

VOGUE

TÜRKİYE

OCAK ◆ 2014

TÜRKLER
SARIŞIN SEVER

Scarlett Johansson
Doutzen Kroes

+

KATE MOSS
İSTANBUL'DA

YÜKSELEN
SAĞLIK
TRENDLERİ
Yoksa hiç takip
etmemeli mi?

*En karizmatik
dağ kıyafetleri*

Yeni meleğimiz
Emily
DiDonato

Vogue seçti
İNDİRİMDEN
YATIRIMLIK
PARÇALAR

TAZE BAŞLANGIÇ

Spör dantel, kısa paça takım, asimetrik marin,
favori doku süetle ara/sezonda hafifleyin





Gelecekte *haberler*

Mağazaları üzerimizde taşıyacak, markalardan aldığımız modelleri evde basacağız. Genetik kodlama ile deri gibi doğal materyaller, laboratuvarlarda üretilecek; bu uğurda hayvanların yaşama hakkı gasp edilmeyecek. Uzmanlar, modanın çok da uzak olmayan geleceğini Vogue Türkiye'ye yorumladı.

Yaprak Aras

Değişmeyen tek şey değişim. Özellikle son yıllarda değişim ve gelişimin hızı ciddi anlamda arttı. Öyle ki trend tahminçileri artık uzun vadeli öngörülerde bulunurken daha temkinli davranıyor. Teknolojik yeniliklerin hızlanması ve dijital medyanın ortaya çıkışından beri moda da büyük bir devrim içinde. Bildiğimiz anlamda moda hızla kabuk değiştiriyor. Yıl içindeki koleksiyon sayılarından tutun, her gün yeni ürün sunan hızlı moda zincirlerine; yıkama-ütü gerektirmeyen kumaşlardan vücuda şekil veren materyallere kadar yepyeni kavramlar girdi hayatımıza. Eskiden defileleri yalnızca seçilmiş bir azınlık izleyebilirdi. Şimdi şovlar dijital ortamda ve gerçek zamanlı olarak milyonlara açılıyor. Bütün takvimini dijitalleştirmek için uğraşan moda haftalarına, defilede görülen kıyafetleri anında sipariş edebileceğiniz siteler ekleniyor. Mağazacılık da değişiyor. Sanal olarak kıyafet denemeye olanak veren aynalar benzeri gelişmeleri sık sık duyuyoruz. Diğer taraftan, mağazaların yerini alan ve dokunmatik ekranlarıyla alışverişe imkan tanıyan vitrinlere de artık alıştık. Sonsuz olanaklar sunan akıllı telefon ve tablet uygulamalarına giriyorum bile.

Üç boyutlu baskı teknolojileri üretim kadar tasarımı da etkiliyor. Yeni materyaller moda kültürüne toptan bir değişim vaat ediyor. Uzmanlar, en çok "Ubiquitous computing"den bahsediyor. Yani her yerde hesaplama veya Türkçe'de tercih edilen adıyla, ulaşılabilir bilgisayar teknolojileri; bilgisayarların hayatın her anında ve her yerde bulunması durumu...

Ünlü tasarım şirketi Frog Design'ın kreatif başkanı Mark Rolston Business of Fashion bloguna yaptığı açıklamada kehanetlerini şöyle sıralıyor: "Şu anda mobilyalar, kıyafetler ve kişisel objelerden oluşan doğal dünyamızı bilgisayarlarımızdan kolaylıkla ayırabiliyoruz. Ama bu değişecek. Bunları birbirinden ayırmak çok zor olacak. Bilgisayarlar her şeyin içinde olacak. Sokakta yürüyen birinin üzerinde çok beğendiğiniz bir gömlek gördünüz diyelim. Akıllı telefonunuz veya Google Glass'ınızla bunun fotoğrafını çekebileceksiniz. Bu fotoğraf, online satılan milyonlarca gömlekle karşılaştırılacak ve eşleştirme yapıldığında da

satın alabileceksiniz. Alışverişe gitmeyeceksiniz çünkü keşif yaptığınız anda satın alabileceksiniz." Digital Disruption adlı kitabın yazarı, araştırmacı James McQuivey ise Ubiquitous computing'in halihazırda başladığını söylüyor: "Sadece şimdilik adına mobil computing diyoruz. Çünkü henüz bunu sadece mobil cihazlar yapabiliyor. Bugün mağazayı cebinizde taşıyabiliyorsunuz çünkü mobil telefonunuz var. Ama gelecekte mağaza, siz olacaksınız."

