

The largest mosaic  
museum in the world  
Gaziantep Mozaik Museum

# Dünyanın en büyük mozaik müzesi Gaziantep Mozaik Müzesi

Gaziantep Mozaik Müzesi, açıldığı Temmuz 2005'ten bu yana sadece Türkiye'de ve Gaziantep'te değil dünyada kültürel, tarihi miras bakımından değeri tartışılmaz bir konumda.

Zeugma antik kenti, Gaziantep'in Nizip ilçesinin Belkıs Köyü'nün sınırlarından geçen Fırat Nehri'nin kıyısında. 80.000 nüfusu ile döneminin en büyük kentlerinden biri olan Zeugma tarihinin değişik dönemlerinde değişik isimlerle anılır. Büyük İskender'in generallerinden I. Seleukos Nikator, MÖ. 300'de Fırat Nehri'nin buradaki geçidini korumak ve kontrol altında tutmak amacıyla batı sahilindeki geçit yeri olarak tanımlanan yerleşim yerini yeniden imar ettirmiş ve burası Fırat Seleukeia'sı olarak anılmaya başlanmıştır. M.Ö. I. yüzyılda Roma hakimiyetine girmesiyle kent, Zeugma adını almıştır. Zenginliğini ve ihtişamını Sasaniler'in saldırısına uğramasıyla yitirmiştir.

Gaziantep Mozaik Museum has a position where its cultural value is beyond dispute in terms of historical heritage not only in Turkey and Gaziantep but also in the world since July 2005 when it opened.

The Zeugma antique city is situated on the banks of Euphrates River running along the borders of Belkıs Village of Nizip district of Gaziantep. Zeugma, one of the largest cities of its times with a population of 80,000, was known by different names in different periods of history. Alexander the Great's general Seleukos Nikator I rebuilt this settlement known as a crossing on the west bank to protect and control Euphrates River's crossing there in 300 B.C. and the settlement started to be known as Euphrates Seleukeia. The city took on the name of Zeugma as it went under Roman rule in 1st Century B.C. It lost its wealth and splendor after Sasanis' attacks.



Zeugma, yıkılıp yıkıldığı tarihten yaklaşık 1800 sene sonra kurtarma kazılarıyla yeniden gündemde. Gaziantep Müzesi Müdürlüğü başkanlığında 1987 yılından itibaren başlatılmış olan kurtarma kazıları sonucunda Zeugma'nın muhteşem eserleri gün ışığına çıkarıldı. 2000 yılı Temmuz ayına dek yürütülen kazılar, 4 Ekim'e kadar devam etti. Alandan ele geçen mitolojik konulu taban mozaikleri ile duvar resimleri 2002 yılı başına dek sürdürülen restorasyon çalışmaları ile restore edildi. Zeugma'dan ele geçirilmiş olan 1500 metrekare mozaığın yaklaşık 850 metrekaresi ile 150 metrekare duvar resminin restorasyonu tamamlandı.

1992 yılında temeli atılmış olan ve bitirilemeyen müze ek inşaatı 2003 yılında Gaziantep Valiliği İl Özel İdaresinin maddi katkıları ile ihale edilerek 2004 yılı sonunda tamamlandı, ardından teşhir-tanzim çalışmaları da yine Gaziantep Valiliği'nce ihale edilerek, içinde Zeugma mozaiklerinin de teşhirinin yapıldığı müzenin açılışı gündeme geldi. 35 adet mozaik panosuyla (yaklaşık 550 metrekare) 120 metrekare duvar resmi ve 35 adet heykel ve mezar steli müzede yeni binada teşhire konuldu. Kazılar sırasında bulunmuş olan Roma villalarının içindeki üç ayrı mekan, mozaiği, duvar resimleri, havuzu, çeşmesi ve sütunlarıyla tamamen orijinal eserleriyle teşhire konuldu. (Bu villalar şimdi suların altındadır). Gaziantep Müzesi'nin diğer mozaik müzelerinden görsel farkı, buluntularının yanı sıra, teşhir-tanzim çalışmalarında modern teşhir tekniklerinin uygulanmasından da kaynaklanmaktadır. Müze içinde nekropol alanında yer alan bir mezar örneği imitasyonu yapılmış olup, bu oda mezar örneği dünyada hiçbir müzede olmayan bir örnektir. Gaziantep Müzesi mozaik sergileyen müzeler içinde birinci sırada yer almaktadır. Arkeoloji müzesinin kronolojik salonlarında da bölge arkeolojisine ait yaklaşık 4000 adet küçük buluntu eski binada sergilenmektedir. Gaziantep müzesini oluşturan yeni ve eski binalar birbirine bir tüp geçitle bağlanmıştır.

