

Yazılar:

G R A F İ K E R L E R M E S L E K K U R U L U Ş U

Grafist'le onbeş yıl

Sadık Karamustafa
Grafist XV

1995 ve 1999 yılları arasında Uluslararası Grafik Tasarım Dernekleri Konseyi İcograda Yönetim Kurulu'nda Başkan Yardımcısı olarak görev yaptım. Aynı kurulda önce Muhasip üye, daha sonra Başkan olarak çalışan, İsraili tasarımcı ve eğitimci arkadaşım David Grossman ile bir proje planladık: İcograda Bölgesel Tasarım Eğitimi İşbirliği Programı. Böyle bir program başlatmak istememizin başlıca nedeni, birbirine komşu ülkelerin tasarımcılarını, eğitimcilerini ve grafik tasarım öğrencilerini buluşturmak olacaktı. Bizler, yani gelişmekte olan ülkelerin tasarımcıları, ABD ve Avrupa'nın gelişmiş ülkelerinin tasarım ürünlerini ve tasarımcılarını izliyorduk. En yakınımızdaki komşularımızın ne yaptığından habersizdik. O zamana kadar düzenlenen uluslararası tasarım kongrelerinde Amerikalı, Japon, İngiliz, Fransız, Hollandalı, İsviçreli meslektaşlarımızı hayranlıkla dinlemiştik. Yüzümüz hep Batı'ya dönmüştü.

Bölgesel Tasarım Eğitimi İşbirlikleri Programının pilot projesini İsrail ve Türkiye arasında

"İstanbul as felt by" sergisi için afiş, geçmişte şehri ziyaret edenlerin izlenimlerini yakalıyor.



gerçekleştirmeye karar verdik. Grossman bu konuda deneyimli sayılırdı; ortağı Yaki Molcho ile birlikte Tel Aviv'de kurdukları, grafik, illüstrasyon, fotoğraf ve endüstri ürünleri tasarımı bölümleri bulunan Vital Tasarım Okulu'nda üç yıldır, atölye çalışması, seminer ve sergilerden oluşan, Festivital başlıklı tasarım eğitimi etkinliğini düzenliyorlardı. Uluslararası alanda tanınmış davetli tasarımcıların yönettiği atölye çalışmalarında sadece Vital öğrencileri eğitim görüyor, seminerler ise herkese açık oluyordu.

Konuyu Mimar Sinan Üniversitesi Grafik Bölümü'ndeki arkadaşlarıma ve Grafikerler Meslek Kuruluşu'ndaki meslektaşlarıma açtım; İcograda programı kapsamında, Vital ile işbirliği yaparak, bir uluslararası etkinlik düzenlemeyi önerdim. Önerimi olumlu buldular ve kabul ettiler. İlk olarak Şubat 1997'de, farklı üniversitelerden onbir öğrenci ile birlikte Tel Aviv'e giderek Festivital etkinliklerinde yer aldık. Öğrenciler Erik Spiekermann, Siobhan Keanay, Lawrence Zeegen, David Carson'ın yönettikleri atölye çalışmalarına katıldılar. Öğrencilerimiz İsraili öğrencilerin evlerinde misafir oldular. GMK'nin düzenlediği "Türkiye'den Afişler" sergisini Tel Aviv'de açtık. Ben de kendi atölye çalışmamda İsraili öğrencilerle çalıştım. Tasarım Seminerinde konuşmacı olarak yer aldım. Festivital programına zorunlu olarak ara verildiği bir Cumartesi gününü de Kudüs gezisine ayırdık (İsrail'de hafta sonu tatili Cuma öğleden sonra ve Cumartesi günü). On gün süren bu etkinlikten sonra, yeni deneyimler kazanmanın ve yeni dostlar edinmiş olmanın heyecanıyla Türkiye'ye döndük ve İstanbul'da düzenleyeceğimiz etkinliği planlamaya başladık. Festivital'e katılan öğrencilerimiz İsrail'den mutlu ayrıldılar.

Uluslararası nitelikte bir grafik tasarım eğitimi etkinliği düzenlemek, bilgi, deneyim ve maddi olanak gerektiriyordu. Bizim çok az bilgimiz ve tecrübemiz vardı; paramız ise hiç yoktu. Çalıştığımız üniversitenin olanakları kıttı. Ama biz bu işi yapmayı istiyorduk ve yapabileceğimize inanıyorduk.

