

Yazılar:

GRAFİK ERLER MESLEK KURULUŞU
Gazeteciler Sitesi. Hikaye Sokak 7/1. Esentepe 80300. İstanbul Tel. 174 15 80

Yolların Kesiştiği Noktadan Bir Bakış: Türkiye'de Grafik Tasarım

Ray Varnbuhler

Print, Ocak/Şubat 1990

Çeviri: Hakan Öneş

Stockton, Kaliforniya'daki Pasifik Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü yöneticisi ve hocası olan Ray VarnBuhler, Eylül 1987'den Temmuz 1988'e kadar on ay boyunca Türkiye'de kaldı. Fullbright bursu sahibi VarnBuhler, bu süre içinde başkent Ankara'daki Bilkent Üniversitesi'nde Grafik Tasarım ve Bilgisayarla Grafik Tasarım dersleri verdi. VarnBuhler, bahar dönemi boyunca iki haftalık sürelerle İstanbul'a da giderek sergiler gezmiş, tasarımcılarla görüşmüş, araştırma yapmış ve okuyacağınız makale için malzeme toplamış. Bu serüvene atıldığında Türk yaşam tarzı ve kültürü hakkında varolan belli bazı fikir ve yargılarının yanında gerçeğin çok daha zengin ve ilginç olduğunu görmüş. Onu özellikle etkileyense Türkiye'de grafik tasarımın düzeyi ve tasarımcıların meslekleri ile ilgili derinlikli gözlemleri olmuş. Önceden pek az tanıdığı bir ülkeyle ilgili önyargılarının yanlış çıkmasından mutluluk duyan VarnBuhler, bizim ve okuyucularımızın da olası önyargılarımızı gidermek umuduyla bu makaleyi kaleme aldı.

Türkiye, Doğu ile Batı'nın kesiştiği, Asya ile Avrupa'nın birbirine değdiği noktada yer alıyor ve her iki tarafla da kültürel ve fiziksel bağları var. Teksas'tan biraz daha büyük bu İslam ülkesinin sınırları Rusya, İran, Irak, Suriye, Yunanistan ve Bulgaristan ile çevrili. ("Böyle dostları varken kimin düşmana ihtiyacı olur ki?" demişti bir Türk tarih

hocası.) Dünya yollarının kesişme noktalarından biri olarak birçok farklı kültürün etkisini hissedilen Türkiye'nin tarihi de köklü değişikliklerle dolu. Bugün bildiğimiz adıyla Türkiye Cumhuriyeti, I. Dünya Savaşı'ndan sonra doğdu. Bu savaşta yenilen tarafta yeralan Türkiye'nin toprakları çeşitli uluslarca paylaşılmak üzereken ortaya çıkan parlak bir subay; Mustafa Kemal, Türk güçlerini birleştirmiş ve işgalcileri ülkeden çıkarmıştı. Ulusun kurtarıcısı olarak görülen ve Atatürk adıyla anılan Mustafa Kemal ülkesinde hâlâ büyük saygıyla anılıyor. Hemen her kasabada heykelini, her şirkette, okulda ve üniversitede portresini görmek mümkün. Türkiye'ye batılılaşma yoluna iten, Arap alfabesinden Latin alfabesine geçiş, laik bir devlet düzeni kurmak gibi köklü reformları da yapan Atatürk olmuştu. Sanatın da büyük destekçisi olan Atatürk'ün idealleri ülkede hâlâ hüküm sürüyor. Dünyanın bu bölgesinde Amerika'nın en önemli müttefiklerinden biri olan Türkiye, bugün politik açıdan görece daha istikrarlı ama Avrupa Ekonomik Topluluğu'na girme amacıyla bir ülke olarak kültürel ve ekonomik batılılaşma yolunda hemen her düzeyde dinamik değişimler yaşıyor. Güçlü, çalışkan, dostcanlılıkları ve misafirperverlikleriyle haklı bir ün yapmış insanların ülkesi... Bu misafirperverlik sonucu her yıl giderek artan sayıda turist ülkeyi ziyaret ediyor ve benim de yaptığım gibi Türkiye'nin sunabileceğini keşfediyor: Yaygın ve iyi korunmuş eski eserler, güzel plajlar, Akdeniz ve Ege Denizi kıyılarındaki cıvıltılı tatil kasabaları, büyük ve muhteşem döşenmiş camiler-saraylar, elyapımı hahlar, satın alınabilecek hareketli pa-

Doğal Gaz dağıtıcısı
IGDAŞ için amblem.
İlhan Bilge.



Üstay Tıbbi Gereçler için
amblem. Uğurcan Ataoğlu.



Sünerbank amblemi.
Zeynep Karafakioğlu
Ardağ.

