

**Ben
Yurdaer Altıntaş.* (III)**

Arredamento Mimarlık, Eylül 2019 334

◀ **Bu doğum günlerim hep bir şeylere vesile oluyor. Eski öğrencilerden birine rastlıyorum; “Onu görüyor musun?” Yok. “Şunu hatırlıyor musun?” Hayır. Diyorum böyle olmaz Yurdaer Efendi sen bir şey yap, şu arkadaşları bir toparlayalım. Sen yine doğum günlerini bahane et: Doğum günü yemekleri. Çoğu eski öğrencilerim, bir kısmı ajans sahibi, bir kısmı sanat yönetmeni olmuş, arkadan gelen genç arkadaşlar var, neden bunlar bir araya gelmesin? Her sene gidip lokanta buluyorum, pazarlık ediyorum. Sahipleriyle kavga ediyorum. Sonra herkese haber veriyorum ve toplanıyoruz. Bütün öğrenciler benim arkadaşım. Onlarla dost olmayı yeğliyorum. Böyle çok daha rahat ediyorum. Bu toplantılar 2018 yılına kadar yaklaşık yirmi beş yıl sürüyor. 2018 yılında sağlığım nedeniyle toplantılara son veriyorum. Hep keyif alıyorum eğitimcilikten. Arkadaşlarım, sırdaşlarım oluyor. En iyi dostlarım çıkıyor öğrencilerim arasından. Rakı dostluklarım oluyor.**

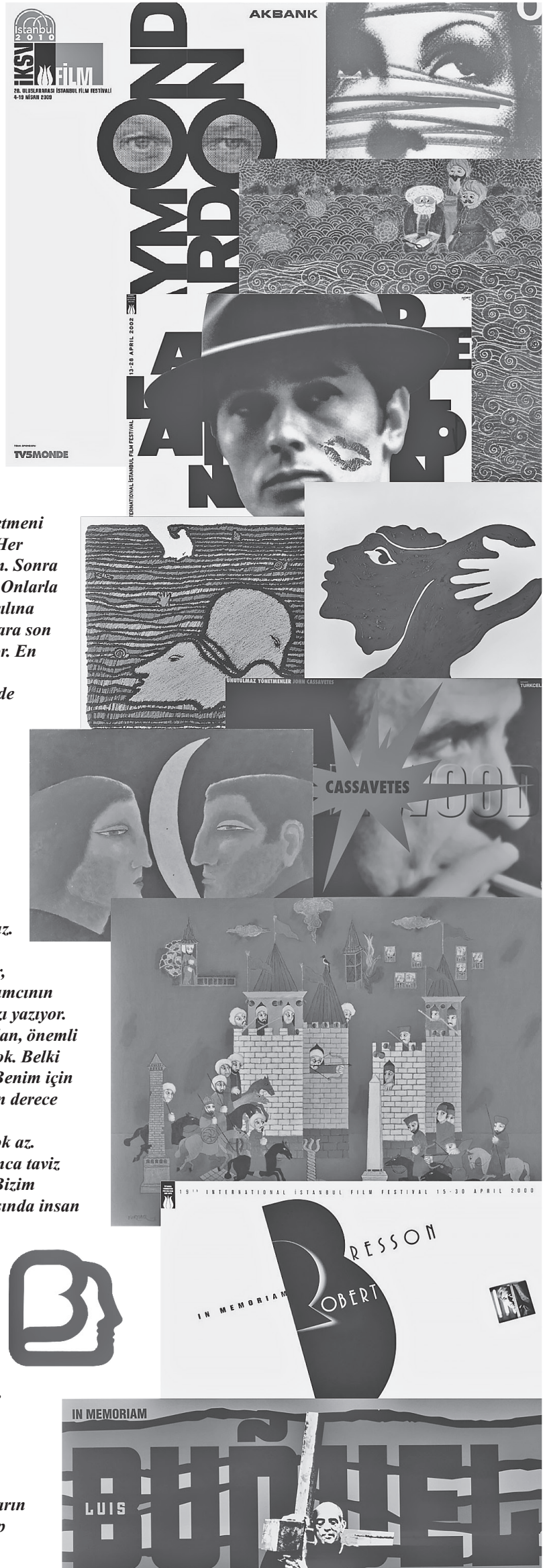
2002'de Mimar Sinan'dan emekli oluyorum. 2012'de ise Işık Üniversitesi'nde başlıyorum. Polonya Konsolosluğu ile aramız iyi. Bir arkadaşlık var. Bu samimiyetle Polonezköy'de bir heykel çalışması başlatıyoruz. Muhtara şunu öneriyorum: Burası Polonya kökenli insanların yaşadığı bir orman köyü. Türkiye'de heykele merak ve talep de yok. Bir açık hava ahşap heykel müzesi olsun diyorum. Bizden son sınıf öğrencileri, yeni mezunlar, Polonya'dan öğrenciler... beş yıl kadar sürüyor. O heykeller hâlâ o köy meydanında durur. Tabii sonra muhtar değişiyor, çalışma da duruyor.