Moda sektöründeki bu çok ayaklı değişimi biz de araştırmaya karar verdik. Ve sektörü yakından takip eden uzmanlara, öngörülerini sorduk. Genetik kodlamayla üretilen doğal materyallerin müjdesini aldık. Tüketiciler olarak modanın hem tasarım hem de üretim aşamalarında daha çok sözümüzün geçeceğini öğrendik. Giyilebilir teknolojilerden kaçışımız olmadığını ve bu sayede daha sağlıklı yaşayacağımızı anladık. İşte farklı alanlarda çalışan uzmanların moda kehanetleri.

Aksesuarlar sağlık ölçümü yapacak

2020 yılında dünyadaki ölümlerin yüzde 75'i kronik hastalıklardan kaynaklanıyor olacak. Bu nedenle tedaviden ziyade, korunma amaçlı gelişmeler artacak. Sağlık bilgileri, uygulamalar, mobil izlemeler ve biyogeribildirimli tanılarla günlük hayatlarımızda da çok ulaşılabilir olacak. 2020 yılında kendi ilaçlarımızı basmaya başlayabiliriz.

Bunların etkisi giyilebilir cihazlara yansıyor. Giyilebilir teknolojilerin satışı 2012 yılında yüzde 300 arttı. 8,3 milyon fitness cihazı, akıllı saat ve gözlük satın aldık. Teknoloji pazarındaki araştırmalarıyla tanınan ABI, 2018 yılına kadar dünyada yıllık 485 milyon giyilebilir cihazın satılacağını öngörüyor. 2020'de nano ölçekte birtakım biyoteknolojiler de mevcut olacak. Bunlar giyilebilir cihazlarla veya insan vücuduna yerleştirilen sensörlerle olacak. Tedavi edici yöntemlerin yanı sıra korunma ve farkındalık yaratma amaçlı gözlem çalışmalarının artmasıyla, bu trendin büyük bir sıçrama yapması bekleniyor.

Uygulamalar, kendimizle ilgili ölçüm yaptığımız



Victoria's Secret'in son şovunda da üç boyutlu basılmış parçalar sergilendi.

parametreler konusunda zaten çok gelişmiş durumda. Bu, daha da artacak. Dengeli bir hayat tarzını hedefleyen ve kişisel dijital karşılaştırmalı analiz yapan cihazlar ve uygulamalar; giyilebilir teknolojilerle beraber 2020'ye kadar iyice standartlaşacak. 2014'ün giyilebilir teknoloji yılı olarak gösterilmesine şaşırılmamalı gerek. **Anne Lise Kjaer/Fütürist.**

Kıyafetlerimizi evde, kendimiz basacağız

Moda sektöründe yakın gelecekte, Endüstri Devrimi'nden beri yaşanmamış düzeyde bir değişim olacak. Geçtiğimiz yıllarda üretim metodlarındaki gelişmelerle birlikte "kitleler için moda" konsepti geçerli hale geldi. Bugün ikinci bir endüstri devrimi yaşıyoruz. Teknoloji sayesinde her şey yalnızca daha hızlı, daha iyi ve daha ucuza mal edilmiyor. Aynı zamanda var olan süreçleri, yeni ve yıkıcı teknolojilerle tehdit ederek sosyal dinamiklere de meydan okuyor. Şeffaflık ve tüketicilerin sınırsız bilgiye ulaşabilmeleri sayesinde beklentiler daha da arttı. Üç ana konuda ciddi değişiklikler olacak: Tasarım, materyaller ve üretim metodları.

Tüketicilerin tasarım ve üretime etkisiyle "kitleler için moda" yakında "kitleler tarafından moda"ya dönüşecek. Bunun örneklerini hem online hem de offline'da artan kişiselleştirmelerle gördük. Birçok marka satın alım sırasında anında kişiselleştirme sağlıyor; deri çantalarımıza adımın baş harflerini ekliyor, bize özel gömlekler, takımlar yapıyor. Yakın gelecekte tüketicilerin tasarım becerilerinde artış olacağı kesin.