## Çingene Kız

Zeugma'daki kazılardan sonra müzenin simgesi Çingene Kız Mozaiği oldu. Kimliği konusunda kesin bir tanımlama yapılamayan bu mozaiğe, figüründeki kadın resminin çingene kızlarını andırması nedeniyle bu isim verildi. Ancak bazı kaynaklar mozaikteki asma figürlerine dikkat çekerek, çingene olarak tasvir edilen kadının Yer Tanrısı Gaia olduğunu ileri sürüyor.

Zeugma is a news item once again with the recovery excavations approximately 1,800 years after the date it was burnt down. As a result of the recovery excavations started in 1987 headed by Gaziantep Museum, Zeugma's magnificent artifacts were unearthed. The excavations, which were run until July 2000, lasted until October 4. The base mosaics with mythological themes and frescos discovered in the area were restored by restoration efforts until early 2002. The restorations of approximately 850 square meters of 1,500 square meter mosaics and 150 square meter frescos discovered in Zeugma were completed.

The museum expansion construction, the foundation of which was laid in 1992, was tendered out with the financial contributions of Gaziantep Governor's Office Provincial Special Administration Agency and was finished at the end of 2004. Afterwards, the display-layout works were also tendered out by Gaziantep Governor's Office and the Museum to display artifacts including Zeugma mosaics was ready to open. 35 mosaic panels (approx. 550 m<sup>2</sup>), 120 square meters of frescoes, 35 statues and tomb stels are on display in the new building. Three separate spaces in Roman villas discovered during excavations are on display with fully

original works including mosaics, frescoes, pools, fountains and columns (These villas are now under water). The difference visually, of Gaziantep Museum from other mosaic museums stems from, in addition to the artifacts, the modern display techniques implemented in the display – layout works. The chamber tomb imitation situated in the necropolis area in the Museum is a specimen which is unique in the world. Gaziantep Museum ranks first among museums exhibiting mosaics. Approximately 4,000 small artifacts of the region's archaeology are on display in the old building, in the chronological halls of the archaeology museum. The new and old buildings comprising Gaziantep Museum are connected to each other by a tube crossing.

## Gypsy Girl

Following the excavations in Zeugma, the symbol of the museum became the Gypsy Girl Mosaic. This mosaic, for which no conclusive identification could be made, was given this name as the picture of the woman on it resembles gypsy girls. However, certain sources argue that the lady described as a gypsy is actually Goddess of the Earth Gaia because of the vine leaf figures on the mosaic.



İnci Mutlu :  
Design is being able to make people happy”

# İnci Mutlu: “Tasarım insanları mutlu edebilmektir”

Röportaj & Fotoğraflar / Interview & Photos

Şerife Deniz **Ulueren**

serife@serfed.com

1996 yılında Türkiye’de serbest tasarımcı olarak çalışmaya başlayan İnci Mutlu, 2000 yılında Milano’da Isao Hosoe ile çalıştı. İtalya’da kendi tasarım ofisini kurdu. Muca Milano ile Mutlu+Milano Design Stüdyo adı altında ortak projeler yapıyor. 1996 yılında Ulusal Mobilya Yarışması’nda ve 1997’de TSE Golden Packaging, 2000’de Viridian Design Competition birincilik ödülünü aldı. Mutlu’nun ürünlerinden bazıları 2004 International Design Yearbook’ta yer aldı. Şu an Türkiye, Almanya, Belçika, Tayvan ve İtalya’dan firmalarla çalışıyor. Vitra Eczacıbaşı, Hisar, Nurus, Handles, Koziol, Jongform, Grande Arredo, Restonic, Winston, Arçelik, Tunaofis ve Ev, proje ürettiği firmalardan.