Türkiye-Polonya ilişkilerinin 600. Yılı nedeniyle üniversitede “2013 yılında Andrzej Pagowski Afiş Sergisi” açılmasını sağlıyorum ve bu sergi farklı şehirlerdeki üniversitelerde geziyor. 2014 yılında da Polonyalı baskı resim sanatçısı Agnieszka Cieslinska’nın Teşvikiye Işık Galerisi’nde sergisini açıyoruz. Polonya bağım hiç kopmuyor yani. 2015’te bu sefer 80. yaş günümü bahane ederek adıma bir sergi düzenliyorlar Işık’ta. Öğrenci meslektaşlarımdan afişler, benden afişler, lise öğrencilerinden bana afişler... 26 ülkeden 48 önemli tasarımcının afişleri getirtiliyor. Bu uluslararası çağrılı afiş sergisi için Rene Wanner bir yazı yazıyor. Kendisi bizde birçok tasarımcı tarafından bilinmeyen uluslararası saygınlığı olan, önemli bir kişi. 80. yaş sergim için kendi olanaklarıyla İstanbul’a geliyor, haberimiz yok. Belki de sergi açılışında sürpriz yapmak istiyor. Rene ile böylece tanışmış oluyoruz. Benim için önemli, gerçekten gurur verici ve unutamayacağım bir anı. Ne mutlu bana. Son derece sevimli, insancıl, sıcak ve afişe tutkulu bu değerli insanı 2017’de kaybediyoruz.

Üretimlerime baktığımda “İşte bunlar benim” diyebileceğim iş sayısı çok çok az. Görmek bile istemediğim rezalet işlerim de var. Çünkü ekonomik kaygılar olunca taviz vermek zorunda kalıyorsun. Bazen kaçamıyorsun. Kişilik meselesi. Bazıları “Bizim yaptığımız işte kişilik yoktur” diyor. Ben katılmıyorum. Her yaptığı şeyin arkasında insan vardır. O insanın duyguları var, beğenileri var, yaklaşımı var. Ne kadar yok desen de kişilik işine yansıyor.

“Yurdaerce” diyorlar benim işlerime. Ama bu ne demek? Bilmiyorum. “Senin işini gördüğüm zaman imzan olmasa bile bu Yurdaer”indir diyorum ve doğru çıkıyor” diyorlar. Bu nasıl oluyor, ben de bilmiyorum. Numara yapmamak mı diyelim buna; tamamen doğru bulduğum doğrultuda ve tamamen kendinden, birtakım etkiler altında kalmadan, birtakım özentilikler olmaksızın iş üretmenin sonucu belki de. Bunun hoş bir tarafı olduğu gibi açmazları da var. O tarzı beğenmeyen insanlar senden iş istemiyor mesela. Ama hep şunu derim; bir afişin duvardaki yaşamı çok kısa, öyle bir tasarlamalıyım ki yıllar geçse de hatırlanabilsin.