İcograda Yönetim Kurulu, her üç ayda bir farklı kentlerde toplanıyordu ve Bahar 1997 toplantısını İstanbul'da yapmaya karar vermişti. Bu kararı iyi bir fırsat olarak gördük ve İcograda Yönetim Kurulu üyelerinin konuşmacı olarak katılacağı, Grafist / İstanbul Uluslararası Grafik Tasarım Günleri adını verdiğimiz etkinliğin ilkinin İcograda Yönetim Kurulu üyelerinin İstanbul'da oldukları tarihte, 4-9 Nisan 1997 günlerinde düzenlemeye karar verdik. Böylece konuk konuşmacılar için yol ve otel parası ödemekten kurtulacaktık. Aykut Köksal, Esen Karol, uzun yıllardır Türkiye'de çalışmakta olan Paul McMillen ile Tel Aviv'de tanıştığımız, masraflarını kendisi karşılamayı öneren tasarımcı Yossi Lemel atölye çalışması yönetmeyi kabul ettiler. Bülent Erkmen ve İngiltere'de yaşayan fotoğrafçı çift Barbara ile Zafer Baran seminere konuşmacı olarak katkıda bulundular. Hazırladığımız programa göre Pazartesi, Perşembe günleri arasında dört atölye düzenlenecek, son gün Mimar Sinan ve Marmara Üniversitelerinde iki ayrı seminer gerçekleştirilecekti. Programa, Alman tasarımcı Helmut Langer'in küratörlüğünü yaptığı bir sergi projesini ekledik: Nükleer Denemelere Karşı Faks Afişleri. İlk Grafist'e İsrail'den oniki öğrenci katıldı. İsrailileri bizim öğrenciler evlerinde ağırladılar. Böylece son derece kısıtlı imkânlarla İstanbul Uluslararası Grafik Tasarım Günleri'ni düzenledik. Grafist organizasyonu planladığımız gibi bir model oluşturdu. İcograda artık yılda birkaç kez, dünyanın farklı yerlerinde bölgesel tasarım etkinlikleri düzenliyor.

Eğitim amaçlı bir etkinlik olarak 1997'de başlayan Grafist bu yıl onbeş yaşına bastı. David Grossman ve Yaki Molcho'nun kurdukları Vital Tasarım Okulu

Geçen yılki etkinlik için afiş.



Grafist'in üçüncü yılı için afiş.

bir kaç yıl sonra, İsrail yasaları gereği zorunlu olarak bir devlet okulu ile birleştirildi. Festivital ne yazık ki artık yapılmıyor. Grafist ilk yıldan itibaren gelişti, tanındı, dünyanın önemli grafik tasarım eğitimi etkinliklerinden biri olarak anılmaya başladı. Dünya'nın birçok ülkesinden tasarımcıların, tasarım eğitimcilerinin ve öğrencilerin yolu İstanbul'dan geçti. Grafist'e öğrenci olarak katılmış gençlerin çoğu bugün ülkelerinde tasarımcı ve eğitimci olarak çalışıyor. Artık Türkiye'de ve Dünya'da bir "Grafist kuşağının" varlığından söz etmek abartı olmaz sanıyorum.

Atölye

Grafik tasarım eğitimiyle uğraşanlar, rutin eğitim programlarının yanı sıra yapılan, iyi yönetilen yoğunlaştırılmış atölye çalışmalarının, seminer ve tartışma panellerinin, sergilerin, işyeri ziyaretlerinin ne kadar yararlı olduğunu bilirler. Bu nedenle okullar zaman zaman rutin programlarına bu tür etkinlikleri eklerler.

Atölye çalışmaları Grafist'in temel etkinliklerindedir. Onbeş yılda yüze yakın Grafist atölyesinde, ikibinbeşyüz civarında öğrenci eğitim gördü. Başlangıçta atölyelere dileyen katılabiliyordu. Ancak Grafist'in üçüncü yılında Lübnan'dan doksan öğrenci gelince ne yapacağımızı şaşırdık. Atölye kapasitemiz sınırlıydı. Üniversitelerden gelen yoğun istek karşısında kontenjan uygulamasına geçmek zorunda kaldık. Almaya çalıştığımız önlemlere rağmen, en fazla yirmi kişi olarak planladığımız atölyelerde zaman zaman otuzun üzerinde öğrencinin çalıştığı oldu. Gelenleri geri çevirmeye gönlümüz hiç bir zaman elvermedi.

Katılımcıları atölyelere dağıtırken, grupların farklı ülke ve okulların öğrencilerinden oluşmasına özen gösterildi. Değişik kültürlerden gelen gençlerin



Grafist 7 için afiş.

birbirlerini tanımaları, önyargıları aşmaları, birlikte çalışmanın, öğrenmenin ve üretmenin tadına varmaları esas amacımızdı.