İnci Mutlu, who started as a freelance designer in Turkey in 1996, worked with Isao Hosoe in Milan in 2000. She launched her own design office in Italy. She is involved in joint projects with Muca Milano under the title Mutlu+Milano Design Studio. She received first prizes in National Furniture Competition in 1996, in TSE Golden Packaging Competition in 1997 and Viridian Design Competition in 2000. Some of Mutlu’s products were featured in 2004 International Design Yearbook. Currently, she works with firms from Turkey, Germany, Belgium, Taiwan and Italy. Vitra Eczacıbaşı, Hisar, Nurus, Handles, Koziol, Jongform, Grande Arredo, Restonic, Winston, Arçelik and Tunaofis ve Ev are among firms she produces projects for.



Yüzündeki, konuşmalarındaki, yaşamındaki sadelik onu buralara taşımış olsa gerek. Tasarladığı ürünlerden de bunu çok rahat görebiliyor, anlayabiliyorsunuz. O kendini henüz yolun başında hatta öğrenci olarak görüyor. Nişantaşı Vitra Showroom'da bulduğumuz İnci Mutlu, softcube, piudue, think hepi ile banyoları bir yaşam alanı olarak düşünmüş. Hayatındaki her şeyi sadeleştiren, sevgiye önem veren, çok düşünen, fikir öneren, gecelere kadar çalışan ve üretmeyi çok seven Mutlu ile tasarımlarında neyi amaçladığından, Türkiye ve Avrupa'da tasarımcıların yaşadığı zorluklara kadar her şeyi konuştuk.

The plainness on her face, in her conversations, in her life must have brought her here. You can see and understand this very easily from the products she designs. She sees herself still at the beginning of the road; in fact, as a student. İnci Mutlu, who we met with in Vitra Showroom, has thought of bathrooms as living spaces with softcube, piudue, think hepi. We talked with Mutlu who simplifies everything in her life, who is committed to love, who thinks a lot, recommends ideas, works until night time and loves producing very much, about everything from what she targeted in her designs to the problems faced by designers in Turkey and Europe.



**“Proje geldiği vakit, kime, nereye, ne olursa olsun, o projeye gönülden inanıyorum. En kullanışlı, en ergonomik, en fonksiyonel, kendini en çok sevdiren ürün olması gerektiği motivasyonu yapıyorum. En en benim için önemli...”**

**“When a project comes up, I believe in that project in my heart regardless of who or where it is for and whatever it is. I do it with the motivation that it must be the most practical, most ergonomic, most functional one, which makes itself loved most. The most most most is important for me...”**

**Şerife Deniz Ulueren: Sizin yaşama bakışınız...**

**İnci Mutlu:** Aslında bu mesleği kısa süredir yapıyorum. Master biteli daha sekiz buçuk sene oldu, kendimi yolun başında, öğrenci gibi de görüyorum. En azından bir meslekte yirmi sene geçtikten sonra daha değerli şeyler üretebilirsin gibi geliyor. Yaşama bakışım, daha öğrenerek, yaparak ilerlemek şeklinde.

**Ş.D:** Farklı kültürlere ve bambaşka insanlara tasarımlar sunuyorsunuz. Tasarlarken nasıl bir ortak nokta oluşturup buluşturuyorsunuz?

**İ.M:** Evrensel global bir dil yakalamaya çalışıyorum. Bence görselliğin estetiğin fonksiyonun dili de evrensel. Belli bir form gördüğünüzde hangi ülkeden olursanız olun o şeyin çevrileceğini anlarsınız.

**Ş.D:** Tasarımlarınıza başlamadan önceki kriterleriniz neler?

**İ.M:** Şöyle düşünüyorum, ürünü kime ve hangi firmaya tasarlıyorsam, firmanın marka değerini artırması gerektiğini düşünüyorum. Muhakkak yeni bir şeyler söylemeli, fikirler ortaya koymalı. Kullanıcıları mutlu eden ürünler olmalı. Mevcut yapılmış bir şeyi tekrar etmiyorum. İnsanların görünce mutlu olacağı, seveceği, almak isteyeceği, firmaya marka değerini arttıran, olabildiğince sade ve yalın ürünler yapmaya çalışıyorum. Giderek de daha sadeliği seçiyorum.

