

TOM KLINKØWSTEIN

Gözde Oral İstanbul, Tom Klinkowstein New York

Bu sene altıncısı düzenlenen İstanbul Uluslararası Grafik Tasarım Günleri'ne konuk oldun. Uluslararası deneyimi olan bir eğitimci olarak, etkinlikle ilgili izlenimlerin neler?

Çok iyi organize edilmiş. Katılanların fikir ve tartışmaya bu kadar “aç” olmaları ve konuk tasarımcılara gösterdikleri misafirperverlik beni çok etkiledi. Ayrıca dünyada yaşanan gergin zamanların ışığında, değişik ülkelerden gelen ‘workshop’ katılımcılarının birlikte bir şeyler yapmaları beni çok etkiledi.

Sence bugün verilen tasarım eğitiminin en zayıf noktası nedir? Klasik bir yaklaşım geleceğin tasarımcılarını yeterince donatıyor mu? Alternatifi var mı?

Bu bir “akademik ada” sorunu. Hem güçlü hem de zayıf yanları var. Bir ada daha büyük ölçekteki toplumdaki kopuktur; dolayısıyla orada yaşayanlar “büyük düşünmek”te özgürdüler (çoğu bu durumdan yararlanmadığı halde). Ama kurumlar aynı zamanda birer işletme olarak varoluşlarını sürdürmek zorunda olduklarından, hayati olan konularda biraz tembel davranırlar.

Ben McLuhan’ın fikirlerini hala seviyorum: geleceğin üniversitesi havaalanı olacak. Büyük bir olasılıkla havaalanı, konferans odaları, üretim birimleri, galeriler ve T3 (en hızlı internet erişimi) hatları karışımı bir şey. En önemlisi son derece parlak, hareketli yardımcıları (belki öğretmenler yerine) ve öğrenciler olacak. New York’ta kısmen bu şekilde çalışan, buna örnek olabilecek bir medya şirketi var; cam duvarların arasında, her türlü mecra için aynı zamanda içerik üretiliyorlar. Küçük masalarda oturup, internet, televizyon ve özel iletişim ağlarına gönderilen hikayeler yazıyorlar. Gezmesi son derece eğlenceli bir yer; bana biraz Uzun Yolu’ndaki ana kumanda merkezini hatırlatıyor.

Bir performans sanatçısı olarak yola çıktın. Bugün multi-medya tasarımının öncülerinden biri kabul ediliyorsun. 80’lerde neler yapıyordun ve bugün kendini, yaptığın işi nasıl tanımlıyorsun?

Kişisel anılarımı güncel bir takım haber konularıyla örtüştürerek kim olduğumu bulmaya çalışıyordum.

Yapıştırıcı olarak da telekomünikasyon ağlarını kullanıyordum. Örneğin, eski kız arkadaşlarımı telefonla arayıp, benimle ilgili anılarını sordum; cevaplarını da Challenger’ın patlama anındaki görüntüsüne bindirdim. O sıralarda, bir sürü farklı dünyanın içinde varolmanın bana çok keyif verdiğini farkettim: Sanat, tasarım, akademik ortam ve sosyal antropolojinin bir pop biçimi. Benim ne olduğumu ifade eden tek kelime yok, ama bütün bu işler inanılmaz miktarda sosyal temas ve uzlaşma gerektiriyor. Her iki zorunluluk beni besliyor ve bana umut veriyor.

Şirketin Media A araştırma, danışmanlık, kurumsal kimlik oluşturma, internet sitesi tasarlama gibi çok farklı alanda çalışıyor. Teoride veya pratikte, rakiplerinizden farkınız nedir?

Çok ufağız; çoğu zaman 3 ile 10 kişi arası; ama daha büyük şirketlerin sunduklarına eşdeğer iş çıkarıyoruz. 10 yıl Hollanda’da yaşamış biri olarak araştırma, konsept ve tipografi gibi şeylere çok önem veririm ama New York’ta olduğumuza göre aynı zamanda hiperhızla çalışmak zorundayız. Nispeten daha düşük fiyatlara rafine bir ürün sunuyoruz çünkü aynı zamanda 24/7 sanal ortamda da çalışıyoruz (‘Starbuck’s da Powerbook’ modunda). Haftada 70-85 saat çalışmaktan hiç şikâyetçi değilim; zamanımın çoğu ofis dışında geçiyor.

