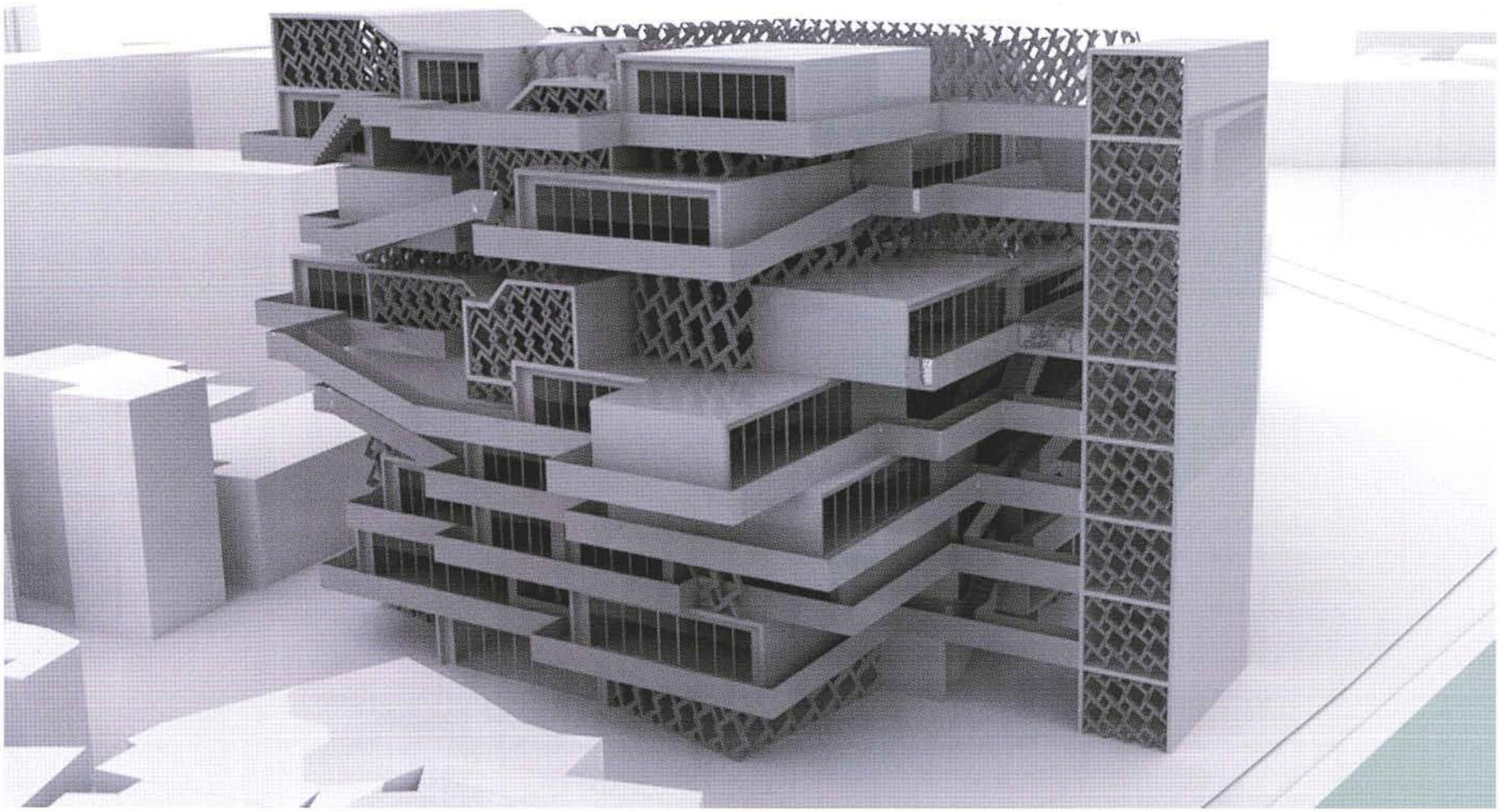
Ege District is wedged in between highway and railway that create the districts physical boundaries. Because of these boundaries physical and socio-cultural interaction between Ege District and the city is limited. Furthermore invisible boundaries, formed by cultural and social classification between the inhabitants of Ege and the rest of the city, reinforces the isolation of the district. Permeability is offered as the solution to intermingle Ege district with the city. The permeability develops a strategy of components using proposed connections, green areas and a performance venue. As the Roma people are talented at dancing and music, creating the venue is the way to introduce Roma people to the city. The Dance & Music training and performance venue is the synthesis of an urban park and performance building sitting along the Melez River. While the urban park serves as a public space for visitors and Roma people alike, the performance building reflects the Roma culture specifically and provides new employment opportunities for Roma people.

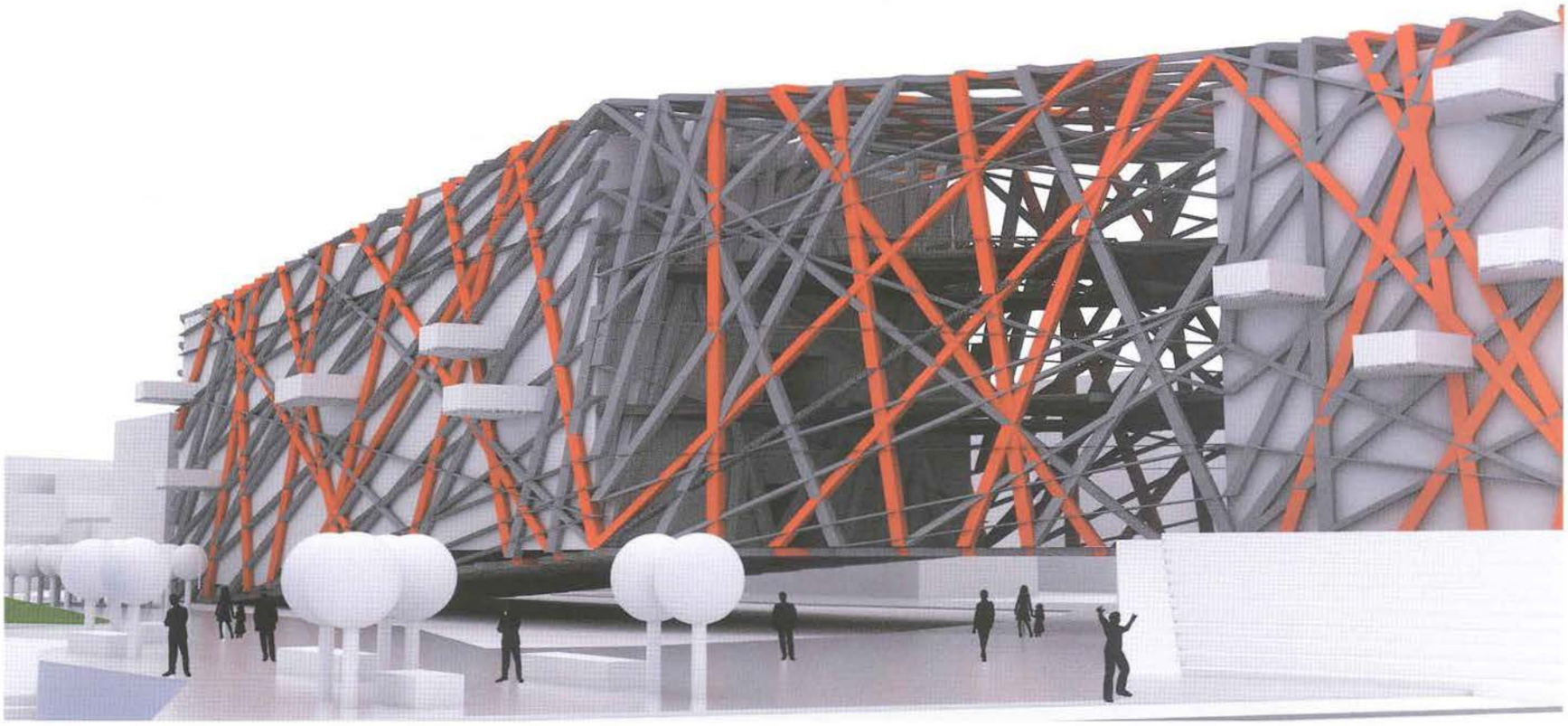
EZGİ PEHLİVAN
miya.ez@gmail.com

EZGİ YILMAZ

Ege mahallesi tren yolu, Melez Nehri ve endüstriyel alan gibi üç fiziksel sınırla çevrilmekte olup bunun yanında işsizlik gibi sosyal problemlerin yarattığı fiziksel bir sınır vardır. Önerilen proje temelde orada yaşayanların yaşam tarzını değiştirmeden sosyal dışlanmadan korumak için yeşil alanlar ve iş oranını arttırarak, yerel mağazalarla, bunları içeren konutlar tasarlamayı amaçlamaktadır. Mahalledeki organik olarak gelişen alan, bir veya iki katlı evlerden oluşup çok yoğun bir şekilde dağılarak, mahallenin genişleyerek yeni konutların var olmasını engellemektedir.Oldukça dar olan sokaklar evlerin güneş ışığından yeterince yararlanamamasına neden olmaktadır. Buna ilişkin sunulan çözümde, tasarımda konutlar bölgenin doğal karakterini koruyarak, kütleler şeklinde dikey olarak dağıtılmıştır. Ortadaki avlu güneş ışığının binalara ulaşmasına olanak vermiştir. Binadaki sirkülasyon dikey sokaklarla dışardan görünebilir bir şekilde, bölgenin sokaklara verdiği önem düşünülerek sağlanmıştır.

Ege Mahallesi is bound by three psychological borders; the rail tracks, Melez River and industrial area as well as physiological borders that are created by the social and unemployment problems of the district. The aim is to break down these psychological borders with green areas and housing which provide commercial retail spaces to give local job opportunity, while at the same time avoiding changing the local lifestyle and thereby preventing social exclusion. The organic settlement area in the district consists of one or two storey houses with very dense footprint that does not provide opportunities for extensions and very narrow streets that don't allow much sunlight into the houses. As an urban building solution, the units are distributed organically to keep the existing characteristics but through a vertical arrangement. An open courtyard allows sunlight to penetrate into the building. Because of the importance of streets for the local community, circulation is provided by sky-streets visible from the outside.





Konut projesi Romanların yaşadığı Ege Mahallesi'nde yer almaktadır. Melez Nehri ve demiryolu Ege Mahallesi'nin sınırını oluşturmaktadır. Bu sınırları yıkmak için fuar ve nehir arasında yeni bir eksen yaratılmıştır. Bu eksenin sonunda konut projesiyle entegre bir açık alan yaratılmıştır. Bina kütlesi, önündeki ve arkasındaki açık alanlar ve onların arasındaki sirkulasyondan etkilenerek oluşturulmuştur. Bu projede, birbirine bağlı dört farklı konut modülü tasarlanmıştır. Bu modüller projeyi tutan ve etrafını saran bir yapı sistemi ile çevrelenmiştir. İki modül arasında, Roman vatandaşlara özel yeşil alanlar sağlamak için yarı-açık alanlar yaratılmıştır. Bu açık alanlar, onları sadece konutlarda oturtmak yerine onlara bir sosyal alan da sağlamaktadır.

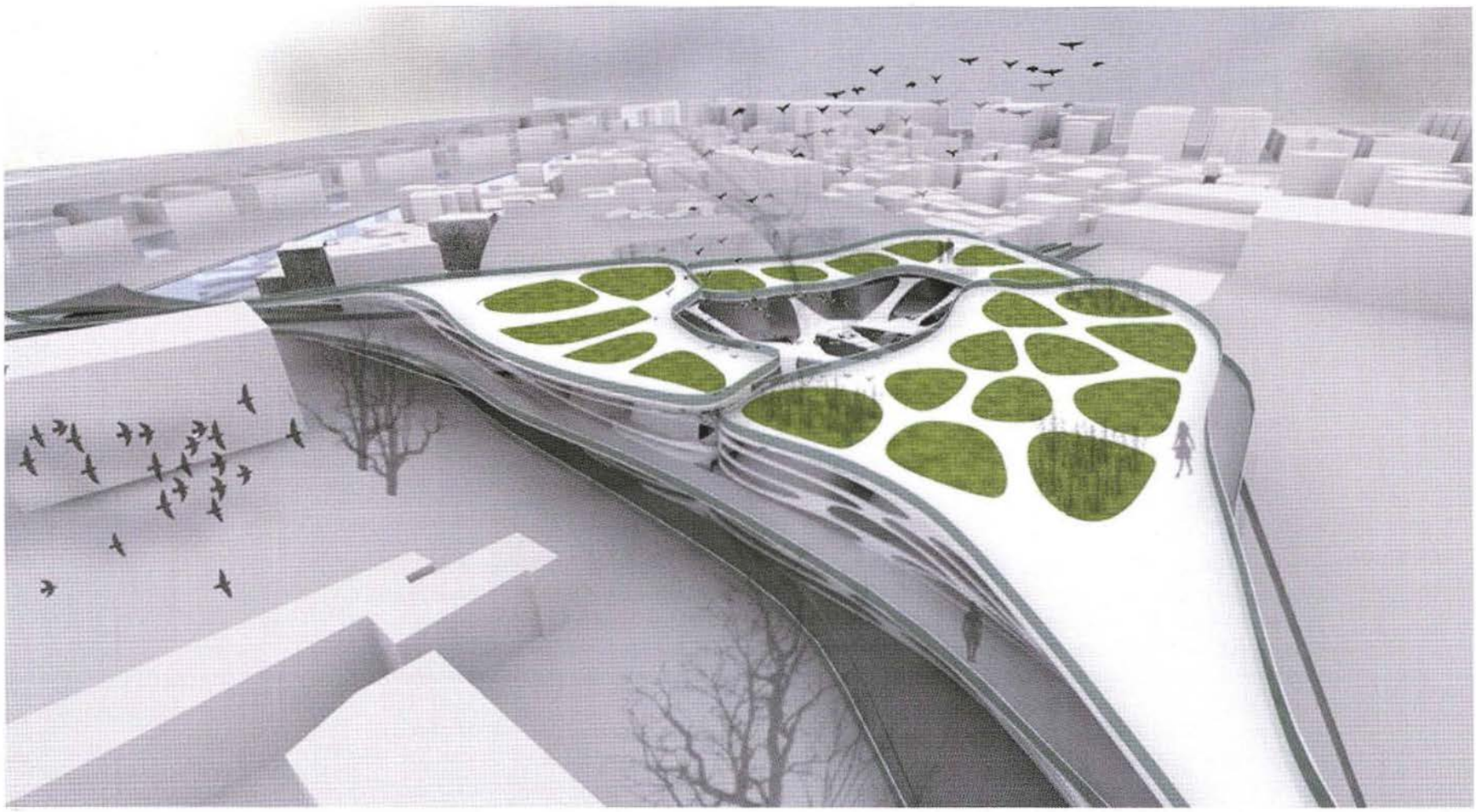
The housing Project is located in the Ege district of İzmir, the home of the Roma people. The district is bordered by the Melez River and the railway. To demolish these borders a new axis is created between the Fair and the river. At the end of this axis an open space is created, integrated with a housing project. The design form comes from back and front open spaces and the circulation between them. The building is organized using four different house modules which are interlinked three dimensionally to each other. These modules are wrapped with a structural system which both holds and covers the internal spaces. Between two blocks of modules semi-open spaces are created to give the Roma people private green areas. These open areas also supply them with a space for social activity instead of putting these activities only into housing units.

FATİH GÜLPINAR

İREM CABBAROĞLU
irem_cabbaroglu@hotmail.com

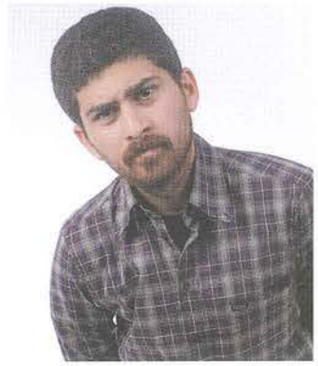
Ege Mahallesi' nin fiziksel karakteri ve bölge halkının yaşadığı işsizlik kaynaklı sosyal dışlanma, bölgeyi kapalı bir toplum haline getirmiştir. Bölgeye getirilen kentsel çözüm ve yapılan bina tasarımı, Ege Mahallesi' ni sosyal, ticari ve kültürel açıdan önemli merkezlerin birleştiği bir düğüm noktası haline getirmeyi amaçlıyor. Kentsel çözüm, tüm ticari ve sosyal etkinliklerin gerçekleştiği ana aksı kırarak, bölgenin kültürel, sosyal ve ticari açıdan üç önemli merkezi olan; Kültürpark, çevre mahalleler ve liman çevresindeki endüstriyel alanla iç içe geçmiş bir ağ yaratma fikirlerini içeriyor. Bölge için tasarlanan bina, benzer bir yaklaşımla, bağlamın anahtar noktalarını birleştirme rolünü üstleniyor. Mahallenin yapısı yakından incelendiğinde, karşılaştığımız organik şehir dokusu, tasarlanan yeni binayı oluşturan "voronoi hücrelerinin" temelini oluşturuyor. Bölgeye hizmet edecek olan bu yeni bina, dükkanlar, üretim atölyeleri ve konutlardan oluşan programın üç ayrı katmana yayılmasından meydana geliyor. Zemin katta ferahlık duygusu yaratma amaçlı uygulanan seviye farklılıkları, binanın genel anlayışla bağdaşan harek etliliği iç mekanlara da taşıyor. Bağlamdaki anahtar noktalardan binanın çeşitli noktalarına uzanan rampalar, binanın bağlamla ve bina elemanlarının birbirine dönüştüğü nokta görevini görerek (rampaların döşemeye, döşemelerin cepheye dönüşmesi gibi), birbiriyle bütünleşmesini sağlıyor.

The physical characteristics of Ege District coupled with social exclusion due to unemployment makes it a closed community. The urban and building design aims to turn Ege District into a transit node where socially, commercially and culturally significant spaces merge. The urban solution breaks down the main circulation axis into three parts where alll the commercial and social events take place. The proposal creates a more integral network between the three significant places of the area which are; Kültürpark with cultural significance, port and industrial area with commercial significance and other neighborhoods that they have close social relationships with. In a similar approach the building achieves the same solution in its role as a boundary between the key points of the context. In order to analyse and develop the integration with the context the existing organic street pattern was treated as voronoi cellular pattern, extending into the new proposal. The program is distributed to the building in three layers; shops on the ground floor, workshops on the first floor and housing on the second floor. The layer differences are proposed in order to reach a more spacious effect while entering the building from the outside creating a transition from low to high floor level. The ramps integrate with the context and amalgamate building elements with eachother. The tectonics understanding of the building suggest a soft, fluid transition between building elements where ramps becoming slabs and slabs becoming the enclosure.