**Ş.D:** Tasarımlarınızı fikir eşliğinde nasıl şekillendiriyorsunuz?

**İ.M:** Yeni bir fikir bulma aşaması önemli. Bol bol malzemelerle oynamak lazım. Masa başında oynamıyor. Seyahatler, gittiğiniz yerler, sanatçılarla bir araya gelince oluyor. Tasarımlardan önce çok dolaşmak, farklı kültürler görmek, müzeler gezmek, kitap okumak gerekiyor. Felsefe okumak çok önemli. Buralardan yeni fikirler oluşuyor. Sonra onları biçimlendirirken, o fikri en sade biçimiyle ortaya koymak gerekiyor. Tasarımın kuralı zaten sadelik.



**Şerife Deniz Ulueren: Your perspective on life...**

**İnci Mutlu:** Actually, I've been practicing this profession for a short while. It has been just eight and a half years since I got my Master's. I see myself at the beginning of the road as a student. It seems to be you can produce more valuable things after you spend at least twenty years in a profession. My perspective on life is advancing by learning and doing.

**Ş.D:** You are offering designs to different cultures and to totally different people. How can you create and bring together at a common point when you design?

**İ.M.:** I am trying to capture a universal global language. For me, the language of visuality, aesthetics and functions is also universal. When you see a certain form, you understand that thing must will be transformed regardless of what country you are from.

**Ş.D:** What are your criteria prior to starting your designs?

**İ.M.:** This is what I think; I think the product must enhance the brand

value of the firm I design it for. It must say some new things, must set forth ideas. They must be products making the users happy. I don't repeat anything already done. I am trying to make products that are as simple and plain as possible, which people will be happy to see, will love, will want to buy, which enhance the brand value of the firm. More and more, I opt for plainness.

**Ş.D:** How do you shape your designs under the companionship of ideas?

**İ.M.:** The stage of coming up with a new idea is important. You have to play with materials a lot. You can't do it at a desk. It happens with your travels, places you visit, when you come together with artists. Before designing, you have to go around a lot, see different cultures, tour museums and read books. Reading philosophy is very important. New ideas occur from these places. Then when you shape them, you have to set forth that idea in its plainest form. In fact, the principle of design is plainness.



“Ürünü kime ve hangi firmaya tasarlıyorsam, firmanın marka değerini arttırması gerektiğini düşünüyorum. Kullanıcıları mutlu eden ürünler olmalı. Mevcut yapılmış bir şeyi tekrar etmiyorum”

I think the product must enhance the brand value of the firm I design it for. They must be products making the users happy. I don't repeat anything already done”.

Ş.D: Bir ürün ortaya çıkışıyla kafanızda projelendirilmesiyle yaklaşık ne kadar zamanınızı alıyor. Tasarlarken ne düşünüyorsunuz?

İ.M: Aslında uzun bir süreç. Fikir bulduktan sonra biçimlenip ortaya çıkıp, bilgisayarda modelleniyor, skeçler yapılıyor. Modeller yapılıyor. Ürünü yaptığınız firma bunu onaylayınca, biz bunun teknik çizimlerini görüyoruz. Bunlar üretici firmaya gidiyor, prototiplerini yapıyor, bir araya gelip prototiplerini kontrol ediyoruz. Ürün üzerindeki değişiklikleri yapıyoruz. Ürünü üç boyutlu görünce sorunları varsa görülüyor. Daha sonra ikinci prototip yapılıyor. Ürün hazır haline geliyor, katalog çekimlerini yapıyoruz. Ürünü hangi açıdan göstermek gerekir, bulunacağı atmosferin nasıl olması gerekir, ürünün konseptini nasıl bir ortama koyarsak yansıtır. Daha sonra fotoğraf çekimleri yapılıyor. Ürün nasıl olursa olsun, nasıl bir standda sergileneceği önemli. Fuarda ilk sunuşta bence tasarımcının ürünü basına tanıtmasında fayda var. En net o anlatabilir. Bazen televizyon reklamını bile yapmamız gerekiyor. İlk fikrin bulunmasından ürünün sunuşuna kadar tasarımcının rolü var.

