

Yazılar:

GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU
Yüzbaşı Kaya Aldoğan Sokak, No:9 Zincirlikuyu 80300 İstanbul Tel: 275 34 01

Hızlanan Grafik Tasarım

Jim Davies

"Eye" Dergisi, Haziran 1995

Çeviri: Mine Haydaroglu

İngiltere'de gençlik kültürü, 1980'lerin ikinci yarısından bu yana kolayca ayırdedilen bir tasarım diline sahip. Üslup oyunları dolu bir dil. En göze çarpan estetiği, devşirme ve tekrarların çok oluşu. Sık sık, görünüm üzerine kurulu birkaç grafik oyunla destekleniyor. Bir zamanlar bu dil, gençlik dergileri, müzik ambalajları ve televizyon grafiklerinde genelgeçer eğilimler bir alternatif dil oluşturuyordu. Günümüzde tamamen satılık bir mala dönüşmüş durumda. Bu dile, bu üsluba her yerde raslanıyor: Televizyon reklamlarından, P.O.P. ürünlerine ve gazetelerin pazar eklerindeki moda sayfalarına, gençlik dergisi Sky'dan yeniden keşfedilen Face dergisine, özentili gençlerin GSpot'undan moda dergilerinin tacı Dazed & Confused'a kadar her yerde. Bu grafik üslubu, Telstar ve benzerlerin pompaladığı, kitleye yönelik müzik koleksiyonları için kaçınılmaz bir seçenek. Telstar'ın "The Best of Dance 94" sadece bir dans müziği kokteyli değil, aynı zamanda grafik klişeler galerisi. Ian Swift, yıldızı şu sıralarda parlamaya başlayan "Yeni caz" pazarı için kapaklar tasarlıyor. Birkaç yıldır kendi yaptığı görsel kimliğin, Telstar tarafından %100 Acid Jazz albümünde taklit edildiğini görünce çok sıkılmış. "Benim yaptığımı çocuk kampına yakışacak şekle sokmuşlar" diye şikayet ediyor.

Heryere uyan bu grafik dilde birkaç araç ön plana çıkıyor: Silüet ve gölge yaratan fontlar tercih ediliyor. Sık sık hız ve heyecanı göstermek için italik kullanılıyor. Noktalar ve dalgalar çoğu kez aşağıya çekilen çizimlerle gösteriliyor, böylece hareket hissi kazandırılıyor. Harflerin içlerini kapatmak için beşinci bir renk (gümüş veya altın rengi) gerekiyorsa daha da iyi. Yoksa parlak mor veya turuncu arkaplan üzerinde parlak bir beyaz kullanmak da

YAZILAR EKİM 1995 72

işi görüyor. Silüette Franklin Gothic Extra Bold Italic özellikle popüler ve genellikle dokulu bir görüntüyü çerçevesiyor. Floresan pembe, turuncular ve yeşiller, dokuları yayılmış fotoğraf görüntülerin üzerine yer yer dağıtılıyor. Ana metinde daktilo yazılarını anımsatan yazı karakterleri tercih ediliyor. Satırlar kutu içine alınıyor. Bunların bir kısmı tersine çevriliyor ya da birbirlerinin üzerine yediriliyor. Üstüste yığılmışlar veya akordeon efektleri yaratıyorlar. Ya da satırlar birbirleriyle açı yaratacak şekilde yerleştiriliyorlar. Bunlar bir yıldızdan çıkan ışıklar gibi merkezi bir görüntüden fırlıyorlar. Ters yüz edilmiş yazı karakterlerinin şeritleri kullanılıyor. İki köşede yuvarlaklaştırılan kutular, bilgisayarla işaretilenen dış hatlar ve diğer bilgisayar fontları, şeffaf boyalarla birbiri üstüne basılan yazı karakterleri, son derece ince harfler, hiçbir satır



Rüküş fontlar, retro devinimleri ve pop-trash sevgisi sokak tarzı söylemin karakteristikleri.

Bir acid caz kasedi için kapak, Telstar records, 1994. Tasarımcı belirtilmemiş.



aralığı olmadan birbiri üzerine yerleştirilmiş sözcükler, paralel satırlardan oluşan bantlar (daktiloda kullanılan şeritin grafikteki karşılığı)... Tüm bunlar bolca kullanılıyor.

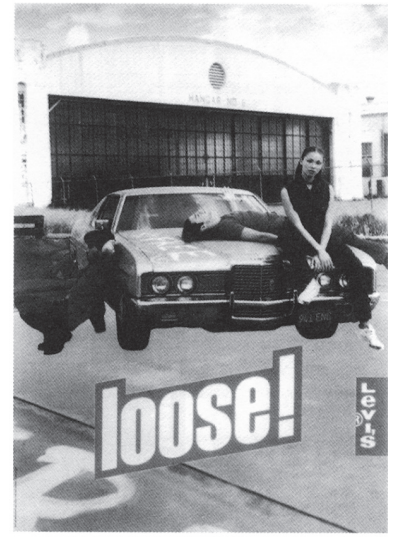
Özellikle kullanılan bir "sokak-tarzı" ve her an çöpe atılmaya hazır bir duyarlılık ile sulandırılmış 1990'lar, punk estetiğini benimsiyor. Burada bir "tavır" var. Ama fazlasıyla kendi kendinin farkında ve kendinden emin değil. Gerçeği taklit ettiğinin farkında gibi. Ve gerçekten de taklit ediyor tabii ki.