Günümüzün iletişim ihtiyaçları, bir tasarımcının hızlı ve etkili düşünebilmesini ve sonuca varmasını aynı zamanda esnek olmasını gerektiriyor. Bazen bir grafik tasarımcısından hem iyi logo hem de iyi internet sitesi tasarlaması bekleniyor. Diğer taraftan bu alanların her biri ayrı uzmanlık ve bilgi gerektiriyor. Bir çok farklı projeyi yürüten bir şirketin başkanı olarak, sence tasarım sürecinin tasarlanması ne kadar önemli?

Başarılı bir tasarım işletmecisinin en önemli parçası diyebilirim. Bir sistemin varsa, her yeni projede tekerleği yeniden icat etmen gerekmiyor. Bazen bir kafede oturup, garsonları incelemeye bayılırım; kimin kahvesinin ne zaman tazelenmesi gerektiğini metrelerce uzaktan nasıl hissettiklerini anlamaya çalışırım. İnternet dünyasında buna ‘kullanılabilirlik’ ve ‘kullanıcı-merkezli tasarım’ deniyor ama basılı işler için de geçerli.

“İnsanların bilgiyi nasıl tükettiklerini ve dönüştürdüklerini bilmek önemli, sadece neyin iyi görüldüğünü bilmek değil.”

Bir tasarım projesi üzerinde çalışırken, ilgisiz gibi görünen alanlarda araştırma, başka profesyonellerle işbirliği yapar mısınız? Fikir ve ilham detaylarda mı?

Sürekli araştırma yaparım. New York Times ve Wall Street Journal'ı her gün okurum. 10'dan fazla

liste sağlayıcıya aboneyim; dekonstrüktivizmden ışık hızında uzay yolculuğuna kadar farklı konularda bana e-posta yoluyla bilgi gönderirler. Aynı zamanda benimle ilgisi yokmuş gibi görünen konferanslara katılırım. Bütün bu bilgileri 'laptop'umdaki uzun bir dokümanın içine atarım. Daha sonra bir projenin başında, bir takım ile 'brainstorming' yaparken hatta bir müşteriyle yaptığım toplantının ortasında dönüp bilgilerime bakarım (çünkü orada neredeyse her sorunun cevabı vardır).

Farklı ülkelerde yaşadın ve çalıştın. Uluslararası

müşterilerin var. Tasarım, kültürler-arası iletişime nasıl yardımcı olabilir?

Belki tek, basit bir mesajla olamaz ama söylenmedik bir şeyler bırakırsa, farklı yerlerden gelen izleyiciler kendi anlamlarını yükleyebilirler. Bu süreç ortak bir paylaşmayı ve beğeniyi yaratabilir.

Gelişen ekonomilerde bir çok sektör markalaşma, tasarım ve etkili iletişimin değerlerini yeni yeni anlamaya başladı. Reklamın dışında, grafik iletişim tasarım(cılar)ı, büyüyen ekonomilerin ihtiyaçlarını nasıl karşılayabilir?

Gerçekten iyi bir tasarım, neler olabileceği konusunda bize hayal gördürür. Kişinin kendisine, ailesine ve kültürüne yatırım yaparak kısa dönemli isteklerinin ötesinde, daha iyi bir geleceğe yatırım yaptığını anlamasını sağlar.

Kendi tasarım felsefesini oluşturmanda rol oynayan birileri var mı?

Birbirinden çok farklı iki kişi: Birincisi bir sekreter ve ev hanımı olan annem; ben büyürken oturma odamızdaki sehpalarda duran ufak tefek eşyaları

çok güzel bir dengede 'modernist' bir biçimde düzenlerdi. İkincisi ise Marshal McLuhan. Onu ilk defa 18 yaşımıdayken okudum. Tasarımı sanki başka bir gezegenden gelmişim gibi algılamamı sağladı; bir tarihsel, mitolojik süreç olarak. Güzel yazı ve düzeni her zaman sevdim ama, McLuhan insanların süreçlerini ve tasarımın arkasında teknolojiyi görmemi sağladı.

