

Süper Mavi

Süper Mavi — 2 Mavi ilkbahar/Yaz 2018 Kampanyasının Süper Modelleri — 4 Süper jean'ler giyen süper melekler — 8 Olympia — 14
Süper Kite Sörfçüleri — 18 Süper kahraman lazım mı? — 24 Çok yaşa kaplumbağa — 26 #ilovemavi — 30
Kıvanç ve Mavi — 32 Molly, hep 20 — 38 İnanılmazın Enkazından Çıkan Hazine — 40 Yeni Ustalar: IKEA hacker'ları — 46

www.mavi.com



maviology

İLKBAHAR-YAZ 2018

Süper Mavi



ANTİK YUNAN eğitiminin ideali, zihni ve beyni aynı şekilde işlemek, müzik ve beden eğitimi arasındaki uyumu yakalamaktı. Antik dönemlerde spor ve sportif etkinlik tasvirlerine Mısır'da da rastlanır. İÖ 2400 yıllarında Mısır'daki Beni Hasan'dan bazı mezarların duvar resimlerinde güreşen, ağırlık kaldıran, bedensel aktivitelerde bulunan insan figürleri resmedilmişti. Yunan kültüründe de insan vücudunun özel değeri vardı; bedenin en üst seviyede gelişimi için, azimli ve sistematik bir eğitim benimsenmişti. *Paidotribes* (çocukları eğiten kişi) ve *gymnasts* (sporcuları eğiten kişi) adı verilen eğitmenler Eflatun'un "Gerçek müzisyen ve sanatçı, müzikle beden terbiyesini en doğru oranda birleştirebilendir" sözlerinin karşılığını yerine getirirdi.

Modern anlamda sporun bilimle birlikte anılmaya başlanması çok gerilere gitmiyor. 1970'li yıllarda İngiltere'de gündeme gelen, öncelikli olarak fizyonomi ve psikoloji disiplinlerinin spor eğitimine bilimsel katkı yapma çabaları, 1980'li yıllarda bazı formüllerin ortaya çıkmasını sağladı. Amaç o güne kadar yapılan deney ve araştırmalardan farklı değildi ve sportif performansı artırmak öncelikli hedefti. 2012 Londra Olimpiyatları'nda ev sahibi ülkenin madalya dağılımında üçüncü sıraya yükselmesi ise kırk yıllık çabaların meyvesi olarak değerlendirildi. Amatör branşlara profesyonelce yaklaşmayı öngören politikaların başarı getirdiğine inancı pekiştiren İngiltere örneği, sıra dışı bireysel başarıların ötesindeki ulusal sürdürülebilir başarıların da ancak kamu politikaları, yapılanma, organizasyon ve işleyiş arasındaki tüm ilişkilerin bilimsel temellere dayanmasıyla mümkün olabileceğini gösteriyordu.¹

1990'lı yıllarla birlikte dünyanın spora bakışında radikal bir değişim gözlenmeye başlandı. Tarihi boyunca birilerinin uyguladığı, birilerinin ise izlediği bir etkinlik olarak görülen spor, artık giderek kentsel hayatın bir parçası oluyordu. Görülmemiş bir hızla büyüyen ve boyutlanan bir endüstri olmasının yanında, hem küreselleşmenin itici gücü haline geliyor, hem de tüm toplumların her kesimi tarafından erişilebilir bir hal alıyordu. Bir yandan ulusal ligler uluslararası pazarlara açılıyor, ESPN, NBA, Premier League gibi organizasyonlar markalaşiyor, bir Avrupa kentinin spor kulübü Asya başkentlerinde *merchandising* ürünleri satan butik açabiliyordu, diğer yandan spor pazarlaması diye bir kavram ortaya çıkıyor, sponsorluklar yeni mali kaynaklar yaratıyor, FIFA simülasyonundan futbol okullarına kadar genişleyen spora bağlı yeni sektörler şekilleniyordu.²

Kentsel yaşam kültürü kadar güncel hayat tarzının da bir parçası haline gelen sportif aktiviteler de giderek sağlıklı yaşamla eşdeğer bir anlam kazanmaya başlıyordu. Tatil durağanlıkla özdeşleşmişken, artık her otelin bir spor salonu, semtlerin bisiklet ve koşu parkurları, televizyon kanallarının aerobikle başlayan izleyicileri harekete geçirme kuşakları olacaktı. Araç gereci, aksesuarı, giysisi derken spor ürünleri için de apayrı bir inovasyon sürecinden bahsedilmeye başlandı. Dolayısıyla bilimsel bakış da artık sadece sporcunun gelişimiyle ilgilenmekle yetinemezdi. Konu dallanıp budaklanıyor, boyut kazanıyor, katmanlanıyordu.

Yönetişim, toplumbilim, iletişim, pazarlama, hukuk, tıp, ekonomi gibi birçok alan, bir çığ gibi büyüyen spor endüstrisine eklenmeye başladı. Yeni uzmanlık alanları, farklı deneyimler

ve teoriler ortaya çıktı. Hemen her bilimsel yaklaşımda olduğu gibi, bu konuda da temel ihtiyaç ölçümleme ve veri tabanıydı. Bu endüstrinin neresinde yer alıyor olursa olsun, başarılı olmak doğru algılama ve verimli ilişkiler kurulmasına bağlıydı. 20. yüzyılın sonlarında metodolojisini geliştirmiş olan araştırmalar artık spor odaklı dünyaya da hizmet sunabiliyordu.

Bugün o verilerin ışığında yaşıyor, besleniyor, gıda katkısı yapıyor, giyiniyoruz. Her branş ve aktiviteye özel olarak geliştirilen spor ürünleri apayrı bir endüstriyel alan haline gelmiş durumda. Onlar kendi inovasyon tarihlerini yazadursunlar, Mavi de bir yandan denim tarihine katkı yapıyor ve *basic* şıklık içindeyken de maksimum bedensel hareketlilik imkânı sağlayan koleksiyonlarını birbiri ardına sunuyor. Kendini kendi giyim tarzı içinde süperleştirmek için Süper Mavi.



1. *A History of Sports Coaching in Britain: Overcoming Amateurism*, Dave Day, Tegan Carpenter, Routledge, 2015.
2. *Toplum Spor Marka*, İzzeddin Çalışlar, Sporstnet, 2016.

#Supermavi

İlkbahar/Yaz 2018 Kampanyasının Süper Modelleri

Mavi'nin İlkbahar/Yaz 2018 global kampanyasının yüzü olan süper modeller **Romee Strijd** ve **Jordan Barrett** Super Mavi koleksiyonunu tanıttı ve Super Move, Super Soft ve Super Blue ile hareket konseptine odaklanan Mavi'nin inovatif ürünlerinin lansmanını yaptılar. Londra'da Lima doğumlu ikonik moda fotoğrafçısı **Mariano Vivanco** tarafından çekimleri yürütülen İlkbahar/Yaz 2018 kampanyası, Mavi'nin yaşam stili ve estetiğini Vivanco'nun özgün bakış açısıyla görüntüledi. Romee Strijd ve Jordan Barrett da son yıllarda en çok peşinden koşulan yetenekler olmalarının tesadüfe dayanmadığını kanıtlayan görüntüler verdi.





“Mavi ailesinin bir parçası olmak beni çok heyecanlandırıyor. Markaya bayılıyorum ve bu sonbahar bir kez daha Mavi’nin yüzü olmak için sabırsızlanıyorum. Jordan ve Mariano ile çekimler sırasında o kadar eğlendik ki. Umarım insanlar da fotoğrafları benim kadar sever.”



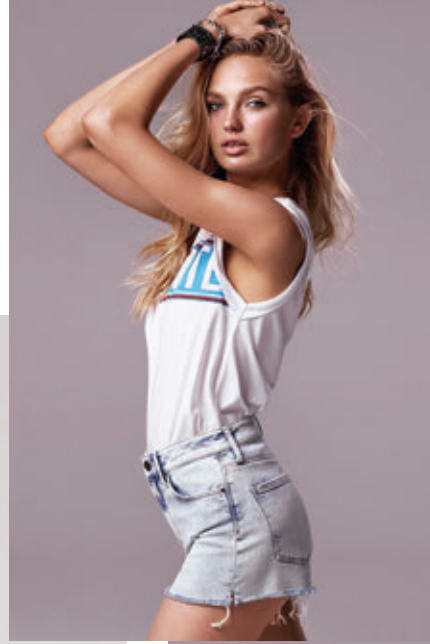
Jordan Barrett

Podyumlara yeni çıkan Avustralyalı Barrett'ın her şeyi denemeye açık tavrı, Inez and Vinoodh, Mert ve Marcus, Steven Klein gibi fotoğrafçıların ve *V*, *Vogue Homme* ve *Vogue Paris* dahil olmak üzere pek çok derginin dikkatini çekmesini sağladı. Jordan Kale Barrett, Avustralyalı bir manken. Models.com tarafından Aralık 2016'da "Yılın Modeli" seçildi. Aynı şekilde *Vogue* da onu "Yeni Çağın It Boy Modeli" ilan etti. Barrett, Tom Ford, Balmain, Versace ve Moschino'nun yanı sıra Coach markalarının kampanyalarında görev aldı ve *Vogue Netherlands Man*, Carine Roitfeld'in *CR Fashion Book*'u, *The London Times*, *Wonderland Magazine*, *10 Magazine*, *Numéro Homme* ve *Hercules* gibi yayınların kapağında boy gösterdi. Barrett ile işbirliği içinde çalışan Collier Schorr, MOMA PS1 New York için *I Blame Jordan Book*'u yarattı. Jordan yeni 1 Million parfüm reklamında da rol aldı ve *GQ* Ödülleri'nde "Tarz Sahibi Erkek" unvanına layık görüldü.

Super Mavi

Mavi'nin denim uzmanlığıyla yaptığı inovasyonlar devam ediyor. Super Mavi kampanyası, bunun sonucu olan jeans'te rahatlık, yüksek kalite ve hareketli yaşam tarzını yansıtırken, denimi yine hayatın merkezinde konumlandırıyor.

Super Move: Yeni deneyimler ve yeni bir denim kültürünün ifadesi. Mavi'nin Super Move yaklaşımı, Romee ve Jordan'ın hız ve heyecan dolu lifestyle'ının tam karşılığı. Herkesin ulaşabileceği, herkesin tadına varabileceği, herkesin keyfini çıkarabileceği bu denim deneyiminde hareketlilik esas. Çünkü denim artık her harekete açık.



Super Soft: Teknolojinin üretimle inovatif buluşması, keşfe değer yeni bir kategori yarattı. Super Soft denim kumaşının yumuşaklığı ve yarattığı his daha önce kimse tarafından böylesine yaşanmadı.

Super Blue: Indigo mavisine zenginlik katan özel denim renkleri ve farklı mavi tonlarında temiz, pürüzsüz ve sportif modern dokular. Yeni indigo paletindeki şık, güçlü ve sofistike renklerle kısaca Super Blue tonlarıyla tanışmanın tam zamanı.

Romee Strijd çekimler sonrası "Mavi ailesinin bir parçası olmak beni çok heyecanlandırıyor. Markaya bayılıyorum ve bu bu sonbahar bir kez daha Mavi'nin yüzü olmak için sabırsızlanıyorum. Jordan ve Mariano ile çekimler sırasında o kadar eğlendik ki. Umarım insanlar da fotoğrafları benim kadar sever" diye konuştu.

Romee Strijd

Hollandalı model Romee Strijd, 2015'te Victoria's Secret meleşti olarak mankenlik kariyerini pekiştirdi. Romee'nin rahatlığı, enerjisi ve ruhu Jordan'ın yeteneği ve maceracı ruhu ile bir araya geldiğinde, Mavi'nin denimde açtığı modern yolun gerçek bir yansıması ortaya çıkıyor ve her iki model de Mavi'nin son sezonuna stil katıyor. Romee Strijd de İngiliz, Alman, İspanyol ve Hollanda *Vogue*, Fransız ve Hollanda *Elle*, İspanyol *Harper's Bazaar*, Hollanda *Marie Claire* ve Fransız *Madame Figaro*'nun çekimlerinde yer aldı. Ayrıca Alexander McQueen, Burberry, Calvin Klein, Celine, Christopher Kane, DKNY, Donna Karan, EDUN, Giambattista Valli, Hussein Chalayan, Isabel Marant, Jil Sander, Jill Stuart, Kenzo, Loewe, Louis Vuitton, Michael Kors, Nina Ricci, Peter Som, Phillip Lim, Prada, Rag & Bone, Rochas markaları için podyuma çıktı ve Carolina Herrera, Alexander McQueen, Donna Karan, Michael Kors, Stradivarius, Giuseppe Zanotti ile H&M'in kampanyalarının yüzü oldu.





Victoria's Secret'ın 1995 yılında başlattığı melekler hareketi 23 yılı geride bırakırken, neredeyse her moda dergisinin en azından bir kez en iyi melekler listesi yapmış olduğunu fark ettik. Bu editoryal koleksiyona bir katkıda bulunmak için *Maviology* arşivini karıştırdık ve hem melek hem Mavi modeli olanları seçerek, alışılmışın dışında bir melekler seçkisi hazırladık. İşte Mavi'nin süper jean'leriyle süper melekler.

Süper jean'ler giyen süper melekler

18 kez Victoria's Secret meleği olarak kırılması güç bir rekoru elinde bulunduran başmelek Adriana Lima, Mavi ile 2012 İlkbahar-Yaz ve 2012 Sonbahar-Kış sezonlarında çalıştı. İlkinde Türkiye'de markanın reklam yüzü oldu, ikinci kampanyada ise global kampanyanın yıldızıydı.

Adriana Lima



Sara Sampaio



Melek olarak beş kez Victoria's Secret şovuna çıkan Sara Sampaio, Mavi ile 2012 ve 2013 yıllarında çalıştı. Hem podyuma çıktı hem de global kampanya çekimlerine katıldı. Ayrıca Kıvanç Tatlıtuğ ile reklam filminde yer aldı.

Frida Gustavsson bir kez Victoria's Secret şovuna çıktı. 2014, 2015, 2016 yıllarında ise İlkbahar-Yaz sezonlarının vazgeçilmez modeli olarak Mavi'nin global kampanya çekimlerinde yer aldı.

Frida Gustavsson



Beş kez melek olan Magdalena Frackowiak, Mavi'nin 2014 İlkbahar-Yaz ve 2014-2015 Sonbahar-Kış global imaj çekimlerinde yer aldı.

Magdalena Frackowiak

Barbara Palvin

Bir kez melek olan Barbara Palvin, 2013 Sonbahar-Kış kampanyasında Kıvanç Tatlıtuğ ile reklam filminde oynadı. Çekimde giydiği parka Türkiye'de hâlâ "Barbara parkası" diye anılıyor. 2016'da tekrar Mavi'yle çalışan Barbara Palvin bu kez de Serenay Sarıkaya ile Sonbahar-Kış reklam kampanyasında yer aldı.



Maryna Linchuk

Beş kez melek olan Maryna Linchuk, Mavi'nin 2013 İlkbahar-Yaz global imaj çekimlerinde yer aldı.



Nadine Leopold



İki kez melek olan Nadine Leopold,
Mavi'nin 2015-2016 Sonbahar-Kış
global imaj çekimlerinde yer aldı.

İki kez melek olan Megan Williams,
Mavi'nin 2017 İlkbahar-Yaz
reklam kampanyasında
Kıvanç Tatlıtuğ'a eşlik etti.



Megan Williams

Elsa Hosk



Yedi kez melek olan Elsa Hosk,
Mavi'nin 2016-2017
Sonbahar-Kış kampanyasında
Indigo Move koleksiyonunu tanıttı.

Dört kez melek olan Romee Strijd'in,
Mavi'nin 2017 İlkbahar-Yaz global
çekimlerinden sonra
Sonbahar-Kış koleksiyonu
çekiminde de yer aldı.
2018 İlkbahar-Yaz reklam filminde
Kıvanç Tatlıtuğ'a eşlik etti.



Romee Strijd



Fotoğraflar: İzzeddin Çalışlar

Olympia

Süper Bedenlerin Doğduğu Yer

İÖ 4. BİN YILDA, Peloponez yarımadasının kuzeybatısında doğal bir güzellik ve huzur mekânı kurulmuş. Bu Helen tapınağına Fidas gibi büyük sanatçılar da özgün yaratılar sunarak damgasını vurmuş. Rivayet odur ki, Olimpiyat ruhu da erdeme hizmet etmek için barış ve rekabetin benzersiz bir evrensel sembolü olarak bu yerleşimden, yani Olympia'dan çıkmış. Önceliğin fiziksel ve zihinsel uyuma, centilmence yarışmaya, iyi rekabete ve kutsal ateşkes idealine verildiği ilk spor karşılaşmaları böylece sonsuza dek değişmeyecek değerler yaratmış.

Tarih böyle anlatıyor. Bölge, antik Akdeniz dünyasından kalma şaheserlere en yoğun rastlanan yerlerden biri. Antik dünyanın yedi harikasından biri sayılan altın ve fildişinden kült bir heykel olan Olympia Zeus'u zaman içinde kaybolmuş, ancak ayakta kalan

başka eserler var: Örneğin büyük bronz adaklar, Zeus tapınağı alınlığına biçim veren heykeller ve Hermes'in ünlü kompleksi. Tüm bunlar büyük heykeltıraşlık eserleri ve sanat tarihinin referans noktaları olmayı sürdürüyorlar.

Olympia, evrensel bir önem taşıyan bir olayla doğrudan ve somut bir biçimde bağlantılı. Olimpiyat oyunları, İÖ 776'dan itibaren düzenli olarak tekrarlanmış bir ritüel. Hatta Antik Yunan'da kronolojik bir ölçü ve tarihlendirme sistemi haline bile gelmiş. Ancak üç aylık bir ateşkesten faydalanan atletlerin aralarında rekabet sergilemek için tüm Akdeniz dünyası şehirlerinden gelerek Olympia'da toplanması, öncelikle hümanizmin yüce bir idealini ortaya koymayı amaçlar gibi: Sadece zeytin dalından yapılmış bir taç kazanmak için üstün bir gayret göstererek

fiziksel güçlerini aşmaya hazır, özgür ve eşit insanlar arasında barışçıl bedensel rekabet. Diğer önemli bir nokta da klasik Yunan heykelinin mükemmeliyetçi bir fantezi, imkânsız bir ideal olduğuna inanılması. Günümüzde antik dönemden kalma çok sayıda kusursuz heykelin aslında alçıyla kaplanan gerçek insanlardan kalıp alınarak yaratıldığı biliniyor. Buradan yola çıkarak ortalama bir Atina ya da Spartalının, bedeniyle fark yaratmak için günün sekiz saatini spor yaparak geçirdiğini varsayabiliriz. Hedef süper beden, maskülen güzellik.

İÖ 8. yüzyıl yazarı olan Hesiodos, yaratılan ilk kadını basit bir şekilde güzel ve şeytani olarak tarif etmişti. Güzel olduğu için şeytani, şeytani olduğu için de güzeldi. İyi görünümü bir erkek olmak ise temel anlamda iyi karşılanırdı. Tıpkı





güzel ama şeytani olmayan bir kadın gibi. Sokrates kasılarak yürümesi, fırıl fırıl gözleri, bombeli burnu, tüylü sırtı ve tombul göbeğiyle, güzel bir insanın nasıl görünmesi gerektiğine dair tüm fikirleri alt üst etmişti. Bu fikri rekabet ve sporla süren bedensel hareketlilik yaklaşık iki bin yıl sonra bir Fransıza ilham verene kadar, artık çoktan yıkılmış olan Olympia'dan bahseden olmadı. Ta ki 1896'da Pierre de Coubertin'in gayretleri sayesinde Olimpiyatlar yeniden hayata dönene kadar.

Şüphesiz, dünya mirasının en değerli ancak bir o kadar da kırılgan unsurlarından olan barış, adalet ve ilerleme idealinin edebi doğasını da ortaya koyuyor. Bu Fransız asili kendi olimpik ideallerinde insan güzelliği veya bedensel kusursuzluktan söz etmiyordu; ancak bugün, spor aktiviteleri günlük yaşamın en yaygın olgularından biri haline geldi. Bir noktayı daha hatırlatmakta yarar var: Günümüzün ortalama insanının vücut şekli daha önce hiç bugünkü kadar Olympia'lılarınkine benzememişti.



Süper Kite

Sörfçüleri

WKL Amarok
World Cup Akyaka
— heyecan dolu ve adrenalini yüksek



AKDENİZ 'İN DOĞUSUNDA EGE DENİZİ'YLE buluştuğu noktada şahane zamanlar. Hava ne üşütüyor ne terletiyor, deniz suyu oda sıcaklığında. Turizm sezonu başlamamış, tesisler sessiz, sahiller ıssız, yollar arabasız. Arabaya atlayıp kıyıları dolaşmanın tam zamanı ve ben o şanslılardanım. Uzaklardan gökyüzündeki uçurtmaları görünce yolumu değiştirip direksiyonu Akyaka sahiline kırıyorum. *What a timing!* Sahile ulaştığımda büyük bir organizasyonun varlığı hemen kendini belli ediyor. Yüksek sesli ve hızlı ritimli müzik, kurulmuş geniş bir seyirci platformu, çeşitli stantlar ve bayraklarının altında onlarca ülkeden



genç kiteboard sporcuları. Türkiye Yelken Federasyonu himayesinde yapılan organizasyon dünyaca önemli kiteboard liginin Türkiye ayağı; WKL* Amarok World Cup Akyaka.

Diğer yelken yarışlarının aksine kiteboard yarışları rüzgâr hızı düşük olduğunda yapılamıyor ve bugün o günlerden biri. Rüzgârın azizliği nedeniyle öğleden sonra ancak başlayan yarışlarda 14 ülkeden çoğu 20'li yaşlarda toplam 35 sporcu yarışıyor. Şampiyona yerinin Akyaka olarak seçilmesi tabii ki rastlantı değil. Kıyı genelde denizden esen çok güçlü rüzgârlara açık ve su derinliği oldukça az. Bu, kiteboard yapmak için iki bulunmaz nimetin birleşimi.

Kiteboard yarışlarında sporcular birbirleriyle değil kendileriyle yarışıyor. Tek tek sahneye çıkan sporcular, kendi belirledikleri ya da jürinin saptadığı

hareketleri yapıyor ve gerek teknik gerek estetik olarak değerlendirilip, puan alıyor.

Heyecan dolu ve adrenalini yüksek bir yarışma olacağına kesin gözüyle bakılan WKL Amarok Dünya Kupası Akyaka'da İspanya'dan dünya genç şampiyonu Jerome Cloentes, Çek Cumhuriyeti'nden Avrupa şampiyonu Paula Novotna, Hollanda'dan iki kez dünya şampiyonu Youri Zoon, şu anda dünya sıralamasında ikinci ve üç kez İngiltere şampiyonu Hannah Whitley, iki kez İspanya şampiyonu Rita Arnaus, İngiltere'den beş kez dünya şampiyonu Aaron Hadlow, İspanya'dan 2013 dünya şampiyonu Alex Pastor, İspanya'dan 2015 dünya şampiyonu Liam Whaley, Brezilya'dan 2016 dünya





şampiyonu Carlos Mario, Brezilya'dan iki kez dünya şampiyonu Bruna Kajiya, Hollanda'dan 2016 dünya üçüncüsü Annabel Van Westerop, kiteboard'un güçlü isimlerinden Hollanda'dan Rens van der Schoot ve Danimarka'dan Therese Taabbøl kıyasıya yarışacak.

Rüzgâr istenen hıza ulaştınca, önce erkek sporcular hünerlerini göstermek için çıkıyor göğe. Uçurtmalar havalanıyor, tahtalar denizde kayıyor, sporcular havalarda uçuyor. Seyirciler kıyıda, müziğin de etkisiyle coştukça coşuyor.

Üç gün süren yarışlarda, kadınlar kategorisinde yarışan 12 sporcu arasından birinci Brezilya'dan Bruna Kajiya, ikinci İspanya'dan Rita Arnaus,



üçüncü Hollanda'dan Annabel Van Westerop oldu. Kızlar kategorisinin birincisi Kajiya, aynı zamanda 2016 yılının da dünya kiteboard şampiyonuydu. 23 sporcunun yarıştığı erkekler kategorisinde ise rüzgârın yetersiz kalması nedeniyle yarışlar tamamlanamadı.

WKL Amarok Dünya Kupası Akyaka 2017'yi kaçıranlar fazla üzülmesin. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yaptığı anlaşma sonucu, önümüzdeki dört yıl boyunca WKL'nin bir ayağı Türkiye'de, Muğla-Akyaka'da gerçekleştirilecek. Benim kaçırmayacağım kesin, siz de programınızı ayarlayın yeter...

Yazı ve fotoğraflar:
Saner Gülsöken



* WKL ile ilgili ayrıntılı bilgi için:
worldkiteboardingleague.com



Süper kahraman lazım mı?

ŞUBAT 2007’DE Warner Bros.’un, Michele ve Kieran Mulroney çiftini *Justice League* filminin senaryosunu yazması için tuttuğunu açıklamasından itibaren neredeyse bir efsane halini alan proje, sonunda ait olduğu salonlarla buluştu. Son on yıldır hangi rolde kimin oynayacağından yönetmenin kim olacağına, hangi süper kahramanların bir araya geleceğinden yapım maliyetlerine kadar sayısız konu tartışılmış, sızdırma haberler yapılmış, söylentiler birbirini izlemiş, grevden vergiye, hükümet kararlarından diğer filmlerin gişe gelirlerine kadar onca haber çıkmış, meraklıları neredeyse bütün anlatılanların yalan olduğuna inanmaya başlamıştı. Sonunda Bölüm 1’in çekimlerine İngiltere’deki Warner Bros. Studios’ta başladığına dair habere inanmayan birçok süper kahraman fanı vardı.

Oysa bu süre içinde Madrid’de kurulan Super Heroes World (Süper Kahramanlar Dünyası) açılıp Metropolis ve Gotham City’yi gezdirmek için bilet kesmeye başlamıştı bile. Çekim yeri olma fırsatını kaçıran Avustralya’da ise The Superhero Identities Symposium (Süper Kahraman Kimlikleri Sempozyumu) toplanmıştı; sektör bilgeleri ve akademisyenler bir yandan Wonder Woman’ın 75. yaşını kutluyor, bir yandan da bir dizi akademik başlık altında ciddi analizler yapılıyordu.

Peki neden? Çünkü süper kahramanlar ABD’de yaşanan Büyük Buhran çaresizliği ve Avrupa’da faşizmin yükselişine karşı dört renkli bir itiraz olarak 1930’ların sonunda doğmuştu; yani cevapsız soruların ve çözümsüz sorunlar döneminin ihtiyacını karşılıyorlardı. Herkesin

itiraz etmeden kabullenebileceği bir hayal sunuyor, birçok kişinin derinden beslediği “keşke gerçek olsa” hissine tercüman oluyorlardı.

Bugün de aynı ihtiyacı karşılıyor olabilirler mi? Bu soru sık sık soruluyor. İnsanın gerçekliğin yasalarına bir istisna getirme şansından nasıl faydalanacağını, en büyük gücün hangisi olduğunu düşündüklerini öğrenmek ve dinlemek, her zaman ilgi çekici olmuştur; ancak soru çoğu zaman yine bir soru işaretiyle cevaplanır. Çünkü 1930 ve 40’lardan farklı olarak, artık çok yakından bildiğimiz ve sıradan insanlar olarak yeterince deneyimlediğimiz bir gerçek var: Güç yozlaştırıyor. Ve süper güç de süper yozlaşma getiriyor.

Jason Trost’un *All Superheroes Must Die 2: The Last Superhero* filminde (2016), gazeteci Vicky O’Neil, küçük bir kasabanın sevilen sakini Ally Andrews’un öldürülmesinin ardındaki sırrı açığa çıkarmak için bir maceraya atılır. Keşfettiği gerçekler onu karanlık ve karmaşık bir tavşan deliğine ve oradan da dünyanın son süper kahramanı Charge ile özel bir röportaj yapmak gibi hayatının en büyük fırsatını ele geçireceği süper kahramanlar dünyasına götürür. Charge gizemli geçmişini ve kanlı kariyerini anlatırken, Vicky şunu merak etmeye başlar: Charge hâlâ dünyanın hatırladığı o kahraman mıdır yoksa hepimizin korkması gereken bir kötü adama mı dönmüştür?

Bugün ilk süper kahraman Superman gerçekten Kripton’dan Dünya’ya düşse, kendini aynı etik soruyla boğuşurken bulabilir. Süper güçlü, uçabiliyor, duvarların öteki tarafını görebiliyor ve ses hızından daha süratli hareket

edebiliyor. Tamam ama ölen Lois Layne’i hayata geri döndürmek için Dünya’nın dönüş hızıyla oynayıp, zamanı geri çevirmek için gezegeni gerisin geri döndürme hakkı, hukuk duvarına çarpmayacak mı? Belki de görev alanı sadece bir kasırganın gücünü bastırmak ve çevre sorunlarına çözüm bulmakla sınırlandırılmalı. Bu en güçlü adamın isimsiz bir muhabir olarak çalıştığını düşünürsek Gotham’ı terk etmemesi de gerekir, çünkü şu an birçok ülkede gazetecilerin tutuklanarak hapse atıldığını da biliyoruz. O veya bir başkası, herhangi bir süper kahramanın bugün hayatımıza girmesi onun için süperlikten yıldırıcı olabilir. Belki de bu yüzden, Marvel filmleriyle çizgi roman fuarları dışında, süper kahramanlar pek de göz önünde olmaktan hoşlanmamıştır.

Bugün süper kahramanlar hâlâ umudun, kendini daha iyi bir insan kılmanın ve bunu günlük yaşamda kullanmanın bir sembolü. Aynı zamanda en karanlık günlerimizde bize potansiyel mükemmeliyetimizi de anımsatıyorlar. Captain America ve Batman gibi cesaret, güç, dayanıklılık, şefkat, umut ve empati niteliklerine sahip olan karakterleri düşünün. Onların geçirdiği ahlaki değişimler bize de daha iyi insan olmak için ilham verebilir mi? Bazı insanlar misyonlarından esinlenir, bazıları da insanlara özverili hizmet etme idealinden. İdealleştirilmiş bu figürler, sadece soyut kelimeler ve idealarla ifade edilemeyecek olan en iyi ve en büyük umutlarımızı, hayallerimizi ve değerlerimizi çok daha ilgi çekici ve eğlenceli bir biçimde temsil ediyor. Onlara şu ana kadar hayatımıza kattıkları için teşekkür ederken, için için “Keşke bir süper kahraman olsam” dememize neden olanlardan ise kurtulmayı dilemekten başka çare yok gibi görünüyor.

Bugün süper kahramanlar hâlâ umudun, kendini daha iyi bir insan kılmanın ve bunu günlük yaşamda kullanmanın bir sembolü. Aynı zamanda en karanlık günlerimizde bize potansiyel mükemmeliyetimizi de anımsatıyorlar.



MAVİ’NİN 2014’TEN bu yana sürdürdüğü Indigo Turtles projesi, Akdenizli olmanın sorumluluğunu yansıtıyor. Nesli tükenmekte olduğu için uzun yıllardır gündemde olan caretta caretta’larla ilgili ciddi ve bilimsel bir mücadele sürdüren Ekolojik Araştırmalar Derneği’ne (EKAD) destek verilerek, son dört yılda on binlerce yavru kurtarıldı ve doğal yaşamlarını sürdürmeleri sağlandı. Akdeniz’in gerçek sahipleri olan ve 110 milyon yıldır bu faunada yaşayıp 20. yüzyılda tür devamlılığı tehdidi altına giren caretta caretta’lar konusunda ortak bir bilinç yaratmayı hedefleyen proje, Mavi ve denim inovasyonu iş ortağı ORTA tarafından yürütülüyor. Yapılan

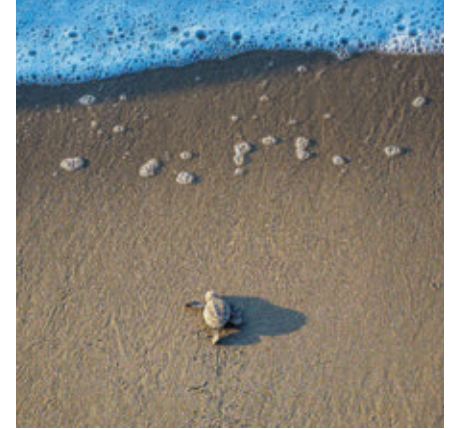
iş, hem ergin kaplumbağaların hem de karada doğan yavruların güvenli ve yine doğal seyirleriyle denize ulaşip yaşamalarını sağlamak.

Indigo Turtles kapsamında Mavi ekibinden farklı görevlerdeki 150 kişi EKAD kampında gönüllü olarak çalıştı. Mavi’nin sosyal medya takipçilerinden 12 kişi kampa katılmaya hak kazandı. Bu sene ilk kez Mavi’nin üç bursiyeri de projeye dahil olarak sahada çalıştı.

“Caretta caretta olarak doğsaydım...” konulu videosunu Scorp’a yükleyenler arasından en çok beğeni toplayan üç kişiden biri de üniversite öğrencisi Berkcan Yenel (24).

Kampa katılmaya hak kazanan Yenel, kaplumbağaların mucizevi yaşam mücadelesi hakkındaki tanıklılığını şöyle anlattı: “Caretta caretta’lara duyduğum sempatinin yanı sıra kamp yaşamı ve gönüllülük hareketinin içinde olmak fikri bana çok cazip geldi; ama yaşayacağım deneyimin bu kadar mucizevi olacağını tahmin etmemiştim. Minik caretta caretta’ların yaşam mücadelesine yardımcı olmak inanılmaz bir deneyimdi. Dört gün için gittiğim kampta tam bir ay kaldım, dönmek istemedim. Yaklaşık 30 kilometrelik sahili bölgelere bölerek, her gün mutlaka kontrol ediyorduk. Benim kampa gittiğim süre, yavru kaplumbağaların yuvadan çıkış

Çok yaşa kaplumbağa



dönemine denk gelmişti; yani ergin kaplumbağaların yuvaladığı alanların kontrol edildiği bir dönemdi. Doğanın içinde uyanıp, her sabah sahil boyunca güneşin doğuşunu izleyerek caretta caretta’ların yuvalarından denize ulaşmasına yardımcı olduk. Bazen kendimize yakın hissettiğimiz minik kaplumbağalara kendi ismimizi koyuyorduk.”

Belek sahillerindeki yavrulardan denize ulaşabilenlerin oranı yaklaşık yüzde 40. Bunu yapabilenlerin de sadece binde biri hayatta kalabiliyor. Yavruların çoğu, doğal ya da insan kaynaklı nedenler yüzünden denize ulaşmayı başaramıyor. Doğal

sebepler, genellikle diğer hayvanlara yem olma ve yuvaların gelgitte yükselen suların altında kalmasıyla sınırlı. İnsan kaynaklı nedenler arasında ise sahilde araç, gölgelik, şemsiye, şezlong ve yapay ışık kullanımı gibi birçok etken var. Bunlara, kaplumbağaların yuvaladıkları alanda bulunan çöp, ip gibi atıklardan zarar görmeleri de dahil.

“Bir gün, önceden belirlenmiş bir yuvayı kontrol için açtık. İçinde, atıklar nedeniyle sıkışmış birçok kaplumbağa vardı. O yuvadan 22 yavru kurtardım. Yuvayı birkaç saat sonra açsaydık yavruları ölü bulacaktık. O gün kendimi daha işe yarar hissettim. Gönüllüler

gerçekten çok önemli bir görev üstleniyor. Nesli tükenmekte olan bir canlı hakkında bilgi edinmenin yanı sıra, bir türün savunucusu ve koruyucusu da olunuyor. Deniz kaplumbağalarının yaşama şansını artırırken, liderlik ruhu ve ekip çalışmasını deneyimleme fırsatı elde ediliyor. Indigo Turtles kampı bana birçok şey kattı; yeni arkadaşlıklar, sıkı dostluklar, sorumluluk duygusu ve karşılığında bir şey beklemeden yapılan iyilikler...”

Hacettepe Üniversitesi öğretim üyelerinden biyolog Ali Fuat Canbolat aynı zamanda EKAD başkanı ve projenin yöneticisi. 16 yıldır Belek



bölgesinde çalışıyor ve akademik çalışmalar yapıyor; yerel halkla ve turizm tesisi yöneticileriyle birlikte de koruma çalışmalarına katkı sağlıyor. Canbolat projeye ilgili şunları söylüyor: “İki ayrı dönemimiz var. Birincisi ergin bireylerin yuva yapma sezonu ve mayısın ortasından temmuza kadar devam ediyor. Gece çalışmalarında ergin bireylerin markalamasını yapıyoruz. Amacımız bu kumsallara devamlı gelip gelmediklerini kontrol etmek, hangi bölgeye gittiklerini takip etmek. Deniz kaplumbağaları yumurtlamak için karaya çıkıyor ama, yaşamlarının yüzde 99,9'u denizlerde geçiyor. Temmuz sonundan eylül sonuna kadarki süreçte ise yumurtalardan

yavrular çıkıyor. Bunları izleyip akademik kayıt tutuyoruz.”

Indigo Turtles, Scorp ile gençlere ulaştı

Farklı konular üzerine 15 saniyelik videoların yüklendiği Scorp, projeye farklı bir renk kattı. Yarışmaya, duyurulduktan bir saat gibi kısa bir süre sonra 100'ün üzerinde başvuru yapıldı, iki günde 300'e yakın video yüklendi ve bir milyona yakın izlenme elde edildi.

