

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Logo olmanın dayanılmaz hafifliği!

Uğurcan Ataoğlu'ndan logo olmak ve logoyu yapmak hakkında...

Arzu Nilay Kocasu
www.mediacaonline.com

“Kurumsal kimlik tasarımları, tasarımı yapanlarla o tasarımı sipariş edenlerin ortak akıllarını ve zevkini yansıtır. Yapanla yaptırandan sadece bir tarafın iyi olması yeterli olmaz.” diyor Uğurcan Ataoğlu. Milleti olmayan tasarımın evrenselliğini sırtımıza rüzgâr edip, Türkiye'nin açığa çıkmayı bekleyen tasarım enerjisini yurtdışındaki logo işlerini kovalayarak tüketebilir miyiz dersiniz?

Bir şirket gerektiği zaman binasını değiştirebiliyorsa, ürününün ambalajını yıllar sonra değiştirebiliyorsa, logosunu da değiştirebilir. Çünkü logo kutsal değil, ticari bir işaret.

Hürriyet gazetesinin bir zamanlar yaptığı değişim çok tepki almıştı. Her gün okuduğum gazetenin logosunun ve mizanpajının değişmesine bir anda uyum sağlamak kolay değil. Çocuktum ama yeni logonun eskisinden daha güzel olduğunu anlamıştım. Büyüdüm, yetişkin bir reklamcı oldum. Garanti Bankası'nın, Pınar'ın, Arçelik'in yurtdışındaki şirketler tarafından yapılan logo değişim çalışmalarının tasarım süreçlerini çok yakından takip ettim. Turkcell logosunun ilk halinden sonraki tüm revizyonlarını yönettim ve bugünkü son haline gelmesini sağladım. Bu işin sonu yok elbette. Şartlar değiştiğinde insanlar, binalar, logolar yine değişebilir.

Ne zaman bir logo değişimi gündeme gelse hep “ne gerek var” diyen bir grup oluyor. Temsil kabiliyeti, güzelliği bir yana çeşitli görsel hataları, bariz kullanım zorlukları olsa bile özellikle aile şirketleri kolay kolay eski logolarıyla vedalaşamıyorlar. Bu konudaki tutuculuğu akıldan çok duygusallıkla açıklayabiliriz. Yeniliğe karşı verilen ön tepki insanın doğasında var. Her insanın gözü doğal olarak aynı değil. Zaten ancak ileri görüşlü, cesaretli yöneticilerin yol açmasıyla oluyor bu değişimler.

Kurumsal kimlik tasarımları, tasarımı yapanlarla o tasarımı sipariş edenlerin ortak akıllarını ve zevkini yansıtır. Yapanla yaptırandan sadece bir tarafın iyi olması yeterli olmaz. İyi

bir tasarımcının, ne istediğini bilmeyen “kötü” müşteriye iyi bir iş yapabilmesi çok zor; daha önce yaptıkları vasat olan “kötü” bir tasarımcının da iyi bir müşteriye iyi bir iş yapması imkânsız. Her iki tarafın iyi olduğu durumda kötü bir iş çıkar mı, galiba bazen akıllar tutuluyor ve çıkabiliyor.

Buna yurtdışından güzel bir örnek var: GAP markası 2010 yılında ünlü bir tasarım şirketine yeni logo yaptırıp tanıtım kampanyasıyla açıklamıştı. Dünyadaki bütün “gapseverler” o kadar büyük tepki gösterdiler ki, şirket geri adım atmak zorunda kalıp yeni logoyu kullanmaktan vazgeçti.

Dünyada daha önce yapılmamış hiçbir şey yok
Türk Telekom'un yeni logosunu görünce bunları düşündüm. Daha önce kullanmaya çalıştıkları logonun büyük sorunları vardı. Çok kalabalık bir logo olduğu için, sponsor oldukları üç büyük kulübün futbol takımlarının formasına verdikleri göğüs reklamında logolarını kullanmak yerine isimlerini bambaşka bir fontla yazdırmışlardı. Çünkü logolarını koysalardı okunur olmayacaktı.

Yanlış bir logo, onlara başka bir yanlış yaptırmıştı. Yeni logo, eski logoya göre daha sadeleşmiş gibi görünüyor. Ama internet dünyasında bu logoda kullanılan grafik şekillerden o kadar çok var ki, herkes onların içinden birini indirip kendine kolayca logo yapabilir. Grafik tasarım günümüzde neredeyse internetten satın alınan hızlı tüketim malzemeleri haline geldi. Bu tip hazır görseller belki kurum içi sunumlar, broşürler gibi çizgi altı işleri renklendirmek için kullanılabilir. Ama Türkiye'nin en büyük telekomünikasyon şirketinin, dünyada çok benzerleri olan hafif bir logosu değil, bize ve dünyaya örnek olacak daha özgün bir logosu olmalıydı.



Dünyada daha önce yapılmamış yeni hiçbir şey yok denir; doğrudur. Bu yüzden, bir görsel kimlik oluştururken içine markanın kendi hikâyesini, kendi felsefesini, kendi ayırt edici özelliklerini, kendi DNA'sını mutlaka eklemek zorundayız. İlk bakışta beğenilen ama etkisi sabun köpüğü gibi kısa olan çözümlere aldanmamak gerekiyor. Bir şirketin kurumsal kimliği de uzun vadeli düşünülmesi gereken bir yatırımdır. Reklam ajanslarına ve pazarlama danışmanlarına bu konuda büyük sorumluluk düşüyor. Onlar ses çıkarmazsa, biz konuşmazsak iş dünyamızda bunun gibi pahada çok ağır, manada çok hafif görsel kimlikler ortaya çıkmaya devam edecek.

