

maviology

İLKBAHAR-YAZ 2019

TAZELİK “Taze” Nasıl Denir? — 1 Mavi Yaz’ın Jean’leri — 2 İnsanın İçini Tazeleyen Yaz Halleri — 8 Mavi Icon X Serenay — 12
Denim Günleri’nden Taze İlham — 20 Taze Bitki Hikâyeleri — 22 Meyveler Nerele? — 26 Bir Deniz Kaplumbağasının Yaşam Öyküsü — 30
#ilovemavi — 34 No Makeup Hareketi — 36 Modernizm Karşısında Akdeniz Mimarisi — 38 Only Human: Martin Parr — 42 Beden ve Spor — 46

www.mavi.com





Dünya üzerinde gezinirken, her an herkese lazım olabilir.

"TAZE" NASIL DENİR?

C

ARAPÇADA CEDİD

F

FRANSIZCADA FRAIS

İTALYANCADA FRESCO

İSPANYOLCADA FRESCO

YUNANCADA FRESKO

ALMANCADA FRISCH

DANİMARKACADA FRISK

İŞVEÇÇEDE FARSK

NORVEÇÇEDE FERSK

K

SOMALİCEDE KUSUP

P

BULGARCADA PRYASNO

RUMENCEDE PROSPAT

S

TAYCADA SO

ÇİNCEDE SİNSİYAN

JAPONCADA ŞİNSEN

KORECEDE SİNSEONHAN

ENDONEZCEDE SEGAR

MALAYCADA SEGAR

HIRVATÇADA SVYEZE

LEHÇEDE SVIYEZI

RUSÇADA SVEZHI

SIRPÇADA SVEZ

T

HİNTÇEDE TAAZA

AZERİCEDE TEZE

KÜRTÇEDE TEZE

ERMENİCEDE TAREM

FİNCEDE TUORE

NEPALCEDE TAJA

V

LEHÇEDE VERS

Y

İRLANDACADA YUR

ÖZBEKÇEDE YANGI

MAVİ YAZ'IN JEAN'LERİ



Modeller:
Megan Williams
Nina Marker
Gigi Ringel
Ben Bowers
Alessio Pozzi
Fotoğraflar:
Emre Doğru
Stylist:
Carlo Alberto Pregolato



Rahat spor giyim ve sokak modasının etkilerini taşıyan 80'lerin kulüp kültürünün enerjisi, bir dizi detaylı, konforlu fit ile devam ediyor. Tekrarlanan logo şeritleri, bel kordonları ve kontrast renkli fermuarlar önemli ayrıntılar olarak dikkat çekiyor.

Glam Girl hikâyesi devam ediyor. Genç kızlar bireyselliklerini ve "cool" enerjilerini kucaklarken kalabalığın içinde öne çıkıyor. Fermuarlar ve parlak düğmeler gibi göz alıcı metal detaylar güncellenirken, skinny stillerdeki arka cep detayları seksi görünümlerini koruyor.

İLKBAHAR-YAZ 2019 KADIN KOLEKSİYONU

İlkbahar-Yaz 2019 sezonunun çarpıcı trendlerinde taş yıkama, asit yıkama ve ağırtılmış denimler dikkat çekiyor. Açık mavi tonlar ve bomber ceketler, 80'lerden esinlenilen düşük omuzlu silüetlerle koleksiyonda yerini alıyor.

Tozpembe, duman grisi ve gümüş grisi kaplama kargo pantolonlar; indigo, yırtık boyfriend şortlar; nötr ve pastel renkler; bermuda şort, günlük kullanım için ideal. Cindy mom jean ve yüksek belli Tess gibi jean'lerle mükemmel uyum sağlıyor.

Sezonun olmazsa olmazı, 90'lı ve 2000'li yılların favorilerinden kargo pantolonlar pastel pembe, kaplama gümüş grisi ve 90'ların puslu yıkamalarıyla daha feminen görünümlerle sunuluyor.

Denimin köklerine uzanan, güncellenmiş western gömlekler ve orta açık tonlarda, kumaş artıklarından hazırlanan püsküllü denim ceketler koleksiyona yeni bir boyut kazandırıyor. Düz paça ve boyfriend jean'ler sezonun temel parçaları arasında yer alıyor.

En güncel yenilikleri bir araya getirmek ve ince, lüks karışımli ipliklerle yenilikçi kumaşlar geliştirmek, Mavi'nin her sezon Gold müşterileri için benzersiz konfor sunan yeni fit'ler yaratmasını sağlıyor. Alissa yüksek belli süper skinny, sezonun vazgeçilmez stillerinden biri olacak. Gold Icon ise moda silüetlerini gerçek bir denim görünümüyle sunuyor.

Süper premium, yumuşak ve yüksek performanslı kumaşlar, seçkin

detaylar ve üstün kaliteli özel dikim konstrüksiyonlarla buluşuyor. Tencel ve modal karışımli kumaşlar, gün boyu kullanım için dayanıklılık ve konfor sağlıyor ve koyu indigo, mürekkep ve siyah renklerin özel tonlarında sunuluyor. Yaz mevsiminde denim gömlek elbiseler, slim boyfriend jean'ler ve yüksek belli kısa paçalı pantolonlar beyaz, buz grisi ve buz mavisi tonlarıyla tatil destinasyonlarında ve günlük şehir yaşamında rahatlıkla giyilebilecek.



İLKBAHAR-YAZ 2019 ERKEK KOLEKSİYONU

Mavi Black, 2019 ilkbaharı için şık, premium bir görünüm sunuyor. Zamansız renkleri ve orta-koyu tonlar, siyah eskitilmiş yıkamalar, özel etiketlerle ve yeni detaylarla canlanıyor. Sıcak aylar için yeniden tasarlanan Summer Black benzer özellikleri kombine ederken, orta pastel tonlar, neo denim, puslu mavi

yıkamalar ve benzersiz hafif metal detaylar içeriyor. Ürün seçkisi, koyu mürekkep tonlarda gömlekler ve kaplama yüzeyli premium denim kumaştan bir ceketle tamamlanıyor.

Grey Blue denim hikâyemiz, modern şehirli erkek için önemini korumaya devam ediyor. Bu görünüm, zengin bir tamamlayıcı dokunuş için yeni denim detayları, vurgu dikişleri ve modern metal aksesuarları kombine ediyor. Dijital dünyanın teknoloji topluluklarından ilham alan Silicon Vadisi koleksiyonu, işlevsel detayların yanı sıra rahatlık ve hareket özgürlüğü sağlıyor. Orta ve degrade tonlardaki beş cepli pantolonlar, sportif şeritler, deri vurgular ve kıvrık paçalar gibi özenli detaylarla tamamlanıyor. İşe giderken spor giyinenlere hitap eden bu konsept, çıkarılabilir kapüşonlu denim ceket ve orta gri, eskitilmiş siyah ve yoğun yıkama denim gömlekleri de içeriyor.

Mavi Sport, üstün konfor ve modern bir görünüm için tasarlanan şehirli ve konforlu bir seri sunuyor. Günlük, sportif beş cepli jean pantolonlar, atletik şeritler, kesik denim paçalar ve diz detayları ile yeniden tasarlanıyor. Yumuşak pamuklu kumaştan üretilen şık chino pantolonlar, klasik detayları aynı renklerde

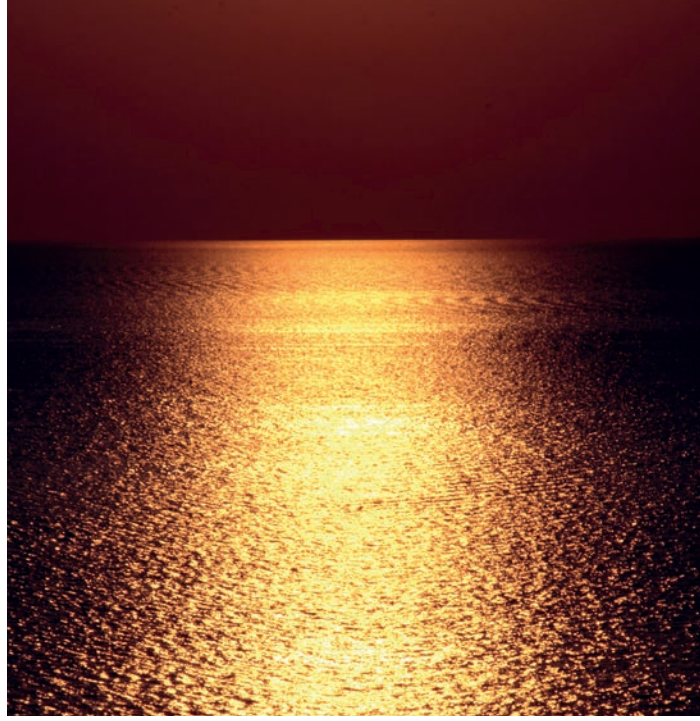
Ultra Move bu sezon daha da gelişerek yeni bir şık şehirli görünüm sunuyor. Sade, fütüristik bir renk kullanımı beyaz dokunuşlarla zenginleşiyor. Sportif fermuarlar ve cepler, yenilik hissi veriyor. Tasarım detaylarında biçimli, 3D destekli yapılar, kesikler, pileler ve yansıtıcı unsurlar orta tonlar ve aykırı renklerle kombine ediliyor. Yeni görünüm, tüm metal aksesuarlar ve etiketler Mavi markalı detaylarla tamamlanıyor.

TAZE GİYİN - TAZE GÖRÜN - TAZE HİSSET

Fotoğraflar: Emre Doğru



İNSANIN İÇİNİ TAZELEYEN YAZ HALLERİ



MAVİ MYKONOS JEAN

Yılın en uzun günlerinin hakkını vermek lazım. Güneşle buluşmanın yolunu bulmak gerek. Güneş kremi uygun koruma faktörlü olduktan sonra, ister kumsal ister beach club, nerede olursa olsun hayatın kaynağıyla randevulaşın.

Mavi Mykonos Jean, sizi Ege adalarındaki o buluşma sonrası hayal ederek tasarlandı; merkezden uzak bir kayalık üzerinde uzanmış, günbatımını beklerken.