Gelecek 30 yılda neredeyse iki milyara yaklaşması beklenen orta sınıfın gittikçe artan talebiyle azalan hammaddeler, bundan böyle laboratuvar ortamında üretilen. Sentetik biyoloji sayesinde sınırsız ölçüde doğal materyalin DNA'sı

kullanılarak (örneğin deri, egzotik deriler gibi materyaller) laboratuvarlarda üretilen. Bu genetik kodlama sayesinde markalar hayvan avcılığı ve yetiştiriciliğinden de vazgeçecek.

Tam otomatik süreçler sayesinde üretim hattı denen şey de geçmişte kalacak. Tüketiciler, üç boyutlu baskı teknolojileri sayesinde istedikleri ürünlere evlerinde, bir düğmeye dokunarak basıp sahip olabilecek. Bunun için, markaların sattığı bir tasarımı da seçip evde basabilirler. Veya kolay yazılımlar sayesinde giymek istedikleri (ve basacakları) şeyleri kendileri de tasarlayabilirler. **Burak Çakmak/Swarovski-Kurumsal Sorumluluk Başkan Yardımcısı.**

Alışveriş mağazada başlamayacak

Alışveriş davranışları değişiyor. İnsanlar teknolojiyle hem birbirlerine hem de ihtiyaçlarına bağlanıyor.

Markalar müşterilerin taleplerini karşılamak için satış anından daha fazlasını düşünmeye başlayacak. Verilerle bunu en iyi şekilde yönetecekler. Bir tasarım yapmak istediğinizde bunun daha da ötesinde düşünmeniz gerekecek. Çünkü alışveriş mağazadan başlamayacak. Müşteriler daha mağazaya gelmeden önce yapacakları alışverişleri nasıl arttırabileceklerini düşünmeleri gerekiyor. Bunun için hem mağaza içinde hem de online gelişmeler devam ediyor. Çok ilginç yeni teknolojiler geliştiriliyor. Örneğin dinamik ekranlar artacak; mağazada bir ürünü denerken aynada bilgiler belirecek. O ürüne benzer başka neler var, yoksa nereden alabilirsiniz, belki aynanın ekranı aracılığıyla alıp evinize yollatabilirsiniz...

Benzer teknolojileri filmlerde görüyoruz ama bilgiyi, güzel bir şekilde sunmak zor. Bu, giyilebilir teknolojiler için de geçerli. Tasarımın iyi olması için takanı aptal gibi göstermemesi gerekiyor. Biraz daha insani tasarımlar olmalı, bilim kurgu filmlerinden çıkmış gibi durmamalı. Kişiselleştirilmeli, şık olmalı.

Google Glass'ın şimdilik sorunu bu. Ayrıca insanlar güven duydukları bir sosyal dünya istiyorlar. Biriyle konuşurken sizin fotoğrafınızı çekebilecek, kaydedebilecek olmaları fikri hoş değil. Tabii elbette toplumun değer yargıları ve fikirleri değişebilir. Nasıl ki yeni nesil bizim gizlilik kaygılarımızı pek taşıyor, benim bu bahsettiğim kaygılar da zamanla ortadan kalkabilir. Bugün insanlara tuhaf gelen bir şey yarın normal olabilir. **Tjeerd Hoek/Kreatif Direktör-Frog Design**

Moda filmleri sektörü hızla olgunlaşacak

Hem moda profesyonelleri hem de müşteriler, medya olarak filme dönecek. Daha fazla sayıda insan, çok daha büyük bir ilgiyle zamanlarını, paralarını ve yaratıcılıklarını moda filmlerine ayırmaya başlayacak. Görsel referanslarını sinemadan, müzik ve sanat videolarından alan bu format, büyük bir hızla olgunlaşacak.

Moda filmlerinin yapımı, pazarlaması ve dağıtımıyla ilgili koskoca ve yeni bir pazar oluşuyor. Dikkatli gözlemciler, moda filmlerinin genel anlamda modayı da değiştirdiği, yeniden şekillendirdiği fikrinde. Yapım şirketleri yeni roller ediniyor, yeni iş imkanları doğuyor. Diğer taraftan alternatif yayın kanalları ortaya çıkarken markalar, oyuncular ve modeller profesyonel repertuarlarını geliştiriyor. **Diane Pernet/A Shaded View on Fashion Film Kurucusu.** ♦