Bir de suçlamalar oluyor; “Afişlerim Polonya etkisindeymiş”. Polonya afişi nedir biliyorlar mı? Veya etkilenmek kötü mü? Dünyada da birtakım insanlar birtakım kişilerden etkilenirler. Bu doğal. Öğrenciliğimin son yılları, 60’lı yılların başları, Polonya afişinin dünyada patladığı yıl. Allak bullak etti dünyayı, apışıp kaldılar. Çek afişleri de dahil. Etkilenmemek mümkün mü? Yarı Polonyalıyım yahu!



Ama bu işin kökünde tutku var. Romantizm tutkuyu besliyor aslında. Eğer misyon diye bir şey oluşmuşsa, tutkuyla, çabıyla, çalışmayla oluşmuştur. Akademiyeye de yetenekli olduğum için değil, resmi sevdiğim için giriyorum. Yeteneğe inanan biri değilim. Ben tutkuya ve çalışmaya inanırım. Gerekirse eğri çizilebilir ama önemli olan çizgiye buluş katmaktır.

Hiçbir zaman işte şöyle olayım böyle olayım diye hesap yapmıyorum. Yapım da müsait değil böyle şeylere; hakikaten o romantik yapıyı iş dünyamdan koparamazsın, ayıramazsın. Ben herkesin anladığı anlamda başarının peşinde değilim. İstedğim düzeyde iş yapabildiğim zaman kendimi başarılı sayarım. Dışarı ne derse desin, o benim o kadar umurumda değil. Ama henüz yakaladığımı da söyleyemiyorum. Bir iş yapıyorsun, etrafındaki insanlar beğeniyor, seni onurlandırmaya çalışıyor ama aslında ben o kadar memnun değilim ki, tepkileri doğal olarak kabul edemiyorum. Beni rahatsız ediyor çünkü ben oradaki eksikliği, neden yapamadığımı biliyorum. Yaptığım her işten kuşku duyuyorum, bir türlü beğenemiyorum. Ama bazı şeyler var ki mesela, beğenmemişim, aradan iki sene geçtikten sonra bakıyorum ki kendime haksızlık etmişim. Ürettiklerimin içinde çok az iş var “Beğendim” diyebileceğim. Çünkü bazen çok uç bir yerde, çok başka türlü şeyler düşünüyorum ama onlara bir türlü ulaşamıyorum, oraya bir türlü varamıyorum. Onun için devamlı yoğun bir şekilde aynı şeyin üzerinde çalışmak gerekiyor. Kendimi sürekli eleştiriyorum; beni diri tutuyor. Ama genelde oturup arkadaşlarımızla işlerimiz üzerinden tartışmıyoruz. Başka egolar giriyor araya. Keşke birbirimizi eleştirebilsek. El ele versek. Şimdi kimse kendini yormaya gelmiyor, kimse kendini yokuşa sürmeye gelmiyor; ama var olmak istiyor. Peki nasıl olacak bu böyle “pat” diye, bir çaba göstermeden? Ruhunda tutku olan bunu alır götürür, yapar, kendisine bir alan açar, yürür.

Bir afiş isteği geldiğinde hâlâ heyecanlanırım. Ancak batıda bir tasarımcı yılda otuz ya da daha fazla afiş yaparken burada belki yirmibeş yılda aynı sayıda afiş hazırlanıyor.

