

Yazılar:

GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU

Tasarım eğitiminin geleceği – grafik tasarım ve eleştirel uygulamalar: Müfredatın temelini oluşturmak

Teal Triggs

www.icograda.com

Çeviri: Leyla Tonguç Basmacı

Grafik tasarım müfredatları esnek ve değişime duyarlı olmalıdır. Biz tasarımcılar ve eğitimciler, tasarımla bilim alanları, tasarımla iş dünyası ve tasarımla toplum arasındaki ilişkileri güçlendirmeliyiz. Günümüzün ekonomik, toplumsal, kültürel, çevresel, teknolojik ve siyasi bağlamları değiştiğiçe tasarım paradigmasının da değişmeye devam edeceğine şüphe yoktur.

Grafik mesleğinin tek ürününün grafik nesne olmadığı bir döneme tanık olmaktadır. Afiş, billboard, yayın ve navigasyon sistemleri grafik tasarım kapsamına girmeye devam etmektedir, ama tasarımcılar hizmet üretimi, enformasyon görselleştirme ve görsel deneyimler gibi alanlara giderek daha çok dahil olmaktadır. Tasarımcılar elle tutulur nesneden uzaklaşıp, deneyimsel veya hizmet odaklı tasarım çözümlerine yönelmektedir. Küresel bağlamlar değiştiğiçe, tasarım disiplininin dışında, etnografi, psikoloji, insan faktörü araştırmaları ve politika geliştirme gibi alanlardan insanlarla iş ilişkileri kurma ihtiyacı giderek artmaktadır. Bu işbirliği kavramı, bir projeye veya çözüme katkıda bulunup onu şekillendirecek yerel bilgilere sahip belirli toplulukları dahil edecek şekilde genişletilebilir.

Aynı zamanda tasarım yöntem ve süreçlerinin başka akademik disiplinlere başarıyla uyarlandığına da tanık olmaktadır. İş idaresi

alanındaki bazı kurslar, tasarımın düşünce tarzını lisansüstü müfredatlarının temel bir unsuru olarak benimsemiştir. Örneğin “toplumsal alan için tasarım” alanında yeni kurslar, toplumsal amaçları olan ürün ve hizmetler üretecek iş modellerinin ve tasarım süreçlerinin stratejik kullanımına odaklanmaktadır. Ayrıca yeni programlarda, kamu ve özel sektör kurumlarının ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla tasarım, iş idaresi ve mühendislikle entegre edilmektedir. Bu yaklaşımın başarılı olması için tasarımın, projedeki diğer disiplinler kadar yararlı sayılması gereklidir.

Tasarım bir işbirliği sürecidir. Dolayısıyla tasarımcı, disiplinlerarası linkler kurma ve geliştirme konusunda doğuştan kabiliyete sahip bir “aracı”dır.¹ Tasarıma özgü düşünce tarzı ile eleştirel uygulamalar, günümüzün toplumsal ve ekonomik zorluklarıyla başa çıkmak için gösterdiğimiz yaklaşımın temelini oluşturmalıdır. Bu beceriler, tasarımın bir toplumun refahına katkıda bulunabileceği ve – yerel ölçüde olsun, küresel ölçüde olsun – ekonomik, ekolojik ve kültürel sürdürülebilirlik açısından çözümler sunabileceği durumları nasıl belirlediğimizi ve bu konuda ne yapacağımızı şekillendirir.

Grafik tasarımcıların disiplinlerarası ekiplere dahil edilmesi disiplinlerarası sınırları ortadan kaldıracak gibi görünse de, ana disiplinler gelişmeye ve uzmanlık bilgileri için bir temel oluşturmaya devam eder. Burada asıl göz önüne alınması gereken, disiplinler arasındaki karışık alanlarda ve yeni medya alanlarında ortaya çıkan potansiyel “yeni” bilgi alanlarıdır. Tasarımcılar bu alanların gelişimine katkıda bulunabilir, enformasyon görselleştirmede ve ilgili paydaşlarla iletişim yoluyla bilgi alışverişi sürecinin kolaylaştırılmasında önemli bir rol oynayabilirler.

Zanaatın tasarım mesleğinde ve eğitiminde yeni yönelimleri şekillendirme becerisini göz ardı etmemeliyiz. Zanaat, eşsiz ve bireysel bir deneyimin üretiminde tasarımcının oynayacağı rolü benimsemelidir. Yarattığı ürünün fizikselliği, malzeme ve süreçler

hakkında nasıl doğrudan bilgi elde edilebileceğine ışık tutar. Zanaat aynı zamanda kalitenin üretimi ve bakımıyla da bağlantılıdır; bu hem daha geleneksel üretim yöntemleri, hem de dijital ve teknoloji temelli uygulamalar için geçerlidir. Uzmanlık disiplinlerini azaltmak yerine artırmalı ve hem tasarımı daha geniş kapsamlı bir şekilde algılayan, hem de belirli zanaatlarda uzmanlık sunan ekiplerle çalışmalıyız. Bu iki bilgi düzeyi arasındaki sinerji, tasarımın temelini oluşturacaktır.