Bu dilin kökenleri

1970'lerin ikinci yarısında oluşan punk'ın sonrasında tişörtler, plak kapakları ve posterler, İngiltere'nin en canlı grafik tasarım örnekleri olarak yıllık raporların ve hava alanı işaretlerinin yerini aldılar. Kurumların kaygılarından bağımsız kalmak; hiç ödün vermeyen, dışavurumcu, hatta zaman zaman politik bir estetiğin gelişmesi anlamına geliyordu. Stiff Records'da Barney Bubbles, Assorted Images'da Malcolm Garret ve Factory Records'da Peter Saville yeni bir devir açtılar ve yeni kuralları yazdılar. Daha sonra sıra görsel zenginliği olan dergilerin sanat yönetmenlerine geldi. Özellikle de Face dergisinde Neville Brody'ye ve daha uç bir dergi olan i-D'de Terry Jones'a.

"Sokak tarzı" olarak tanınan bu öncülerin çoğu o kadar benimsendi ki 15 yıl sonra artık egemen düzenin parçaları oldular. Ancak geride bıraktıkları bağımsızlık ruhu ve karşı çıkış, 1980'lerin ortalarında ortaya çıkan yeni yön Türkler'in doğum hakkı oldu - Trevor Jackson ve Ian Swift gibi "Dans salonu tasarımcıları", Face dergisinde Phil Bicker ve i-D'de Stephen Male.

Bu isimlerin ve benzeri tasarımcıların işlerinde günümüz estetik dilinin kökenleri yatıyor. Devletin Girişim Bursu Programı ve düşük fiyatlı yeni teknoloji sayesinde cesaretlenen yeni grafik tasarım mezunları, mevcut atölyelere toy eleman olarak girmek yerine kendi küçük atölyelerini açabiliyorlar. Sokak modası ve kulüp kültüründen ve son yıllarda da Macintosh kültüründen etkilenecek, genellikle müzik endüstrisinin içinde bir yerde işe başlıyorlar, özel dükkanlar, bağımsız plak şirketleri ve korsan dergiler için tasarım yapıyorlar. Burada para ve kendini ifade etme arasında bir bedel veriş söz konusu: Bu işleri para için yapmadıkları kesin. Ancak ilginç bir gelişme var: Müşteriler temelde değişiyor sanki. Genç ve kâr getiren tüketicileri hedefleyen şirketler günün nabzını ellerinde tutan tasarımcıları seçerek ürünlerinde sokağa yakın tasarımları tercih ediyorlar. Bir zamanlar karşı çıkıcı hatta yıkıcı bulunan ta-



Levi's için satış noktası tanıtım malzemesi. 1993. Sanat yönetmeni Stephen Male. Tasarım Richard Bonner-Morgan. Fotoğrafçı Craig McDean

sarım bugün saygınlık kazanmış durumda. Bunun nedeni; tasarımın kendinden çok toplumsal tavırlardaki ve kültürel atmosferdeki değişim.

Sonuçta, bu ikinci kuşak sokak-tarzı tasarımcılarda hem pragmatik hem idealist bir tavır görülüyor. Para ve şartlar uygun olursa büyük şirketler için çalışmaya isteklidir. Bu durumu biraz bulandırıyor. En kötü sonucu şu: Sokak-tarzının dili sözde kendi kendini yeniliyor gibi görünüyor. Kuramsal açıdan bakılırsa, "ana yol" gençliğine yönelik grafik tasarımlar sayesinde yenilikçi tasarımcılar daha geniş kitlelere ulaşabilir. Ancak "ana yol"da çalışırken sınırları zorlayan işler yapmak nasıl mümkün olur? Günümüzde tasarımcılar sokak-tarzına ilgi duyan büyük şirketleri memnun etmek için ne gibi ödünler vermeye hazırlar? Faal tasarımcıların bir kısmı bu ikilemle farklı şekillerde baş edebildiler ve yer yer başarılı oldular.

Yerüstüne çıkan yeraltı

Stephen Male, Neil Edwards ve Richard Bonner-Morgan tarafından 4 yıl önce kurulan ve kısa bir süre önce dağılan Nice ikinci kuşak sokak-tarzı tasarımcıların en başarılı olanlarındandı. Male ve Bonner-Morgan'ın Nice'ı kurduktan sonra da tasarlamaya devam ettikleri i-D dergisi aylık birer portfolyoya dönüştü onlar için. Plak şirketleri ve diğer müşterilerden birçok iş almaya başladılar. Nice "yeraltı"ndaki yerini terkettiyse bunun nedeni, Male'e göre, artık böyle bir konseptin varolmayışı. Kulüplerde artık daha demokratik, daha kitlelere yönelik bir ahlâki tutum görülüyor. Bir zamanlar sivri ve küçük bir grubu besleyen dışlayıcı tutum tamamen ortadan kalktı. "Biz şimdi bir tür yerüstüne çıkan yeraltı'yız" diyor Male.

Male, şimdi müşterileri için aslında sokak-tarzının sadece bir bölümünü verdiklerini kabul ediyor.

"i-D'den bana çok şey miras kaldı. Bu konuda biraz da sıkıntılıyım." diyor. "Moda dergileriyle ilgili önemli bir sorun onların tamamen tarzla ilgili olmalarıydı. Daha büyük bir şirket tarafından alındıklarında bu dergilerin sadece tarzla ilgili olduğu daha da iyi görülüyor. Sadece bir sonraki çıkana değin geçerli kalan bir tarz bu."