Aklımın köşesinden geçmezdi bu kadar büyüyeceğim. Zaman akıyor. Şimdi bambaşka bir çağ, bambaşka bir görgüden gelen insanlar var. Çok değişik bir dünya. Yeniden başlamak isterim. Bu biraz çelişkili. Yaşına bak, istediklerine bak. Ters orantılı denebilir. Ama ben öyle görmüyorum. Başımın belası galiba bu duygu. Belki de bunu yenmeliyim, bazı şeyleri olduğu gibi kabullenmem lazım. Ama kabullenemiyorum. Yüreğim başka türlü konuşuyor. Hâlâ az çalıştığımı, az ürettiğimi zannediyorum. Bir şey üretmeyen insana saygı duyamıyorum. Bazen bazı insanların birçok şeyi bıraktıklarını görüyorum. Benim hiçbir şeyi bırakma duygusu aklımdan bile geçmiyor; tam tersine, geri kalma korkusu duyuyorum ki birçok açıdan kaldığımı da kabul ediyorum. Özellikle tekniğin getirdiği yeniliklere, konumum nedeniyle çok fazla adapte olamıyorum. Ama ben hâlâ yüreğimi çok sıcak buluyorum. Bir de üretmeden duramam, üretmem lazım. Daha birtakım şeyler var, çalışıyorum, üretiyorum. Ama yalnız yaşamının getirdiği zorluklar; yatağını toplayacaksın, yemeğini yapacaksın gibi zaman kayıpları var. Bunlar beni çileden çıkarıyor. Ama ne yapayım, yani onun da çaresi yok. Yeni bir şeyler yapıyorum. Belki teknik nedenlerle bu çalışmalar hiç sergilenemeyecek. Tezgâhta iki yeni çalışma daha var. Bakalım zaman ne gösterir... ●