Peki ama, yeni bir müfredat nasıl geliştirilir? Tasarım konusunda yazma ve eleştirel yaklaşım, tasarım eğitiminin temel unsurları olmalıdır. Belli bir tarza bağlı kalmaktansa, “tasarımın nasıl uygulandığına” önem verilmelidir. Başka bir deyişle, akademik eleştiriye anlamak ve eleştirel düşünme becerilerini tasarım alanında karşılaşılan zorlu projelere uygulamak, tasarımcılar için zorunluluktur. Tasarım uygulamaları, anlatım, hikâye anlatımı ve kendine dönük, eleştirel düşünme şeklini kavramayı kolaylaştırmanın yanı sıra, çok platformlu içerik sunmaya bağlı ihtiyaçları karşılamak için tasarım konusunda yazmayı teşvik etmelidir. Tasarımcıların çok geniş kapsamlı bilgi eğilimlerini yorumlaması ve verilerin karmaşıklığını iletebilecek analitik araçlar geliştirmesi gereklidir.

1990’lı yıllarda tasarım bir imaj problemi geçirdi. “Tasarımcı” terimi gösterişli, moda uygun ve pahalı bir anlam edindi ve çoğu insanın erişemeyeceği bir şey gibi görünmeye başladı. Ama şimdi o problemi atlattık ve tasarımın toplumsal açıdan ne anlama gelebileceğini kararlaştırdık. Eğitim, toplumsal açıdan bilinçli tasarıma yönelmektedir ve bu durum, tüm akademik disiplinlerin “kullanılabilirlik” açısından inceleme altına alındığı güncel siyasi ortama son derece uygundur. Böyle bir yaklaşımın ardındaki politikalar üzerine tartışmalar bir yana (İngiliz hükümetinin “Büyük Toplum” kavramı konusundaki ısrarı büyük tartışma konusu olmaya devam etmektedir), içinde bulunduğumuz durum budur. Tasarım eğitiminin üstlenmesi gereken zorlu görev, adapte olmak ve eleştiri yapmaktır. Bu daima temel amacı olmuştur, ama şimdi böyle olması her zamankinden daha önemlidir. Tasarım eğitiminde kendine dönük, eleştirel beceri ihtiyacına ışık tutmak bu projenin ana amacı olmalıdır. ●

¹ Cahalan, Anthony. 2007. The Future of Design Education. *AGDA*, 1 Şubat. <http://education.agda.com.au/articles/view/story/the-future-of-design-education> [17 Nisan 2011].

Grafik tasarım eğitimi ve toplumsal değişimin getirdiği zorluklar

Victor Margolin

www.icograda.com

Çeviri: Leyla Tonguç Basmacı

Günümüzde grafik tasarım, tasarım eğitimi programlarının popüler hale geldiği 1950’li yıllarda olduğundan çok daha karmaşık bir alandır. O dönemde eğitim programları hedef kitleyle iletişim konusundaki semantik sorunlar yerine taslak ve tipografi gibi biçimsel özelliklere odaklanırdı. Bazılarının baskıya göre daha sık kullandığı bir iletişim aracı olan internet, bu alanda günümüzde görülen karmaşıklığı daha da artırır. Son yıllarda tasarım okulları internet tasarımı, etkileşim tasarımı ve hareketli görüntü tasarımı gibi alanlarda dersler sunarak yeni medya alanındaki gelişmeleri takip etmeye çalışmaktadır ama internet siteleriyle metinler arasındaki bağlantıların navigasyonundan dolayı, internet alanı için tasarım yapıldığında anlatımla ilgili sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Bana göre, günümüzde tasarım okullarının karşısındaki en büyük zorluk, iletişim alanındaki ihtiyaçların tespit edilip düzenlenmesine nasıl katkıda bulunulabileceğidir. Farklı kültür, milliyet ve dil gruplarına ait insanlar arasındaki iletişim yoğunlaşmıştır. İnsanlar eskisine göre daha çok yolculuk yapıyorlar ve tabela, harita, yön bulma, yer tespit etme ve yol tarifi gibi alanlarda daha çok yönlendirmeye ihtiyaçları var. Dolayısıyla grafik tasarım öğretimi küresel bağlamda – yani farklı insanlar ve kültürler arasında iletişimin ve hareketliliğin devam edeceğinin ve artacağına varsayıldığı bağlamlarda – gerçekleşmelidir.

Bunun grafik tasarım müfredatının geleceği açısından anlamı nedir? Grafik tasarımcılar kozmopolit olmalıdır – farklı kültürlerde rahat edebilmeli, toplumsal ipuçlarını anlayabilmeli ve grafik iletişim yoluyla eyleme geçmeyi kolaylaştırabilmelidir. Dolayısıyla küresel kültürü, başlıca özelliklerini, nasıl işlediğini ve

insanın içinde nasıl işleyebileceğini bilmek temel önem taşır. Sosyoloji ve antropolojinin yanı sıra, küresel görsel kültür, semantik veya semiyotik teorisi ve iletişim teorisi alanında dersler böyle bir temeli sağlayabilir. Kısacası, grafik tasarımcılar insanları ve kültürel ortamlarını tanımalıdır.