Kamuoyuna yeni bir logo açıklandığında beğenmeyenler, çalıntı olduğunu iddia edenler hatta küfredenler hep olur. Bunlar çok önemli değil. Doğru iş yaptığınızda bu tepkiler fazla uzun sürmez. Ama mesleği hayatı olmuş biri olarak üşenmeden bu yazıyı kaleme alıyorsam, inanıyorum ki çözülmesi gereken bir derdimiz var. Bunu çözmek için de önce dile getirmek gerekiyor.

Logonuz rozette nasıl duruyor?

Bizim ülkenin insanlarında görsel bir hafıza yok. Dolayısıyla görsel referanslarımız da, kuşaktan kuşağa aktarılan zevklerimiz de yok. Şehirler, evler, binalar, görsel olan yeni ne varsa hep çirkin. Bu derin konunun sonuçları dönüp dolaşıp bizim mesleği de vuruyor. Bir şirketin logosu için doğru brief vermek, en az yapmak kadar uzmanlık isteyen bir konu. Genlerden gelen bir birikim yok. Dolayısıyla ne istediğini tam bilmiyorsun. Yüksekliği rekabete bakıp ayarlıyorsun. Daha fazla uçmak istesen bile etraftan çekiniyorsun. Uçmasan cesaret, özgünlük, akılda kalıcılık, yenilik, gibi kavramlar ıskalanıyor. Sonunda farklılığı olmayan, silik bir logoyu olmadık anlamlar ve hikâyeler katarak yükseltmeye çalışılıyorsun.



“Bugün birçok reklam ajansı, çalıştığı müşterilerden gelen bir logo ya da kurumsal kimlik işini yapmanın bedeli olarak aldığı “fee”nin dışında ekstra bir ücret talep etmeye çekiniyor.”

Turkey logosundaki şekillere aşırı anlam yükleme çabası buna bir örnek. Her logonun bir hikâyesi olmalı ama bu logoda bin bir hikâye var. Yapılan tasarım bir logoya sığdıramayacak kadar detaylı. Altı harf bu kadar çok yükü taşıyamaz. Logoya bakanlar da bu kadar çok mesajı anlayamazlar. Grafik tasarım eğitiminde bir logonun başarısı, o logonun rozetteki duruşuyla değerlendirilir. Yöneticinin ceketine taktığı rozet, uygulanma kolaylığı ve kalitesiyle bir itibar nesnesidir. Böyle bakınca halihazırda kullanılan birçok logo sınıfta kalıyor. Turkey logosunun rozetini de, belli ki bu yüzden sadece “T” harfinden yapmışlar. Buna rağmen yine algılanmıyor, yine karışık duruyor.

“Fee”ye saplanıp kalmak

Eskiden çoğu kurum ya da üst düzey yönetici, bir logoya ihtiyaç olduğunda jüriyi kendilerinin oluşturduğu yarışmalar açarlardı. Katılmak için Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak yeterliydi. Genelde birinciliğe layık eser seçilemez, ikinci seçilene küçük bir ödül verilir, matbaacılar o logonun sağını solunu düzeltip baskıya hazır hale getirirlerdi. Öğrenciyken benim de başıma geldi.

Yıllar geçti, ekonomi büyüdü. Uluslararası “Brand Identity” şirketleri keşfedildi. Onlar bizlere dayatıldığı gibi “çok acil” temposunda çalışmıyorlar. Çeşitli araştırma ve çalışma etapları oluşturuluyor ve süreci altı aydan 12 aya kadar uzatıyorlar. Sonuçta gelen çalışma beğenilmese bile, oldukça yüksek fiyatları zaten önceden ödemiş oluyorsunuz. Bunların arasında çok kötü örnekler olduğu kadar, çok başarılı işler de var. Kabul edelim, yabancıların yıllardır Türkiye pazarında yaptıkları bu tip işler sayesinde biz de çok şey öğrendik. Şimdi onlarla aynı şartlarda yarışmak için fırsat eşitliğine hakkımız ve ihtiyacımız var. Bugün birçok reklam ajansı, çalıştığı müşterilerden gelen bir logo ya da kurumsal kimlik işini yapmanın bedeli olarak aldığı “fee”nin dışında ekstra bir ücret talep

etmeye çekiniyor. Halbuki aynı müşteri yurtdışındaki bir şirkete gittiğinde kesenin ağzını rahatlıkla açabiliyor.

Tasarım milliyetçi olamaz

Turkcell’e yıllar önce bizim yapıp önerdiğimiz ama rağbet görmeyen logoyu, yabancıların alıp, bi güzel paketleyip geri satabilmişti. Avea’nın üzerindeki sinyal amblemi yine internette sık rastlanacak anonim şekillerden biriydi. İstikbal Mobilya’nın değişen yeni logosu, inanılacak gibi değil ama yabancı ve çok pahalı logolardan. Turkish Airlines, benim de hocam olan Mesut Manioğlu’nun yaptığı ilk logosunu yıllar içinde geliştirdi. En son kullanılan halini ve “Brand Identity” kitabını, yine hocam olan Bülent Erkmen yaptı. Kimseden tek bir kötü eleştiri gelmiyor; tam tersi, ülke olarak hem kimlikten, hem kullanım şeklinden, hem de performansından gurur duyuyoruz. Beko ismini kibirli büyük harflerle yazmak yerine, sempatik küçük harflerle yazıp yepyeni bir logo yaptırdı. Çok daha kullanışlı ve akılda kalıcı oldu.