* “Yurdaer’i Anlatmak / Yurdaer Altıntaş’ın Kitaplarına Kesintisiz Bir Bakış, YKY, İstanbul, 2019” kitabında yer alan Ben Yurdaer Altıntaş isimli biyografi çalışması, aşağıda listelenmiş yazılı, sesli ve görüntülü kaynaklardan faydalanarak kurgulanmıştır. Altıntaş’ın kendi ağzından ve bir seferde anlatılmış hissinin vermek için tüm alıntılar özgün ifade yapıları korunarak yeniden yazılmıştır. / Biyografi metni ve kurgusu: Umut Altıntaş / Kaynakça (Tarih sırasına göre): “Yurdaer Altıntaş’la Sohbet”, söyleşi yapan: Bülent Erkmen, Grafik Sanatı yayını, 1987 / Yurdaer’in Melekleri sergi kataloğu, Galeri MD, 1989 / “Yurdaer Altıntaş: Birşey Üretmeyen İnsana Saygı Duyamıyorum”, Bülent Erkmen ve Yurdaer Altıntaş söyleşisi, Vizyon dergisi, sf. 134-136, Sayı: 15, 1991, İstanbul / 30. Yılında Kent Oyuncuları, 30 Yılda Yurdaer’in Tiyatro Afişleri sergi kataloğu, Galeri Kenter yayını, 1991, İstanbul / “Yurdaer Altıntaş: Yaptığınız İş Beğenmeyin, Bu Sizi Tuzağa Düşürür”, Esen Karol ve Yurdaer Altıntaş söyleşisi, Vizyon dergisi, sf. 126-129, Sayı: 60/61, 1995, İstanbul / Yurdaer’in 60. Yaşı Nedeniyle, Uluslararası Çağrılı Afiş Sergisi kataloğu içerisinde, “İstanbul’da Bir Tasarım Dünyası”, yazar: Yurdaer Altıntaş, yayımlayan: Akbank, 1995, İstanbul / 5. İstanbul Grafik Tasarım Günleri kapsamında gerçekleşen Yurdaer Altıntaş: İnadına Afiş sergi kitapçığı, 7-11 Mayıs 2001, İstanbul / “Tasarımcı Bülent Erkmen ve Yurdaer Altıntaş’tan İstanbul Film Festivali afişleri üzerine retrospektif bir sohbet”, Afişlerle 25 Yıl kataloğu, yayımlayan: İstanbul Fransız Kültür Merkezi katkılarıyla İKSÜ, 2006, İstanbul / İnadına Yurdaer, Grafik Tasarımcının Tiyatro/ Sinema Afişleri ve Resimlemeleri Üstünden Bir Portresi sergi kitabı, metin kurgusu: Burcu Dünder, hazırlayan: Mine Haydaroglu, Yapı Kredi Yayınları, 2006, İstanbul / “Tutku+Çalışma= Yurdaer Altıntaş”, Ahmet Ersözenci ve Yurdaer Altıntaş söyleşisi, Novate dergisi sf. 14-19, Sonbahar, 2007, İstanbul / “Neden Sergi Açmasını Grafik Tasarımcılar?”, Aykut Köksal ve Yurdaer Altıntaş söyleşisi, Doxa dergisi, sf. 24-37, Norgunk Yayıncılık, Sayı: 6, Temmuz 2008 / Yurdaer Altıntaş/Resim-lemeler kataloğu içerisinde biyografi metni, yazar: Alpagut Gültekin, sf. 252-253, hazırlayan: Bülent Erkmen, 44A Sanat Galerisi, 2010, İstanbul / “Sandalyeler Afişi Üstüne” Esen Karol ile Yurdaer Altıntaş söyleşisi ses kaydı yayını, Manifold, 06 Ekim 2017, erişim: <http://jeff-wonders.com> / 16. İstanbul Grafik Tasarım Günleri kapsamında, Yurdaer Altıntaş: Sessizler ve Sesliler sergi kitapçığı içerisinde “Yurdaer-Vapur’un Seyrüseferi”, yazar: İlkyay Balıç, Nisan 2012, İstanbul / “Yurdaer Altıntaş, Poster Boy”, Brownbrook dergisi, “The Elders” bölümü içerisinde, söyleşi yapan: John Burns, sf. 166-179 Sayı: 50, Mart-Nisan 2015, Dubai / Yurdaer Altıntaş ile Umut Altıntaş arasında gerçekleşen kişisel görüşme, 2016, İstanbul / “İş Üstüne: Yurdaer Altıntaş’ın 30. Grafik Ürünler Sergisi Afişi”, Esen Karol ile Yurdaer Altıntaş söyleşisi ses kaydı yayını, Manifold, 06 Ekim 2017, erişim: <https://manifold.press/yurdaer-altintas-in-30-grafik-urunler-sergisi-afisi> / Yurdaer Altıntaş ve Umut Altıntaş arasında gerçekleşen elektronik posta yazışmaları, 21 Kasım 2017, İstanbul-İzmir / GMK Sohbetleri: Yurdaer Altıntaş, moderatör: Ferhat Meşhur, yer: Studio-X, Şubat 2017, İstanbul, erişim: <https://vimeo.com/213977463>



İlk tipograf: Benjamin Sherbow

Steven Heller
designobserver.com
Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