Nice'in ilk işlerinde i-D'nin getirdiği birçok yenilikler görülüyor: Dizginlenmemiş enerji, cesur renkler, oraya buraya dağılan görüntüler üzerine yerleştirilen yazı karakterleri ve çizimler, ikinci sınıf filmlere göndermeler, 1960'ların oyuncak tasarımları ve ambalajları, ve çöpe atılmış ilginç objeler. Queen B'nin 1989 yapımı albümünün kapağında vamp ve çok pop bir kadın alüminyum kaplama kağıdından yapılma ufacık elbisesi içinde görülüyor. Arka plandaki görüntü iki renkli bir kaleideskop. Ana başlık, kutu biçimli logoları anımsatan şekilde konkav olarak yerleştirilmiş. Şarkıların isimleri de parlak renkli birer kapsül içinde, "psychedelic" yazı karakterleriyle yazılmış. Nice için dönüm noktası üç yıl önce Levi Strauss'un kendilerinden promosyon ve p.o.p. ürünleri yapmalarını istemesi olmuş. Nice'in işlerinin neredeyse %70'i bu ilişkinin ürünleri. İşlerin i-D ile çok belirgin bağlantıları var. Ama bu tasarımlar daha katı ve sade. Siyah ve beyaz fotoğraflara ağırlık verilmiş. Yazı karakteri (eğer kullanılmışsa) Macintosh yazı karakteri Courier. Yazı karakteri seçimini bilerek karşısına alan bir tavır bu. Merkezdeki görüntünün çevresindekiler mümkün olduğunca nötr yapılmaya çalışılmış. Male ve Bonner-Morgan, tasarımlarının daha ticari bir ortamda kullanılması konusunda hiç rahatsızlık hissetmiyorlar. İlgili alanları değişmiş artık. Yeni bir konum peşinde olmaları onlara hem tasarım hem de sanat yönetmenliği konularında egzersiz yapmalarını sağlıyor. Sokak-tarzı dilinin mirasını bilerek üzerilerinden atmaya çalışıyorlar.

Ödün verme ihtiyacı

Ian Swift de, bir zamanlar hiç para kazandırmayan bir caz-fusion dergisinden moda dergisine dönüşen Straight no Chaser'de çalışmış. Daha ticari bir yönde mesleğini ilerletmeyi düşündüğünü açıkça belirtiyor. "Ama umarım müşteriler bana yine de benim üslubumu bildikleri için geliyorlar." Ian Swift, Atlantic ve Blue Note için yapılan tasarımların plak şirketlerinden kulüplere varan geleneğini bugün İngiltere, Almanya ve Japonya'da, 30 bin tirajlı dergilerde sürdürüyor. 1960'lar tarzında çiçekli fontlar ve temel çizgi üzerinde yerleştirilen iri ve parçalara ayrılmış harfler kulla-

nıyor. Yazı karakterlerini kullanış biçimi çoğunlukla bir hız duygusu veriyor, dolayısıyla aciliyet ve aynı zamanda da kolayca vazgeçilebilirlik hissini iletiyor.

Swift, izleyicilerinin özel konulara ilgi duyan kişiler olduklarını biliyor, sayılarını çoğaltmak istiyor. "Şu sırada bazı özel plak dükkanlarına giden 1000 genci hedefliyorum" diyor. Bir ajansı var. Dolce Vita ve Miles Ahead başlıklı iki fontunun dijital versiyonlarını satıyor. Düzenli aralıklarla fontlar üretmeyi ve bunları Straight no Chaser aracılığıyla satmayı düşünüyor. Japonya'da Acid Caz çok popüler olduğu için Swift de popüler. Bir Japon jeans markası için reklam kampanyası geliştirmiş. "Bu tasarımı bir kulübün broşürü için yapsaydım 50 pound alırdım, oysa reklamını yapınca bana epey iyi para ödediler" diyor. İngiltere'de Lion çikolatalarının ve Observer dergisinin reklamlarına yazı karakteri vererek katkıda bulunmuş. Bu alanda etkinliğini artırmaya çalışıyor. Lion çikolataları reklamında kullandığı şeffaf silüetli yazı karakteri, reklam dilinde çok kullanılan bir yol. Böylece, en özgün dile sahip olanların bile reklam dünyasında susturulabileceği ortaya çıkıyor.

Sokak-tarzının grafik geleneklerinin en uç noktalarda bile kendini yıllar önce tamamen kullanıp bitirdiği düşünülebilir. Ancak bu dilin uzantıları arasında benzer öğeler görülüyor. En önde, Malcolm Garrett'i izlediklerini açıkça söyleyen Designers Republic var. Sheffieldli bu grup Macintosh'a ve kurum çalışmalarına olan ilgilerini gösteriyorlar. DR, Macintosh kullanarak zaman içinde barok bir tarz ortaya çıkardılar. Bir grup grafik yaklaşım, çizgi ve okların sık kullanımı sayesinde hız duygusunu veriyor. Emigre dergisinin dergiyi çevreleyen kapak tasarımı bu tarzın iyice ortaya çıktığını gösteriyor. Tekrar tekrar kullanılan semboller ve gizemli sloganlardan oluşan bu tasarımlar bir labirenti andırıyor. "Sade bir şey yapmakta zorlanıyoruz" diyor. "Ayrıntılar neredeyse bir bağımlılık haline geldi."

Bilgisayarla parçalama

Bu son derece karmaşık üslup artık o denli tanınıyor ki, hem Designers Republic hem de onların müşterileri hakkında çok şey anlatıyor. Bu müşteriler plak şirketleri, televizyon prodüksiyon şirketleri, Nike ve Amerikan MTV'si. DR, Japon'ların bilgisayar ikonaları "manga", bilim kurgu ve uluslararası markalara çok düşkün olan bir şirket. Sony, Pepsi ve Westinghouse logoları yeniden yapıldı, bağlamlarından çıkarılıyor ve yeniden kullanılıyorlar. DR bilgisayarla parçalama ve pop dekonstrüksiyon gerçekleştiriyor.