Grafik tasarımcılar aynı zamanda insanların günümüzde kullandığı farklı medyalar konusunda da bilgi sahibi olmalıdır. Baskının yanı sıra internet alanında da tasarım yapabilmelidirler; dolayısıyla taslak ve görsel düzenleme alanında verilen dersler de her iki medyayı göz önünde bulundurmalıdır. Biçimsel sorunlar büyük önem taşımaya devam ediyorsa da, farklı içeriklerin etkili şekilde sunulması daha çok vurgulanmalıdır. Bilgi tasarımı ile karmaşık aygıtları kullanma, bürokratik formları doldurma, çeşitli hizmetlere başvurma ve yeni ortamlarda yön bulma amaçlı açıklama geliştirme alanlarında eğitime her zamankinden daha fazla ihtiyaç vardır. Bu tür iletişimin büyük kısmı artık uluslararası ve çokdilli olarak yürütüldüğünden, örneğin ortak formların farklı kültürel gruplar tarafından anlaşılacak şekilde tasarlanmasına özen gösterilmelidir.

Grafik tasarımcılar yeni toplumsal ortamlarda iletişim ihtiyaçlarını ifade edebilmelidir. Ürün tasarımında olduğu gibi, grafik tasarımcılar afet yardımı, mülteci hareketleri ve ulusal güvenliğin tehdidi gibi karmaşık durumlarda değerli bilgileri iletmeyi öğrenmelidir. Siyasi ve toplumsal kurumlar hizmetlerini, kurallarını ve ilkelerini büyük topluluklara iletmeyi giderek daha çok istemektedir.

Grafik tasarımcılar böyle durumlara müdahale edip iletişimi kolaylaştırmaya hazır olmalıdır.

Bir zamanlar grafik tasarım öncelikli olarak ticari ürünlerin reklamlarında kullanılırdı, ama günümüzde grafik tasarımcıların karşısındaki en büyük zorluk toplumsal iletişim olduğundan, bilgi tasarımı, sosyal etkileşim ve semantik alanında gelişmiş ilkeleri temel almak gereklidir. Tüketicileri ürün almaya ikna etmek, ileri düzeyde uzmanlık gerektirir ve artık etnik ve ırksal hoşgörü, enerji tasarrufu ve çevreci vatandaşlık gibi pozitif toplumsal davranışları teşvik etmek için ikna etme becerileri uygulanmalıdır. Aslında davranışsal değişikliği teşvik etmek, grafik tasarımcıların en önemli görevlerinden biri haline gelmiştir.

Biçimsel alanda karar verme becerisinin geliştirilmesi – tipografi

kullanımı, bilginin düzenlenmesi, sembol ve logoların yaratılması – estetik teknikten çok, bir toplumsal iletişim aracı olarak öğretilmelidir. Böyle söylemekteki amacım klasik İsviçre tasarımının tipografik inceliğini veya Polonyalı tasarımcıların afişlerinin simgesel gücünü kötülemek değil, görsel tekniklerin de toplumsal bir amaç taşıyabileceğini vurgulamaktır.

Görsel tekniklerin ve anlaşılır sembollerin geliştirilmesi, sınırlı sayıda insan tarafından konuşulan dillerin yeni elektronik medyaya uyarlanması da kolaylaştırabilir. Bunun için sözelden görsele ve dijital geçiş olmalıdır; yani konuşma alfabeyle aktarılmalı, alfabe de dijital biçimlere uyarlanmalıdır. İnsanın internete kendi dilinde erişimi evrensel bir kriter olmalıdır.

Toplumsal alandaki bu yeni zorluklarla başa çıkmak grafik tasarımcılar için elzem bir beceridir ve grafik tasarım eğitiminin en önemli unsurlarından biri olmalıdır. Bağımsız sanat akademilerinin bir parçası olsunlar, geniş kapsamlı üniversiteler dahilinde program olsunlar, tasarım okullarının tasarım dışındaki bilgi alanlarıyla ilgili olması gereklidir. Bu amacın yeni müfredata nasıl yansıtılacağı henüz kararlaştırılmamıştır, ama bu görevin azameti göz önüne alınır, tasarım okulları – özellikle farklı kültürel ortamlara ait okullar – arasında iletişimin bu alanda elzem olduğu kesindir. Icograda Tasarım Eğitimi Manifestosu, çağdaş küresel kültürün beraberinde getirdiği zorluklarla başa çıkmak amacıyla kendilerini yenileyen tasarım okulları için rehber görevi görebilir. ●

Tasarım eğitimi manifestosu

Wang Min

www.icograda.com

Çeviri: Leyla Tonguç Basmacı

I. Öğrencilerin günümüzde tasarım alanında karşılaşacakları zorluklarla baş etmeye hazırlanması

Tasarım mezunları fildişi kulelerinden çıkıp gerçek dünyaya adım attıklarında genelde psikolojik bir çöküş veya hayal kırıklığı yaşarlar. Tasarım eğitimi almış hemen herkes, dünyayı daha iyi, daha renkli bir yer haline getirme amacına sahip yaratıcı, usta bir tasarımcı olma hayali kurmuştur. Ancak ideallere olan inanç birkaç