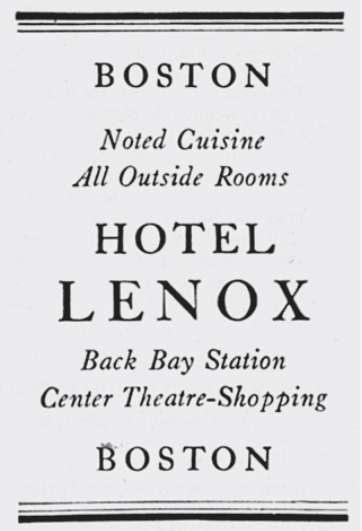
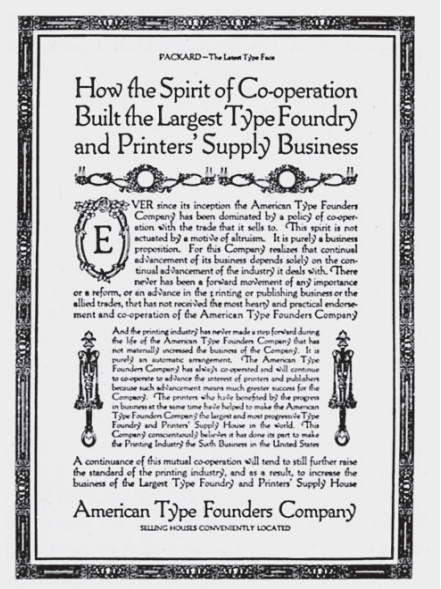
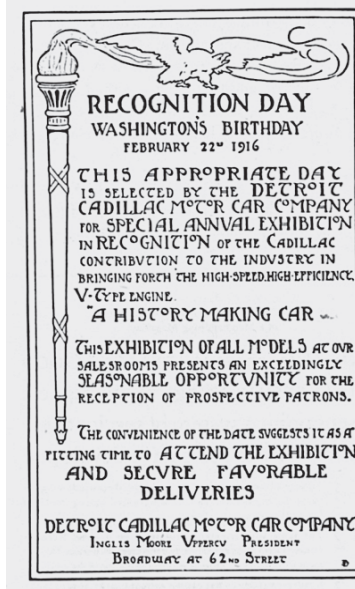
Benjamin Sherbow 1878'de Almanya'da doğdu, ama daha sonra yazarlık eğitimi aldığı ABD'ye göç etti. 1906'da reklam dünyasının öncüsü Earnest Elmo Calkins tarafından Calkins & Holden reklam ajansında metin yazarı olarak işe alındı. Calkins'e göre, "Her ne kadar tipografik eğitimi olmaksızın işe başlamasına rağmen, tipografi onun için çok kısa zamanda güçlü bir tutku haline geldi". Sherbow tipografik becerilerini geliştirerek yazıtipinin ve dilin nüanslarını öğrendi. Sık sık ikinci el kitapçıları geziyor, tipografi bilgileri ve örnekleri içeren dergi ve kitapları bir solukta okuyordu. "Yazıtipini Çalıştırmak" (Making Type Work) adlı kitabında şöyle yazmıştı: "Öncelikle bir yazıtipinin benim istediğim şekilde iş görmesini nasıl sağlayacağımı ve bunu nasıl yapacağımı öğrenmek istedim. Ardından sürüyle örnek tasarım yapmaya başladım. Çeşitli yazıtipleri, illüstrasyonlar, desenler ve kenar süsleri içeren sürüyle sayfayı kırıyor, daha sonra da onlarla anaokulundaki çocuğun renkli kâğıt parçalarıyla oynadığı gibi oynuyordum."

Calkins geriye dönüp 1930'lara baktığında, Sherbow'un tipografi alanında o dönemde ne kadar önemli bir yer tuttuğunu ve Sherbow'dan önce, reklamlarını estetik bir zekâ ile yaratacak yetkin bir metin yazarı bulmakta ne kadar zorlandığını hatırlıyor. Type Talk dergisi, Sherbow için, "Adamsendeciliğin durgun

sularına balıklama atlayıp yazıtiplerinin doğru dürüst kullanıldığı kıyıda karaya çıktı," diye yazmıştı. "Usanmadan inatçı ve tutucu matbaalarla ve (muhtemelen) müşterilerle tartışıyor ve onları kendi görüşlerini kabule zorluyordu." Aslında Sherbow radikal biri değildi; sadece yazıtipinin işlevsel rolüne inanıyordu: "Reklam baskısında, tipografi reklam fikrinin ancak hizmetkârı olabilir. Metnin açık akışını engelleyen kasten yapılmış herhangi bir tuhafılık, reklamın kendisini okutma ve dolayısıyla anlaşılma şansını zedeler." Sherbow, Type Talk tarafından "İlk Reklam Tipografçısı" olarak nitelendirilmişti.