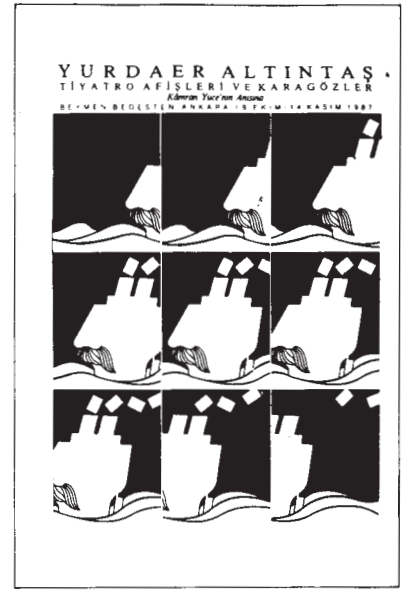


zarlar ve lezzetli yemekler... Dileyen, ülkenin en çok turist çeken bölgelerinden Orta Anadolu'daki Kapadokya'yı ziyaret edip, dikit benzeri kaya oluşumlarının düşler ülkesini, taşa oyulmuş ev ve kiliseleri, MS 600'lü yıllarda işgalci Arap ordularından kaçan hıristiyanların evleri olan ve yerin sekiz kat altına inan mağara-şehirleri görebilir. Türkiye'nin müzeleri de sultanların hazineleri, arkeolojik buluntular, hattatlık, giyim-kuşam, tahta oymacılığı, halıcılık gibi geleneksel ve etnografik sanat eserleriyle doludur.

Tasarımcıları özellikle ilgilendirecek olan, tipografinin atası hat sanatının bir sanat olarak geliştirildiği yerin Türkiye oluşu. Dinsel anlam bağlamında harflerin ve yazının güzelliğine en zarif biçim burada verilmişti. Kuran canlıların tasvirini yasakladığı için, süsleme ve hat sanatları İslam dünyasında sanatsal ifadenin merkezi olmuş ve erişilmesi güç bir inceliğe ulaşmıştı. Hat, Kuran'ın bir ifadesi olarak kutsal bir sanat kabul edilmiş, hattatlar da toplumun en çok saygı gören üyelerinden olmuşlardı.

İslam dünyasında iyi bilinen bir vecize, Kuran'ın Arabistan'da ortaya çıktığı, Mısır'da ezberlendiği ve İstanbul'da yazıldığını söyler. Gerçekten de İslami kaligrafinin çiçeklenmesi ve en arı, en güzel düzeyine ulaşması Osmanlı İmparatorluğu'nun gücünün ve saray sanatlarının doruğa ulaştığı XV. ve XVIII. yüzyıllar arasına rastlar. Bugün İstanbul'un müze ve camilerinde bunların en güzel örnekleri görülebilir. Hatta küçük bir müze tümüyle hat sanatına ayrılmıştır.

Türkiye İslami yazıyı 60 yıl önce bıraktı ama bir sanat olarak hattatlık hâlâ yaşıyor, bazı üniversitelerde eğitimi veriliyor ve Türk hattatlarının hâlâ dünyanın en iyileri olduğu kabul ediliyor. Bütün müslüman ülkelerden ve müslüman olmayan kimi ülkelerden katılımların olduğu yıllık uluslararası yarışmalarda Türk sanatçıları düzenli olarak ödüllerin büyük bölümünü alıp gidiyorlar. En tanınmış çağdaş Türk hat sanatçılarından Emin Barın, geleneksel biçimleri modern yorumlar getirerek bu sanatı daha da geliştirdi. Türkler hat sanatı-



Yurdaer Altıntaş'ın kendi sergisi için yaptığı afiş.



Takvim sayfası. Haluk Tuncay.

nın yanı sıra mimarilerinde de çok sık kullandıkları seramik çinilerinin renginden türetilen popüler renklerden birinin de adını verdiler bize: Türküvaz. İstanbul, Türkiye'de iş ve kültür hayatının, dolayısıyla grafik tasarım mesleğinin de merkezi. Karadeniz ile Akdeniz'i Marmara ve Ege Denizleri yoluyla birbirine bağlayan Boğaziçi'nin iki yakasında yeralan bu güzel şehir beş milyonu aşkın nüfusuyla Türkiye'nin en büyük kenti. Daha önceki adı Konstantinopol olan İstanbul, yüzyıllar boyunca uygar dünyanın başkenti, Asya, Afrika ve Avrupa'nın geniş alanlarına kadar yayılan koca bir imparatorluğun merkezi olmuş. Bugün kubbeli camilerinin uzun minareleriyle egzotik görünümünü koruyan kentte boğaz vapurları sürekli olarak Asya ile Avrupa arasında insan taşıyorlar. Sokaklar kalabalık, hayat ve enerji dolu. Görsel açıdan uyarıcı bir ortamın Türkiye tasarımcılarının çoğunun toplandığı yer olması şaşırtıcı değil.

Grafik tasarım mesleğinin gelişiminde önde gelen kişiliklerden biri; Yurdaer Altıntaş ve çalışma arkadaşları tarafından kurulan,

