

Yazılar:

G R A F İ K E R L E R M E S L E K K U R U L U Ş U

Tek bir tasarım her şeye uyduğunda

Steve Fisher*How, Eylül 2013*Çeviri: **Beril Tülü**

Duyarlı web tasarımı (responsive web design) esneklik gerektirir. Sürekli değişen bu dijital çağda, zeki ve interaktif bir eser üretmek için bilmeniz gerekenleri bu yazıda bulabilirsiniz.

2010’da, web değişti. Bu değişiklik büyük ihtimalle sadece 2010 ile sınırlı değil, ama o yıl Ethan Marcotte, ünlü “duyarlı web tasarımı” terimini ortaya çıkardı (www.alistapart.com/article/responsive-web-design). John Allsopp’un ondan yaklaşık on yıl önce “A Dao of Web Design” (Web Tasarımının Daosu) makalesinde ve diğer bir A List Apart yazısında “Tasarımcıların, basılı medyada kontrol sandıkları ve hatta internet medyasında da sahip olmayı istedikleri şey, aslında basitçe yazılı kâğıdın tasarımcıyı sınırlandırması. İnternetin böyle bir sınırlandırması olmadığı ve tasarım esnekliğini koruduğu için sevinmeliyiz” diyerek duyarlı web konusuna benzer bir konseptte değindiğini de bilmelisiniz.

Marcotte’un makalesi, sektörün çok önemli bir noktayı netleştirmesini sağladı: Web’in sabit bir genişliği yoktur ve hiçbir zaman böyle bir amacı olmadı. Bu değişim, bizim ortamımızı daha iyi anlamamızı ve onu nasıl tasarlayacağımızı öğrenmemizi sağladı.

Duyarlı tasarımın yükselişi

Beğenseniz de beğenmeseniz de, artık Photoshop’la dolu bir çağın sonrasında, tasarımlarımızın akıcı ve esnek olması gerektiği bir dönemdeyiz. Spesifik, sabit genişlikteki (örneğin, 1024×768)

çözünürlük için tasarım yaptığımız günler geride kaldı. Duyarlı web tasarımın yapı taşları akıcı gridler, esnek medya ve medya sorguları. Bunlar tasarımımızı şekillendirmemiz için bize gereken teknik parçalar, ama aslında bundan daha fazlası var: Bu farklı bir düşünme yolu.

Duyarlı web tasarımı, internetin “gelgitleri” için tasarım yapmak ve mükemmel pikseli tasarımların baskısından kurtulmakla ilgileniyor. Bütün cihazlarda karşılaşabileceğiniz her duruma uygun tasarım yapıyoruz. Herhangi bir cihaz veya durum için tasarım yaparken duyarlı tasarımın, kırılma noktalarıyla dolu tek bir HTML kaynağı sunduğunu hatırlamalıyız. Bu kırılma noktaları, içerik ve tasarım artık belirli bir boyutta – örneğin, geniş ekrandan küçük ekrana geçerken – işe yaramadığı ve sunum veya etkileşim yollarının değişmesinin gerektiği noktalar. Tasarım o noktalarda kırılır, bu yüzden biz de içerik ve mesajın hiyerarşisini korurken medya sorgularını kullanarak öğelerin yerini değiştiririz. Böylece, cihazlar arasında uyumlu bir deneyim ve ulaşılabilir içerik sağlayabiliriz.

İşte bu yüzden, duyarlı web tasarımı geleceğimizin büyük bir parçası. Sektörümüzdeki bu değişimin heyecanıyla ben, insanlara yardımcı olabilmek için duyarlı tasarım ve onun geliştirilmesi hakkında internet siteleri ve kaynaklar oluşturmaya başladım. Olasılıklar sınırsız olsa da, bu yeni duyarlı ortamı başarıyla tanımak ve duyarlı tasarım yapmak için bu anahtar noktaları ve süreçleri değerlendirmenizi öneririm.

Unutmayın: Bu ne yaptığınız veya nasıl yaptığınız ile ilgili değil, bu nedenin çözümlemesi ile ilgili. Buradan başlarsanız diğer her şeyin zaten peşinizden geleceğini göreceksiniz.

Başlangıç

Küçük ekranlar. Bu yıl mobil internet, masaüstü internetinden daha büyük hale gelecek. Herkesin ikinci sınıf vatandaş muamelesi gösterdiği mobil kullanıcılar parayı ellerinde bulunduran

çoğunluk haline gelecek. Bence internet siteleri küçük ekranları, yani önce düşük bant aralığını düşünerek tasarlanmalı. Bu işin özüne inmeyi gerektiriyor: Asıl ne ile iletişim kurmaya çalışıyorsunuz? Öncelikleriniz neler?

Duyarlı bir süreç, uyumludur.

Şunu hayal edin: Ofisinizde masanızın başında yerel hükümetin internet sitesinde birkaç bilgi arıyorsunuz. Belki sadece evinizin vergisi neden yükseldi onun cevabını arıyorsunuz. Sonra ofisten çıkıp eve gitmek için trene biniyorsunuz. iPhone’nunuzu çıkarıp aynı siteye girmeye çalışıyorsunuz ama karşınıza sadeleştirilmiş bir “mobil” versiyonu çıkıyor. Hükümet bunu iyi niyetle yapmış olsa bile internet sitelerini sizin, yani kullanıcılar için ulaşılmaz hale getirmiştir.