Sherbow Calkins & Holden'de altı yıl çalıştı. Çalışma arkadaşları arasında yenilikçi endüstriyel tasarımcı Walter Dorwin Teague ile tasarımcı ve tipograf Rudolf Ruzicka da bulunuyordu. Sherbow o dönemde ajanslar için örnek bir tipografi ve üretim müdürü haline gelmişti. 1912 yılında Union Square'de, aralarında NY Telefon Şirketi, Mergenthaler Linotype Şirketi ve The New York Times gibi değişik müşterilerle çalıştığı kendi danışmanlık ofisini açtı. Manşetlerin tamamen büyük harfle yazılma geleneğini ilk kıran gazete olan New York Tribune'ı yeniden tasarladı. Harper's Weekly, McClure's ve Woman's Home Companion da onun yeniden tasarladığı dergiler arasındaydı. Tanıtım malzemesi olarak dağıtılmak üzere yazıtipi kullanımıyla ilgili bir dizi kitapçık üretti. Kendini yazıtipi ve baskı alanına adanmış bir eğitimci olan Sherbow oldukça tiz bir sese sahipti ve bu ona göre, "sürekli pipo ve puro içerek telafi etmeye çalıştığı bir şeydi".

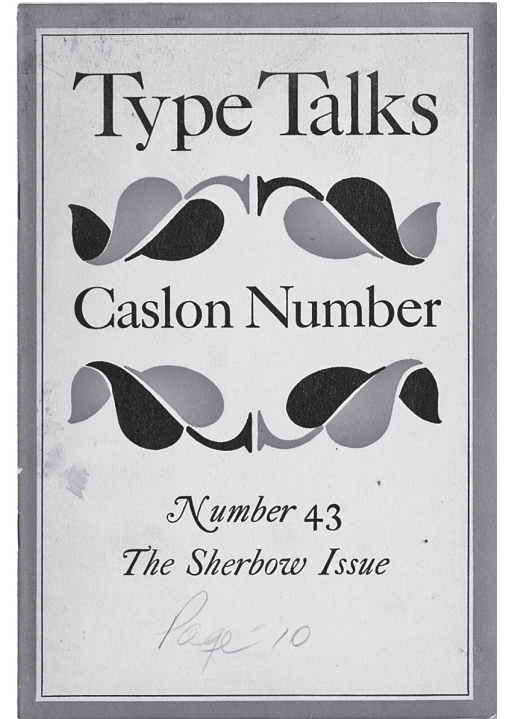
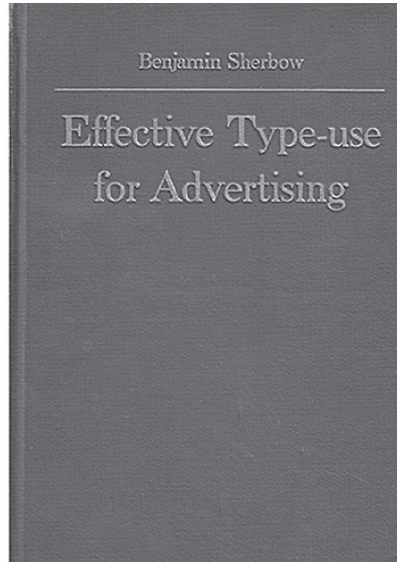
1916'da, "Yazıtipini Çalıştırmak" (Making Type Work) adlı eserini yazdı. Bir tür manifesto olan eserle ilgili olarak Type Talks, "Manifestonun çok kuvvetle ihtiyaç duyulduğu bir alanda küçük bir



devrim yarattı" diye yazmıştı. Giriş metninde yer alan mesaj şuydu: "Katı kurallar koymaktan kaçınmaya çalışacağım. Bir baskının uyandırdığı etki sadece seçilen yazıtipine bağlı değildir. Aynı zamanda yazıtipinin boyutu, aralığı ve diğer yazıtipleriyle birlikteliği de etkilidir. İyi bir tipografi, son izlenimin gücüne katkıda bulunabilir, ancak asıl eylem sözcüklerin ne söylediğine bağlıdır, baskıda nasıl göründüklerine değil." Bu bize zaten kabul edilen bir şey gibi görünebilir, ancak Type Talk'un belirttiği gibi Sherbow'un zamanında "düzgün ve temiz tipografi" çok ender rastlanan bir şeydi.