Teknoloji devrimi grafik tasarımı baştan tanımlamakla kalmayıp bu alanda değişiklikler yaratmaya devam etmektedir.

yıl içinde giderek azalır. Hem öğrenciler, hem profesyonel tasarımcılar, çağdaş tasarım alanında karşılaşılan zorlukları vurgulayan bir dizi soruyla karşı karşıyadır. Tasarım ideali ile gerçeği arasında neden bir uçurum olmak zorundadır? Harika bir fikri gerçeğe dönüştürmek için ne tür süreçler lazımdır? Tasarımcılarla kurumsal müşterileri arasında ne tür ilişkiler kurulmalıdır? Biz tasarımcılar kimler için tasarım yaparız, kendimiz için mi, müşterimiz ve müşterimizin müşterileri için mi, yoksa genel anlamda toplum için mi? Tasarımın amacı nedir – sanat mı, tasarımcının yaratıcılık arzusu mu, yoksa toplum mu? Öğrencileri hem yeni tasarım dünyasının gerçeklerine hazırlamayı, hem de bireysel yaratıcılık ve toplumsal ideallerini muhafaza etmeyi nasıl başarabiliriz? Öğrencilerimizi günümüzün küresel ekonomisindeki zorluklarla, sürekli olarak değişen teknolojilerle, karmaşık toplumsal ve siyasi şartlarla baş etmeye nasıl hazırlayabiliriz? Bunlar, tasarım eğitimcilerinin göz önüne alması gereken sorulardır.

Yeni teknolojinin etkisi

Seleflerinin tersine, günümüz tasarım mezunları, karmaşık ve hızla değişmekte olan bir meslekle yüz yüzedir. Teknoloji devrimi grafik tasarımı baştan tanımlamakla kalmayıp bu alanda değişiklikler yaratmaya devam etmektedir; bizler, bilgi mimarı, medya iletişimcisi, görsel sanatçı ve yaratıcı gibi çok yönlü rolleri oynamaya hızlı bir şekilde adapte olduk ve bunun için kendimizi değiştirdik. Biz tasarımcılar, sürekli olarak değişmekte olan dünyamızda iletişim yöntemlerinde değişikliğe yol açan yeni teknolojilere hemen adapte olabilmeliyiz.

Disiplinler arası yaklaşım

Genel anlamda tasarımın, özel olarak da grafik tasarımın disiplinler arası ve çok disiplinli doğası öğrencilerin karşı karşıya kaldığı bir başka zorluğu oluşturur. Grafik tasarım, sanat ve ticaret arasındaki etkileşim, grafik tasarımcıların değişmekte olan bir toplumun estetik, psikolojik, iletişim, toplumsal ve işlevsel ihtiyaçlarını ve de bu değişimin ardındaki itici güçleri anlamasını gerektirir.

Kültürel ve dilsel sınırların ötesinde küresel görsel iletişim

Çok kültürlü dünyamızda tasarımcılar farklı kültürlerin arasındaki ihtilafları ve bütünleşmeleri göz önüne almalı, diyalektik bir perspektif benimsemelidir. Bir yanda farklı kültürler birbiriyle rekabet içinde veya çatışmış gibi görünebilir, ama diğer yanda küreselleşme trendi farklı kültürlerin kaynaşması için güçlü bir dürtü sağlamaktadır. Görsel iletişim, Doğu ile Batı kültürlerinin kaynaşmasına dair bol miktarda örnek içerir. Bu tür kültürel etkileşim tasarımcılar için hem zorluk oluşturur, hem de çalışmalarına renk katar. Tasarımcılardan kültürel tercüman olmaları beklenir, dolayısıyla kültürel birikimleri daha geniş kapsamlı olmalıdır.

II. Doğu ile Batı karşılaşınca

Dünyamız giderek küçülüyor ve Doğu ile Batı arasındaki uçurum da giderek kapanıyor. Çokuluslu şirketler sermayelerini ve teknolojilerini dünyanın her tarafına yaydılar. Sushi yemek veya Kung fu yapmak Kaliforniya'da gündelik hayatın bir parçası haline geliyor, Coca-Cola da Çin'de meşrubat piyasasında en büyük pay sahibi oldu. Ancak Doğu ile Batı toplumları arasında dilsel ve kültürel anlaşmazlıkların varlığı, karşılıklı anlayış elde etmemiz için daha çok şey yapılması gerektiği anlamına gelmektedir.

Büyük şirketler, küresel pazarlar üzerindeki tekellerini yayma amacıyla küreselleşmeyi teşvik etmektedir. Ancak dünyamız farklılıklarla doludur ve birçok ulus kendi yerel kültürlerini muhafaza etmek için uğraş vermektedir. Dolayısıyla küreselleşmeyle bölgesel kimlikler, birleşmeyle farklılaşma arasında denge sağlanması açısından tasarımcılara önemli bir görev düşmektedir. Kültürel iletişimin ardında, yerel kültürlerle küreselleşme trendi arasındaki etkileşimleri anlama potansiyeli yatar. Kültürel iletişimin başarıya ulaşması için kültürler arasında karşılıklı saygı elde etmeliyiz, zira bir kültürü insanlara dayatmak onları o kültürden soğutur. Farklı çevrelerden gelen insanlar arasında iletişimi ve anlayışı kolaylaştırmak için görsel bir dile ihtiyacımız var ve bu görsel dil ancak geniş kapsamlı, derin bir kültürel birikimden kaynaklanabilir.

