

Yazılar:

GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU

Sam Potts: Süper kahramanlara layık tasarım ve başka hikâyeler

Patrick Burgoyne

Creative Review, Aralık 2008

Çeviri: Aşlı Mertan

Brooklyn'de ailelerin oturduğu Park Slope semti oldukça sıradışı bir dükkâna ev sahipliği yapıyor. Dışarıdaki tabelaya göre burada "süper kahramanların yardımcı yandaşlarını değiştirme" hizmeti veriliyor ve "alçakça planlar

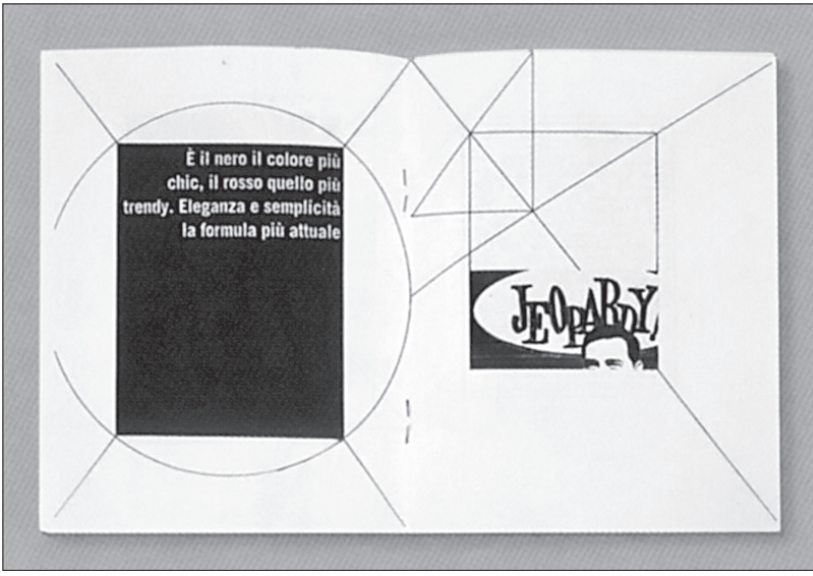
bozuluyor". İçeride satışa sunulan şeyler arasındaysa büyük tenekeler içinde yerçekimi, gizli kimlik donatıları ve her amaca uygun panzehir şişeleri bulabilirsiniz. Dört sene önce açılan, Brooklyn Superhero Supply Co (Brooklyn Süper Kahraman Malzemeleri Şti. – sloganları: "Bizim satmadığımız şeyi, süper kahraman ne yapsın?") Dave Eggers'in 826NYC adıyla ilk olarak San Francisco'da başlattığı kâr amacı gütmeyen yaratıcı yazarlık atölyeleri zincirinin New York ayağı için yaratılmış sevimli bir ikinci benlik. 826NYC'ye dükkânın arkasındaki rafların sakladığı gizli bir kapıdan giriliyor. Bu inceden inceye düşünülmüş muzip hile, San Francisco'nun perakende satış yapan dükkânlar için ayrılmış bir bölgesinde bulunan

ilk merkeze (adres: 826 Valencia) bir gönderme. Eggers ve edebiyat dergisi McSweeney'de çalışan meslektaşlarının, bu girişimi o bölgede başlatabilmelerinin tek yolu şehir belediyesinin şartlarını yerine getirecek bir sözüm ona dükkân açmalarıyla mümkün olmuş. Dükkânın arkasındaysa, gerçek işleri olan çocuklara eğitim verme faaliyetlerini yürütüyorlarmış. Grup, 826 Valencia'da korsan malzemeleri satmaya karar vermiş: projenin şimdi ABD'nin farklı yerlerinde birçok merkezi var ve her birinin de kendine ait bir perakende teması bulunuyor – örneğin 826NYC süper kahraman donanımları satarken; Los Angeles'daki merkez, 826LA Echo Park Zaman Yolculuğu Marketi ve 826Boston ise Büyük Boston Bölgesi Koca Ayak¹ Araştırma Merkezi. Bu strateji şehir belediyesinin şartlarını yerine getirmekle kalmıyor aynı zamanda çocuklar için çok daha heyecan verici bir ortam ve merkezin kendisi için büyük çaplı tanıtım sağlıyor. Okul çağındaki öğrenciler içeride yaratıcı yazarlığın sırlarını öğrenirken, yaratıcılık anlamında bir o kadar çaba da Süper Kahraman Malzemeleri Şti. için harcanmış. Merkezin ayakta durması için