Bir söyleşide "tasarım her zaman varoluşun kaçınılmaz bilinmezliği içerisinde bir denge sağlayıcı olmuştur" demişsin. Bunu biraz açar mısın?

Çocukken astronot olmak istiyordum. Daha sonra bunun altında yatan nedeni anladım: hayatın daha basit olması; bir geçmişin, tarihin olmaması, sadece Yeni Olan'ın macerası ve üzerine yazılacak kocaman boş bir sayfa.

Bir röportajında, apartmanın "Klinkowstein'in dünyayı nasıl görmek istediğinin bir yansıması: net, zarif ve kullanışlı" diye tanımlanmış. İyi tasarımı da böyle mi tanımlıyorsun?

Hemen hemen. Aynı zamanda bir ivme, bir gizli optimizm de içermesi gerekir.

Grafik tasarımcılar olarak, iyi tasarımcılar olmadan önce iyi düşünürler mi olmamız gerekiyor?

Bana göre tasarımcı için evet. Bana kıyasla yüzeyle daha fazla çalışan, tasarımcılar var; mesela müzik videolarıyla çalışan tasarımcılar. Benim çalışmalarında az da olsa zihinsel bir boyut olmalı.

Tasarımcıların bir tür misyoner olmaları gerekir mi?

Benim anladığım şekliyle evet. Tasarım, fikirleri gerçeğe dönüştürmek için bahanedir. Bu da bir tür misyonerlik.

Bilginin sürekli artıyor ve çeşitleniyor olması, iletişim tasarımcılarının işini zorlaştırıyor mu? Estetiğin ötesinde, yaptığımız işin işlevine ve etkisine daha mı fazla konsantre olmamız gerekiyor?

Evet eskiye kıyasla işimize daha çok bir endüstriyel tasarımcı veya mühendis gibi yaklaşmamız gerekiyor. Özellikle internet ortamında çünkü o alanda bugün geldiğimiz nokta, 1880'lerdeki basılı yayınların olduğu nokta (yani çok ilkel).

"Bence Apollo Ay Programı, bir tasarım projesinin kavramsal boyutta gelebileceği son noktaydı: 'Biz buradayız (Dünya'da) ve oraya (Ay'a) gidiyoruz.' Tasarım böyledir; karışık insan ilişkilerini bayağılaştırmadan basitleştirir."

Bugün gördüğünüz birçok grafik tasarım ürünü fazlasıyla trend/moda-odaklı, kolayca eskimeye aday. 'In' ve 'out' fontlar, aynı zamanda hem banka ilanlarında hem de spor ayakkabı ambalajlarında görsel kodlamalar... Bugün yeni olan yarın eskimiş oluyor. Tasarım bu kadar yüzeyselleşti mi yoksa yaşadığımız zamanların bir aynası mı?

Bize bu tür projeler gelmiyor ama güncel kültürün ihtiyaçlarını karşılayan, verdiği tanıma uyan işler kesinlikle var. Biraz video oyunları gibi, sadece daha hızlı. Bizde ise işler, müşterinin "Ya böyle olursa?" sorusu üzerine düşünmesine yardımcı

olacak araştırma protipleri, direkt karakter inşa etme (markalaşma) ve belli işlevleri yerine getiren kullanıcı aradevrelere ayrıyor.

İnternetin geleceğini nasıl görüyorsun? Bilgiyi globalleştirmenin ve özgürleştirmenin yegâne

"Ben işin %50'sini yapmak istiyorum. Gerisini kullanıcı veya izleyici aklını kullanarak tamamla."

aracı mı?

İnternetin üçüncü ve en önemli evresine giriyoruz. İlki keşif, "mavi gökyüzü" evresiydi. Başlangıçtaki heyecanın irrasyonel biçimde yorumlanması sonucu, bu mecranın neler ve ne zaman yapabileceği konusunda gerçekçi olmayan sözler verildi. Sonuna yaklaştığımız ikinci evre ise, işimizin tahmin edilenden daha zor olduğunu anladığımız hayal kırıklığı evresi, yani internette sahiden yeni ve önemli işler başarmanın daha uzun süreceğini ve daha pahalıya patlayacağını anladığımız dönem (mesela bir işletmenin kârlılığını arttırmak gibi). Üçüncü evre ise kullanımının (e-posta gibi) neredeyse fark edilmeyecek kadar çok yaygınlaştığı, beklentilerimizi ve ritmimizi değiştirmedeği aşama.