Dört gün süren atölye çalışmalarında üretilen işler, önceleri sınıflarda, duvar panolarında sergilenerek düzenlenen toplantılarda sunuluyordu. Yıldan yıla sunumlara ilgi arttı. Sınıflara sığmaz olduk. Daha sonra sunum toplantılarını MSGSÜ Oditoryumu'nda gerçekleştirmeye başladık.

Seminer

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fındıklı kampüsündeki Sedat Hakkı Eldem Oditoryumu üçyüz kişiliktir. Biz buraya her yıl Grafist semineri için en az dört yüz dinleyici alırız. Dünyanın birçok ülkesinden, Ankara'dan, İstanbul'dan, İzmir'den, Eskişehir'den, Mersin, Adana, İsparta, Erzurum'dan ve daha birçok kentten yılda bir kez düzenlenen bu semineri izlemek için öğrenciler, eğitimciler ve profesyonel tasarımcılar salonu tıka basa doldururlar. Adım atacak yer kalmaz. Dünyanın en önemli tasarımcıları burada konuşma yaparlar, işlerini gösterirler, deneyimlerini paylaşırlar. Fukuda, Massin, Pippo, Tartakover, Erkmen, Loesch, Momayez, Altıntaş, Jordan, Troxler, Orosz, Madrelle, Boom, Beeke, Fletcher, Arvanitis, Logvin ve daha niceleri bu salonda gençlerle buluşurlar. Grafist semineri bir şenliktir.

Sergiler, projeler

Grafist etkinlikleri kapsamında, 15 yılda, yüze yakın konuk tasarımcı için İstanbul'da çeşitli galerilerde sergiler düzenledik. Bir haftaya sığdırmak zorunda olduğumuz atölye ve seminer çalışmalarına kıyasla sergiler daha uzun zaman diliminde, iki hafta ile bir aylık süreler içinde geniş izleyici kitleleri ile buluştu. Kişisel sergilerin yanı sıra Kore Afişleri, İsrail'in

Ellinci Kuruluş Yıldönümü Afişleri, Nükleer Denemelere Karşı Faks Afişleri, Bira Altlıkları, Japonya'dan Ambalaj Tasarımları, Emigre, Polonya'dan Beş Afiş Tasarımcısı gibi sergi projelerine Grafist programlarında yer verdik. Çeşitli tarihlerde Grafist'e konuk olan, daha sonra hayatını kaybeden Alan Fletcher, Morteza Momayez ve Shigeo Fukuda'yı "Unutma Beni / Forget-me-not" başlıklı özel sergiyle andık. Sağlıkları elvermediği için İstanbul'a gelemeyen Adrian Frutiger ve Pierre Mendel için sergiler düzenledik. Grafist'in onuncu yılını, o güne kadar etkinliğe emek veren tasarımcıların katıldığı "İstanbul as felt by..." başlıklı afiş projesiyle kutladık.

Genç tasarımcılar ve Grafist

Genç tasarımcıların Grafist programlarına etkin katılımlarını sağlamaya özen gösterdik; onları sadece izleyici değil, yaratıcı, düzenleyici ve süreci yönlendirici olmaya teşvik ettik. Grafist organizasyonunu genç arkadaşlarımız yürütüyorlar. "Gelecek Kuşak" programı kapsamında birçok farklı ülkelerden genç profesyoneller kendi sergi projelerini gerçekleştirdiler, seminerlerde sunum yaptılar. Grafist atölyelerinde değişik üniversitelerden araştırma görevlileri atölye yöneticileriyle birlikte çalışıyorlar; burada edindikleri deneyimleri daha sonra kendi okullarındaki öğrencilerle ve öğretim elemanlarıyla paylaşma olanağı buluyorlar. Her yıl en az bir atölyede, genç tasarımcılar atölye çalışması yöneticisi olarak öğrencilerle çalışıyorlar. Grafist'e davet edilecek konukları saptarken, deneyimli tasarımcıların yanı sıra, farklı ülkelerden genç profesyonellere konuk listesinde yer veriyoruz.

Grafist 11 için afiş.



Grafist 13 için afiş.

Grafist konukları

Grafist'e çağıracağımız insanların seçiminde deneyim, cinsiyet, ülke, uzmanlık alanı gibi kategorilerde denge sağlamaya çalışıyoruz. Genç-olgun, kadın-erkek, komşu ülkeden-uzak ülkeden, tanınmış-tanınmamış tasarımcıları aynı programda bir araya getirerek çeşitlilik yaratmaya çalışıyoruz. Afiş, yayın grafiği, illüstrasyon, çoklu ortam, tasarım tarihi ve kuramı gibi uzmanlıklara aynı programda yer vermeye özen gösteriyoruz.