Sektörün gelişmesi için, yaşadığımız bu iyi ve kötü örneklerden hepimizin dersler çıkarması gerekiyor. Gördüğümüz yanlışları, bildiğimiz doğruları her fırsatta çekinmeden söylemeliyiz. Uzmanlar “ekonomide üretim tamam, sıra markalaşmaya geldi” diyor. Biz iş çevrelerinin gücüne inanıyoruz, onlar da bizim gücümüze inansalar birlikte ilerleyebiliriz. Mesela bizim piyasada kurumsal kimlik için konkur açıldığını hiç duymadım. Umarım bu yıl bir ilk gerçekleşir.

Tasarım milliyetçi olamaz. Bugün İspanyol ressamlarından ilham almış dediğimiz birçok İspanyol markasının logo tasarımı bir İngiliz şirketine ait. Biz de gerektiğinde pekâlâ çok “Amerikan” bir logo yapabiliriz. Tasarımcılar farklı milletlerden olsalar bile, dünyanın her yerinde aynı tasarım dilini konuşurlar. Bu sayede dünyanın herhangi bir yerindeki bir logonun hangi sektöre ait olduğunu anlayabiliriz. Mesela dünyadaki bütün su şisesi ambalaj tasarımı, renk ve font dünyası aşağı yukarı aynıdır. Çünkü tasarımın sektörel kodlamaları globaldir.

Ülkemizde her alanda açığa çıkmayı bekleyen bir tasarım enerjisi var. Ben grafik tasarım alanındakine yakından şahidim. Acaba yurtdışındaki logo işlerini mi kovalamaya başlasak? Birkaç güzel iş yapsak, kim bilir, o zaman bu memleketin tasarımcılarının değeri anlaşılır. Belki o zaman tasarımı ihraç eder hale bile geliriz. ●

Hayatı tasarlamak

Steven Heller

www.printmag.com/daily-heller
Çeviri: Leyla Tonguç Basmacı

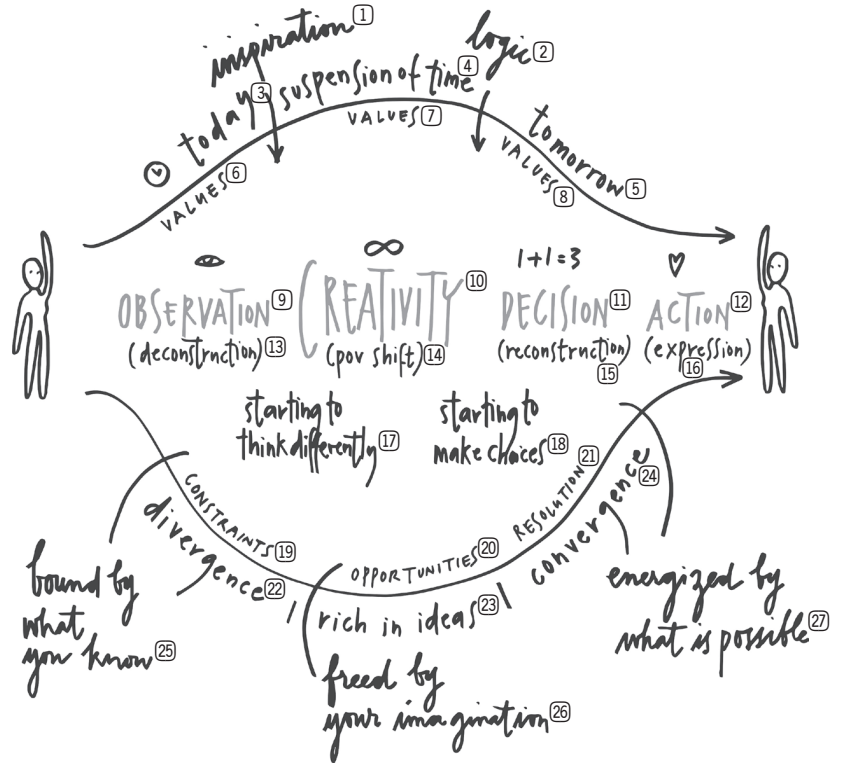
Ayşe Birsal, New York City merkezli bir ürün tasarım stüdyosu olan Birsal + Seck’in kurucu ortağı ve kreatif direktörüdür. Design the Life You Love [Sevdiğiniz Hayatı Tasarlayın] adı altında yazdığı çok önemli kitapta tasarımcı olmayanlara Dekonstrüksiyon: Rekonstrüksiyon™ olarak bilinen eşsiz bir yaratıcılık sürecinden yararlanarak anlamlı bir hayat yaratmayı öğretiyor. Birsal şöyle diyor: “Bu zarif, eğlenceli ve insan merkezli perspektifle insanların sevdiği ürünler, organizasyonlar, işler, hizmetler ve deneyimler yaratıyoruz.” Bu röportajda Birsal tasarım ve çizimin insanların hayatını ve sevgisini nasıl değiştirebileceğini anlatıyor.