Etkili bir internet sitesi yaratırken geline son aşama işin görsel yanı gibi görünüyor. Bir sitenin yaratım aşamaları neler?

- 1: Sitenin amaçlarını tanımla
(Müşteriler çoğu zaman çok fazla şeyi birden ister)
- 2: Neyin nereye geleceğini gösteren bir site haritası oluşturarak içeriği düzenle
(Bu aşamada görsel tasarım yok çünkü görsel stimülasyon içerik yerleştirmeyi zorlaştırıyor)
- 3: Ana sayfanın çalışmayan prototiplerini yarat ve onay alana kadar devam et

4: Onaylanmış anasayfa tasarımı üzerinden çalışmayan diğer sayfa prototipleri yarat

5: Örnek sayfalardan oluşan çalışan bir prototip yarat

6: Tipik kullanıcılar üzerinde test et ve istenilen şekilde çalışıp çalışmadığını gör

7: Kullanıcı testlerinin sonuçlarına göre tasarımı gözden geçir

8: Tamamen çalışan bir site yarat ve kullanıcının sahip olduğu teknik ortamda test et (Modem? Yüksek hız hattı vs).

Bir internet sitesinin tasarımı diğer mecralar için tasarım yapmaktan ne şekilde farklı?

Estetik olarak basılı mecralara benziyor ama çok ufak dosyalarla çalışmak zorundasın çünkü büyük görselleri ve güzel tipografiyi indirmek fazla zaman alıyor. Bir sayfanın yüklenmesi 10-15 saniyeden fazla sürüyorsa, kullanıcıların çoğu vazgeçiyor. Dağ dağa küsmüş misali... Süreç olarak ise film yapmaya benziyor. Ticari sitelerin birçoğunda 10-15 kişi çalışıyor. Teknik ve yaratıcı departmanlar arasında koordinasyon olması çok önemli.

Bir internet sitesi tasarlarken en çok hangi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

Altında yatan teknoloji dağınık ve değişken, bu da tasarımı zorlaştırıyor. Basılı iş üreten tasarımcılar, internet için tasarım yapmanın mizanpaj ve baskı öncesi yazılım sorunlarıyla uğraşmaktan daha zor olmayacağını düşünürler ama aslında çok daha zor. Deneyimsiz müşteriler işlerin film veya video gibi yürütmesini bekler ama gerçek böyle değil.

İnternetteki patlamayla birlikte, daha önce basılı iş ağırlıklı çalışan grafik tasarımcılardan site tasarımları da bekleniyor. Baskı ile ilgili deneyimleri ise bu konuda kimi zaman yetersiz kalıyor. Bu yüzden birbirlerini takip eden broşür sayfalarına benzeyen birçok site sayfası var. Bunlar basılı çağdan dijital çağa geçmenin sıkıntıları mı?

"MacLuhan'ın dediği gibi bütün önemli teknolojileri önce biz yaratıyoruz; sonra onlar bizi."

İnternet tam olarak ne olduğunu henüz bilmiyor; grafik tasarımcılar ise çoğu zaman müşterilere veya topluma ne olduğunu anlamalarında yardımcı olmuyorlar. En başarılı ticari siteler (Amazon.com, Fedex.com) grafik olarak çok iyi görünmeyebilirler ama kullanıcının zamanına saygılılar.

Müşteriler bazen ihtiyaçları olsa da olmasa da, internet sitesi istiyorlar. Müşterilerinin iletişim ihtiyaçlarını gözden geçirmelerine nasıl yardımcı oluyorsun?

Müşteriler, dışa dönük bir odaklanma yerine, çoğu zaman şirket içi baskıya boyun eğiyorlar (örneğin, “Patronum Flash’te yapılmış bir site görmüş, aynıysından istiyor”). Ben de onlara şunu söylüyorum: “Önemli olan benim neyi beğendiğim, senin neyi beğendiğin değil, tüketicinin neye ihtiyaç duyduğu”.

Belki de doğası gereği, tasarım kısa ömürlü. Sürekli kendini yenilemesi, taze kan bulunması gerekiyor. Yaratıcılık neyle besleniyor?

Bu kendi soruların ve toplumun, pazarın vs. senden bekledikleri arasında süregiden bir diyalog. “Design” De-şifre demek; kültürü ve içinde yaşadığın zamanları deşifre etmen ve bazen haftada 90 saat çalışmana degecek nedenler bulman gerekiyor. Benim için yaratıcılık kelimelerin diktasından kaçmakta. Öğrencilerime her zaman henüz bir kelime ile ifade edilmeyen bir şeyin profesyoneli olmalarını söylerim. Kelimeleştğinde boyutunu kaybediyor ve genellikle kalabalıklaşıyor.

Konuşmanda İstanbul’un sana 60’ların Japonyasını anımsattığını söyledin. Kısa ve programlı bir gezi olmasına rağmen, bir tasarımcı olarak İstanbul’la ilgili izlenimlerin neler?

Demek istediğim, kültürel konumu açısından bugün dünya tarihinde durduğu nokta potansiyel taşıyor, aynı 60’ların Japonyası gibi. Yani, önümüzdeki on yıllar içinde büyük farklar yaratmaya aday, tabii eğer global sahnede böyle bir rolü üstlenirse. Öğrenciler ve öğretmenlerle çalışırken, profesyonellerle tanıştıgımda, sokakta yürürken bana New York’u hatırlattı; organik, yoğun, çok güzel bir dağınıklık. Hemen hemen tanıştığım herkes bilgi ve etkileşme açtı. New York’ta yaşadığımız korkunç bir sonbahardan sonra, İstanbul’da olmak, takdir edilmek hatta sevildiğimi hissetmek bana güven verdi.

11 Eylül’le ilgili bana soru soranların arasında ağlayanlar bile oldu.

Bir yerde bilgi çağının bittiğini okudum; şimdi biz/onlar eğlence çağına giriyormuşuz. Dünyada yazılı kültüre geçmemiş toplumlar olduğu düşünülürse, aradaki boşluğun nasıl kapanacağını düşünüyorsun?

İstanbul’dan döndükten sonraki hafta, öğrencilerime dünyadaki değişik kültürlerin kendi aralarında iletişim kurmak için kullandıkları farklı duygu

sistemleri üzerine yeni bir ödev verdim. İstanbul’a “koku alma” duyusunu verdim; ordayken insanların birbirlerine yakın durduklarını ve fısıldayarak konuştuklarını farketmiştim. Böylelikle koku yoluyla da bir etkileşim içinde olabileceklerini tahmin ettim. Japonya’da çocuklar cep telefonlarıyla birbirlerine SMS göndermeye bayılıyorlar yüksek sesle konuşan İtalyanların ve hızlı konuşan Amerikalıların aksine yazılı iletişimin alçakgönüllülüğü Japon karakterine çok uygun. Bence tam anlamıyla multimedya opsiyonlu iletişim çağına giriyoruz. Yerel alışkanlıkların global dalgalarla flört ettiği, farklı yerlerde görünen ve farklı hissedilen, geçtiğimiz 50 yıl kadar görsel ağırlıklı olmayan bir dönem olacak. Grafik tasarımcıların multi-duyarlı tasarımcılar olmaları gerekiyor.

**“İyi bir site tasarımı
“Wow” dedirtmekten
çok, saygıyla
ilgilidir.”**

Uzaya duyduğun hayranlık estetik tercihlerini ve tasarım felsefesini şekillendirmişe benziyor. Birkaç ışık ileriden diğerlerine yol gösteriyor gibisin...

Kendinden daha büyük bir şeye bakmak iyidir. Benim için bu uzay oldu; gerçek uzay yolculukları ve daha metaforik anlamda uzay yolculuğu ile ilgili hikâyeler. Birkaç ayda bir, Powerbook’umu alıp kendime bir test uygularam; şu anda yaptığımın, bir çocuk olarak uzay yolculuğu ile ilgili fantazilerim kadar veya daha iyi olup olmadığını görmek için. Kanıksanmış kalıplar içinde yapılamaz gibi görünen şeylerin yapılabileceğine inanan bir modernistim. Ve evet, öğrencilerime tasarımın pratik boyutların ötesinde, daha büyük göndermeler yapabileceğini söylerim.