Grafist gönüllülük esasına dayanan bir organizasyondur. Grafist için çalışanlar yaptıkları iş için herhangi bir ücret almıyorlar. Yurt dışından ve İstanbul dışından gelen konukların yol, yemek ve konaklama giderleri sağlanıyor. Bunun dışında kimseye ödeme yapılmıyor, yapılamıyor. Grafist etkinliklerine katılan öğrencilerden katılım ücreti alınmıyor. Konuk öğrenciler yol ve konaklama giderlerini kendileri karşılıyorlar. Atölye çalışması ve seminere katılmak için ödeme yapmıyorlar.

Yayın

Grafist etkinlikleri, olanaklar elverdiği ölçüde yayınlarla belgeleniyor, kalıcılığı sağlanıyor. İlk yıldan itibaren küçük broşürlerle başlayan Grafist yayınları 2001'de kitaba dönüştü. 15,5 x 23 cm boyutlarındaki, Türkçe-İngilizce Grafist kitabı her yıl yayımlanıyor. Kitapta etkinlik bilgileri, konuk tasarımcıların işleri ve onlarla yapılan röportajlar yer alıyor. Kitapların editörlüğünü, tasarımını, röportajlarını ve üretim çalışmalarını genç tasarımcı arkadaşlarımız gerçekleştiriyorlar. Grafist kitaplarının yanı sıra, yıllar içinde, "Ambalaj: Satış İçin Tasarım" başlıklı broşür, "50 Soru, 50 Cevap / Rudy Vanderlans (Emigre) ile e-posta ile söyleşi" başlıklı kitap, öğrencilerin hazırladığı "Sokakta Kaybolunca Panik" gibi özel yayınlar yapıldı.

Grafist arşivi

Grafist'e katılan konuk tasarımcıların, sergilemek için İstanbul'a getirdikleri işlerinin bir bölümünü Grafist arşivine bağışlamaları bir gelenek haline geldi. Konukların cömert katkıları sayesinde zengin bir grafik tasarım arşivi oluşturuyoruz. Ayrıca imzalı kitaplar, yazışmalar, el yazıları, kartvizitler, yemek masasında çiziktirilen kâğıt peçeteler, tabaklar, getirilen armağanlar, Grafist etkinliklerinde çekilen fotoğraf ve videolar, seminer kayıtları, atölye çalışmalarında ortaya çıkan öğrenci işleriyle Grafist arşivi büyüyor, çeşitleniyor. Rene Knip'in özel olarak Grafist 12 için tasarlayıp ürettiği tipografik yerleştirme, Alan Fletcher'in özgün baskısı, Fukuda ve Kari Piippo'nun İstanbul ziyaretleri için tasarlayıp bastırdıkları afişler, Irma Boom'un kitapları, Alain le Querrec'in dev boyuttaki afişleri, Andrey Logvin'in orijinal karalamaları... Onbeş yaşına basan Grafist'in artık kendine ait bir tarihi olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Nasıl yapılıyor?

Grafist Türkiye'de bir ilktir, başka örneği yoktur. Uluslararası nitelikte bir grafik tasarım etkinliği düzenlemek masraflı, zahmetli, bilgi ve deneyim gerektiren, ciddi bir iştir. Grafist'i düzenleyenler yola çıktıklarında bütün zorlukların farkındaydılar. Grafik tasarım eğitiminin kalitesini yükseltmeyi, tasarım öğrencilerinin ve genç tasarımcıların dünya ile ilişki kurmalarına katkıda bulunmayı mesele edinmişlerdi.

Grafist'in tüm giderleri sponsorlukla sağlandı. Grafik tasarımın önemini bilen kuruluşlar ve kişiler destek verdiler. Katılan öğrencilerden ve onları gönderen üniversitelerden hiç bir maddi katkı talep edilmedi. Ev sahibi MSGSÜ doğal olarak atölyeleri, sergi ve konferans salonlarını tahsis etti.

2001'deki Grafist 5 için afiş.



Birçok kuruluştan destek alındı. Icograda, AGI / Alliance Graphique Internationale (Uluslararası Grafik Tasarım Birliği), Grafikerler Meslek Kuruluşu, Bikem Özsunay Grafik Tasarım Vakfı ve Hollanda İstanbul Başkonsolosluğu, Grafist'in işbirliği yaptığı kurumlar arasında önemli yere sahipler.