Küreselleşme dünyanın dört bir tarafında farklı toplumları kapsar ve marjinal kültürler bile bu yapı içerisinde bir arada yer alır. Hem birbirlerini tamamlayan, hem de aralarında ihtilaf olan kültürlerin

uyumlu bir şekilde bir arada yaşaması, müreffeh bir dünyanın temelini oluşturur. Küreselleşme kavramı, karşılıklı anlayış, kabul etme, bir arada yaşama, diyalog, adapte olma iradesi ve uyum elde etme çabası olarak görülmelidir. Böyle bir fikir birliği olmazsa küreselleşme kolaylıkla tek bir kültürün aktarılması anlamına gelebilir. Tasarımcılar bu farklılığı yorumlayabilmeli ve başkalarına anlatabilmelidir. Kendi ifade dillerini seçebilen ressamların tersine, tasarımcılar çoğunluğun onayladığı bir dil kullanmak zorundadır. Tabloların izleyicileri kendilerini ressamın dünyasına uyarlarlarken, tasarımcılar ifade şekillerini hedef kitlelere uyarlarlar. Tasarımcılar izleyicilerini seçemezler, kullandıkları dili ve çalışmalarının içeriğini izleyicilerin ihtiyaçlarına göre seçmek zorundadırlar. Örneğin çalışmalarınızın hedefi Avrupalılar ise, onların kolaylıkla anlayacağı bir dil seçmek zorundasınız.

Geçmişte tasarımcılar, ülkeler ve kültürler arası sınırları aşmak ve mesajlarını farklı çevrelerden hedef kitlelere ulaştırmak umuduyla bölgeler arası görsel simge arayışına girdi. Bu çabalar, küresel olarak onaylanan trafik işaretlerinin ve hemen herkes tarafından anlaşılabilen afişlerin ortaya çıkışıyla sonuçlandı. Ancak modern toplumlarda görsel iletişim hiç de kolay değildir ve evrensel, kültürler arası ve bölgeler arası bir görsel dilden çok daha fazlasıdır. Karmaşık mesajları iletmek ve etkin bir şekilde iletişim kurabilmek için coğrafi açıdan farklı görsel unsurları ve dilleri tasarımımıza entegre etmeliyiz. Dünya giderek daha küçük, ama daha karmaşık bir yer haline gelmektedir. Kültürler arası tasarım, başka kültürler hakkında bilinçli olmayı gerektirir. ●

Yarının tasarımı mı?

Fedja Vukić

www.icograda.com

Çeviri: Leyla Tonguç Basmacı

Yeni bir eğitim müfredatı için yeni bir bağlam, yeni bir teori, yeni bir metodoloji ve sürdürülebilir uygulamalar

Bu yazıyı okuduğunuz zaman başlıktaki “yarın”, “dün” haline gelmiş olabilir. İki temel etki unsuru – geçen zaman ve toplumsal dönüşüm – tasarım uygulamalarının tarihini ve çağdaş konumunu belirler. Tasarımın

geleceğinin belirsizliğinin ardında bu iki unsurun etkisi yatar ve bu belirsizlik, tasarım teori ve uygulamalarının ortaya çıkmasına yardımcı olan liberal ekonomik modelin sürdürülebilirliği sorunu gibi hararetle bir tartışma konusu oluşturur.

Giderek büyümekte olan çevresel, ekonomik ve toplumsal sorunların ışığında, Matko Mestrovich’in bundan 30 yıldan uzun bir süre önce öngördüğü gibi, toplumun maddi ve simgesel ihtiyaçlarının yaratıcılık ve kitle üretimi için tasarımın kullanılması yoluyla tatmin edilmesi fikri giderek amacını yitirmektedir.

Tasarımın geleceğinde veya “yarın”ında neler yatar?

Yeni bir bağlam

Eğer endüstriyel paradigmanın ortaya çıkışı ve toplumsal değişim, kitle tasarımı ve iletişimi için gerekli şartları yarattıysa, günümüzde yer alan değişiklikler, var olan uygulamalar üzerinde olumlu bir etki yaratabilir mi? Toplumsal sorunlara cevap verebilecek bir uygulama alanı oluşturmak için tarihteki örneklerden ders alınabilir mi?

Çevresel kriz, tasarım konusunda sistematik, sürdürülebilir ve işbirliğine dayalı bir yaklaşıma olan ihtiyacı gözler önüne sermiştir. Dolayısıyla tasarım uygulamalarında şu ana kadar siparişleri yerine getirme şeklinde tündengelimli bir yöntem izlendiyse de, gelecekte yeni, proaktif bir yaklaşım – metodolojik bir bağlama dayalı, yeni değerler üreten bir yaklaşım gerekli olacaktır. Eğer klasik liberal piyasa bu disiplin için pratik bir model sunmazsa, sürdürülebilir, doğal ve toplumsal bir çevre tasarlamak için yeni, tümevarımsal bir yaklaşım benimsemeliyiz.