Bu kitabı yazma fikri nereden çıktı?

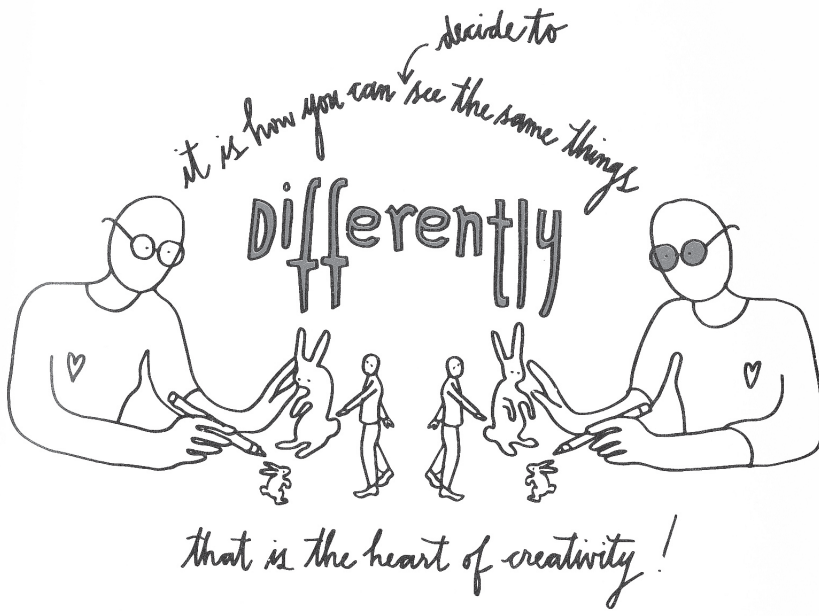
Avukat olan babam, aile mesleği olan hukukla ilgilenmemiş olmama rağmen daima yaptıklarına ilgi duymuştur. Bana ürün tasarımcılığına başladığım ilk günden itibaren bir kitap yazmam gerektiğini söyleyip durdu. Bu, sohbetlerimizde bir leitmotif gibiydi, ama bunun neden onun için o kadar önemli olduğunu anlamıyordum ve ne yazacağımı da bilmiyordum.

Design the Life You Love’a hızlı çekim yapacak olursak, atölye çalışmalarına gelen insanlar bana kitap yazıp yazmadığımı veya bunu neden düşünmediğimi sormaya başladı. Atölye çalışmasından sonra yanlarında götürecekleri ve daha da önemlisi, başkalarıyla – eşleri, çocukları, anne babaları – paylaşabilecekleri bir şeyler istiyorlardı. O zaman kitap yazma fikri bana o kadar çılgınca (özür dilerim, babacığım!) veya o kadar imkânsız görünmemeye başladı.

Ancak yazmaya gelince işler değişti. Kitabın ilk taslağını Microsoft Word’de yazdım, ama bir tasarımcı için olacak şey değildi. O kadar sıkıcıydı ki onu bir daha okumadım bile. İkinci taslağı harika bir yazar olan bir arkadaşımınla beraber yazmayı düşündüm, ama bu sefer de tek duyduğum onun sesiydi. O zaman bu işi ya kendi başıma yapmam, ya da hiç yapmamam gerektiğini anladım. Üçüncü defa şansım yaver gitti, bunun için eskiden beri beraber çalıştığım Leah Caplan’a çok şey borçluyum, çünkü bana büyük ilham kaynağı



- 1 ilham 2 mantık 3 bugün 4 askıya alınan zaman 5 yarın 6 7 8 değerler
9 GÖZLEM 10 YARATICILIK 11 KARAR 12 EYLEM 13 dekonstrüksiyon
14 bakış açısında değişiklik 15 rekonstrüksiyon 16 ifade
17 farklı düşünmeye başlamak 18 seçim yapmaya başlamak 19 sınırlamalar
20 fırsatlar 21 çözüm 22 fikir ayrılığı 23 zengin fikirler 24 fikirlerin birleşmesi
25 bildikleriniz sizi bağlar 26 hayalleriniz sizi serbest bırakır
27 olasılıklar size enerji verir



Yaratıcılığın merkezinde,
aynı şeyleri farklı şekillerde görmek (görmeye karar vermek) yatar

oldu, benzer resimli kitaplardan bir sürü örnekler buldu (örneğin stiline ve eğlenceli yönlerine bayıldığım Keri Smith'in *Wreck This Journal* kitabı) ve görsel sesimi bulmama yardımcı oldu. Ben de böylece kitabımı çizmeye başladım, sonra da çizdiklerim konusunda yazdım. Dönüm noktam, yazmak yerine çizmek oldu. Bunun baştan beri apaçık olması gerekirdi, ama öyle olmadı. Sesimi bulmam üç yılını aldı.

Hayatın neden bir tasarım problemine indirgenebileceğini anlatır mısınız?

Ben hayatımı en büyük projem olarak görürüm. Hayat bir tasarım problemi gibidir, birbirine zıt ihtiyaç ve arzularla, sınırlama ve zorluklarla doludur. Her şeye sahip olamazsınız. Daha fazlasını istiyorsanız bazı ikilemleri çözmek zorundasınız, tasarım temelli düşünme de bunu yapmaya yardımcı olur.