Birden fazla cihaza sahip olan kişilerin %90’ı, bir işe bir cihazda başlayıp o işi başka bir cihazda bitiriyor. Kullanıcıların, tüm içeriğe ulaşmaya ve uyumlu bir tecrübe yaşamaya ihtiyaçları var. Eğer bu olmazsa siz tasarımı iyi yapamamışsınız demektir ve kullanıcının güvenini kaybedersiniz. Ama umudunuzu kaybetmeyin. Biz tasarımcılar olarak bir web tasarımına, duyarlı bakış açısıyla yaklaştığımız zaman çoğu cihaz için tasarım yapılabilir ve bu sayede kullanıcılarımızın güvenini kazanabiliriz.

Keşif süreci

Bir başlangıç yapın ve proje sözleşmesi oluşturun. Her projede, kiminle çalıştığınızı ve o kişilerin rollerini ve beklentilerini bilmek istersiniz. Bu, tüm proje ve takım ilişkileri için bir temel oluşturmanızı sağlar. Tabi ki bu bir sözleşme ve iş, ama aynı zamanda bu karşındakini anlamakla da ilgili. Herkes kendini aynı takımda görebilmeli. Bu müşteriye karşı satıcı ya da müşteri ve satıcı birlikteliğiyle ilgili değil; proje takımıyla ilgili. Hepimiz bu işin içindeyiz.

Araştırma yapın. Bir tasarımcı olarak amacınızı, ne yaptığınızı ve çalıştığınız insanlarla sizi neyin bağladığını bilmeniz önemli. Takım olarak ortak bir vizyonun, fırsatların ve amaçların etrafında toplandığımızda doğru yoldayız demektir. Tasarımcılar, müşterilerin problemlerini çözmek için yeni bakış açıları ve yeni yaklaşımlar sunar. Bilgi toplamak ve hareket etmekten kavramaya geçmenize yardımcı olur – ve sonuç olarak doğru karar vermenize.

İçerik stratejisi planlayın.

Basitçe, içerik stratejisi sizin içeriği

nasil yaratacağınız, ileteceğiniz, koruyacağınız ve idare edeceğinizi gösteren bir plandır. İnternet sitesi içeriği olmadan bir kara deliğe benzer – bu yüzden planınızı bir an önce düşünmeye başlayın ve sıkça aklınıza getirin.

Bunu yapmak için, yayımcılığın webde nasıl işlediğine dair yeni bir bakış açısı edinin. Bu ortama uyum sağlamak için değişen araçları ve altta yatan süreçleri iyi bilmelisiniz. İçerik – tasarımcının mesajı – karar verme sürecini yönetir. Bu içeriğin, duyarlı bir dünyanın değişen öğelerinde nasıl yaşayacağını düşünmekle ilgili. Tasarımınız bir telefonda, televizyonda, masaüstü bilgisayarında, billboardda, Tony Stark’ın elinde – her yerde – yaşayabilir. Üst verinin, yani verinin verisinin bu küçük parçaları, tasarımcıya kendi amacını ve onun küçük detaylarını açıklar; içerik parçalarını birleştirir.

Stratejik bir yön seçin.

Problemin ortaya saçıldığı asıl yer işte burası. Herkes önünde açık bir yol görene kadar, problemi göz önüne serip nedir ve nedendirlerini incelemeli. Bu stratejik yön sizin en iyi arkadaşınız. Çözümlere, fırsatlara ve tecrübelerle giden bir yol haritası. Bu, keşif sürecinin bir sentezi ve gelecekteki tüm kararlarınızın rehberi.

Bu stratejik yönün içinde çok önemli bir belge var: User-Experience Vision (Kullanıcı Deneyimi Vizyonu). Bu proje vizyonunu (neden), tasarım ilkelerini (nasıl) ve proje amaçlarını (neden) düzenler. Projenin kalanında verilen her kararda, bu belge doğru yolda kalmanızı sağlar.

Tasarım süreci

Kullanıcı deneyimi taslağı.

Fikirlerinizi beraber hızlıca yazabilmek iyidir. Bu belirli bir ortamda olmak zorunda değil, ama kurşun kalem ve kâğıtta farklı bir şey var. Buradaki amaç fikirleri hızlıca ve tekrarlanabilecek şekilde kâğıda dökmektir. Bunlar kapsamlı taslaklar değildir – duyarlı bir projenin uygulaması böyle olmaz. Duyarlı bir tasarım sadece kırılma noktalarından ibaret değildir – bu yüzden hemen tarayıcıya geçiyoruz.

Sayfa tabloları ve içerik modelleri.

İçeriği, düzen içinde düşünmekten vazgeçin. Sektör olarak, tasarımcılar müşterilerimize (bazen kendilerine de) içeriği bu şartlar altında düşünmeyi öğrettiler. Örneğin “kenar çubuğuna koy” şeklinde yönlendirilebiliriz. Bu, o yaklaşımı değiştirmek için bir fırsat. Bu yerleşimle ilgili değil, öncelikle ilgili.

