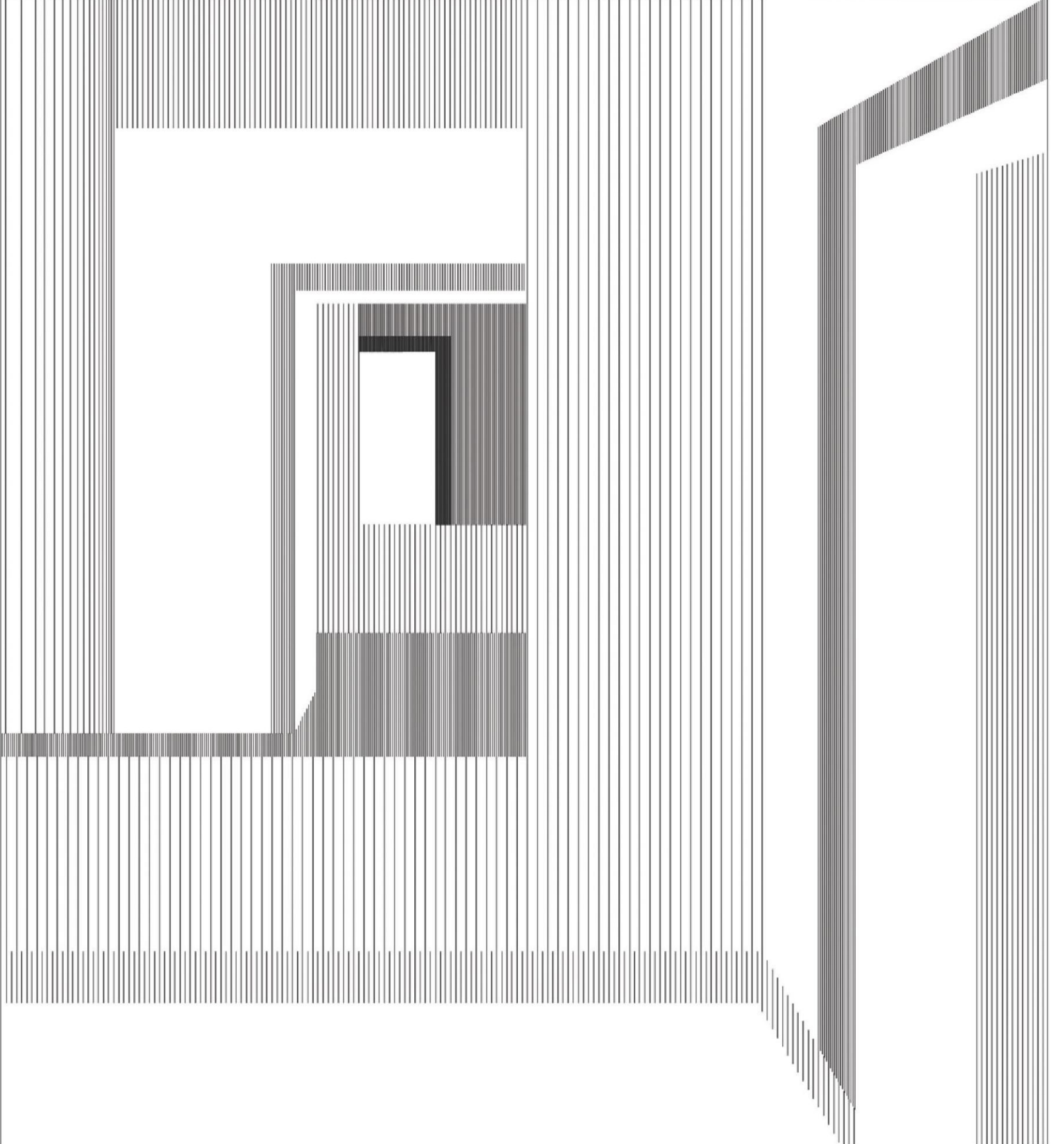


RAF

TÜRKİYE'NİN ÜRÜN DERGİSİ

KASIM 2022 | S.96

ISSN: 1306-1348 www.raf.com.tr





BAB Architects

İstanbul merkezli, kolektif bir mimari oluşum olan BAB, 2018 yılında İç Mimar Hüseyin Beş ve Mimar İrem Arıbaş tarafından kuruldu. BAB Architects; tasarım, proje yönetimi, uygulama ve danışmanlık hizmetleri başlığı altında mimari, iç mimari, televizyon stüdyosu ve sahne tasarımı alanlarında projeler geliştirmek amacıyla Kadıköy'de bulunan ofislerinde çalışmalarını sürdürmeye devam ediyor.

Her yeni projeyi kendi bağlamı içerisinde ve proje özelinde yeni bir başlangıç olarak ele alıyor ve bu bağlama, yapı ve mekanların ihtiyaçları doğrultusunda değer katacak, yenilikçi, kaliteli ve karakteristik çözümler üretmek üzere tasarım ve üretim yolculuğunda bir tasarım atölyesi anlayışı içerisinde hizmet veriyor. Bu yönde ekip arkadaşlarının da değerli katkılarıyla, tasarım sürecinde birlikte çalışılan kişi ve kurumlar için kâğıt üzerinde taahhüt ettikleri özgün hayalleri, mekansal anlamda bütüncül, sağlam temellere dayanan ve tasarımı ile birebir örtüşen gerçeklere dönüştürüyor.

Yapmış oldukları projeler ile dokundukları yapı ve mekanlara kazandırmayı amaçladıkları anlam ve değerler bütünü, aynı zamanda mesleğe verilen anlam ve değerlerin bir yansımasıdır.

www.babarch.com

Projeleriniz için öncelikli olarak tercih ettiğiniz, bağ kurduğunuz özel markalar var mı? Ne gibi kriterler firmalar ve markalar ile bağ kurmanızı sağlar?

Projelerimizde bağ kurduğumuz ürünler elbette var. Bizi bu markalara bağlayan ortak nokta ise genelde yapmış olduğumuz tasarımlara işlevsel ve görsel üstünlük kazandıran, karakteristik çizgiye sahip, hammadde tercihlerinde uzun vadeli kaliteye önem vermeleri oluyor. Bu doğrultuda, doğadan malzemelerin kullanıldığı, plastik ve diğer petrol bazlı ham maddelerin kullanılmadığı, sürdürülebilirlik kavramını kendilerine ilke edinmiş markalarla bağ kurmamız kolaylaşıyor.

Bizler için bir markayı tercih edilir kılan bir diğer sebep ise markanın ikonikleşmiş ürünlerinin olması, farklı alan ve amaçlara hizmet eden çok çeşitli ürünler yerine belli bir alana yönelik ürünler üretmesi. Bir işletme bir ürünün ortaya çıkması için gereken faaliyetlerde ne kadar etkili ve özverili ise o ürün katma değerlidir. Eğer yıllar sonra hala değerli ise marka tüketim malzemesi olmaktan çıkar ve başlı başına bir katma değere dönüşür. Marka tercihlerimizde bizim için bu kriter çok önemli.