gereken kaynağın bir kısmını sağlayan koca ayak sümüğü dolu kavanozlar ve röntgen bakış konserveleri çok güzel bir şekilde tasarlanıp, yaratılmış. Dükkânın tabela sistemleri ve ürünlerinin yaratıcısı Sam Potts. Kendisi 38 yaşında bir grafik tasarımcı ve hem yazı yazmaya hem de yazıtipi yaratmaya olan düşkünlüğünü, sade ve eğlenceli bir espri anlayışıyla sunduğu işinde başarıyla birleştiriyor. New York'un IFC Center (Independent Film Channel – Bağımsız Film Kanalı Merkezi) gibi organizasyonlar ve hatta çeşitli internet siteleri için kurumsal kimlikler yaratmış olmakla birlikte, Pott'un işlerini öne çıkaran özelliği dili ifade şekli ve basılı malzemede bu ifadeye verdiği form. İnternetteki sitesini ziyaret ettiğinizde sanatçının edebi altyapısı hemen ortaya çıkıyor. Açılış sayfasında şaka mahiyetinde bir misyon bildirisi ziyaretçileri karşılıyor ve stratejik noktalardaki eksik kelimelerin doldurulması isteniyor – "Sam Potts AŞ __ bir tasarım işletmesidir ve..." sitede aynı zamanda alçakgönüllükle, burayı "ziyaret sebebinizin" muhtemelen Brooklyn'deki dükkân olduğunu, Pott'un şimdiye kadar yaptığı işler arasında en iyi tanınan

New York'taki The Brooklyn Superhero Supply Co. (Brooklyn Süper Kahraman Malzemeleri Şti.). Yazar Dave Eggers ve McSweeney edebiyat dergisinden meslektaşlarının kurduğu çocuklar için yaratıcı yazarlık atölyesi 826NYC için vitrin işlevi gören bu yerin metin yazarı, grafik ve ambalaj tasarımcısı Sam Potts. Ziyaretçiler bir süper kahramanın ihtiyaç duyabileceği her şeyi (sağda görülen malzemelerin arasında yer çekimi ve kas da var) satıyor gibi görünen bir dükkânın içinden geçerek, arka taraftaki yaratıcı yazarlık sınıflarına ulaşıyorlar.





Potts'un tasarımı ilk karşılaşması amatör dergisi "... and that Fritz Lang" (... ya o Fritz Lang)'ı yapıp, yazarak olmuş. (1997'den altıncı sayı resimde görülüyor).

işinin şüphesiz bu dükkân olduğu kabul ediliyor. Ama oyunbaz hizmetlerini ön plana çıkaran başka projeleri de var: örneğin, aynı zamanda okul arkadaşı olan komedyen John Hodgman (Mac reklamlarındaki PC) için "uyduruk gerçekler"le dolu iki almanak veya New York Times'ın Kişisel Fikirler Sayfası için yapılmış, Dungeons and Dragons (Zindanlar ve Ejderhalar)² hayranlarının kızlar konusunda neden beceriksiz oldukları üzerine harika bir çizim (tasarımcı için bir tür olgunluğa geçiş sınavı olmuş) bunlardan bazıları. Potts'un grafik tasarıma girişi sıradışı bir yoldan olmuş. Bostonlu Potts, New York'taki Columbia Üniversitesi'nde karşılaştırmalı edebiyat okumuş. Mezun olduktan sonra yayıncılık sektöründe düzeltmenlik ve ders

kitabı editörlüğü gibi çeşitli işlerde çalışırken aynı zamanda kendi kişisel ilgi alanları üzerine amatör dergiler ürettiyor. Bu dergiler, yazmaya olan ilgisini, bir şeylere şekil verme arzusuyla birleştiriyor: "Sadece yazılı bir metin değil, bir nesne yaratmak istiyordum" diyor. "Bir gün düzeltmenlik yaptığım Simon&Schuster'a (yayınevi) gittim ve onlara 'amatör dergiler çıkarıyorum ve kitap tasarımıyla ilgileniyorum ama nasıl yapılacağını bilmiyorum: tasarım departmanında fikir alabileceğim birisi var mı acaba?' dedim. Tasarım bölümünün başkanı Amy Hill'le konuşmamı, onun bir yardımcı aradığını söylediler – talih kuşu başıma konmuştu. Amy'yle konuştum, dergilerimi gösterdim ve dedim ki 'ne yaptığımı bilmiyorum

Dungeons ve Dragons (Zindanlar ve Ejderhalar) ortak yaratıcılarından Gary Gygax'ın vefatında, New York Times'ın Kişisel Fikirler Sayfası için Potts'un yaptığı çizim. 9 Mart 2008'de yayınlandı. Sanat Yönetmeni: Brian Rea.



ama kitaplara ilğim var, belki kitap tasarımı yapabilirim'. Beni işe aldı ve çok da iyi anlaştık. Malzeme siparişi veriyor, fotokopi çekiyordum, birkaç hafta sonra Quark programını öğrendim ve sonunda bana tasarlamam için kitap sırtları vermeye başladılar. Bir sene sonra bütün bir kitabı verdiler. Eve gidip, (Alexander) Lawson'un Anatomy of a Typeface (Bir Yazıtipinin Anatomisi)'ni baştan sona okudum."

Potts ilerleyeceği yol olarak tasarımı seçecekse daha ciddi bir eğitime ihtiyacı olacağını farkına varmış. "(New Yorklu tasarımcı) Eric Baker, Simon&Schuster'dan bir arkadaşım için bir iki kitap yapmıştı, fikrini almak için ona gittim. Yanıma dergilerimi – ikinci kere de işime yarayabileceklerini düşünmüştüm – ve yaptığım bir iki kitabı ve elimle yaptığım kibrit kutularını da aldım. 'Fena değil ama iptidai, Atlanta'daki şu yere bir bak...' dedi."

Böylece Potts, 1998'te Atlanta'daki Portfolio Center'da yüksek lisans programına katılmış. Oraya gider gitmez kendisini evinde gibi rahat hissettiğini söylüyor. "28 yaşındaydım, sınıfta bir arkadaşım 30 yaşındaydı, psikoloji önlisansı yapmıştı, bir başkası pazarlama okumuştü – herkes birbirinden ilginç ve farklı altyapılara sahipti. Bir tasarım okuluydu, sanat okulu değil. Zanaatkârlığa vurgu yapılıyordu ama bizden çok iyi yapılmış şeyler değil, fikirler isteniyordu. Tasarım problemleri üzerine düşünmeyi öğreniyordum ama kendi ilgi alanlarımı da işin içine katacak şekilde – New York'la ilgili bir sürü proje yaptım çünkü evimi özlüyordum, bir dolu kitap yaptım, ama bir de ev yaptım ve bir restoran... iki sene süren bir oyun zamanıydı diyebiliriz."

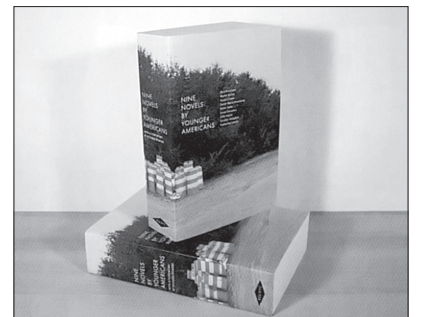
Potts, Portfolio'da edindiği eğitim ve tecrübenin onu hemen bir tasarım işine sokacağını umuyormuş – "asistanlık kısmını atlamak istiyordum" diyor. Portfolio'dayken kendisini ziyaret eden Baker'la tekrar bağlantı kurarak bunu başarmış. "İki buçuk sene, Eric için çalıştım. Benim de sahip olmayı isteyebileceğim türden bir stüdyoydu: tarihsel bilgiye sahip, fazla büyük olmayan, daha çok baskıya yönelik, büyük markaların yeri değil. Bu 2000 senesiydi, arkadaşlarımdan yarısı "dotcom"lara çalışmaya gitti – birisini hatırlıyorum da Euphoria³ diye bir yere gitmişti ki – böyle bir yer ancak öyle bir zamanda var olabilirdi. Aslında ben de cazip buluyordum ama sonra ekonomi tamamen değişti, ortalıkta yeni iş kalmadı. Böylece 2002'de Eric'i bırakıp, kendi başıma çalışmak için ayrıldım.

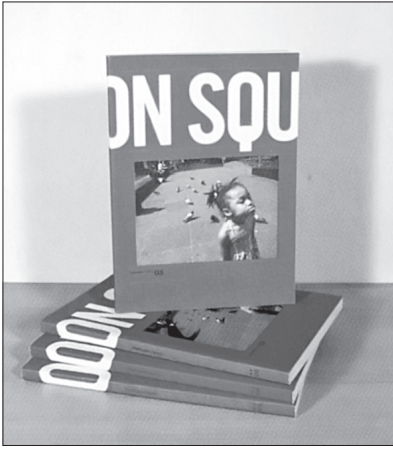


Brooklyn Superhero Supply Co. ürünleri, satışlar 826NYC yaratıcı yazarlık merkezini finanse ediyor.

Altyapısını düşündüğünde, kendisini tasarım dünyasındaki meslektaşlarından biraz daha ayrı bir yerde hissediyor mu? "Herhalde, tasarımcıların çoğu 'atipik'tir ama ben biraz daha öyle olduğumu hissediyorum: öteki çocuklar defterlerine logo çizerlerken, ben kitap okuyordum. Görselliği kelimelerin içinden gelerek

826NYC programlarına katılımlar sonucu üretilen Genç Amerikalılardan Dokuz Roman adlı 2006 tarihli antolojinin kapağı. Kapak fotoğrafı: Jason Fulford





New York Üniversitesi'nin Yaratıcı Yazarlık Yüksek Lisans Programı için Washington Square adlı edebiyat dergisi. 2007'nin sonlarında tasarlandı.

bulan atipik bir yolum olsa da, bu mesleğin buna da izni var. Brooklyn'deki dükkân bol bol yazı yazmak için bulunmaz bir fırsattı. Elbette tipografinin de yazılı kelimeyle bir bağlantısı yok değil."

Union Square'e açılan bir sokaktaki tek odalık stüdyosunda Potts, New York'un küçük ve bağımsız, basılı malzeme odaklı, grafik tasarımcı topluluğunun, ortamına gayet yakışan bir üyesi. Vanity Fair dergisi grup portre fotoğraf çekimlerinden birinde bu camiaı konu edinmek istese, Nicholas Blechman ve Karlssonwilker ("Creative Review", Haziran sayısı) gibileriyle birlikte Potts da, belki Stefan Sagmeister'in veya Paul Sahre'nin ayaklarının dibinde yer alabilir.

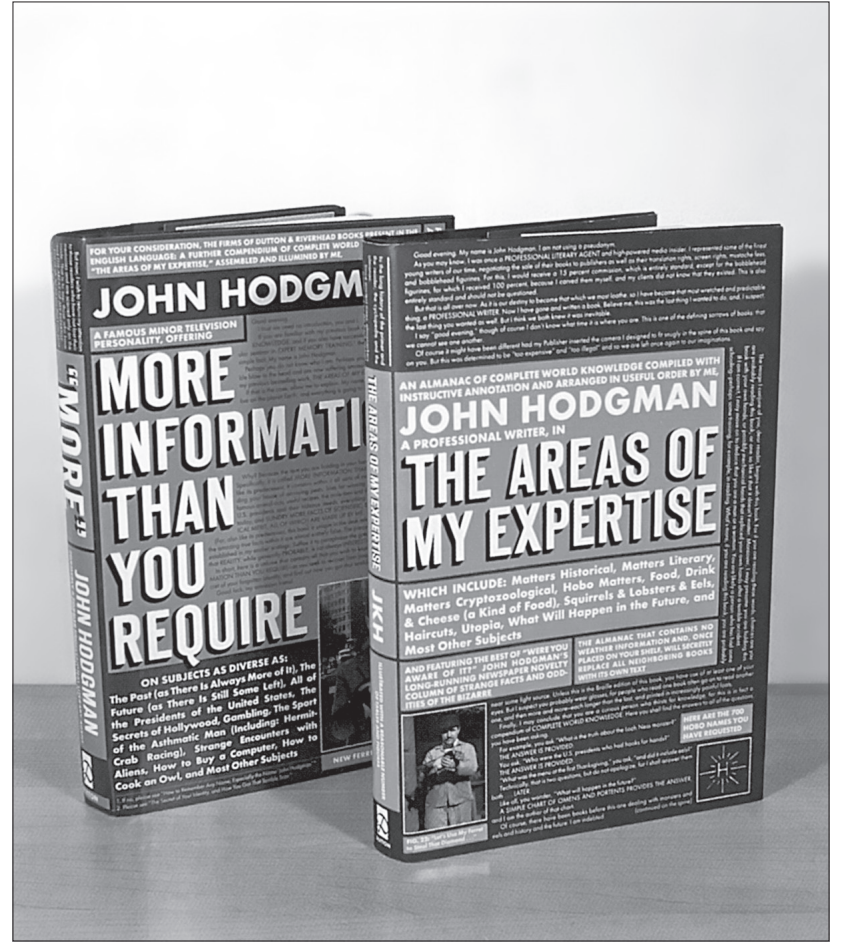
"Onlarla birlikte bir Vanity Fair fotoğrafında olmayı tamamen hak ettiğimi düşünmüyorum ama hedef olarak konulabilecek bir şey. Ben güç bela görünen, kapağın içine doğru kaymış tip olurdum," diyor Pott. "Sanırım yaradılışım gereği o grubun içine giriyorum. Hepimiz arkadaş olmasak da, hepimizin hissi, belki rakip değil ama, sanki kader birliği etmişiz gibi. Birbirine çok destek olan bir camia, rekabet var ama sektör o kadar büyük ki,

bir dolu iş var zaten." (Potts'la bu röportajı yaptığımızda Ekim ayının ilk günleriydi, belki şimdi işler biraz değişmiştir.)

Pott'un mesleğe yeni başlayan bir grafik tasarımcı olarak geçirdiği tecrübe, birbirlerine karşılıklı destek veren meslektaşlardan oluşan toplulukların önemini vurguluyor. İlk başta Armin Vit'in Speak Up (Sesini Çıkar) adlı web sitesinden yardım aldığını söylüyor. Burada tasarımcılar bir forumda bir araya gelip, ne kadar ücret istemek gerektiği, iyi bir harf basma makinesinin nereden alınabileceği gibi problemlerde birbirlerine destek oluyorlar. Şimdi kendisi, AIGA (American Institute of Graphic Arts – Amerikan Grafik Sanatlar Enstitüsü) New York bölgesi yönetim kurulunda ve desteğinden faydalanabileceği daha kıdemli bir topluluğa sahip. Daha büyük bir dünyayla bağlantı kurmak önemli; özellikle Potts apartman dairenizde tek başınıza çalışıp, iş bulmak için kulaktan kulağa reklama güveniyorsanız.

"Benim yaptığım şeyi yapmasını bir başkasına tavsiye etmem," diyor. "Biraz daha deneyimim olsaydı iyi olurdu; mesela Michael Bierut gibi birisinden bir satış konuşması dinlemek ya da büyük bir projeye tanık olmak gibi. Daha büyük bir şeyin parçası olarak bir çeşit iktidar algısı geliştirebilirsiniz." Sahre ve Karlssonwilker gibi meslektaşları, Pott'un müşteri portfolyosu bağımsız grafik tasarımcının bilindik sahalarını kapsıyor, kültürel organizasyonlar, yayıncılık ve müzik: daha büyük, daha zorlayıcı projelerde faaliyet göstermeye talip mi, ya da buna talip olmalı mı? "Büyük kurumsal şirketlere logo tasarlamak için doğru kişi ben değilim," diyor. "Üzerime oturmayan bir takım giymek gibi olurdu."

Peki Landor ve FutureBrand gibi yerlerde çalışan meslektaşlarıyla



Potts, komedyen John Hodgman'la (Apple reklamlarında PC rolünde) aynı okula gitti. İkili 2006 ve 2008 senelerinde yayınlanan bu iki "uyduruk gerçekler" almanasında ortak çalıştılar.

arasında herhangi bir bağ hissediyor mu? "Tasarım stratejisi konusunda uzman bir kuzenim var – tasarım yapmıyor – benden daha farklı bir işin içinde olduğunu düşünüyorum, ama bir tasarımcıyla beraber, kendisi veya CEO'nun kafasındaki misyon her neyse, onu uygulamak için çalıştıklarında, işte ben o tasarımcıyla aynı işin içindeyim. Hepimiz fikirlerle uğraşıyoruz, hepimiz fikirlere form kazandırmak üzerine kafa yoruyoruz. Büyük bir markayı hayata geçirebileceğimi kesinlikle düşünüyorum, ya da bunu yapmayı öğrenebilirim. Kurallar öğrenilebilir, ama benim gibi insanlar, bizim küçük stüdyolarda olmamızın sebebi, kendi 'özel bir şey'imizin

ne olduğunu bulmak istememiz. Başkalarına hizmet etmek istediğimizi biliyoruz, derdimiz kendimizi ifade etmek değil, ama biz tasarımcı nasıl olunur, bunu kendimiz için bulmak istiyoruz. Maria (Bantjes)'nin ('Creative Review', Ağustos sayısı) işlerine, ya da Paul Sahre'nin, ya da biraz daha büyük bir yer, mesela Stephen Doyle'un stüdyosuna bakacak olsanız, bu yerlerin o kişinin zihniyeti ve kişisel yapısıyla şekil almış olduklarını görürsünüz." "Indie" plak şirketleri veya "indie" filmler gibi, "indie" tasarım diye bir şey de var – bunlar kitlesel bir iletişim pazarına kişisel bir ses getiren bireyler ve küçük kovuklarından, az sayıda seyirciye

New York'ta bağımsız bir sinema olan IFC Center için 2005 tarihli logo.



Manhattan'ın Upper West Side bölgesinde Aix French adlı restoran ve bar için kimlik çalışması.



hitap etseler bile, çoğunlukla ait oldukları sektörü ileri götüren yenilikçi işlere imza atanlar da onlar. Fakat er ya da geç, tasarımcıların büyük çoğunluğu daha büyük sahnelerde cirit atmak isterler. Belki de New York bazlı Pentagram'ın başarısı da buydu – şehrin yetenekli, bağımsız düşünceli tasarımcılarına daha büyük projelere adım atma fırsatını sunarken, bir yandan da bireyselliklerini korumalarını sağladı. Birçok tasarımcı gibi, Pott'un yüzleşeceği en önemli meydan okuma, büyümek ve bunu yönetmek olacak.

“Geçen bahar bir AIGA konferansına gittim. Memo'dan Douglas Ricardi stüdyosunun nasıl geliştiğini gösteren bir grafik çizelge gösterdi. Çizgi biraz yukarı çıkıyor, sonra da dümdüz karşıya uzanıyordu. ‘Bu benim için iyi’ dedi. Ben sanıyordum ki, stüdyomda yalnızca tek kişi olsam bile, hep daha büyük ve daha büyük projeler almam gerekecek. Ama o konuşma her şeyi değiştirdi: anladım ki büyümek gerekmiyor. Yakın gelecekte benim için en ideal olanı,” ufak stüdyosuna işaret ediyor, “bunu yaparak nasıl para kazanabileceğimi bulmak. O kadar keyifli ki.” ●

www.sampottsinc.com

1 Kocaayak veya **Yeti**, bazıların *Himalayalar'da yaşadığına inandığı, primat-benzeri, büyük bir yaratıktır. Her ne kadar varlığına inanılan mevcut olsa da bilim adamlarının çoğu, yetinin var olduğu ihtimalinin eldeki verilere göre çok zayıf olduğunu ve bu nedenle onun efsanevi bir yaratık olduğu fikrindedir.*
Kaynakça: www.tr.wikipedia.org – ç.n.
2 Bilgisayarda “online” oynanan bir rol yapma oyunu. – ç.n.
3 Euphoria: kendinden geçmişlik, esriklik hali. – ç.n.

Beck'in 2005 tarihli albümü Guerolito için ambalaj tasarımı. “Ben fazla bir şey yapmadım,” diyor Potts. “Çizimler Marcel Dzama'ya ait, 826NYC için bir sürü şey yapıyor ve Beck'in Guero albümünün çizimlerini de o yaptı. Beck'in plak şirketinin (Interscope), Guerolito işini bana vermelerini sağladı. Remiks bir albüm, bütün şarkılar başka sanatçılara ait, Beck'e değil. Marcel harfleri yaptı, ben de (CD'nin içindeki) şarkı listesinin tipografisini ve bilgisayarda bir sürü tarama yaptım”.



Tarihin geleceği

Wendy Richmond
Communication Arts,
Ocak/Şubat 2008
Çeviri: **Aslı Mertan**

Tarih gerçeklik değildir. Geçmişin sürekli olarak gelişmekte olan bir yorumudur, kolayca biçimlendirilebilir ve esnektir, mütemadiyen yeniden yazılmaktadır. Tanım itibarıyla, tarih geçmiş olayları kaydedip, analiz eden bilgi dalıdır. Belirli bir bakış açısından belgelenir. Amaç tarafsızlık olsa bile, tarihçi neyi dahil edip, neyi hariç tutacağı konusunda öznel seçimler yapar. Daima yeni yorumlar yapılır veya daha önce ihmal edilmiş olan kanıtlar yeniden keşfedilir ve yeni bilgiler ortaya çıkar.

“Hafıza Ucuzdur” başlıklı bir önceki yazımda, çağdaş toplumların neredeyse sonsuz miktarda veri kaydetme ve depolama kapasitesini araştırmıştım. Bu yazıyı tamamladıktan sonra, sanki nereye baksam, bir şey kaydediliyor veya depolanıyordu: internet üzeri alışverişler için iletişim bilgileri, bir havayolunun veritabanında indirimli uçuş kartınızda depolanan miller, bir metro güvenlik sisteminde kaydedilen video görüntüleri, bir arkadaşın köpeğinin YouTube’a yüklenen filmi, bir doktorun muayenehanesinde saklanan bir MRI filmi. Bu muazzam veri bolluğu farklı yaşlar, ülkeler, dinler, ırklar, cinsel oryantasyonlar, beden tipleri, IQ seviyeleri ve sosyo-ekonomik sınıflara ait insanlar tarafından üretiliyor, biriktiriliyor, saklanıyor, depolanıyor ve dağıtılıyor.

Günün 24 saati, haftanın 7 günü devam eden bu kaydetme sürecinin gelecek nesillerin geçmişe bakışlarını nasıl etkileyeceğini merak etmeye başladım. Kaynakların bu boyuttaki çeşitliliği tarihe yönelik daha “demokratik” bir bakış açısını destekleyecek mi? Seçeneklerimiz çoğaldığında, gerçeğe daha da yaklaşmış oluyor muyuz?

Biz büyürken, kolektif ve bireysel tarihlerimizin dokularını ellerinde tutan kurumlar arka fonumuzu oluşturdular. Bu parçaları içlerinde saklayan yapılar gerçekten devasa ve heybetli kayıt saklayıcılarıydı (Washington DC'deki Ulusal Arşivler, San Diego Museum of Man, New York Halk Kütüphanesi’ni düşünün). Yüzyılların birikimini temsil ediyorlar. Bu süreç

içerisinde toplama teknikleri ve teknolojisi – elden ele geçirilen yazılı bir belgeden, otomatik olarak yüklenebilen dijital bir videoya kadar – sürekli bir gelişim göstermiştir.

Çağdaş kaydetme ve depolama uygulamaları daha otomatik ve uzak erişim kapasitesine sahip olmakla kalmıyor, kişisel teknolojiadaki değişimlerle de destekleniyorlar. Hepimiz, araçlarımıza kurulu GPS (Küresel Yer Belirleme) modüllerimiz, paylaşılabılır takvimlerimiz, dijital pedometrelerimiz, nabız monitörlerimizle, bilinçli veya bilinçsiz olarak tarihsel verilerin ulusal tonajına büyük çapta katkıda bulunuyoruz. Günlük hayatımızın sıradan ve tekrarlayan verilerini depoluyoruz. Bugün kaç kiloyum? Kaç adım yürüdüm? Bir hafta öncesine göre ne oranda? Bir sene öncesine göre? Ve bu sadece az çok kişisel bir mekânda saklanan kişisel kayıtlar. Daha fazla dağıtımına açık bir âlemde, günlük alışverişlerimiz – satın aldığımız kitaplar, yüklediğimiz müzikler – kaydediliyor ve “ağ bağlantısında” olduğumuz çeşitli “arkadaşlarımız” tarafından izlenebiliyor. Twitter’a kayıtlı ergenlik çağındaki gençler aldıkları bir çift çizmeden, sevgililerinden ayrılmasına ve dişlerini fırçalamalarına kadar her türlü ayrıntıyı (dünyanın herhangi bir yerinde internet bağlantısı ve buna hevesi olan herhangi biriyle) dakikası dakikasına paylaşıyorlar. İşte burada tarihçiler için bir altın madeni yatıyor. Bu zenginlik, hikâyenin doğrusunu ortaya çıkaran çok önemli sapmalarda değil, gündelik hayatın önemsiz tekrarlarında saklı. Sıradanlık zenginlik içeriyor. Tekrar tekrar neleri seçiyoruz? Tekrar tekrar nerelere gidiyoruz? Tekrar tekrar nelerin resimlerini çekiyoruz? Günbegün gerçekleşen şeyleri gördüğünüzde, neyin sürekliliğe sahip ve gerçek olduğunu bulmuş oluyorsunuz. Neyin tekrarlandığını gördüğünüzde, özü keşfediyorsunuz, “gerçekliğe” yakın bir şeyi bulmuş oluyorsunuz. Neden? Çünkü tekrarların birikimi ve hacmi bize (ve tarihçilere) toplum olarak kim olduğumuza dair daha çok şey söyleyebilecek şablonları görmemizi sağlıyor. Gelecekte bu, bir toplum nüfusunun geçmişine dair daha hatasız bir fikir ortaya koyabilir. Bazı yönlerden, bir tarihçinin işi tasarımcının işi gibidir. Birbirleriyle bağdaşmayan bilgileri idrak edebilmek için birtakım şablonlar bulmak, karmaşık verileri daha anlaşılır kılmak. Ritimler, tutarlılıklar ve benzerlikler ararız. Şablonlar karşılaştırmalar

yapmamıza ve öngörülerde bulunmamıza olanak sağlarlar. Veri yığınlarını ayırıştırıp, benzer özellikli gruplar halinde yeniden düzenleyerek, temel eğilimleri görebilir, teoriler geliştirebilir ve sonuçlara varabiliriz. Fakat tasarımcılar şablonları zorlamanın tehlikelerini de bilirler. Tüm verilerin ortak paydalarını tanımlayarak, onlardan anlaşılabilir ve hazmedilebilir bir manzara yaratmaya çalışırken, zaptedilemez bütün öğeleri uzaklaştırırsanız, doğru ve gerçeğe uygun bir resim sunma amacınızdan da sapmış olursunuz. Bir şablon, tıpkı iyi bir “grid” gibi içeriğe hizmet eder; bunun tam tersi söz konusu değildir. Gelecekteki tarihçiler böylesine bolluk ve çeşitlilik arzeden verilerle nasıl başa çıkacaklar? Bunlar kadar çeşitli teoriler ve analizler mi geliştirecekler? Daha fazla anlamlar mı keşfedecekler? Yoksa bu aşırı bolluk o kadar içinden çıkılmaz bir hale gelecek ki, bir şekilde bir anlam çıkarmalarının tek yolu, onu ölçülebilir hale getirip, istatistik ve mantıkla yoğrulmuş, fakat ruhsuz anlatılar oluşturmak mı olacak? Gelecekte tarih daha mı doğru olacak, daha mı yanlış? ●

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Yeşim Demir
Sorumlu Yayın Yönetmeni
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