Edwin Jeans için Ian Swift tarafından tasarlanan promosyon afişi, 1992

Görünürde kaos yaratılıyor, ancak şablonlarının çok katı kuralları var. Bu tür tasarımların sokak-tarzını kullandığı bir alt grubu etkilediğinin bir kanıtı, 24 yaşındaki Chris Ashworth'un çalışmaları. Ashworth, önceleri DR'da çalışan David Smith ile ortak. Invisible adı altında çalışıyorlar. Invisible'in işlerinde, DR'ın bilgisayarla üretilen hız hissini ve ince ayrıntıları öne çıkaran tarzının biraz boyutları bozulmuş ve daha parçalanmış hali hemen farkediliyor. Ashworth, "Benim işlerim daha karmaşık ve daha çok emek gerektiriyor" diyor. "Memnun olmam için uzun süre çalışmam gerekiyor." Ashworth, 1990'da okuldan mezun olduktan sonra Orange isimli tasarım şirketini kurmuş. (Şirket daha sonra kapanmış.) Bu sırada New Yorklu Depth Charge Plak şirketi için ritmik ve sürekli parçalanmış bir kurum kimliği çalışması yapmış. Bu tasarım plak torbalarından broşürlere, kartpostallardan etiketlere kadar şirketin ihtiyacı olan her yerde kullanılmış. Hızlı, kesik kesik, anarşist nitelikler taşıyan bir tasarım bu. Nice'in ilk yıllardaki çalışmalarını anımsatıyor, ama daha soğuk ve daha sert.

Tarz süpermarketi

Ashworth 18 aydır Sheffield'deki Eg.G.de kendi tarzını paylaştan bir grup tasarımcı ile birlikte çalışıyor. Manchesterlı fotoğrafçı John Holden'in fotoğraflarından oluşan Interference başlıklı koleksiyonun kapağını, içindekiler bölümünü ve karşı sayfa tasarımlarını yapmışlar. Interference, Manchester'deki Arndale Alışveriş Merkezi ve şehrin uluslararası hava alanındaki güvenlik önlemlerini gösteren bir çalışma. Kötü etkileri ve insanlık dışı tavrı ortaya koyuyor. Grafikler huzursuzluk ve paranoya hisleri yaratıyor. Görsel ipuçlarını üstüste kullanılmış. Bunların çoğu makbuz, bavalu etiketi gibi bulunmuş objeler. Sanki günlük alışverişlerinde atıkları nesneler aracılığıyla izlenen bi-

rinin varlığı hissettiriliyor. Soyut görüntüler üzerine rasgele numaralar serpiştirilmiş. Sayfaların üzerinde yatay çizgiler parçalanmış. Tehdit edici bir hız var, adrenalin ve tehlike seziliyor. Bu tür bir dilde artık en uç noktaya varıldığı hissediliyor.

Eğer gerçekten uç noktaya varılmışsa, şimdi ne olacak? Garret, Brody, Saville ve diğer radikal tasarımcıların 1980'lerin başında başardıkları karşıt kültür artık yok. Sınırlardaki netlik iyice ortadan kalkıyor. Öyle ki geçmişte sınır teşkil eden bugün artık merkez. Stephen Male'in dediği gibi "yeraltı" bugün herkesin gözü önünde. Popüler kültür o denli kurumsallaştırıldı ki Chris Ashworth ve David Smith gibi tasarımcıların MTV gibi ana yol şirketlerinin kapılarda karşılanmaları çok olağan bir durum haline geldi. Psychedelia'dan punk'a, radikal tasarım üslupları egemen davranış biçimlerine karşı tepkilerdi. Kendinizi bir yan kültür olarak diğerlerinden ayırmayı sağlıyordu. Ancak popüler kültürde bu giderek daha çok parçalanmaya yolaçtı. Aynı zamanda daha kabul görür, daha kendi içine alan bir ortam oluştu. Radikal olmak artık neredeyse imkansız. Bazı çok zekice yapılmış, mizah gücü yüksek, hatta bazen meydan okuyucu grafik tasarımları yapıyor hala. Ancak 1980'lerin dilinin ve ana yola girişin verdiği izlenim şu: Plak takılmış artık. Victoria & Albert Müzesi'nde 1994'in sonunda yapılan "sokak-tarzı" sergisinde son bölüme "Tarz süpermarketi" ismi verilmişti. Burada ima edilen şey, sokak modasının artık çok oynanıp bittiği idi. Bir sonraki senenin modasının da yeni bir şey olmayacağı, geçmişte uygulanan tarzların arasından seçmeceler yapılacağı idi. Bu İngiltere'nin bir zamanlar çok canlı olan gençlik-kültürü grafikleri için de geçerli mi acaba? ●

Grafik Tasarım Eleştirisi Nedir?

Söyleşi: **Rick Poynor**
"Eye" Dergisi, Haziran 1995

Çeviri: Mine Haydaroglu

Rick Poynor Sanat, edebiyat, mimarlık ve film eleştirileri o kadar aşına olduğumuz konular ki, fazla açıklama gerektirmiyorlar. Faaliyetler çok belli. İş tanımları çok belli."Sanat eleştirmeni", "film eleştirmeni" denince konularında uzmanlaşmış, yayınlarıyla sürekli olarak kazanmış ve belli bir duyarlık, yazı tarzı, düşünce ve belli bir yaklaşımla tanınan belli isimler akla geliyor. Grafik tasarım eleştirmenliği ise pek bilinmiyor. Hatta huzursuzluk yarattığı söylenebilir. Grafik tasarım dergilerini ve kitaplarını sürekli okuyan kişilerin bile pek bilmediği bir konu.

