

Yazılar:

GRA F İ K E R L E R M E S L E K K U R U L U Ş U

Milton Glaser'la bir sohbet (II)

Cathie Bleck

Communication Arts

Mart/Nisan 2009

Çeviri: Aslı Mertan

CA: Bir kaç sene önce bana Lewis Hyde'ın *The Gift (Armağan)* adlı kitabını önermiştiniz. Bu kitapta yazar bütün sanatların birbirleriyle bağlantılı olduklarını iddia ediyor. Müzik, dans, resim, tasarım, yazmak ve hatta yemek pişirmek. Sanatın kültürü pasifize ettiğini ve armağanlarını/hünerlerini aktararak müştereklik yarattığını söylüyor. Sizce sanatçılar toplumda hangi amaca hizmet ediyorlar ve bu rolü oynamaktan onları alıkoyan engeller nelerdir?

"11 Eylül olayları sonrasında I Love New York (New York'u Seviyorum) tamamlanmamış bir iş hissi vermeye başladı. Kalbin üzerinde siyah bir lekenin ve 'More Than Ever' (Her zamankinden daha fazla) sözcüklerinin eklenmesi o sırada şehirde yaşayan bir çoğumuzun hissettiklerini yansıtıyordu". Milton Glaser, tasarımcı.

I ♥ NY
MORE
THAN
EVER

MG: En büyük engellerden bir tanesi ekonomik sistemdir. Bu sistemin içinde sanat materyalist bir nesneye dönüştürüldü. John Berger zamanımızda sanat olamayacağını söylemişti çünkü sanatı materyal değeri olmaksızın düşünmek imkânsız ve sanatın gayesi materyal değerle alakalı bir şey değil. Tek duyduğunuz şey Jeff Koons ya da herhangi birinin işi için 40 milyon dolar harcandığı. Sonra fark ediyorsunuz ki, ilgi buna yöneliyorsa, kültürle olan ilişkisini veya arzularını ve ihtiyaçlarını hesaba katmadan sanatı inceleyemezsiniz. Demek ki sanatın pasifize edici rolüne duyulan ilginin yerini şimdi kıymet düşüncesi almış. Kültür bunu söylerken, sanat üretmek çok zor. Yine de temelde, sanatın işlevi müşterek alanlar yaratmaktır, bu hep aynı kalır.

CA: Peki gelecekte illüstrasyonun grafik tasarımıyla nasıl bütünleşeceğini düşünüyorsunuz – yani illüstrasyon mesleği açısından?

MG: Illüstrasyonun çok ketum bir amacı var ve bu amacı toplumda bu rolü oynamayı arzu eden insanların yarattığını söyleyemeyiz.

CA: Eh, onlar hikâye anlatıcıları.

MG: Aslında ne tür bir illüstrasyon olduğuna bağlı, çocuk kitabı için mi, dergi için mi? Çoğu zaman illüstrasyonun amacı, eğer ticari bir şirket için çalışıyorsanız, satışlarla bağlantılı belli bir sonuç elde etmeye yönelik olur. Yani toplumda bu rolü oynayabileceğinizi düşünüyorum.

CA: Bir ressam, bir hikâye anlatıcısı, ileriye gören bir hayalperest olup, insanları bir düşünceye çekmek mümkün olabilir mi?

MG: Ben daha çok hikâyesini anlatamayacağınız şeylerle ilgileniyorum. Yani bilinçaltımızın sezinledikleri, anlatının alt metninde yapılan bağlantılar. Örneğin, Rueben Tibet Sanatı Müzesi'ni tasarlarırken, resmin yanına resim hakkındaki her şeyi açıklayan bir yazı koymamaları için onları ikna etmeye çalıştım çünkü yazınsal malzeme okumak resme bakma deneyimini bozan bir şey. Anlatı hakkında ne kadar çok şey bilerseniz, baktığınız şeyi

deneyimleme kapasiteniz o kadar azalıyor.

CA: Bu doğru, sanatın gayesi sizin ona kendi deneyiminizi getirmeniz ve kendinize göre yorumlamanızdır. Dört sene önce bana söylediğiniz en önemli şeylerden biri, eğer aklıma bir fikir gelirse, bunu hayata geçirmek için çok fazla beklemememdi. İnisiyatifi ele almamı tembihleyen bu yorum hayatımda bir güç haline geldi ve beni daha fazlasını başarmam için gerçekten motive etti. Bunu ne zaman kendi mantranız yaptınız ve ertelemelemlere karşı mücadele verdiğiniz oldu mu?

MG: Evet, tabii, ertelerim.

CA: Fakat son derece üretkenseniz.

MG: Çalıştığım zaman, gerçekten çalışırım.

CA: İkinci kitabınız *Art Is Work* 'te açıkladığınız felsefenizle ilgili sevdiğim şey de buydu. Bu kitapta birçok deneme yazınız, diyaloglarınız ve konuşmalarınızın yanında kariyeriniz boyunca yaptığınız işler de geniş kapsamlı olarak yer alıyor.

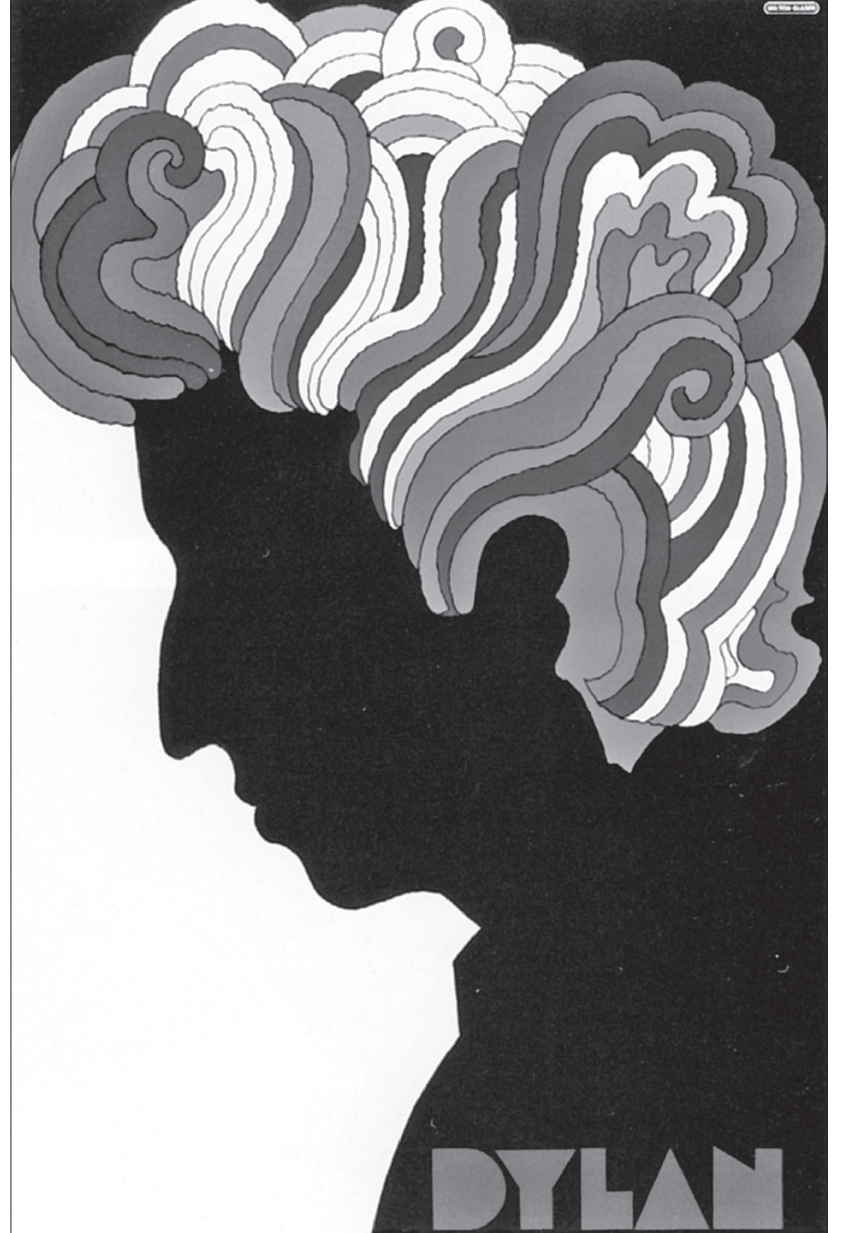
MG: Sanırım, beni iyi temsil ediyor.

CA: Birçok ortaklık inşa ettiniz

ve işbirlikleriniz de oldukça fazla. Ticaret bağlamında ve bir grup bağlamında bir yaratıcı olarak bağımsızlığınızı kurmayı başardınız. Başkalarını fikirlerinize ikna etmeyi başarmak için ne gibi kişisel ve profesyonel özellikler gerektiğini düşünüyorsunuz?

MG: Bu karmaşık bir şey. Öncelikle, işin kendisi doğru olmalı. Müşterinin ihtiyaçlarına cevap vermeli. Sonra da bunu hem size hem de halka faydalı olacak şekilde yapmaya çalışırsınız. Konuştuğunuz insanlara karşı bir sorumluluğunuz vardır. Herhangi bir zarar vermemek ve onları farklı bakış açıları denemek için yüreklendirmek sorumluluğunu taşırsınız. Nihayetinde de, kendi kapasiteniz ve dürüstlük algınız üzerine düşünürsünüz. Romalı filozof Horace'nin şu sözlerini geçen sene çok kullandım: "Sanatın gayesi bilgilendirmek ve keyiflendirmektir." Bilgilendirmek ve keyiflendirmek değil. Birini bilgilendirmek ve onu inandırmak arasında fark var. İkna insanları zayıflatan bir şey, ama

"Bir keresinde, hayatın boyunca yaptığın tek bir şey için hatırlanmanın ne kadar üzüntü verici olduğunu söylemiştim. Öte yandan, bir de hiç hatırlanmadığınızı düşünün." Milton Glaser, tasarımcı; Columbia Records, müşteri.





"Stony Brook'un Ellinci Yıldönümü için gözleri kamaştırmayı amaçlayan, kendine özgü bir ilan." Milton Glaser / Sue Walsh, tasarımcılar; Stony Brook Üniversitesi, müşteri.

bilgi güç verir. Bu çok derin bir ayırım. Reklamcılıkta çalışmanın benim için çok zor olmasının ve fazla yapmamamın sebeplerinden biri de bu. Nihayetinde, mesleğin kendisini belirleyen şey inandırma niyeti fakat bunun ne anlama geldiğini de düşünmelisiniz.

CA: Yaşamınızda en belirleyici deneyimlerin neler olduğunu düşünüyorsunuz?

MG: Ah tatlım, ben hiçbir şey hakkında böyle düşünmem ki...

CA: Kendinizi bir efsane olarak düşünüyor musunuz?

MG: Hayır, bunun ne demek olduğunu bilmiyorum.

CA: Mesela, sizden önce hayran olduğunuz bazı efsaneler kimlerdi?

MG: Paul Rand hepimiz için yeni bir dil geliştirdi; Arts and Crafts

Afiş ve inşaat bariyeri. "The Secret of Art (Sanatın Sırrı)'na nüfuz edilemiyor. Afişin muğlaklığı sıkı çalışmaktan başka bir sır olmadığını ima ediyor." Milton Glaser / Molly Kromhout, tasarımcılar; Matthew Klein, fotoğrafçı; Görsel Sanatlar Okulu, yayıncı/müşteri.

(Sanat ve Zanaat) hareketinden çıkan birçok şeyi çok takdir ediyorum; şahsen tanıdığım Leo Lionni gibi birçok harika tasarımcı çıktı. Halen alanda faaliyet gösteren çok iyi insanlar var.

CA: Grafik tasarım geliştikçe, yeni yeni serpilmekte olan ve şimdi birçok okulun müfredatına eklenen kültürel antropoloji alanı

hakkında ne düşündüğünüzü merak ediyorum.

MG: Bakın, dünyada olup biten her şeyle ilgilenmeniz gerekir. Grafik tasarımın sorunu insanların fazlasıyla içe kapanık olmaları, kendilerini dar alanlara hapsedmeleri ve okumamaları. Okumuyorlar... halbuki hayat bize gösteriyor ki, en çok heyecan veren



WE ARE ALL AFRICAN



TO HELP
VISIT
ONE.ORG



School of
VISUAL ARTS

© 2008 School of Visual Arts. All rights reserved. Photograph: Michael Ochs / Getty Images

şey daha önce hiç düşünülmemiş fikirler bulmaktır ve bunlar grafik tasarımdan çıkmıyor. Yani algının doğası grafik tasarımdan kaynaklanmıyor. Size sadece bir dizi kural veriliyor. Tüm hayatınızı mesleki bir bağlamda geçirip, sadece onunla ilgilenmek, beyinsizce bir tutum. Hayatta ilginç olan şey dilin doğası hakkında, insan sevgisinin tabiatı hakkında, beynin işleyişi, tarihte olup bitenler hakkında bir şeyler keşfetmektir. Tüm hayatınızı aptallıkla geçirip, ihtiyacınız olan her şeyi kişisel pratiğinizden öğrenmeyi bekleyemezsiniz.

CA: Peki merak ediyorum, bir biyografi yazarı ile birlikte otobiyografinizi yazmayı hiç düşündünüz mü?

MG: Hayır, neden isteyeyim ki böyle bir şeyi?

CA: Çünkü bence toplumun Joseph Campbell gibi birine daha ihtiyacı var.

MG: Biliyor musun, bence benim otobiyografim işlerim. Hayatım ise gerçekten sıkıcı geçti.

CA: (gülerek) Böyle düşünüyor olamazsınız. Muazzam bir kalıcılık sergilediniz.

MG: Orası doğru.

CA: Peki bu güç nereden geliyor?

MG: Merak. Aktif bir zihin.

Okumak ve düşünmek. Düşünmeyi seviyorum, okumayı seviyorum, fikirler hakkında konuşmayı seviyorum. Allah aşkına, hayatta başka ne var ki zaten? Başka ne yapacaksınız yani? Biri sizi telefonla aradığında, iki üç illüstrasyon mu çiziktireceksiniz? Haydi ama, uyanın artık..

CA: Etrafınızdaki tüm bu insanlar size keyif veriyor. Bir illüstrasyon sanatçısının tek başınalığı herhalde sizi cezbetmedi.

MG: Hayır, stüdyoda çalışmayı çok severim fakat hafta sonunda kendi kendime kalıp, bir şeyler yapmayı da severim. İkisini de seviyorum.

CA: Kişisel işlerinizle ilgili çalışmanızdan uzak kalıp, şehir dışında vakit geçirdiğiniz oluyor mu?

MG: Ben çalışmaktan başka bir şey yapmam. Şehir dışına da çıkarım. Ofiste kalıp yapamadığım bir şeyler olabilir.

CA: Son zamanlarda yapmış

Görsel Sanatlar Okulu için afişler. "İnsanlık davalarının iletişiminde beliren üzgün suratlara karşı hepimiz bir başışıklık geliştirdik. Burada biz sözcüklerin imajlardan daha kuvvetli olacağını düşündük. Bir kardeşin kelimenin gerçek anlamıyla silinip gitmesi sözcüklerle daha inandırıcı bir şekilde ifade edildi. Gerçek şu ki tüm insanlığın başlangıcı Afrika. Ve bütün ten renkleri başlangıcımıza geri dönerler. Afiş bunu grafik bir dille anlatmaya çalışıyor." Milton Glaser / Molly Kormholt, tasarımcılar.

olduğunuz ve paylaşmak istediğiniz bir şeyler var mı?

MG: Görsel Sanatlar Okulu için bir sinema salonu tasarlıyoruz. Bir stüdyo projesi için kilim yapıyoruz. Kilimler Tibet'te, Lapchi adında bir şirket tarafından hazırlanıyor. Ayrıca Templeton Vakfı için "The Big Question" (Büyük Soru) adlı başarılı bir reklam kampanyasına dahil olduk. Bunun yanında bir de, öğrencilere yönelik bireysel bir yaklaşımı benimseyen The Big Picture (Büyük Resim) Okulları için bir kampanyada çalıştık.

CA: Müelliflik (eser sahipliği) haklarına saygı ve korumayla ilgili ne gibi zorluklar öngörüyorsunuz?

MG: Taklit etmek, tesir altında kalmak ve eser hırsızlığı üzerine ders verdiğim bir zaman oldu. Sorun şu ki, bunların hepsi kolaylıkla tanımlanamayan terimler. Bir eseri incelediğimizde, orada başka bir sanatçıdan veya belli bir akımdan kaynaklanan tesiri tespit etmek hep birlikte kutladığımız bir şey. İnsanlık kültürünün bir parçası olarak tesir herkesin ilgisini çekiyor. Taklit konusunda karışık hisler beslemekteyiz. Fakat birçok kültürde bunu takdir ediyoruz. Örneğin Çin kültüründe, bir şeyin taklidi orijinaliyle aynı derecede kabul görüyor. Başka yerlerde, materyal değer birincil önem taşıyor. Manevi değere daha çok önem veriliyor. Lewis Hyde sanatın gayesinin alıcı açısından bir cömertlik atmosferi yaratmak olduğunu söylemişti. Seneler önce okuyup, çalıştığım Albert Rudolph sanat eserlerinin, yaratıcılarının enerjisini taşıyan mahfazalar olduğunu, asla imha edilemeyeceklerini, sanatta gördüğümüz şeyin, onu yaratan insanın enerjisi olduğunu, elinize bunun geçtiğini ve buna yanıt verdiğinizi söyler. Sanata dair müphem bir açıklama belki ama daha iyisini bulmak da pek kolay değil. ●

DARFUR

500 FAMILY MEMBERS KILLED TODAY AND EVERY DAY

~~Brothers~~ ~~Grandmas~~
~~Mothers~~ ~~Sisters~~
~~Daughters~~ ~~Cousins~~
~~Grandpas~~ ~~Sons~~ ~~Nephews~~
~~Husbands~~ ~~Fathers~~
~~Wives~~ ~~Nieces~~
~~Uncles~~ ~~Aunts~~

We are all African



TO HELP

THEIRC.ORG

Afiyet olsun – her ihtiyaca göre yiyecek-içecek servisi

Toby O. Rink
Novum, Kasım 2009
Çeviri: **Beril Tülü**

Bir yemek mönüsü hazırlarken düşünecek çok şey vardır. Bir tasarım mönüsü hazırlarken de, arka planda dikkat edilmesi gereken şeylerin başında, ana temanın çeşitli ilgi alanlarına hitap etmesini, eğlenceli olmasını ve en küçüğüne varana dek her bileşende algılanabilir olmasını sağlamak gelir. Gerek beş yıldızlı bir restoran söz konusu olduğunda, gerekse tasarımda kural değişmez: ikisi de belirli miktarda yaratıcılığa izin verir, ama aynı zamanda ziyafete istenilen etki ve görünüşü kazandırmak için bir çerçeve belirlenir. Çok uzun zamandır basım için geçerli olan bu yöntem, yeni medyada da daha fazla önem kazanmaya başladı.

Görsel ziyafet nerede bulunur

İnsanın kendisine yönelttiği ilk soru: Bu görsel ziyafetin konumlandığı yer neresi? DVD mi, iPhone mu,

7 inç ekranlı Netbook mu? Ya da sadece bir web ekranı mı? İkinci soru: tasarım küçük bir çerçeve içine mi, yoksa büyük bir çerçeve içine mi yerleştirilmeli? Akşam yemeği 480×320 piksel, 1900×1200 piksel ya da 1024×768 pikseli bir alanda mı sunulmalı? En önemlisi de, daha sonra istenmeyen sürprizlerle karşılaşmamak için bu görsel ziyafet belirli bir müşteri için mi hazırlanıyor yoksa örneğin Google’ın cep telefonu Mr. Android’in erişebileceği şekilde “esneyebilir” ve “ölçeklendirilebilir” şekilde mi tasarlanmalı? Bunlar mizanpaj şablonunun basıma veya ekrana uyumlu versiyonlarındaki farkı ortaya koyan sorular. Şimdi biz 1024×768 pikseli bir “web yemeği” için platform hazırlama sürecindeyiz.

Piksellerinizi hazırlama

Hâlâ sahip olmayanlara, temel hazırlık sürecini kolaylaştıran gereçlerle yüklü bir web tasarımı başlangıç seti almaları önerilir. Böyle küçük “tablo ayarları” gibi gereçler, örneğin www.quommunication.com’da bulunabilir. Ama tüm çatal bıçak takımı ortaya çıkmadan ve mönü yapılmadan önce, sayfa düzenlemesinin (mizanpaj) çerçevesi belirtilmelidir. Bir web sitesi için ideal ızgara şablon üçe ve dörde bölünebilmek özelliği yüzünden genellikle 12 sütundan oluşur. Ancak on, sekiz, dört sütundan oluşturmak da mümkündür; bu genellikle tasarımcının niyetine veya vazgeçtiklerine göre değişir. On iki sütun ve 1024×768 piksel ekran çözünürlüğü olduğunu varsayalım. Burada benim yemek odamın, yani web tarayıcımın, mizanpaj çerçevemden yer çalan kenarları ve köşeleri olduğunu göz önünde bulundurmalıyız. Bunlar örneğin tarayıcının çerçevesi ya da sağdaki kaydırma çubuğu olabilir.

Birçok (basım odaklı) tasarımcı bunları unutup tüm genişliği kullanmaya kalkar. Programcı sürekli devam eden bir düşünce sürecinde olmadığı takdirde, istenmeyen sürprizler meydana gelebilir ve insanlar kaydırma çubuğunun neden yazının üstünde olduğunu anlayamazlar. Bu yüzden boş alan bölümlere ayrılmalıdır. 1024 piksel genişliğindeki bir ekran, örneğin 12’lik bir ızgara şablonunda 950 piksel genişliğindedir. Benim sütunlarımın arasında ayrıca 10 piksellik bir mesafenin de kayda alınması gerekiyor. Bildiğimiz gibi, yükseklik web’e göre değişebilir. İhtiyaca göre, 320×250 piksellik sabit bir reklam alanının da sayfaya sığdırılması gerekebilir. O zaman da 12’lik ızgara şablon artık işlev göremeyecek hale geldi demektir. Çorbaya fazla tuz katmamak için mizanpaj çerçevesinin önceden planlanması ve işe başlamadan önce kesin ve ayrıntılı bir bilgi aktarımı gereklidir. Maalesef bu tür hatalar affedilemez. Müşteri, haklı olarak, tasarımcının temel bir mönüye aşına olmasını bekleyecektir.

Önce malzemelerinizi hazırlayın, sonra misafirlerinizi etkileyin!

Bilgilendirme toplantısının, hangi malzemelere ihtiyaç duyulduğunu ve ne tür bir navigasyonun (site içinde yön bulma) elde edilebilir olduğunu açığa kavuşturacağı ümit edilir. Mönüyü daha saf ve duru hale getirecek modüllerin arasında, örneğin tipografi, merak uyandıran reklamlar, manşet reklamlar, kimlik kartları, butonlar, simgeler vb. sayılabilir. Bunlardan bir yemek yapmaya koyulmadan önce, onları ne sıklıkta ve nasıl kullanmak istediğime karar vermeliyim. ızgara şablon kullanılarak belirli tasarım alanları yaratılmalı ve bunlar belirli amaçlara yönelik kullanılmalıdır. Navigasyon, arama, sabit reklam alanları vb. için alanlar olabilir.

Tipografi konusunda da karar verilmesi gerekir. Bir şeylerin olması gereken yerler optik kütleler kullanılarak belirlendikten sonra, iştah açıcı bir düzenleme ve tasarım yaratmanın büyüğü başlayabilir. Titiz bir hazırlık yapmanın en güzel yanı ise, artık sadece tasarım üzerine yoğunlaşabilmeniz, hatta alttaki sayfaları da öne çıkarabilmenizdir. Planlamada noksanlık birçok web sayfasında görülür: ana sayfa, yani restoran girişi, tamamen gösteriştir ama sitenin içinde dişe dokunur hiçbir şey yoktur. Küçük detaylara dikkat edin ve yemek üzeri kahvelerini içen konuklarınıza, lavaboda sabun ve temiz havlu sunduğunuzdan (iletişim bilgilerimiz) emin olun. Kim bilir, belki bir gün arayıp merhaba diyebilirler. ●

www.guardian.co.uk/commentsfree



www.subtraction.com



www.nytimes.com



www.createandbarrel.com



www.iphonedesigntools.com



www.webdesignerwall.com



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