Kendinize sorun: Kullanıcı için en önemli içerik ne? Bu sorunun

cevabı sizi düzen ve yapının nasıl olacağına yönlendirecek. Ortama göre sayfa düzeni değişebileceğinden, geniş ekranda “kenar çubuğunda” bulunan bir bilgi küçük ekranda başka bir yerde bulunabilir. Sayfa tabloları ve içerik modelleri, size içerik parçalarının önceliklerini ve birbiriyle ilişkilerini anlamamanız konusunda yardımcı olur. Bu sayede iyi yapılandırılmış bir içerik her cihazda ve her ortamda (baskı, radyo, televizyon, web, uygulama) yaşayabilir.

Etkileşim tasarımı. Bu nokta, son yıllarda benim iş akışımın değiştiği ve müşterilerimin “işte” dediği yer. Artık durgun “wireframe” hazırlamıyorum, çünkü duyarlı tasarımı durgun bir şekilde göstermek mümkün değil. Tarayıcıda duyarlı web tasarımlarını gösterirken kalıpları ve sistemleri tekrar tekrar kullanmayı seviyorum. Bazen sıfırdan kendi sistemimle çalışıyorum, ama çoğu zaman Bootstrap (twitter.github.io/bootstrap) veya Zurb’s Foundation (foundation.zurb.com) gibi hızlı duyarlı prototip çerçeveler kullanmak hoşuma gidiyor. Ben Foundation’a daha yakınım, çünkü o benim iş akışımla daha uyumlu ve mobil tasarıma öncelik veriyor.

Görsel tasarım. Belirli bir cihaz için tasarım yapmıyorsanız, cihazları düşünmeyi bırakıp deneyimler hakkında düşünmeye başlamalısınız. Bahsedeceğim teknikler tasarımcıların, cihazlara yabancı kalırken (bir noktaya kadar) tecrübelerini sanatsallaştırmalarına yardımcı olacak.

Bir yön belirlemek ve onu hemen tekrarlamak için Style Tiles’ı (www.styletil.es) kullanın. Style Tiles, tasarımcının belirli bir hedefe yönelmeden tasarım sistemini oturtmasını sağlıyor. Kısa zaman önce, tasarımcıların hiçbir cihazda, sayfa düzeni sıkıntısı yaşamadan, tasarımla ilgili kararlarını hızlandıran Interactive Style Tiles adlı yeni bir tarayıcı versiyonu yayımladım.

Tarayıcının içinde. Tarayıcıda her şeyin bir araya gelmesi gerekir. Burası kullanıcı-arayüzü tasarımının hayata geçtiği yer. Gerçek içeriğin görsel öğelerle nasıl etkileştiğini görmek çok önemli ve bunu durgun bir biçimde görmek zor. Tasarımın doğal ortamına nasıl tepki vereceğini ortaya çıkarmalısınız. Bütün cihazlar için 1300 parça tasarlamakta olduğunuzu düşünün. Güzel bir şey değil. Tasarımınızın büyüyüp tarayıcının içinde yaşadığını görmek sizin de onun işe yarayıp yaramayacağını test etmenizi sağlar.

Dengeleyen sanat. Tarayıcı içi prototipler ile Photoshop gibi durgun modelle oluşturulmuş programlar arasında bir akış vardır. Tasarım sisteminin bir akışkanlık ve doğallık içinde olması için bir denge yaratmalısınız. Bu denge Photoshop’ta olabilir, ama bir tasarımcının tarayıcıyla da yaratıcı düşünebilmeyi öğrenmesi gerek.

Tasarım, sanat değildir. Tasarım problem çözmektir; bir şeye bakıp “neden?” diye sormaktır. İyi bir tasarım “neden” ve “nasıl” sorularıyla meşguldür, ama harika bir tasarım “neden” sorusunu sorarak başlar. “Neden” sorusuyla keşif, her ortamda olabilir. Tasarımcıların kalemleriyle, eskizleriyle, Photoshop’la, kodlarla – her şeyle, her ortamda – birer düşünür olması gerekir, ancak biz ayrıca bir probleme çözüm yaratmalıyız. Sürecin bu kısmının daha pürüzsüz olması için Adobe Reflow gibi yeni araçlar var artık.

Stil rehberi ve desen kütüphanesi. Gerçek bir tasarım sistemi yaratmak için tüm tasarım kararlarınızı belgelememiz gerekli. Duyarlı bir proje için en iyi yol, interaktif bir stil rehberi ve desen kütüphanesinden geçer. Ben de, herkesin duyarlı sayfa düzenlerini ve desenlerini, amaçlarını ve her desen için kodlarını ve rehberlerini rahatça belgeleyebilmesine yardımcı olmak için yeni açık kaynaklı bir Wordpress içeriği hazırladım (www.hellofisher.com).

Geliştirme süreci
İçerik yönetim sistemi oluşturmak. Hiçbir sistem mükemmel değildir. Eğer bir içerik yönetim sistemi kullanıyorsanız onun zayıf ve güçlü olduğu noktaları öğrenin. Benim en sevdiğimlerden biri açık kaynaklı platform olan Drupal, çünkü parça parça içerikleri birleştirmek için çok uygun. Ama Drupel bile her şeyi başaramıyor. Bir tasarımcı olarak, tasarımınızın ve içeriğinin yaşayacağı yeri anlamak risklerinizi en aza indirir.