Yine de, 1990'larda bu tür eleştiri için talep giderek artıyor. Bazıları kendilerini eleştirmen olarak tanıtmaya başladılar. Grafik tasarımı ilgili ve bir kısmı Eye dergisinde yayımlanmış bazı eleştiri yazıları geçenlerde yayımlandı. İleri görüşlü tasarımcılar grafik tasarım eleştirisinin gelişmesini 10 yıl önce bile destekliyorlardı. Eleştirinin grafik tasarımı mesleğinin olgunlaşması için gerektiğini vurgulamışlardı. Ancak bu gerçekleşmeye başlayınca, rahatsız olunduğu konusunda fısıltılar çoğalmaya başladı. Benzer alanlardaki örneklerine rağmen eleştirmenin amaçları şaibeli bulunuyor. Uluslararası üne sahip bir eleştirmen "Eleştiri deyince çoğunlukla negatif, yargılayıcı eleştiri akla geliyor." O halde grafik tasarım eleştirisi nedir? Kim bunu yapar, ya da yapmalıdır ve ne hedefler? Sanat ve film eleştirisi gibi gerçekten faal bir uğraşı mıdır?

Michael Rock Tasarım eleştirisi, pek kabul etmesek de, her yerde ve her kuruluşun faaliyetleri dahilinde bulunuyor. Tasarım eğitiminde, tarihte, yayıncılıkta ve profesyonel derneklerde... Bunların hepsi tasarım eleştirisi içeren faaliyetler. Örneğin, kitaplarda ve dergilerin içinde bulunan tasarlanmış işlerin seçimi, tanımlanması ve reproduksiyonu bir kuram işidir. Objeler birşey söylemek için temsil edilirler. Söylenen "tanrım, Rick Valicenti gerçek bir dahi" gibi basit bir şey de olsa. Bu da bir eleştiridir. Bazı ünlü tasarımcılar tasarım eleştirmenlerinden şikayet ediyorlar. Ama şöhretlerini bir anlamda onlara borçlu olduklarını unutmuyorlar. Örneğin, ben Neville

Brody'nin özgün işlerine çok seyrekle rastladım, ama işlerinin reproduksiyonlarını uluslararası tasarım yayınlarında ve kendi kitaplarında binlerce kere gördüm. Bu yayınlar onun sanatçı duyarlığının sürekli olduğu izlenimini vermek için özenle seçilmişler. Böylece Brody, yayınlar sayesinde pratikte hiç ulaşmayacağı bir etkinliğe ve prestije ulaştı.

Yazının, tasarım üretimini çevreleyen Tasarım Kurumu üzerinde çok büyük etkisi var. Tasarım işleri profesyonel çevre içinde yayınlar, konferanslar, tanıtım malzemeleri ve diğer yazı biçimleri yoluyla dolaylı olarak ulaşabiliyor. Yayınlanınca konferans, ışık, eğitim davetiyeleri ve yarışma panellerinin yolları açılıyor. Bunların hepsi de sonuçta daha belli estetik konumları belirliyorlar. Aynı zamanda, tarihsel kurallar sürekli oluşturuluyor. Bu kurallar hangi tasarımın değerli ve korunmaya değer olduğunu, hangisinin dışarıda bırakılması gerektiğini göstererek gelecek neslin tasarımcılarını etkiliyor.

Dolayısıyla, uygulama ve kuram arasındaki ilişki, sembiyotik (ortak, karşılıklı etkileşimli) bir ilişki. Savaş sonrası ortaya çıkan ve 40 yıl boyunca genişleyen tasarım endüstrisi, yazı yoluyla hem eleştirildi hem ortaya çıkarıldı.

RP İlginç bir yol ayrımındayız. Grafik tasarım eleştirmenliğinde çıkarı olan kişiler bu tür eleştirinin nasıl biçim alması konusunda tartışıyorlar. Eleştiri yazıları şimdiye değin en çok profesyonel dergilerde yayımlandı. En eleştirici yayınlarda bile eleştiriler olağan dergicilik ve diğer okuyucu hizmetleriyle yanyana görülüyor. Yerleşmiş sayfa şablonları ve geniş bir profesyonel kitleye hitap etme ihtiyacı, söylenebilecekler üzerine pragmatik kısıtlamalar getiriyor. Bugün böyle bir tür "dergi" (*Michael Speakes'in "Writing in Architecture" başlıklı yazısında kullandığı bir terim ANY, no.0, Mayıs/Haziran 1993) eleştirisi"nin olmadığını düşünenler var. Eleştirel konumunu yeterince açık belirlemediğini söylüyorlar. Kısaca, bizim sanat, edebiyat ve kültürel araştırmalar dallarında yazılan eleştirilerle kıyaslanabilecek, daha akademik tarzda bir eleştiri tarzına ihtiyacımız olduğunu söylüyorlar. Bunun eğitim değeri çok yüksek olabilir. Ancak İngiltere'de akademik anlamda grafik tasarım eleştirisi emekleme döneminde. Yayınlanmış araştırmaların sayısı da o kadar az ki, pek fazla sonuca varılamıyor. Bu tür eleştirilerin, çalışmakta olan bir tasarımcıya ne denli hitap edebileceği belirsiz. Ancak edinilen deneyimlere bakılırsa profesyonel okuyucular bu eleştirileri içeren dergi ve kitaplara pek fazla ilgi

duymuyorlar. "Eye" ile başarmak istediğimiz "dergi eleştirisi" oluşturmaktan ziyade "eleştiri dergiciliği". Bununla gazetelerin pazar günlerinde çıkan sanat sayfalarında görülen eleştiri yazılarından bahsediyorum. Bu yazılar doğru bilgi içeriyor, düşünceli, kolay kanmayan, yazı kabiliyeti yüksek, bir konuda taraf olup konuşmaya hazır, akademik söylemlerden ve tartışmalardan haberi olan, ve bu konuları geniş bir okuyucu kitlesinin ilgisini çekecek, onlara ulaşan biçimde yazılan, okuyucunun isteklerini ve ihtiyaçlarını çok iyi bilen bir tür yazıdan bahsediyorum. En azından bu ideal olanı.