Türk tasarımcılarını temsil eden profesyonel kurum; Grafikerler Meslek Kuruluşu da İstanbul'da. 1968 yılında Altıntaş, Mesut Manioğlu, Selçuk Önal, Fikret Akgün, Sait Maden, Ahmet Güleriyüz ve diğerleri tarafından kurulan kurumun bugünkü yöneticileri kendilerini bu işe adanmış gönüllü bir grup ve daha geniş anlamda tasarım dünyası bu örgüt çevresinde dönüyor ve büyüyor. Kurum yüksek tasarım standartları koymaya ve korumaya, tasarımcılar arasında iletişim sağlamaya katkıda bulunuyor, sergiler, yarışmalar yoluyla grafik tasarımı yaymaya, tanıtmaya çalışıyor ve şu anda da grafik tasarım işleri için sistemli bir fiyat politikası saptama çalışmalarını yürütüyor. Kuruluşun amaçlarından bir diğeri, bizdeki AIGA ve "Art Directors Club" gibi iş dünyasında tasarım mesleğinin saygınlığını artırmak. Kuruluşun en önemli faaliyetlerinden biri her yıl İstanbul'da düzenlenen bir sergi. Dolmabahçe Sarayı içindeki Güzel Sanatlar Müzesi'nde bir pavyonda düzenlenen 1988 sergisinde yaklaşık 100 tasarımcının 1300 çalışması yerliyordu. Serginin bu derece geniş olmasının nedeni gönderilen eserlerin tümünün sergilenmesi. Hiçbir eser geri çevrilmemekle birlikte gene de bir "en iyiler" gösterisi ile 18 kategoride 3'er ödül dağıtılan mansiyon ödülleri var. Türkiye'de yapılan işlerden önemli bir kesit görmek için en iyi yer belki ama kesinlikle tek sergi değil. Diğer büyük şehirlerde de grafik tasarım sergileri düzenleniyor. Ankara'daki bazı galerilerde de bir kısmı devletçe düzenlenen bu tür sergiler gördüm. Burada özellikle belirtilebilecek bir nokta, Amerika'da alıştığımız aksine bu sergilerin halkın ve genellikle gençlerin büyük ilgisini çekmesi. Bu sergiler örneğin büyük bir resim sergisi gibi sunuluyor ve geziliyorlar. Ayrıca İstanbul'da genellikle politik ve toplumsal hiciv üzerinde odaklaşan karikatür sanatına ayrılmış küçük bir müze de var. Mizah sanatının çok eski bir geçmişi ve bu alanda çalışan pek çok kişi var Türkiye'de. Kurumun çalışmalarına paralel ve felsefi açıdan ona bağlı olarak Türkiye'nin bir de grafik tasarım dergisi var: "Grafik Sanatı". Yönetmenliğini Ali Akdamar'ın yaptığı ve iki ayda bir yayımlanan dergi Türk tasarım dünyası için birleştirici bir rol oynuyor, grafik tasarımcılar ve çalışmalarını için vitrin vazifesi görüyor. Yazıların bir kısmı uluslararası görünümünü de destekleyecek şekilde İngilizce. Tasarımcılar arasındaki bilgi akışına bir diğer aracı da gene Grafikerler Meslek Kuruluşu tarafından

yayımlanan aylık "Yazılar" dergisinde tasarımla ilgili eğitsel ya da bilgi verici makaleler yer alıyor. "Türkiye'de Grafik Tasarım" konusunda mümkün olduğunca çok şey öğrenme çabalarım sırasında Türk tasarımcılara genellikle kısa ve net cevaplar getiren doğrudan sorular ("Freelance iş almak yaygın mı?" gibi) ve genellikle daha uzun ve derinlikli cevaplar getiren daha "felsefi" sorular sordum. Bu sorular karşısında yapılan yorumların çoğu, Türkiye sınırları dışına taşan bir tasarım dünyası fikrini içeriyordu ve "büyük köy" ya da daha net söylemek gerekirse "büyük tasarım atölyesi" içinde ulusal kimliğin korunması gibi anahtar konular üzerinde yoğunlaşıyordu. Sorduğum en kışkırtıcı ve düşündürücü soru Türk tasarımcılarının şu andaki çalışmalarında "ayırddedici şekilde Türk" olan görsel özellikler bulunduğunu hissedip hissetmedikleri, diğer bir deyişle "Türk görünüm" diye bir şey olup olmadığıydı. Bu soruları sorarken aklımda bir düzen arzusu, basitliğe duyulan bir sempati ya da antipati, ayırddedici bir renk duyarlığı, bir mizah duygusu ya da rahat, gevşek bir yaklaşıma karşı titiz bir mükemmeliyetçilik gibi genellikle diğer ülkelerin tasarım çizgilerini ele verebilen şeyler vardı. Japonya ya da İsviçre tasarımı, Polonya

Playboy dergisi için illüstrasyon. Cemalettin Mutver.



15. İstanbul Festivali için öncü Türk Sanatı sergisi afişi. Bülent Erkmen.

15. ULUSLARARASI İSTANBUL FESTİVALİ @ 15th INTERNATIONAL ISTANBUL FESTIVAL

ERDAĞAKSEL/HALEARPACIOĞLU/TOMURATAGÖK/BEDRİBAYKAM
CAVAN BEYKAL/CEMİZCEKİL/İSMAN DİNG/AYŞE ERKMEK
ADEM BENC/BERNAT KINAZ/SÜLSÜN KARABUSTAFA/FERİD ÖZKAR
KEMAL ÖRSÖY/İSMAIL SARAY/YUSUF TAKTAK/ADEM YILMAZ

ÖNCÜ TÜRK SANATINDAN BİR KESİT
ACROSS SECTION OF AVANT GARDE TURKISH ART

3-10 TEMMUZ 1987 AT TÜRK KÜLTÜR MERKEZİ BEMİ SALONU/3-10 JULY 1987 ASEM EXHIBITION HALL

4th



Çağdaş Türk karikatüründen bir örnek. Selçuk Demirel.