Yeni bir felsefe

Norbert Bolz’un kesin ve faydalı tanımlamasına göre “tasarım günümüzde maddi objeler tasarlamaktan çok maddi dünyayı konu alan bilişsel bir teoriye daha yakındır”. Tabii ki maddi objeler tasarlanmaya devam edilecektir, ama nasıl, kimin için ve hangi ihtiyaçları karşılamak için tasarlanacakları konusu belirsizdir. Ancak çağdaş maddi dünyamızın en önemli unsuru, objelerin üretilmesi değil, objelerle kullanıcıları arasındaki karşılıklı etkileşimdir. 1960’lı yıllara kadar hatalı olarak, sadece “estetik bir alan” olarak algılanmış olmasına rağmen (günümüzde daha az bilinçli kültürlerde hâlâ bu gözle görülmektedir), tasarım daima bir etkileşim yöntemi ve alanı oluşturmuştur. Günümüzde bir

“iletişim alanı” olarak değeri giderek önem kazanmaktadır.

Ancak yeni bir tasarım felsefesi, ticari amaçlarla fazlasıyla kullanılmış olan bu iletişim boyutunun göz önünde bulundurulmasını temel almakla kalmayıp, kullanıcıların bireysel kimliklerinin ve kendilerini gerçekleştirme süreçlerinin kabul edilmesini de hedef almalıdır. Bu “Yeni Düzen” pratik tasarım felsefesi, küresel sermaye, teknoloji ve emekten oluşan bir temelden kaynaklanmalıdır. Gerçekleştirilmesi giderek zorlaşacak olan maddi bolluk vaadi bir yana, bu yeni felsefe tasarımcılara daha çok bireysel özgürlük sağlayabilir.

Yeni bir teori

Geçmişte sanatla endüstri arasındaki ilişkiler, tasarım teorisinin gelişip kök salmasını teşvik etmiştir, ama endüstriyel bir ürünün çağdaş bağlamda sürdürülebilirliğini sağlamak için artık sadece kültürel değerini takdir etmek yeterli değildir. Günümüzün standardı kalite ile kültürel sermayeden oluşur. Uygarlığın sürdürülebilirliği tartışma konusu haline gelirken yeni kültürel, ekonomik ve siyasi paradigmalar ortaya çıkmaktadır. Bu paradigmalar ürünlerle kullanıcılar ve kitle üretiminin amaçları arasındaki ilişkiler üzerinde ne şekilde etkili olacaktır? Belki de bu sorunun cevabı başka sorularda aranmalıdır. Toplumumuzda nelerin kitlesel üretimi yapılmaya devam edilir? Sermaye, teknoloji ve emeğin küreselleşmesi, uygarlığın ilerlemesi için yeterli bir çerçeve sağlamış mıdır? Tüm uluslar Batı Avrupa yaşam standartlarına ulaşırsa ne olur? Giderek artmakta olan nüfusun ihtiyaçlarını karşılayacak kadar enerji üretmek ve atık maddeleri geri dönüştürmek mümkün müdür? Anonim bir kullanıcı için kitle üretimi kavramı, sürdürülebilirlik konusunun temel sorununu oluşturur.

Yeni bir metodoloji

Baştan tanımlanmış, yenilikçi uygulamaların gerçekleştirilmesi için, nesnel olarak doğrulanabilir bir sistem geliştirmeyi amaçlayan yeni bir metodolojiye ihtiyaç vardır. Bilgi devriminin karmaşık, disiplinlerarası dünyasında tasarımı sadece sanat alanına konumlandırmak yeterli değildir. Geçmişte tasarım yöntemleri öznel hayal gücünden kaynaklanırdı – kritik önem taşıyan 1960’lı yıllarda bu yaklaşımın yerini bilimsel olarak doğrulanabilen bir tasarım teorisi almıştır. Metodolojilerimiz geniş kapsamlı toplumsal ve teknolojik değişikliklerin ışığında nasıl bir evrim geçirecektir?

Sürdürülebilir uygulamalar

Eğitim modellerini baştan tanımlamalı ve insanları bireysel olarak düşünmeye teşvik eden, onlara düşüncelerini açıkça ifade etmeyi öğreten didaktik formlar oluşturmalıyız. Yeni tasarım eğitimi, katı ve soyutlanmış bir disiplin yerine, sorun çözme yöntemlerine ve disiplinlerarası (ideal olarak yaratıcı bilimlerle bilişsel sanatlar arasında) işbirliğine dayalı araştırmalar için bir çerçeve oluşturmalıdır. Tomás Maldonado ile Ulm Tasarım Okulu’ndan teorisyenler, bu konuya 1960’lı yılların sonlarında açıklık getirmiştir, ama o dönemde değişim, günümüzde olduğu kadar kritik önem taşıyordu.