MR Kültürel araştırmalardan etkilenen tasarım eleştirmenlerini tasarım dergiciliği pek heyecanlandırmıyor. Bunun yerine tasarlanmış objeleri kültürel yapıtlar olarak "okumaya" çalışıyorlar. Stefan Collini'nin dediği gibi "Kültürel araştırmalar yapanların temel amacı tasarımın ardındaki ideolojinin gizemini ve maskesini ortadan kaldırmak." Tabii ki, işin maskesinin kaldırılması, temelindeki ideolojik işlemin ortaya çıkarılması, daha çok sırtının sıvanmasına alışık tasarımcı için pek hoş bir deneyim olmayacaktır. Bence ABD'de tasarım eleştirisinde en yaygın model olarak kültür eleştirisi, sanat tarihinin, resmi analiz ve algılama psikolojisinin üstünde bir konuma geçti. Benim doktora öğrencilerimin çoğu Amerikan araştırmaları ve Karşılaştırmalı Edebiyat bölümlerinde bu konuyu öğretmenleriyle çalışıyorlar. Bu onların işleri hakkındaki düşüncelerini etkiliyor.

Burada ise kültür araştırmaları yapanlar, İngilizler'in Yeni Sol Hareketi'nden Raymond Williams gibi edebiyat eleştirmenleri ve Birmingham Üniversitesi'nde Richard Hoggart'ın Çağdaş Kültür Araştırmaları Merkezi'nden etkileniyorlar. Amerikalı akademisyenler de pek çok ciddi akademik projede popüler medyaya yöneldiler. Aslında, çok sayıda iyi tasarım eleştirisi yazısı mevcut. Sanırım akademik eleştiriye olan özlem, malzemenin azlığından ziyade nereye bakılacağını bilmemekten ileri geliyor. Bunun yanı sıra, tasarımcıların kendilerini yeterince tanımlayamamaları, reklamcılık ya da halkla ilişkiler gibi mesleğimiz üzerinde doğrudan etkisi olan konular hakkında yazmayı reddetmelerine sebep oluyor. Bağımsız bir faaliyet olarak "grafik tasarım" fikrine çok yatırım yaptık. Ancak grafik tasarım, akademik yaklaşımın karşısında yeterince dayanıklı değil. Belki "Assemblage"a benzer farklı bir tür dergi, deneysel yazıları ve değişik sanatları biraraya getiren işleri tanıtabilir.

RP Bu noktada, farklı eleştiri biçimlerinin gerçekten kimi hedeflediği ve neyi başarmak istedikleri sorusuyla karşılaşılıyor. Belli kuram türleri şüphesiz tasarım eylemini besleyebilir ve canlandırabilir. Sizin kültürel araştırmalara yaptığınız gönderme uygulama ve kuram arasında gelecekte uçurumların çıkabileceğini ima ediyor. Ayrıca grafik tasarımın pratikte ve eleştirel olarak, farklı tür öğrencileri çeken iki farklı çalışma alanına bölüneceğini düşündürüyor. Onların amaçları bağdaşmıyor olabilir.

Kuramlar bazı durumlarda belli tasarım faaliyeti türlerine karşı olabilir. İdeolojik faaliyetlerin maskelerinin kalkması, süpermarket ambalajları yapan, Fortune 500 için yıllıklar hazırlayan ve renkli dergiler dünyasında bulunan bir tasarımcı için ne denli anlamlı ya da uygundur? Herkes, bu kuramların tasarıma getirdiği solcu politik konumları benimsemiyor. Tasarımcıların pek çoğu yaptıkları tasarımın ideolojik açıdan pek sakıncalı olduğunu ve kültür kuramcılarının onayladığı türden başka tasarımlar yapması gerektiğini duymaktan hoşlanmayacaktır. Ödün vermeyen analiz biçimlerinin geçersiz olduğunu ya da bize hiç bir şey öğretemeyeceğini söylemiyorum. Sadece şunu belirtmek istiyorum. Bu tür işler, gerçekçi bakıldığında sadece belli bir eleştirel bakış açısına sahip tasarımcılara hitap edecektir.

Eleştiri dergiciliği farklı türden anlayış ve bilgi sunuyor. Daha fazla akademik olan eleştirinin gözardı ettiği türden araştırma biçimlerine hakim. Kültürel kuram oldukça yukarıdan bir bakış benimseyerek analiz için temsilci fakat son aşamada birbirinden farksız örnekler seçer. Eleştiri dergiciliğinin ise özel durumlar konusunda daha güçlü bir sezgisi vardır. Bireyler ve işler hakkında ayakları daha yere basan sorular sormak üzere, üretimin gerçekleriyle kendi arasındaki yakın, pragmatik tanışıklıktan yararlanır. Ne başarılmıştır? Bağlamı nedir? Hem profesyonel hem de sosyo-kültürel açılardan anlatılmak istenen nedir? Tasarımcılar yaratıcılık konusunda büyük iddialarda bulunuyorlar. Hem yakından, hem uzaktan. Ve bunların eleştirilmeleri, test edilmeleri gerekiyor.

MR Kültürel kuram modelindeki sorunlardan biri biçimsel ayrıntılarla fazla ilgilenmeyişi. Bir yıllık raporun kapitalist kültürün bir aracı olduğunu tartışmak çok etkili olabilir. Ama Helvetica yerine Univers'in seçimini tartışırken önemi yoktur. Kendi kapladığı alanda bu tür farklılıklar mümkün olmasına rağmen... Ancak tüm

eleştirel konular birşeyin dışarıda bırakılmasını gerektiriyor. Bunlar sonuçta sadece birer perspektif. Etkin bir tasarım eleştirisi geliştirmek için kendi perspektiflerimizi yaratmak zorundayız, çok sayıda başka tekniklerden esinlenerek oluşturduğumuz bir perspektifi.

Genelde eleştirinin ilginç yanı, farklı perspektiflerin nasıl farklı anlamlara sebep olduğu. Bu film eleştirisinde tamamen gerçekleşti. Örneğin aynı filmin biçimsel, feminist, psikoanalitik veya semiyotik analizleri yapılabilir. Her biri metni okumada yeni bir yol önerir. Eleştiri yanıt vermez. Sadece fikirler belirtir. Fikirler çok geniş ve çok sayıda olmalıdır. Kültürel eleştiri yararlı oldu. Çünkü tasarımın kurumsal retoriğini analiz etti. Grafik tasarımı kendi içine kapamaya ve böyle tanıtmaya yardımcı olan ve eğitim ve iş sırasında iletilen kurumsal mitosları inceledi.

Eğer “tasarım uzmanları” üzerinde yoğunlaşan yaklaşımını seçerseniz, alanınızı bilerek daraltırsınız. Kültür konusu bilinçli bir şekilde dışarıda tutulduğu için yine belirgindir. Örneğin, Modern tasarım konusunda yıllar boyunca yazılar yazıldı. Bu arada akımın biçimsel kuralları ile şirket kapitalizmi arasındaki ilişki hiç incelenmedi.

Dolayısıyla, logolar ve yazı karakterleri ve bunları yaratan tasarım “kahramanları” ile ilgili çok bilgiye sahibiz, ama kültürün içinde bu işleri neyin konumlandığı konusunda çok az şey biliyoruz. Bizim her iki tür analize de ihtiyacımız var.

RP Umarım “Eye”da çıkan profil, rapor ve makalelerin oluşturduğu karışım, eleştiri dergiciliğinin çok geniş yelpazede yaklaşım ve konuları içerebileceğini göstermiştir. Ancak bu da başta sözünü ettiğim konuya geri götürüyor. Grafik tasarım eleştirisinin diğer alanlarda olduğu gibi varolması ve aynı perspektif çeşitliliğine sahip olması için çok tutkulu yazarlara ihtiyacı olacak. Eleştiri yazısının eğitimsel değerini sorgulamıyorum. Örneğin doktora çalışmalarının bir bölümünün yayımlanabilir olduğunu da tecrübelerimle biliyorum. Ancak arada sırada ve bir araştırma sırasında yazı yazmak, grafik tasarım konularında sürekli ve düzgün bir şekilde yazan, gerçek bir eleştirmen olmakla aynı şey değil.

Konusu ne olursa olsun, eleştirmen her zaman içsel ve dışsal keşiflerde bulunur. Konusuyla, okuyucuyla, kendisiyle riskli bir diyaloga girer. Eleştirici konumlama zamanla mutlaka oluşacaktır. Eleştirmen neyin mümkün olduğunu sadece sürekli yazarak öğrenir.

Eleştirmenlerin gerçekten yazıyor olabilmeleri de tabii çok işe yarayacaktır. Bazı grafik tasarım eleştirileri iyi. Ancak diğer sanat dallarında varılan akıcı ve ilgi çekici yazı düzeyine erişmesi için uzun yol katedilmesi gerekiyor. Çok temel ve önemli bir fark; hayatta esas amacı ve yeteneği yazı yazmak olan kişilerin, halkı daha çok ilgilendiren konuları ve halkı en hayran bırakan medyayı seçmiş olmaları. Grafik tasarım böyle bir konu değil ve belki hiç bir zaman olamaz. Her iki yönden de kısıtlayıcı bir durum. Çünkü bu tür yazarlar olmadan grafik tasarımın daha geniş bir kitlenin ilgisini çekecek bir söyleme dönüşmesi olanaksız.

MR: Bizim bir afiş yapma ya da yazı karakteri tasarlama konusunda ikiyüzyıllık bir kitap, biyografi, film, mitos ve hikaye birikimimiz yok. Oysa resim ve yazı alanlarında böyle bir birikime sahibiz. Grafik tasarım o kadar belirsiz bir faaliyet ki. Bırakın bu konuda yazı yazmayı, grafik tasarımın varlığından bile haberi olmayan insanlar çoğunlukta.

Dolayısıyla, tasarım eleştirmenlerinin büyük bir bölümü yazı yazmayı sevdikleri için bu işe başlıyorlar. Bu da tasarım işleri ve tasarım basını arasındaki çatışmanın nedeni bence.