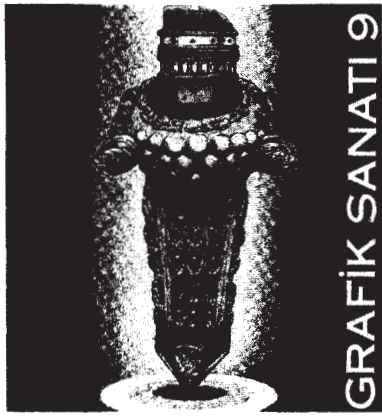
afişleri, Brezilya ya da Küba tasarımı, hatta ABD'nin değişik bölgelerindeki tasarımların yöresel görsel özelliklerinden sözedilebiliyorsa, bir "Türk görünüm" fikri mantıklı geldi. Ama kimi Türk tasarımcılar sorunun kendisini sorguladılar ve içinde, bir tür özgün Doğulu görünüm peşinde koşan Batılı önyargıyı sezdiklerini belirttiler ki bu tüm Batılı stiller ve akımlardan haberdar olan tasarımcılar için eğlenceli bir durumdu. İletişimin iyice küçülttüğü dünyamızda iyi tasarımın nasıl ülkeye özel olabileceğini sordular. "Bir tasarımcı yurtdışı etkilere gözünü kapayabilir mi, ya da kapamalı mıdır?" diye sordular. "Bir Türk tasarımcının işlerinin neden 'Türk görünüm' taşıması bekleniyor ki?" dediler. Ulusal bir tasarım kimliği ve Türk olmayan etkilerin kullanımının güzel sanatlarda destekleyici bir paralel bulduğunu söyleyen bir tasarımcı, "hiç kimse Picasso'nun ne kadar İspanyol ya da Fransız olduğunu sormuyor; hiç kimse onun bazı çalışmalarında ki Afrika ya da Doğu etkilerinden rahatsız olmuyor" dedi. Bir diğeri, "işlenen konuda ulusal bir yan yoksa ulusal tasarım karakteristiği diye bir şey olamayacağı" iddia etti. Hemen tamamı, Türk kaligrafisi içeren bazı illüstrasyon ve uygulamalar dışında "Türk tasarımı-Batı tasarımı" diye bir kavramdan sözedilemeyeceğini, "iyi tasarım-kötü tasarım" diye bir şey olduğunu söylediler. Türkiye'nin önde gelen tasarımcılarından biri; Bülent Erkmen, bir tartışmamızda bana şu soruyu sordu: Sorunun makalem için bir başlık seçmem gerektiğinde "Türk Grafik Tasarımı" mı, yoksa "Türkiye'de Grafik Tasarımı" mı demeliy-

dim? Ona göre tabii ki ikinci doğrudu. Çünkü ayrı ve teşhis edilebilir bir varlık olarak birincisi yoktu ve olmamalıydı. Bir tasarımcı, giderek artan uluslararası müşterilere gönderme yaparak, "IBM, Woody Allen, Shakespeare, ITT, Philip Morris ve Yıldız Savaşları vs. gibi konulara nasıl 'Türkçe' yaklaşabileceğimi henüz keşfedemedim" dedi. Bir diğeri "çok gelişmiş iletişim ağlarıyla uğraştığımız göre, önemli olan insan özellikleri olmalı, ulusal özellikler değil" diye yorum getirdi. Bazı tasarımcılar ise belki gelecekte daha ayırddedici bir "Türk stili"nin gelişebileceğini düşünüyordu. "Belli bir Türk tasarımının dünyanın ortak tasarım dilinin bir parçası olacağına inanıyorum" diyordu bir tanesi. Bir başkası böyle bir şeyin şu anda varolmadığını, belki ileride; "kültürel tanımlar daha netleşince" varolabileceğini söyledi. Gene bir başkası konuyu giderek küçülen ve homojenleşen bir dünyada ülkelerin tekilliklerini koruma sorunu içinde değerlendirerek, ulusların genellikle kendi kültürlerini yeterince koruyamadıklarına işaret etti: "Dış etkiler ileri gitmeleri ve olgunlaşmalarına katkıda bulunuyor, ama modernizasyon adına her adımda otantik kişiliklerinin bir parçasını arkalarında bırakıyorlar ve geçmişin gelecekteki gerçek yaratıcılık ya da özgün sanat için kaynak olabileceğini unutuyorlar" dedi ve devam etti: "Türk tasarımcıların çok geçmeden bu gerçeğin farkına varacaklarından ve özgün bir Türk grafik sanatı doğacağından kuşku yok. Türk kültürünün geçmişiyile diğer kültürlerle nazaran daha gerilere giden ve daha sağlam bağları var. Bu gerçeği görmezden gelmek, ya da kullanmayı reddetmek evrensel bir yetersizlik". Türk eğitimcilerinden İlhami Turhan'ın "Grafik Sanatı"nda yayımlanan bir makalede dile getirdiği görüşler de aynı iddiayı yansıtıyor: "Hiçbir çekince olmadan Batılı modelleri taklit etmek bizi hiçbir yere götürmez. Türk Sanatı'nı eğitimin her aşamasında, özellikle de güzel sanatlar eğitimi veren üniversitelerimizde tanıtmaya mecburuz. Kendi sanat ve kültürümüzü sindirmeden nasıl özgün, çağdaş yorumlar getirebiliriz? 28 yıllık bir hoca olarak maalesef bu açıdan doğru dürüst bir eğitimimiz olmadığını söylemeliyim. Sayıları az olmakla birlikte grafik tasarımcılarımız arasında bir içe dönüş başladı. Taklidin duvarlarının ötesine kesinlikle geçeceğiz". Türkiye'de 60'larda, hatta 70'lerde bile grafik tasarım ve

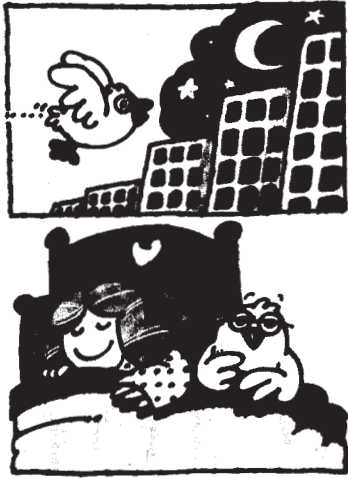


1989 İstanbul Film Festivali için afiş. Sadık Karamustafa.