Ama işin ilginç tarafı nedir, biliyor musunuz? Dekonstrüksiyona tabi tuttuğumuz hayat iki sayfaya sığıyor. İki sayfa! İnsanın içi rahatlıyor. Hayatınızı iki sayfada gördüğünüz zaman o karmaşayı kontrolünüz altına aldığınızı düşünüyorsunuz, o kadar muazzam olan hayatınızın üstesinden gelmenin mümkün olduğunu görüyorsunuz. Bu, inanılmaz bir ziyafeti planlamaktan ve ihtiyacınız olan şeyler için bir alışveriş listesi hazırlamaktan çok farklı bir şey değil. Ziyafet verme fikri korkutucudur, ama bir liste hazırladığınız zaman ne yapacağınızı bilirsiniz. Hayat da bundan çok farklı değil; devasaymış gibi gelir, ama temel unsurlarına bölünce iki sayfaya sığdıklarını görürsünüz. O sayfalar da hayatınızı nasıl yönlendirmek istediğinizi, nelere daha çok ihtiyacınız olduğu, nelerden vazgeçmek istediğinizi ve

nelerin elzem olduğu konusunda temel unsurlarınızı oluşturur.

Tasarımcı olmayanlar da hayatlarını tasarlayabilir mi?

Tasarımcı olmayan insanlara bayılırım! Sıradan insanlara tasarım süreci ve araçları verildiğinde son derece yaratıcı olurlar. Hayatlarını tasarlamakla kalmazlar, bu işi korkusuzca (hayatınızı tasarlamak cesaret ister) ve zevkle yaparlar. Hayatı tasarım bağlamında bir proje gibi çerçevelemek önemlidir. Hayat karmaşık bir problemdir ve değerli bir sonuç elde edebilmek için tasarımcı gibi, yani iyimserlikle ve empatiyle, bütüncül ve eğlenceli bir şekilde düşünmeniz gerekir.

Yıllar boyunca atölye çalışmalarında inanılmaz insanlarla tanıştım. Bu insanlar genelde hayatlarının bir dönüm noktasında oluyorlar ve bundan sonra olacaklar üzerinde düşünmek için tasarımdan yararlanma fikrine sıcak bakıyorlar. Dolayısıyla Sevdiğiniz Hayatı Tasarlayın çalışmalarına geldiklerinde hayatlarında bir zorluk veya bir problem vardır, bu da tasarıma başlamak için harika bir noktadır. Problem yoksa tasarım da olmaz. Bu insanların soruları evrenselidir: Çocuklarım üniversiteye gitti, yuvam bomboş kaldı; çocuklar küçük, annemle babam yaşılanıyor, ben de arada kaldım; üniversiteden mezun olmak üzereyim ve bundan sonra yapacaklarımı düşünmek istiyorum; işimden memnun değilim; emekliye ayrılıyorum... hayatımın bundan sonrası neye benzeyecek? Benim rolüm, süreçlerimi ve araçlarımı onlarla paylaşmak, sanat, tasarım, yemek yapma, moda ve iş alanlarından yaratıcı düşünce konusunda harika örnekler sunarak ilham kaynakları yaratmaktır. Gerisini onlar yaparlar ve de harika bir şekilde yaparlar.

Süreci daha da erişilir hale getirmek için birkaç tüyüm var:

- Bol miktarda resim kullanın. Her sayfasında bir çizim olan bir kitabı okumak zor olamaz, değil mi?
- İşe eğlenceli yönünden bakın ve başkalarının düşüncelerini yargılamayın. Doğru düşünce zamanla ortaya çıkacaktır ve onu gördüğünüz anda o olduğunu bileceksiniz. Aklınıza ne gelirse gelsin, içgüdülerinize uyun. İyi, kötü, tuhaf veya komik olacaksa olsun!
- Beyninizi sağ ve sol taraflarını kullanabilmek için hem çizim yapın, hem de yazı yazın. Çizim ve yazı için beynin farklı tarafları kullanılır. Tasarım yapmak için ikisi de lazımdır. Onun için bu kitap da bütün atölye çalışmaları gibi bir çizim alıştırmasıyla başlıyor. Herhangi bir şeyler çizin! Zaman içinde herkesin çizim yapabileceğini öğrendim. Rembrandt olmanıza gerek yok, çizim yapacaksınız, o kadar. Çöp adamlar bile olabilir.
- İlham kaynakları bulmaya bakın. Tüm tasarımcıların

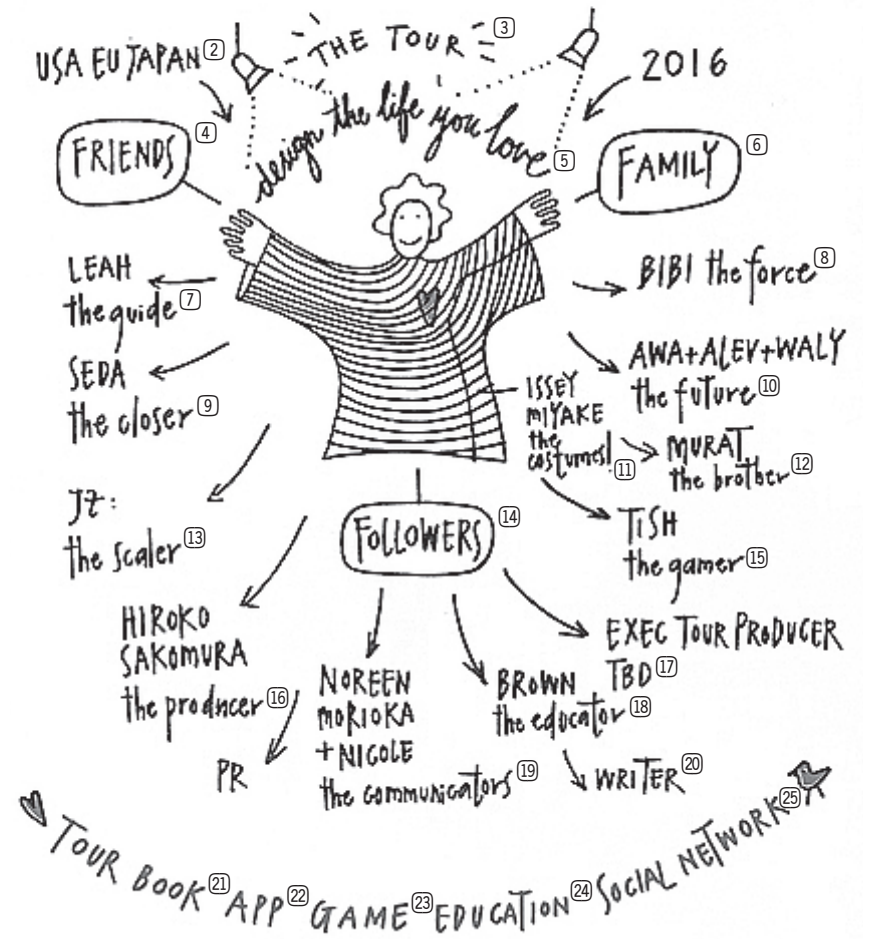
zihinlerini güzel ve dahiyane düşüncelere açmak için ilham kaynaklarına ihtiyacı vardır. Hayatınızı tasarlarlarken de aynı şey söz konusudur. Bu kitapta sizi etkilemiş ve/veya size ilham vermiş insanları düşünmenizi istiyorum. Hayatınıza gelince, ilhamınızı başkalarında arayın. Tasarımınızın temeli için ihtiyacınız olan değerleri onlara dayandırabilirsiniz. Ben bu kadarını söyleyeyim, ama elinizde bu kitap varsa "Kahramanlar" alıştırmalarını yapın. Bu da oyun, ama ciddi oyun!

Kitaptaki alıştırmaların bazıları atölye çalışmalarına katılan insanların katkısıdır. Bu alıştırmalar size bu süreçte rehberlik yapar ve hayatınızı nasıl tasarlayabileceğinizi gösterir.

Hayatınızı tasarlamak gerçekten kendinize güvenmenizi sağlayacak mı, yoksa sahte bir güven duygusu mu yaratacak?

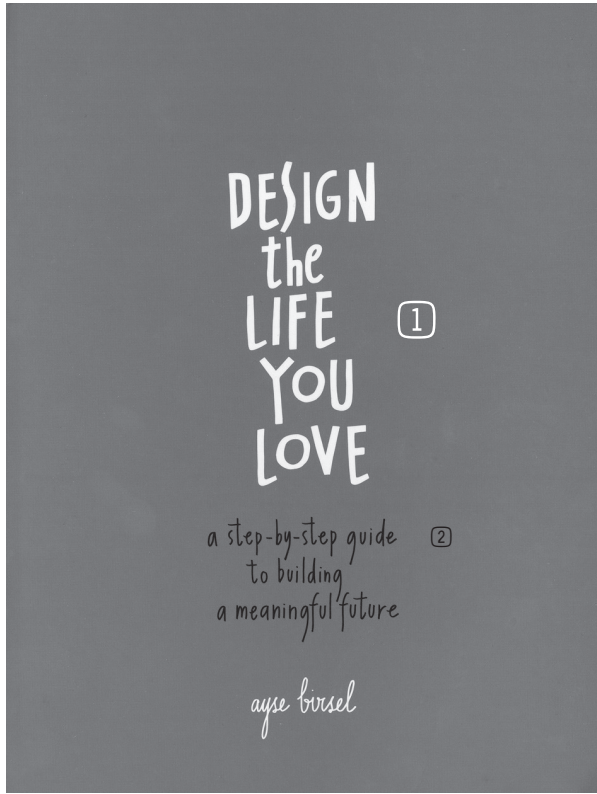
Tasarımcının ruh halinin, düşüncelerinin potansiyelinden ve gücünden kaynaklanan enerjiyle ve kararlılıkla, gerçek anlamda kendine güvenle sahte güven duygusu

MY GOAL IS TO BE THE KATY PERRY OF DESIGN THE LIFE YOU LOVE ♥ AYŞE BİRSEL¹



1 BENİM HEDEFİM,

- SEVDİĞİNİZ HAYATI TASARLAYIN'IN KATY PERRY'Sİ OLMAK ♥ AYŞE BİRSEL
 2 USA EU JAPAN 3 TURNE 4 ARKADAŞLAR 5 sevdiğiniz hayatı tasarlayın
 6 AİLE 7 LEAH rehber 8 BIBI güç 9 SEDA sonuca ulaşan
 10 AWA + ALEV + WALY gelecek 11 ISSEY MIYAKE kostümler 12 MURAT kardeş
 13 JZ ölçekleyici 14 TAKİPÇİLER 15 TISH oyuncu 16 HIROKO SAKOMURA yapımcı
 17 TURNE YAPIMCISI TBD 18 BROWN eğitimci
 19 NOREEN MORIOKA PR + NICOLE iletişimciler 20 YAZAR 21 TURNE KİTABI
 22 UYGULAMA 23 OYUN 24 EĞİTİM 25 SOSYAL AĞLAR



① SEVDİĞİNİZ HAYATI TASARLAYIN

② adım adım anlamlı bir gelecek inşa etmek için bir rehber

arasında bir yerlerde bulunduğuna inanıyorum.

Tasarımda üç ruh hali söz konusudur:

1. Bildikleriniz sizi bağlar. Yaratıcı sürecin başında önyargılarınızdan dolayı şu anki gerçekliğinize takılı kalırsınız.
2. Hayal edebildikleriniz sizi serbest bırakır. Bu, sürecin ortalarındır, ilhamın, olasılıkların ve potansiyel düşüncelerin katkısıyla zenginleşir. Süreç giderek gelişir.
3. Olasılıklar size enerji verir. Sürecin sonlarında mantığınız devreye girer ve çeşitli seçimlerde bulunarak büyük düşünceye yönelirsiniz.

Aklınıza iyi bir fikir geldiği zaman heyecanlanırsınız ve yeni olasılıkların söz konusu olduğunu görürsünüz. Doğru şeyi yakaladığınızı anladığınız anda içinizde doğan o duygu vardır ya? Bildiklerinizin sizi bağladığı, çıkmazda hissettirdiği o ilk uyuşukluk halinden kurtulursunuz. En doğru olduğunu hissettiğiniz, öne çıkan ve beni seç! diyen FİKİR'e yönelirsiniz ve onu paylaşıp gerçekleştirmek için başkalarıyla bir araya gelme cesaretini bulursunuz.

Bana göre bu, hayatınızı tasarlamaya uygun ruh halidir. Hayatınızı prototipleştirecek ve onu başkalarıyla paylaşıp üzerinde beraber çalışacak kadar kendinize güvenirsiniz, ama aynı zamanda tüm tasarımcılar gibi, fikriniz kendi başına ayakları üzerinde duracak hale gelene kadar onu korumanız ve geliştirmeniz gerektiğini bilecek kadar da dürüstünüzdür. O zaman bile gelişmesine izin vermeniz gerekir.

Kişilik bozuklukları konusunda neler yapıyorsunuz?

Bu benim feragatnamemdir. Ben bir psikolog değilim. Ben bir tasarımcıyım, insanlara hayatlarına yaratıcı ve iyimser bir açıdan bakabilmeleri için basit bir tasarım sürecini ve araçlarını göstermek istiyorum. Onlar bu sürece oldukları kişiyi getirirler, benim sağladığım araçlar da içe bakış için ve kendi sınırlarımız ve

parametrelerimiz dahilinde neler yapılabileceğini anlamak için kullanılabilir.

Peki ya şans eseri yapılan keşifler veya öngörülmeleyen olaylar, tasarım onları da dahil edebilir mi?

Şans eseri yapılan keşifleri ve öngörülemez olayları Katalist olarak görürüm, onlar da tasarım araç kitimdeki araçlardan biridir. Çocuk sahibi olmak, 11 Eylül gibi bir felaket, aşık olmak veya taşınmak gibi şeyler birer Katalist'tir. Bakış açımızı biraz değiştirip aynı şeyleri farklı şekilde görmemizi sağlarlar. Tasarım yaptığım zaman Katalistleri sıralarım ve tasarım üzerinde nasıl bir sonuç yaratacaklarını öngörmeye çalışırım. Katalistler olayları hızlandırır mı, yavaşlatır mı? Fırsat mı sunarlar, yoksa engel mi? Fırsat sunarlarsa o fırsattan nasıl yararlanırım? Engel sunarlarsa, o engele rağmen nasıl devam ederim veya onu olumlu bir şeye çeviririm? Katalistleri kabul etmek çok etkili bir yöntemdir ve büyük resmi görmemizi sağlar.

Siz bu işi konferanslar şeklinde yapıyorsunuz. Kendinizi ilham verici bir konuşmacı olarak mı görüyorsunuz? Yoksa iş tanımınız başka türlü mü?

Ben çizim yapan, yazı yazan ve konuşan bir tasarımcıyım. Doğru sıralama, bu. Kendimi ve düşüncelerimi en iyi çizim yoluyla ifade ederim. Ama başkalarının da düşünme sürecimi izleyebilmesi için çizimlerime yazıların da eşlik etmesi gerekli. Çizimlerimin ve yazılarımin konusu olan sürecimi, düşüncelerimi ve deneyimlerimi başkalarıyla paylaşabilmek için de

onların hakkında konuşurum. Ben böyle yaptıkça bu süreç başkalarını da dahil eder hale geliyor. Bence ben her şeyden önce ilham verici bir çizimciyim.

Bu süreç tabii ki çok iyimser görünüyor. Süreçte kötümserliğe yer var mı?

Biz tasarımcılar, sorun ne olursa olsun, daima daha iyi bir çözüm bulabileceğimize inanan iyimser insanlarız. Tutkumuzun ardındaki güç bu iyimserliktir. Tasarım iyimser olduğu için de süreç iyimserdir. Ama tasarım aynı zamanda cesaret işidir. Bugün sahip olduğunuz bilgilerle geleceğinizi planlamak cesaret ister. İnsanın hayatı söz konusu olunca bu daha da doğrudur. Hayatlarını tasarlamak isteyenler cesurdur, çünkü hayal ettikleri kendi hayatlarıdır ve bu çok şahsi bir şeydir. Bu süreçte tasarımın iyimserliği lazım. Tabii eğlenceyle yan yana. Çocuklar gibi oynadığımız zaman hata yapmaktan korkmayız ve yeni şeyler deneriz. Bazen en parlak düşünceler en tuhaf şeylerden ortaya çıkar. Oynamazsanız bunu nasıl keşfedeceksiniz?

Bir şeyleri sevdiğiniz zaman bunu nasıl anlıyorsunuz?

Bir işi sabahın çok erken saatinde veya gecenin çok geç saatinde yapmaktan, uykunuzu, hafta sonlarınızı, tatil zamanınızı feda etmekten rahatsız değilseniz ve bu işi kendi isteğinizle yapıyorsanız o işi sevdiğinizi anlarsınız.

Bir şeyleri sevdiğiniz zaman kendinizden geçersiniz, o işe kendinizi tamamiyle kaptırırsınız. Bu bir dans gibidir. Bazen siz öncüsünüzdür, bazen karşınızdakine uyarınız. Ve her iki durumda da mutlu, hatta coşkulu olursunuz.

Ben ürün tasarımına ve insani boyutlarına 16 yaşındayken âşık oldum. O zamandan beri de hayat tarzım haline geldi. Çevremde sadece çok güzel ürünler var demek istemiyorum, ama hayat, problemlerin çözümü, bilmediğim ve öğrenmek istediğim konular hakkında hep bir tasarımcı gibi düşünürüm. Sabahları yataktan bunun için kalkarım, uykuya dalarken bunu düşünürüm (tasarım problemlerini çözmek, koyun saymaktan iyidir) ve en iyi çalışmalarımı tatilde yaparım.

Peki siz kendi yönteminizden yararlandınız mı?

Evet. *Design the Life You Love* projesine ilk başladığımda, bu sürecin nasıl işlediğini başkalarına gösterebilmek için örneklerle ihtiyacım vardı. Bu zorluluktan dolayı kendimin ilk öğrencisi oldum. Ve hem öğretmen, hem

de öğrenci olmak hiç kolay değil! Alıştırmaların uygulanabilir olup olmadığını ve işe yarar bir sonuç verip vermeyeceklerini görmek için onları önce ben denedim. Alıştırmalardan biri metaforlarla ilgili. Herman Miller ofis sistemleri ve sipariş mobilya üreticisiyle çalışmaya başladığımdan beri tasarımda metaforlardan yararlanıyorum. Şirketin araştırma müdürü Jim Long bana müşterileri olan büyük kurumları daha iyi anlayabilmek için metaforlardan nasıl yararlandığını gösterdi. Yıllar sonra Resolve Office System'i tasarladığım zaman tiyatro metaforundan yararlandım ve bu ofis sistemi için çalışma "performansı"na uyarlanabilir bir arka perde yaptım.

Hayatı tasarlamak için araç olarak metaforlardan yararlanmak doğal olarak gelişti. Metaforlar, insanların hayal ettikleri hayatı tanıdık bir şeyler yoluyla görselleştirmesi için eğlenceli ve çok etkili bir yöntem oluşturuyor.

Bu yöntemi ilk olarak denediğimde hayatımı bir ağaç olarak hayal ettim; köklerim ve geçmişim, yetiştiğim Türkiye'de, gövdem ve bugünüm, olgunluğa erişip işimi kurduğum New York'ta. Peki ya dallarımla meyvelerim nedir? Ağaç metaforu, geleceğimin "dünya" olduğunu (New York'tan sonra başka neresi olabilir ki?) ve hayatımın bir sonraki aşamasının meyve vermek, tohum ekmek ve başka ağaçların yetişmesine yardımcı olmak olduğunu fark etmemi sağladı. Böylece kitap fikrini tasarımı daha çok paylaşılabilecek, daha geniş bir bağlama yaymak için bir tohum olarak benimsemem mümkün oldu.

Kendi yöntemimi uygulayarak ve atölye çalışmalarına gelen sayısız insandan öğrendiğim şudur; tasarım, ahenk elde etmek demektir. Hayatınızı tasarlamak, hayatınızda kim olduğunuz, değerleriniz ve yaptıklarınız arasında ahenk elde etmek demektir. Hayatın karmaşası içerisinde sadelik elde etmemizi sağlayan bu ahenktir. ●

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Umut Südüak
Tasarım
Bülent Erkmən
Sorumlu Yayın Yönetmeni ve
Tasarım Devamlılığı
Osman Tülü
Grafik Uygulama: Tipograf
Baskı: A4 Ofset
Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.

**Grafik Tasarımcılar
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