Ş.D: Kadınlar erkeklere göre daha duygusal, iki cinsin tasarıma bakışı arasındaki fark nedir?

İ.M: Bu devirde, bir kadının sahip olduğu sezgilere ve duyarlılığa sahip olan, aynı zamanda bir erkek gibi pragmatik, işbiririci olan insanlar başarılı oluyor.

Ş.D: Approximately how long does it take you to launch a product, including the design stage in your head? What do you think of as you design?

İ.M.: Actually, it is a long process. After you come up with the idea, it is shaped and set forth, is modeled in the computer, sketches are made. Models are built. When the firm you make the product for approves it, we see its technical drawings. These go to the manufacturer, it makes the prototypes, we come together to check the prototypes. We make the changes on the product. When you see the product in three dimensions, any problems are detected. Later, the second prototype is made. The product is ready and we take the catalog pictures. From what angle should be show the product; how the atmosphere should be; what medium would reflect the concept of the product? Then, photography sessions start. Whatever the product may be, on what type of a stand it will be displayed is important. For example, during the first presentation in the trade fair, it is useful for the designer to introduce the product to the press. The designer can tell most clearly. Sometimes we even have to do TV commercials. The designer has a role from the inception of the idea until the launching of the product.

Ş.D: Women are more emotional compared to men; what is the difference between the ways the two genders view design?

İ.M.: At this age, people who have the intuitions and sensitivity a woman has and also who are pragmatic and deal closers like a man become successful.

**Ş.D:** Türk ve Avrupa toplumunu kıyaslarsak, tasarımdan beklentilerinde ne gibi farklılıklar ortaya çıkıyor?

**İ.M:** Küçük değişiklikler oluyor. Örneğin İtalyanlar lavaboya bide koymak istiyor. İngilizler banyolarını halı kaplıyor, duvar kağıdı koyuyor. Almanlar temizlik ve teknik yönüyle ilgileniyorlar, fonksiyonelliğe önem veriyorlar. Çin tümüyle Avrupa ve İtalyan tasarımı yapmak istiyor. İşin içine bitki katıyor. Japonlar ise küçük ürünler. Amerikalılar klasik, büyük oymalı, takmalı, geniş ürünler görmek istiyor. Her pazarın ayrı özelliği var. Türkler ise daha çok İtalyanlar gibi.

**Ş.D:** Türkiye’de üretimin yetersizliği tasarıma dezavantaj olarak yansıyor, sizce bunların aşılması için neler yapılması gerekir?

**İ.M:** Üretim aslında giderek artıyor. Üretimin başında olan yöneticide tasarım kültürü yok. Üreticiyle sermaye sahibi arasında farklar var. Asıl bir firma sahibi, tasarımcıyla beraber ürün tasarlarsa başarılı olur. Tasarım kültürü olmamasının yanında üretimden de anlamıyor.

Tecrübeli tasarımcı buralara gidip, zor durumlara düşmek istemiyor. Yeni kurulan üreticilere danışmanlık hizmeti verilmesi gerekiyor.

**Ş.D:** Türkiye’de tasarımın geleceğini nasıl görüyorsunuz?

**İ.M:** Aslında tasarımcılar için bayağı iş sahası var. Ama tasarımcının savaşması gerekiyor. Avrupa’yı düşünecek olursak, tasarım yaptığında bunun iyi bir tasarım olduğunu ispat etmek zorunda değil, iyi bir tasarım olduğunu üretici de görüyor. Fakat burada o iyi mi kötü mü anlamıyor, çünkü tasarım kültürü yok. Burada böyle bir sorun var. Avrupa’daki sorun da şu; üretici Türkiye’deki gibi yeni bir şeyler üretelim demiyor. Orada ekonomi durgun, her şey yapılmış durumda, firmalar ürünlerini satmaya çalışıyor. Tasarımcılar arasında büyük rekabet var. Kıyasıyla çalışıyoruz. Dolayısıyla yurtdışında çalışan Türk ve yabancı tasarımcıların Türkiye ile çalıştığını görüyorsunuz. Çünkü Türkiye’de daha rahat ekonomik bir açılım var. Türkiye’de çalışmanın avantaj ve dezavantajları olduğu gibi Avrupa’da da olabiliyor.