Grafik tasarım eğitiminin geleceği

Grafik Tasarım Dernekleri Icograda 2000 yılında "Grafik Tasarım Eğitimi Manifestosu" yayımladı. Manifesto'da, Üçüncü Binyıla girerken, grafik tasarım, tasarımcı ve tasarım eğitimi kavramları yeniden tanımlanıyordu. Biz Grafist'i düzenlerken ve programlarını hazırlarken Manifestoda belirtilen tanımları ve ilkeleri hep göz önünde bulunduruyoruz. Yazıyı bitirirken, Manifestonun eğitimle ilgili bölümünü hatırlamakta yarar görüyoruz:

“...
(tasarım eğitiminin geleceği)
Yeni tasarım programı şu boyutları içerir:

Görüntü, metin, hareket, zaman, ses, etkileşim.

Tasarım eğitimi, iletişim araçları ile uyumlu bir eleştirel zihniyet üzerinde odaklanmalıdır.

Eğitim, kişisel tepki tavrını ve yeteneğini beslemelidir.

Yeni eğitim programı, iletişim ve işbirliği stratejisini ve yöntemlerini teşvik etmelidir.

Tasarım kuramı ve tasarım tarihi, ayrılmaz parçalar olarak, tasarım eğitimi bütünlüğüne dahil edilmelidir.

Tasarım araştırmaları, tasarım performansını geliştirmek için, bilme, hissetme, insana ilişkin fiziksel, sosyal ve kültürel faktörleri anlama yoluyla, tasarım bilgisi üretimini çoğaltmalıdır.

Tasarım eğitimi, her zaman olduğundan daha fazla, öğrencileri değişime hazırlamalıdır. Bu noktada, öğretim merkezli eğitimin yerini, öğrencinin, akademik programlar içinde ve ötesinde, denemeler yapabileceği ve performansını geliştirebileceği, öğrenme merkezli eğitim anlayışı almalıdır.

Böylece tasarım eğitimcisi, sadece bilgi veren insan olma durumundan kurtulacak, daha değerli tasarımcıların yetişmesi için esin verici ve yönlendirmeyi kolaylaştırıcı bir konum kazanmış olacaktır...”

Icograda Tasarım Eğitimi Manifestosu, Seul 2000 ●

Tasarım değişti ancak tasarımcılar fazla değişmedi

Tennyson Pinheiro

www.icograda.org

Çeviren: Aslı Mertan

Tasarım tüm sektörlerde işletme ve yönetimin giderek daha vazgeçilmez kısımlarından biri haline gelirken, Tennyson Pinheiro tasarımcıları “Tasarım Diyarı”ndan bir kaç adım uzaklaşıp, tamamen yaptıkları işin gerçekliğiyle meşgul olmaları için teşvik ediyor – nihayetinde söz konusu olan, pazarlamacılar tutun son kullanıcılara kadar işin içine dahil tüm oyunculara eşit derecede muhtaç bir gerçekliktir.

Artık (neredeyse) herkesin netlikle gördüğü bir şey var ki, o da tasarım kelimesinin “nesnelerin güzelleştirilmesi” kategorisine kolayca sokulamayacağı gerçeğidir. Tasarımı daha holistik (tüme dayalı) bir seviyeye çıkarmak; şirketler, hükümetler ve toplum genelinde problem çözmeye yönelik bir yaklaşım olarak konumlandırmak için şimdiye kadar çok şey yapıldı ve halen de yapılmaya devam ediyor. Giderek daha fazla şirket tasarımı öncelikli odaklarının bir parçası haline getirdikçe ve tasarım bu kurumların benimsedikleri stratejilerde merkezi bir rol oynamaya doğru merdivenleri tırmandıkça, bu çabaların meyveleri de alınmaya başlandı.

Peki ya biz tasarımcılar? Kafalarımızı “Tasarım Diyarı”ndan biraz olsun dışarı uzatabilmeyi başardık mı? Maalesef, birçoklarımız için, cevap halen hayır.

Tasarım Düşüncesi dünya çapındaki büyük kuruluşların stratejilerinde önem kazanıyor ve birçok üst düzey yönetici bu yaklaşımı benimsiyor olsa da, bu şirketlerde çalışan tasarımcıların henüz tırmanışa geçmeye hazır oldukları söylenemez.

ESPM işletme okulunda Tasarım Düşüncesi profesörü ve Fundação Rio Branco'nun (her ikisi de Brezilya, São Paulo'da

işletme okuludur) Markalama Yüksek Lisans programının Hizmet Tasarımı disiplini sorumlusu olarak, tasarımcılara, üst düzey yöneticilere ve girişimcilere Tasarım Düşüncesi yolunda ilk adımlarını atmalarına yardımcı olabildiğim için kendimi talihli sayıyorum. Son bir kaç yıl içerisinde, öğrencilerimin bazılarını tezlerini geliştirme, profesyonel ve akademik hedeflerini tekrar düşünme, ya da yeni edindikleri zihniyeti hayata geçirebilecekleri ve bazı şeyleri olumlu yönde dönüştürebilecekleri daha anlamlı bir şey bulmak uğrunda sıkıcı ve tekdüze tasarım işlerini bırakma konusunda kişisel destek verdim ve rehberlik ettim.

Evet, tasarımcıların üst düzey yönetici seviyesinde karar alma pozisyonlarına yükselmelerine ihtiyacımız olduğu düşüncesini tamamen destekliyorum ancak doğruyu söylemek gerekirse, her tasarımcı bu iş için uygun sayılamaz. Hatta biraz daha ileriye gidip, şunu söyleyebilirim ki, aslında tasarımcıların birçoğu buna hazır değil.

Bunun için kimi suçlamalıyız? Şayet bir günah keçisi bulunacaksa, başka birçok şeyin yanında, tasarım eğitimi; “iki ayağı bir pabuca sığdırmaya çalışan” reklam ajansları; “normal” insanların Tasarım Diyarı'nın altın sokaklarına erişimlerini engelleyen karmaşık organizasyonel sınırlar; tasarımcıların çoğunun tasarım merkezli oldukları gerçeği; ve daha bir dolu iyi bilinen ve bazen de polemik yaratan mesele sayılabilir. Ama ben burada o yoldan gitmeyi seçmeyeceğim; onun yerine biz tasarımcıların kendi başlattığımız devrimin bir parçası olabilmek için nelerin değişmesi gerektiğine dair kendi bakış açımı açıklamayı tercih ederim.

Bunun sadece sınırlı bir liste olduğundan emin olsam da, aşağıda sıralanan bu eski usul davranışların bizi stratejik anlamda konuyla daha ilintili olmaktan alıkoyduğuna inanıyorum.

1. Empati besleyin: “Tasarımcı” dilini konuşmayı bırakıp, iş dünyası diline dönmekte ustalık kazanın

Bahane yok! Şayet bir tasarımcı, iş dünyası insanların yaratıcı fikirleri anlamayacak veya üretmeyecek kadar aptal olduklarını düşünüyorsa, bir tasarım düşünürü vasfını taşıyamaz. Gerçekte, iş dünyası insanları kesinlikle aptal değildir; zaten bildikleri şeyleri kullanarak işlerini yürütmeyi uzun zamandır başarmaktadırlar. Ve biliyor musunuz, çoğunluğu için bu yeteri kadar iyidir, daha da fazlasına ihtiyaç yoktur. Onlar için asıl zor

Son bir kaç yıl içerisinde, öğrencilerimin bazılarını tezlerini geliştirme, profesyonel ve akademik hedeflerini tekrar düşünme, ya da yeni edindikleri zihniyeti hayata geçirebilecekleri ve bazı şeyleri olumlu yönde dönüştürebilecekleri daha anlamlı bir şey bulmak uğrunda sıkıcı ve tekdüze tasarım işlerini bırakma konusunda kişisel destek verdim ve rehberlik ettim.

olan şey bizim kendimize özgü “tasarımcı” dilimizi anlamaktır. İşte bu yüzden iş dünyası fonksiyonları kulaklarını tasarımcılara kapatmaktadırlar.

İşleri onlar için kolaylaştırın, dünyalarına balıklama dalın ve sürekli vaazını verdiğimiz “empati kurma” olayını, tatlı dilinizle kıvrın. Onları bir grup ahmak ve analitik insan olarak düşünmek yerine, tasarım sürecinin bir parçası olduklarını düşünün; nihayetinde ilgi uyandıran hikâyeler anlatabilmek ve fikir satmak bu sürecin kritik önem taşıyan bir parçasıdır. Ve bu beceri, şimdi artık üst düzey yöneticilerin masasında, uzun senelerdir kendi fikirlerini başarıyla satabilmiş insanların yanı başında bir koltuğa gözümüzü diktiğimiz şu sıralarda, yepyeni bir önem kazanmıştır.

Unutmayın ki, bir koltuk kapmak yeterli değil; oraya oturduktan sonra nasıl dinleyeceğinizi ve sözlerinizi nasıl dinleteceğinizi öğrenmeniz gerekiyor. Bildiğiniz şirketlerin teknoloji departmanlarını aklınıza getirin – normalde yönetim kurulunda bir koltuğa sahiptirler ama stratejik önemi olan sunumlar yaptıkları olur mu? Çok sık olmaz. Bunların çoğu devamlı surette taleplere cevap verme konumunda sıkışıp kalmışlardır.