Yeni bir eğitim

Eğer demokrasi bireysel özgürlükleri teşvik ediyorsa, o zaman neden bireyler yüksek satış hacmi ve kâr elde etmek için birbiriyle rekabet etmek zorundadır? İnsanların özgürce düşünmesi hangi ekonomik büyüme düzeyinde mümkün hale gelebilir? Tasarım programlarında hangi insancıl düşünceler öğretilir? Tasarım eğitimi değişmelidir – bu alana özgü, yeni bir düşünce şekli tanımlamaya odaklanmalıyız. Tasarım araştırmalarının bilişsel potansiyeli, ilköğretimden itibaren müfredata entegre edilmelidir ve tasarım yöntemlerinin yaratıcı potansiyeli, yüksek öğretimde yeniden tanımlanarak değeri vurgulanmalıdır. Bu dönüşümler, sadece kitlesel üretim sürdürülebilir olmaya devam ettiği sürece gerçekleştirilebilir. Eğer bu sürdürülebilirlik sağlanamazsa, eğitimin mikro-ekonomilerden oluşan bir dünyada iş görmesi gerekecektir. Mikro-ekonomiler, bireylerin kendini gerçekleştirmesinin temelini oluşturabilir.

Yeni bir müfredat

Ana konuya, yani tasarım eğitiminin yeniden değerlendirilmesi gerektiği konusuna dönecek olursak, yeni müfredat, tasarımcıların içinde çalışması gereken küresel bağlamı anlamayı ve bilincinde olmayı teşvik etmelidir. Eğitim esnek olmalı, gelecekte yer alacak değişikliklere uyarlanabilmelidir. Bir sorun üzerinde çalışmanın insanın kendi üzerinde çalışması anlamına geldiği anlayışı teşvik edilmeli, proje ile öğrenci arasındaki sınırlar kaldırılmalıdır. Yeni müfredatlar hem eğitici, hem de dönüştürücü olmalı, öğrencilerin öğrenmesine, değişikliğe adapte olup onu benimsemesine ve değişiklik yaratmasına izin vermelidir. ●

Logo sanatı

Michael Evamy

Creative Review, Haziran 2012

Çeviri: Beril Tülü

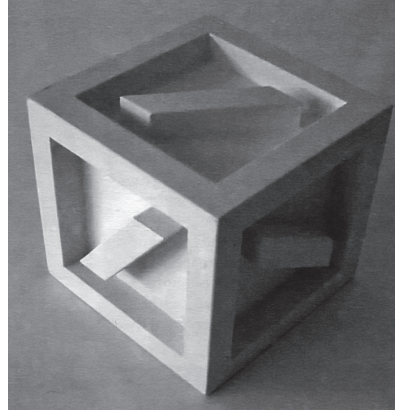
En akılda kalıcı logo ve sembollerimiz ressamların eseri: onlarla tekrar ilgilenmenin zamanı geldi mi?

Bir ressamı kurumsal kimliğinizin yanına yaklaştırır mısınız? Bir ihtimal, bir afişin yanına olabilir. Belki bir faaliyet raporunun kapağına. Ama bir logonun?

Bu soru British Airways'ın Olimpiyatları ve 2012'deki diğer etkinlikleri kutlamak için uçakların üzerine uyguladıkları yeni görüntülerin açılışında akıllara geldi. Bu, alanların liderleri tarafından yönlendirilen "yükselen Britanya yeteneklerinin" farklı alanlardaki projelerinin sunulduğu havayolu şirketinin Great Britons Halkla İlişkileri'nin bir parçası. Beyaz güvercinden esinlenilmiş, tüm uçağı kaplayan ve dokuz yolcu jetine yapılan baskı, ressam-tasarımcı olan Pascal Anson'un tasarımı ki onun danışmanı da şirketin kurumsal kimlik ve uçak baskısı tasarımı sorumlusu Tracey Emin'di.

Güvercin tarzındaki resim çalışması Newell&Sorrell'in 1997'deki Cornwall'dan Kalahari Çölü'ne ve aradaki yerlerden BA filosunun kuyruğuna kadar basılmış ama ne yazık ki kısa ömürlü olan "Utopia" uçak kuyruklarını hatırlatıyor. Her şey bir yana, bu plan, sanatı kurumsal kimlik planlarına dahil etmenin tehlikelerini gösterdi. O zamandan beri bunu deneyen çok az kişi oldu.

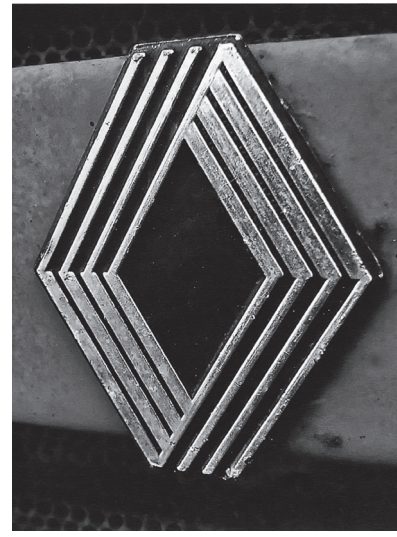
Sanat, görüntü yaratmaktan bir ifade etme biçimine doğru dönmeye başladı ve sanatı bir kurumsal kimliğin içeriğine koyma imkânları azaldı. Görünen o ki ressamlar arasında kurumsal logo veya sembol tasarlama işinin



En üstte: Anton Stankowski'nin ünlü işaretinin kullanımı için Deutsche Bank kurumsal kimlik rehberlerinin kapağı. Üstte: Stankowski'nin DB logosunun 3 boyutlu hali.

içinde olmak isteyenler çok az. Eğer Londra 2012 Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları afişlerini birer örnek olarak alırsak, günümüzün ressamlarının bir düşüncüyü, zamanı veya yeri tek bir küçük görüntü haline ya getiremediklerini ya da getirmek istemediklerini düşünebiliriz.