Tasarım eleştirisini biçimlendiren başka faktörler de var. Tasarımcı-eleştirmenler görsel ve sözelin arasında çok derin bir ayrım güden sanat okullarının ürünleridir. Genelgeçer tiplere şu: Sözel, yani konuşmayı iyi bilen bir öğrenci yeterince görsel yeteneğini dili kullanarak örter. Bunun yanı sıra, eleştirmenlik çok kar getiren bir meslek olmadığı için çoğumuz tasarım da yapmak zorundayız. Dolayısıyla, çoğu kez yazılarımızın konuları arkadaşlarımız, meslektaşlarımız, öğretmenlerimiz, müşterilerimiz ve öğrencilerimiz. Bu nedenle, inandığınız gibi yazmak için duygusal ve mesleki risklere girmek zorundasınız. Tasarımcılar “kişisel dışavurum” konusunu tartışabilirler, ancak yazmak, yazının altına imza atmak ve tüm dünyanın gözü önüne sermek kadar kişisel başka dışavurum biçimi pek bulunmuyor. Grafik tasarımcılar için öğretmenlik her zaman geçerli bir meslek. Ama tasarım programları profesyonel okul olarak düşünüldüğü için, kurumlar tasarımcıyı kadroya almadan önce yazıdan ziyade profesyonel verimi önemsiyorlar. Bundan kaçış yok. Diğer her şeyde olduğu gibi, tasarım eleştirmenliğinde de ustalaşmak için yapılması gereken en önemli şey bol bol yazmak. Ancak yedi yıllık bir doktora hazırlık döneminden geçmeyen eleştirmenlerin çoğu arada sırada

bir yazı çıkarıp, bu arada gelişmeye çalışıyorlar. Ve durum ortada. Son olarak da şunu söylemeliyim. Çok az teşvik görüyoruz. Yazı işleri müdürleri, okuyucularını soğutma riskinden kaçınıyorlar. Daha uzun ve daha meydan okuyan yazıları yayımlamaktan veya ısmarlamaktan çekiniyorlar. Pekçok tasarımcı da önyargılarından vazgeçmeyip, meslekleriyle ilgili her türlü kuramsal tartışmayı redderek şoke edici bir ilgisizlik gösteriyorlar. Böylece yazılara okuyucu bulmak zorlaşıyor. Pekçok eleştiri paradigmasından bahsetmemizin nedeni de mesleğimizin-grafik tasarım eleştirmenliğinin- oluşum aşamasında olması.

RP: Önde gelen bir tasarımcıdan alıntıyla başlamıştım: “Eleştiri deyince çoğunlukla negatif, yargılayıcı eleştiri akla geliyor.” Buna cevap verebildik mi? “Yargılayıcı” çok kaypak bir sözcük, çünkü bunun kullanımı daha beğenilen karıştırlarını hemen ima ediyor: tolerans ve anlayış. Yargılayıcı olmak parmak sallamak ve ses yükseltmek, azarlamak ve baskı altına almaktır. Böyle ahlak yüklü terimleri çağrışırsa, eleştirinin iyi bir şey olması imkansız.

Ama bu, sorumlulukla yapılan eleştirilere de haksızlıktır. Eleştirinin amacı konularını rasgele hırpalamak kesinlikle değildir. Öte yandan, eleştirmen olmak yazarın tüm bilgi ve tecrübesine dayanarak verdiği yargı eylemini gerektirir. Yargılamaktan bilerek kaçan ya da bundan korkan yazar okuyucuyu ve sonuçta konusu olan tasarımcıyı hayal kırıklığına uğratar. Bu tür bir eleştiri süreci çoğu kez konuyla çatışan sonuçlara vardır. Ama süreç kendi içinde ters çıkan bir eylem olsa da, eleştiri sözü negatifliği çağırırsa da esas olarak negatif değildir. Eleştirmenin verdiği sonuçlar, konuyu çok ya da tamamen destekleyebilir.

MR: Tasarımcılar genelde işleriyle ilgili geniş çaplı tartışmalara kapalıdır. Ama ticari dünyada milyonlarca insanın hayatını etkileyen malzemeler üretildiğinde, tasarımcılar da, bu tür konumda bulunan mimarlar ve yazarlar gibi, aynı tür tepkilere açıktır. En ilginç eleştiri, konunun kendisi daha büyük bir fikrin örneği olarak kullanıldığı ve işin kendisi ile bağlamı arasında bağlantılar kurulduğu eleştiridir. Keskin bir eleştiri yazmak için bazen şeyler arasındaki farkları abartmak gerekebilir. Konunun okuyucunun gözüne iyice çarpması için karşılaştırmalar yapmak ve karşıtlıkları ortaya çıkarmak gerekebilir.

Eleştiri sadece yargılıyorsa kötüdür. Akılda kalacak, ilgi çekecek eleştirinin anahtarı; basit yargılamaları aşarak, konumunuz açısın-

dan akılcı bir tartışma gerçekleştirmektir. Eleştiri tarihsel örneklerle desteklenmeli ve mantıksal yapısı olmalıdır.

Düzgün bir şekilde uygulandığında en hafif eleştiri bile faydalı, eğlenceli ve yapıcı olmalıdır. Ancak eleştirmen ile konusu arasındaki ilişkinin tamamen pürüzsüz olacağını düşünmek saf bir davranış olur.

Bütün zorluklara karşın grafik tasarım eleştirisi hakkında çok iyimserim. Bizler belki de kendini grafik tasarım eleştirmeni olarak tanımlayan, gören ilk nesil yazarlarız. Bir işin başlangıç aşamasında olmak da çok özgürlük sağlar. Yazı yazma faaliyeti aracılığıyla tasarımla ilgili yeni şeyler keşfediyorum ve bir tasarım eleştirisi modeli oluşturmaya kararlıyım. Yıllar süren çaba, yanlışlıklar, utandıran durumlar, incinen duygular ve yanlış anlamalarla dolu geçen ama aynı zamanda çok zevkli, büyük, organik bir proje bu.



YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Yurdaer Altıntaş
Sorumlu Yayın Yönetmeni
Bülent Erkmən
Hazırlayan: Serdar Beyaz
Para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.
Basıldığı yer: OFSET YAPIMEVİ