2. İçinde olduğunuz işi “Gestalt”layın

Bu bazı tasarımcılara tuhaf gelecektir. Çünkü onlar kendi

Tasarımcının becerisinin ve yaratıcılığının sonucu daima etkileyeceği doğru olsa da, sizin içgüdünüz ve fikirlerinizden yola çıkarak geliştirilmek yerine, son kullanıcılar, ön saflarda çalışanlar, iş ortakları vs. sayesinde ortaya çıkıp, geliştirilen çözümleri sahiplenmek ve bunlar için takdir beklemek olamaz.

işlerinin “bir şeyler tasarlamak” olduğunu düşünürler. Fakat yanılırlar. İçinde olduğunuz iş, içinde olduğunuz İŞ’tir. Ve biliyor musunuz, yapmanız gereken bir adım geri atıp, her şeyi genel manzarasıyla anlamaya çalışmak, işlerin nasıl yürüdüğünü iyice kıvrırmak, şirket için nasıl değer yaratıldığını ve şirketin hissedarları için nasıl değer yarattığını öğrenmektir. Ancak şirket ekolojisi ile ilgili tam bir fikre sahip olduğunuzda, posta kutunuzda stratejik toplantılar için davetiyeler belirlemeye başlar. Unutmayın ki, her seviyede katkıda bulunabilmeniz gerekecektir; olay sadece masaya fikirler sunmaktan ibaret değildir; ortak yaratım süreçlerine girebiliyor, diğer üyelerle birlikte bu fikirleri geliştirici çalışmalar yapabiliyor olmanız gerekir. Böyle bir çabayı sürdürebilmek için de, işletme kafanızı güncel tutmanız gerekmektedir.

Teknoloji departmanı örneğini hatırlıyor musunuz? Stratejik önem taşıyan sunumlar yapmalarının sebebi, iş dünyası insanlarının onlar hakkında içinde oldukları iş konusunda yeterli “gestalt” sahibi olmadıklarını düşünmeleridir.

3. Tasarım Diyarı'nın dışına çıkın: Bulun, yaratın ve tasarımcı olmayan mütteliklerinizle ilişkilerinizi besleyin

Evet, konuştuğunuz şeylerin ne kadar enteresan ve güncel olduğu konusunda kimseyi ikna etmek zorunda olmadığınız o samimi ve rahat yerde durmak pek keyifli olabilir. Ama biliyor

musunuz, oradaki insanlar bütün fikirlerinize zaten dünden razılar. Şimdi artık harekete geçmenin ve başka yenilik düşmanlarını, şüphecileri, fikir katillerini, şeytanın avukatlarını, “biz bunu daha önce de denedik”çileri – kısacası önceleri görünce yolumuzu değiştirebileceğimiz ama Tasarım Düşüncesi sayesinde bugünün uğraşılması elzem insanlara dönüştürdüğü kişileri fethetmenin zamanı geldi. Fikrinizi satın alması için başka bir tasarımcı bulun ve rahat edin. Öte yandan nüfuzlu ama şüpheci bir üst düzey yöneticinin fikrinizi satın almasını sağlayın ve bir proje edinin. Aradığımız tam olarak nedir?

4. Rock yıldızı tavrından kurtulun ve künyelerde sürekli adınızı geçirmeyi unutun

Bakın, dünyada her zaman sanatsal tasarımcılarımız olacaktır. İşin içindeki herkes Tasarım Düşüncesi'ne doğru yelken açmayacak, bazen olay sadece tasarımcının hissettikleri ve düşündükleri, başka hiç kimsenin değil sadece onun vizyonu etrafında döner. Ama Tasarım Düşüncesi bu değildir.

Şunu anladım ki, bazı tasarımcılar Tasarım Düşüncesi'ni benimseme istekleriyle, yaratıcı süreci kontrol etme arzuları arasında kalıyorlar. Tasarımcının becerisinin ve yaratıcılığının sonucu daima etkileyeceği doğru olsa da, sizin içgüdünüz ve fikirlerinizden yola çıkarak geliştirilmek yerine, son kullanıcılar, ön saflarda çalışanlar, iş ortakları vs. sayesinde ortaya çıkıp, geliştirilen çözümleri sahiplenmek ve bunlar için takdir beklemek olamaz.

En nihayetinde ise biz tasarımcılar konuştuklarımızı hayata geçirme ve bu yeni insan-merkezli iş dünyasında güçlü bir stratejik varlık kazanmaya doğru itiliyoruz. Ancak tasarımın stratejinin merkezine yerleşmesi gerektiğini sürekli haykırmanın da bir âlemi yok; özellikle bunun beraberinde gelecek zorluklarla yüzleşmeye hazır değilseniz.

O yüzden de kendinize karşı dürüst olun. Ve bir daha canınız tasarımın şirketiniz içinde ciddiye alınmadığı konusunda şikâyet etmeyi istediğinizde, derin bir nefes alın ve şunu sorun: Pazarlama ve finans sorumlularıyla yan yana oturup, işletmenin geleceği ile ilgili tartışmalara katkıda bulunmak için hazır mıyım?

Şayet güür bir sesle evet diyemiyorsanız, tahminim o ki, kendinizi içinde bulduğunuz bu duruma siz de bir şekilde katkıda bulunmaktasınız. Tasarım değişti. Peki ya biz? ●

Yazı, Macintosh'unuzun (ya da PC, her neyse) insafına ve kabiliyetine bırakılmayacak kadar önemli bir konudur

A. Selim Tuncer
selimtuncer.blogspot.com



Her gördüğümde canım sıkılıyor, en iyisi buradan uyarayım. Bazı sanat yönetmeni ve grafikerlerde

(ve de yazarlarda) ünlem imiyle sözcüğün son harfi arasına boşluk koyma gibi yanlış bir alışkanlık var. Bazan soru imlerine ve noktalı virgüllere de aynı muameleyi reva görüyorlar, ama onların sayısı daha az. Oysa ünlem iminin diğer noktalama imlerinden hiçbir farkı yoktur. Allah aşkına, nerden icat ettiniz bunu arkadaşlar?



Tabii bu, genel olarak tipografi başlığı altında incelenmesi gereken bir sorun ki, o konuya girersek kolay kolay çıkamayız. Harfin anatomisi, yazı karakteri, stiller, yazının ölçülendirilmesi, espas, espasta uyulması gereken kurallar, harf espası, sözcük espası, satır espası, negatif espas, göz ortası, espasta özel durumlar gibi konu başlıklarına bir göz atarsak artık ünlem imini de ayrı yazmaya elimiz varmaz herhalde!

Yazının olduğu yerde mutlaka kurallar da vardır. Hat sanatında usta çırak ilişkisi söz konusuydu. Hocayla talebesi yazı konusunda “meşk” eder, bu esnada talebe bütün dikkatiyle hocasının el ve kaleminin hareketlerini izlerdi. Bu derslerde talebe; iyi bir yazının ne gibi özellikler taşıması gerektiğini, harflerin anatomisini, satura dizilişlerini, espas ve dengeleri yanında hat sanatının temel bilgilerini öğrenirdi. (Aşk



olmadan ‘meşk’ olmaz.) O zamanlarda hattat (yazı sanatçısı) tüm yazıyı kendisi yazardı tabii. Oysa şimdi, harfler hazır. Hiç

olmazsa bu hazır formları yan yana getirirken imla kurallarına, grafik ve estetik ölçülere uygun davranalım, değil mi?

Eskilerde (Çok değil yirmi sene önceden söz ediyorum.) Letraset’le yazı yazmak bir grafiker için çok yararlı bir meşkti aslında. Bu yöntemle harf dizmeyi öğrenen bir grafiker, artık kolay kolay espas hatası yapmamayı iyice bellemiş olurdu.

Bugün Güzel Sanatlar ya da İletişim Fakültelerinin Grafik Bölümü ders konularında bunlar yer alıyor, ama nedense yeni mezun gençlerde bu konuda bir duyarlılık göremiyorum. Sanırım “meşk” noksanlığından kaynaklanıyordu.

Buradan grafik hocalarına bir çağrıda bulunayım: Lütfen, ya çocuklara eskisi gibi Letraset’le temrinler yaptırın ya da yeni teknolojilere uygun bir “meşk” yöntemi geliştirin. Yoksa yazı konusundaki pejmürdelik aldı başını gidiyor.

Oysa grafik tasarımı demek her şeyden, her şeyden önce yazı demektir. Ve yazı, Macintosh'unuzun (ya da PC, her neyse) insafına ve kabiliyetine bırakılmayacak kadar önemli bir konudur. ●

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Yeşim Demir

Tasarım

Bülent Erkmen

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamıllığı

Osman Tülü

Grafik Uygulama

Tipograf

Baskı

A4 Ofset

Para ile satılmaz. Tüm hakları saklıdır.

Grafikerler Meslek Kuruluşu Derneği
Ortaklar Caddesi, Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr