

Yazılar:

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

Steampunk* şıklığı

HD Schellnack

Form 236, Ocak/Şubat 2011

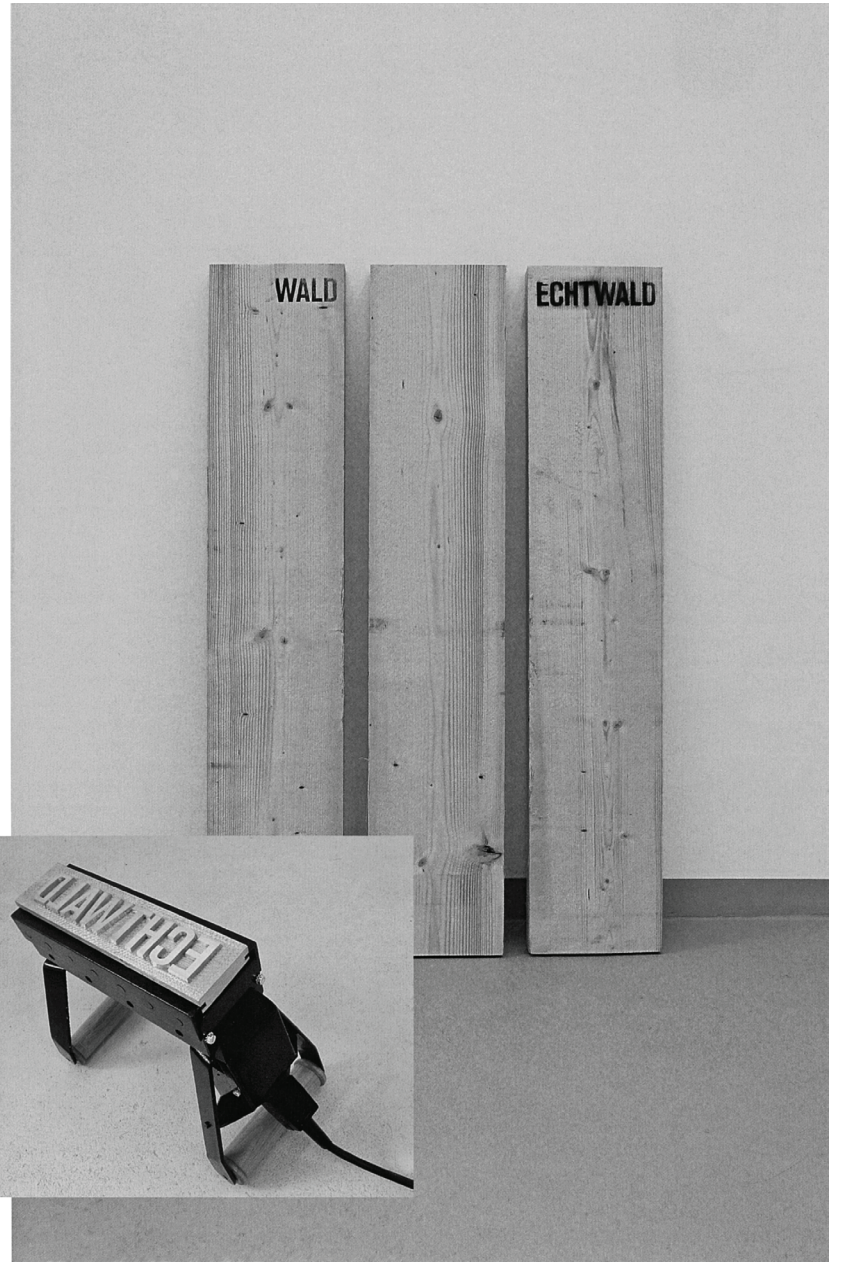
Çeviri: Aslı Mertan

Grafik tasarımda bir zanaatkârlık rönesansı yaşandığı ve bunun üç boyutlu kâğıt kolajlarının çok daha ötesine uzandığı ortada. Kimileri muşamba kesiyor, kimileri ahşap yakıyor, kimileri daktiloda yazıyorlar. Genç tasarımcılar geleceğe bakmak için, mazide kalmış araçları kullanıyorlar – ve bilgisayar da birçok pratik alet edevatın arasında, bunlardan yalnızca bir tanesi konumunda.

Son yıllarda el yapımı grafik tasarımın bu denli rağbet görmesini yalnızca yayıncılık araçlarının dijitalleştirilmesine gösterilen bir tür ilerleme karşıtı tepki olarak açıklamak fazlasıyla basite indirgemeci bir yaklaşım olacaktır. Şunu kabul etmek gerekir ki, dijital

* Steampunk: Buhar çağı teknolojisinin gelişmiş versiyonlarının bulunduğu yarı fantastik, yarı bilim kurgusal ortam. 1980’ler ve 90’larda edebiyat ve sanatta, Kraliçe Viktorya dönemine özgü bilim kurgusal gelecek fantezilerine öykünen ve bunu modern hayatın teknolojik gerçekliğiyle yan yana getirmeye çalışan alternatif bir akım olarak ortaya çıkmıştır.

fotoğraflardan iPad’e akan soyut tasarım trafiği bugünün gerçeğidir ancak dokunma duyusuna hitap eden tasarıma gösterilen popüler ilginin kaynağında da sadece geçmişe duyulan özlemden çok daha fazlası var. Ortaya çıkan bir çok ürün, ilk başta nostalji kamuflajı görünümü verse de: “Retro” dendiğinde geçmişin yankılı odalarında dolaşp, görsel fragmanları gelişigüzel bir şekilde derlemekten daha fazlasını anlamamız gerekiyor. “Retro” aynı zamanda son derece modern sonuçlar veren eski veya tarihi araçlara veya süreçlere geri dönüş olarak da anlaşılabilir. Müzisyenlerin eski amplifikatörlerin ve enstrümanların cazibesini kullanmaları gibi, tasarımcılar da baştan aşağı dijital olan araç gereçlerle elde edemeyecekleri bir tür tasarımsal dürüstlük peşinde koşmaya başladılar. Müzikte “Retro” değil de “Vintage” olarak adlandırılan şeye edebiyat söz konusu olduğunda belki de en iyi yakışacak isim “Steampunk” olabilir. “Steampunk” ahşap ve pirinçten yapılmış buharlı motorların uzay gemilerini çalıştırdığı, hipermodern teknoloji ve Kraliçe Viktorya dönemi estetiğinin retro-fütüristik bir bileşim oluşturduğu bir akım. En üst düzey modern araçlar kullanarak geriye bakmaktansa, tarihsel araçlar geleceğe bakmak için kullanılıyorlar – yani şekil bozumuna uğratan nostaljik “kitsch” üretmek için yüksek



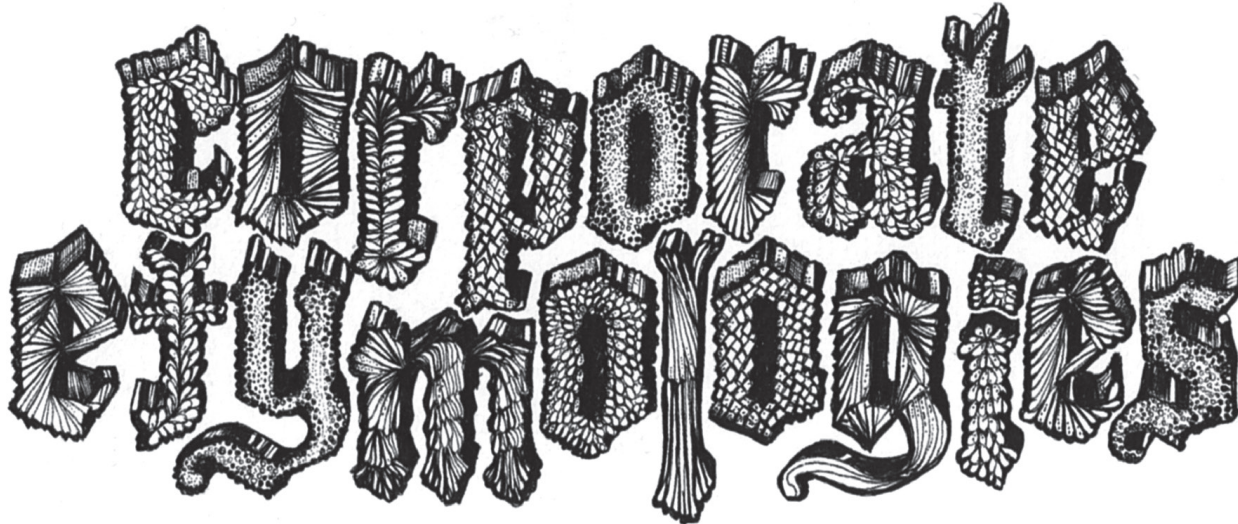
Kelime anlamıyla birebir yorumlanan markalama: Ateşte kızmış bir ütüyle sadece hayvanları markalamak değil, aynı zamanda kurumsal bir tasarım gerçekleştirmek de mümkün. Tıpkı Doublestandards Agency’nin Echtwald AG için yaptığı gibi. Hiç şüphesiz bunu elle yapmak, aynı etkiyi ekranda yaratmaktan çok daha kolay. Echtwald AG sanat koleksiyoncusu Thomas Grässlin’in bir projesi. Amacı odunları kereste yapmak için yeniden işlemek. Tobias Rehberger, Ina Weber ve Andreas Slominski gibi tanınmış sanatçılar tarafından da destekleniyor.

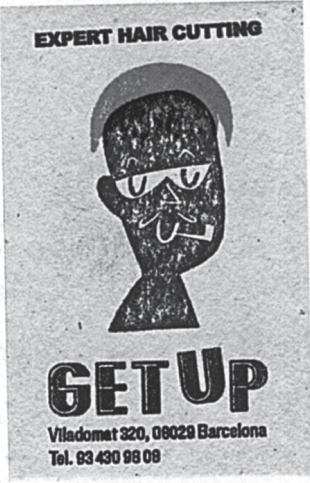
teknoloji kullanmaktan değil, sanayi devrimi sonrası öncülük ruhuna zemin oluşturan bir ilkel teknolojiden söz ediyoruz.

İlk bakışta bu tarzda üretilen eserlerin bir çoğunda bir patinaj faktörü gözleniyor, zanaatkâr kökenlerinden kurtulmaya çalışmıyorlar. Örneğin, New York’lu illüstrasyon sanatçısı ve

tasarımcı Jon Contino bilgisayarda renklendirdiği elle çizilmiş afişleriyle, bilerek ve isteyerek nostalji yaratmaya çalışıyor. Bazen 19. yy. geç dönem afiş resimlerine öykünüyor, bazen 1950’lerin naif reklamcılığına, sonra bir bakıyorsunuz çalışması son derece kaligrafik bir forma bürünmüş. Geçmişe yaptığı çoğunlukla ironik yolculuklarında, Contino bilgisayarı bir araç olarak kullanıyor ama tipografisinin görünümü sadece onun elyazısından doğmakta. “Kendi ellerimle bir şeyler yapmayı ve önümde duran şeyi tek başıma yarattığımı bilerek seyretmeyi seviyorum.” Avustralyalı Gemma O’Brien düz kaligrafi ve illüstrasyondan başka yerlere taşınalı çok olmuş. Diğer birçok genç tasarımcı gibi, tipografik sadakta bulduğu okları saf yürekli bir keşif sevdasıyla kullanıyor ve bunu yaparken çoğu zaman yeni ve taze bir yaklaşım keşfettiği de oluyor. Kültürel hatıralar, yarı unutulmuş ilham perileriyle

Avustralyalı Gemma O’Brien eski harflerin şekilleriyle deneyler yapmaktan hoşlanıyor – aşağıdaki logoyu New York Times dergisi için yaratmış.





İspanyol saç stilisti "Get Up"ın çok yönlü logosunun arkasındaki sır bir dizi basit ıstampadan ibaretti. Tasarımcılar ise Alexis Rome ve Claude Marzotto.

çağrışımsal oyunlar oynuyor ve geçmişe karşı çekimser kalmaya da hiç niyeti yok. "İlham almak istediğimde, basılı malzemeler her zaman internetten daha fazla ilgimi çekiyor. Bir bilgisayarın önünde oturmaktansa, bir sahafta kitap kapaklarına, eski dergilere ve kıvrır zıvır eşyalara bakarak saatlerimi geçirmeyi tercih ederim" diyor. İster kurşun harflerden bir harf tabancası yaratsın, ister ahşaptan font yapsın veya görünüşte gayet teklifsizce son derece karmaşık kelime yapıları çiziyor olsun, organik tasarım ve illüstratif zanaatkârlığa olan sevgisi tüm tasarımlarında kendisini belli ediyor: "Eskiz defterlerinde denemeler yapmayı seviyorum, bana yeni harf formları araştırma özgürlüğü tanıyor. Bir proje yönlendirmesinin kısıtlamaları olmaksızın, harfler çoğu zaman kendi keyiflerine göre gelişiveriyorlar." Ancak deneylerinin ticari yönüne şüpheli yaklaşır: "Sanat, tasarım ve moda dünyaları genelde eski tarz harflere kucak açıp, bunları çağdaş yazıtipleriyle birleştirirler de, logosunda Toskana fontu olan bir banka veya kuruluşa yakın zamanda rastlayacağımızdan şüpheliyim!"

Belki bir bankaya rastlamayız – ama aslına bakılırsa bu tür tasarımlar uzun zamandır gündelik kullanım için ciddi ürünler vermekte. Örneğin, Get Up adlı

saç stilisti için İspanyol-İtalyan menşeli Atelier Vostok'un yarattığı kurumsal tasarım, modüler bir ıstampadan geliştirilmiş: Alexis Rome ve Claude Marzotto bu kurumsal tasarıma getirdikleri yaklaşımı açıklarken "ekranın sınırlarını kırıp, fiziki malzeme kullanmak içimizden gelen bir dürtü" diyorlar. "Tipo baskısı, ıstampalar, şablonlar ve serigrafik baskı yaratıcı sürecimizde önemli ve gerekli bir rol oynarlar. Oyun oynamaya açık, ve bilgisayar yazılımlarında bulamadığımız türden görsel bir deney sahası sağlıyorlar." Geleneksel yöntemlerle çalışsalar da, orijinal kurallara nadiren bağlı kalıyor, farklı teknikleri tutarlı bir bütünde ve hem makul hem de işlevsel bir marka mimarisinde birleştirebilmek için bilgisayarın sağladığı esnekliği güveniyorlar. Doublestandards'ın Berlinli tasarımcıları iş markalamaya gelince, bu konsepti kelime anlamıyla birebir yorumlamışlar – elektrikle ısıtılan bir ütü kullanarak, kurumun tüm ahşap ürünlerini Echtwald AG ismiyle damgalamışlar. İster büyük markaların tercih ettiği ve çoğunlukla aşırı şık ve pürüzsüz kurumsal tasarım geleneğine karşı isyankâr ve devrimci bir duruş olarak, isterse bir ormanı restore etme fikrinin kusursuz bir görselleştirmesi olarak algılsın – ilkel markalama ütü teknolojisine

rağmen, ortaya çıkan sonucun görünümü eski moda olmaktan bir hayli uzak, aksine gayet açık ve net, neredeyse endüstriyel bir hava taşıyor ve kesinlikle son derece güncel bir görünümü var. Chris Rehberer az ve öz bir ifadeyle markalama ütüsünün karmaşık gelişimini ve son şeklini alana kadar yapılan çok sayıda deneyi bir çeşit Kendin-Yap uğraşı olarak tarif ediyor: "Vaktinizi neye harcayacağınızı zaten bilmiyorsanız, bilgisayar kullanmanın da pek bir anlamı olmayacaktır." Dahası, markalayan ütü etkisini bilgisayar kullanarak yaratmanın, elinize gerçek bir ütü alıp ahşap üzerine bastırmaktan daha az vakit alacağını düşünebilirsiniz. Fakat yanılıyor olursunuz. Bazen gerçek araçları kullanmak çok daha hızlı bir çözüm oluyor. Sonuçta vakit nakittir, öyle değil mi? – Hidden Charms grubunun 45'lik albümü "Cheap Cheap Cheap" de aynı şeyi ispatlıyor. Albümün bas gitaristi Duniel Niehaus Jamie Reid'in punk tarzını ödünç almış. İçindeki postere ulaşmak için, albümü saran ve üzeri şablon kullanılarak spreyle boyanmış pakete kâğıdını yırtmanız gerekiyor – "ucuz" ve "bir kerelik" arasında hassas bir denge kurulmuş. Bu denge grup için sadece bir Punk grubu olarak şöretleri ve inanılırlıkları açısından önem taşıyor. "Renkli

afişlere gerçekten de bütçemiz yetişmedi. Dolayısıyla Kendin-Yap yaklaşımı yapmacık bir üslup değil, ekonomik bir gereklilik. Amaç bir kapak ve bir afiş yaratmak için pahalı olmayan araçlar kullanmaktır. Sonuçta ortaya çıkan şey reklamcılarının ürettikleri parlak kuşe çöplerden çok daha iyi gözüküyor" diyerek konuya açıklık getiriyor Niehaus. Aynı zamanda grup, el yapımı şablon tipografisi ve gayri-ihtiyari spreyle boyama hataları sayesinde, "kullanılmaktan aşınmış" prefabrik dijital font yığınları ve yapay bir ucuzluk sergileyen "Grunge" görüntüsünden ayrı bir yerde durmayı başarıyor.

Sadece profesyoneller değil, üniversiteyi yeni bitirmiş, çiçeği burnunda ve umut vaat eden taze yetenekler de uzun zamandır Kendin-Yap sevdasına kapılmış durumdalar. Örneğin Sebastian Kohtz, bitirme tezi projesini tasarlamak için bir daktilo kullanmış ve ayrıntılara titizlikle dikkat etmiş. Bilgisayar olmaksızın çalışmak konusundaki görüşleri pragmatik: "Daktiloyu tercih etmemin sebebi teker teker her harfin görünümü ile alakalı – yanınızda kendinize ait bir baskı makineniz var gibi bir şey." Baskı fontunun monospace (sabit genişlikli) karakteri, Kohtz'un çok sayıda katmanı birbirinin üzerine bindirerek kodlu yazıtipi resimleri oluşturabilmesini sağlamış ve sonuçta tasarımcı elindeki aracın

Bir gözlemci olarak belli bir eserin ardındaki esin kaynağının tam olarak nereden geldiğini veya hangi tekniğin kullanıldığını kesin bir netlikle söyleyemediğiniz zaman, özellikle heyecan verici bir hal alıyor. Örneğin, “eski” ve “yeni”, dijital ve analog öğelerin bir eserde kaynaşması veya birbirine tezat giden parçalar olarak etkileşimleri gibi.

monotonluğundan ötürü şaşırtıcı bir güç kazanmış. Kohtz’un kitabı “Vago”ya bakan herhangi biri kendinize sınırlar belirlemenin ve daha sonra da bunların ötesine geçmenin nasıl çılgınca keyif veren bir şey olduğunu keşfedebilir. Bu sınırların ötesine geçme işinin en muazzam sonuçlarından bir tanesi ise “Nea Macchina”, Martin ve Thomas Poschauko’nun bitirme tezi projesi ve aynı zamanda 408 sayfalık bir kitap. Dört ay içinde, öğrenciler bir afişin 1000

farklı varyasyonunu üretmişler ve her varyasyonda afişin motifleri değişmeden kalmış. Üslupların, tekniklerin, dönemlerin içinden hızla geçmişler ve üslupların ruhsuzca kullanımları ile gelişmiş bir yetenek sarfedilerek kullanımları arasındaki farkı açıkça gösteriyorlar. “Tasarım ve sanat tarihinde örnek aldığımız kahramanlarımız veya çok sevdiğimiz üsluplar var ve bunlara şimdi “retro” deniyor. Ama bizim için en belirleyici olan şey, bu etkilerden yola çıkıp, bireysel, yeni, bize uyan ve çağdaş bir şey yaratma gayemizdi” diyor Martin Poschauko, yeni bir tasarımcı neslinin tipik temsilcisi olan bu 30 yaşındaki genci karakterize eden nefes kesici biçimsel yelpazeyi tarif etmeye çalışırken. Bu öyle bir nesil ki, bilgisayarı çok uzun zamandır son derece doğal bir araç olarak benimsemişler ve analog işler ile dijital işler arasında hiç bir fark gözetmiyorlar. Contino, O’Brien, Kohtz ve diğerleri gibi, ikizler de Illustrator programını kullanarak bir tasarıma başlayabilir, daha sonra elde çalışarak devam edebilir, ortaya çıkan sonucu yabancılaştırıp, tekrar tarayabilir ve bilgisayara geçirerek, üzerinde çalışmaya devam edebilirler. Yazılımlar da aynı şekilde deneysel şekillerde ama ustalıkla kullanılıyorlar. Yani “Steampunk Tasarım” dijital üretime karşı gelişen bir model değil, bilgisayar

kullanımının normalleştirilmesi gibi görülebilir. Nihayetinde bilgisayarlar 1980’ler ve 90’larda sahip olduğu özellikli konumlarını artık yitirdiler. Bugün gerçek iş süreçlerinin kaydedilebildiği ve daha rafine hale getirilebildiği bir montaj aracından daha fazlası ve veya daha azı değiller. Bu pürüzsüz geçiş sürecinde yöntemler arası farklılıklar da yavaş yavaş kaybolmakta. Geriye kalansa sadece sanat ve zanaat arasındaki yaratıcı esinlenme ve bu kaynak elde bulunan araçlardan şimdiye kadar olmadığı kadar fazlasıyla besleniyor. Poschauko’ya göre, “Bir gözlemci olarak belli bir eserin ardındaki esin kaynağının tam olarak nereden geldiğini veya hangi tekniğin kullanıldığını kesin bir netlikle söyleyemediğiniz zaman, özellikle heyecan verici bir hal alıyor. Örneğin, ‘eski’ ve ‘yeni’, dijital ve analog öğelerin bir eserde kaynaşması veya birbirine tezat giden parçalar olarak etkileşimleri gibi. Bir eser çok farklı çağrışımlara hizmet ettiğinde, bizim için canlanıyor, hayat buluyor: İşte o zaman, ‘retro’, veya ‘modern’, ‘dijital’ veya ‘analog’ gibi kategoriler ortadan kayboluyor. Hepsi birleşerek yeni bir şey yaratıyorlar.” ●

joncontino.com
forthe love of type.blogspot.com
alexisromestudio.eu
doublestandards.net
poschauko.de

Önemli olan tipografiyi nasıl öğrettiğimiz değil, nasıl öğrendiğimizdir

Dr. Shelley Gruendler
Communication Arts,
Temmuz/Ağustos 2010
Çeviri: Beril Tülü

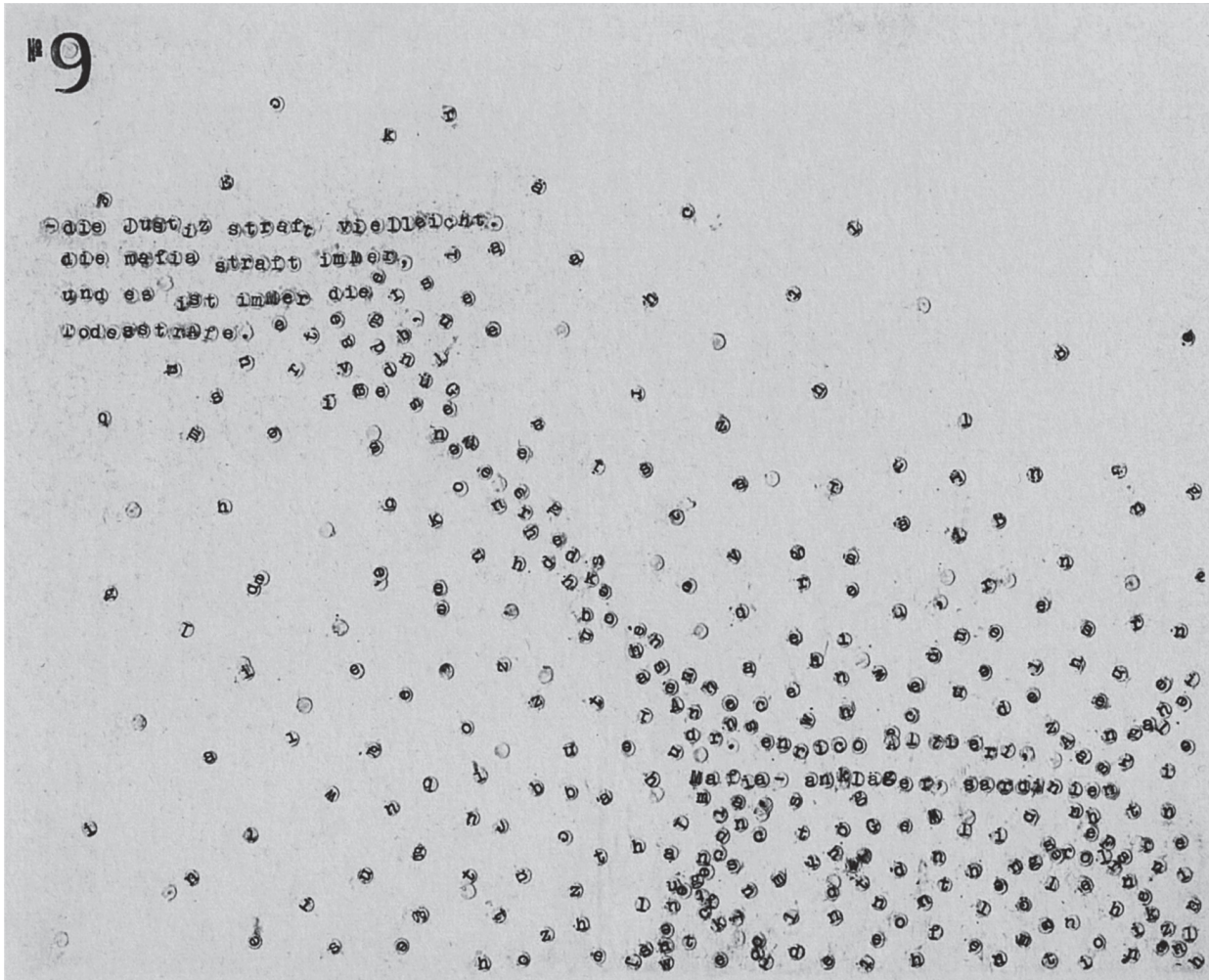
Bu derginin eski bir sayısında, benden Design Trends (Tasarım Trendleri) bölümünde bir sonraki tipograf kuşağı ve tipografisi ile ilgili bir yazı yazmam istendi ve itiraf etmeliyim ki gayet kötümser bir bakış açım vardı: Grafik tasarımcılar tipografi bilgilerini geliştirmeliler, çünkü ortada iyi yazıtiplerinden çok kötü yazıtipi örnekleri var. Çeşitli dillerde yayın yapan dergilerin artması ve çabuk değişen teknoloji ile tecrübe sayesinde oluşan farkındalık kaçınılmaz ve bu farkındalık asıl olarak eğitimle başlar. Tasarım ve ticaret okullarında sunulan sınırlı tipografik bilgiler öğrencilere zarar vermeye devam ediyor ve yazıtipi eğitiminde önemli bir değişiklik olmadıkça, gelecek iç karartıcı gözüküyor.

Bunu, meslektaşım Rod McDonald’ın *Applied Arts Magazine*’deki (Uygulamalı Sanat Dergisi) köşesinde tipografinin son 25 yılda ne kadar değiştiği üzerine olan yazısını okuyunca fark ettim. [Rod McDonald, *Applied Arts Magazine*, Sayı 25, Numara 1, “What’s Old Is New Again (Eski Olan Artık Yeni)”, sayfa 12.] Bu değişikliklere açgöz ama üzülmediğimiz nokta şu ki sektör ileri gittikçe verilen eğitimle aralarındaki fark büyüyor. Şaşırtıcı ama yeni kuşağa nasıl yardım edeceğimize karar vermemiz gerek. McDonald’ın düşüncesi çok özgün değil, ama hepimiz eğitimcileri ve eğitim merkezlerini, bu eğitim ve uygulama arasındaki uçuruma çözüm bulmaları konusunda teşvik etmeye çekiniyoruz. Bunu başarmak için, bütün tipografi öğretmenlerinin kendilerinin nasıl tipografiyi öğrendiklerini hatırlamalarını ve bu bilgileri ile tipografiyi öğretme değil, öğrenme üzerine yoğunlaşmalarını istiyorum.

1990’ların sonunda İngiltere’de ilk ders vermeye başladığımda, akıl hocam, mimar ve tasarım eğitimi uzmanı Dr. Michael Pause bana “Öğrendiğin gibi öğret, öğretildiğin gibi değil.” demişti. Öğrenmek isteyen kişilere nasıl yardımcı olabileceğimi düşünürken bunu duymak benim için olağanüstü yardımcı oldu.

Her zaman derim,

En iyi haliyle Monospace: Sebastian Kohtz’un mezuniyet projesi “Vago” (aşağıda bir parçası görülüyor) daktilo kullanırken ortaya çıkmış.



Akademik programlar, öğrencilere birçok bilgi sağlıyor; ama yine de bir tipografi öğrencisinin öğrenmesi gereken bir sürü bilgi ve tecrübe ya atlanıyor ya da sahip oldukları sınırlı zamana sığdırmak zor geliyor.

öğrencilerimden en sık aldığım soru “Tipografi öğrenmek neden bu kadar zor?” olur. Ben de espiyle yanıtlarım: “Çünkü gerçekten zor. Alışın!”. Ama aslında tam cevap bu değil. Öğrencilere söylemediğim şey, tipografiyi öğrenmenin zor olmasının sebebi aslında *öğretmesinin* zor olması. Şimdiki eğitim ortamımızın daha iyi çözümler ve seçenekler oluşturacak yeteri kadar zamanı, kaynağı ve nitelikli eğitmeni yok.

Hâlâ öğrencilerin modayı formüllerle öğrendikleri – trendleri anlamak yerine onları sadece takip etmeyi ve öğeleri işlevsel hiyerarşilerine göre değil de sadece düzenlemeyi öğrettikleri bir sürü eğitim merkezleri var. Sürekli öğrenci portfolyolarında, “ünlü” tipograflarla ilgili araştırmalar ve onların tarzlarında hazırlanmış bilgi sayfaları görüyorum. (Sizi, öğrencilerimi, temin ederim ki tasarım size ne kadar zor geliyorsa bana da bu parçaları portfolyonuzda görmek o kadar zor geliyor.) Tipografi öğrenenler için yapabileceğimizin en iyisinin bu olduğuna dair ciddi şüphelerim var. Bu öğrenenlerin daha fazla talepte bulunmasına ve eğitmenlerinden de bunu sağlamasına bağlı.

Şu anda Vancouver, Kanada’daki Langara College’da (Langara Üniversitesi’nde), Type Camp International (Uluslararası Yazı Kampı), Advanced Typography Program (İleri Tipografi Programı) ve Communication and Ideation Design (İletişim ve Kavrama Tasarımı) Sertifika Programlarında tipografi eğitimine bakışı değiştirmekle uğraşıyorum.

Üniversitedeyken, çok farklı bir öğrenci grubu olan yetişkinler için kariyer eğitimi ve akademik araştırmayı birleştiren bir program oluşturmaya davet edilmiştik. Şanslıydık ki, okul bize daha deneysel bir yaklaşım konusunda özgürlük tanıdı ve biz de bu değişik öğrencileri sektörün geleceğine hazırlayacak bir müfredat oluşturduk. Mezunlarımızdan tutarlı bir “görünüş” yaratmalarını beklemedik. Hatta hem düşünme

hem de yapma üzerine yoğunlaşan güçlü becerilerle seçici ve çeşitli öğrenme ortamları sağlamak için onlardan bunun tam tersini istedik.

Tipografinin, müfredatımızın en önemli derslerinden biri olacağına emindik ve gerekli yirmi dersten üçü tipografiydi ki bu günümüz okullarında görülmeyecek derecede yüksek bir rakam. Tipografi derslerimiz ne seçmeli ne de uzmanlığa yönelik; yazıtipi derslerimiz, öğrenciler için bugünün tasarım sektöründeki kilit faktörler olan iletişimin işlevselliği ve kullanıcı anlayışına bütünsel düşünmeyi uygulamak için önemli fırsattır. Sonucunda ise ortaya, yoğunlaştıkları tasarım kariyeri ne olursa olsun, içerik ve kullanım için güzel düşünceler üretebilen öğrenciler çıktı.

Bunun az rastlanır bir şey olduğunu biliyoruz, ama bir de biliyoruz ki tipografi iletişim tasarımı için fazlasıyla önemli ve içerdiği birçok beceri (organizasyon, gramer, hiyerarşi, okunabilirlik) sunduğumuz İnsan Faktörleri, Görsel Dil (Kognitif Teori), Reklam Tasarımı ve Bilgilendirme Tasarımı gibi derslerde de esas. Öğrenciler sadece hangi yazıtipini seçmeleri gerektiğini öğrenmiyorlar; doğru iletişim ve geleceği düşünerek tasarım yapmayı öğreniyorlar.

Programımız, tipografi öğretimindeki geleneksel ilerleyişini de değiştirdi. İlk tipografi dersi tipografik form ve dizgi konularını işliyor: kuralları ve gelenekleri incelemek ve anlamak; bakış açısını ve tipografik form ve uygulamaların inceleyişini genişletmek. Günümüzde birçok okul, dizgi üzerine daha yüksek seviye eğitimlerini ileriki derslere saklıyorlar. Onun yerine, biz bütün yeni başlayanların birçok uygulama ile yazının karmaşık yanlarını da bilmelerini istiyoruz. Tipografinin bilgisayar üzerinden demokratikleşmesiyle, artık başlangıç seviyesindeki öğrenciler bile yazıtipleri üretiyor (sadece yazı yazmanın ve kelimelerle işlem yapmanın ötesinde). Bu yüzden bizim de onlara tasarım eğitiminin erken safhalarından başlayarak bunu onlara nasıl daha iyi yapabileceklerini öğretmemiz gerekiyor.

İkinci seviye tipografi dersimiz deney yapmayı ve nelerin mümkün olduğunu göstermeyi işliyor. Öğrencileri öğrendikleri geleneklerin ötesine bakmaya ve görsel dil üzerinden iletişimi keşfetmeye teşvik ediyoruz. Işığı, objeleri, ağacı, metali, yani kâğıt ve yazıcı dışındaki her şeyi kullanıyorlar ve mümkün olanlar üzerinden hiyerarşiyi, ritmi, hareketi ve içeriği inceliyorlar, “olması

gereken” üzerinden değil. Bu dersin, başarı ve güzel projelerle ilgisi yok, tamamen potansiyel ve anlam ile ilgili.

Üçüncü seviye tipografi dersi, beş veya on yıl sonra bizce sektörün nerede olacağı ile ilgili. Ders, Latin dilleri olmayan iki dilli geniş yazı uygulamaları üzerine yoğunlaşıyor. Dergi veya kullanma kılavuzları, basılı veya dijital, farklı şekillerde uygulanması gereken dillerle, glifler yaratıyorlar. Taycadan Arapçaya, Koreceden Gujaratiye ve hatta Eskimo dilinden Japoncaya, işleri küresel anlamda gerçek bir uluslararası iletişim. Bu zor bir ders, ama projelerin sonucu hep bizim tahmin ettiğimizden çok daha iyi oluyor ve öğrencilerin sektörün geleceğine hazır olduklarına emin olabiliyoruz.

Daha ileri gitmek isteyen öğrenciler için, İleri Tipografi Programı’nda kitap tasarımı, tipografinin tarihi ve teorisi ve hatta yazıtipi tasarımı dersleri veriyoruz ve bu derslere talep sürekli olarak artıyor. Yüksek seviye tipografi dersleri için çok fazla istek alıyoruz, çünkü tipografi alanında mezunlara yönelik fazla seçenek yok ama biz onlara eğitim fırsatları sunuyoruz. Herhangi bir insan İleri Tipografi dersinde yapılanları kavrayamayabilir, ama umuyoruz ki dünyada görsel ve işitsel iletişimdeki gelişmeleri yakın zamanda göreceğiz.

Programımız çok yeni olduğu için, geri bildirimleri henüz mezun olan öğrencilerimizden alabiliyoruz. Bu ilerlemeden memnun olan öğrencilerin hep zorlandıkları ama sonucunda yenilikçi cevaplar bulduklarını biliyoruz. Mutlu olduğumuz nokta şu: Tipograf olmak istemeseler bile – ki birçoğu istemiyor, yine de tipografideki karmaşıklığı takdir ediyor, daha da önemlisi tipografiyi anlıyorlar.

Akademik programlar, öğrencilere birçok bilgi sağlıyor; ama yine de bir tipografi öğrencisinin öğrenmesi *gereken* bir sürü bilgi ve tecrübe ya atlanıyor ya da sahip oldukları sınırlı zamana sığdırmak zor geliyor. Birkaç yıl önce, ben, iki meslektaşım (Marian Bantjes ve Ross Mills) ve iki farklı Vancouver civarındaki okuldan üç eski öğrenci (Ryan Kearns, Easton West ve Anette Hanson), hem bölgedeki sınırlı eğitim imkânlarına katkı hem de neredeyse her yere yayılmış olan çok sıkıcı tipografi derslerinin yerine geçebilecek Type Camp International’ı (Uluslararası Yazı Kampı’nı) kurduk.

Yazı Kampı, tipografi öğrenmenin sınırlayıcı değil, özgürleştirici bir tecrübe ve belirlenmiş sonuçlardan çok, kişisel keşifle ilgili olduğuna inanır. Eğer

teslim tarihleri, notlar ve müşteriler var olmasaydı, deneyselleşme ve keşif öncelik olsaydı, yenilikçi ve eşsiz çözümler sayısız olurdu. Bir bilgisayar programının sanal ortamda, geleneksel “başarı” ölçütlerine ulaşmak için kendini özgürleştirmesi imkânsız olduğuna göre, bu boşluğu Yazı Kampı dolduruyor.

Eğitmenler konuya, mekâna ve temaya bağlı olarak kamptan kampa değişiyor. Her eğitmen her konuya, yazıtipi üreticilerinden yazıtipi tasarımcılarına, tipograflara kadar, başka bir bakış açısı getirir. Yazı Kampları farklı yerlerde olmasına rağmen hissettirdikleri tamamen aynı. Rome (2011’de gelecek) ile gezinti yaparken Imperial’ı inceleyebilir veya kalabalık Chennai’deki (2009) el boyamasıyla yapılmış işaretleri keşfedebilir, hatta Kanada’nın Pasifik Gulf Adalarındaki (2007, 2008, 2009) bir sahilde uzanabiliriz; her şeye rağmen, kamp inceleme ve çözümleme için elverişli bir ortamı koruyor.

Bugüne kadarki 50 Yazı Kampı katılımcımızın ispatladığı gibi, tipografi insanlar fikirlerini paylaştığı sürece her yerde öğrenilebilir. Eğer soruları, girişimleri, başarıları ve başarısızlıkları teşvik edersek, gerçek tipografik bilgi, her yerde gördüğümüz eğitim ve öğretimdeki “beni takip et” yönteminin önüne geçecektir.

Neyse ki, Vancouver’deki ve Uluslararası Yazı Kampı’ndaki eğitmenler, onlara öğretildiği gibi öğretmiyorlar. Hepimiz birbirimize öğrendiğimiz gibi daha da önemlisi, diğerlerinin öğrenmesini istediğimiz gibi öğretme konusunda yardımcı olmaya çalışıyoruz. Tipografik eğitime bu yeni yaklaşım, şaşırtıcı, karmaşık ve sürekli değişen tipografi sektörünün tam ihtiyacı olan şey. ●

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Yeşim Demir

Tasarım

Bülent Erkmen

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

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