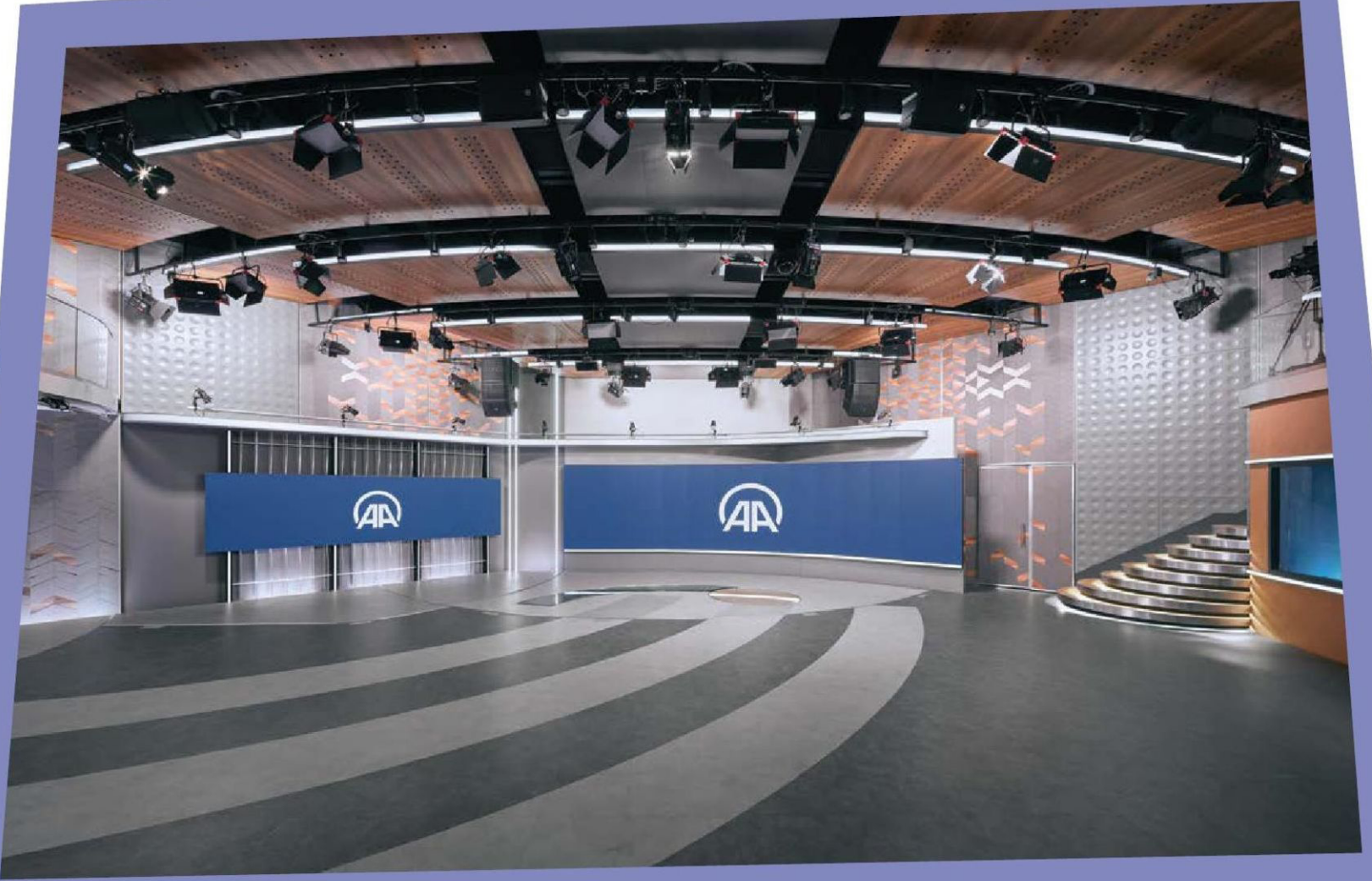
Projelerinizde kullanacağınız ürünler için karar verme süreci ofisinizde nasıl işliyor? İdeal bir materyal seçim sürecini nasıl tanımlarsınız?

Kullanacağımız ürünleri çoğunlukla tasarımın ortaya çıkış aşamasında belirliyoruz. Bu evrede hazır ürün seçimlerinin, özel imalat üretimlerinin ve yüzey malzeme seçimlerinin konsept süreci ile paralel gitmeleri gerekiyor. "Şöyle bir şey koyalım, sonra bakarız" gibi bir durum bizim için asla söz konusu değil. Tasarlarken hayal ettiğimiz sonucu en iyi yansıtacağını düşündüğümüz ürünleri, renkleri, malzemeleri, dokuları belirliyor ve proje görselleri ile kullanıcıya vadettiğimiz tasarımın, teslim edildiğinde de aslını eksiksiz yansıtmalarını son derece önemsiyoruz. Bu yönde ilk işimiz oluşturmak istediğimiz konsept proje için bir ilham panosu (mood-board) hazırlayıp ürün numunelerini, renkleri ve yüzeyleri bir arada görmek oluyor.

Bunun yanı sıra genellikle küçük numuneler ya da kütle tasarımlarını 3D yazıcı ile önden test etmek de kullandığımız bir yöntem. Gelişen teknolojiye faydalanmayı seviyoruz, VR gözlükler yardımı ile yapmış olduğumuz modelin içerisinde bir fikir sahibi oluyoruz. Onaylı tasarımlar üzerinden imalat sürecine geçmişsek seçimlerimiz için birer mock-up yaptırıyoruz.

İşveren ve firma kısıtlamalarının olmadığı bir ütopyada, ideal materyal seçimlerimiz kesinlikle en uzun ömürlü ve en doğaldan yana olurdu. Öncelikle malzemeyi yüzey dayanımları açısından değerlendirmek önemli bir kıstas. Yüzeyi aşınsa dahi tekrar düzeltebileceğimiz, basit müdahalelerle yenilenebilir her ürün yani malzemenin kendisi en uzun ömürlü ve genelde en estetik seçimler oluyor.

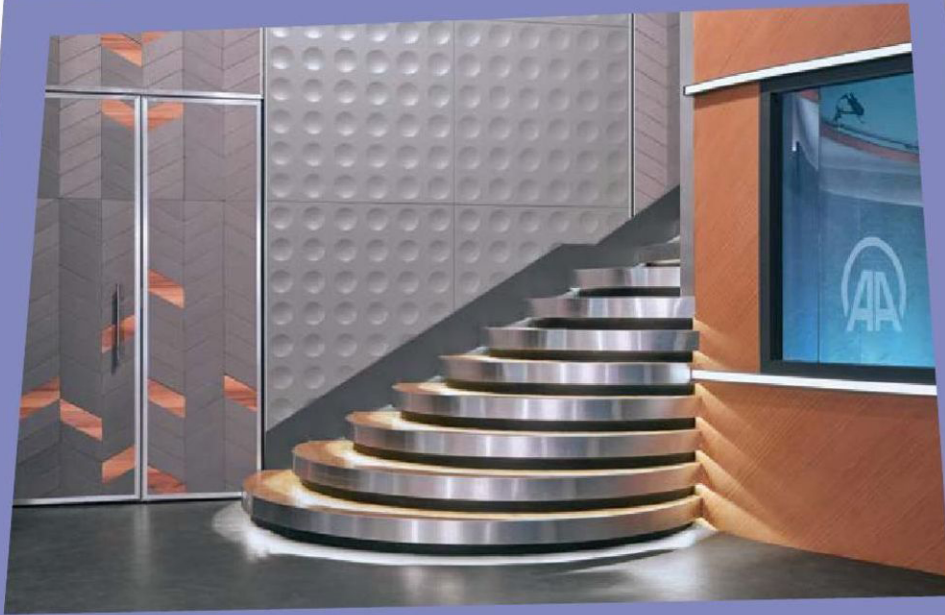




AA Ankara Genel Müdürlük Aatölye
Fotoğraf: Egemen Karakaya

Yapı malzemeleri üzerine son gelişmeleri nasıl takip ediyorsunuz? Hangi kaynaklardan faydalanıyorsunuz?

Genellikle yapı fuarları bu anlamda çok faydalı oluyor. Bu tip organizasyonlarda çoğu zaman kendi imkanlarınızla bir araya toplanamayacak kadar çok ürünü bir arada görme-kıyaslama şansı doğuyor. Tüm bunların yanı sıra, içeriğini bildiğimiz ve zaten takip ettiğimiz markaların global sitelerini açık tutuyoruz. Bu siteler aracılığıyla yeni ürün tanıtım videolarını ve görsel materyallerini inceleme şansı buluyoruz. Merak ettiren ve projelerimizde kullanma isteği uyandıran ürünler için bu markalarla iletişime geçerek numune talebinde bulunuyoruz. Yapı dergileri de bu konuda bize çok destek sağlamakta. Günümüzde yeni bir üründen haberimizin olmaması kendimizi tekrarlamamıza sebep olabiliyor. Ezberlerden uzak tasarım yapmanın yolu biraz da yeni ürünleri takip etmekten geçiyor.



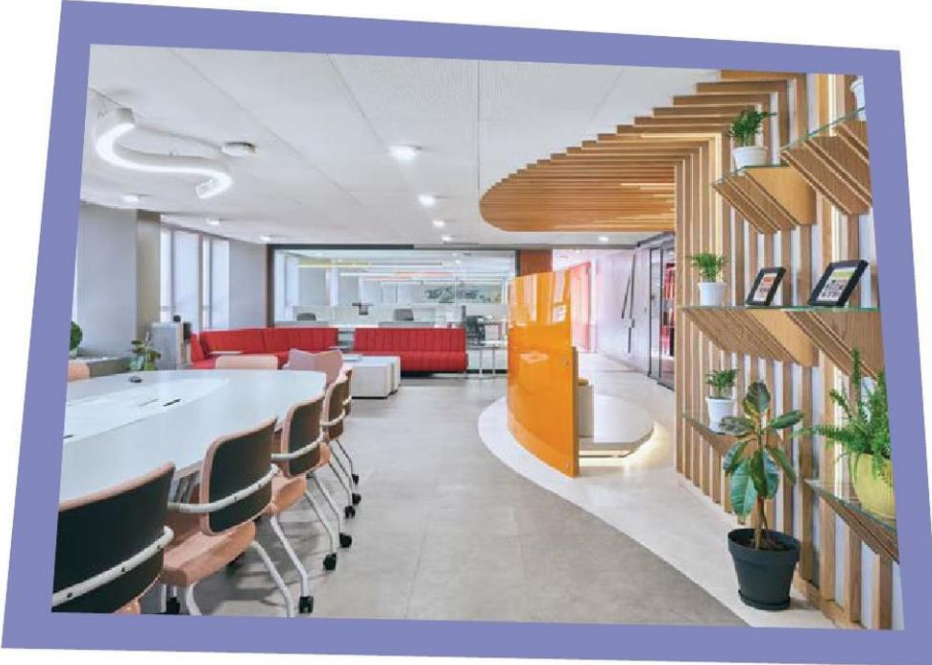
AA Ankara Genel Müdürlük Aatölye
Fotoğraf: Egemen Karakaya

Projelerinizde imzanız olarak adlandırabileceğiniz, olmazsa olmazınız bir malzeme var mı?

Aslında projelerimizde elimizin muhakkak gittiği ufak ya da büyük bir yer bulup konumlandığımız birkaç malzeme var. İmza diyebileceğimiz yaklaşım bizim için tek bir malzemeden çok bir iki malzemenin birbiri ile olan kombinasyonu. Yine de bu kombinasyonlar içerisinde bir seçim yapacak olsak bu sorunun bizdeki kazananı doğal ahşap olurdu. Tasarladığımız bir mekânın psikolojik yönde soğuk-sıcak algısını dengelemek konusunda, soğuk malzeme seçimlerimiz projelerimizde değişkenlik gösterse de sıcak bir sezgisel algı yaratmak üzere değişmeksizin her zaman doğal ahşap kullanımına yönelmekteyiz. Kolay işlenebilirliği ve dayanıklılığı beraberinde doğal ahşap malzemenin renk ve doku bakımından sahip olduğu sayısız çeşitlilik de bizim için malzemenin avantajlarından bir tanesi. Aynı zamanda malzemenin doğal kusurlarının da mekansal karakteri olumlu yönde güçlendirdiğini ve tasarımın arka planında etkili bir bileşeni olduğunu düşünüyoruz.



AA Ankara Genel Müdürlük B Blok Ofis Katları
Fotoğraf: Egemen Karakaya



AA Ankara Genel Müdürlük B Blok Ofis Katları
Fotoğraf: Egemen Karakaya



TRT Haber İstanbul Ayazağa Stüdyosu

Türkiye yapı endüstrisinde eksikliğini hissettiğiniz ürünler var mı?

Türkiye yapı endüstrisinde eksikliğini hissettiğimiz malzemelerin başında kontraplak malzemelerin çeşitli olmayışı geliyor. Bu doğal yollarla lamine edilen, dayanıklı ve uzun ömürlü malzemenin yaygınlaşmasını ve çeşitlenmesini isterdik.

Eksik gördüğümüz bir diğer malzeme ise çapraz lamine ahşap. Ahşap lifin gücü atmosferde azaltmaya çalıştığımız karbonu emmesinden geliyor. Atmosferik karbonu azaltmanın ve depolamanın sürdürülebilir yollarından biri çapraz lamine ahşap olabilir.

Bu listeye dahil etmek isteyeceğimiz bir malzeme de ince, dayanıklı, su geçirmez ve yangına dayanıklı beton emdirilmiş bir kumaş olan beton kanvas.

Yüksek teknoloji yapı ürünleri hem doğa dostu hem de uzun ömürlü oluyorlar. Bu tip sayabileceğimiz mantar yalıtım, patates sunta, sıfır karbon çimento, hafızalı çelik gibi sayısız ürün var. Ülkemizdeki gelişmiş yapı sektörünün bu trendlere ayak uydurabileceği düşüncesindeyiz.

