

ELLE DECORATION

YENİLENDİK
YAZ
MEVSİMİNE
HAZIRIZ!

+
BANYO
MUTFAK EKI
YENİ
MODELLER VE
EĞİLİMLER

PODYUMDAN EVE
AFRİKA, KUMSAL
VE ADA RENKLERİ

BAHÇEDE
KEYİF ODAKLI
ALANLAR

TASARIM
PLASTİĞİN
GELECEĞİ

BURÇLARA GÖRE
ÇİÇEK DÜZENİ
SOFRA STİLİ

PARİS VE
MİLANO'DAN
TRENDLER
+SERGİLER

DOĞANIN
KALBİNDE

Mayorka, Karaburun ve İstanbul'dan sanat tutkunu evler



TASARIM

ELLE DECORATION
GURURLA SUNAR!

Bu yıl Edida Türkiye'de Yılın Masüstü Tasarımı kategorisinde birinci seçtiğimiz Nude markasının Hepburn koleksiyonu, Milano Tasarım Haftası sırasında sonuçlanan uluslararası Edida yarışmasında da birinciliğe kavuştu. Hepburn'ün tasarımcısı Amerikalı Brad Ascalon ile koleksiyonu, tasarıma ve hayata bakış açısını konuştuk.

Yazın ELF GÜNEÇ



BRAD ASCALON

Fotoğraf: Ste ve Bellorwits



Nude ile yollarınız nasıl kesişti? Hepburn koleksiyonu nasıl ortaya çıktı? 2103 yılında Gaye Çevikel benden Gaia&Gino markası için bir aydınlatma projesi geliştirmemi istedi. Birlikte çalışmaktan çok keyif aldık ve bu süreçte arkadaş olduk. Gaye, Nude için yaratıcı danışmanlık yapmaya başladıktan sonra geçen sene Milano'da beni Nude ekibiyle tanıştırdı. Birlikte potansiyel bir işbirliğinden bahsettik ve bunun sonucunda Hepburn ortaya çıktı.

Koleksiyonun isminin Hepburn olmasının sebebi nedir? Çıkış noktasından ve süreçten bahsedebilir misiniz? Dürüst olmam gerekirse, projelere nadiren bu şekilde başladım. Yani bir kişi ya da bir şey direkt olarak ilham kaynağım olmaz. Koleksiyona başlamadan birkaç yıl önce şampanyaya bardağımı tasarladım ve Nude için geniş serinin bir parçası olarak bu modeli tazelenmeyi düşünürken, sadece güzel ve zarif değil, aynı zamanda cesur ve göze batmayan, eğlenceli ve incelikli hissettiren bir ilham kaynağına ihtiyaç duydum. Bütün bu özellikleri barındıran Audrey Hepburn'ün bir fotoğrafını gördüm ve koleksiyonu onun adı altında tasarladımın çok ilginç olacağını düşündüm. Nude Glass'ın malzemeleri ve süreçleri aracılığıyla bir kişiyi yorumladığım bir koleksiyon oldu. Ama koleksiyon estetikle bitmedi;

esas olarak restoran sektörünü hedeflediği için Los Angeles'tan Kopenhag'a seyahat ettiğim her şehirde bir yıldan uzun bir süre mikolojist ve barmenlerle konuştum. Onları çalışırken izledim. Sorular sordum. Hem hazırarken, hem de sunarken ne aradıklarını öğrendim. Bütün parçaların benim tasarım tutkuma atfedildiği kadar mikolojistlerin de tutkularının, kokteylleri süslemeleri bardaklar olarak atfedilmesini farketmek önemli.

Hepburn, Edida Türkiye ve uluslararası Edida olmak üzere birçok ödül aldı. Sizce niye bu kadar ilgi gördü? Buradaki zorluk, milyonlarca kez tasarlanmış objeleri yeni bir şekilde yaratmaktır. Bu kolay bir iş değil. Eğer bu koleksiyon aynı anda hem yeni, hem de tanıdık hisler uyandırırsa, farklı insanların karşılık vereceği çeşitlilikte parçalar olursa, son derece geniş bir cazibe alanı olur diye düşündüm. Her konuştuğum insanın farklı bir favorisi var koleksiyondan. Düşünecek olursanız, çok enteresan bir şey bu. Psikoloji büyüleyici bir şey olabiliyor.

Nude ile ya da başka bir Türk markasıyla yeni bir işbirliğiniz olacak mı? Nude ile yeni ne yapabiliriz diye konuşmalarımız oluyor. Kesinleşen bir şey yok ama hem Nude, hem de benim stüdyom için anlam olacak bir şey bulacağımıza inanıyorum. Diğer Türk markalarına gelince, Nude ile rekabette olacak



Asalor'un Carl Hansen için tasarladığı Preludia serisi.



Stylex markası için tasarlanan Nestle sandalye.

'NUDE İÇİN TASARLADIĞIM HEBBURN KOLEKSİYONUNUN HEM YENİ, HEM DE TANIDIK HİSLER UYANDIRMASINI VE FARKLI İNSANLARIN BEĞENECEĞİ ÇEŞİTLİLİKTE PARÇALAR İÇERMESİNİ İSTEDİM.'



hiçbir şey yapmaktistemem ama bunun dışındaki işbirliklerine da-
ima açtım. Şu anlar Türkiye'den bir seramik ve taş üreticisiyle
konuşuyoruz. Henüz bir işbirliğine girişmedik ama birbirimizi
tanıma aşamasındayız, ki bu en önemli şey.

**Tasarımcı olarak vizyonunuzu, felsefenizi ve stilinizi nasıl
tamamlarsınız?** Tasarımı indirgeyici zanaat olarak görüyorum.

Bir şey eklemektense, mümkün olduğu kadar azaltıyorum; büt-
tün lüksüz unsurları, ta ki tasarıma fonksiyonellik ve üretile-
bilirlik anlamında faydası olacak detaylar ve özelliklerle baş başa
kalana kadar... Bir yandan da tasarımın kendi güzelliği içinde saf-
lığını ve sadeliğini devam ettirmeyi önemsiyorum. Objeler, işlev-
sellik, malzemeler, süreçler ve müşteriler değişebilir ama benim
için en önemli şey müşterilerimin işimle ilgili takdir ettikleri şey,
insanların cevap verdiklerine inandığım şey.

Ağırlıklı olarak hangi alanlarda tasarım yapıyorsunuz? Da-
ima farklı sektörlerde çalışmaya gayret ediyorum. Stüdyomun
ağırlıklı işi ofis mobilyası ama otel/restoran ve yaşam alanları
için mobilya ve aksesuarlar, aydınlatma ve diğer alanlarda da
tasarım yapıyoruz. Böylece işim daha ilgi çekici bir hale geliyor;
işten çok bir maceraya dönüşüyor.

Hayatta sizi ne mutlu ediyor? Haftasonları kendimi kapat-

mak. Eskiden yapmazdım ama sadece kendimi kapatıp hayatın
tadını çıkarınca en iyi işlerimi yaptığımı farkettim. Eğim ve be-
nim Long Island, North Fork bölgesinde küçük bir evimiz var.
Haftasonlarımızı orada geçiriyoruz; kendimi her hafta 48 saat-
liğine Manhattan'ın kaosundan uzak tutmak beni çok mutlu edi-
yor. Tıpkı tasarım işlerim gibi haftasonu hayatım da saf ve sade;
karım, köpeğimiz, bahçemiz ve gitarlarımızla...

Sosyal medya çılgınlığı işinizi ve hayatınızı nasıl etkiliyor?

Sosyal medya takıntımı gerçekten çok fazla umursamıyorum.
Tabii ki aktifim çünkü işlerimi paylaşmayı, ilgilenen insanlar-
la tutkularından anlar paylaşmayı çok seviyorum. Aynı zaman-
da arkadaşlarımı, arkadaşlarımı ve ailemi görmeyi de seviyorum.
Ama tanıdığım insanların Instagram'dan takipçi satın aldıkları-
nı görünce, anlamaya başladım ki bu tamamen bir illüzyon. Çok
fazla insan, izleyenler tarafından kışkırtılmak için kendilerini
var olmayan bir hayatın içinde gösteriyor. Beni takip edenler ge-
nellikle yaptıklarıyla ilgililer; bu yüzden takipçilerim yavaş ya-
vaş benzer düşündüğüm insanlarla birlikte çoğalıyor. Bu, sayı-
dan daha önemli. Nitelik nicelikten üstündür. Bu, hayatımızın
her yönünde geçerli olmalı.

breaksastor.com; nudeglass.com