Kullanıcıların ihitiyaçları parametrelerle belirlenmiştir. Parametreler modüllere uygulanmıştır. Modüllerin malzeme seçimleri kullanıcıya bırakılmıştır. Bu anlayış göçebe yaşam tarzını desteklemektedir. Çatıda oluşturulan bahçe, yaşayanların günlük yaşamlarıyla alakalı olarak onlara güvenli aktivite ortamları sağlanmıştır. Kentsel bağlamda; kullanılmayan fabrika binası, kullanım amacı farklı olan müzik okulu olarak önerilmiştir. Benzer modüller bireysel stüdyolar olarak kullanılacaktır. Perfomans segilemek için orta alanda büyük bir sahne bulunmaktadır. Ayrıca; projede problemler, arazide yapılan fotoğraf çekimleri yardımıyla saptanmıştır. Mimari bilgi ve fotoğraf önemli ölçüde tasarımı desteklemiştir.

In the project, users needs are defined by parametric variations which are applied to modules. Materials of the modules are determined by the users. The idea of these modular blocks is to support users' lifestyle by allowing the inhabitants to do all their daily activities indoors. A roof top garden pertains to their daily life offering a safe and open-air space for a variety of activities. At the urban scale; adaptive re-use of an abandoned factory building is also proposed. The factory is transform into music hall using the same modules used for the private development. At the centre of the building there is a big stage used for art performances. The collage method developed using photographs taken during the field study is employed to identify and address a conceptual and emotive approach to the design. This combination of architectural information and photography as a design method has supported the aim significantly.

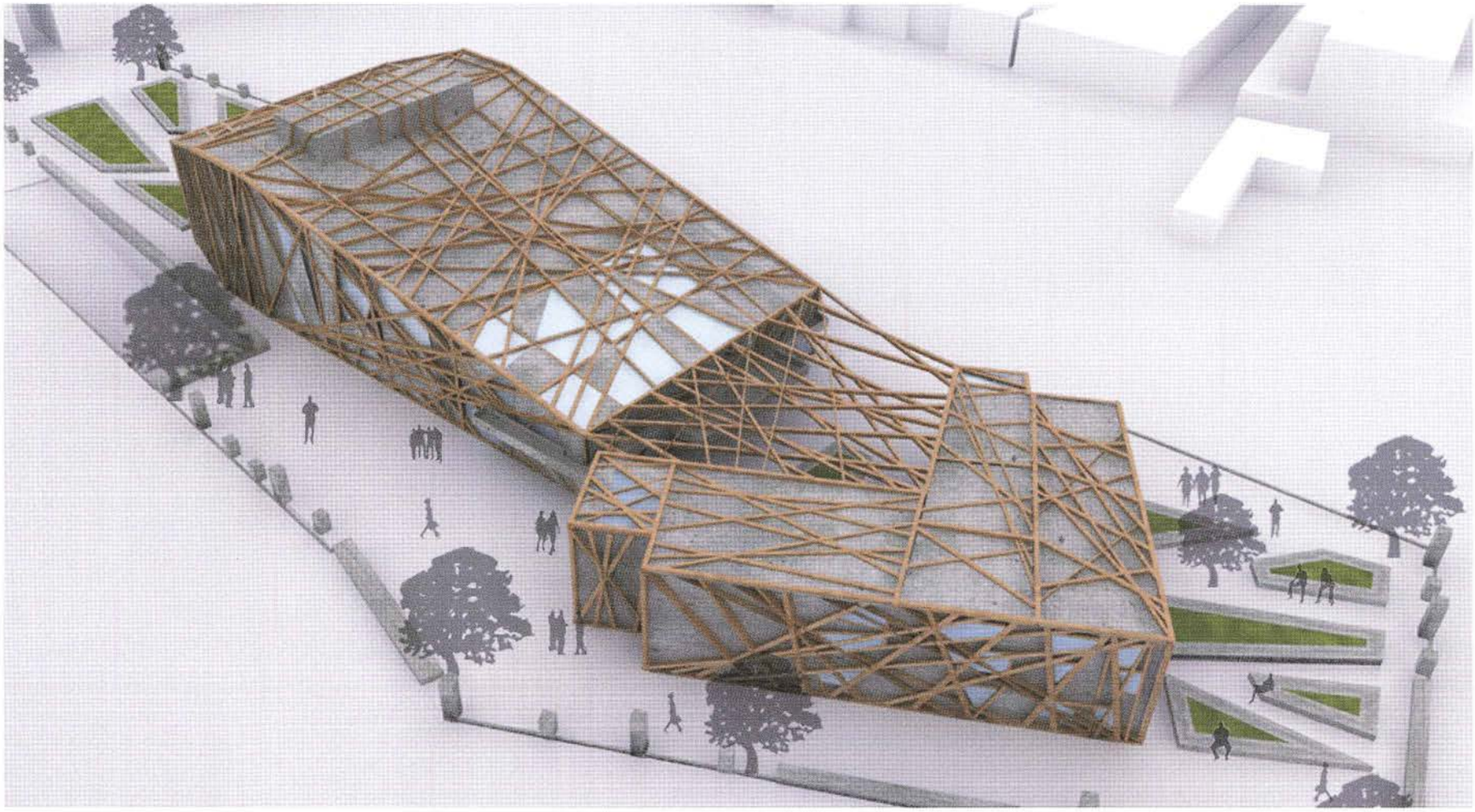


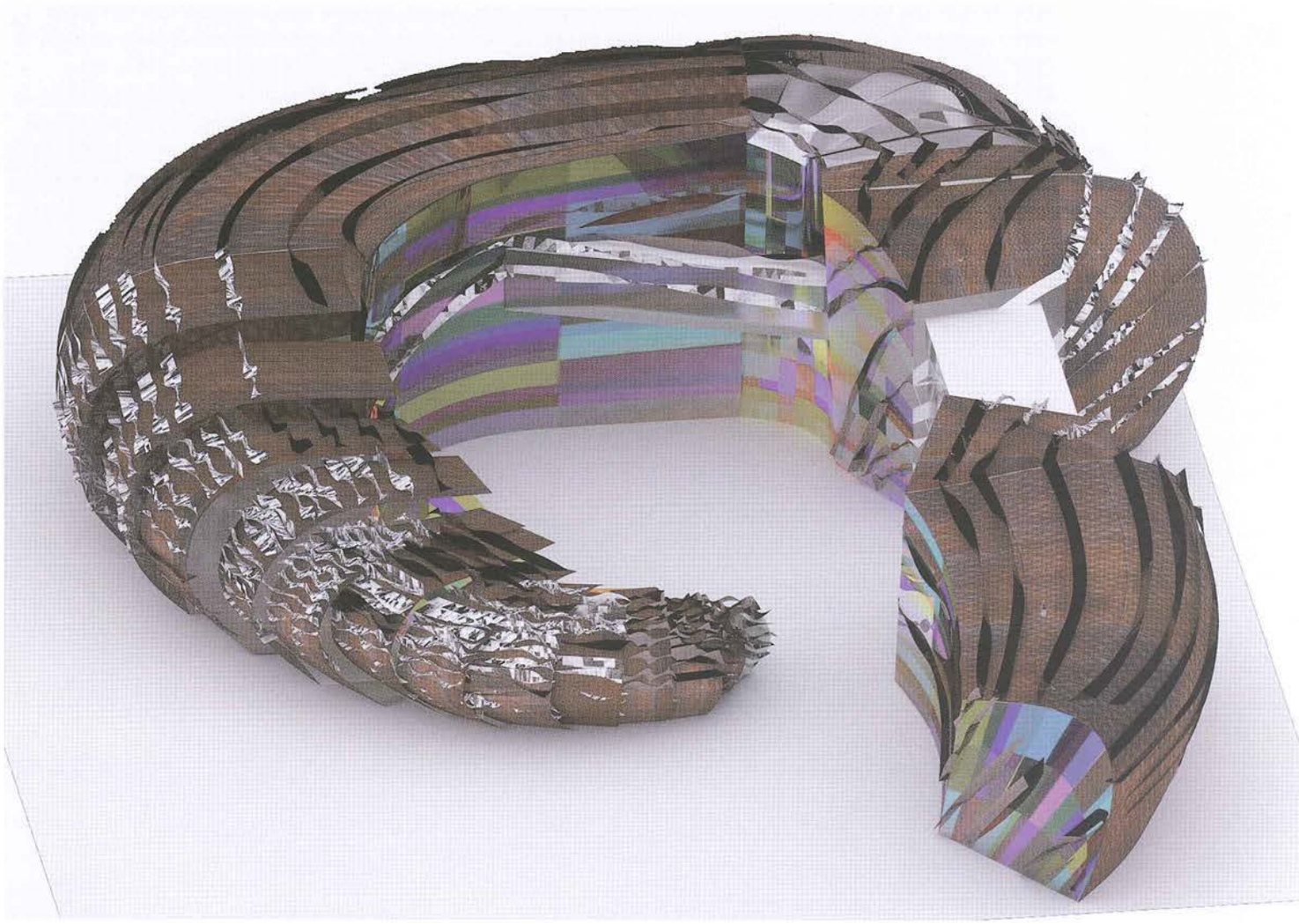
İSKENDER GÜMÜŞ

KORAY DURMAZOĞLU

Proje İzmir Ege Mahallesi bölgesine uygulanmıştır. Projenin amacı bu alanla ilgili problemli alanlara çözüm getirmektir. Halk sosyal, ekonomik ve kültürel sorunlardan dolayı Melez Çayı ve tren yolu arasında sıkışmış ve dışlanmışlardır. Öneri kentsel tasarım Ege Mahallesi halkına yayılma ve genişleme konseptine uygun olarak yeni yaşam ve iş alanları sağlıyor. Yeni yol sistemleri, binalar, kordon, meydan ve öneri bina alanı kentsel tasarım fikirle-riyle tekrardan düzenlendi. Bu yeni fikirler ile onlara hem iş imkanı hemde yetenekleri konusunda eğitim imkanı sağlayan eğitim merkezi ve tiyatro yapılmıştır. Ege Mahallesi halkı fakir fakat yetenekli bir topluluktur. Bu yeteneklerden en önemlileri müzik ve oyunculuktur ve bu yüzden onlara hem iş hem de eğitim imkanı sağlanıp sosyal ve ekonomik olarak çevreye adapte edilmiştir. Bina ve yerleşim alanı bağlantı ve erişebilirlik konseptine uygun olarak tasarlanmıştır. Ayrıca binalar kendi içinde de bu konsepti devam ettirip taşıyıcı sistemler arasında da bir bina bağlantısı sağlanmıştır. Bu taşıyıcı sistem aynı zamanda binada doluluk – boşluk ve açık – kapalılıkların da belirlenmesinde kullanılmıştır.

The reasons for the segregation of the residence are the social, economical and cultural problems of Ege Mahalesi. The site is physically isolates as it sits between the Melez River and train tracks. The urban design proposal attempts to improve the social and economical positions of Ege Mahallesi offering new residential plan able to expand and spread across the site. The plan proposes new road systems, buildings, water front, square and a proposed site for an auditorium and educational facilities. The aim is to assist them in finding employment and provide education based on their culturally developed abilities. The Ege Mahallesi residents are poor but they have got talents in music and performance so the educational facility and auditorium fits the criteria. The form of the building and site area is based on the idea of connection and accessibility. The building forms a part of the connection between the site and its boundaries. The structural connection system between the two parts of the building is used to play with the solid and void characteristics of the building envelope.





Ege Mahallesinin kültürel, fonksiyonel, sosyal ve ekonomik gerçekleri kabul edilerek, proje ile kentsel ve mimari yeni bir olasılık yaratılarak, bölgenin çeşitli aktiviteler için bir odak noktası haline dönüştürülmesi amaçlanmıştır. Mevcut kentsel dokudan yola çıkarak konut ve çalışma alanları olarak yeni bir bölge yaratılmış, kaldırım kaplaması kentsel mobilya objesine ve sonunda da bina cephe elemanına dönüşmüştür. Bölgedeki iklimsel koşullar, fiziksel sınırlar gibi interaktif parametrelerle binanın morfolojisi belirlenmiş ve cephede çok katmanlılık ve bu katmanları ayırıcı renklerin kullanıldığı bir bina tasarlanmıştır. Önerilen ticari okul, toplumsal sınıfların düzenini desteklemekle kalmayıp ticari anlamda da bu sınıflara destek vermektedir. Yeni iş imkanları ve uygun kiralama yerleri yaratılmasıyla site ve mahallenin ekonomik anlamda büyümesinin sağlanması amaçlanmıştır.

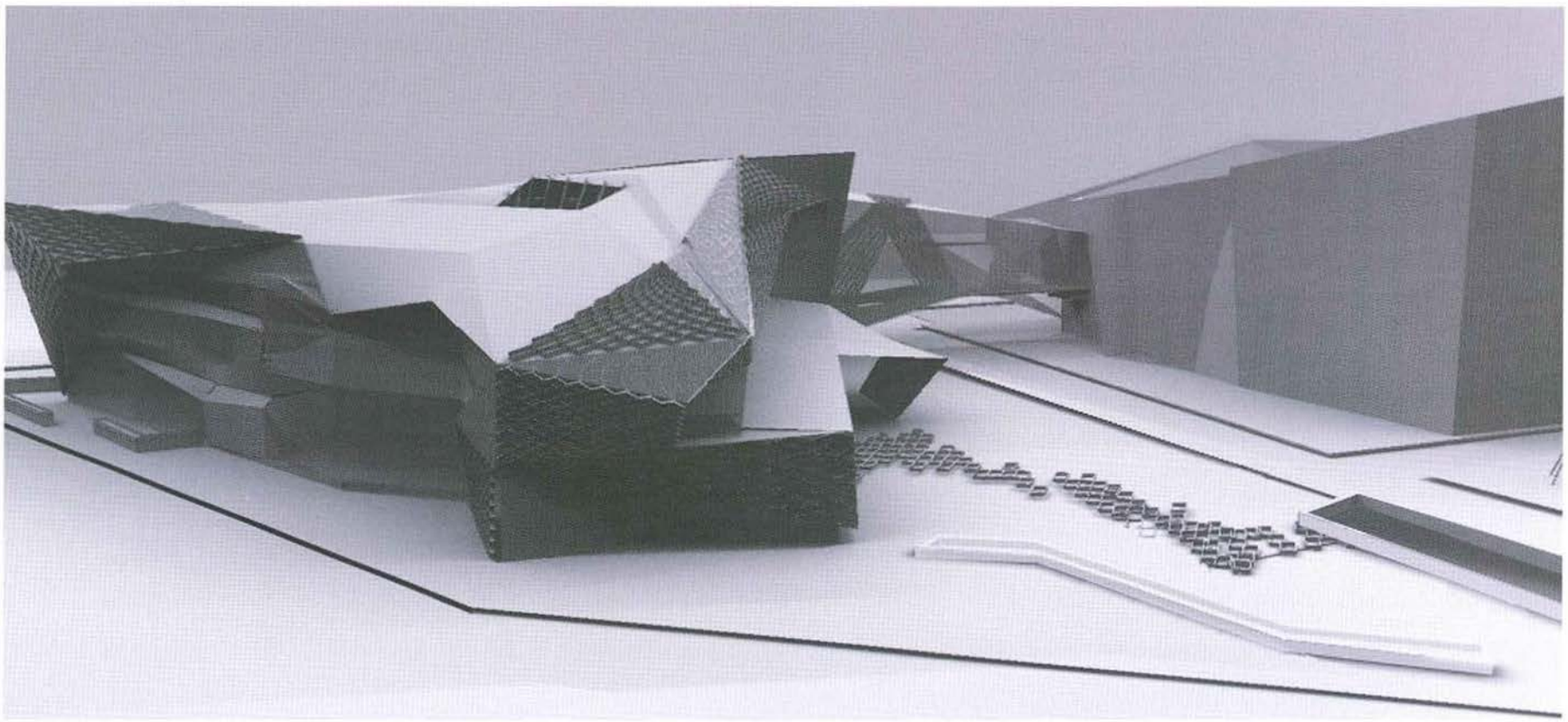
Acknowledging the existing antinomies (cultural, functional, social, economical etc.) in Ege Mahallesi, the project aims to become an urban and architectural alternative, transforming the site into a focal point of activities, a nexus of the area. The current urban structure has been an inspiration for approaching the urban tissue as an extension of the home and workplace—an organism that shape-shifts from a pavement finishing to an urban furniture object and finally becomes a part of the building as a façade component. Interactive energies and parameters on the site (bio-climatic factors, physical boundaries, circulation flows) have dictated the morphology of a building that connects with the spirit of the place by using multiple façade layers and distinctive colors. The trade school incorporates not only community supported classes but also commercial spaces, that relate to a wide target public, thus encouraging a social dialogue. Affordable renting spaces for small businesses and new job opportunities created by specialized classes ensure the economical growth of the site and its neighborhoods.

LARISA GABRIELA NEAGU

OZAN YENİAY
ozanyeniay@gmail.com
www.ozanyeniay.wordpress.com

Proje ilk olarak Ege Mahallesi ve çevresinin detaylı şekilde incelenmesi ile başladı. Orda yaşayan Romanların gereksinimleri, yaşam koşulları ve bunların şimdiye kadar ne yönde karşılandığı veya karşılanmadığı araştırıldı. Buna paralel olarak "Roman Kültürü'nün" ve Romanların araştırılması sonucunda bir hipotez oluşturuldu. Bu hipotez doğrultusunda Roman kültürünü bozmadan onlara iş olanağı sunmak ve Ege mahallesinin kendine özgü yapısını korumak projenin başlangıç noktasını oluşturdu. Ege Mahallesi ve çevresindeki sınırları koruyan, Ege mahallesi, Alsancak ve eski fabrika alanlarının kesişim noktasında bulunan bu alanlar arasıda akıcı, hücresel, heterojen bir kentsel yerleşim planı oluşturuldu. Kentsel çözüm içerisinde "konut, ofis binaları ve sosyal ihtiyaçlara yönelik" bir program oluşturuldu. Ayrıca, bu kentsel dönüşüm projesinin önemli bir kısmını da odalar ve dernekler oluşturmaktadır. Amaç İzmir'deki bütün dernek ve odaları tek bir noktada toparlayıp onlarında bu durumdan faydalanmasını sağlamak, bilgi paylaşımı, kaynak paylaşımı, veri paylaşımı gibi konularda kolaylık sağlamak olarak belirlenmiştir. Konumuyla şehir merkezine olan yakınlığı da diğer bir özelliğidir. Buların dışında "voronoi" hücreleri paylaşım fikrini güçlendirirken, Ege mahallesinin kendine özgü organik oluşumunu korumaya ve güçlendirmeye de yönelik tasarlandı. Aynı zamanda bu heterojen oluşumun da Ege mahallesi insanlarına iş olanakları sağlaması hedeflenmiştir.