**Ş.D:** If we compare Turkish and European societies, what kind of differences are there in their expectations of design?

**İ.M.:** There are minor changes. For example, Italians want to put bidets in washrooms. The British cover their bathrooms with carpets, they use wall papers. Germans are concerned with cleanliness and the technical aspect; they emphasize functionality. China wants to make totally European and Italian designs. It adds plants to the project. The Japanese, on the other hand, want small products. The Americans want to see classic wide products with ornamentation. Each market has a different characteristics. Turks are more like Italians.

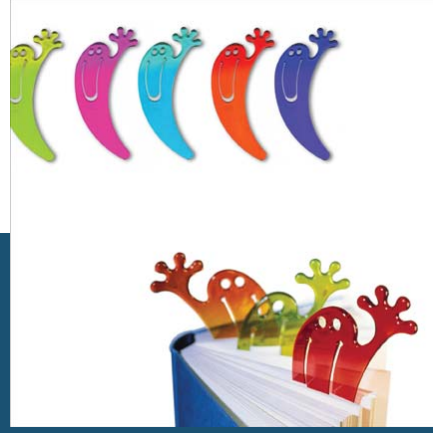
**Ş.D:** The inadequacy of production is reflected on design as a disadvantage in Turkey; what do you think must be done to overcome this?

**İ.M.:** Actually, production is progressively increasing. The executive in charge of production lacks design culture. There are differences between the producer and the owner of the capital. Actually, a firm owner should design the product with the designer to become successful. They don’t understand production either, in addition to having no design culture. The experienced designer does not want to go to such places to fall into difficulty. One has to provide consulting service to newly established manufacturers.

**Ş.D:** How do you see the future of design in Turkey?

**İ.M.:** Actually, there is quite a few fields of business for designers. But the designer has to put up a fight. Considering Europe, the designer doesn’t have to prove that what he/she designs is a good design; the manufacturer sees that it is a good design. But here, he doesn’t understand if it is good or back because he lacks design culture. Here, there is such a problem. The problem in Europe, on the other hand, is this: The manufacturer doesn’t say “Let’s produce some new things” like in Turkey. There, the economy is stagnant. Everything has already been done. The firms are trying to sell their products. There is fierce competition between designers. We work with all our might. Therefore, you see that Turks working abroad and foreign designers work with Turkey because in Turkey, there is a more comfortable economic expansion. Like there are pros and cons of working in Turkey, the same thing can happen in Europe too.





#### Ş.D: Genç tasarımcılara tavsiyeleriniz neler olabilir?

İ.M: Önceliklerini ortaya koyup, ne istediklerine karar versinler. Çünkü hayat kısa ve kısa sürede sona ulaşıyoruz. Herkesin potansiyeli var. Yaşamda tüm projelerimizi gerçekleştirme imkanı yok. En sevdiklerine, yapmak istediklerine yönelsinler. Çok gezmek, okumak, meraklı olmak, incelemek, araştırmak gerekiyor. Rekabet de çok, arkadan başkaları geliyor. Meraklı olanlar sivrilebilir. Bilgiye, bilgi sahibi olan insanlara kıymet verilmeli. Fikir önermeliler. Yeni fikirler bulup önermek, hızlı düşünmek bence tasarımcıların yapması gereken en önemli iş.

#### Ş.D: Vitra'ya banyolar tasarladınız. Bundan sonraki projeleriniz neler?

İ.M: Banyoya ilgili uzun süredir içinde olduğum için çok fikirlerim var. Vakit buldukça ve Vitra'ya gittikçe düşüncelerimi Şadi Burat ve Berna Erbilek hanımla paylaşıyorum. Aklıma yatınca projeye başlıyoruz. Tasarımcının önermesi lazım. Vitra çalışanlarıyla iletişimimiz çok iyi. Vitra çalışanına eğitim veriyor, bu çok önemli. Tasarımcılarla çalışanların diyalogu çok sağlam oluyor. İnsana yatırım yaptıkları için, pazarlamadan biriyle bile ürün hakkında tartışıp konuşabiliyorum. Vitra'nın diğer firmalardan büyük farkı var. Tasarımcı olarak onlara farklı fikirler önerebiliyoruz.