Bu tabii ki her zaman böyle değildi; sanat ve tasarımın çok daha yakın ilişkisi son 50 yılın en uzun ömürlü ve ünlü sembol ve logolarını yarattı. Andy Warhol'un o zamanlar tanınmayan New York müzik grubunun ilk albüm kapağına yapıştırdığı parlak sarı muz, Velvet Underground'un kalıcı bir motifi oldu. Beyaz güvercinin



En üstte: Soyut ressam Victor Vasarely bu trompe-l'oeil eşkenar dörtgeni Renault'nun 1972'de piyasaya çıkardığı Renault 5 için tasarladı. Bu rozet 20 yıldır kullanılıyordu ve bu resimde bir Renault çekicinin önünde gösteriliyor. Fotoğraf Sébastien Dumains. Üstte: Katalan sürrealisti Salvador Dali 1969'da Chupa Chups'ın logosunda kullanılan papatya sembolünü yarattı.

barış hareketiyle ilişkisi, 1949'daki Dünya Barış Konferansı için afiş hazırlarken beyaz güvercini barış sembolü olarak kullanan Picasso'nun nazik çizgilerinden geliyor.

Muz ve beyaz güvercin kullanılırken amaç ikon yaratmak değildi. Ancak bazı ressamlar sadece bir ikon yaratmak için de semboller tasarladı. Onlara pazarın yükünü üzerinden atmış ve çağın unutulmaz görüntülerini yaratacaklarına güveni tam olan müşterileri tarafından fırsat verildi.

Renault 1972'de yeni Renault 5

Joan Miró'nun son ve büyük ihtimale en ünlü eseri İspanyol Turist Panosu için 1983'te yaptığı bu tasarımı. Miró bu işi "Kral ve ülkesi için" yaptığını söyleyip bu işten hiç para almadı.



lansmanları için daha modern bir amblem istediğinde karmaşık, görsel anlamda zorlayıcı soyut resimleriyle ünlü ressam Victor Vasarely ile irtibata geçti. Onun sözsüz trompe-l'oeil eşkenar dörtgeni 20 yıl boyunca ayakta kaldı.

Ünlü Joan Miró'nun 30 yıl önce yaptığı İspanyol turist panosu için kırmızı, siyah ve sarı güneşli resmi hâlâ kullanılıyor; hâlâ ilk günkü kadar yeni. Franco zamanının kötü etkilerinden, şiddet ve baskı ile ilişkilendirilmekten kurtulmaya çalışan İspanya, oyununu çok iyi oynuyordu: bu bir ülkenin kendi kimliğini tek bir sembol üzerinden ilke temsil ediyordu.

Sıcaklığı ve sadeliği mükemmel ileten sembol, Miró'nun son eseri idi ve hatta tüm kariyeri boyunca milyonlarca gezginin gördüğü en ünlü eseri oldu. Benzer şekilde Miró'nun meslektaşı Katalan sürrealist Salvador Dali'nin en çok kullanılan eseri "Zaman Akıp Gidiyor" tablosu değil, 1969'dan beri Chupa Chups loliop logosu.

Logo tasarımına resim becerisini ve ilkelerini aktaran ilk kişi bir İspanyol değil, bir Alman'dı. Anton Skankowski'ye göre sanat ve tasarım arasında bir ayırım yok. Görsel geometrik şekilleri ve kanvasdaki gridleri keşfi, onu kariyerinde bir sürü şirket logosu tasarlamaya itti. Bu logoların çoğu Alman iş dünyasında artık kullanılmıyor, ama bu formun en iyi örnekleri olarak korunuyorlar. Viessmann (1960), Munich Re (1974), the German Design Council (Alman Tasarım Komisyonu, 1960), BKK (1988) ve Deutsche Bank (1974) – Creative Review'un son logo havuzunda ikinci – logolarının hepsi Stankowski'nin eserleri.

Bunların hepsi akıllarda bir soru doğuruyor: galerilerimizde ve sanat okullarımızda hâlâ fikirleri logo tasarımı alanına aktarılabilecek sanatçılar yok mu? Sembol yaratma sanatı gerçek sanattan bir tutam yararlansa iyi olmaz mı? ●

Dokuz British Airways (Britanya Havayolları) uçağı 2012'de örnek olarak BA'in Great Britons PR çalışmasının bir parçası olarak Tracey Emin'in altında Pascal Anson tarafından tasarlanan bu güvercin logosunu taşıyacaklar.



YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Umut Südüak

Tasarım

Bülent Erkmen

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Katkıda Bulunanlar:

İlhan Bilge, Ömer Durmaz

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır; 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