MAVİ İBİZA JEAN

Günbatımı herkesi havaya sokmayı çok iyi bilir. Tenin yeni rengi kendini göstermeye hazırlanırken, bazı yerlerde güneş yeniden doğana kadar susmayacak tınılar duyulmaya başlar. Kimileri için parti zamanı gecedir ama Ibiza'daysan eğer, müzik ertesi sabah da devam edecektir. Mavi Ibiza Jean, günden geceye, geceden güne uzananlar için tasarlandı; saatin kaç olduğunu merak bile etmezken.





MAVİ BALI JEAN

Her akşam saati geldiğinde, birkaç dakikalığına tüm gökyüzünün portakal rengine dönüştüğü, aynı rengin bin bir tonu olabileceğini kanıtlayan bir günbatımı şöleni yaşadığınızı düşünün. Varsayın, daha fazlasını talep etmeyi aklınıza getirmeyeceğiniz bir yerdesiniz ve kendinize “Nerdeyim ben?” diye soruyorsunuz. Mavi Bali Jean, dünyanın neresinde olduğunuzu unuttuğunuz yerde giymeniz için tasarlandı.



Editorial fotoğraflar: İzzeddin Çalışlar - Stil fotoğrafları: Hasan Karaarslan



MAVİ BODRUM JEAN

Bu yaz yine “Bodrum’a kaçsam...” diyeceğiniz bir an olacak. Begonvillerin önünden geçerken, şezlongda hareketsizken, iskelede yürürken, teknedeyken, pazardayken, dağıtırken, toparlanırken, güne yeniden başlarken, geceyi baştan yaşarken... Mavi Bodrum Jean, her halinizle sizi Bodrum’dayken düşünerek tasarlandı.





MAVİ ICON X SERENAY

Jean'le başlayan, jean'le süren,
jean'le renklenen bir şıklık hikâyesi





Mavi diyor ki: “Mavi Icon Serenay koleksiyonunda her biri ayrı havalı, her birinin kendine has bir özelliği olan, giyeni bir anda moda ikonuna dönüştürme gücüne sahip parçalar var.”

Serenay diyor ki: “Önce şıklık. Bu benim vazgeçilmezim. Ufak ve göz alıcı detaylara bayılırım. Jean sürekli hayatımda olduğu için onunla şıklık hikâyeleri yaratmayı seviyorum. Jean’imi kendini belli eden, çarpıcı parçalarla kombinliyorum. Koleksiyon da tam olarak benim tarzımı yansıtıyor.”



Fotoğraflar : Xavi Gords

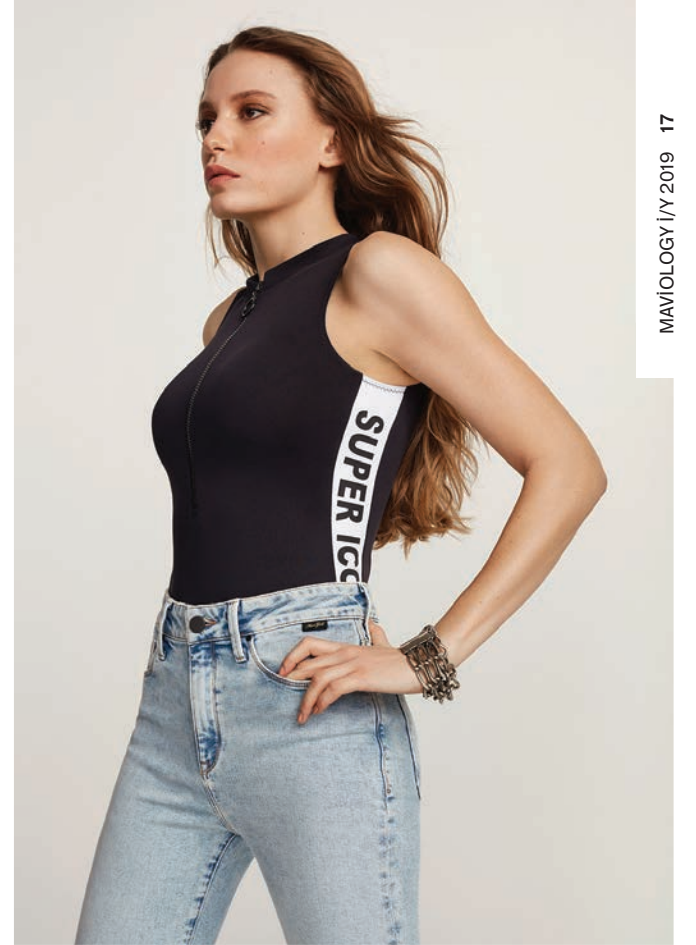


Mavi diyor ki: “Önce koleksiyonu gör, sonra dokun. Önce seç, sonra üzerinde hayal et. Önce jean’i giy, sonra üstüne yakıştırdıklarını dene. Önce yeni görünümünden emin ol, sonra en şık halinle bambaşka, havalı mı havalı bir kadına dönüş.”

Serenay diyor ki: “Modayı gerçekten çok seviyorum. Araştırmak, dünyada neler olduğunu takip etmek hobim gibi. Tek parçayla da gerçek şıklık yakalanabilir; ama modadan beklediklerimi bu kadar yansıtan bir koleksiyon olmamıştı.”

Mavi diyor ki: “Serenay Jean, bu yazın ‘it jean’i’. Moda dünyasındaki çok yüksek belli jean trendinin en yenisi. Bu yüzden de Serenay Jean modelini, ‘Mavi’nin ikonik yüksek bel jean’i’ diye tanımlıyoruz.”

Serenay diyor ki: “Adımı taşıyan bir jean olması her zaman hayalimdi. Yıllardır bunu bekliyordum, bu sezon gerçek oldu. Koleksiyonda çok güncel ve trendy ürünler var. Tam benim gibi, yerinde duramayan, bir güne üç gün sığdırabilenlere göre, pratik ve gece gündüz her yerde giymek üzere tasarlanmış.”



İKONİK YÜKSEK BEL



Mavi'den Yeni
Serenay Jean

DENİM GÜNLERİ'NDEN GELEN TAZE İLHAM

Mavi tasarım ekibinden Emma Shrouder

Denim PV London ve Kingpins Amsterdam, İlkbahar-Yaz 2020 sezonu için birçok heyecan verici gelişme müjdeledi. İşte Denim Days'de öne çıkanlar:

"Real denim" görünümü etkinliğin en dikkat çeken özelliği.

Athleisure trendinden uzaklaşma yaşandığı ve denimin köklerine dönüldüğü görüldü.

Streç ve yüzde yüz pamuklu kumaşlarda ağırlık (13-14 onz) ciddi oranda artıyor.

Bu kumaşlara, asit yıkama, belirgin çizgiler ve retro konstrüksiyonlar özgün bir görüntü veriyor.

Tayt gibi özgürce hareket eden ve özgün görünüme sahip olan süper yumuşak, kaşmir benzeri denimler tercih ediliyor.

Her ağırlık ve yapıdaki kumaşta hafiflik ve rahatlık hissi hâkim. Kalın görümlü hafif parçalar, dokulu yapılar, dökümlü denimler tüm koleksiyonlarda yaygın yer alıyor.

Çevre ve doğanın korunması esas tema olmayı sürdürüyor.

Üreticilerin büyük kısmı geri dönüştürülebilir ve yenilenebilir malzemelerin, sudan tasarruf eden üretim süreçlerinin ve doğal kimyasalların kullanımına sürdürülebilir bir anlayışla yaklaşan koleksiyonları pazarlamayı tercih ediyor.



Standart bedendeki ürünler (şekillendirme teknolojileri sayesinde) tüm bedenleri kapsıyor. Bu durum e-ticaret için büyük bir önem teşkil ediyor.

70'lerden ve 80'lerden ilham alan neo-vintage akım gözde. Orta'nın Archive Chronicles koleksiyonu, nadir ikonik vintage parçaların izinden yeniden üretilen kumaşlar sunuyor.

90'ların görünümü hâlâ önemini koruyor. Genç stiller ve baştan aşağı denim görünümler yeniden tanımlanıyor.



KAYNANADİLİ

Prickly pear
Opuntia ficus-indica

Bir Meksika kartalı ağzında bir yılanla bir kaktüse tünere ve Aztekler de tam oraya şehirlerini kurarlar. Meksika bayrağında gördüğümüz sembol işte bu hikâyeye dayanır. O kaktüs Türkçede kaynanadili diye bilinen *Opuntia ficus-indica* kaktüsüdür; yani hint inciri, frenk yemişi ya da dikenli armut “Prickly pear”. Adı ne olursa olsun, tadına bakmadan geçmeyin. Su dolu, bazısı dikenli bazısı dikensiz türlerin tepesine taç gibi doluşan kırmızı, turuncu, sarı tonlardaki meyvesi bir C vitamini deposu. Dünyaya en çok yayılmış ve Kuzey Afrika’da, Akdeniz’de kendi evinde gibi yaşayan, kurak ve yarı kurak iklimlerde mutlu *Opuntia* kaktüsünün meyvelerini yerel pazarlarda veya yol kenarı narenciye tezgâhlarında mevsiminde bulmak mümkün. Toplaması kolay değil, soyması ise bir teknik gerektiriyor, zira üzerinde glochid’ler, dikenler var, çekirdekleri ise iri ve sert. Meyvelerine Meksika’da

tuna deniyor; reçeli, dondurması, Sicilya’da ve Malta’da likör ve içkisi yapılıyor. Ayrıca kırmızı meyvelerinden doğal kumaş boyası ve yapraklarında bulunabilen *Cochineal* denen bir tür kabuklu yaprak bitinin kanından da yine boya malzemesi elde ediliyor. Azteklerin bugüne renksiz kalan ama orijinalinde kırmızı, mavi gibi canlı renklerle boyalı olan yapılarında da kullanılmış. Erozyon kontrolünde değerlendirilen bitki, yaprakları sayesinde uzunca süre susuzluğa dayanabiliyor ve kaynanadiline benzeten (büyük ve dikenli diye herhalde) “pad”leri yere düşünce kolayca kökleniyor. O yüzden de Kuzey Afrika’da istilacı olarak nam salmış. Saksıda kolayca yetiştirilebiliyor, ancak çok uzun saatler gün ışığı talep ediyor, yoksa pad’ler yuvarlak değil zayıf ve ince gelişiyor.



SABIR OTU

Agave americana / *Century plant*,
Maguey, *American aloe*

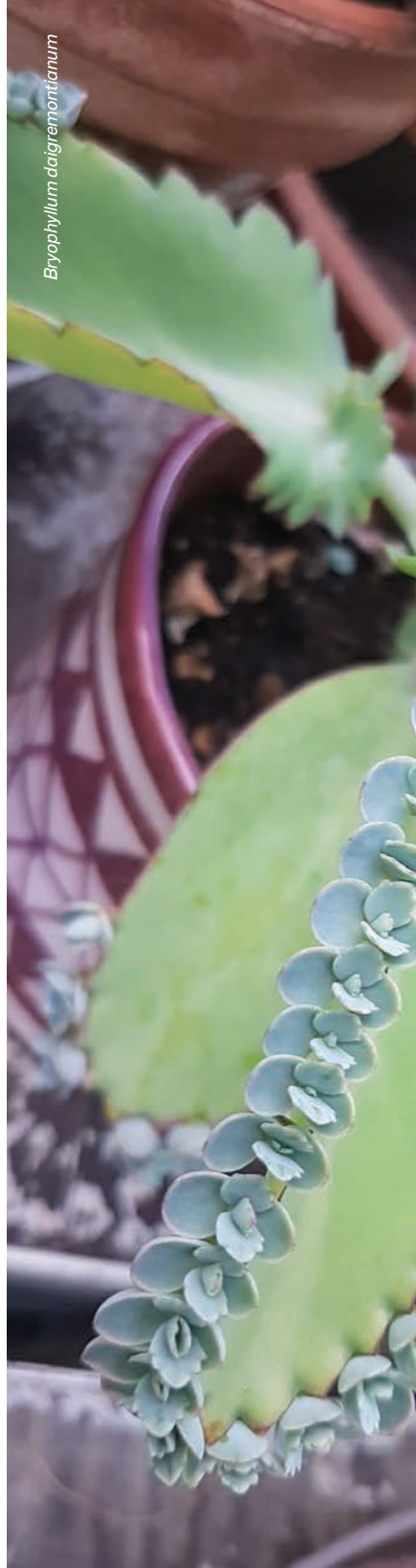
Bir Meksikalı sukulent devi! *Agave*! Dikkat, o bir kaktüs değil; bilakis, inanması zor ama kuşkonmazla aynı aileden. *American aloe* dense de *Aloe* ile ilgisi yok! Monokarpik yani bir kez çiçek açtıktan sonra ölen bir tür; neyse ki çiçek açması on-otuz yıl arası sürebiliyor. O esnada da dibinden yavrular, uzunca süre üzerinde kalan çiçeklerinden de yeni tohumlarla soyunu sürdürüyor. Birçok türü var ama *Agave*’ların en önemli ortak özelliği neredeyse her yerlerinden istifade edilebiliyor olması. Kökleri, yaprakları, suyu, meyvesi, çiçeğinin sapı, iğneleri... *Agave sisalana*’dan sisal hamaklar, kaba örülmüş tekstil ürünleri, *Agave tequilana*’dan tequila, bazı türlerin kalbindeki sıvının fırınlarda muamele görüp damıtılmasıyla mezkal içkisi, dikenlerinden tığ, şiş gibi örgü aletleri, çiçekleri açmadan önce toplanan şekerkamışı gibi yedi-sekiz metreyi bulan çiçek saplarından şuruplar, köklerinden ilaçlar ve daha neler neler üretiliyor. Çıktığı yer olan Meksika ve Güney Amerika dışında Avustralya, Hindistan, Afrika, Çin ve Akdeniz’de keyfi yerinde. Türkiye’de de arabayla seyahat ederken Akdeniz ve Güney Ege civarında *Agave americana* türünün dev bir şamdan gibi açmış çiçeklerine rastlamak mümkün. Saksıda yetiştirilebilir ama sağından solundan geçecek yeterince geniş bir alan ve uzun saatler gün ışığı alacağı bir yer olmalı. Masa üstü bitkisi olmak için fazla görkemli! Bahçeye veya geniş bir balkona daha uygun olduğu söylenebilir. Bebekli veya hareketli çocuğu olanlar için de uçlarındaki şiş gibi dikenler risk yaratabilir. Ama bahçede müthiş bir mimari etkisinin olduğu kesin.

TAZE BİTKİ HİKÂİYELERİ



BU BAHAR BALKONLAR, BAHÇELER, CAM ÖNLERİ İÇİN BAKALIM KİM HANGİSİNİ İSTER...





Bryophyllum daigremontianum

AŞKIN GÖZYAŞLARI

*Devil's back bone, Mother of thousand
Bryophyllum daigremontianum,
(eski adıyla) Kalanchoe daigremontiana*

Eski dünyanın, hatta spesifik olmak gerekirse Madagaskar'ın yerlisi, dünyada yayıldığı yerlerde ise bahçıvanın kâbusu, bahçelerin istilacı kabul edilen bu sukulent, Türkçe ismini “aşkın gözyaşları” olarak almış. Arabeski severiz! Bir yaprağın yanına dizilmiş onlarca mini “klonu” ile bulunduğu her yerde hızla ve sayıca can sıkacak kadar yayılan, *Crassulaceae* ailesinden gelen bu güzel sukulent (ve bazı alt türleri) “Şeytanın omurgası” “binlercesinin annesi” gibi İngilizce takma isimlerle tanınıyor. Harika turuncu çan şeklinde çiçek kümelerine sahip güzel bir bitki. Ilıman yerlerde dışarıda, kışları serin geçen yerlerde kışın içeride, yazın dışarıda yetiştirmek mümkün. Bakması kolay, izlemesi zevkli! Balkonda hatta gün ışığı alan çok aydınlık bir cam önünde (evin içinde) sorun çıkartmaz.



Bryophyllum daigremontianum



Crassula ovata

YEŞİM AĞACI

*Jade plant / Money plant /
Good luck plant
Crassula ovata*

Feng-shui'de bereket getirdiğine inanılan, Türkiye'de yeşim ağacı diye tanınan *Crassulaceae* ailesine ait bu güzel bitki geceleri oksijen yayan, bol aydınlık isteyen, sağlıklı büyüdüğünde güzel minik pembe-beyaz çiçekler açan bir sukulent. Hem yaprakları hem dalları su tuttuğu için susuzluğa dayanıklı. Formu bonsai yetiştirenleri de cezbediyor. Bazı kültive edilmiş türleri var ki adlarını Tolkien'in enfes üçlemesi *Yüzüklerin Efendis'i*nden almış. Bir kitap düşünün, Sting'e bile ismini vermiş! *Crassula ovata* “Gollum”, *C. Ovata* “Hobbit” *C.ovata*'ya göre yaprakları daha silindirik, hatta parmak gibi!!! Feng-shui'nin dediğine göre yatak odaları veya banyolar bitki için uygun mekânlar değil. Pozitif “Chi” enerjisini “tetikleyen” bitkiyi bereket ve para için ofisin veya evin ana girişine, sağlık, huzur, uyum sağlaması için evinizin güneydoğusuna yerleştirmeniz gerekiyor. Tabii bu koordinatlar gün ışığı alıyorsa... Yoksa bitki zayıflar, bu defa da plasebo etkisiyle “Eyvah, gitti bizim bereket” dersiniz. Ufacık bitkinin bereket gücüne inanmadan önce ona ihtiyaç duyduğu gün ışığı açısından bereketli ortamı sağlamanız şart. Yoksa sistem çalışmaz!

Yazı ve fotoğraflar: Fem Güçlütürk



Crassula ovata

TAZE TAZE SIKILMADAN ÖNCE MEYVELER NERELİ?

Meyve yetiştirmenin tarihi kadim uygarlıkların da öncesine uzanıyorsa da tüketiminin geçmişi o kadar eskiye gitmiyor. Arkeolojik bulgular meyvelerin öncelikle dekoratif amaçla kullanıldığını, yenmeye başlanmasının yazının hayata geçmesinden sonra söz konusu olduğunu gösteriyor. Meyve fidelerinin bahçeleri süslemek amacıyla, renkleri ve biçimleriyle aynı çiçekler gibi kullanılması özellikle 18. yüzyılda yaygınlaşmış. Yine de iki meyveyi bu genellemeden hariç tutmak gerekiyor; çünkü üzüm ve zeytinin şarap ve zeytinyağı üretmek amacıyla kullanımı İÖ 8000'li yıllara kadar gidiyor. Taze sıkılarak meyve suyu üretilen ilk örnek, 16. yüzyılda İtalya'da bu amaçla kullanılan limon. Ortadoğu'dan bu meyveyi ithal eden İtalyanlar limonatanın da mucidi olmuş. Onu 17. yüzyılda portakal izlemiş. Bugün dünyanın hemen her yerinde rastlanan meyvelerin kökenleri ise insanlıkla birlikte dünyayı gezmeye başladıklarını gösteriyor.

AKDENİZ MEYVELERİ

Hurma

Ortadoğu, Arabistan, Kuzey Afrika ve Batı Fas kökenli olmasının yanında semavi dinlerin kutsal kitaplarında sık sık adının geçmesi gibi bir özelliği var.

Üzüm

Ortadoğu'da günümüzden sekiz bin yıl önce ehlileştirilmeye başlanmış olduğu Eski Mısır hiyerogliflerinden anlaşıyor. Yunan, Fenike ve Roma uygarlıklarında da gerek yaprakları gerekse meyvesi yenmiş, sıra ve şarap yapımında kullanılmış.

İncir

Antik çağlardan beri tüketiliyor ve insanoğlu tarafından yetiştirilen ilk meyvelerden biri.

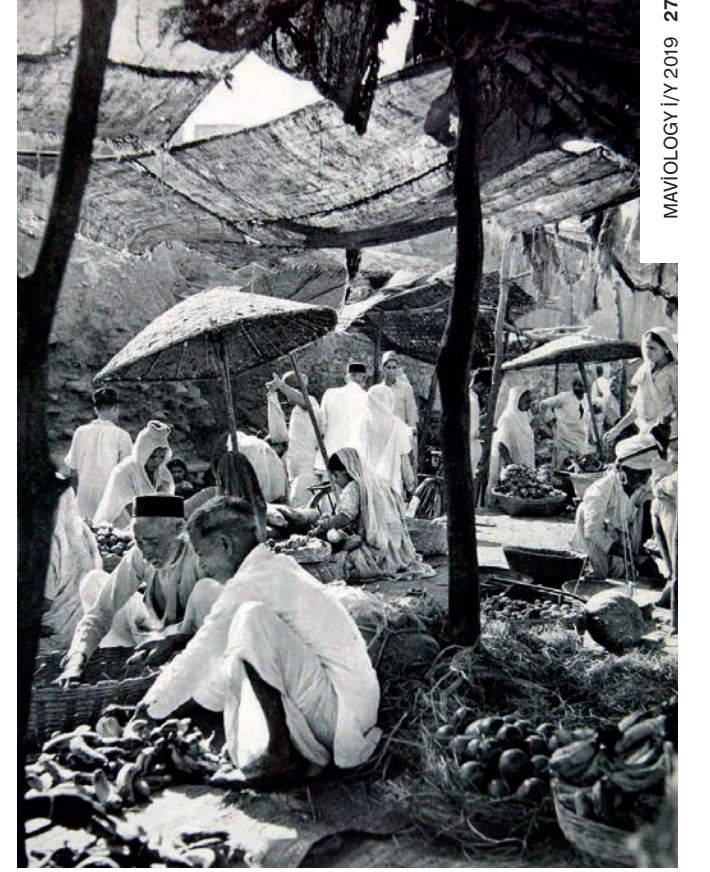


Palmira'daki bir kabartmada meyve satan bir tacir figürü.



Hindistan'da bir meyve pazarı.

Yüzyıl başında Tunus'ta portakal satıcıları. Cezayir'de hurma ağaçları.



MAVIOLOGY / Y 2019 27

ASYA MEYVELERİ

Şeftali

Anavatanı Kuzeybatı Çin.

Limon

Anavatanı Asya. İlk yetiştirildiği bölgeler Hindistan'ın Assam bölgesi, Kuzey Myanmar ve Çin.

Muz

Hindistan, Malezya ve Avustralya'da tropik ve yabani bir meyve olarak ortaya çıkmış, ilk kez Papua Yeni Gine'de ehlileştirilmiş.

Mango

Anavatanı Güney ve Güneydoğu Asya. Hindistan, Pakistan ve Filipinler'in ulusal meyvesi; Bangladeş'in ulusal ağacı olarak kabul ediliyor.

Kivi

Aslen Çinli ama ismini Yeni Zelandalılar koymuş.

Nar

Anavatanı İran, Himalayalar'ın etekleri, Kuzey Hindistan; fakat Antik çağlardan itibaren hemen hemen tüm Akdeniz'de yetiştirilerek bu bölgenin doğasının ayrılmaz parçası olmuş.





Dominik Cumhuriyeti'nde meyve suyu sıkıcısı.



Fas'ın Casablanca kentinde bir portakal suyu arabası.

AMERİKA MEYVELERİ

Ananas

Güney Amerika'nın tropik meyvesi olarak Brezilya'nın güneyiyle Paraguay arasındaki bölgede ortaya çıkıp tüm ılıman iklimlere yayılmış.

Avokado

İÖ 5000 yıllarında Orta Amerika yerlileri tarafından tüketilmeye başlanmış. 15. yüzyıldan itibaren İspanyol kâşifler tarafından Avrupa'ya getirilmiş.

Passion fruit

Anavatanı Brezilya, Paraguay ve Kuzey Arjantin. En çok yetiştirildiği bölge ise coğrafi olarak anavatanına en uzak bölge olan Güneydoğu Asya.

Papaya

Güney Meksika ve Orta Amerika'dan çıkmış bir tropik meyve olmasına rağmen Güneydoğu Asya'da da sıkça rastlanıyor.



Guadeloupe'ta meyve pazarı.

AFRİKA MEYVELERİ

Karpuz

Kökeni Güney Afrika. İÖ 2000'lerde Mısır'da yetiştirilmeye başlanmış. İS 10. yüzyılda ise Hindistan ve Çin'e kadar yayılmış.

AVRUPA MEYVELERİ

Çilek

İlk düzenli çilek bahçesi, 18. yüzyıl sonlarında Fransa'nın Bretagne bölgesinde kurulmuş. Meyvenin önceki varlığı ise Eski Roma yazıtlarına göre sadece tıbbi amaçlı ilaç üretiminde kullanılmış olmasına dayanıyor.



Fransa'nın Aix en Provence kentindeki Kral René heykeli ve elinde bölgeye getirdiği muskat üzümü.

BİR DENİZ KAPLUMBAĞASININ YAŞAM ÖYKÜSÜ



Yazan: Deniz Candaş - Ekolojik Araştırmalar Derneği

Taşlar değildir tarihin tek sessiz tanıkları.
Bazen yüzlerce yıllık bir ağacın gövdesi,
bazen de milyonlarca yıl aynı suları
arşınlamış bir deniz kaplumbağasının asude
yüzüşüdür maviliğin pırıltısı içinde.



Akdeniz'in suları tarih boyunca hangi medeniyetlere, hangi savaşımlara, hangi aşklara şahitlik etti bir düşünün. Ve deniz kaplumbağaları tüm bu geçmişin parçasıydı. Yaklaşık 110 milyon yıldır, dinozorların yaşadığı zamandan bu yana dünyanın bir parçası onlar; yani aslında denizleri ve sahilleri biz onlarla paylaşıyoruz, onlar bizimle değil.

Dünyada yedi farklı deniz kaplumbağası türü var ve hepsinin de soyu tükenme tehlikesi altında. Bu türlerden yalnızca ikisi Akdeniz sahillerini düzenli olarak ziyaret ediyor ve buralara yumurta bırakıyorlar: iribaş deniz kaplumbağası (*Caretta caretta*) ve yeşil deniz kaplumbağası (*Chelonia mydas*). Bu ikisinin dışında, beslenmek için veya yanlışlıkla Akdeniz sularına yolu düşen deri sırtlı deniz kaplumbağası, gündüz yuvalayan kaplumbağa ve atmaca gagalı kaplumbağa da nadiren ülkemiz kıyılarında görülebiliyor.

GENEL ÖZELLİKLERİ VE ANATOMİLERİ

Deniz kaplumbağaları, sürüngenler sınıfının üyeleri; ama yaşamlarının neredeyse tamamını suda geçirdikleri için su yaşamına uyum yapmış bir vücuda sahipler.

Ön ve arka üyeleri, ayaklarla sonlanan bacaklardan çok yüzgeçlere benziyor. Bu üyelerin ucunda bulunan ve farklı türlerde farklı sayıda olan tırnaklarının epey keskin olduğunu söyleyebiliriz. Alt kabuklarına yapışık güçlü kasların desteklediği bu “yüzgeçler” sayesinde suyun içinde müthiş bir zarafetle hareket edebiliyorlar. Kuyrukları da su içindeki hareketlerinde dümen görevi görüyor. Erkeklerin kuyrukları epey uzun ama dişilerde kuyruk boyu, vücudun en arkasındaki “kloak” adı verilen açıklığı çok az geçecek kadar. Bu, su içinde çiftleşme esnasında kuyruğun

zorluk çıkarmamasını sağlıyor. Tırnaklarını da çiftleşme esnasında birbirlerini tutmak için kullanıyorlar.

Yaşamlarının çoğu suda geçse de akciğer solunumu yapıyorlar. Bu nedenle de belirli aralıklarla su yüzeyine çıkıp nefes almak zorundalar. İşte bu esnada, yavru deniz kaplumbağaları bazı kuşlara yem olabiliyor ve erginler de tekne pervaneleri veya balıkçı oltaları gibi tehlikelerle karşı karşıya kalabiliyor. Omurga ve kaburgaları kabuklarına yapışık olduğu için, hem başlarına hem de kabuklarına aldıkları darbeler ölümcül etki yaratabiliyor.

Koku alma ve görme duyuları gayet iyi deniz kaplumbağalarının. İşitme duyuları için ise aynı şeyi söyleyemeyeceğiz. Burun delikleri, su altında olduklarında özel bir yapıyla kapatılıyor ve akciğerlere su

kaçması önleniyor. Görüşleri üç boyutlu ve hem renkleri hem de parlaklığı son derece başarılı algılıyorlar.

NE YERLER, NE İÇERLER

Deniz kaplumbağalarının dişleri yok. Bunun yerine, “rampoteka” adı verilen ve kabaca gaga olarak adlandırabileceğimiz çene çıkıntılarının üzerinde keskin keratin çıkıntılara sahipler. Bazı türler sadece otçul (herbivor), bazıları da etçil (karnivor) besleniyor. Doğal olarak, rampoteka yapısı, türün beslenme şekline uyumlu bir morfoloji sergiliyor ve otçul beslenen deniz kaplumbağalarında etçil olanlar kadar keskin olmuyor.

Örneğin, iribaş deniz kaplumbağaları ağırlıklı olarak etçil (karnivor) besleniyor. Son derece güçlü çeneleriyle kabuklu deniz hayvanlarını rahatça çiğneyebiliyorlar. En sevdikleri besin, denizaneları. Ne yazık ki bazen suya



atılmış plastik poşetleri denizanası zannederek yutabiliyor, bazen de balık ağlarını ve olta misinalarını yanlışlıkla yutabiliyorlar. Yeşil deniz kaplumbağaları ise otçul (herbivor). Onlar da deniz çayırlarında kendilerine ziyafet çekiyor. Denizlerin bu kocaman kadim sakinleri, denizanelarının ve yosunların aşırı çoğalmasını önlemede son derece etkili. Ölü bulunan deniz kaplumbağalarının midelerini inceleyen araştırmacılar, onların beslenme alışkanlıkları ve ölüm nedenleri hakkında bilgi sahibi olabiliyorlar.

SICAK KUMLARDAN SERİN SULARA...

Bir deniz kaplumbağasının yaşam serüveni, sıcak kumun altına gömülü yuvasında başlıyor. Anne deniz kaplumbağasının kumlu sahillerde dikkatle seçtiği bir noktada açtığı, sonra da hayranlık verici bir özenle kapatarak gizlediği bir yuvada. Tıpkı bir tavuğun yumurtalarını vücuduyla ısıtması gibi, kum ısıtıyor bu yuvalardaki yumurtaları. Yaklaşık 6-10 hafta süren kuluçka periyodu, kum ne kadar düzgün ısırırsa o kadar kısalıyor. Kuluçka periyodunun

tam ortasına gelen dönemdeki ortalama yuva sıcaklığı, yavru deniz kaplumbağalarının cinsiyetini belirliyor. Genel olarak 30°C altında ağırlıklı olarak erkek, bu derecenin üzerinde de ağırlıklı olarak dişi yavrular çıkıyor yuvadan. Bu sıcaklıklar deniz kaplumbağası türlerine göre değişiklik gösterebiliyor. Örneğin, *Caretta caretta* ve *Chelonia mydas* için erkek yavruların geliştiği sıcaklıklar daha çok 24-28°C aralığı.

Deniz kaplumbağası yumurtaları birçok hayvan için değerli bir besin kaynağı. Tilki, rakun, yengeç, martı başta olmak üzere bazı kuş türleri, ülkemizde olmasa da ateş karıncaları, bazen de sırf meraktan yuvaları açan köpekler nedeniyle bir yuvanın içindeki yumurtaların tamamı veya bir kısmı zarar görebiliyor. Bazen de insanlar açıyor yuvalarını.

Her şey yolunda giderse, bu sürenin sonunda gelişimlerini tamamlayan deniz kaplumbağaları yumurtalardan çıkıyor ve birbirlerine yardım ederek kumsal yüzeyine ulaşır, gecenin serinliğinde denize gidiyorlar. Ama o kadar da basit değil bu iş. İlk büyük

sınavlarını bu kısa yolculukta veriyorlar. Sahilde onları bekleyen avcılar var. Küçük yüzgeçleriyle aşmayı başaramayabilecekleri engeller ve tuzaklar da. Kumdaki bir çukur veya sıradan bir traktör izi, onlar için çok ciddi tehlikeler. Ay ışığından daha parlak olan tüm ışıklar da onları yanıltıyor. Güneş çıkıncaya kadar avcılara ve diğer tehlikelere göğüs gerip denize ulaşmayı başarmak zorundalar, yoksa hem enerjileri azalıyor hem de yaz sıcaklığında kavrulma tehlikesiyle karşı karşıya kalıyorlar.

Denize ulaşan yavrular, içgüdüsel olarak durmaksızın yüzerek (ki buna “yüzme çılgınlığı” adı veriliyor) beslenme alanlarına ulaşıyor. Bu ana kadarki enerjileri yumurtadan aldıkları besinden geliyor; güvenli alanlara ulaşınca kadar beslenmiyorlar. Denizdeki yaşamları da tehlikelerle dolu. Doğal avcıları olan deniz canlılarıyla, çöplerle, ağlar ve oltalarla, bazen de besin azlığıyla sınav veriyorlar. Yine her şey yolunda giderse, kendilerini koruyabilecek boyuta erişiyorlar

ve 25-30 yaşında üreme olgunluğuna ulaşır yeniden kumsallara yöneliyorlar.

Hava ısınmaya başladığında, yumurtadan çıktıkları sahillere doğru gidiyorlar ve çiftleşmeleri deniz içinde gerçekleşiyor. Sonra da dişiler yumurta bırakmak için kumsala çıkıyor. Erkek deniz kaplumbağalarına ise son derece nadir rastlanıyor kumsallarda. O kocaman gövdelerini karada taşımaları oldukça zor. Ömürlerinin çok büyük kısmı denizlerde geçtiğinden, denizin kaldırma kuvvetiyle yaşamaya alışkınlar. Karadaki yerçekimi onlara fazla geliyor ve uzun süre karada kaldıklarında akciğerlerine baskı yapıyor kabuklu gövdeleri. Soluk alıp vermeleri de hareket etmeleri de güçleşiyor.

Birkaç yılda bir ürüyor deniz kaplumbağaları, ama yumurta bıraktıkları zaman tek yuvayla yetinmiyorlar. Koruma çalışmalarının bir parçası olarak yapılan markalamalar bize gösteriyor ki, gerçekten de dişiler iki-üç yıl arayla aynı kumsallara gelerek yumurtluyor ve yumurtladıkları yıllarda iki-dört arası yuva yapıyorlar. Yuvaların derinliği ve bırakılan yumurta sayısı da türlere göre değişiyor. Kural olarak, daha iri deniz kaplumbağaları daha derin yuvalar açıyor ve bu yuvalara daha fazla sayıda yumurta bırakıyor.

Bir anne deniz kaplumbağası, kumsala çıkmadan önce uzaktan gözlem yapıyor. Kumsalda herhangi bir tehlike olmadığına karar verirse dalgaların kucağından ayrılıyor ve yuva yapmak için uygun bir nokta aramak üzere karaya çıkıyor. Bu noktayı bulduğunda

da başlıyor arka üyelerini becerikli birer kepçe gibi kullanarak yuvasını açmaya. Tombul bir vazo şeklinde açtığı yuvaya yumurtladıktan sonra da, yine arka üyeleriyle güzelce bastıra bastıra yuvasını kapatıyor. Denize geri dönmenden önce de yuvasını üzerine kum atarak iyice gizlemeyi ihmal etmiyor. Ve sonra, aynı döngü yeniden başlıyor.

KORUMA ÇALIŞMALARI

Deniz kaplumbağaları hakkında bildiklerimizin neredeyse tamamı yumurtalamaya gelen ergin dişiler, kumsallardaki yuvalar ve bu yuvalardan çıkan yavruları konu alan koruma çalışmalarına dayanıyor. Suyun içinde geçen yaşamları ve davranışları hakkındaki bilgilerimiz ise oldukça sınırlı. Bazılarının beslenme alanları, üreyip yumurta bıraktıkları yerlerden çok uzakta. Muazzam mesafeler anlamına gelen bu yolculuklarda belirli “göç koridorları” izledikleri biliniyor. Kabuklarına takılan uydu izleme aygıtları yardımıyla bu yolculuklar kısmen de olsa izlenebiliyor. Ve artık birçoğumuzun bildiği gibi, yumurta bırakmak için kendi doğdukları üreme alanlarına geri dönüyorlar.

Özellikle yumurtlama döneminde yapılan çalışmalar ise hem soylarının korunması hem de biyolojilerinin daha iyi anlaşılması açısından önemli. Bu koruma çalışmalarında, yuvaların düzenli takibiyle yumurtalara zarar gelmesi önleniyor ve olabildiğince çok sayıda yavrunun denize ulaşması

sağlanıyor. Bu esnada yerel halk, turistler, turizm tesisleri ve yönetimler bilgilendiriliyor. Yaralı veya yardıma ihtiyaç duyan erginlerle ilgileniliyor. Dünyadaki tüm bilinen yuvalama kumsallarında, benzer çalışmalar yapılıyor. Buna karşın, ortalama her bin yumurtadan sadece bir tanesi başarılı ve sağlıklı bir şekilde üreyecek yaşa ulaşabiliyor.

Deniz kaplumbağaları dünyanın tüm ılıman denizlerinde yaşıyor ve nispeten az el değmiş, kum yapısı uygun kumsallara yumurtluyorlar. Akdeniz, özellikle iribaş ve yeşil deniz kaplumbağaları için son derece önemli bir yuvalama alanı. Akdeniz’e kıyısı olan ülkelerin çoğunda yuvalama kumsalları var. Türkiye de en fazla yuvalama kumsalına sahip ve bu kumsallarda en fazla koruma çalışması yürüten ülkelerden biri. Bern Sözleşmesi ve CITES kapsamında, ülkemizdeki yuvalama sahilleri ve buralara yuvalayan türler (*Caretta caretta* ve *Chelonia mydas*) koruma altında. (CITES: Nesli tehlike altındaki türlerin ve bu türlere ait yan ürünlerin uluslararası ticareti konusunda kurallar koyan ve düzenleyen bir sözleşme.)

Yine de halen, bazı ülkelerde besin amaçlı olarak ergin kaplumbağalar avlanıyor veya yumurtaları alınıyor. Kabuklarından hediyeelik eşya üretiliyor, yağları kullanılıyor. Yuvalama alanları tahrip ediliyor, kumsal kullanımı nedeniyle yuvaları zarar görüyor ve yapay ışıklar nedeniyle yavruların denize ulaşması engelleniyor. Balık ağları ve tekneler, yaşamlarını tehdit ediyor. Denizlerdeki ve kumsallardaki çöpler ise belki daha büyük tehdit onlar için. Neyse ki, insan etkisiyle ortaya çıkan bu olumsuzlukları telafi etmek için uğraş veren birçok çalışma grubu var. Neredeyse yirmi yıldır Antalya’nın Belek bölgesinde çalışan Ekolojik Araştırma Derneği (EKAD) de bunlardan biri.

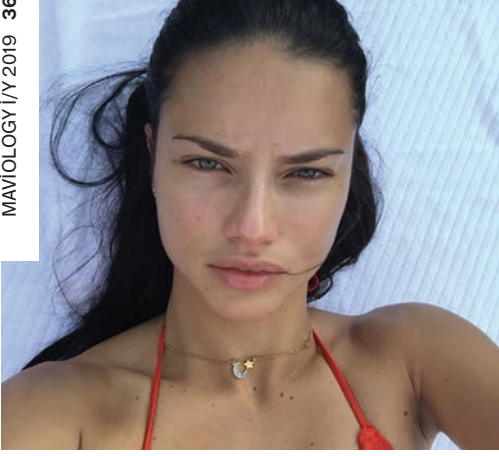
Deniz kaplumbağalarına yönelik izleme ve koruma çalışmaları genellikle gönüllülük üzerinden yürüdüğü için, bu çalışmalara maddi destek sağlanması büyük önem taşıyor. Hem onların hem de dünyanın geleceği için. Mavi de 2014’ten bu yana “Indigo Turtles” projesiyle Ekolojik Araştırmalar Derneği’nin deniz kaplumbağası koruma çalışmalarına destek vererek, bu alandaki sorumluluğunu başarılı bir biçimde yerine getiriyor.





#ILOVEMAVİ

DÜNYANIN HER YERİNDEN İNFLUENCER'LAR, SON GÜNLERDE MAVİ GİYEREK YAPTIKLARI ÇEKİMLERİ #ILOVEMAVİ HASHTAG'İYLE PAYLAŞIYORLAR.



Instagram: @adrianalima



Instagram: @adele



Instagram: @drewbarrymore



Instagram: @itsmeleighton



Instagram: @iiswhois



Instagram: @jennifer.garner



Instagram: @katieholmes212



Instagram: @vanessahudgens



Instagram: @gigihadid



Instagram: @gwynethpaltrow

NO MAKEUP HARE- KETİ

Haley Nahman'ın manrepeller.com'da yazdığı makale, bu tartışmaya girmek için güzel bir başlangıç noktasıydı; çünkü 2012 yılında Renfrew Center tarafından yapılmış bir araştırmanın sonuçlarını paylaşıyor ve kadınların yüzde 44'ünün makyajsızken kendini daha az çekici hissettiği bilgisini veriyordu. Bununla kalmayıp, Skin Store'un 2017 verilerine göre ortalama bir Amerikalı kadının her sabah 16 güzellik ürünü kullandığını ve bunu yapabilmek için hayatı boyunca 300 bin dolar harcadığını da saptıyordu. Sadece bu iki veri bile güzellik endüstrisinin neden 500 milyar dolar olarak ölçüldüğünü açıklar nitelikteydi. Instagram ve Youtube'daki sayısız makyaj âni videosu da göz önünde bulundurulduğunda makyajın artık özel anlar ve durumlara dair bir eylem olmaktan çıktığını söyleyebiliriz.

Marc Jacobs 2015 defilesinde modelleri podyuma tamamen makyajsız çıkardığında konuya oldukça radikal yaklaşıp "no make up" akımının ordusu olarak tanımlamıştı. Bu makyajsız şovun perde arkasındaki sanatçı François Nars'tı ve muhtemelen podyum tarihinin en kolay işini üstlenmişti. Marc Jacobs'un modelleri o gün sıfır makyajla podyuma çıkmış, dudak parlaticısı bile kullanmamışlardı. O zamanlar benzer bir tavır Aerie'den de gelmiş, Aerie Real reklam kampanyasında hiçbir rötuş yapılmamış model fotoğrafları kullanılmıştı. Ardından "Güzellik bir özgüven meselesidir; stres sebebi değildir" çıkışıyla Dove'un da bu harekete destek verdiği görüldü. Marka boya küpüne düşmüş gibi olan gençleri suçlamıyordu ama doğal görünümünden yana tavır koyuyordu. Bu hareketin Adobe Photoshop'un gelirlerini eksiltmediği muhakkak; çünkü reklam dünyasının imaj parlatma yaklaşımında bir değişim olmadı.

Bir yanda makyajsızlık devriminin kadınları güçlendirdiğini savunanlar, diğer yanda her sabah işe gitmeden her gece de sokağa çıkmadan önce nasıl makyaj yaptığını uygulamalı olarak ballandıra ballandıra anlatan özçekim videoları var. Her iki kesimden en çok tepki çekenler ise doğuştan pürüzsüz güzel olup ya da bin bir

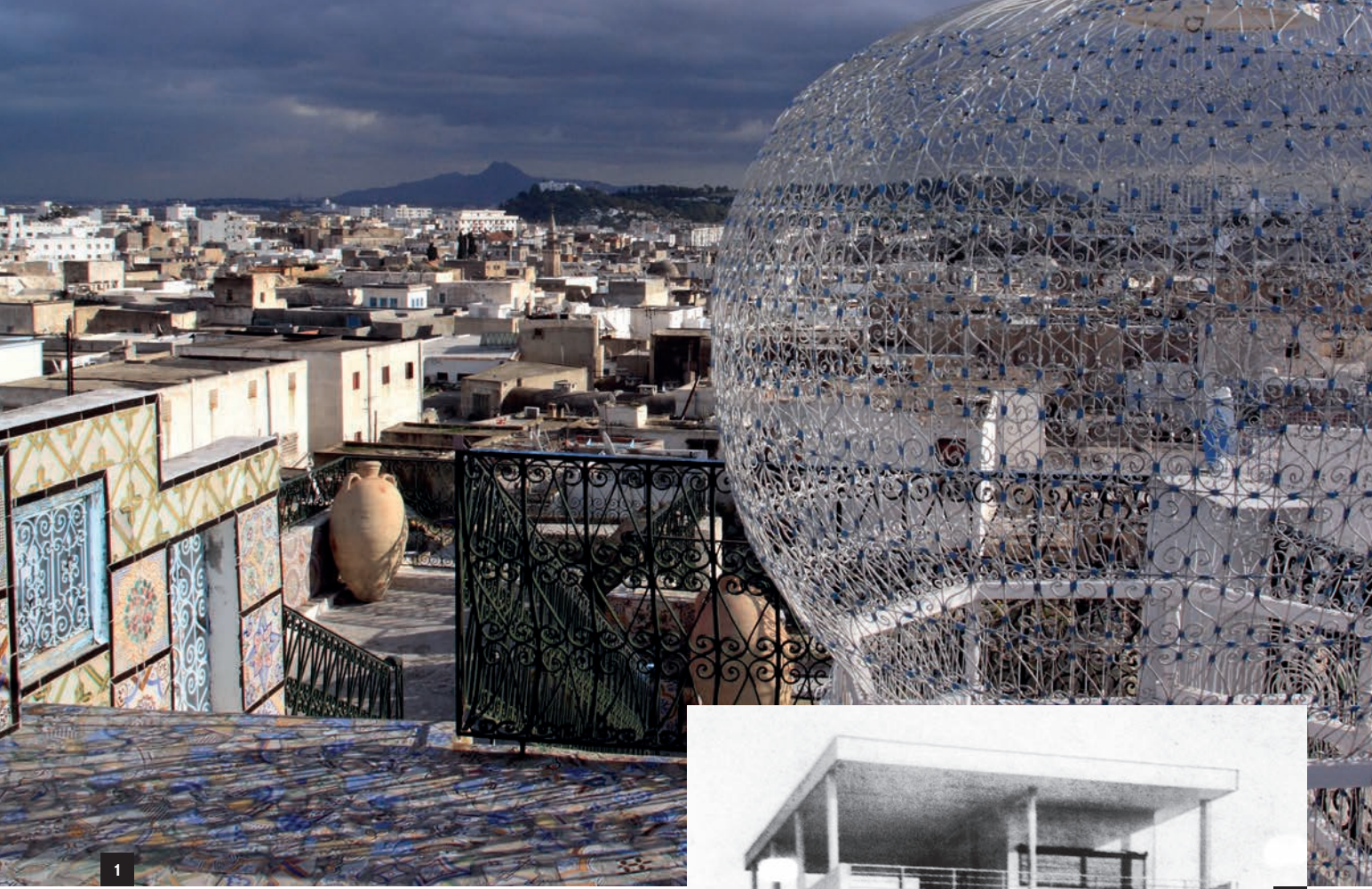
estetik müdahale geçirdikten sonra no make up'çılık yapanlar. Bir de unutmamak gereken bir gerçek var: Makyaj yapanlar arasında "Ben çok ve ağır makyaj yapıyorum" diyene rastlanmıyor. Makyaj yanlılarının hemen hemen tamamının görüşü şu sıfatla tanımlanıyor: "Benimki hafif makyaj."

Her aşırılıkta olduğu gibi, bu alanda da karşı bir duruşun gündeme gelmemesi beklenemezdi. Pudralar, kremler, boyalar ve fırçalar karşımıza daha çok çıktıkça, makyajsızlığın bir özgüven manifestosu halini alması da gecikmedi. Yumuşak ve rahat bir görünüm amacıyla yüz boyama sürecine katlanmak mı, yoksa tazelik hissi için hiç bunlara kalkışmamak mı? Zor soru, zor tercih. Bu ikilemden kâr çıkaranlar arasında İngiltere Kanser Araştırmaları Enstitüsü ve UNICEF'in olduğunu da hatırlayalım. *The Guardian* haberi şöyle aktarmıştı: "Kansere karşı kampanyaya destek olmak için makyajsız selfie çekip yayınlayan kadınlar altı günde sekiz milyon sterlin toplanmasını sağlarken, binlerce sterlin de yanlışlıkla UNICEF'e bağışlandı." Giderek artan sayıda kadının fotoğraflarını sosyal medya sitelerinde paylaşması ve makyaj yapmadıklarını haykırmak çevrelerini de böyle yapmaya davet etmesiyle hareket büyüdü. Bu arada Kanser Araştırmaları Enstitüsü bir yandan hesabına yatan paralara bakıyor bir yandan da böyle bir kampanya başlatmadığını açıklamak zorunda kalıyordu. #nomakeupsselfie trendi bağışlarda benzeri görülmemiş bir artışa yol açıtıysa da hangi hayır kurumuna bağış yapacağını karıştıranların paralarını UNICEF'e ve Dünya Yabani Hayatı Koruma Fonu'na yolladığı ortaya çıktı.

Makyajsızlık hareketi mi, yoksa "Makyaj yaparken benimle konuş" başlıklı Youtube yayınları mı kalıcı olacak? Bunu her zaman olduğu gibi zaman gösterecek. Ama Maviology'ye öyle geliyor ki, makyajsızken kendine baktırabilenlerle makyajlı olmasına rağmen bunu belli etmeyenler her zaman özel, taze görünümlü ve güzel kalacak.

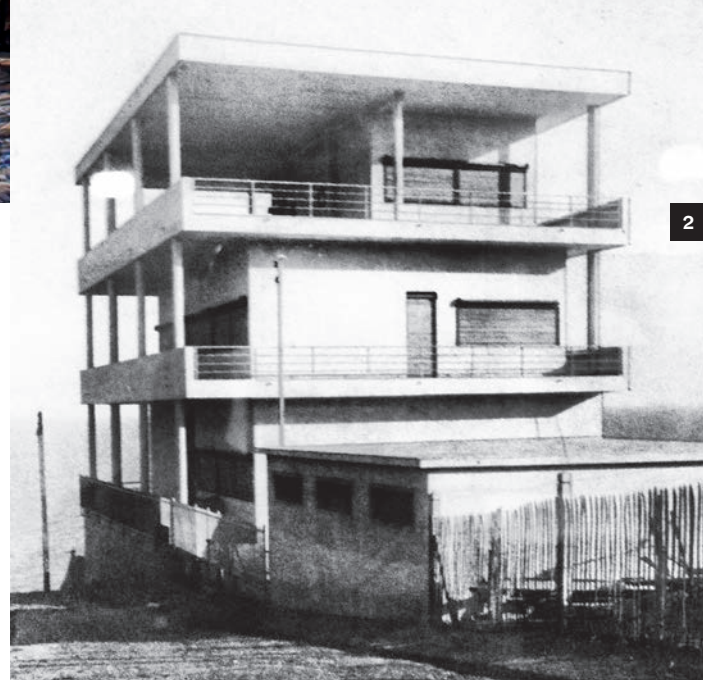


Instagram: @kaiagerber



1

1. Tunus, Tunus
2. Baizeau Villasi, Carthage, Tunus



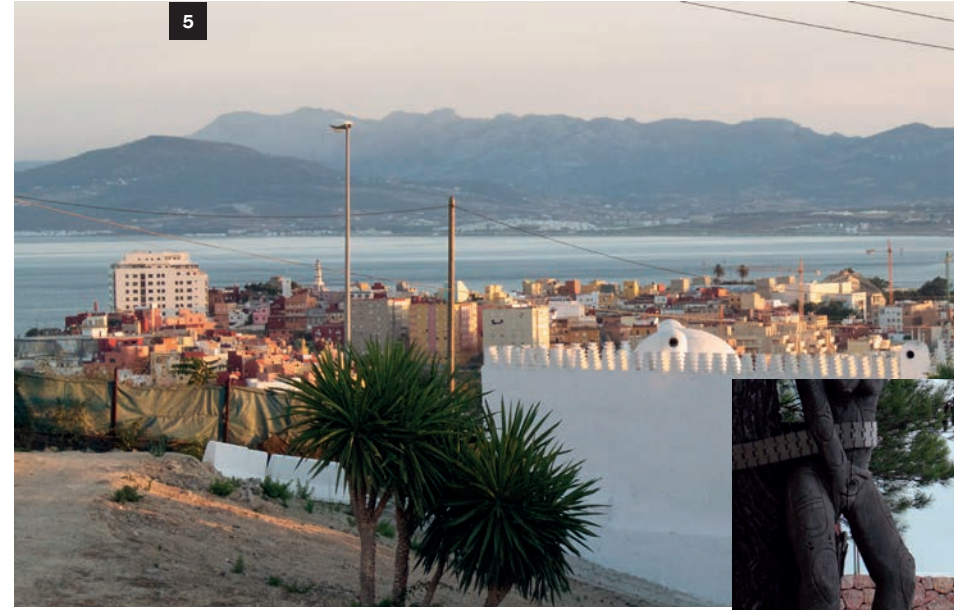
2

Yazı ve fotoğraflar: İzzeddin Çalışlar

MODERNİZM KARŞISINDA AKDENİZ MİMARİSİ



3



3. Hydra, Yunanistan
4. Hydra, Yunanistan
5. Ceuta, İspanya
6. Ibiza, İspanya

Akdeniz haritasında Avrupa'nın Afrika'ya en yaklaştığı yer Sicilya'dır. Bu İtalyan adasını Tunus'tan bir boğaz ayırır. Bu da insanın aklına bu iki farklı kültürün birbirini çok etkilemiş olacağını getirir. Oysa Tunus'ta halkın büyük çoğunluğu İtalyanca değil Fransızca konuşmakta, Sicilyalıları için de karşısındaki Mağrip ülkesi pek bir şey ifade etmemektedir. Dünya üzerinde birbirine bu kadar yakın olup da bu kadar zıtlık sergileyen iki başka kültür bulmak zordur.

Çizmenin ucundaki ada kendi gelenekleri, kendi mimarisi, kendi coşkusu ve ahlakıyla aslında Kuzey İtalya'nın da tam bir antitezi gibidir. Tunus da Avrupa'nın herhangi bir noktasına birkaç saat mesafede olmasına rağmen gerek egzotizmi gerek tarihi Roma kalıntılarıyla genel Afrika imajına uymaz. Bu

iki kokteylin verdiği ortak lezzet, küçük şaşkınlıklar yaratmak kadar mimari doku bakımından ortaklık sergiler. Bunun sebebi de Akdeniz ortak paydasında buluşmalarıdır. Sadece bu iki birbirine zıt örnekte değil, Akdeniz'in sularının değiştiği her kara parçasında mimari ortak unsurlar bulmak mümkün. Bu unsurlar da ortak bir paradigma olan duyarlılıktan kaynaklanıyor.

Akdeniz ülkelerindeki sivil mimarinin modern tarihini belirleyen üç dönem var: iki savaş arasındaki zorunlu tasarımlar, otuz yıllık altın çağ ve



4



6

yüzyıl sonu. Söz konusu süreçte saf Akdeniz üslubundan arkaik tarzlara, ardından da gerçekçiliğe doğru bir gidiş gözlemleniyor. Bu bakış açısıyla oldukça geniş bir gözlem alanı taramak mümkün. Bu süreci örnekleyen sayısız ikonik sivil mimari örneğinden söz edilebilir. Kartaca'daki Le Corbusier ve Jeanneret tasarımı Villa Baizeau'dan Napoli'deki Cozenza ve Rudolfsky tasarımı Villa Oro'ya kadar modern mimari tarihinin kilometre taşları olarak gösterilen o kadar çok eser var ki, sadece 20. yüzyıl Akdeniz mimarisine odaklanmış bir turist

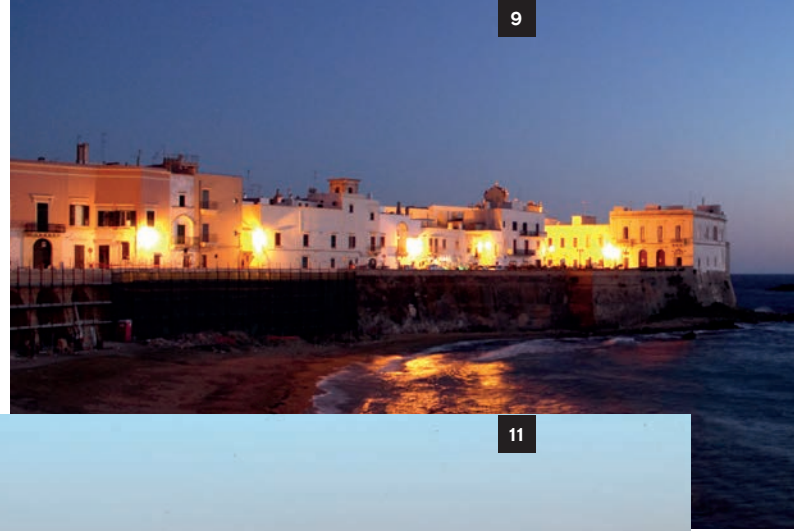
- 7. Molfetta, İtalya
- 8. Matera, İtalya
- 9. Gallipoli, İtalya
- 10. Oro Villası, Napoli, İtalya
- 11. Polignano a Mare, İtalya
- 12. Otranto, İtalya
- 13. Locorotondo, İtalya



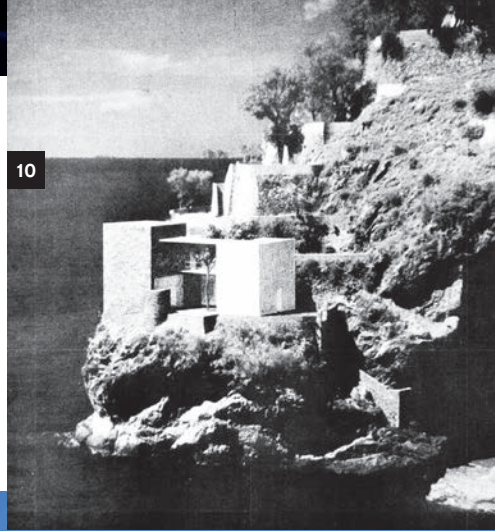
7



8



9



10



11



12

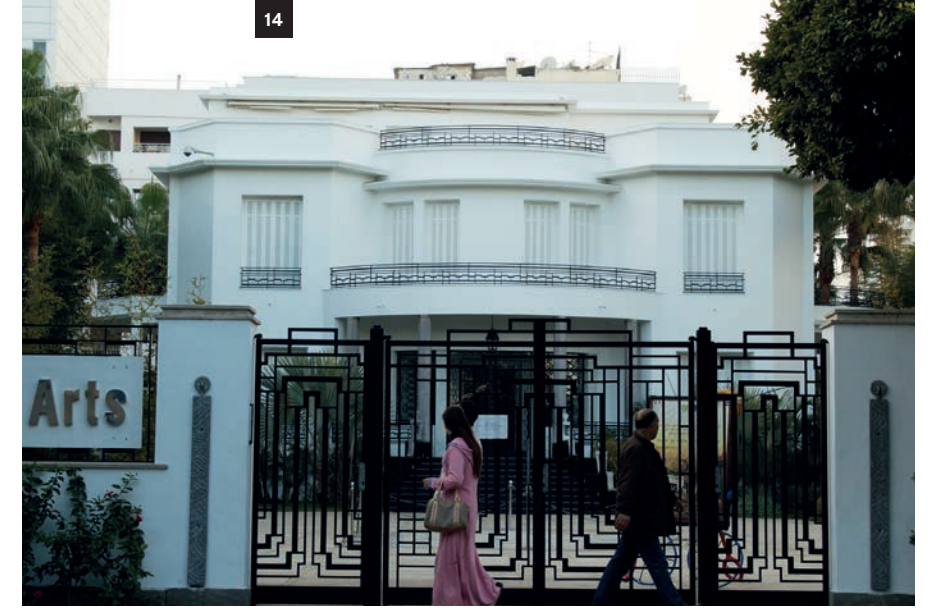


13

rehberi bile oluşturulabilir. Çünkü bu keyif mücevherleri aynı zamanda “dolce vita”yı çağrıştıran Ibiza, Majorka, Hyères, Cassis, Antibes, Capri, Cerba gibi herkesin bir gün ziyaret etmek istediği cazibe merkezlerine serpiştirilmiş durumda.

Akdeniz kıyılarına dantel gibi işlenmiş, beyazın ağırlıkta olduğu, indigo mavisiyle satır araları çizilmiş sivil geleneksel mimariyle oluşmuş dokunun hakimiyeti içinde kendini gösteren modernist mimari tavırların çözümlenmesinde birkaç temel kavram belirleyici rol oynuyor. Yerellikten doğan antropolojik ve konjonktürel etkilerle, klasik evrensel estetiğin temel bakış açısı olduğu görünüyor. Modern çizgiler bu temel üzerinde oluşurken geçmişten beri gelen saf ve arkaik dokular da korunuyor. Özetle modernizmin Akdeniz mimarisine yıkıcı (disruptive) yaklaşmadığı söylenebilir. Özellikle 1930’lu yıllarda diğer disiplinlerde rastlanan kökten kopuşun yerini bölgesel bir gerçekçilik alıyor. Kısacası tasarım devrimi bu bölgeye özel bir itinayla yaklaşmış, kozmosla uyum içinde kalmaya dikkat etmiş gibi görünüyor. Sonuç ise çok basit iki kelimeyle özetlenebilir: güzel ve sakin.

- 14. Kazablanka, Fas
- 15. Beyrut, Lübnan
- 16. Noailles Villası, Fransa
- 17. La Seyne-sur-Mer, Fransa



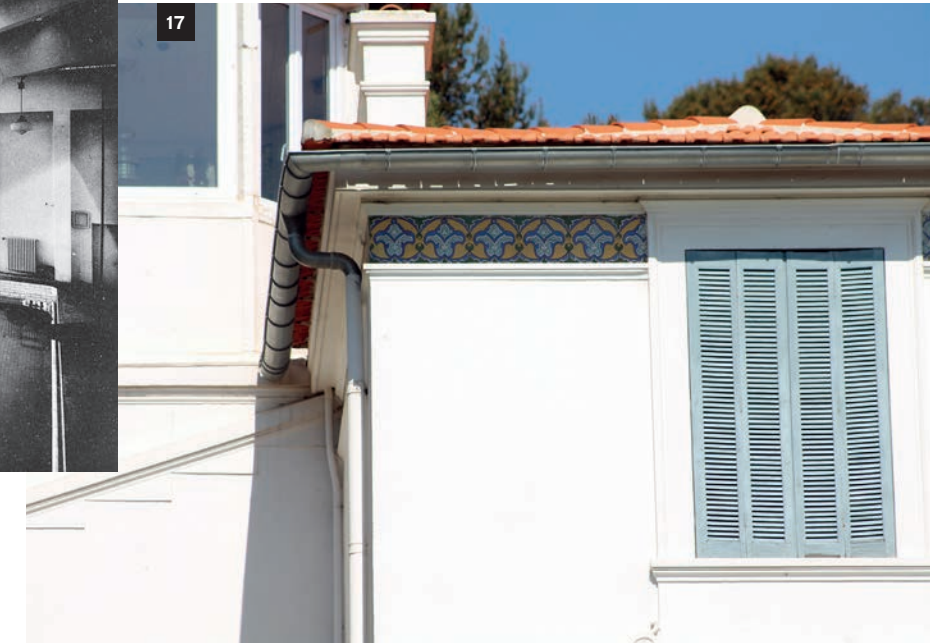
14



15



16



17

ONLY HUMAN: MARTIN PARR



Dünyanın en tanınmış ve beğenilen fotoğraf sanatçılarından Martin Parr'ın eserleri, önemli bir sergide sunuluyor. Daha önce sergilenmemiş ama bir Martin Parr fotoğrafı olduğu anlaşılabilecek eserlerin de yer aldığı "Only Human" (Sadece İnsan) adlı serginin odağında, sanatçının en ilgi çekici konularından biri olan insanlar yer alıyor. Londra'daki Ulusal Portre Galerisi'nde düzenlenen sergi, dünyanın her yanından insanların portrelerine yer verirken, bir yandan da özellikle Parr'ın Britanyalı olmayı inceden eleştirel bir bakışla gözlemlemesine odaklanarak bugünün İngiliz kimliğini keşfe çıkıyor.



Martin Parr'ın Brexit referandumunun ardından ortaya çıkan sosyal iklime yaklaşımı, önemli bir fotoğraf sergisinde ziyaretçilerle buluşuyor. Martin Parr, özellikle sıradan insanları fotoğraflamasıyla bilinmesine rağmen, İngiliz moda efsaneleri Vivienne Westwood ve Paul Smith, çağdaş sanatçılar Tracey Emin ve Grayson Perry ve dünyanın en ünlü futbolcularından Pelé gibi tanınmış kişilerin portrelerinden bir seçkiyi de sergide sunuyor. Her zaman olduğu gibi, fotoğraflarıyla ziyaretçiyi kamusal ve özel dünyaların kesiştiği yerler arasında renklerle zenginleşen bir yolculuğa çıkarıyor. Başka fotoğraflar ise dünyanın değişik yerlerindeki insanların çok sevdiği günlük bir aktivite olan dansın bulaşıcı coşkusunu yakalıyor. "Only Human" seçkisinde Martin Parr'ın kariyeri boyunca çektiği unutulmaz otoportreler de yer alıyor. Parr, otuz yıldan uzun bir zamandır dünyanın neresinde olursa olsun gittiği her yerde stüdyo fotoğrafçıları, sokak fotoğrafçıları



BEDEN VE SPOR



Parisliler belki de ilk kez bir sergiye giderken spor ayakkabı giyme ihtiyacı hissetti; çünkü Body&Sport adlı sergi, ziyaretçilerini alabildiğine aktif davranmaya davet ediyordu. Etkinliğin iki farklı anlamı vardı: Birincisi günlük hayatın vazgeçilmez parçası olan sporla bireysel olarak kurulan ilişkinin keşfedilmesine kapı açması, ikincisi ise sergileme tekniği olarak aktif fiziksel katılıma olanak tanımasıydı. Spor tarihinden kesitleri izlerken, örneğin tenis raketi ya da futbol topunun zaman içindeki gelişimini öğrenirken, kişisel sıçrama kapasitesini ölçebilmek ya da düz duvara tırmanma deneyimi yaşamak, her yaşta sporsever için farklı bir deneyimdi. Sergi alanı içinde yer verilen özel tasarlanmış, korunaklı fiziksel deneyim alanlarında ter atanların hangi performans sonucu kaç litre ter attığını öğrenebilir olması, sergiyi emsalsiz kılan bu yaklaşımı örnekliyordu.

Spor pazarlamasının dünyanın en büyük sektörü olma yolculuğunda geçirdiği aşamalar, yakın gelecekte yaşanacaklar üzerine de ipuçları barındırıyor. Bugün dünyanın herhangi bir yerindeki bir spor karşılaşması,

on binlerce insana ülke değiştirtirken, yüz milyonlarcasını da ekran karşısına mıhlatabiliyor. Spor etkinliğiyle spor izleyicisi arasındaki sadakat bağının kendi halinde bir ilişki olarak kalması beklenemezdi. Bu ilişkiyi oluşturan iki tarafın beraberliklerini doyurucu bir düzeyde tutabilmek için önce spor pazarlaması kavramı doğdu. Teknoloji, jeopolitik, sosyoloji ve ekonomi gibi alanlarla ilişkisi, spora yönelik bilimsel yaklaşımı da derinleştiriyor. Sergi bu konularla ilgili farkındalığı artırırken sporun toplumsal hayat içindeki yeri kadar sağlıklı ilişkisini de sorguluyordu.

2016 rakamlarına göre küresel yıllık cirosu 1,6 trilyon dolar olarak ölçülen spor endüstrisi, en büyük küresel ekonomik alanlardan biri durumunda. Dünya üzerindeki bütün sponsorlukların yüzde 81'i ise spor sponsorluklarından oluşuyor. Günümüzde küresel spor yatırımları yıllık 200 milyar doları aşmış ve spor odaklı bahisleri de kapsayan yan etkinlikler bunun iki katına yakın bir hacim oluşturuyor; yani spor 400 milyar dolarlık bir endüstri ve bir spor kuruluşu ya da tesisine kayıtlı olarak fiilen spor yapan 129 milyon insan var. Sadece spor merkezleri ve salonlarının

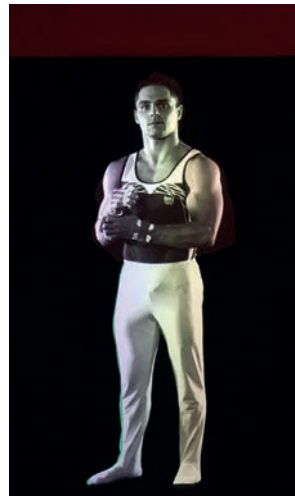




oluşturduğu pazar bile yüz milyar dolar olarak ölçülürken, spor odaklı unsurların tamamı ele alındığında dev bir ekonomi ortaya çıkıyor. Bu ölçekteki sermaye hareketleri hangi alanda olursa olsun uluslararası iktisadi verileri belirleyici nitelikte olduğundan, son çeyrek yüzyıldır yatırımcılar tarafından sağlam bilimsel ve fikri temeller üzerinde harcama yapılandırılması doğal karşılanmalı.

Tüm bunlar bir yana, beyinle diğer uzuvlar arasındaki ilişki ve ideal hareketlerle bedene dair doğru kararlar almayı özellikle önemseyeceğinden, sergi sportif düzeyi ne olursa olsun her bireyin zihinsel ve bedensel aktivitesini anlamlandırmasını sağlıyordu. Güç, denge, esneklik ve riskler, futbol, tırmanma, kayak, atıcılık ve tenisle buluşunca ortaya çıkan atmosferin

de ikili bir yapıya sahip olması kaçınılmaz. Bu yüzden kentin sergi merkezi olan Cité'yi ziyaret edenler, çığınca top peşinde koşanlarla, tüm dinginliğiyle spor kültürünü zenginleştirenleri bir arada buldu.



Maviology

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

Sorumlu müdür
Pınar Gözeri

Editör
İzzeddin Çalışlar

Tasarım
Esen Karol
Rim Armouch

Katkıda bulunanlar
Alissa Friedman
Aydan Açıkalin
Öykü Sarıyer

Kapak fotoğrafı
Xavi Gordo

Bu sayıda kullanılan fontlar
Amatic SC, Vernon Adams
F Grotesk, 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 Haziran 2019

mavi.com



/mavi

Yaz Babylon'u

Babylon
yaz boyunca
açık, buluşalım.

+babilon
TURNS YOU ON



www.babylon.com.tr

facebook babylon instagram babylonistanbul

Pozitif

Garanti BBVA



biletix
ticketmaster Türkiye

ZU
BI
ZU