Cihaz denemesi. Eskiden tasarımcılar, tasarımları denemek ve Internet Explorer 6 ile çalışıp çalışmadığına bakmak zorunda olduklarından şikâyet ederlerdi. Ah, o eski günler. Artık yüzlerce farklı cihazla ve bir sürü tarayıcıyla, çözünürlükle, işletim sistemiyle ve deneyimle, bu iş yükü çok arttı. İyi haber ise tasarımcılara duyarlı web tasarımı yapmaları için yardımcı olacak birçok araç ve standart da beraberinde geldi. Doğrusu şu ki, eğer standartlara uygun çalışırsanız tasarımınız birçok cihazda çalışır, ama yine de onu denemeniz önemli – mümkün olan her zamanda onu farklı gerçek cihazlarda

denemelisiniz. Bu konuda Adobe Edge gibi araçlar size yardımcı olabilir.

İçerik göçü. Şu kadar basit: İçeriği eski siteden yeni siteye alacak bir planınız olsun. Bu zaman alacak bir iş, o yüzden bütçenizi buna göre ayarladığınıza emin olun.

Kullanıcı kabul testi. Eğer taşındıysanız mutfak eşyalarını yerleştirmek ne kadar zordur bilirsiniz. Eski evinizde tabakları koyduğunuz yer bellidir, ama şimdi yeni evde onları en iyi nerede saklayabileceğinizi bulmak zorundasınızdır. Bir web projesinde bu, kullanıcı kabul testi olarak bilinir. İçeriği oluşturanlar ve internet sitesi sahipleri bir araya gelip yeni siteyi test etmelidir; her şeyin nasıl işlediğini ve beklentilerini karşılayıp karşılamadığını ölçmelidirler. Bazen bir sürprizle veya ikilemle karşılaşsınız, ama bu başarısızlık anlamına gelmemeli. Tersine, bu siteyi yayına sokmadan önce düzeltme fırsatı anlamına gelir. Sonuçta, bu projeyle uzun vadede yaşayacak olanlar içeriğin ve sitenin sahipleri olacak.

İşletim planının başlangıcı.

Dur, bir adım daha mı var? Siteyi daha yeni yayınlamamış mıydık? Birçok şirketin sitelerini yayınlayıp sonra bir daha ilgilenmediklerini biliyorum. Tabi, yayınlamak projede çok büyük bir adım, ama bu sadece sitenin doğuşu. Bu yeni eser yıllarca yaşayacak ve içeriği oluşturanlar, kullanıcılarla bu yaşayan ve nefes alan site üzerinden iletişim kuracak. Tasarım sisteminizle bağlantıda kalmak ve müşterilerinizin sitenin bakımı ve büyümesi için nelerin gerekli olduğunu anlamasını sağlamak hem faydalı hem gereklidir. İnternet geleceğin en iyi iletişim ve hizmet ulaştırma platformu, bu yüzden şirketlerin siteyi yayınladıktan sonra ondan uzaklaşmalarına izin vermeyin. Hem bu sayede, onların tasarım sistemini geliştirmek için çok büyük bir fırsata sahip olursunuz.

Duyarlı tasarım her şeyi kapsar. Öncelikli içerik ve düşünceli etkileşimler, etkin strateji ve sonuçlar doğurur. Küçük ekranlarla ve düşük bant genişliğiyle başlayın ve duyarlı tasarımınızı zamanla geliştirin. Duyarlı web tasarımının gerçek dönüşlü yapısını benimsemek için akıcı gridler, esnek görüntüler ve medya sorguları kullanarak temeli oluşturun. Ve insanlar için tasarım yaptığınızı sakın unutmayın. İnternet, insanları insanlara bağlamaktan ibaret, hangi cihazda olursa olsun. ●

Düzeltili

Yurdaer Altıntaş

Derneğimizin “Yazılar” adlı yayınının Ağustos 2013, sayı: 131’de Sait Maden (I) başlıklı röportajdaki 1968’de kurulan Grafik Sanatçılar Derneği ile ilgili olarak Sait Bey’in verdiği bilgiler hakkında.

Grafik Tasarım ile ilgili hiç önemsemediğimiz bazı küçük bilgiler bile yeri geldiğinde önem kazanıyor. Özellikle başka yayınlara ve tez konularına veri olabiliyor. Benzer nedenlerle uğraş verdiğimiz alanda her bireyin bilgi aktarma ya da varsa yanlış bilgileri düzeltme sorumluluğu olduğuna ve doğruyu bulmak amacı ile birbirimizi uyarmak gerektiğine inanıyorum. Örneğin yıllardır afiş konusu ile ilgili yazılarda Natık Soyeren ismi geçer durur. Selçuk Önal ve Mesut Manioğlu’nun bana anlattıklarına göre yetenekli öğrenciymiş ve şizofren olduğu için deli Natık diye anılmış hatta yaptığı film afişi beğenilmeyince işverenin kafasına geçirivermiş. Genç yaşta vefat etmiş. İyi güzel de yaklaşık 70 yıl öncesinden bu yana hiçbir yerde kendisi ile ilgili bir bilgiye ya da çalışmasına rastlamadık. Yıllardır bir Natık’tır gidiyor ve Natık artık neredeyse bir efsane. Derdimiz ne? Başka biçimde de olsa benzer bir yaklaşım Attila Bayraktar için de geçerli. 1958’de Paris’e gittikten sonra tamamen resme yönelen birlikte okuduğum arkadaşımın aynı kuşaktan olmamıza karşın bazı yayınlarda ismi bizlerden önceki kuşaklarla beraber anıldığından hep o dönemlerin kişisi olarak düşünölmüş ve ilgili pek çok kişinin yanılmasına neden olmuştur. Yıllar önce ansiklopedilerdeki afiş maddelerinde hep ressam Salih Acar ismi geçerci. Birileri konu açıldığında bazı isimleri sıralıyor birileri de araştırıp ince eleyip sık dokumadan bu isimleri kayda geçiriyor. Yani tam anlamıyla delinin biri kuyuya bir taş atıyor çıkarabilersen çıkar. Önceki yıllarda yayımlanan İhap Hulusi Bey’le ilgili bir kitapta benim yapmış olduğum Rabak kuruluşuna ait amblem İhap Bey’in çalışması olarak basılmıştı, nedeni sadece dikkatsizlik olsa gerek. Sanırım Rabak için hazırlanan broşür kapağına İhap Bey bir illüstrasyon yapmış ve kapağa kuruluşun amblemi de basılmış. Araştırmacı, amblemin başkasına ait olabileceğini nedense düşünmemiş kaldı ki iyi bir göz böyle bir çalışmanın İhap Bey’e ait olamayacağını hemen fark eder en azından kuşku duyar. Başka bir

Gebrauchsgraphik International Advertising Art Graphisme Publicitaire

Schriftleitung

8 München 2, 17. Dezember 1964

Herrn
Yurdaer Altintas
Valde Cesmesi, Spor. cadd.
Nil Apt. no. 114/1
Istanbul - Besiktas
Türkei

Luftpost

Sehr geehrter Herr Altintas,
wir danken Ihnen für Ihren Brief vom 4.11. und die Sendung, die Sie uns durch Herrn Zielinski überbringen ließen, und haben Ihre Arbeitsunterlagen inzwischen einer sehr sorgfältigen Prüfung unterzogen. Das Ergebnis derselben ist sehr positiv, denn wir können Ihnen die erfreuliche Mitteilung machen, daß wir eine Auswahl Ihrer besten Arbeiten in einem der nächsten Hefte unserer Zeitschrift zeigen wollen. Allerdings können wir im Augenblick noch nicht einen ganz genauen Termin nennen, doch werden wir Sie rechtzeitig darüber unterrichten. Wir sind sehr erfreut, zum ersten Mal einen türkischen Künstler in unserer Zeitschrift zeigen zu können.

Aus einem besonderen Grunde interessieren wir uns dabei für Ihre Theaterplakate. Ganz abgesehen davon, daß wir eine Reihe derselben im Rahmen Ihrer Veröffentlichung zeigen wollen, können wir Ihnen mitteilen, daß wir zurzeit eine große internationale Ausstellung von Theater- und Ballettplakaten (nicht Filmplakaten) hier in München vorbereiten. Wir möchten bei dieser Gelegenheit auch die von Ihnen entworfenen Theaterplakate zeigen, unter der Voraussetzung allerdings, daß diese auch tatsächlich gedruckt und praktisch verwandt worden sind. Wäre es Ihnen nun möglich, uns von diesen Plakaten schon recht bald Drucke für diese Ausstellung zur Verfügung zu stellen?

Da Sie uns schreiben, daß es eine größere Anzahl von guten türkischen Grafikern gibt, von denen man vielleicht Anzeigen in unserer Zeitschrift vorführen könnten, teilen wir Ihnen mit, daß wir gern bereit sind, eine Kollektivpublikation in Aussicht zu nehmen, in der wir die besten Arbeiten einer größeren Anzahl Ihrer Kollegen zeigen könnten. Haben Sie nun Zeit und Lust, sich der Mühe zu unterziehen und von Ihren Kollegen die besten Arbeitsproben aus den letzten Jahren zu sammeln und uns zunächst einmal zur Einsichtnahme für eine solche Publikation zur Verfügung zu stellen?

Wir erwarten hierüber gern Ihre Rückäußerung und benutzen gleichzeitig die Gelegenheit, um Ihnen für die bevorstehenden Weihnachtstage und das neue Jahr 1965 alles Gute zu wünschen.

Mit den besten Empfehlungen

(Dr. Eberhard Hölscher)

8 München 2 Nymphenburger Str. 86 Telefon 62911

8 Münih 2, 17, Aralık 1964

Sayın Altıntaş,

4-11 tarihli mektubunuz ve Bay Zieluiski eliyle yolladığınız gönderi için çok teşekkür ederiz. Gönderideki dokümanları çok özenle inceledik. Sonuç son derece pozitif oldu. Dergimizin gelecek sayılarında en iyi çalışmalarınız arasından yapacağımız bir seçkiye yer vermek istediğimizi, sevinçle bildirmek isterim. Ancak henüz kesin bir tarih vermemiz mümkün değil, kesinleştiğinde sizi ivedilikle haberdar edeceğiz. Dergimizde ilk defa bir Türk sanatçıya yer vermekten dolayı, çok mutluyuz.

Özel bir nedenden dolayı bilhassa tiyatro afişlerinizle ilgilenmekteyiz. Dergimizde yayınlanacak olmalarının dışında, bu afişlerinizden seçeceğimiz bazılarına, şu sıralar Münih'te hazırlamakta olduğumuz, tiyatro ve bale afişlerinden (film afişleri hariç) oluşan büyük bir uluslararası sergide, yer vermek istiyoruz. Ancak seçilecek afişlerin sergilenebilmesi için, mutlaka basılmış olması gerekmektedir. Sergileme için, bu özelliğe uygun afişlerinizden, yakın bir zamanda yollamanız mümkün olabilir mi ?

Bize yazdığınız mektubunuzda, dergimizde çalışmalarına yer verebileceğimiz çok sayıda değerli Türk tasarımcı olduğunu belirtmişsiniz. Bu bağlamda, çok sayıda meslektaşınızın en iyi işlerinin yer alacağı, kolektif bir yayın yapmaya memnuniyetle hazır olduğumuzu ifade etmek isterim. Zamanınız ve enerjiniz varsa, bu tasarımcıların son dönem işlerinden en iyi örnekleri seçme zahmetinde bulunup, bize yollayabilir misiniz? Böylece biz de, yayın için ayıracaklarımız konusunda bir ön inceleme yapabiliriz. Cevabınız üzerine, harekete geçeceğiz.

b.w.

Dr. Eberhard Hölscher

1964 yılındaki mektup ve Türkçesi. Çeviri: Dilek Bektaş.

YAZILAR HAZİRAN 2014 SAYI 141

örnek; araştırma görevlisi arkadaşım internette araştırma yaparken Ziraat Bankası'nın ambleminin olduğu sayfada İhap Bey'in büyükçe fotoğrafının altında "Ziraat Bankası ambleminin tasarımcısı rahmetli İhap Hulusi Görey'i saygıyla anıyoruz" yazısını görünce şaşırdım kaldım. Oysa sanırım 60'lı yılların başlarında banka bir amblem yarışması açmış benim de katılıp kazanamadığım yarışmanın sonucunda Ayhan Akalp'in bankanın günümüzde de kullandığı çalışması seçilmişti. Vahim olan derinlemesine araştırma zahmetine girmeyen kişiler tarafından bu yanlış verileri kullanarak ve herkesin birbirlerinden

alarak yanlışların sürdürülmesi ve giderek yerleşme tehlikesinin olmasıdır.

Oldukça çok olan benzer yanlışlar nedeniyle Sait Bey'le yapılan röportajdaki bilgilerin doğrusunu aktarma sorumluluğunu taşımaktayım. Keşke, Grafik Tasarım Dergisi'nde de daha önceki yıllarda yayımlanmış bu röportajı fark edip sağlığında Sait Bey'le bu konuyu görüşebilseydim. 131 no'lu yayının 2. sayfasının 4. sütununda röportajı yapan kişinin, 1968 yılında Grafik Sanatçılar Derneği'nin kuruluşuyla ilgili sorusunun cevabında Sait Bey derneğin ilk etkinliği olarak Almanya'da

Gebrauchsgraphik International Advertising Art Graphisme Publicitaire

Schriftleitung

8 München 2, den 25.Oktober 1966

Herrn
Yurdaer ALTINTAS
Valde Cesmesi, Spor Cad.Nil Apt.114/1
Besiktas - ISTANBUL / TÜRKEI

Sehr geehrter Herr Altintas !

Ich bin gestern aus meinem Urlaub zurückgekehrt und finde Ihren Brief vom 7.Oktober vor, für den ich Ihnen verbindlichst danke. Inzwischen sind auch die von Ihnen avisierten Arbeiten eingegangen und von meinem künstlerischen Mitarbeiter überprüft worden. Ich habe die Arbeiten selbst noch nicht gesehen, aber er hat mir mitgeteilt, daß sie gut wären und daß wir daraus eine schöne Publikation zusammenbauen werden. Ich fühle mich verpflichtet, Ihnen ganz besonders für diese Sendung zu danken und bin erfreut, daß ich erstmalig einen Gesamtüberblick über das Schaffen in der Türkei bringen kann. Da ich für diese Veröffentlichung auch einen Begleittext benötige erlaube ich mir die Anfrage, ob Sie gegebenenfalls bereit wären, einen solchen Text zu verfassen, er braucht nicht sehr lang zu sein und ich würde Ihnen, so bald das Layout vorliegt, mitteilen, wie viel Schreibmaschinenzellen in Frage kommen. Bitte teilen Sie mir recht bald mit, wie Sie sich zu meiner Anregung stellen, da ich im Falle Ihrer Ablehnung einen anderen literarischen Mitarbeiter damit betrauen würde.

Mit den besten Empfehlungen !

Ihr

(Dr.Eberhard Hölscher)

8 München 2 Nymphenburger Str.86 Telefon 62911

8 Münih 2, 25 Ekim 1966

Sayın Altıntaş,

Dün, 7 Ekim'de tatilden döndüğümde, göndermiş olduğunuz mektubu buldum, teşekkür ederim. Bu arada bize bildirmiş olduğunuz çalışmalar, sanat danışmanım tarafından incelendi ve değerlendirildi. Bana bu örneklerin iyi olduğunu ve güzel bir yayın oluşturabileceğimizi söyledi. Yolladıklarınız için özellikle teşekkür ediyorum ve ilk defa Türkiye'deki üretim konusunda genel bir bakış oluşturacakları için çok seviniyorum.

Ancak bu örneklerle birlikte bir metin de olması gerektiği için, çok uzun olmayacak bu metni sizin kaleme almanız mümkün olabilir mi, diye sormak istiyorum. Bu teklifime kısa zamanda bir cevap yazmanızı rica ediyorum. Çünkü cevabınızın olumsuz olması durumunda, metin için başka bir kişiye müracaat etmem gerekecek.

En iyi dileklerle

Dr.Eberhard Hölscher

1966 yılındaki mektup ve Türkçesi. Çeviri: Dilek Bektaş.

yayımlanan Gebrauchsgaphik (bugünkü adı Novum) dergisine bazı tasarımcı arkadaşların çalışmalarının gönderildiğini ve bu çalışmaların 1967 yılının Şubat sayısında dergide yayınlandığını söylüyor. Röportajı yapan kişi de, nasıl oluyor da 1968 yılında kurulan bir derneğin ilk etkinliğinin 1967 yılında yapıldığını sormuyor. Bülent Erkmen’in benimle yaptığı söyleşide bu konuda bilgi aktarmış ve söyleşi Ali Akdamar yönetimindeki “Grafik Sanatı” dergisinin 1987 yılındaki 13. sayısında basılmış 32. sayfasında da konuya ait bilgi yer almıştı. Sanırım Sait Bey o söyleşiyi görmemiş ya da derneğin kuruluşu ile ilgili gelişmeleri unutmuş olsa gerek. Söz konusu yayın fikri örnekteki yazışmalardan da anlaşılacağı gibi çok önceki yıllara ait. Aslında kurmayı düşündüğüm derneğin temelini oluşturmak amacı ile söz konusu dergi ile 1964’lü yıllardan itibaren yazışmalara başlamıştım. 1965 yılında benim çalışmalarım dergide yayınlandıktan ve Türk tasarımcılarının çalışmalarını yayımlayabilecekleri bilgisi kesinleştikten sonra bazı arkadaşlarla toplantı yapma kararı almıştım. Şahsen hiç tanışmadığım Sait Bey’in Çağaloğlu’ndaki bürosuna gidip kendimi tanıtarak çağrıda bulunmuş ve çağrımı kabul eden Mesut Manioğlu, Selçuk Önal, Ahmet Güleriyüz ve (pek emin değilim ama) Fikret Akgün’le birlikte o zamanlar oturduğum Valideçeşme’deki Nil Apartmanı’nda yaptığımız birkaç toplantı sonucunda arkadaşlarımın çalışmalarını özgeçmişleriyle beraber dergiye göndermiştim. Belleğimde yanlış kalmadıysa çalışmalar dergide basıldıktan sonra yaptığımız son toplantıda dernek kurma konusunu açmıştım.

Sait Bey’in derneğin ikinci etkinliği olarak belirttiği Çekoslovakya ve Polonya’daki bienallere arkadaşlarımızın katılmasında derneğin hiçbir katkısı olduğunu sanmıyorum. Bu konuya da Bülent Erkmen’in söyleşisinde değinmiştim. Varşova Afiş Bienali’nden bana yapılan çağrıdan sonra gerekli bilgileri ulaştırdığım arkadaşlardan 1966 yılındaki bienale Turgay Betil, Mengü Ertel, Ahmet Güleriyüz, Erkal Yavi, 1968 yılındaki bienale ise Mengü Ertel, Mesut Manioğlu, Turgay Betil, Erkal Yavi, Fikret Akgün katılmıştık. Bienallere ilk katılımlar sırasında kurulmuş bir dernek falan da yoktu. Zaten 1968’de kurulan ve ömrü bir iki yıl gibi kısa süren bir derneğin bienaller konusunda da bir katkısı olamazdı. Sait Bey’in değindiği gibi dernek acı bir deneyimdi ve anımsadığım kadarıyla sadece Bağ-Kur’a üye olma açısından bazı kişilere yararlı oldu. ●

Ben haklıyım, siz haksızsınız, işte o kadar

Ernie Schenk

Communication Arts, Mart/Nisan 2013

Çeviri: **Leyla Tonguç Basmacı**

“En büyük benim, ben bunu daha böyle olduğumu bilmeden önce bile söyledim. Eğer bunu yeterince sık söylersem gerçekten en büyük olduğuma dünyayı ikna ederim diye düşündüm.”
Muhammed Ali

Kibir, toplum tarafından genelde kötü bir şey olarak görülür. Örneklerine hep rastlarız: Donald Trump ve ailesi, James Cameron ve ailesi, Kanye West ve ailesi. Steve Jobs’a büyük saygı beslerdik, ama kibirli olduğu tartışma götürmezdi. Ve tabii ki reklamcılıkta da bol miktarda kibir vardır. Çoğumuz, yaratıcı meslekler arasında egosu en şişkin olan reklamcılık alanında yol alırken onlarla karşılaşmak zorunda kalmıştır.

Öte yandan, kibir gerçekten bu kadar kötü bir şey midir? Kibir, hayali azametten başka bir şey değil midir, yoksa devasa bir ego ile devasa bir yetenek arasında bir bağlantı var mıdır? Acaba kibir, mantıksız bir şekilde de olsa, yaratıcılığı besliyor olabilir mi? Biri diğerine bağlı mıdır? Benim bu konuda kuşkularım vardı. Derken son zamanlarda yürütülmüş bir araştırma keşfettim ve düşüncelerim değişti.

Bu araştırma North Carolina Üniversitesi’nin Greensboro kampüsünde, Psikolog Paul Silvia liderliğinde bir ekip tarafından yürütüldü. Kimseyi akademik ayrıntılarla sıkıkmamak için, çok çeşitli alanların kapsadığı bu araştırmada yaratıcı insanların alçakgönüllülükte düşük skor, kendini beğenmişlik ve yaratıcılıkta ise çok yüksek skor kaydettiğini söylemek yeterli olacaktır.

Ne kadar karmaşık bir durum, değil mi?

Bu kadarla da kalmıyor. Burada bir yanlışlık olmalı. Ben bir sürü inanılmaz derecede yaratıcı insan tanıyorum ve hiçbirisi en ufak bir derecede kendini beğenmiş değil. Tam tersine, çoğu görünmezlik derecesinde alçakgönüllüdür, ama görünmez olmaları, evrendeki spotların altında geçirdikleri zamandan dolayı zaten asla söz konusu olamaz.

Ama yukarıda iddia edilenleri inkâr etmek de zor. Trump, Cameron ve Kanye gibilerinin reklamcılık alanındaki karşılıklarıyla da tanıştım ve bazıları Gobi Çölü kadar çorakken, bazıları da su götürmez derecede parlak zekâlıdır. Cesaret kırıcı tabii, ama durum bu. Dolayısıyla UNC araştırmasının sonuçları itici de gelse, bir doğruluk payı içerdikleri kesindi.

Bunun böyle olup olmadığını ve reklamcılık alanındaki insanların bu konuda ne düşündüğünü kendim keşfetmek için küçük bir araştırma yürüttüm. İşte size bazılarının bu konudaki düşünceleri:

“Yaratıcılık kendinize güvenmenizi ve vizyonunuzun değerli olduğuna inanmanızı gerektirir. Asıl sorun, bu inancın azim gerektirdiğidir, yani başkaları size inanmasa da veya inancınız henüz meyve vermediyse bile kendinize inanmaya devam etmeniz gerekir. Azim olunca kendine inanç – örneğin birileri size ‘Neden başkalarına kulak vermiyorsun? Haklı olduğundan nasıl bu kadar emin olabilirsin?’ dediği zaman – kibir olarak görülebilir. Ben bir vizyona veya bir mesaja yürekte inanmayı kibir olarak görmem. O azimli, derin inancı ifade ediş şekli kibirli olabilir. İnancın kendi değildir. Kibirli olan bir şeyi söylemenin yoludur, o ‘şey’in kendi değildir.”

Peki birisinin kendine güven olduğunu sandığı şey başkasına göre kibir olabilir mi? Eğer ben bir fikre ve o fikrin doğruluğuna büyük bir tutkuyla inanıyorsam ve gözüm ondan başka hiçbir şey görmüyorsa, siz de bu tutkunun ardında sadece benim egomon olduğunu düşünüyorsanız, hangimiz haklı?

“Bence yaratıcılık, doğası itibarıyla daha önce yapılmamış şeyleri yapmak demektir. Ticari yaratıcılık böyle şeyleri yapıp onları satmak anlamına gelir. Bazen yaratıcılık öyle sonuçlar verir ki, herkes bir araya gelir ve o fikri başlangıcından sonuna kadar destekler. Ama bazı kötümser insanlar vardır ki, bilinmeyenler karşısında kendilerini rahat hissetmezler. Hem parlak bir fikir üretebilen, hem de onun bir ürüne dönüşmesini sağlayabilen yaratıcı bir insan, bunun gerçekleşmesi için gerekli olan kendine inanca ve güvene sahip olmalıdır. Bu özellikler de bazen kibire benzeyebilir, hatta kibirin kendini oluşturabilir.”

Bu da bende şöyle bir düşünce uyandırdı. Eğer kibir aslında insanın kendine tutkuyla inanması ise, tutkulu inanç da harika çalışmaların ortaya çıkarılmasında yaratıcılık kadar önemli ise, o zaman dünyada sayısız yaratıcı insanın var olması

ama yeteneksiz olmalarından dolayı değil de kendilerine güvenmemelerinden dolayı onlardan hiç söz edilmemiş olması mümkün değil midir?

“Sıradan insanların her gün nasıl yaşadıklarını ve çalıştıklarını bir düşünün. İşlerini coşkuyla yapanlar, başarısızlığın kabul edilebilir olduğunu bilenler veya başarısızlığın gelişimin bir parçası olarak kabul edildiği ortamlarda çalışanlar daha iyi çalışır ve daha iyi fikirler üretirler. Yıldırılan insanlar kendine güvenlerini kaybeder ve çevreye uymaya teşvik edilirler.”

Bir deyişe göre, “Zihin denen şeyi ziyan etmek çok yazık.” Yetenek için de aynı şey söz konusu. Ama ona ve insanların hayatını ve kaderini değiştirmek konusundaki mucizevi gücüne inanmadan geçirdiğiniz her gün, ziyan edilmiş bir gündür. Siz kendinize inanmayacaksanız başkaları neden inansın ki? ●

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Umut Südüak

Tasarım

Bülent Erkmen

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Katkıda Bulunan: İlhan Bilge

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafikerler Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr