



“Made in Şişhane”

İlki 2006 yılında gerçekleştirilen “[Made in Şişhane](#)” projesi bu yıl 13-16 Ekim tarihleri arasında, Hollanda Konsolosluğu’na ait Dutch Chapel içinde sergilendi. Proje kapsamında, farklı ülkelerden gelen beş tasarımcı bölgedeki ustalarla birlikte, küçük ölçekli işletmelere ait atölyelerde özgün ürünler yarattı. İstanbul’daki küçük üreticiler ve üretim bölgeleri tasarımcılar ve yaratıcı disiplinler için nasıl bir potansiyele sahip? Tasarımcıların üretim bölgelerinin sürdürülebilir gelişimine katkısı ne olabilir? Bu sorulara cevap arayan “Made in Şişhane” projesi bölgedeki küçük üreticiler ile yaratıcı enerjiyi bir araya getirdi.

“Made in Şişhane”, şehrin en eski merkezlerinden birinin tarih boyunca geliştirdiği yerel üretim gücünü tasarımın cazibesi ile beslemeyi amaçlıyor. İlginç bir tasarım projesi olmasının ötesinde, yerelliğin yükselen önemine dikkat çeken bir şehirleşme yaklaşımının liderliğini yapıyor. Projenin yaratıcısı mimar ve tasarımcı Aslı Kiyak İngin Şişhane’nin üretimden soyutlanmadan, kendi iç dinamikleri doğrultusunda evrimleşmesini savunuyor.

Çünkü Şişhane tarih boyunca üretim ile farklılaşmış bir bölge. Son yüz yıldır şehrin aydınlatma üretiminin merkezi ve bugün hala üretim büyük fabrikalardan farklı olarak tek bir atölyede değil, bölgeye yayılmış bir ağ üzerinden yapılıyor. Kentteki birçok noktaya uğrayarak şekillenen ürünler bölgedeki ustalarla etkileşimli bir şekilde imal ediliyor.

Şişhane’nin küçük üreticilerden oluşan yoğun bir üretim ağını yüzyıllardır beslemiş olmasının birkaç tarihi sebebi var: Öncelikle, Galata limanına yakınlığı nedeniyle, Batıdan gelen “modern” ürünler ilk kez bölgedeki zanaatkarlar tarafından görülmüş ve incelenmiş. Önce Cenevizliler, ardından Osmanlı İmparatorluğu zamanında bu bölgenin ustaları -hem tasarım hem de üretim metodları anlamında- günün bir adım ötesine geçme fırsatına sahip olmuş. 1857 yılında Osmanlı İmparatorluğu’nun ilk belediyesinin burada ilan edilmesi de (“Beyoğlu ve Galata Altıncı Daire-i Belediyesi”) Şişhane’nin gelişiminde rol oynamış. İlk şehir aydınlatmaları bölgede kullanılmaya başlanmış. Şehir aydınlatmaları için ortaya çıkan ihtiyaç Şişhane’deki hazır üretim becerisinin odaklanacağı bir alan yaratmış. Elektrik ve aydınlatma teknolojisi bugüne kadar gelişerek gelmiş ve bölge İstanbul’un hatta Türkiye’nin aydınlatma merkezine dönüşmüş.

“Made in Şişhane” projesi, yerelliği öne çıkarması açısından, yerellikten beslenebilecek markalar için de bir ilham noktası... Türkiye’de pazarlamanın pusulası ulusal ve global markalar yaratımını işaret ediyor. Bu yönün potansiyeli şüphesiz çok yüksek. Fakat bu hedefe doğru koşma nefesine (henüz) sahip olmayan küçük işletmeler için farklılaşma noktası pusulanın gösterdiği yönün tam tersine gitmek; “bu şehirlî” hatta “bu mahalleli” markalar yaratmak olabilir. Büyüklüğün, globalizasyonun, “tüm dünya ve herkes için” olmanın karşısında küçüklük ve “sadece bizim için, sadece burası için” olmak güçlü bir farklılaşma noktası olarak değerlendirilebilir.