Ege Mah has an organic settlement that is self organizing and constantly growing, but now suffers from lack of space to expand. The site has physical and social boundaries and the aim is to create a heterogeneous & liquid dynamics between these boundaries and the three different sites; "Ege Mah-Alsancak-Factory Area" with a smooth urban solution based on voronoi cell geometry. This urban settlement includes different and varied programs residential, commercial and governmental. The other aspect of the aim is to congregate all the associations and chambers of Izmir in to this generative voronoi settlement. These programs range from the Coachmen Association to the Romans Association, The Kids and Housing Associations to the Businessmen Association. Furthermore, voronoi cells support the idea of the aggregation of diversity, creating a seamless whole, of sharing information easily and linking together evenly. This heterogeneous urban solution can also provide job opportunities to the Ege Mah people and supporting their existence on the site.



Bir roman yerleşim bölgesi olan Ege mahallesinde konumlanan proje, bölgenin en büyük sorunlarından olan yerleşim ve işsizlik problemlerini bölgenin kendine ait kimliğini kaybetmeden çözümlemeyi amaçlamaktadır. Proje gelişim sürecinde, bölgede var olan doku ve kültürün şehrin diğer bölümlerindeki o doku ve kültüre yabancı insanlara cazip hale getirilmesi ve tanıtılması temel düşünce olarak alınmıştır. Bu amaçla bölgenin işsizlik ve konut problemlerine bir çözüm olarak, bölgedeki dokuyu bozmamak amacıyla var olan konut ve endüstri merkezlerinin keşistiği alandaki kullanılmayan binaların yıkılarak yerlerine yapılması tasarlanan konut ve ticaret kompleksi diğer binaların bir uzantısı şeklinde düşünülmüştür. Bu düşünceyi tasarımsal olarak da desteklemek amacıyla projenin formsal oluşumunda origami düşüncesi temel alınarak formu oluşturan yüzeylerin katlanarak mekânları oluşturmaları sağlanmıştır. Ayrıca origamik formlardaki iç-dış yüzey ilişkisinden yararlanılarak projenin iç ve dış mekân çözümleri geliştirilmiştir.

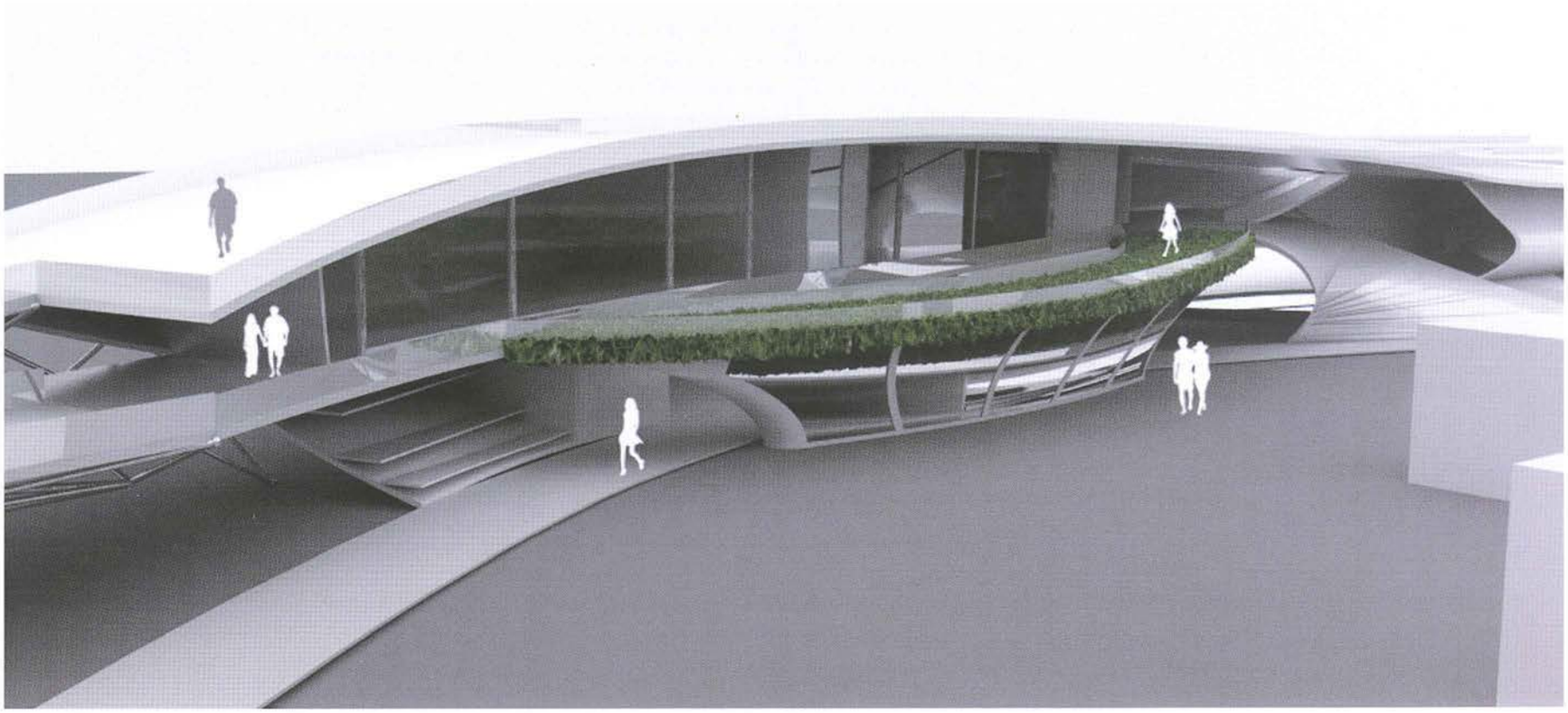
The project is located in the Ege district of İzmir, a district that lacks many of the city's facilities. Employment and housing are the most crucial problems in the site. Therefore, the project aims to meet both the employment and housing problems simultaneously. While the project proposes to reduce the major problems of site; it also aims to achieve that without disturbing the existing context of the site. In order to keep the existing fabric of the buildings in site, the new proposed buildings are connected to the existing buildings; therefore the new buildings look like they are the extension of the existing ones. In order to achieve this extension and fluidity from the old to the new, the surfaces of the building are folded using the logic of origami.

ÖZGE HAZER
ozgehazer@yahoo.com

PINAR KUTLUAY
pinarkutluay@gmail.com
http://pinarkutluay.blogspot.com

Ege mahallesi İzmir'in en merkezi bölgelerinden biri olan Alsancak'ta, kendine has özellikleriyle öne çıkmaktadır. Zengin bir tarihe sahip Romanlar burada yaşamaktan mutlular, fakat en büyük problemleri işsizlik. At Bakım Merkezi projesi mahalle sakinleri için başarılı oldukları fayton ve yük taşımacılığı işini kullanarak yeni bir iş sahası yaratmayı amaçlamaktadır. Proje ayrıca mahalle ve kentin diğer kısımları arasındaki görünmez sınırları; binicilik ve Roma kültürünü tanıtarak, dışardan gelen misafirlerin ata binmesine ve onların orada eğlenmesine izin vererek kaldırmaya yöneliktir. Tesis içerisindeki dükkanlar ve kafeterya da iş olanağı sağlamaktadır. Bina Melez Nehri'nin iki yanını iç ve dış mekanlar arasında da bağlantılar oluşturan rampalar aracılığıyla bağlamaktadır. Böylelikle dinamik bir akış ortaya çıkmıştır. Bu durum, çatının nehrin karşı tarafına ulaşan bir rampaya dönüşmüş kısmında iyice belirgindir.

The Ege District stands out with its many distinctive qualities in one of Izmir's most central areas; Alsancak. The Roma people, with their rich history, are happy to live there; however, unemployment is their main problem. The Horse Care Facility aims to provide new employment for the locals by means of facilities for phaeton and load-carrying businesses, which they are good at. Furthermore, it attempts to make the invisible boundary between the district and the rest of the urban environment disappear by promoting the horse riding and its association with the Roma culture, allowing visitors from outside to ride horses and enjoy themselves in the district. The retail and eating places in the facility also provide employment. The building connects the two sides of the Melez River by means of ramps, which also create connections between the internal and external spaces. A dynamic flow emerges, which is reflected in the whole form. This is demonstrated clearly in a section of the roof which transformed into a ramp reaching across the other side of the river.

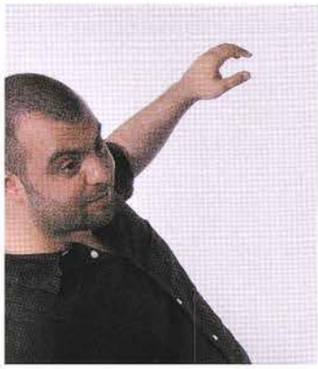


'Ortak Atölye' projesi İzmir'in Roman yerleşim bölgesi olan Ege mahalesinde konumlanmıştır. Bu alan hem kentsel işleyiş bakımından hem de nehir ve otobanın oluşturduğu fiziksel sınırlar yüzünden şehirden kopmuştur. Öyle ki mahalle, kent yaşamından ayrı bir işleyiş gösterir; Ege Mahallesinde işsizliğe bağlı olarak gelişen, işbirliğe dayalı bir ekonomik düzen vardır ve mahalle sakinleri ortak yaşam sayesinde hayatta kalmayı başarırlar. Bu olguyu değiştirip, hem ekonomik hem sosyal açıdan mahalleyi kent dokusunun bir parçası haline getiren 'Ortak Atölye' projesi; mahalle sakinine iş imkanı sağlayacak üretim, eğitim, ve tamir atölyelerinden oluşturuldu. Bu proje kültür ve sanat merkezleri olarak önerilen eski Tekel fabrikasını ve otobanın doğu tarafındaki depo alanlarını birleştirerek şehrin kültürel dokusunun bir parçası olarak işler; nehri kullanıma açıp, otobanı bir sınır olmaktan çıkaracak bir köprü fonksiyonunu gösterir.

The handcraft studios project is located in Ege Neighborhood. The aim of the project is to connect this existing Roma neighborhood to Izmir. The urban analysis shows that the river and the highway form a strict boundary between settlements and the Ege district, which is excluded from the existing urban web. Therefore, as an urban solution, the area is connected to the city through the addition of nodes wherein each includes an urban function. As a proposal for a cultural web, the abounded Tekel factory and the storage building across the highway are converted into cultural centers. The "handcraft studios" building is located in between two existing buildings, creating a connection that forms a bridge over the river and the highway.

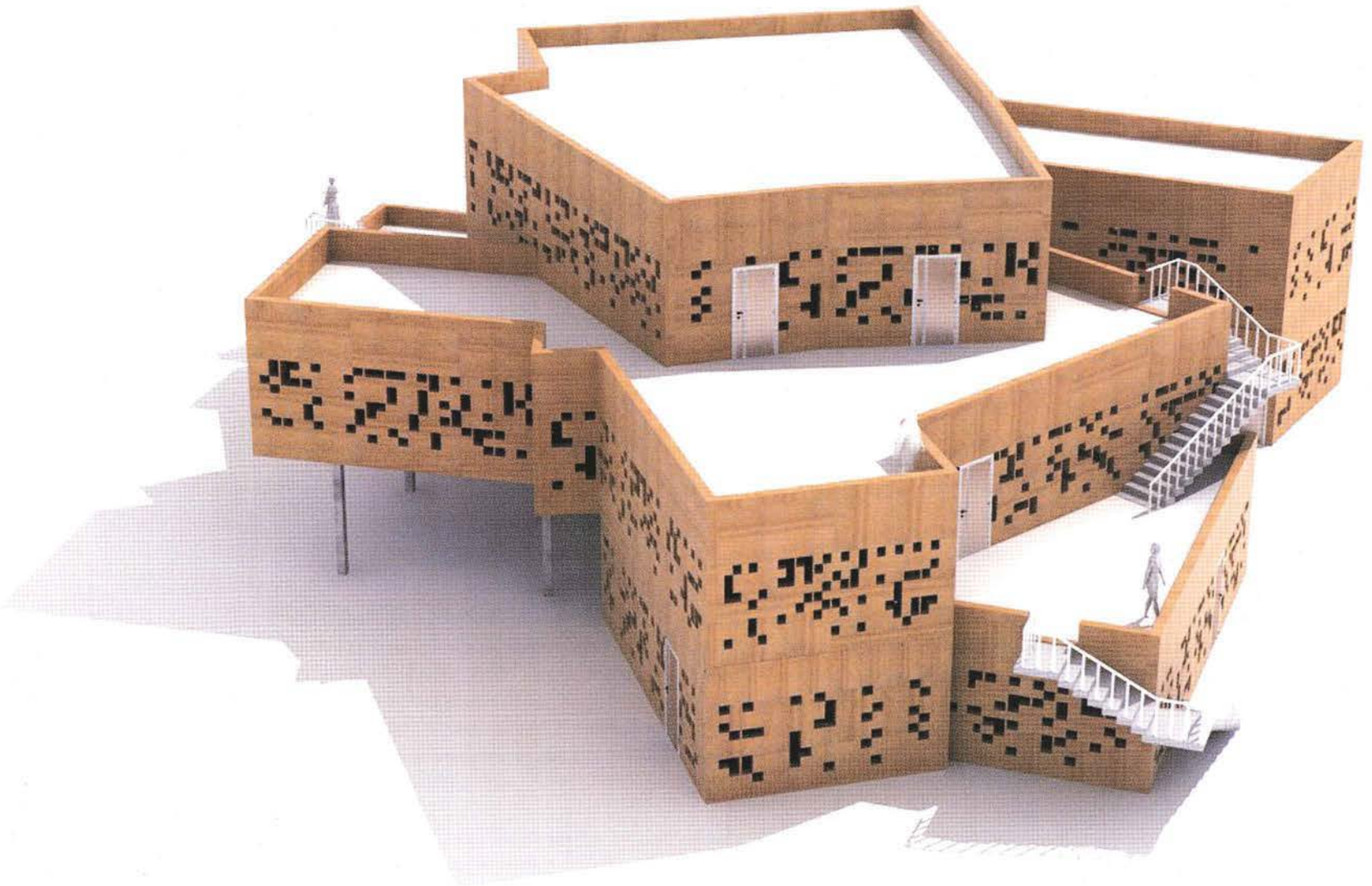
PINAR YÜKSEL

SERHAT AKA
serhat.aka@hotmail.com



Ege mahallesi, Metropol şehri olan İzmir'in ortasında bulunan bir çingene mallesidir. Ege mahallesi halkı bu bölgeye Selanik, Menemen ve Kadifekale'den göç etmişler. Bu bölgesinin problemlerinden biri de organik yerleşmedir. Bu organik yerleşme araç girişini engelliyor ve birçok çıkmaz sokak yaratıyor. Projenin amacı bu bölgenin organik yapısını kaybetmeden tekrar organik bir şekilde ve düşük maliyetli bir duruma getirmek. Binaların cephelerinde plywood kullanıldı çünkü ucuz ve yenilenebilir bir malzeme. Binaların açıklıkları rastgele karelerden oluşuyor. Bu durum binaların her birinin eşsiz olmasını sağlıyor. Bu açıklıklar güzdüzleri evlerin içinde, geceleri sokaklarda desen oluşturmayı sağlıyor.

Ege district is a Roma neighbourhood which is located in the inner area of the metropolitan city Izmir. The local community migrated to Ege neighbourhood from Selanik, Menemen, and Kadifekale. The neighbourhood has many social problems. One of the problems is the organic settlement as it doesn't allow vehicles to reach the area and the streets have many dead ends. The aim of the project is to re-design the area without losing the organic characteristics, providing buildings that are affordable for the local community. The buildings façade is made from plywood as it is affordable and renewable. Facade openings are randomly distributed squares giving all houses a unique character. In the day time these openings create patterns of light inside of the house, while at night the light patterns will paint the street.



Ege mahallesi iki önemli noktanın kesiştiği, üstü örtülü ve kaybolmaya yüz tutmuş bir kültür barınağı niteliğindedir. Kültür park ve limanın yanı sıra, popülasyon artışı ile yayıldığı komşu mahalleyle de olan ilişkisi projenin kentsel hipotez aşamasına taban oluşturmaktadır. Hipotez; arazinin, kesişimi olduğu bu üç önemli lokasyonla olan ilişkisini fiziksel ve sosyal açıdan güçlendirerek, finansal sirkülasyonunun geliştirilebileceği ve burada yaşayan insanların hayat kalitelerinin arttırılabileceği olarak ortaya sunulmuştur. Yapılan araştırma ve analizler sonucunda Ege mahallesinde yaşayan Romanların yok olmak üzere olan kültürlerini korumaya yardımcı olacak ve bu insanlara iş alanı sağlayacak bir yapıya ihtiyaç duydukları saptanmıştır ve bina programı zanaat atölyesi olarak belirlenmiştir. Arazide yapılan analizler sonucunda mahallenin kaotik yerleşimi ve büyüme şekli fraktal mantığı ile özdeşleştirilmiş ve fraktal, bileşen olarak projeye tasarım tabanı oluşturmuştur. Projenin tasarım dayanağı olan fraktalların temelleri, araziye ve binaya yaklaşım yörüngeleriyle oluşturulmuş ve bu oluşan fraktalar binanın strüktürüne, plan organizasyonuna, kat yüksekliklerine ve açıklıklarına kılavuzluk etmiştir.