#### Ş.D:Dünyada beğendiğiniz tasarımcılar?

İ.M: Charles Eames'i beğeniyorum. 1930'lu yıllarda yapmışlar işlerini. Mimar olarak Frank Llyod Wright mobilyalarını beğeniyorum. Onlardan sonra zaten çok şey değiştiğini zannetmiyorum.

#### Ş.D: Aktüel yönleriniz...

İ.M: Çalışırken birdenbire ofisi bırakıp, yüzmeye giderim, bir iki kilometre yüzerim. Serbest çalışmanın getirdiği rahatlık oluyor. Çalışırken Mozart dinlerim. Geceleri evde çalışırım. Geç saatlere kadar film izlerim. Şarkı söyler, klavye çalarım. Kedileri çok sever, kedi taklidi yapar, resimlerini toplarım. Seyahatleri severim. İtalya sıkarsa, biranda her şeyi bırakıp Paris'e giderim. Eşya sayımı minimuma indirdim. Sahip olduğum eşya sayısı ve anahtar sayısını azaltıyorum. Sahip olmamaya çalışıyorum. Arabamı bile sattım. Özgürlük, hafiflik oluyor. Herkese de tavsiye ediyorum. Giderek atmayı öğrendim. Evdeki tüm eşyalarımı herkese dağıttım. İstanbul'a gelince her gün başka bir yerde arkadaşlarımda kalıyorum. Eskiden büyük bir yüküm varmış diye düşünüyorum. Kimseyi sömürmeden, kimsenin hakkını yemeden yaşamaya çalışıyorum.

#### Ş.D: What could you recommend to young designers?

İ.M.: They should set forth their priorities and decide what they want to do. Because life is short and we reach the end in a short time. Everybody has potential. There is no chance to achieve all our projects in life. They should move towards what they like most, what they want to do. One needs to travel a lot, to read, to be curious, to analyze and research. There is a lot of competition too. There are others coming from behind. Those with curiosity may come forward. Knowledge and knowledgeable people must be valued. They must propose ideas. Finding and proposing new ideas, thinking rapidly is the most important thing designers should do according to me.

#### Ş.D: You designed bathrooms for Vitra. What are your upcoming projects?

İ.M.: There are many ideas I have been entertaining in connection with the bathroom. I share my ideas with Şadi Burat and Berna Erbilek when I find time and visit Vitra. We start the project when it appears to be OK to me. The designer has to propose. Our communication with Vitra staff is very good. Vitra trains its employees. This is very important. So the dialogue between the designers and the staff becomes very strong. Since they invest in people, I can discuss a product even with somebody from marketing. Vitra has a major difference from other firms. As designers, we can recommend different ideas to them.

#### Ş.D: Your favorite designers in the world?

İ.M.: I like Charles Eames. They've done their works in the 1930s. As architect, I like Frank Llyod Wright furniture. Actually I don't think a lot has changed after them.

#### Ş.D: Your hobbies...

İ.M.: Suddenly I leave the office and go swimming when I work. I swim a couple of kilometers. There is a convenience allowed by freelancing. I listened to Mozart as I work. I work at home at nights. I watch movies until late. I sing, I play the keyboards. I love cats, I make cat impersonations, I collect their pictures. I like traveling. If Italy bores me, suddenly I leave everything and go to Paris. I minimized the number of my belongings. I'm reducing the number of things and keys I own. I try not to own. I even sold my car. It brings freedom, lightness. I recommend it to everyone. I learned to dispose of things in time. I gave away everything in the house to everyone. When I come to Istanbul, everyday I stay some place else with my friends. I believe I used to have a big burden before. I am trying to live without exploiting everyone, without doing injustice to anyone.