Türkiye'nin grafik sanatlar dergisi Grafik Sanatı'nın kapağı. Bereket tanrıçası Kibele. Aydın Erkmen.



Çocuklar için çizgi film karesi. Emre Senan.



Diyet Lif için ambalaj tasarımı. Hakkı Mısırlıoğlu.



güzel sanatlar birbirine çok yakındı. Bugün hâlâ grafik tasarım "grafik sanatlar" ve grafik tasarımcı "grafik sanatçısı" diye adlandırılıyor. "Tasarımcılar" uzun süre ressam ya da ilüstratörlerdi ve örneğin bir afiş için onların çalışmalarına karakter uygulayan bir matbaacı ya da dizgiciydi. Sanatçılar kimi zaman ticari olarak kullanılmayan ya da basılmayan afişler sergiliyor ve bunları "grafik tasarım" diye adlandırıyorlardı. 60'lara kadar Türk üniversitelerinde Grafik Sanatlar bölümü yok, yalnız afiş atölyeleri vardı. 70'ler ise geçiş dönemi, bir imge yaratmanın resim yapmaktan başka yolları da olduğunun keşfedildiği zamandı. 1975 yılında kanunlarda yapılan bir değişiklik özel okulların kurulmasına imkân tanıdı ve "uygulanabilir sanatlar" okulları ortaya çıktı. Bu okullar pek çok yeni kavramı gündeme getirdi ve oldukça popüler oldu. Sonraları kanunlarda yeni değişiklikler bu okulların üniversitelerin güzel sanatlar akademilerine ayrı bölümler olarak bağlanabilmelerine yol açtı. 80'li yıllarla birlikte hızlı ve köklü gerçek değişimler yaşanmaya başladı: Batılılaşma sürecini hızlandıran ülkenin grafik tasarımcıları modern dünyaya gözlerini açtılar. Yerel sınırlar ve bölgeciliğin giderek artan bir hızla erimesiyle, giderek daha çok tasarımcı Avrupa, Amerika ve Japonya'nın etkisini hissetmeye başladı.

Avrupa'da eğitim gören bazıları da var olmakla birlikte bugün Türk grafik tasarımcıların çoğu Türk üniversitelerinden çıkıyorlar. Grafik tasarım, eğitimi veren çoğunda bir "uygulanabilir sanat" olarak görülüyor ve ülkenin profesyonelleri arasında eğitimin yetersizliği konusunda yaygın bir tatminsizlik var. Ayrı bir disiplin olarak oldukça az sayıda üniversitede ve bir tasarımcının değişimiyle "yaşlı hocalar, ya da yaşlı kafalı genç hocalar" tarafından veriliyor çünkü eğitim. Bunun sonucu olarak, genç ve yetişmekte olan tasarımcılar eğitimlerinin çoğunu mezun olduktan sonra iş hayatında alıyorlar. Türkiye'de reklam harcamaları Kuzey Amerika ya da Avrupa'ya kıyasla çok düşük olmakla birlikte (örneğin; 1987'de kişi başına yıllık harcama İngiltere'de 180, İtalya'da 76, Yunanistan'da 32, Almanya'da 164 \$ iken, Türkiye'de yalnızca 3.80 \$ idi) reklam ajansları Türkiye'nin gelişen ekonomisinde giderek daha büyük önem kazanıyorlar. Bazı uluslararası firmalar şimdiden Türkiye'de şube açmış durumdadır. Grafik tasarımın son yıllarda daha çok tanınan, saygı duyulan ve ülke standartlarında iyi kazanılan (saygı görmeye başlaması-

nın nedenlerinden biri) bir meslek haline gelmesinde iyi para ödeyen reklam ajanslarının rolü büyük. Türkiye'nin genelde erkek-egemen bir ülke olmasına karşın, iş dünyasının önemli mevkilerinde kadınlara da rastlanıyor ve bunların bazıları da tasarım işinde. (Örneğin; benim öğrencilerimin yaklaşık yarısı bayandı.) Tasarımcıların çoğu tasarım firmaları ya da ajanslarda çalışıyorlar ve "freelance" iş en azından bizim burada anladığımız anlamda çok az. İş dünyası serbest çalışanlara alışıktır değil ve tasarımcıların çoğu serbest çalışmanın sorunlarının -kendi promosyonunu yapmak, mali işlerle uğraşmak, çizim masasından uzakta çok vakit harcamak- külfetli buluyorlar; hele ki maaşlı çalışmak genellikle daha kazançlıdır.

Türk tasarımcıların çoğu birkaç iyi destek servisi (matbaa, dizgici vs.) olduğunu kabul ediyorlar ama bunu yeterli bulmuyor, talebin genellikle arzı aştığını söylüyorlar.

Dahası Türkiye'deki tasarımcılar bir Batılı tasarımcının alıştığı, veri saydığı pek çok "lüks"e de sahip değiller: İçlerinden seçim yapılabilecek geniş bir kaliteli kâğıt yelpazesi, binlerce yazı karakteri, görüntü bankaları, en ileri düzeyde teknoloji ve dahası... Henüz Batılılaşma sürecindeki bir ülkede bunlara pek rastlanmayabiliyor. Örneğin Amerika'daki yaklaşık 8000 seçeneğe karşı Türkiye'de kullanılabilecek 300 dolayında yazı karakteri olduğunu öğrendim. Dış ticaret kapılarını daha yeni açan ülkede, Türk müşteriler grafik tasarımın uluslararası pazardaki potansiyeli ve standartları konusunda yeterince bilinçli değiller henüz. Bir tasarımcı; "Geleneklerden, alışılmış olandan kopamıyorlar", bir diğeri; "yaratma özgürlüğü en büyük sorun" diyor. Ancak konuştuğum bir başka tasarımcı da şöyle dedi: "Kısıtlamalara karşı çalışıyoruz ve bunlara karşın en iyisini yapıyoruz. Yaratıcılık özgürlüğü hangi ülkede olduğunuzla ilintili değil, sanatçıyla müşteriyi ilgilendiren bir şeydir. Yaratma özgürlüğü, politik özgürlük gibi çabalarla elde edilir. Her tasarımcı da hak ettiği kadar özgürdür". Gerçekten de Türkiye'de yapılan iyi iş miktarını ortaya çıkaran, tasarımcıların kararlılık ve yetenekleri.

Türk tasarımcıları diğer ülkelerdeki grafik tasarım dünyasından tasarım kitapları ve dergileri gibi uluslararası yayıncı yoluyla haberdar oluyorlar ve hemen hepsi de bu dünyanın ritmini ve gidişatını Amerikalılarla Japonların belirlediği ve onlara ilham veren en önemli dış etkilerin onlardan geldiği kanaatindedir. Bu, özel-

likle yeni mezun ya da yetişmekte olan, felsefi ve sanatsal yaklaşımları yaşlı ve kendilerini kanıtlamış tasarımcılara karşı çıkışla belirlenen asi genç tasarımcılar için geçerli. Gene de bir tasarımcı dış etkilerden fazla esin almanın tehlikelerine dikkat çekerek şöyle diyor: "Etkilere açık olmanın da bir sınırı olmalı. Ayrıca kendini sanatçı olarak adlandıran biri, çalışmalarını sürekli olarak belli bir okul, tür ya da sanatının etkisi altındaysa bunun farkına varmalı ve değişmeli. Çünkü sanatçı bir yaratıcıdır, izleyici değil. Moda olana yapışmanın yaratıcılığı öldürdüğünü hepimiz biliyoruz. Bir başka olumsuz etki ise farklı sanatçıların çalışmalarını arasındaki benzerlikten doğuyor, çünkü bu grafik sanatın temel ilkelerine aykırı. Moda araç olmaktan çıkıp amaç olunca beni rahatsız ediyor".

Türk tasarımcıların bazıları Türk tasarımında yaratıcılığın eksik olduğunu hissediyor ve yapılan işlerde biraz daha özgünlük görmek istiyorlar. Çok az cesaret ve genel bir çekingenlik olduğunu düşünüyor ama bunun bir ölçüde de müşterilerin tutuculuğundan kaynaklandığına inanıyorlar ki bu da yalnız Türkiye'ye özgü değil, gelişmekte olan bir ekonomik ortamda rastlanması hayli mümkün bir durum. Bir tasarımcı, "zekâmızı nadiren kullanıyoruz" diyor. Ama en iyi tasarımcılar, bu güçlükleri zorluyor ve gerek birey gerekse grup olarak kendilerine inanan görsel malzemeden de anlaşılacağı gibi zekâ, yaratıcılık, yetenek, bilgi ve enerjilerini yansıtan çok güzel ve ilginç işler üretiyorlar. Güçlü bir grup kimlikleri var ve başarılarından haklı bir gurur duyuyorlar. Bir Türk tasarımcısının özetlediği gibi "Gücümüz Türk olmaktan ileri geliyor". ●



Grafik Tasarımda Yazı'ya Dönüş

Mike Jones

Design, Kasım 1989

Çeviri: Hakan Öneş/Mine Haydaroglu

Son birkaç yıldır gördüğümüz tipografi örnekleri tam bir daireyi tamamladığımızı düşündürtecek kadar 20'lerin ve 30'ların grafik tasarımlarını andırıyor. Elle üretilen çizim ve bold sans-serif karakterlerle hazırlanan afişler o kadar çok Cassandre'i hatırlatıyorlar ki, bunların onun Bauhaus etkisindeki mi, Bauhaus sonrası dönemine mi ait olduklarını merak etmeye başlayabiliyorsunuz....

Bugün tüketim pazarında en yaygın üslup geçmişe dönüş. Grafik tasarımda da Peter Windett gibi kişilerin çalışmalarındaki nostalji temasının herşeyi satabildiğinin farkına varılmış durumda. Yani, tipografi birden zanaat işi mi oldu? Hem evet, hem hayır.