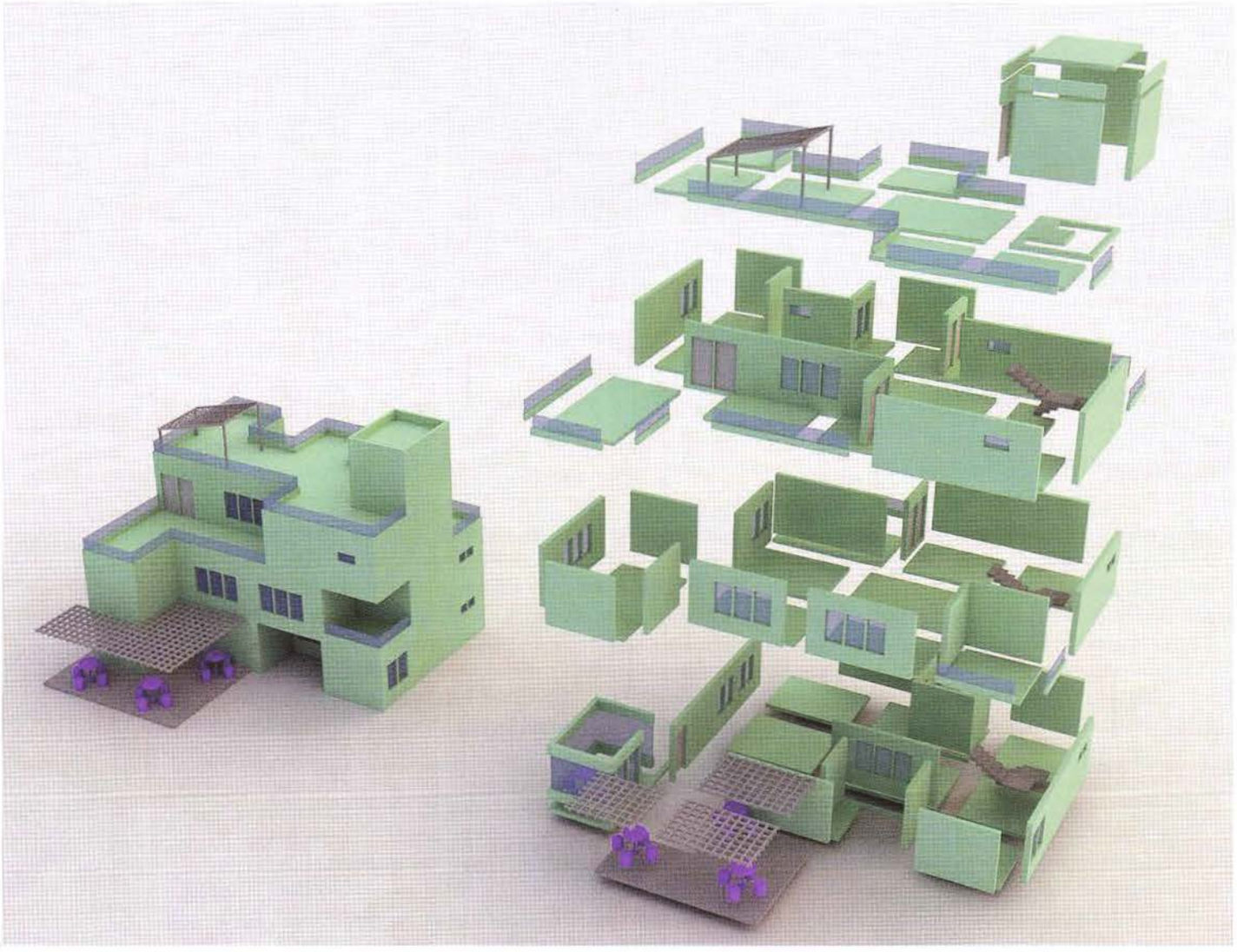
Ege district is at an important urban intersection which also carries the importance of being a cultural habitat which is in danger of fading away. This situation is also the fundamental conceptual solution; that by reinforcing the physical and social interaction between the Port, Kültür Park and the neighbouring districts, we will strengthen the financial situation and increase the quality of peoples lives in the site. The research and analysis shows that the Roma that reside in the Ege Neighbourhood are beginning to shift. A building consisting of a craft workshop and shops is needed to employ the unemployed. Disorganized settlement and the growth at the district form the base of the computational approach using fractals. Access rotation possibilities through the building, sets off the base geometry of the fractal pattern. This was used to create base geometries comprised of the structure, spatial organization, floor levels and openings of the building.

SERRA AVSEVER
serraavsever@gmail.com

SEVİ KAYA

Proje alanı çingene mahallesi olarak bilinen İzmir Kahramanlar'daki Ege Mahallesidir. Bu bölge ve içinde yaşayanlar, doğal ve kültürel sınırlamalar nedeniyle ötekileştirilmiş, şehirden kopuk bırakılmıştır. Bu projenin sosyal odak noktası olarak Ege Mahallesi sakinlerinin özgüvenlerini güçlendirmek gösterilebilir ama bunu yaparken onların hayat tarzlarını çok göz önüne sermeden yapılmasına özen gösterilmiştir. Projenin çıkış noktası bölgenin kentsel örgüsü olmuştur. Mevcut kentsel örgü referans noktası olarak alınmış, incelenmiş ve Romanların hayat tarzları düşünülerek geliştirilmiştir. Birleşen kutuların oluşturduğu yeni örgü mevcut olana göre sokak seviyesindeki insan akışını ve geçişlerini geliştirmiştir. Küçük ölçekteki mimari odak noktası ise %90 geri dönüştürülmüş malzemeler kullanılarak inşa ettikleri evlerin sahipleri olacak olan Roman aileler tarafından kurulmuş yeşil evler olmuştur. Bu sosyal projede çalışacak olan mimarlar; ailelerin daha önceden çıkarılan ihtiyaç tablosuna göre ailelere özel tasarım seçenekleri sunabilmektedirler. Tasarıma göre özel hazırlanan kitler aileye verilir ve projedeki mimar ve müteahhitlerin gözetiminde aile tarafından inşa edilir. Bu durum tasarımı ve tasarımın işlevselliğini mimarın kontrolünden çıkarmazken kullanıcıya özel seçenekler sunabilmesi açısından karşılıklı bir süreçtir.

Project area is Ege Mahallesi which is known as gyspy neighborhood in Kahramanlar, İzmir. This site and people are being detached from the city because of natural and cultural with boundaries. The social focal point of this project is to improve self-confidence of Roman people a safe and confidental organisation.The starting point of the project area has been the urban pattern. The existing urban pattern is taken as a reference point and developed under the consideration of life styles of Roman people. The new pattern which is formed by the merging boxes improves people transition in the street level. The architectural focal point for small scale is green houses which are built by Roman people themselves with 90% sustainable materials. Architects can make special design alternatives according to requirements of the families who live there. Special kits which are prepaed according to design will be given to families and they built the houses under the supervision of architects and contractors.



Ege Mahallesi için oluşturulan hipotez, Roman halkının kültürel, sosyal karakterini dış dünyaya tanıtarak, halkın ekonomik refahını yükseltmeyi ve böylece çevresiyle güçlü bir bağ kurmayı hedefliyor. Sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan kurulacak olan bu bağın oluşturulmasında, sokakların bağlayıcı özelliği projenin tamamında önemli bir etken olmuştur. Bina programına uygun olan alanın seçilmesi ve parametrik olarak değişebilen ana plan oluşturulmasında mahalle ve çevresinde yapılan analizlerin büyük etkisi bulunmaktadır. Binaların konumları ana planda oluşturulan yolların kesişim noktalarından türemiş olup, şekilleri de hipotezde de belirtilen bağ kurma özelliğine uyarak doğal, sürekli ve akışkan mekanlarla oluşturulmuştur. Cephelerde ve iç mekanda bulunan doğal örüntü, yapı için sütrüktürel destek oluşturduğu gibi aynı zamanda bina ve ziyaretçiler arasında görsel bir bağ yaratmayı hedeflemektedir.

The hypothesis for the Ege Mahallesi site aims to set off a strong connection between the Roma people and their surroundings by introducing their social and cultural characteristics to the exterior world and increasing their economical welfare. In order to create this connection between the social, cultural and economical divides, the connectivity function of streets has a significant role to play throughout the whole project. From the site analysis the master plan is designed parametrically to find the best location for the building program. Subsequently the structure is derived from the intersection points of streets according to the master plan. The forms of the structures are developed with the same logic as the site hypothesis and aim to create connection by using natural, continuous and fluid spaces. The organic pattern both on the facades and interior of the building acts as a connector in creating visual relation between the building and its visitors as well as developing the structural support system.

YAĞMUR ARICI

MODA TASARIMI
FASHION

BÖLÜMÜ...

2001 yılında eğitim ve öğretimine başladığında hedef olarak uluslararası moda markaları yaratacak ve böylece Türkiye'nin tasarım ülkesine dönüşüm sürecinde istihdam açığını kapatacak genç yetenekleri ortaya çıkarmayı öngörmekteydi. 9 yıl içine bu uğurda dinamizmini ve heyecanını yitirmeyerek moda tasarımı ve moda işletmeciliği alanlarında 6 kuşak mezun verdi ve, eğitimdeki farklılığını kavramsal ve disiplinlerarası projelere verdiği önemle ortaya koydu. Bu yıl 20 yeni tasarımcı ve 17 moda işletmecisi hedeflenen yolda ilerlemeye hazır.

2006 yılından itibaren tekstil ve moda dünyasını çemberine alan ekonomik krize karşın bugün mezunlarımızın büyük çoğunluğunun Türkiye'de bu alanda profesyonel iş gücünü desteklediklerini ve bir bölümünün de yurtdışında prestijli üniversitelerde akademik kariyerlerine devam ettiğini bilmek hedefimize ulaşmakta olduğumuzun bir göstergesi. Geçen yılın mezunlarından Merve Eron ve Gizem Alanköy'ün kendi markalarıyla daha şimdiden önemli platformlarda yer almaları ve moda devi Dolce & Gabbana ile bir projeye imza atmaları gelecek kuşak mezunlarımızı yüreklendirecek bir başarı.

Moda Tasarımı Bölümü her geçen gün moda ve tasarım dünyasının önderlerinin ilgi odağı olmayı sürdürüyor. Moda dünyasının profesyonellerini ağırladığımız seminerler ve çalıştaylar bu ilginin ispatı. Bu yıl öğrencilerle deneyimlerini paylaşan Bora Aksu, Esin Yılmaz, Başak Gürsoy, Yasemin Özeri, Deniz Mercan, Simay Bülbül, bu profesyonellerden bazıları. Özellikle dünyaca ünlü tasarımcımız Bora Aksu'nun Moda Tasarım öğrencileriyle yürüttüğü iki haftalık çalıştay ve sonuç ürünleri için kendisine teşekkürü borç bilirim.

Sektörün gereksinimleri açısından beyin gücü oluşturma hedefi, bölgedeki sektörel gelişimleri ve uzmanlaşma alanlarını yakından takip etmeyi gerektiriyor. Bu bağlamda, son üç yıldır düzenli olarak yenilikçi tasarımlarla katkıda bulunduğumuz IF WEDDING fuarı ve özellikle EGSD ile yapılan sıkı işbirliği İzmir'den dünyaya açılmayı hedefleyen gelinlik sektörünün ihtiyacı olan istihdam gücünü oluşturma yönünde attığımız adımların önemli bir ayağını oluşturuyor.

Bu yıl Semra Sevinç'in yürütücülüğünde geliştirilen moda işletmeciliği öğrencilerinin marka projeleri ve tasarımcı Berrin Gönen'in yürütücülüğünde gerçekleşen Doğu'm konsepti ışığında geliştirilen moda tasarım koleksiyonları, sene sonu sergimiz ve defilemizin ürünlerini oluşturuyor. Günümüzdeki vahşi tüketim olgusuna ve kapitalist hızlı moda sistemine karşı bir duruş sergilemek amacıyla projeler, kültürel mirasımıza ait referanslarla, el sanatları ve zanaatlarla etkileşim içinde geliştirildi. Doğu'm kavramıyla yüzümüzü güneşin doğduğu yere çevirip, doğudan bir "yeni" doğurmayı hedefliyoruz. Doğu'm bu anlamda hem tasarımcının doğuya bakışını, hem de orijinal anlamı ile doğumu simgeliyor. Böylece tasarım dünyasına genç, kreatif bir enerji yayacak olan "yeni doğmuş" koleksiyonlarımızın yanı sıra, genç tasarımcılarımız ve işletmecilerimiz de bu sektörün "yeniden doğuşunda" umut vaad ediyorlar.

Onlar, 4 yıllık yorucu ama keyifli yolculuklarını başarıyla tamamlayarak, çok daha zorlu ama daha anlamlı bir yolculuğa adım atıyorlar. Bu yolda genç mezun öğrencilerimize başarılar ve bol şanslar diliyor, onların yetişmesinde ve kişisel sunumlarında emeği geçen tüm akademisyenlere ve profesyonellere içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Şölen Kipöz
Bölüm Başkanı, Head

DESIGN

MODA İŞLETMECİLİĞİ FASHION BUSINESS

MODA TASARIMI FASHION DESIGN

EASTERN BIRTH...

At it's inception in 2001, the vision of the Fashion Design Department was to train young talents who would create international brands, and thus compensate for the lack of professionalism available to turn Turkey into a design country. Within 9 years the department, without losing its enthusiasm and dynamism through 6 generations of graduates in fashion design and fashion business, has made its mark in education by giving priority to conceptual and interdisciplinary projects. This year, 20 new fashion designers and 17 fashion managers are ready to proceed in this direction.

The evidence that we are on the way to accomplishing our goal is that most of the graduates are contributing to the professional workforce despite the economic crises surrounding the textile and fashion industries in Turkey since 2006. Another important portion of graduates are continuing their academic careers in prominent universities abroad. Particularly, last year graduates Merve Eron & Gizem Alanköy's positioning of their brand in important platforms, and their collaboration with fashion giant Dolce & Gabbana, is a success story to encourage the next generation of graduates.

The Fashion Design Department continues to attract leaders of fashion and design every day. The proof of this is the seminars and workshops at which we host professionals of the fashion world. This year Bora Aksu, Esin Yılmaz, Yasemin Özeri, Başak Gürsoy, Deniz Mercan, and Simay Bülbül were only a few of those who shared their experiences with the students. Particularly I would like to thank the internationally known Turkish designer, Bora Aksu, for his 2-week fashion design workshop.

The aim of producing brain power to meet the sector's necessities/demands, requires following sectoral developments and clusters/specialization areas closely. In this context, our contribution over the last 3 years to IF WEDDING Fair through innovative designs, and particularly our close coordination with Agean Clothing Manufacturer's Association, constitute important steps that we take towards generating the professional workforce required by the wedding industry which aims to expand from İzmir to throughout the globe.

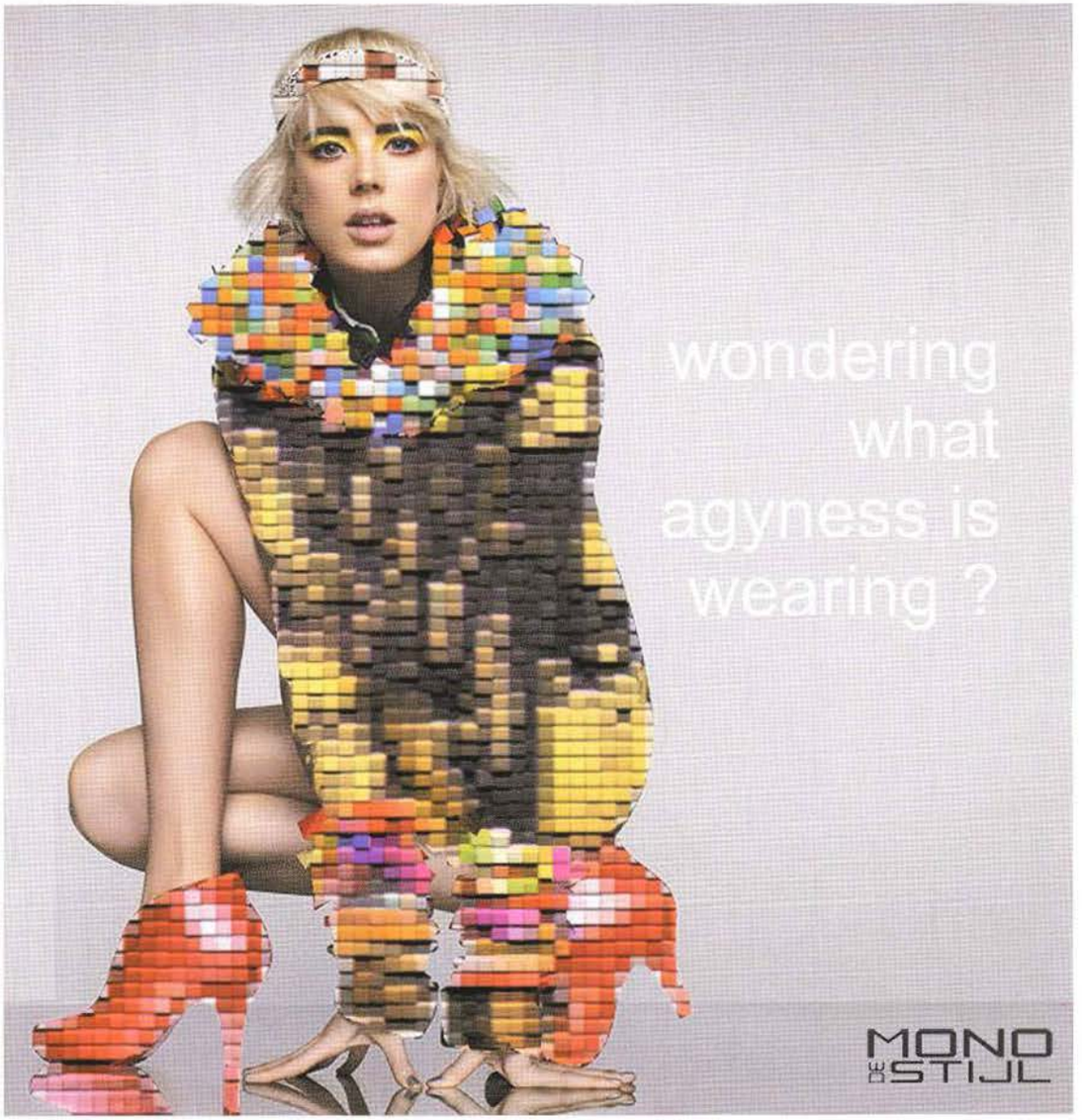
This year, the brand projects developed by fashion business students under the supervision of Semra Sevinç, and fashion design collections developed with the inspiration of the concept entitled Eastern Birth under the supervision of Berrin Gönen, constitute the products that we present in our graduation exhibition and the fashion show. The projects are developed by combining references from our cultural heritage with the interaction of hand made arts and crafts, with the aim of adopting a position/attitude against the wild consumerism and capitalist fast fashion system. With the concept of " Eastern Birth" we intend to turn our face to where the sun rises, and give birth to a new life from the East. In this sense, Eastern Birth symbolizes both the designer's view on the East, and the birth with its authentic meaning/sense. Thereby, in addition to the "new born" collections which will spread a young and creative energy to the design world, our young designers and managers encourage a "re-birth" of this sector.

By completing, with success, their 4 years of a tiresome but pleasant journey, they step towards a much more challenging and more meaningful experience. In this way, I wish all success and luck to our young graduates and in particular, I would like to sincerely thank all the academics and professionals who have contributed enormously in guiding and educating them.

ASLI DESTAN ÖZMEN
aslidestanozmen@gmail.com

Mono de stijl "tek" ve "de stijl" kavramlarından türetilmiştir. Markanın esin kaynağı modernleşme ve kübizmden etkilenerek Hollanda'da ortaya çıkan De stijl akımı olmuştur. Markanın önceliği konsepte sadık kalarak trendlerin öngörülerini uygulamaktır. Hedef kitlesi BA segmentinin; sofistike, ayrıcalıklı, kübik ve geometrik şekillerle barışık konsept ürünlere önem veren 18-35 yaş arası renkli kadınlardan oluşmaktadır. Misyon olarak kalite ve marjinalliğini benimseyen marka ana renklerden oluşan koleksiyonuyla "Temel çizgi" ve geniş renk yelpazesinden oluşan koleksiyonu ile "Renkli çizgi" temalarını önermektedir. Butik tarzı bir üretim anlayışını benimseyen marka, modaya stilleriyle farklı bakışları olan çağdaş kadınları konseptinden haberdar etmek amacındadır. Markanın verdiği söz "Şekillendir kendini!" sloganıyla kendini gösterir.

The brand's name Mono De Stijl is composed from "Mono" meaning "One" and "De Stijl" meaning the style. The inspiration comes from the De Stijl movement which appeared in Holland under the influence of Cubism and Modernism. The brand's priority is product development in tune with fashion trends without diluting the concept. The target consumer profile is based on a BA segment which is sophisticated, concessive, colourful; women between the ages of 18 and 35 who are interested in concept products and are open to cubic and geometric shapes. The mission of the brand is to expose quality and give products a marginal look with the aid of both "primary lines" made with primary color and "colored lines" from a rich variety of colors. By adopting boutique production in numbers, the brand aims to make people aware of its concept stream for contemporary women who have a different attitude in fashion with their unique style. Mono De Stijl's brand promise is "SHAPE YOURSELF."



MONO DE STIJL

MONO DE STIJL

MONO DE STIJL

MONO DE STIJL

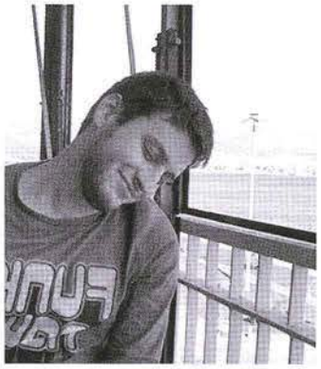
CONCEP-T

"New Concep-t" sade ve zarif bir tişört markasıdır. Misyonu tişörte yeni bir anlayış getirmek olan New Concep-t farklı tip kumaşları, yenilikçi üretim metotları ve tasarımlarıyla her zaman, her yerde ve her sezonda giyilebilecek tişörtleri tüketiciyle buluşturur. Üstelik marka, kendi sunduğu aksesuar, şablon ve model seçenekleriyle müşterilerine kendi tişörtlerini yaratma şansı vermektedir. New Concep-t çevre ve sağlık yanlısı bir tutum izleyerek ambalajlarını geri dönüşlü malzemelerden, tişörtlerini ise organik kumaştan üretmektedir. Hedef kitlesinde, 18-40 yaş arası modayı takip eden, kaliteye ve kaliteli yaşama önem veren, abartıdan uzak duran, konforuna düşkün olan bay ve bayanları barındırır. Marka sözünü " Bir tişörtden çok daha fazlası." olarak belirten New Concep-t ürün grubunu baskılı, tasarım, basic ve organik olarak dörde ayırmakta ve ürünlerini konsept mağazalarında ve kendi internet sitesinde satışa sunmaktadır.

"New CONCEP-T" is a simple and elegant t-shirt brand. With the mission of bringing a new understanding to the t-shirt, New-Concep-T T-shirts can be found every time, every where and every season with quality and different kinds of fabrics, innovative production methods and designs. Customers can also create their own t-shirt with templates, accessories and models proposed by the brand. "New CONCEP-T" keeps a respectful attitude to the environment and health using organic fabrics for the T-shirts themselves and recyclable materials for packaging and tags. Its target group are high and middle class men and women between 18 and 40 who follow fashion and appreciate comfort, simplicity and quality. The company's promise is "More than just a t-shirt." The product range consists of basic, organic, printed and designed t-shirts. Its products are sold in concept stores and the brand's website.

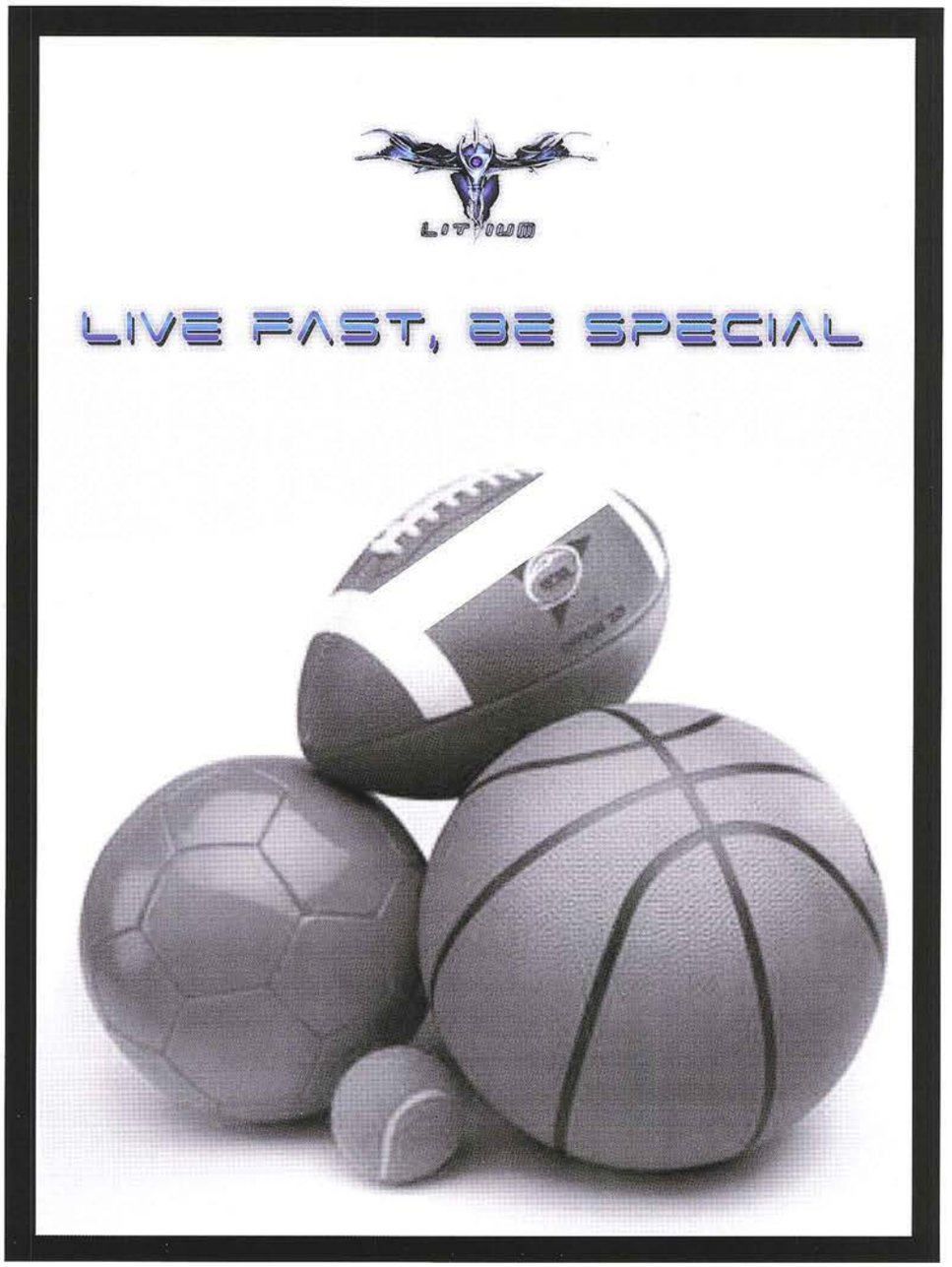
BENSU ERGÜVEN
bensuerguven@yahoo.com

BERKİZ YETİŞEN
jr_boss84@hotmail.com



Lithium yüksek kaliteli ve özel tasarım ürünler satan bir spor markasıdır. Müşterilerine sınırlı sayıda üretilmiş ürünler sunan marka, üretimi fason olarak yaptırır. Lithium'da kullanılan tüm renkler sadece logosunda görülen renklerdir. Bu renkler, siyah, beyaz, gri ve mavi tonlarıdır. Markanın logosu sürekliliği ve sporla gelen uzun yaşamı sembolize eder. Lithium'un misyonu Türkiye'deki en iyi hizmetleri veren, en kaliteli ve lider spor giyim markası olmaktır. Vizyonu, spor giyimde dünyada akla gelen ilk marka olmaktır. Hedef kitlesi 15-25 yaş arası, yüksek gelir düzeyine sahip kız ve erkeklerdir. Marka sözü: "Hızlı yaşa, özel ol!"olarak ifade edilir.

Lithium is a sportswear brand which sells high quality and specially designed products. It offers a limited edition collection to its customers and works with contractors in terms of production. Lithium only uses the colors that are in its logo. These colors are black, white, grey and blue tones. The logo represents a continuous and a long life. Lithium's mission is to be the leading sportswear brand in Turkey that offers the best services with the best quality. Its vision is to be considered the first brand in sportswear in the world. Lithium's target group is 15-25 year old boys and girls with money to spend. Lithium's brand promise is: Live fast, be special!



9 months, trendleri yakından takip eden, rahatlık ve şıklıklarını hamilelik süresince korumak isteyen hamile kadınlar için yaratılmış bir markadır. Kaliteyi kendine prensip edinmiş bir marka olan 9 months, hamile bayanların ve bebeklerinin sağlıklarını çok önemsemektedir. Bu yüzden ürünler yüksek kalitede doğal ve organik kumaşlardan üretilmektedir. Sezon trendlerini takip eden ve hedef kitlesine zengin tasarım alternatifleri sunan marka 9 ay boyunca hamile bayanlara hem fonksiyonel hemde şık ürünler sunmayı hedefler. 9 months hamile bayanların bu hayatlarının en önemli döneminde onların yanında olmayı amaçlar. Markanın sözü "hamilelik boyunca kadınsılığı korumak"tır.

9 months is a maternity brand which is developed for pregnant women who follow the trends and want to be comfortable and good looking during their pregnancy. As a brand which adopts quality as a principle 9 months cares about pregnant women and their babies' health. That is why the products include only high quality, natural and organic ingredients with respect to pregnant women and their baby. Following the seasonal trends and proposing a rich variety of design to its target market, the brand aims to provide both functional and chic products for pregnant women. 9 months wants to be part of a pregnant woman's life and aims to be helpful during the most important period of their lives. 9 months' brand promise is "Maintaining femininity along with maternity."

DENİZ GERİŞ
deniz.geris@hotmail.com

DİLEK PULAT
dilekpulat1@hotmail.com

"Nostalchic" markası eski modayı yenileştirmek olarak yorumlanabilecek vintage pazarında alternatif bir çizgi oluşturmayı amaçlar. Bu markanın konseptinde, günümüz modasını 60'lar ve 70'ler modası etkilemektedir. Markanın amacı, günümüz moda çizgisinde anneannelerimizin giysilerini modaya uygun ve popüler bir hale getirebilmektir. Markanın hedef kitlesi modern, şık, kendine güvenen, rahat ve cesur 18 ve 30 yaş arası orta sınıf kadınlardır. Dünya trendlerini yüksek kaliteyle takip eden bir marka olarak günlük giyime şıklık kazandıran ve hem gece hem de gündüz giyilebilen koleksiyonları sunmaktadır. Markanın misyonu kadınların kendine güvenmesi ve stil sahibi olmasıdır. Nostalchic bu kadınların nostaljiyi modaya uygun bir şekilde yaşamalarına yardımcı olur. Markanın vizyonu 5 yıl içinde tanınmış bir vintage marka haline gelebilmek ve butik konseptini dünyaya taşıyarak, dünya moda pazarlarında mağazalarını açabilmesidir. Markanın sözü ise "eski modayı yeni bir biçimde etkilemek"tir.

Nostalchic aims to create an alternative line in the vintage market where old-fashioned items are renewed. The concept of this brand is to reflect 60's and 70's era in today's fashion. The aim is to make our grandmothers' clothes fashionable again in the guise of a modern fashion line. The target market are middle class women between 18 and 30 years old who are are modern, chic and self confident. As a brand which follows the trends and delivers high quality, the clothes are both chic and casual while at the same time wearable both in working life and at night. The mission of the brand is to make women self confident and to form their personal style. Nostalchic will help them to experience nostalgia in a fashionable way. Nostalchic's vision is to be a well known vintage brand in 5 years and, using the boutique concept, to have shops in fashion centers all over the world. The brand promise is "reflect old fashion in a modern way."

Nostalchic

K I S S H I M !

Happy End modern ve trendy bir gelinlik markasıdır. Markanın koleksiyonları, yaratıcı ve orijinal tasarımları ve sunum biçimiyle ayırt edilmektedir. Böylece, Happy End modern ve kişisel hayat tarzı konseptini hedef kitlesine sunmaktadır. Markanın hedef kitlesi 20-35 yaşlarında kendine güvenen, eğlenceli, stil sahibi ve modern gelin adayları olarak belirlenmiştir. Ürünler yüksek kalite standartlarına karşın, karşılanabilir fiyat aralığındadır. Happy End müşteri memnuniyetini önemser ve bir gelinliğin güzel bir elbiseden daha fazlası olduğunun bilinciyle hareket eder. Yaratıcı ekip kişiselliğe saygı duyar çünkü her gelin farklıdır ve değerlidir. Marka sözü "Devrimci Gelinler Yaratmak"tır.

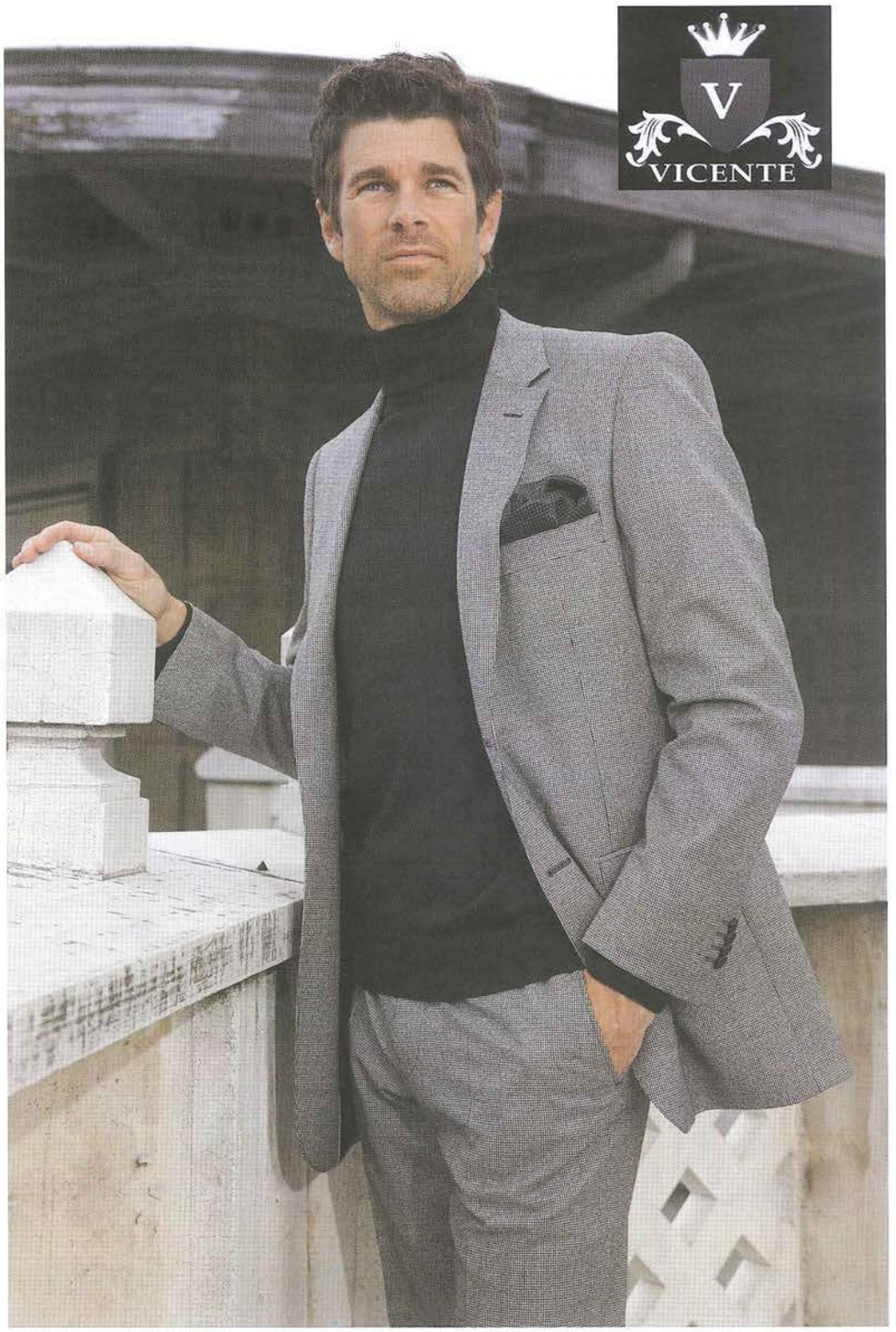
Happy End is a modern and fashionable bridal brand. The collections are distinguished by creative and original designs and through their special presentation. In this way, Happy End conveys its modern and individual lifestyle concept to customers. The target market of the brand is self confident, entertaining, stylish, modern and lively women between 20-35 years of age. In spite of the great quality of the products, they are also affordable. Happy End cares about customer satisfaction and knows that a wedding dress is more than just a beautiful dress. The creative team also takes individuality into account, because every bride is different and valuable. The brand promise is "To Create Revolutionary Brides."

GİZEM KARACA
karaca.gizem@hotmail.com

MERVE KURT
mrvekrt@hotmail.com

Jolly markası, büyük beden bayanların kendilerini muhteşem hissetmeleri için modern ve şık kıyafetler yaratır. Markanın hedefi büyük beden bayanlar için güvenilir olmak ve modanın sadece zayıf bayanlar için olmadığını göstermektir. Markanın hedefleri arasında pazarında bir numara olmak ve büyük beden giyim için sürekli yenilikçi olmak da vardır. Markanın koleksiyonun en çarpıcı özelliği oldukça renkli, modern ve yılın trendlerini yansıtmasıdır. Jolly müşterilerine her zaman şu sözü vermektedir " sizin mankenlerden hiçbir farkınız yok..." Marka koleksiyonunu iki ayrı grup için hazırlamaktadır; Jolly ve Jolly genç grup. Koleksiyon içerisinde kullanım alanlarına ve yılın trendlerine göre farklı konseptler oluşturulmaktadır.

Jolly is a brand which creates fashionable clothes for large size women and makes them feel wonderful. The aim of the brand is to be a reliable brand for big size women and to show that "fashion is not for only slim women." The brand also wants to be first in the market and to be continously innovative in the big size clothing market. The characteristics of Jolly's collections are trendy, fashionable and colorful clothes which give self-confidence to women. Jolly has a promise to big size women, "You are not different from fashion models." The company creates different collections named Jolly and Young Jolly and also creates different concepts in these collections. Along with new fashion trends and usage areas, various concepts in the collections are explored.



VICENTE bir erkek giyim markasıdır, amacı genç ve orta yaşlı kendine güvenen işadamlarına profesyonel yaşamlarında kullanabilecekleri kaliteli ürünler sunmaktır. Hedef müşteri profili profesyonellerdir. VICENTE'ın marka sözü: "başarı için giyin"olarak ifade edilir. Siyah ve beyaz renkler logo tasarımında kullanılır; siyah ciddiyeti, beyaz ise umudu ve geleceği sembolize eder. VICENTE geçmişdeki krallardan esinlenmiştir. VICENTE'nin vizyonu: üstün kalitedeki ürünleri yenilikçi tasarımları, organik kumaşları ve müşterilerine sağladığı güven ile dünya çapında tanınan bir erkek giyim markası olmaktır. VICENTE erkek moda sektörüne öncülük eden bir marka haline gelmeyi kendine misyon edinmiştir.

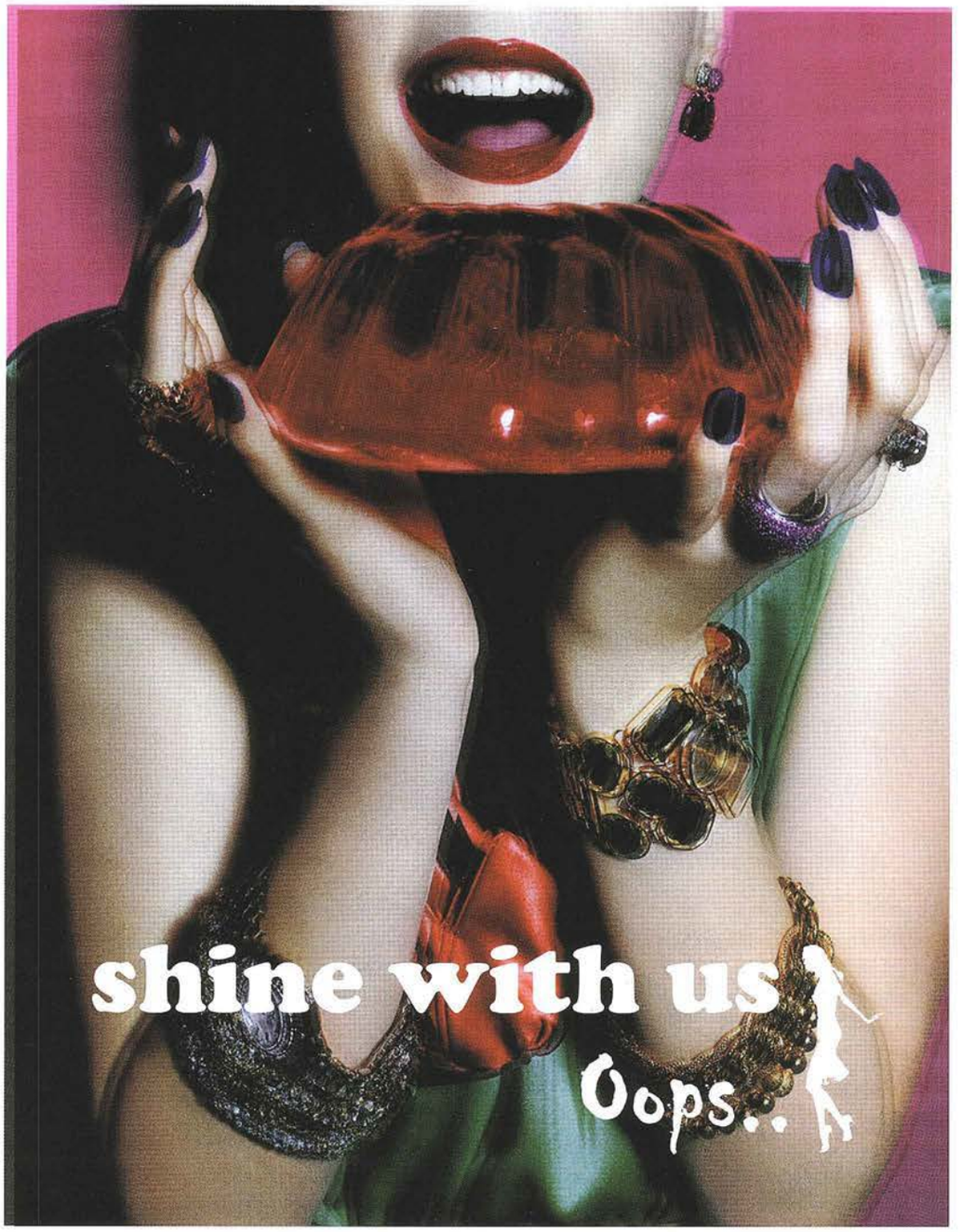
Vicente is a men's wear brand which aims to present top quality clothing to young and middle-aged self-sufficient businessmen. The clothing can be used during work and leisure time. The target customer profile is professionals. VICENTE's brand promise is, "Dress for Success." The colors black and white are in the design of the logo. Black gives customers a sense of seriousness, white symbolizes hope and the future. VICENTE was inspired by the magnificent kingdoms of the past. The vision of VICENTE is to establish a worldwide brand that offers top quality products, organic fabric, innovative designs, perfect service and confidence. The mission of VICENTE is to become one of the major brands leading the men's fashion sector.

MUSTAFA SİNAN

MÜZEYYEN PALA
mzynpla@hotmail.com

Oops 18-25 yaş arası bayanlara hitap eden çekici ve uygun fiyatlarda trend ürünler üreten bir markadır. Hedef kitlesi orta gelir düzeyine sahip olan bayanlardan oluşan Oops, kullanıcıya aynı anda bir çok kimliği birden yaşatabilir; neo-romantik, seksi, farklı, özgür, çocuksu. Gardırop yönetimini kullanışlı seçeneklerle sağlayan Oops markası kadınların kendilerini göz kamaştırıcı hissetmelerini amaçlar. Oops 5 yıl içinde büyük şehirlerde satış noktaları aracılığı ile yayılıp, dünyaca ünlü bir marka olmayı hedeflemektedir. Marka sözü "Parla Bizimle." sloganı ile ifade edilir.

Oops is a brand which brings attractiveness and trendy clothing with affordable prices for women between 18 and 25 years of age. It targets middle class women. Oops can provide more than one identity to its consumers; neo-romantic, sexy, different, free and childish. Providing wardrobe management through a functional variety of products, Oops aims for women to feel themselves glamorous. Oops' vision is to be a universal brand in 5 years through selling points in the big cities. The brand promise is expressed with the slogan "shine with us."



silverline

Silverline bir denim takım elbisesi markasıdır. Makineler hayatımıza girseler bile, terzilik kalitesini hiç kaybetmedi. Bu kalite anlayışı Silverline'ın temel çıkış noktasını ve vurucu özelliğini oluşturdu. Markanın misyonu tabuları yıkan ve trend yaratan yenilikçi bir firma olmaktır. Silverline'ın hedef kitlesi 25-40 yaş arası çalışan ve iş yerinde takım elbise giymek durumunda olan, şık, rahat olmak isteyen ve trendlere uygun tasarımların arayışında olan ve klasik takım elbiseden sıkılan erkeklerdir. Silverline bu yeni stilini en etkili dağıtım kanallarıyla tüm dünyaya yaymayı ve bir dünya markası olmayı hedeflemektedir. Denim takım elbiseyle birlikte diğer denim ürünlerinin de bulunduğu zengin koleksiyonu ve etkileyici reklam kampanyasıyla Türkiye'de ve dünyada kalıcı olmak da hedefleri arasındadır. Marka sözü "Stilin bir basamak üstünde" olmaktır.

Silverline is a denim suit brand. Even though machines dominate our lives, tailor made clothing never loses its attraction because of its quality. This approach to quality was the keystone and starting point of Silverline. Its mission is to be an innovative and trendsetting brand which breaks all taboos. Silverline's target group is 25-40 year old men who have to wear a suit at work and are bored with the classical suit but still want to be chic, comfortable and in tune with trends. The target is to expand this new style to the world through the most effective distribution channels. In addition, the brand also wants to sustain a rich product range in Turkey and the world with denim suits and other denim products, using an effective advertising campaign. Silverline's brand promise is to be "one step above the style."

NAZLI YÜCETÜRK
nazli_yuceturk@hotmail.com

NURTAÇ DEMİRGÜREŞ
nurtacd@gmail.com

'Fascinate', 25-45 yaşları arasında çalışan veya aktif, sosyal yaşama dahil entelektüel ve zarif, kendine güvenen B segmentindeki şık kadınları hedef alan bir hazır giyim markasıdır. Vizyonu kadın giyim sektöründe bayanların kendi stillerini yaratan ve şık olmalarını hedefleyen bir marka olmaktır. Misyonu kokteyl ve gece elbiselerinde şık stildeki lüks detayların tasarımlarında öncü olmaktır. Ayrıca sadeliği kaliteyle, şıklıkla ve modaya uygun detaylarda arayan modern, kendine güvenen bayanların ilk tercihi olmaktadır. 'Fascinate' sınırlı sayıda üretimiyle müşterilerinin kendilerini özel hissetmelerini de sağlamaktadır. Markanın verdiği söz ise "göze çarpan sadeliği sağlamak"tır.

Fascinate is a ready-to-wear brand which has its target consumer in the B segment which can be defined as intellectual and elegant, self-confident stylish women between 25-45, working or actively involved in social life. Fascinate's vision is being a brand which renews women's fashion by creating a particular elegant style. Its mission is to be a pioneer of luxury details in cocktail and evening collections with elegant styles. In addition, it must be the first choice for the up to date and self-confident woman who also loves simplicity besides good quality, style and fashionable details. Fascinate also makes the customers feel special by producing items in limited numbers. The brand promise is "Remarkable Simplicity."

BELLA

BELLA kadın ayakkabı, çanta ve aksesuar markasıdır. BELLA'nın misyonu müşterilerine kendilerini iyi hissettirmektir. BELLA'nın vizyonu bütün dünyadaki kadınlar için vazgeçilmez bir marka haline gelmektir. BELLA'nın hedef kitlesi 18 ve 30 yaş arası, ortalama gelir düzeyine sahip kadınlardır. BELLA kadını genç, dinamik, şık, kendine güvenen, stil sahibidir. BELLA'nın marka sözü: "Renkli bir hayatın tadını çıkarın!" sloganıyla ifade bulur. BELLA'nın logosu renk skalasıdır, çünkü tüm BELLA ürünleri canlı renklerden oluşmaktadır. Bu renkler BELLA kadınına enerji verir ve onları güzelleştirir.

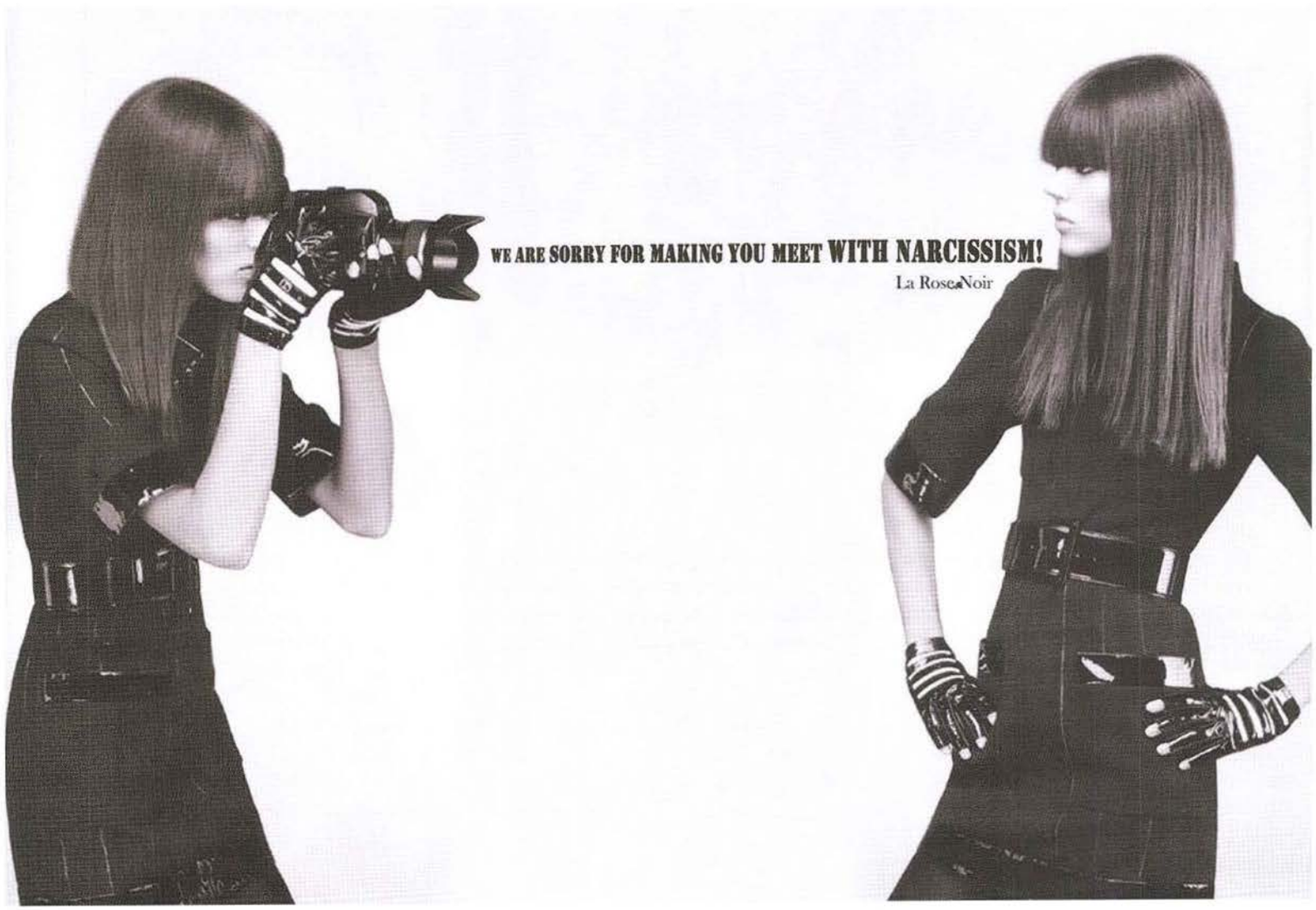
BELLA is a women's shoes, bags and accessories brand. BELLA's mission is to make its customers feel unique. BELLA's vision is to be an unavoidable brand for women all over the world. BELLA's target group is women that are between 18 and 30 years old with an average income. BELLA women are young, dynamic, chic, self-confident, stylish, elegant and colorful. BELLA's brand promise is expressed by the slogan "Enjoy a colorful life!" BELLA's logo is a color scale as all the BELLA products mainly consist of vivid colors. These colors energize and beautify BELLA women.

PINAR ÇAĞLAK
pinarcaglak@gmail.com

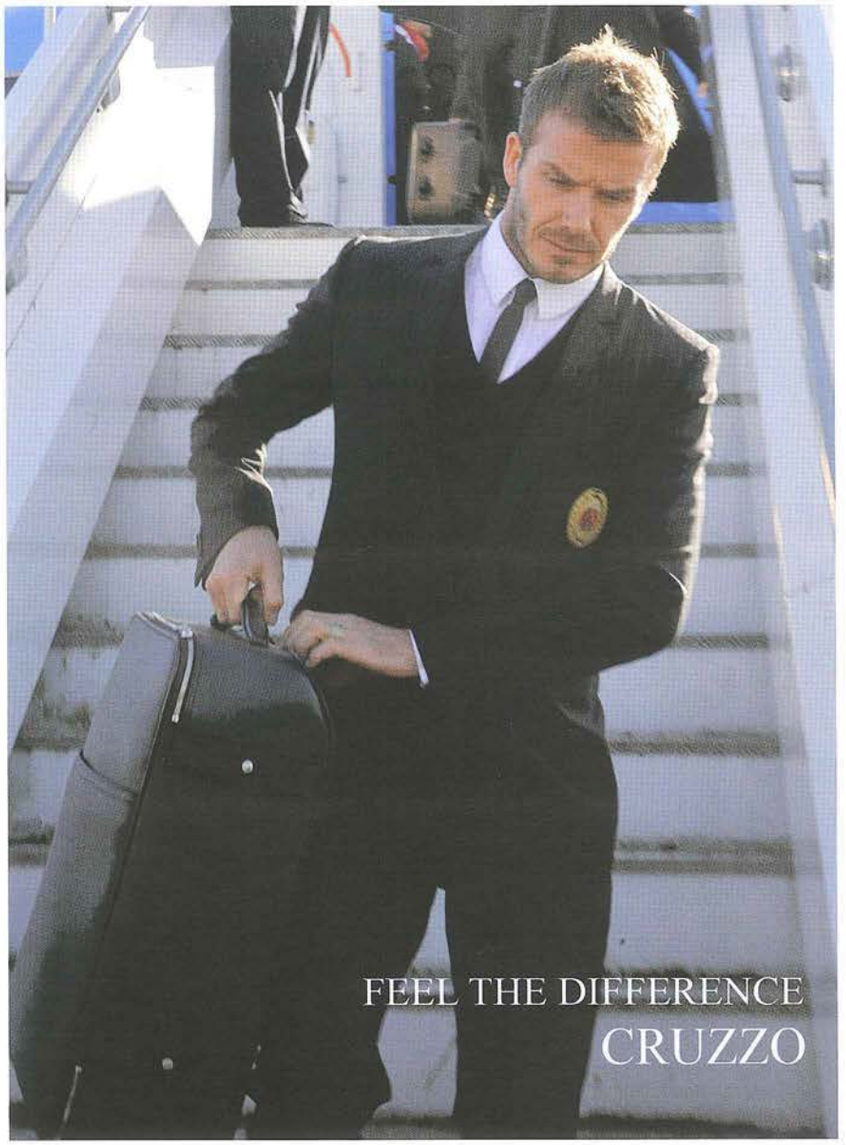
SERDEN GİRAY
serdengiray@gmail.com

La Rose Noir, günlük hayata couture ayrıntıları sokan, kalite odaklı bir ürün markasıdır. Türkiye'de üretim yapan marka uluslararası bir tasarım firması olarak kabul edilmektedir. Markanın misyonu, müşteri odaklı anlayışı ile "couture" konseptine yenilik ve değerler katarak dünya bazında yenilikçi bir yolda ilerleyebilmektir. Markanın hedef kitlesi 25 ila 45 yaş arası kadınlardır. Her sezonun tematik konseptlerine yönelik olarak hazırladığı koleksiyonları farklı tasarımcılarla çalışması, hazır giyim sektöründe farklı bir rekabet piyasası oluşturmasına sebep olmuştur. Bu rekabetten oldukça memnun olan La Rose Noir, iddialı tasarımlarıyla yerini muhafaza etmektedir. Kalitenin ufak ayrıntılarda gizlendiğini savunan marka, gerçekten de en ince ayrıntıları göz önünde bulundurarak farkını ortaya koymaktadır. Yaygın mağaza zincirleri ve mağaza içi ve dışı görsel uygulamaları ile standartların üzerinde bir hizmet kalitesi sunmaktadır.

La Rose Noir is a trademark which brings couture details into daily life focusing on high quality. Manufacturing in Turkey, the brand is accepted as an international design company. The trade mission of La Rose Noir is to undertake a universal innovative process adding modernity and values into the couture concept by a customer-focused attitude. This trademark's target consumers are women between the age of 25 and 45. It causes a different competitive market in the ready-to-wear sector by collaborating with different designers for individually themed seasonal concepts. Being pleased with having competition, La Rose Noir keeps its strength with its assertive designs. This trademark is differentiated from the others by supporting the idea that quality is in details and performance. By means of widespread chain stores and using visual materials in and out of the stores La Rose Noir provides a high service quality over standard values.



CRUZZO



Cruzzo bir erkek giyim markasıdır. Cruzzo'nun misyonu son teknolojiyi ve çağdaş bilgiyi kullanarak günümüzün yaşam standartları ve beklentilerine uygun yüksek kaliteli ürünler geliştirmektir. Aynı zamanda değişimi yakalayan şirket organizasyonu içinde bir takım ruhu ile müşteriye hizmet etmeyi amaçlar. Cruzzo'nun vizyonu sınırları zorlayan, kalıpların dışına çıkan, kendine güvenen ve kendini ifade edebilen, kendi stilini oluşturmuş insanlara hitap etmektir. Hedef kitlesi, hayattan zevk almayı bilen, hızlı ve tutkuyu yaşamak isteyen 18-35 yaş arası genç erkeklerdir.

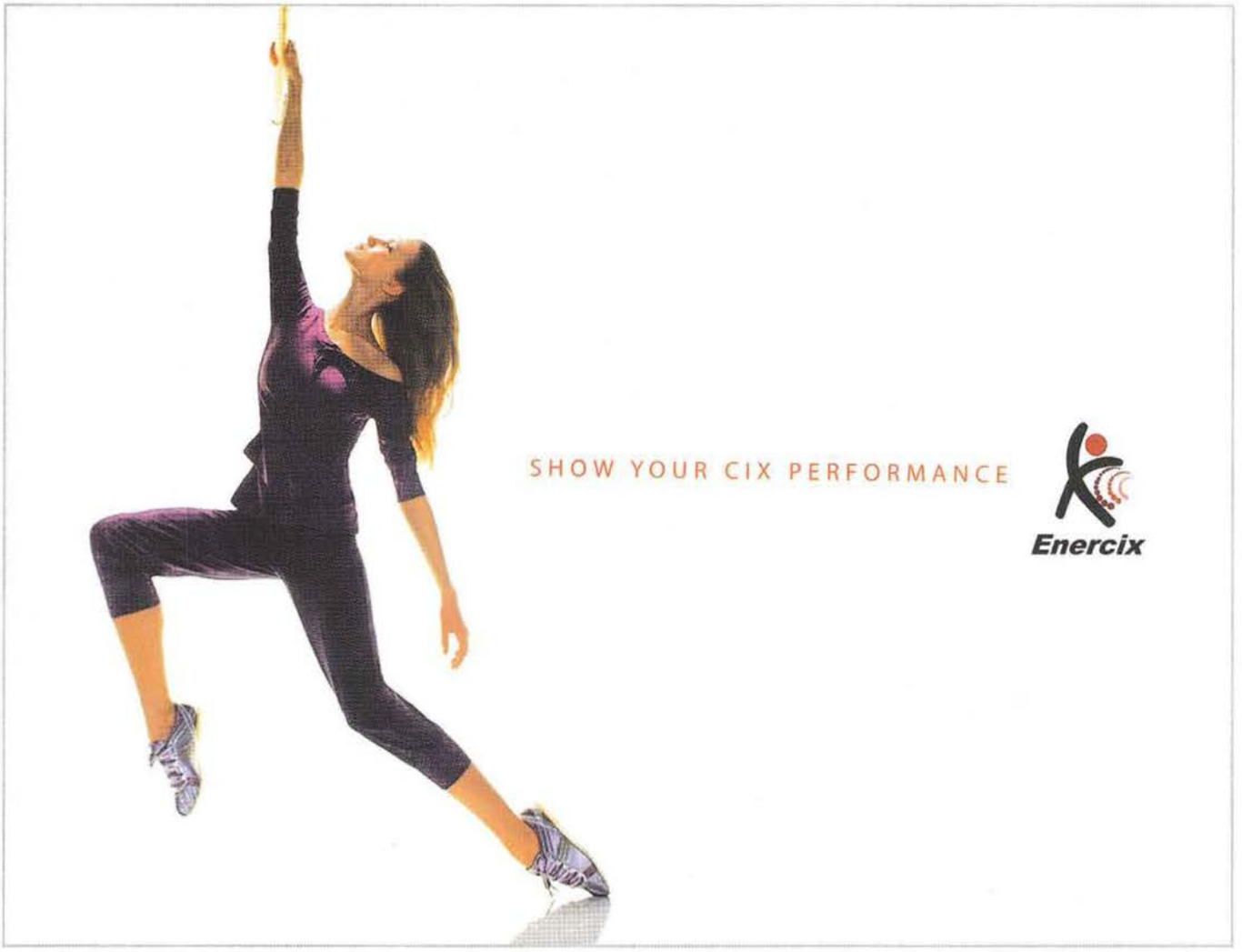
Cruzzo is a menswear brand. Its mission is to offer high quality goods fitting to today's life standards and expectations by using the latest technology and contemporary knowledge. At the same time it is aimed to serve customers with a team spirit within the corporate culture who wants to catch up with the changing environment. The vision of Cruzzo is to reach self-confident, expressive people who challenge conventional standards, exceed boundaries and develop their own unique style. Cruzzo' target consumer is the young gentleman between 18 and 35 years of age who knows how to enjoy life and has a fast and passionate lifestyle.

TOLGAHAN SÖZÜBEK
tszbk@hotmail.com

TUĞÇE TUNA
tucituna@gmail.com

Enercix spor giyim markası 15- 25 yaş arası hem spor, hem günlük hem de modaya uygun giyinmeyi seven bayanlara hitap etmektedir. Uygun fiyat aralıklarına sahip olan ürünleriyle markanın müşterileri modaya uygun, farklı, kullanışlı rahat stile sahip ve çok pahalı olmayan ürünleri kullanmayı tercih etmektedir. Enercix ürün grubu alt markalarıyla bayan spor giyimi, spor aksesuarları ve eşyalarını içerir. Kendilerine özgü isimlerle pazarlanan spor giyim ürünleri ile Enercix, kullanıcıların enerjisini ve güzelliklerini dışarıya yansıtmayı vaadeder.

Enercix sportwear company appeals to women between 15-25 years of age who like sportswear and casual and trendy products. Enercix customer like to dress fashionably, originally, in a functional and comfortable style for affordable prices. The Enercix product mix consists of sportswear, sports accessories and tools for women. When Enercix customers wear these products they feel the Enercix spirit. Through the products which have been promoted with special names, Enercix promises to reflect the user's energy and beauty.



MODA TASARIMI
FASHION DESIGN

Projenin ana konsepti, İran, Nishapur'da bulunan (1963) Ömar Hayyam'ın mezarının mimarisinden ve mezarın üzerinde yer alan çinilerden yola çıkılarak doğudaki geleneksel çini sanatının yorumlanmasıdır. Doğunun Einstein'ı olarak anılan ve her alanda dâhiyane eserlere imza atan Ömar Hayyam'ı ve doğuda çok sevilen çini sanatını birleştiren bu mimari eser, tasarımların kalıplarına ve desenlerine yansımıştır. Konseptin tamamı, yorumlanmış çini motifleri, Ömer Hayyam'ın mezarında yer alan baklava desenleri, yün ve tığ işleri, el boyamaları ile yorumlanmıştır.

The concept of the project is based on Omar Khayyam's mausoleum (Nishapur, Iran 1963). It focuses on the tiles that cover the monument and their connection with traditional tile art in the east. In terms of architecture, science and art of the east, Omar Khayyam's tomb and tile art have a strong connection. The concept contains lots of diamond shapes, hand made colorings, needle craft work and knits.

BAŞAK CANKEŞ
basakk_c@hotmail.com

Her harfin kendine özgü bir ritmi vardır. Özellikle, Farsça'nın kendi doğasından gelen ritmik olgusu, görsel ve düşünsel olarak bu koleksiyonun oluşumunu fazlasıyla etkiledi. Kıyafetlerin tasarımında dişi kimliğin bazı toplumsal dayandırmalar yüzünden oluşan karmaşık gerçekliğine gönderme yaparak kadın bedeni ile İran kaligrafisini bir araya getirildi. Sonuçta, sanatsal ve tasarımsal bağlamdaki amaç kaligrafiyi sözcüklerden biçimlere dönüştürmek oldu. Harflere form kazandırıldı; neredeyse bir kadın bedeni üzerinde süzülen ve dans eden bir hale getirildi. Geleneksel kaligrafinin pek çok kural tarafından sınırlandırılması, koleksiyonun oluşumunda tasarımcıyı tüm bu kuralları yıkmaya yönlendirdi. Böylece tasarımcı, harflere sadece kendi istediği, aslında onların da olmak istediği gibi şekil vererek kadını ve harfleri kendi ritimleri ile özgürleştirdi.

Each letter has a unique rhythm. In particular, the rhythm of the Persian language stemming from its own nature has strongly influenced this collection in intellectual and visual terms. In designing the garments, the complex reality of female identity resulting from social factors is addressed and the female body and Persian calligraphy are brought together Finally, the objective in terms of art and design was to turn calligraphy from words into forms. The letters are shaped in such a way that they sailed and danced on the female body. The restrictions of traditional calligraphy by many rules challenged the designer to break all rules. The shapes are given to the letters in the way they desired, and liberated the woman and the letters through their own rhythms.

BEGÜM KAPAN
begumkapan@hotmail.com

Ebru, Türk kültürünün önemli sanatlarından biridir. Eski ve bilinen bir sanat olmasına rağmen kullanım alanları sınırlıdır. Bu yüzden, projenin amacı insanlara ebrunun renkli ve genç yönünü göstermektir. Proje bu yanıyla ebruya yeni bir soluk getirecektir. Ayrıca, eski ve geleneksel olan Ebru sanatının, aynı zamanda modern ve genç bir ruhu olduğunu göstermeyi amaçlamaktadır.

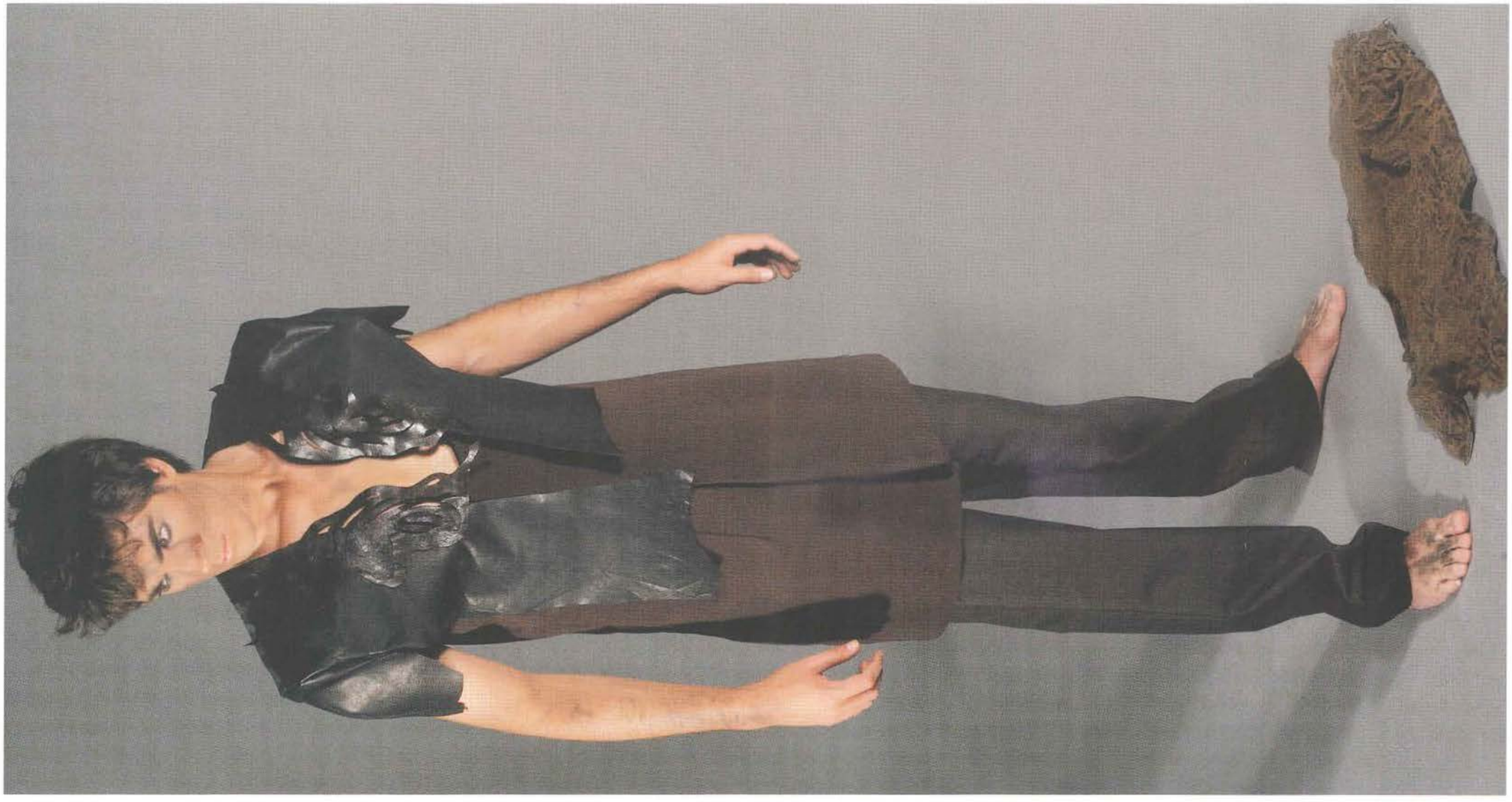
Marbling is one of the most important arts of Turkish culture. In spite of the fact that it is an old and a well-known art, its use is limited to a small range of artifacts. The aim of this project is to show the colorful and youthful side of Ebru. Ebru-egeneration will give new breath to Turkish Marbling and show that it can be traditional and modern at the same time.

BEGÜM ÜNSAL
unsal.begum@gmail.com

Tuhaf ve amatör arkeolog Augustus le Plongeon'a (1826-1908) göre insanın yeryüzündeki macerasına başladığı Aden Bahçesi Asya'da değildi, Pasifik Okyanusu'nda bulunan batık bir kıtanın üzerindeydi. Yaradılışın kutsal hikayesi- yedi gün yedi gece süren- Mu- Anakıta Mu adında batık bir kıtada gerçekleşiyordu. Bu projede, Le Plongeon tarafından varsayımsal olarak yeniden yaratılan Mu'nun sembolizminden, insanoğlunun yaradılışını anlatan tabletlerinden esinlenildi. Bu sembolizm ve tabletler ışığında, son 700 yıldır, Osmanlılar'ın dini ve felsefi metinlerini süslemek için kullandıkları, kâğıt ve deri oyması ile yapılan Kaat sanatı araştırıldı.

According to the eccentric amateur archaeologist Augustus le Plongeon (1826-1908), the Garden of Eden was not in Asia but on a now sunken continent in the Pacific Ocean. The Biblical story of creation—the epic of the seven days and the seven nights—came from a submerged continent, Mu, the Motherland of Mu. In this project it is inspired by Mu's symbolism as it was hypothetically reconstructed by Le Plongeon and his followers: reliefs and tablets which relate the creation of man. Their symbolism is reminiscent of the art of Kaat'i which is the art of stenciling intricate designs into leather or paper. For the last 700 years, Ottomans have used it to decorate the bindings of religious and philosophical texts.

BURCU YILDIZ
info@burcuyildiz.com



Bu proje, Tayvan'daki ahşap oyma sanatından ve bu bölgede zanaatkârların figürleri gerçeğe benzetme konusundaki ustalığından etkilenerek başladı. Uzakdoğu'da ahşap oymacılığı ile Türk kültüründeki sedef kakma sanatı arasındaki yakınlık da tasarımcıyı etkiledi. Tayvan'daki zanaatkârların organik çizgide doğaya yakın tasarımları ile Türk zanaatkârların geometrik, köşeli ve sivri formları arasındaki zıtlık koleksiyondaki kıyafet tasarımlarında farklı bir uyum yaratacak şekilde yorumlandı. Tasarımlardaki amaç, zanaatkârların eliyle ve ruhuyla şekillenen ağacın geçirdiği işlemleri, insan bedeninde benzer bir ruhla ortaya koymaktı. Kıyafetlerde kullanılan renkler ve kumaşların yüzeyleri ağacın gövdesine benzetildi, silueti tamamlayan dekoratif unsurlar aracılığı ile Tayvanlı ve Türk sanatçıların verdiği formlar detaylarda giyilebilir hale getirildi.

This project began with an inspiration of craft of woodcarving in Taiwan, the artificer's proficiency of verisimilitude in this area. Similarities between Woodcarving in Far East and nacre art of Turkish culture are affected the designer. In clothing designs the contrast between Taiwanese artificers' organic lines towards nature and Turkish artificer's geometric, nipping forms in order to create an unusual harmony. The purpose of the designs is to express the process that a tree goes through which is shaped by artificer's hands and spirit and apply on the human body with the same spirit. The surfaces of the fabrics and colors, which are used in dresses, are analogical to that of tree's trunk. On the other hand, forms that are created by Taiwanese and Turkish artisans, made wearable through decorative details of the garments.

DUYGU TÜRKER
duyguturker@hotmail.com

Tasarımcının hayatının temelinin atıldığı, ataları ve ailesinin büyüdüğü ve yaşadığı topraklar bu koleksiyonun çıkış noktasını oluşturdu. Eski hamamları, 'Zeugma Antik Kenti' gibi tarihi güzellikleri, Arnavut kaldırımlı taş sokakları, tek katlı bahçeli evleri ve en önemlisi çok güzel lezzetleri olan yemekleriyle Kilis, tasarımcının ilham kaynağı oldu. Projenin konusu olarak seçilen Kilis ve mozaik hem oralı eski kuşakları saygıyla anma, hem oraları tanımayan insanlara bu bölgenin güzelliklerini gösterme isteği ile seçildi. Çocukluktaki anıların mozaik parçaları gibi bir araya gelmesi ve bu anıların kültürel mozaikle birleşmesi koleksiyona yansıdı. Koloksiyonda temel olarak mozaik desenlerinin ve bölgenin geleneksel yemeği olan kuru dolmanın renklerinden esinlenilmiştir. Kumaşlarda doğal ve el dokuma ürünler ve Gaziantep'e özgü bir el işi olan 'delik işi' nakış kullanıldı. Geleneksel nakış işi yeniden yorumlanarak kıyafetlerdeki detaylarda ve aksesuarlara uygulandı. Büyük beden pazarına yönelik hazırlanan bu koleksiyonda, büyük beden kadınları klasik renklerden kurtarmak için renkler yeniden cesaretle yorumlandı.

The ancestors of the designer and the territory she came from were the starting point of this collection. Kilis has been an inspiration for the designer with its ancient baths, historic beauties such as; "Ancient Zeugma City," cobbled stone streets, houses with gardens and most importantly with its delicious cuisine. Kilis & mosaics which are selected as the main topics of the project, is decided with respect to older generations, with the desire to show the beauty of this region for the people who do not recognize there. Bringing the childhood memories like the part of a mosaic, and merging these memories into cultural mosaic is reflected to the collection. Color inspiration of the collection is taken from mosaic patterns and dried stuffed vegetables from traditional local cuisine. Natural fabrics and hand-woven products along with handicrafts in Gaziantep as specific 'hole job' embroidery are used.The traditional embroidered dresses are reinterpreted with some of the details and accessories. In the collection which is prepared for big size women's market the colors are retouched boldy to free big size women from classical tones.

F. FUNDA ÇINAR
ffundacinar@hotmail.com

Doğu'daki bir çok seremoniyi süsleyen "Kına" kültüründen yola çıkılarak hazırlanan projede; dinsel ve kültürel motiflerden oluşan bu vücut süsleme sanatını kişisel bir hale getirmek için anılar ve aile fotoğraflar baz alınmıştır. Kınanın dantel ile olan görsel benzerliği düşünülerek aile fotoğrafları, dantel ve dantel izlenimi veren işlemeler ile yorumlanmıştır. Tasarımlarda, renkler ve strüktürdeki kontrastlık, farklı anı ve fotoğrafların birbiriyle olan zıtlığının bir yansımasıdır.

Based on "Henna" which decorates most ceremonies in the east, the project uses the religious and cultural motifs of this decorative art and personalizes it with memories and family photos. Considering the visual similarities between henna and lace, family pictures were interpreted with lace and embroidery that gives an impression of lace. Colors and the contrast of structures in designs, reflect the contradictions of different memories and photos.

GÜLÇİN ÇENGEL
gulcincengel@gmail.com

Yüzyıllardır süregelen tütsü geleneği, doğunun gizemli dünyasında inanışlarla harmanlanıp kaderle büyüyen bir sihir ve bedenin ruhla birleşimidir. Dumanı ruha konuk olan bir yabancıdır. Sessizce ruhu bedenden ayırıp karanlıklar içinde kaybolur. Bu projedeki etki, o büyülü hislerin gizemi oldu. Bu koleksiyona hayat vermek sonsuzluğa uzanan sislerin içinde çıkış yolunu bulmak gibiydi. Tütsünün dumanı ebrunun büyülü formunda yakalandı. Her kıyafete uzandı ebrudan çıkan dumanlar. O gizemli sislere mekik oyaları yardım etti. Dolanıp,dumanların etrafını sarıp teker teker uzandılar.

Since ancient times, incense was used in the mysterious world of the east as a magic substance which had grown by destiny and a unity of body and soul. Its haze is a stranger who is a guest of the soul. It separates body from the spirit silenty and dissapears in darkness. The point of departure of this project was the mystery of these magical feelings. To give life to this collection was like a search through the haze which extends to infinity. The haze of the incense is reflected in the mysterious forms of marbling, which features in every outfit. The weaving shuttle adds to the mystery, moving around and around in a haze.

İPEK ÖZYOLDAŞ
ipekozyoldas@gmail.com

Pop müzik sanatçısı Sezen Aksu'nun Ünzile şarkısından etkilenerek hazırlanan bu koleksiyonda Türkiye'nin doğusundaki köylerde kızların küçük yaşta evlendirilip "hem çocuk hem de kadın" olmalarını, hayal kırıklıklarını, yitirdikleri umutlar konu alındı. Kıyafetlerdeki canlı renkler "Ünzile kadınları" nın hala hissettikleri çocukluk heyecanlarını temsil ediyor. Tasarımlardaki aksesuar ve ayrıntılar kız çocuklarının oynadıkları oyunları yansıtıyor.

In this collection, the inspiration is taken from Ünzile, a song of pop music artist Sezen Aksu. The song is about the the girls from the local villages in the Eastern part of Turkey, who are forced to marry at a very young age, and speaks about their disappointment and loss of hope. The bright colors that are used represent the childhood excitement of "Ünzile women" that they have already felt. Accessories and details in the designs reflect the games that these girls play.

IRMAK BAHÇECİ
irmakbahceci@hotmail.com

Bu koleksiyonda Dogu'M konsepti ışığında, tasarımcının kendi yazdığı bir masal anlatıldı. Üç savaşçı, bir büyücü ve bilgenin kaçırılan bir Moğol Prensesi'ni arayış serüvenlerini anlatan "Oxala ve Savaşçıları" adlı hikayede, savaşçıların karakteristik özellikleri, Moğolistan coğrafyası ve yarı fantastik temalar strüktür, kumaş seçimleri ve el yapımı aksesuarlarla yanısıtıldı.

Departing from the "Eastern Birth" subject given in this project, a story which was made up by the designer is told. The tale is about a Mongolian Princess who is kidnapped and the warriors that search for her. In the story entitled "Princess Oxala and the Warriors," the geographical features of Mongolia, half-fantastic themes and the characteristic features of the warriors are reflected on the structure of the garments, as well as on fabric samples and hand-made accessories.

İSTENÇ ÇINAR
istenccinar@gmail.com

Bu hikayede ihanet, ceza, esaret ve hayatta kalma mücadelesi var. Ama asıl önemlisi bu efsanenin sonunda bir arayış var, insanoğlu'nun ölümsüzlük arayışı. Efsanenin yaşadığı yer Mardin. Efsaneye göre, Şahmeran yanındaki insanı gün ışığına salarken kendisinin bu adam yüzünden öleceğini bilir. Ancak Su onları birleştirir ve ölümsüzleştirir. Su doğumla özdeştir, hayat verir. Hayat bile bir yerde sonlanırken su hep akar. İnsan önce doğuyor su gibi, Şahmeran'ın kuyusuna düşüyor ve doluyor. Kuyu yaşamı anlatıyor. Sonra kuyuyu terk edip ölüe gidiyor. İnsan ölümlü.Ya su?. Su dolanıp geliyor bir kez daha. Tıpkı hayat gibi; incecik, dolanan damarlarda telkarinin bereketi saklıdır. İnsan bazen el emeğiyle söylemiş sözü, bazen suya yazmış.

In this story there is betrayal, punishment, slavery and survival. But most importantly, there is a quest at the end of this legend, it is the search of immortality. Mardin is the place where the legend is situated. According to the legend, Shahmaran knows she will be killed by the man next to her, a former slave whom she gave freedom. However the water has brought them together and makes them immortal. Water is associated with birth, and gives life. Even though life comes to an end, water always keeps flowing. Man was first born like water, and then fell into Shahmeran's well and filled it. The well symbolizes life. Then he leaves the well to die. Man is mortal. What about the water? Water comes around again. Just like life; in the tiny, moving blood vessels an abundance of filigree is contained. Man has sometimes said words by using his hands, writing on water.

N. MELİKE AKGÜNEŞ
n.melikeakgunes@gmail.com

Bu projede Vietnam, Doğu'da yer alan ve Batı'yı zenginleştiren bir bölge olarak çıkış noktası seçildi. Kültürel zenginliği bakımından Vietnam'ın görsellerinden yola çıkarak, oradaki kumaş sanatı,hasır işçiliği ve renklilik uyumlu bir kompozisyonda yansıtıldı. Vietnam'da dil, din, sosyal yaşam ve kültür kendi içlerinde oldukça farklı olduğu kadar benzerlikleri de barındırmakta. Vietnam'ın ve Doğu'nun renk yelpazesi, formları ve çeşitliliğinden yola çıkarak koleksiyonun temel karakteri olarak renk seçildi. Renklerin kendi dili ve motifi olması kıyafetlerde dantel doku yorumuyla aktarıldı. Sonuç olarak, Doğu kokan ama yüzü Batı'ya ve teknolojiye dönük bir karakterde tasarlanan genç kız kıyafetleri, Vietnam'daki genç nüfusun kabına sığmayan kültürünün izleri ile zenginleştirildi.

In this project Vietnam has been chosen as a starting point, an Eastern region that enriches the West. In terms of cultural richness, inspired by images of Vietnam, textile art, wickerwork, colorfulness is reflected in an harmonical composition. Vietnam shows great variety in terms of religion, language, social life, and culture. The color range, shapes and diversity of Vietnam and the East were taken as the main inspiration for the collection. The fact that colors have their own language and meaning is intepreted with the use of lace as a textural element in the garments. In conclusion, the young girls' outfits have an Eastern atmosphere combined with Western influences and technology. They are enriched by traces of the culture of the rompy young generation of Vietnam.

NERMİN DAŞ
nermindas@gmail.com

Eski çağlardan bu yana Şamanlar yaşam mücadelesi ve bilgelik yolunda doğanın gücüne inanmışlar ve doğanın bir ruhu olduğunu kabullenerek, bitkilerden hayvanlardan aydan, yıldızlardan, güneşten, sudan, rüzgardan ve taştan yardım alarak kendi insanlarına yardım etmişlerdir. Şamanlar ruhlar dünyasına kutsal törenlerle yolculuk yapıyorlardı. Bu ruhlar salt insan ruhu değil, ağaçların, taşın, yaprağın suyun hayvanların kısaca doğanın ruhuydu. Ruhların dünyasına girerken davula benzer bir enstrüman kullanıyorlardı. Davul onlar için ruhlar dünyasına geçişte bir eşik görevi görüyordu; öyle ki, törenlerde bu davullar sayesinde şamanlar ruhtan ruha yolculuk edebiliyorlardı. Şamanların davulların üzerine çizdikleri çeşitli semboller, kendi iç dünyalarını yansıtıyordu. Koleksiyondaki çıkış noktası bu çizimler oldu. Bu koleksiyonu yaratma serüveni, Şaman davulları üzerindeki sembollerle başladı. Bu semboller Şamanların kendi giydikleri giysilerle birleştirilerek yeni bir çizgi oluşturuldu.

Since ancient times Shamans have believed in the power of nature for healing, survival and knowledge. By learning from the plants and animals, from the winds and waters and from the sun, moon and stars, from the stones. Their journey to the spirit of the world began with a sacred ceremony. Shamans used instruments like the drum. Through the drumming during the ceremonies, which were a doorway to the spirit of the world, they could travel among the spirits. The symbols that Shamans drew on the drums reflected their internal world. These drawings were the starting point for the collection. The creative journey in this collection began with these symbols on Shamans' drums. A new line has been created by incorporating these symbols into the shamans' authentic clothing.

OLGAY ERGİN
olgayergin83@gmail.com

Mezopotamya'da MÖ 1700'lere tarihlenen bir efsaneye göre bir gün Kuş Adam Anzu'nun gökyüzünde asılı duran Kader Tabletleri'ni çalmasıyla dünyada bir kargaşa başlar. Kaderleri Kuş Adam'a bağlanan insanlar korkuya kapılırlar. Korunabilmek için çareler aramaya başlarlar. Onların imdadına usta büyücüler yetişir.Tanrılar uzun uğraşlardan sonra Kuş Adam Anzu'dan Kader Tabletleri'ni geri alıp, gökyüzündeki yerlerine asarlar. Böylece insanlar yeniden kaderlerine kavuşurlar. Ama bir kez büyü dünyasıyla tanışınca, kötülüklerden korunmak, sağlıklı, mutlu ve güvenli yaşayabilmek için umutlarının gerçekleşmesi dileğiyle muskaların gizemli dünyasına sığınmayı sürdürürler.

According to a legend that goes back to the 17th Century BC in Mesopotamia, "Anzu the Bird-Man" stole the Tablets of Destiny. People were terrified and discovered how to make amulets and charms to request the help of supernatural creatures. Mankind had discovered magic and thereafter human beings continued to have recourse to the mysterious world of talismans and amulets in order to seek protection from evil and realize their hopes and aspirations of a happy, healthy and secure life.

SELEN DOĞRAYICI
dgr_selen@hotmail.com

İnsanlar her geçen gün biraz daha büyüyor ve olgunlaşıyor. Küçükken masallarla besledikleri çocukluklarını, hayatın hızlı akışıyla yok ediyorlar. Bir de hiçbir zaman büyümek istemeyenler var. Bu kişiler için mitolojiler masalların yerini almakta. Mitolojilerin en güzellerinden biri olan Dafne hikayesi ise bu projeye esin kaynağı oldu. Hikayede ağaca dönüşen bir kız anlatılıyor. Ağacın toprağın derinliklerinde karşılaştığı bakır, hikayeye yeni bir boyut katıyor. Bakır, her geçen gün daha da azalan ve giderek yok olan madenlerden biri. Sert görüntüsünün aksine aslında yumuşak bir maden. Tıpkı hikayedeki kız gibi; kızın bedeni ağaca dönüşüyor yani sert bir görüntü oluşmaya başlıyor ama hala o kadınsılığının getirdiği naifliği, yumuşaklığı kaybetmiyor. Bu projede nesilden nesile aktarılan bakır madeninin geleneği tekrar gündeme getirilip canlandırılmak istendi. Bu konsept, tasarım ve kıyafetlere farklı form, doku ve materyallerle yansıdı. Kulanılan drapelerle bedenin dönüşümü anlatılırken, kullanılan farklı materyallerle de bakırın izleri ve yapısı anlatıldı. Son olarak da, bedenin, ağacın ve bakırın tüm özellikleri karıştırıldı. Kullanılan renkler nesilden nesile aktarılan bakırdan yola çıkılarak oluşturuldu. Atalarımızdan günümüze gelen bakır zamanla oksitlenmeye ve yeşilleşmeye başladı. Son olarak, ağaca yaşam veren mavi eklendi.

Each day people grow and mature a little bit more. Their childhood that they used to feed with tales is getting lost in the fast flowing stream of life. Some people never want to grow up. For these people, mythology takes the place of fairy tales. In this project, the fascinating Ancient Greek myth of Daphne was taken as a point of departure. It tells about a girl whose body transforms into a tree, whose roots touch upon copper in the depths of the soil. By describing the encounter between the copper and the girl, some personal remarks were added to the story. Unlike its hard appearance, copper is actually a soft metal. Just like the girl in the story; her body turns into a tree but she still does not lose the naivety and softness that is brought by femininity. This concept was reflected in the design of the dresses by the use of various forms, textures and materials. While the transformation of the body is expressed via the draperies used, the structure and the texture of copper is reflected by using different materials. Finally all characteristics of the body, the tree and copper were mixed. The colours are formed by taking the copper that is used from generation to generation as a reference. Copper that lasted from our ancestors to the present time has oxidized and changed its colour to green. And lastly the blue that gives life to the tree was added.

YASEMİN BİRİCİK
yaseminbiricik@gmail.com

Bu koleksiyonda, Osmanlı camilerinin mimari formlarından, seramik motiflerinden esinlenerek, yeniden form ve renklendirme biçimiyle modern bir görüntü yaratıldı. Klasik erkek takım elbiselerinin sert imajı romantik renkler ve dar kesimlerle, daha romantik ve narin bir görüntüye kavuştu.

In this collection, the Ottoman mosques are transformed into modern forms. Their architectural shapes and ceramic motifs are recolored and reshaped to give a modern look. The hard look of the classic man's suit is modified into a more romantic one by using soft colors and fit cuts.

KAYHAN ERYILMAZ
kayhan1905_86@hotmail.com

EDİTÖRLER EDITORS Laurie Churchman, Christopher Wilson

YARATICI YÖNETMEN CREATIVE DIRECTOR Laurie Churchman

TASARIMCILAR DESIGNERS Derya Irkdaş, Seda Özen

BASKI TAKİP PRODUCTION Ömer Durmaz

ÇEVİRİ TRANSLATION Laurie Churchman, Nükhet Tuncay, Christopher Wilson

KATKIDA BULUNANLAR CONTRIBUTORS Tevfik Balcıoğlu, Gülsüm Baydar, Filiz Deniz, Alexander Van Eck, Hakan Ertep, Eda Evdüzen, Levent Gökçeer, Deniz Hasirici, F. Dilek Himam, Güven İncirlioğlu, Thomas Keogh, Şölen Kipöz, Alkın Korkmaz, Emsal Orhan, Can Özcan, Özge Deniz Özker, Zeynep Tuna Ultav, Markus Wilsing

MATBAA PRINTER Yeniyol Matbaası
1145/1 sokak No: 50/A Yenişehir İZMİR
KÂĞIT PAPER 350 gr kapak, 135 gr sayfalar, mat kuşe
YAZIYÜZÜ TYPEFACE Akzidenz Grotesk Pro

© İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ, EYLÜL 2010
© IZMIR UNIVERSITY OF ECONOMICS, SEPTEMBER 2010
www.ieu.edu.tr
Sakarya Cad. No: 156 Balçova 35330 İzmir Turkey
(0 232) 279 2525

BİTİRME PROJESİ YÜRÜTÜCÜLERİ GRADUATION PROJECT SUPERVISORS
Murat Arıkut, Mine Ovacık Dörtbaş, Alex Velasco, (ID-Endüstriyel Tasarım, Industrial Design); A. Can Özcan (ID-Tasarım Yönetimi, Design Management); Laurie Churchman (VCD-Grafik Tasarım, Graphic Design); Ali Karatay, Gökhan Mura (VCD-Multimedya Tasarımı, Multimedia Design); Markus Wilsing, Can Külahçıoğlu, Özge Başağaç (IAED-İçmimarlık ve Çevre Tasarımı, Interior Architecture and Environmental Design); Serdar Aşut, Gudjon Erlendsson, Selma Göker, Can Gündüz (ARCH-Mimarlık, Architecture); Berrin Gönen (Moda Tasarımı, Fashion Design); Semra Sevinç (Moda Yönetimi, Fashion Business).

MODA TASARIMI YARATICI EKİBİ FASHION DESIGN CHAPTER CREDITS
Melih Uçar (Moda Fotoğrafçısı, Fashion Photographer); Duygu Türker (Rotüş Photo Editing); Filiz Deniz, Özge Deniz Özker, Özge Dikkaya Göknur, Aslı Kocamanlar (Teknik Lojistik Asistanlar, Technical Logistic Assistants); Yalın Çetingöz, Dide Gökgün, Gökhan Koçaş, Pınar Pamuk, Fulya Sarıoğlu, Gizem Savaş, Burak Şengül, Gonca Serbest (Mankenler, Models); Bioderm (Makyaj ve Saç Make-up & Hairstyling).