Bir Indigo Turtles tişörtüyle 10 yavru korunuyor

Mavi'nin Indigo Turtles etiketli tişörtlerinden alan herkes, 10 yavrunun

yaşamını sürdürmesini sağlıyor. Haziran ayında vitrine çıkacak tişörtlerle bu yıl da 400 yuvanın sahiplenilmesi ve yaklaşık 15 bin deniz kaplumbağası yavrusunun yaşatılması amaçlanıyor. Indigo Turtles tişörtleri Mavi'nin online mağazasında satışa sunuluyor.

Indigo Turtles giderek daha çok takipçi çekiyor

Sportswear International, Rivet, Denims and Jeans, Denim Blog ve Jeans Story proje hakkında ayrıntılı bilgi vererek, takipçilerine çağrıda bulunan platformlar arasında yer aldı.

EKAD SORUYOR: Bunları biliyor musunuz?

- Biyoçeşitlilik ve doğa koruma konusunda uzman akademisyenlerin kurduğu EKAD, koruma altındaki türlerin yuvalama alanları ve yavrular için tehdit oluşturan unsurlarla mücadele ediyor.
- Deniz ve kıyı ekosistemi açısından büyük önem taşıyan deniz kaplumbağalarının Akdeniz'deki yuvalama alanlarının büyük çoğunluğu, Türkiye kıyılarında bulunuyor.
- Yavruların yumurtlama yaşına gelmesi 15-20 yıl aldığından, sağlıklı büyüme koşullarının yaratılması, Akdeniz'in

- ekolojik yaşamına önemli katkı sağlıyor.
- Koruma altına alınan deniz kaplumbağalarının ortalama ömrü 60 yıl; 15-20 yaşında ergenliğe ulaşıyorlar.
- Yaşamlarının çoğu denizde geçiyor ve yalnızca dişiler yumurtlamak için doğdukları kumsala geri dönüp sahile çıkıyor.
- Beslenme ve kışlama alanlarına gitmek için çok uzun mesafelere göç ettiklerinden, ortalama üç yılda bir yuvalıyorlar.
- Her dişi, ömrü boyunca yaklaşık 40 kadar yuva yapıp 3.200 yumurta bırakıyor.
- Her yıl ortalama 400 ergin dişi kaplumbağa yumurtlamak için sahile

- çıkıyor. Bu sayı 1999'da 150 iken şimdi 600'lere ulaştı.
- 1999'da yaklaşık 500 yuva varken geçtiğimiz yıl yuva sayısı 2.500 oldu.
- Bugüne kadar Belek sahiline bırakılan yaklaşık 2 milyon yumurta korumaya alındı. 800 bin yavru ise denizle buluşturuldu.
- Bu zamana kadar yaklaşık 2.000 gönüllü kampta görev aldı. Bunların 200'ü yurtdışındaki üniversitelerden geldi.
- Arazi çalışmaları 29,5 kilometrelik kumsalda gerçekleştiriliyor. Her gün bu kumsal taranarak, sayımlar yapılıyor.
- Bu çalışma için her gönüllü günde ortalama 10 kilometre yürüyor.

#ilovemavi

1. Ceylin Kocagöz
2. polchursanova
3. Lion / 4. ozkokilayda
5. fashionetry / 6. Cathy
7. iremakdemir / 8. tubabilir
9. erinelizabethh / 10. ohhcouture
11. koraycengiz / 12. Jess
13. loveambervictoria

Avustralya, Almanya, Türkiye, Kanada ve ABD'den
son dönemde Mavi giyerek yaptıkları çekimleri
#ilovemavi hashtag'iyle paylaşan blogger'lardan bazıları.

14. 2pals1blog / 15. iremakdemir
16. Peppy Cooky / 17. tomfarrellytalks
18. aambrosiaa / 19. Niceole
20. ninahuebscher / 21. deren taylan
22. thelustlist
23. ninahuebscher-erikschlz-philippa.sandberg
24. barisctrn



Kıvanç ve Mavi 8. kez birlikte



Kıvanç Tatlıtuğ sekizinci kez
kamera karşısına geçtiği
Mavi reklamında Romee Strijd'le
2018 İlkbahar-Yaz
koleksiyonunu tanıttı.



#cokmucokmaviyiz

ÇOK MU ÇOK MAVİ'YİZ?
kampanyası, Kıvanç Tatlıtuğ ile son dönemin en gözde Victoria's Secret meleştiği olan Romee'yi buluşturdu. 2018 İlkbahar-Yaz koleksiyonunun öne çıkan parçalarının sunulduğu filmde, Mavi'nin mükemmel fit'i, yumuşaklığı ve kalitesiyle alışkanlık yapan jean'leri konu ediliyor. Mavi'yle süren uzun işbirliği hakkında açıklamalarda bulunan Kıvanç Tatlıtuğ, "Yeni reklam kampanyamız yine çok heyecanlı. Mavi yine çok güzel, çok renkli, çok rahat, çok biz... Artık bambaşka bir bağımız, sekiz yıla dayanan güçlü bir dostluğumuz var" dedi ve şunları ekledi: "Mavi, jean'leri, kalitesi, tarzı ve duruşuyla hepimizin kalbini çalan bir marka. Yaptığım işlerde senaryo, birlikte rol aldığım kişiler, prodüksiyon gibi konularda dünya standartlarında kaliteyi önemsiyorum. Bu nedenle Mavi'yle çalışmayı çok seviyorum. Filmdeki partnerim Romee de Mavi'ye çok yakıştı. Dünya çapında başarılı bir model, jean'i çok iyi taşıyor."



"Yeni reklam
kampanyamız
yine çok heyecanlı.
Mavi yine çok güzel,
çok renkli,
çok rahat,
çok biz..."



Mavi ve Kıvanç Tatlıtuğ'un sekiz yıllık macerası, 2010 yılında "Vay Vay Vay" sloganıyla hafızalara kazınan "Çok mu Çok Oluyoruz?" reklam filmiyle başladı. 2012 yılında "Çok Sev" reklamıyla Amerika'yı yeniden keşfeden Mavi, aynı yıl Kıvanç ve Victoria's Secret meleği Sara Sampaio'yu bir araya getirdi. 2013'te Kıvanç Tatlıtuğ ve Barbara Palvin'in yer aldığı "Modada Jean Efsanesi" reklamı, Mavi'nin jean dünyasındaki vazgeçilmezliğine dikkat çekerken,



Fotografilar: Tamer Yılmaz

2017'de Kıvanç efsanesi Kıvanç Mavisi'ne dönüştü. Aynı yıl Megan Williams ile kamera karşısına geçen Kıvanç Tatlıtuğ, Mavi'nin hızıyla nefes kesen Black serisini tanıttı. 2018'de ise, Kıvanç Tatlıtuğ ve Romee Strijd, "Çok mu Çok Mavi'yiz?" kampanyasında bulundu.



Molly hep 20 yaşındaydı, yine öyle

MAVİ’NİN İKONİK JEAN’İ Molly, Kuzey Amerika pazarındaki 20. yılını kutluyor. O sadece bir markanın değil, birçok kişinin de kaderini değiştirdi. İşte bundan 20 yıl önce, 20’li yaşlar civarındaki genç kızlarla buluşan Molly’nin öyküsü:

1990’lı yılların sonlarına doğru Batı’da baş gösteren yeni bir gençlik hareketi tüm dünyayı kasıp kavuruyordu: *Girl Power*. Hareketin lideri olan, 1996 ile 1998 yılları arasında aniden ünlenerek tüm zamanların en çok satan pop grubu haline gelen Spice Girls’ün öncülüğünü yaptığı güçlü ve seksi kişiliğe sahip kızların önce MTV’yi, ardından moda yoğunluklu caddeleri istila etmesi uzun sürmedi. Batı dünyasında olup bitenleri yakından izleyen Mavi Jeans, bu hareketin potansiyelini fark eden ilk markalardan biri oldu. Yükselen talepleri karşılamak için Türk denim üreticisi BOSSA tarafından geliştirilen *Nostalji* isimli bir kumaş ve Molly için özel olan dokular, Mavi Jeans’in pazara hızlı bir giriş yapmasını sağladı.

Mavi America’nın satış direktörü Ron Gelfusa, 1997’de Las Vegas’taki Magic moda fuarında, Los Angeles’ta kumaş alan ve bunu Kanada’da pazarlayan girişimci Arkun Durmaz’ı Ersin Akarlılar ile tanıştırdı. Birlikte Mavi Jeans’ten aldıkları birtakım örnekleri Kanada pazarında test etmeye karar verdiler.

Durmaz, sık sık iş yaptığı bir satış noktası temsilcisinden “Yeterince jean markası var ve artık bir yenisine gerek yok” cevabını aldıktan sonra ısrarcı olmayı sürdürdü. Ürünün özelliklerinden söz ettikten sonra, müşterisini sadece küçük bir miktarı denemek için ikna etti. Mavi Jeans mağazaya 120 jean gönderdi ve satış temsilcisi iki gün sonra Durmaz’ı arayarak “Müşteriler Mavi’ye bayıldı. Daha fazla sipariş vermek istiyoruz. Başka modelleriniz varsa onları da getirin” dedi. Bu deney Mavi Jeans’in Kanada’daki macerasının başlangıcı oldu. Mavi Canada 1997 ile 2000 yılları arasında önce jean butikleri ve sonra da zincir mağazalarla inanılmaz bir hızla büyüdü. Bu büyüme Mavi’nin kendi mağazalarını açmasıyla daha da hızlandı. Michigan’dan bir Mavi Jeans satıcısı olan Frank Caruso’nun Ersin Akarlılar ve Mavi Canada başkanı Arkun Durmaz’a verdiği bir tavsiye, Molly’nin bu pazarda tutunması için yapılması gereken değişikliklere işaret ediyordu.

Molly’nin kalitesi ve uygun özellikleri, anında pek çok büyük satıcının dikkatini çekmişti. Seksi ve feminen bir silüet sağlayan düşük belli kesim ve paçalara sahip pantolonların görünümü geleneksel Mavi Jeans’e uymuyordu. Mavi Jeans’in hızlı teslimatını test edenler ikna olduktan sonra, Molly giymiş genç kadınlara New York sokaklarında rastlamak mümkün oldu. Molly için

verilen acil siparişler arttı ve ürün Mavi Jeans’in kahraman ürünü haline geldi. Dahası, tüm bunlar rekabetçi bir fiyatlandırmaya da gerek kalmadan gerçekleşmişti.

Sektörden deneyimli profesyonellerle birlikte ekibini güçlendiren Mavi America, satın alma ağlarını ürünlerini almak için ikna etme üzerinde çalıştı. Satış olmaması halinde iade garantisi sunuldu ve olumsuz cevaplar almaktan çekinilmedi. Neredeyse bir yıl boyunca pazar kapılarını aşındırdıktan sonra, yavaş yavaş kabul görmeye başlayan girişimde markanın kökeni ve adının anlamı genel olarak bilinmiyordu ancak dikkatli seçim yapan jean uzmanı az sayıdaki satış noktasındaki müşteriler onu keşfetmeye başlıyordu. Mavi America’nın Manhattan merkezi “Kimsiniz?” ve “Nasıl bu kadar müthiş mavi jean’ler üretebiliyorsunuz?” gibi sorular soran e-postalar alıyordu. Şirket talebin asıl kaynağının genç kadınlar olduğunu öğrendiğinde, Molly’nin dağıtımına ağırlık verildi ve bunun sonucunda bu kesime olan ilgi daha da arttı. Yeni bir dikiş, yeni bir taslak ve yeni bir yıkama reçetesiyle birleştirilmiş benzersiz bir tasarımla karşı karşıya kalan müşteri, daha önce adını hiç duymadığı bir markaya doğru yöneliyordu.

GIRL POWER!



Sürgüne Gönderilmiş Adamın Kaderi
(Punta della Dogana entrance).
Carrera mermeri 387 × 399 × 176 cm.

1748 İLE 1772 YILLARI arasında mimar Giorgio Massari tarafından inşa edilen Palazzo Grassi, Venedik Cumhuriyeti'nin yıkılışından önce Büyük Kanal'da inşa edilen son saraydı. Ana merdiven Michelangelo Morlaiter ve Francesco Zanchi'nin freskleriyle süslenmiş, tavanlar Giambattista Canal ve Christian Griepenkerl tarafından dekore edilmişti. Grassi ailesi 1840'ta sarayı satışa çıkardı ve 1951'de Uluslararası Sanat ve Kostüm Merkezi olmadan önce bina birçok kez el değiştirdi. Palazzo Grassi, 1983'te sanat ve arkeoloji sergileri için kullanılmak üzere Fiat tarafından satın alındı ve mimar Gae Aulenti tarafından yenilendi. Koleksiyoner François Pinault 2005'te Palazzo Grassi'yi satın alıp mimar Tadao Ando'ya teslim etti, erkesi yıl da muhteşem bir çağdaş sanat koleksiyonuyla mekânın kapıları yeniden açıldı.

Damien Hirst'ün küratörlüğü Elena Geuna tarafından yapılan bu en büyük tek kişilik sergisi ise 2017 sonundaki Venedik Bienali ile eşzamanlı olarak Palazzo Grassi'de yer aldı. “İnanılmazın Enkazından Çıkan Hazineleler” adlı sergi, müzenin 5000 metrekarelik alanını kaplamakla kalmadı, Venedik'te Pinault koleksiyonuna ev sahipliği yapan diğer mekân olan Punta della Dogana'nın da ilk kez tek bir sanatçıya ayrılmasına yol açtı.

İnanılmazın Enkazından Çıkan Hazineleler

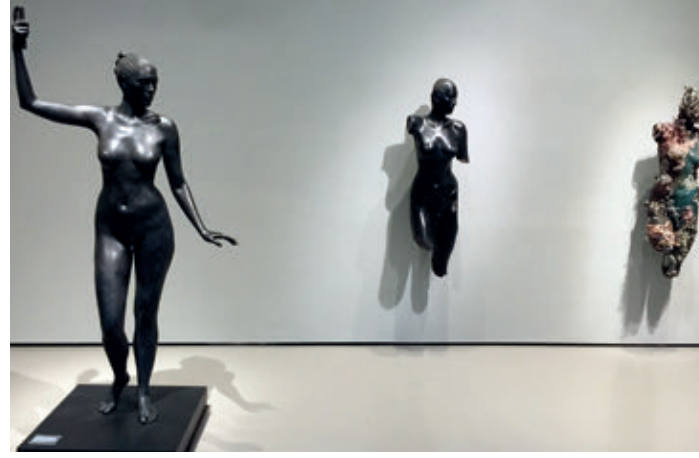
Damien Hirst'ün bugüne kadarki en hırslı ve karmaşık projesi



Damien Hirst'ün bugüne kadarki en hırslı ve karmaşık projesi olan “İnanılmazın Enkazından Çıkan Hazineleler”in hazırlanması neredeyse on yıl sürmüştü. Ölçek ve kapsam bakımından sıra dışı olan sergi, Apistos adlı büyük bir antik dönem gemisinin enkazının kurgusal hikâyesini anlatıyor ve geminin değerli hazinesi arasından sözde buluntuları sunuyor: Aulus Calidius Amotan'ın (Cif Amotan II olarak tanınan azat edilmiş bir köle) güneşe adanmış bir tapınağa götürülmek üzere gemiye yüklediği etkileyici sanat eserleri koleksiyonunu oluşturan ve bu inanılmaz hikâyeyi hakiki gibi gösteren tüm eserlerin Hirst'e ait olduğunu söylemeye gerek yok.

Kâse ile Şeytan (Palazzo Grassi). Boyanmış reçine (Sergi için büyütülmüş) 1.822 × 789 × 1.144 cm. On sekiz metreden biraz daha yükseğe uzanan bu anıtsal figür, batıktan çıkarılan daha küçük bir bronzun kopyası. Heykelin bulunması 1932'de Dicle Nehri Vadisi'nden çıkarılan ve kertenkelegillerin özelliklerine sahip olan bedensiz bronzdan başın gizemini çözmüş gibi görünmekteydi. Devasa bir şekilde açılmış çene ve bombeli gözlerin öne çıktığı bu kafa ilk olarak Pazuzu, Babil'in “rüzgâr şeytanlarının kralı” olarak tanımlanmıştı. Daha sonra bu figürün yer yüzüne çıkarılması, Pazuzu'nun alışılmış özellikleri olan kanatlar, akrep kuyruğu ve yılan başlı penisin eksikliği yüzünden bu tanımlamaya gölge düşürdü. Antik Mezopotamya şeytanları insan, hayvan ve tanrı unsurları sergileyen ilkel yaratıklardı. Katı sosyal yapıları ihlal eden bir tepkinin beden bulmuş hali olan bu hibrid varlıklar, farklı biçimlerde kötülüğe karşı koruyucu, iyi huylu ve kötücül olabilmekteydi. Bir teori, şeytanın uzanış koluyla tuttuğu kâsenin insan kanı toplamak için kullanılan bir kap olduğunu öne sürerek, şeytanların evrensel olarak yıkıcı varlıklar olduğuna dair çağdaş teoriyi onaylamaktadır. Çiniden figürün elit bir kimsenin evinde muhafız işlevi görmüş olması daha olası görünmektedir.

Tenin Altındaki Kafatası
(Palazzo Grassi).
Kırmızı mermer ve beyaz akik,
73,5 × 44,6 × 26,7 cm.
Geç klasik dönem
(MÖ yaklaşık 400-323),
zihin ve beden ikiliğinin yeniden
kavramsallaştırılması da dahil
olmak üzere tıp teorisinde
muazzam ilerlemelere tanık
olmuştur. Bu yarı kas yarı iskelet
figürün yumuşakça kapanmış
gözleri (Yunancası soma olan)
bedenin işlevlerinin bilincin
eşiğinin altında vuku bulduğu
inancını kastediyor olabilir.



Hermafrodit (Palazzo Grassi).
Bronz, 194 × 96,4 × 36,5 cm.
Çift cinsiyetli tanrı Hermaphroditus'un
hasar görmüş bu heykeli çağdaş bir
müze kopyası ve restorasyon öncesi
mercan kabuğu bağlamış halinin
yanında sergileniyor. Hermafrodit
bedenin kavisli, ideal oranlara sahip
kıvrımlarını vurgulayan zarif bir
contrapposto (karşı ağırlık) pozunu
almış. Zıt fakat yine de birbirini
tamamlayan güçlerle bir denge
kurma fikri bazı antik düşünürlerin
androjenliğe atfettiği saflığı yansıtıyor.
Örneğin, Platon'un *Sempozium*'unda
Aristofanes erkek ile kadını birleştiren
ve bireysel cinsiyetlerden "güç ve
enerji" bakımından daha büyük olan
üçüncü bir cinsiyeti tarif etmektedir.

1965'te dünyaya gelen Damien Hirst,
Londra ve Gloucester'da çalışıyor
ve yaşayan en büyük sanatçılardan
biri olarak gösteriliyor. 1980'lerin
sonlarından beri sanat, güzellik, din,
bilim, yaşam ve ölüm arasındaki
karmaşık ilişkileri keşfetmek için
enstalasyon, heykel, resim ve çizim
gibi çeşitli pratikleri kullanan Hirst,
1987'den bu yana dünyanın dört bir
yanında 90'ın üzerinde tek kişilik
sergi düzenledi ve 300'ün üzerinde
karma sergide yer aldı. 1995 Turner
Ödülü'nün sahibi olan sanatçının son
sergisi sadece kurmaca bir hikâyeye
dayanıyor olmasıyla farklılaşıyor;

gerek içerdği eserlerin gerekse
serginin boyutları ve disiplinler arası
tavrı, gelmiş geçmiş en görkemli
sanatsal tavrılardan birini ortaya
koyuyor. Serginin arkasındaki öykü
şöyle: İS 1. yüzyılda yaşamış, azat
edilmiş bir köle olan Cif Amotan II
kendisine bir servet edinir, inanılmaz
bir sanat eseri koleksiyonu oluşturur
ve sonra da eserleri taşıyan gemi
battığında hepsini kaybeder.
Geminin Yunanca ismi *Apistos*
veya "İnanılmaz"dır. Serginin adı
da buradan geliyor: "İnanılmazın
Enkazından Çıkan Hazine". Denizin
dibinde kişisel bir müze gibi yatan bu

Savaşçı ve Ayı'ya
bakarken (Punta della Dogana).



Fotoğraflar: Mehmet Arda

Bir dalgıç tarafından incelenen kafatası.

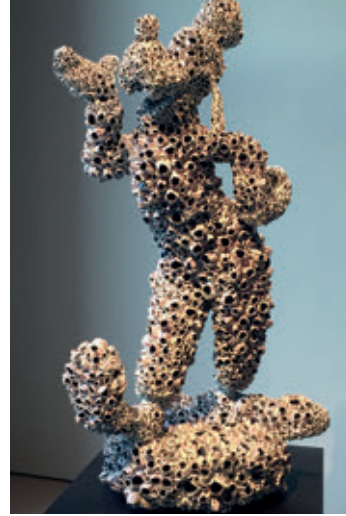


Bir Boynuzlu Atın Kafatası
(Palazzo Grassi). Kaya kristali
ve beyaz akit 139,5 × 22 × 58 cm.
Boynuzlu at, veya tekboynuz yaklaşık
5,000 yıldır çeşitli biçimlerde tasvir
edilmiştir. Boynuzlu at dışından
yapıldıkları iddia edilen kadehlere –ki
bunların olağanüstü panzehir niteliklerine
sahip olduğu düşünülmekteydi–
MS 2. yüzyıldan elitlerin varlıkları
arasında rastlanmaktadır. Bu kristal
kafatasının üzerinde sarmal yapan
boynuzun erkek bir deniz gergedanının
hortumuyla büyük bir benzerlik
gösterdiğini belirtmek gerek. Orijinal
objelerin kaybolmasından yüzyıllar sonra,
deniz gergedanına ait olan hortumlar
–ki koleksiyoncunun zamanında Arktik
dışında bilinmemekteydiler– boynuzlu
atların boynuzları olarak yorumlanmıştır.
Bu deniz gergedanı benzeri hortum,
benzetmenin ilk başta bu ata benzer
kafatasının kopyaları dolayısıyla yapılmış
olabileceğine işaret etmektedir.



Andromeda ve Deniz Canavarı
(Palazzo Grassi). Bronz, 391 × 593,1 × 369,7 cm.

Goofy (Palazzo Grassi).
Bronze 126 × 56,7 × 58,7 cm.



Mickey
(Palazzo Grassi).
Bronz
91 × 71 × 61 cm.



Dalgıç tarafından taşınan *Mickey* (Palazzo Grassi).



En İyi Arkadaşlar (Palazzo Grassi).



Medusa'nın Kesik Başı
(Palazzo Grassi).



Hidra ve Kali (Palazzo Grassi).
Gümüş, boya 93,5 × 122,2 × 57,5 cm.
Sergi agrandismanı ve dalgıçlar
tarafından incelenmesi.

hazinenin Hirst tarafından denizin derinliklerinden çıkarıldığını iddia eden sergide, her eser bu görüşü kanıtlamak istercesine kabuklu deniz hayvanları, yosunlar ve mercan oluşumlarıyla kaplanmış. Birbiriyle kavga eden iki Hindu tanrısı Kali'nin iki bronz heykeli, devasa bir Aztek tarzı takvim taşı, birtakım tek boynuzlu at kafatasları, farklı boyutlarda parıltılı istiridye kabukları, mercanla kaplanmış Mickey Mouse ve bunun gibi daha pek çok eser, geminin hazinesini gerçekten muhteşem ve inanılmaz kılıyor.

Takvim Taşı (Punta della Dogana).

Bronz 422,5 × 475,8 × 172,3 cm.

Mezoamerikan ve Aztek takvimleri bir hayli karmaşık kozmolojik bir dünya görüşüne net bir şekilde işaret etse de, bunların tam anlamı henüz kavranamamıştır. Bu örnek, Mexico City'deki Ulusal Antropoloji Müzesi'nin en sahipliğini yaptığı Piedra del Sol isimli ünlü Aztek takvim taşı ile benzer bir ölçekte. Bunun gibi disklerin, yaklaşmakta olan kıyamet de dahil olmak üzere, önemli olayları öngörmek için kullanıldığı düşünülmektedir. Takvim taşları aynı zamanda nüfusa titiz bir seremoni planı empoze etme işlevi de görmüş olabilir. 1961'de yayımlanan ve Meksikalı bir erkek çocuğunun bedeninde Maya dönemine zaman yolculuğu yapan bir adamın hikâyesini anlatan "hilekâr" roman *The Soft Machine*'in yazarı olan William Burroughs'un ilgisini çeken de onun kontrol mekanizması olarak oynadığı bu roldür. Burroughs, gerçekliğin inşa edilmiş doğasına işaret etmek için metnin yeniden düzenlenmiş parçalarında uzay ve zaman motifleri kullanmıştır. Roma döneminden kalma bir batıkta Hispanik öncesi, Güney ve Orta Amerika kökenli olduğu tahmin edilen objelerin bulunması halihazırda açıklanmamıştır.

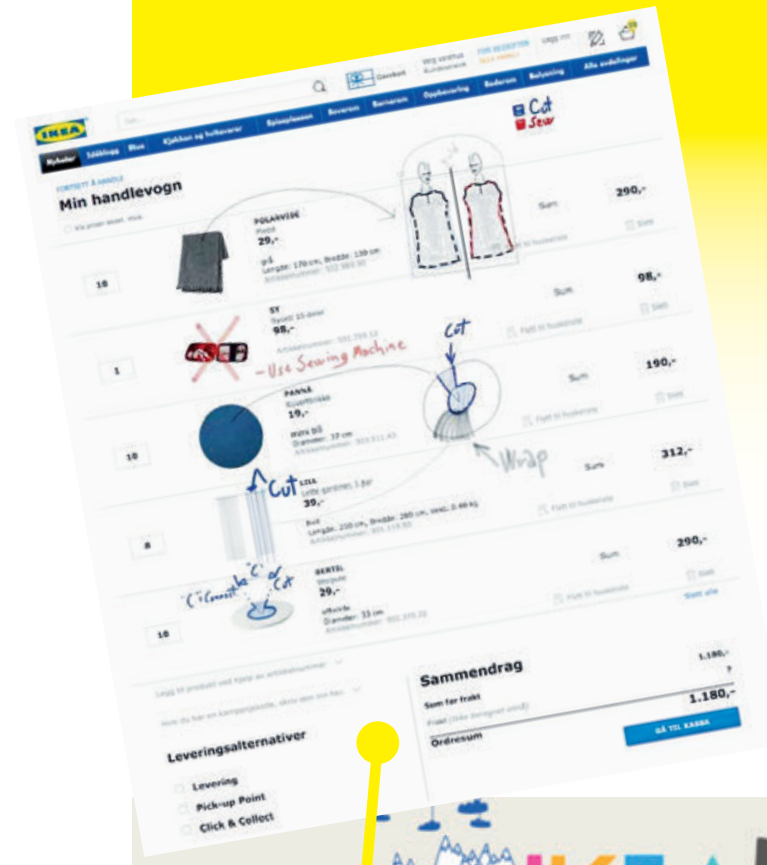


Yeni Ustalar: IKEA *hacker*'ları

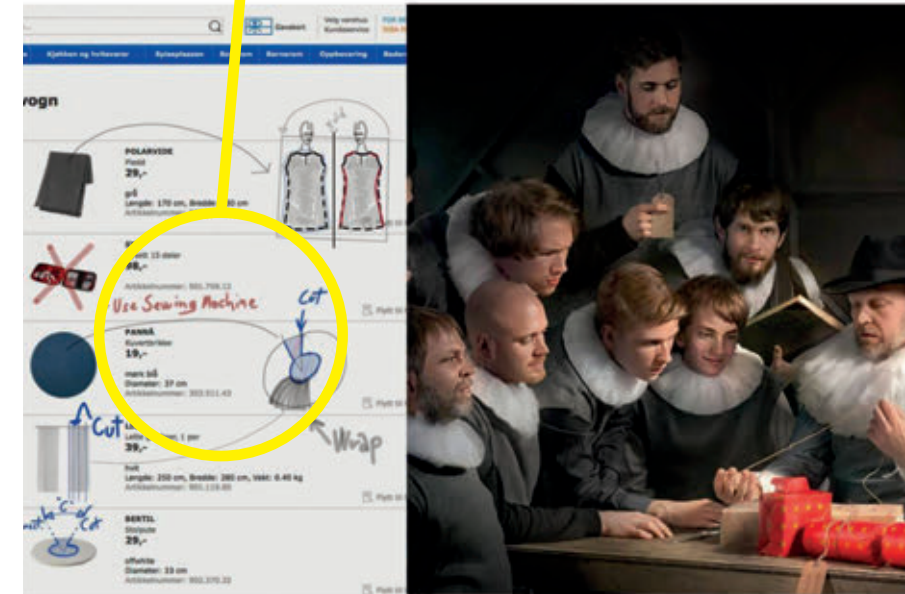
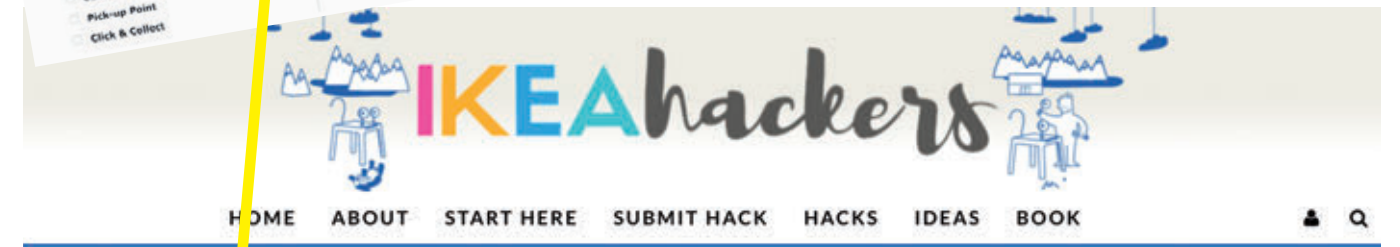
BİR ÜRÜNÜ kişiselleştirmenin yolu el becerisini hayal gücüyle harmanlamaktan geçiyor. IKEA'nın "kendin yap" felsefesi IKEA *hacker*'ları tarafından ortaya yeni bir kavram çıkardı. IKEA'dan çeşitli modüller ve ürünler satın alıp tamamen farklı bir ürüne dönüştürenlere verilen bu isim, IKEA'nın kurumsal olarak da desteklemesiyle *hack*'lenme sözcüğüne de gayet pozitif bir anlam kattı. www.ikeahackers.net sitesinin kurulmasıyla iyiden iyiye hayata giren hareket, büyük bir markayla onun öncülüğünü yaptığı yaptakçılık kültürüne yeni bir buluşma platformu yaratmış durumda. Dönüştürülmüş ürünlerin paylaşılmasıyla IKEA *hacker*'larının sergi alanına dönüşen sitede, tasarım planlarından daha öteye gidecek şekilde yeniden yaratılan nesneler yer alıyor. Eşyalara ilk planın ötesinde yeni bir anlam katmak ve senaryoyu yeniden yaratmak, yeni bir tür estetik ve tasarım kültürünü de temsil ediyor. Yaratıcı süreç, küresel üretici kültürüyle paralel giden bir topluluk ortaya çıkardığından bu *hack*'leme kapalı kapılar ardında değil.



Salata kâseleri retro hoparlörlere ve oyuncak bebek evleri sehpalara dönüştürülebiliyor örneğin. IKEA'nın ünlü mavi alışveriş çantası, havalı bir sırt çantası haline gelebiliyor. Geçen yıl en ünlü *Game of Thrones* kostümü olan pelerinin aslında bir IKEA kilimi olduğuna dair haberler çıktığında, herkes IKEA'dan gelecek tepkiyi merak ediyordu. *Vinter-skulderwarmer* kiliminin birtakım değişikliklerle pelerin olarak stilize edildiği ortaya çıkar çıkmaz IKEA da vakit kaybetmeden harekete geçerek *Game of Thrones* pelerininin nasıl *hack*'lenebileceğini gösteren talimatları da içeren bir katalog yayımladı. Bu da muhtemelen sahibi tarafından olumlanan ve sürüp gitmesi teşvik edilen ilk *hack*'lenme vakası olarak tarihe geçti. Bu vakanın neden başka bir markanın değil de IKEA'nın başına geldiğini sorguladığımızda ise şu yanıtı bulabiliyoruz: Modern ve sade olan şekiller basit, kolay, erişilebilir ve yeniden yaratılmak için sınırsız olasılıklar sunuyor. IKEA bir ilk olabilir ama tek tek *hack*'lenenin o kalmayacağı kesin gibi.



Shopping list for the Rembrandt photo shoot



PHOTOGRAPHER TURNS TO IKEA FOR REMBRANDT PHOTO SHOOT

JULES YAP • JANUARY 12, 2018

What does Rembrandt have to do with IKEA? Nothing much except a photographer in Norway somehow managed to put them together in a surprising Rembrandt photo shoot. A camera store, Stavanger Foto commissioned Stig Håvard Dirdal to create a Christmas greeting card. Given complete reins over the crea...

CLOTHES 0 COMMENTS 0

FRESH HACKS & IDEAS IN YOUR INBOX WEEKLY. FREE!

Email Address First Name YES, PLEASE!



Welcome to the wonderful world of IKEA hacking.

IKEAhackers.net is all about modding, repurposing and customizing IKEA products. We have 5,000 (+ counting!) hacks from all over the globe. You're bound to find something to inspire you.

So make yourself comfortable and let's begin.

Happy hacking!

jules



SWITCH TO BLOG VIEW



Mavi İ/Y 2018 Koleksiyonu
Fotoğraflar:
Mariano Vivanco
Stil editörü:
Carlo Alberto Pregnolato
Saç:
Olivier Schawalder
Makyaj:
Maxine Leonard
Modeller:
Romee Strijd
Jordan Barrett

Maviology

Mavi Giyim San. ve Tic. A.Ş.
adına sahibi
Elif Akarlılar

Sorumlu müdür
Pınar Gözeri

Editör
İzzeddin Çalışlar

Tasarım
Esen Karol

Katkıda bulunanlar
Adrian Higgs
Can Yılmaz
Hilal Akgün
Saner Gülsöken
Uğur Bektaş

Kapak fotoğrafı
Tamer Yılmaz

Bu sayıda kullanılan fontlar
Klinik Slab by Joe Prince, Lost Type
F Grotesk by Radim Pesko

Yayıncı
Mavi Giyim Sanayi Ticaret A.Ş.
Sultan Selim Mah.
Eski Büyükdere Cad. No: 53
Kağıthane 34418 İstanbul
Telefon: +90 212 371 20 00
info@mavi.com
www.mavi.com

Basımevi
Mas Matbaacılık A.Ş.
Hamidiye Mah., Soğuksu Cad., 3,
Kağıthane, İstanbul, Türkiye
Telefon: +90 212 294 10 00
info@masmat.com.tr

İstanbul Mayıs 2018



mavi.com



/mavi

İSTANBUL
KÜLTÜR
SANAT
VAKFI



Festival Sponsoru



25. İSTANBUL CAZ FESTİVALİ 25th ISTANBUL JAZZ FESTIVAL

26 HAZİRAN JUNE - 17 TEMMUZ JULY 2018

**ROBERT PLANT &
THE SENSATIONAL SPACE SHIFTERS**
NICK CAVE & THE BAD SEEDS
MELODY GARDOT • BENJAMIN CLEMENTINE
CARO EMERALD

25. YILDA NESİLLER BOYU TÜRKİYE CAZI: TRT HAFİF MÜZİK VE CAZ ORKESTRASI
& KONUKLAR • DAVE HOLLAND, ZAKIR HUSSAIN, CHRIS POTTER
KURT ELLING QUINTET WITH SPECIAL GUEST MARQUIS HILL
AVISHAI COHEN "1970" • R+R=NOW ROBERT GLASPER/
TAYLOR MCFERRIN/DERRICK HODGE/CHRISTIAN SCOTT/TERRACE MARTIN
ERKAN OĞUR QUARTET • THE FRED HERSCH TRIO • TANER ÖNGÜR & 43,75
PARISIEN/PEIRANI/SCHAERER/WOLLNY "OUT OF LAND"
OMAR SOSA & YILIAN CAÑIZARES "AGUAS" • KALBEN
BADBADNOTGOOD • ZARA MCFARLANE
YÜZYÜZEYKEN KONUŞURUZ

ADAM BAŁDYCH & HELGE LIEN TRIO W. TORE BRUNBORG "BROTHERS"
ALIKE PLACES • ANAT COHEN & MARCELLO GONÇALVES • ÇAĞRI SERTEL "INSTANT"
ÇOCUKÇA BİR GÜN • EDİZ HAFIZOĞLU "NAZDRAVE"
ERCÜMENT GÜL QUARTET • FABRIZIO BOSSO QUARTET
FOCAN & BIYIKOĞLU ORGANIC EXPEDITIONS • GECE GEZMESİ
GENÇ CAZ KONSERLERİ • ISLANDMAN • JULIAN LAGE TRIO • KNOWER
KOFFIE • LARA Dİ LARA • MASSIMO MANZI TRIO FEAT. ELİF ÇAĞLAR
MELİKE ŞAHİN • NİLİPEK. • PARKLARDA CAZ
SELEN GÜLÜN "KADINLAR MATİNESİ" • SHAHİN NOVRASLI TRIO

25 YILDIR CAZ VEDA HASI

caz.iksv.org



@istanbulcazfestivali



istanbulcazfest

iksv kurucu sponsor



iletişim



taşıyıcı



konaklama



Biletler Biletix ve İKSV'de.



Maviology'nin katkılarıyla yayınlanmıştır.