Tipografi dünyaya göstermek için seçtiği yazı karakterleri gibi, kullandığı teknolojiden güç alıyor ama, öte yandan da finansmanını karşılayan pazar tarafından yönlendirilmekte. 1980'lerde tüketim ve finansman patlaması, "üslub"a olan ilginin artmasıyla çakışıyor. Yine bu sırada, elektronik grafik tasarım, en "makina düşmanı" stüdyolar dışındaki bütün atölyelere sızdı. Giyim modası gibi yazı karakteri modasının da sık sık değişmeye başlamış olması bu nedenlerle şaşırtıcı değil artık.

Çoğu kişi için, "modern" ve "sıkıcı" aynı anlamı taşıyor. İngiliz grafik tasarım eğitiminden yeni birşeyler çıkmakta olduğunu ümit eden tek kişiye rastlamadım henüz. Hem parasız hem de yaratıcılığı karamsar kişilerin doğal içgüdüleri geriye bakmak oluyor çünkü. Cinayet romanları basan Penguin yayınevinin kitaplarını "orijinal" 30'lar kıyafetinde görmek kimseyi şaşırtmıyor. Tasarım Müzesi için Wolff Olins Hall'un tasarladığı afişler de o müzeye ait gibi gözüküyorlar. Windett'in bir Amerikan firması için yapay bir İngiliz mistisizmi yaratma çabalarıyla, mesela Paula Scher'in (geçen sene Yazı Karakteri Yönetmenlerinin New York Klübü ödülünü kazanan) Görsel Sarfatar Okulu için yaptığı elle üretilmiş-yazı'lı afiş arasındaki benzerlik zanaatın teknoloji karşısında yeniden ağırlık kazandığını gösteriyor. Her iki çalışma da 80'lerin klişelerinden kurtulma amacına yönelik: Geniş beyaz esparin ortasında "klasik" yazı karakterlerinin tekrar tekrar kullanımı, italiklerin bold sans serif ile eşleştirilmesi... Söзде

"üslup onylı" (üslubun en önemli unsur olduğu onyl: 80'ler - çev.) sonrasında "tasarımcı" sözcüğünün neden alçaltıcı bir anlam kazandığını anlamak için herhangi bir şehrin "high street"¹ ine bir göz atmak yeterli.

Central St. Martins, şu sıralarda Phil Baines'in etkisi altında bir "hot metal"² canlanması yaşıyor ve tabii para da mutlaka yeteneğin peşinden gidiyor. Şöyle hızlı bir araştırma, Londra'nın reklam ajanslarının hepsi değilse çoğunun "hot-metal"i taklit etme dürtüsü içinde olduklarını ortaya koyuyor. Bartle Bogle Hegarty, "open lettering"³ ve "line feed"⁴ kullanımını, bold, light, serif ve sans serif yazı karakterleri arasındaki çarpıcı farkları tek font ailesine alternatif olarak tercih ediyor.

Ogilvy & Mather için Calligram, 60'ların üslubundan çok farklı bir yol belirlemiyor; fakat giderek daha çok "hot-metal" görünümü kazanan "open-lettering"i mümkün kılıyor. Gold Greenless Trott, hem yazı karakteri, hem üslupta "hot-metal"i çağrıştıran büyük bold sans serif kullanıyor. Tüm bu ticari çalışmalarda eksik görünen, kelimelerin kendilerine ve yazı karakterinin değerine önem verilmesi. Büyük reklam ajansları için yazı karakteri genellikle, imajdan sonra ikinci degerde. Daha da kötüsü eğer bir müşterinin güçlü bir tipografik kimliği varsa, bunu geliştirmek, harf aralarını, başlıkların büyüklüğünü ve resimlerle ilişkisini değiştirmek için çok az çaba sarfediliyor. Bunun yerine kurum kişiliğine uyan yazı karakteri olduğu gibi kullanılıyor.

Yellowhammer'in karakter yönetmeni Peter Wood'a göre bu bir kendine güven sorunu: "Bir Victorian mezarında daha çok ilham vardır" diyor Wood: "Londra'da kullanılan yazı karakterlerinin yüzde doksanı 'bugün neyi kullanalım?' mentalitesiyle seçiliyor. Yazı karakterleri siyah-beyaz değil, renklidirler. Sanat yönetmenlerinin tipografılara bu yüzden bunca ihtiyaçları var. Bence çoğu emekli olmalı."

Yazı karakterlerini önce papazlıktan sonra güzel sanatlardan ayırdıktan sonra "keşfettiğini" söyleyen Wood, küçük harf bir g'nin onu stiletto ayakkabı topuklarından daha çok tahrik ettiğini söylüyor. Neville Brody'yi 80'lerin en önemli figürü olarak görmesinin sebebi de belki ayrıntıya duyduğu bu ilgi. Çoğu kişiye göre Brody'ye tipograf demek yanlış, ama o bir grafik tasarımcı olarak tüm Avrupa'da büyük ün ve statü kazanmış durumda. Industria, Industria Inline, Arena ve Avanti yazı karakterlerinin Linotype tarafından çıkarılışı bu Apple Mac'li asinin yaygın pazara girişinin bir göstergesi. Ama bu kadar çok dergi onun üslubunu taklit ederken Brody'nin oraya epey zaman önce ve gecikmeyle vardığı da söylenebilir.

Wood'un dediği gibi, eğer bugün Brody'nin birçok çalışması bayatlamış gözüküyorsa bunun nedeni yarattığı görsel kimliğin zamanına çok uygun düşmesi: "Bauhaus tipografiyi hâlâ etkiliyor. Bu yüzden Brody de 2019 yılında yeniden popülerleşecektir." Bauhaus, bugün Brody'yi etkilemişse, yeni püritenliğe çekici gelen dinç yaklaşımla kesinlikle yeniden gündemdedir.

Örneğin Kandinski'nin çalışmaları, Addison New York'un tasarım yönetmeni Alan Peckolick'i, Bauhaus'un rekonstruktivizmini finansman şirketi Oppenheimer Capital'in 1989 Yıllık Raporuna uygulayacak kadar etkiledi. Yazı karakteri hemen tümüyle Futura; ve genellikle müthiş tantanalı basılan renkli fotoğrafların yerini kırmızı ve siyah harfler ve bantlar almış. Gözle görünür bir ürünün gösterilemeyeceği bu tür bir endüstride, kelimeleri vurgulamak, sık sık boş alan yaratan resimsel içeriğin uygun bir alternatifi.

Yine de zamanın dışında kalmış yazı karakteri duygusu var burada. Brody'nin "The Face" dergisine gösterilen ters tepkiler genellikle onun "üslup" adına bütün kuralları yıkması dayandırıyor. Brody'nin devrimiyle Bauhaus akımı arasındaki fark bir içerik farkı. İlginçtir; Brody'nin bugün klasik sayılan "The Face" dergisindeki çalışmaları, Apple Macintosh'la üretilmiş gibi dursalar da, aslında çizim masasında kesip yapıştırılarak yapıldı. Brody Mac'i kullanmaya yeni başladı. Bilgisayarın bir yandan tasarımın tüm dertlerine deva olduğunu, öte yandan tipografinin geniş bir kitle tarafından kullanılabilmesini sağlayacağını düşünmek tehlikeli bir yanlış. Teknoloji, ne bunları yapmaya kadir, ne de bunları yapması amaçlanarak geliştirildi. Daha çok tam tersi bir etki yapıyor. Ama kendi fontlarınızı tasarlama işini kolaylaştırdığı ve Wood'un alışılmadık şekilde birbirlerinden ayırdığı tipograflar ile sanat yönetmenlerini tek bir teknolojik dünyada biraraya getirdiği doğru. Font seçimi, masa üstü yayıncılık ve "airbrushing" tekniklerini çağrıştıracak kadar sofistike elektronik baskı-öncesi üretimi kadar, bir disiplin olarak tipografinin işleyişini etkileyecek. John Miles'a göre aradığınız sık görünümü elde etmenin en basit yolu teknolojiyi kullanmak:

"Şimdi yapılan pek çok şey 1950'lerde yapılıyordu. Ama 'hot-metal' ile çalışıldığı için daha az acı bir şekilde" diyor. Fakat teknoloji tipografiyi daha kolay elde edilir kılmak ve paradoksal bir şekilde grafik tasarımından anlayan daha fazla kişiye talep doğurmakla birlikte, hiçbir çekince olmadan da kabul edilmemeli.

"Teknoloji halkın kullanamasa da erişebilmesi açısından tipografiyi demokratikleştirdi" diyen Miles, Mac kullanan tasarımcıya -sırf sistem atölyede bulunduğu için- editoryal ve baskıyla ilgili daha çok sorumluluk yüklenmesi eğiliminden rahatsızlık duyuyor. Müşteriler tipografinin bir fonksiyonu olarak tashih ve dizgi de beklemeye başladılar. Belki de her zamankinden çok şimdi, tipografik tasarımın kurallarını belirlemek gerekiyor.

Mac kullanıcılarına her geçen gün yeni yazı karakterleri sağlıyor, ama bunlar sistemle çalışan her stüdyoda bulunmayabiliyorlar. Miles'in farketmediği bir tehlike var: "Bir baskı makinası gibi düşünmeye başlayabilirsiniz. Belirli bir iş için hangi yazı karakterinin daha iyi olacağını düşünmek yerine 'bakalım elimde neler var' diye düşünmeye başlayabilirsiniz. Çözüm, aleti sadece bir alet olarak görmek. Bir tasarımcıya bir düğmeye basmayı öğretmek, bir düğmeye tasarım yapmasını öğretmekten daha kolaydır."

Böyle bir atmosferde, temel ilkelere yeniden ortaya çıkışını görmek de, harfleri tek tek çizerek önemlerini yeniden kavrama çabaları da şaşırtıcı değil. Yeni teknolojiyi tasarımcının ihtiyaçlarına göre eğip bükmek gerekiyor. Yazı karakterlerinin mimariyi yansıtmaktan çok, onun yanı sıra gelişmekte olduğu söylenir. Binalarda da yazı karakterlerinde de aynı biçimlerin tekrar tekrar kullanımı donukluk yaratır. Sonuçta teknoloji etkileyebilir ama yönetmemelidir. Miles'ın dediği gibi: "Tipografi için atılmış bir demir sözkonusu, çünkü sonuçta tipografi okunmalıdır. Okuyamıyorsanız çok ileri gitmişsiniz demektir". ●

1 Kentin en zengin alışveriş caddesi.

2 Satır ya da harf halinde yapılan metal döküm dizgi.

3 Harf araları açıklığı.

4 Satır araları açıklığı.

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Yurdaer Altıntaş
Sorumlu Yayın Yönetmeni
Bülent Erkmen
Uygulama: Serra Sönmez
Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.
Dizgi: Osman Tülü TIPOGRAF
Basıldığı yer: MİA