Sherbow ayrıca, Calkins'in "baskının uygulama alanına kayda değer bir katkı" olarak adlandırdığı Sherbow's Charts (Sherbow Çizelgeleri) adlı bir mizanpaj sistemi oluşturmuştu. Matbaacılar için bir örnekler kitabı bilimsel bir formda böyle ilk defa bir araya getirilmişti." Calkins daha sonra şöyle ekliyordu: "Bu çalışma, reklam ajanslarında alenen bitap düşen pek çok mizanpaj ustası için bir nimetti."

İşine kendini adanmış olan Sherbow sonraları "ciddi bir çöküntü" yaşadı ve 1922'de emekli oldu. Aynı yıl, daha 44 yaşındayken aniden hayatını kaybetti. Type Talks'a göre, "Neredeyse tek başına, reklam yayıncılığının ve tasarımının doğuşunu sağlamıştı ve onun bu başarısını kitap yayınlama alanında, kendisinin de hayranı olduğu W.A. Dwiggins ve D.B. Updike'in seçkin çalışmalarıyla kıyaslamak mümkündür." ●



Beni hatırlıyor musunuz?

Ben Kay
Creative Review,
Ağustos/Eylül 2018
Çeviri: Ayşe Dağistanlı

Ben Kay, modası çoktan geçmiş filmlerin bile en iyi reklamlara kıyasla daha fazla hatırlanma şansına sahip olduğunu düşünürsek, reklam yaratıcılarının yaptıkları işlerin kalıcılığını sağlama alma yollarını ciddi olarak değerlendirmeleri gerektiğini söylüyor.

On yıl önce bir BBDO Yaratıcı Yönetmenler konferansına katıldım. Alkolün sakinleştirici etkileri sayesinde, konferanstan çok fazla şey hatırlamıyorum, ama aklımdan hiç çıkmayan belirli bir konu var. Akşam yemeğinde kendimi Atlanta'dan gelen bir Yaratıcı Direktör ile sohbet ederken buldum ve o zamandan beri *The Weekend At Bernie's Theory Of Advertising Greatness* (Bernie ile Hafta Sonunun Azameti Tanıtma Kuramı) diye adlandırdığım görüşümü test etmeye karar verdim.

Konunun yabancıları olanlar için belirteyim, *Weekend At Bernie's* (Bernie ile Hafta Sonu), cinayete kurban gitmiş patronlarının hâlâ hayatta olduğunu iddia etmek zorunda kalan birkaç gencin etrafında dönen, ünlü ve son derece

kötü 1989 yapımı bir filmidir. Gençler ölü adamı etrafta taşıyıp dururlar ve arada cesedin kollarını sallarlar, bir taraftan hilelerini inanılır yapmaya çalışırken, öbür yandan komik olmaya gayret sarf ederler.

Birkaç yıl önce Honda için yapılmış Grrr adlı bir reklam, onu reklamcılık dünyasının büyükleri panteonunda yer alma hakkını kazandıran her türlü ödülü kazandı. Ben de yeni arkadaşşıma, “rezil bir filmden mi yoksa harika bir reklamdan mı sorumlu olmayı tercih edeceğimi” sordum. Hiç düşünmeden ve tereddüt etmeden harika bir reklam yaratmayı isteyeceğini söyledi.

Ona hak verdiğimi belirtir şekilde kafamı salladım, ardından da çok kısa bir süre sonra Honda Grrr'ı çok az sayıda insanın hatırlayacağını ifade ettim. (En sevdiğiniz reklamı bir düşünün; bu Apple 1984'ten Cadbury'nin Gorilla'sına kadar herhangi bir şey olabilir).

Öte yandan, kelimenin tam anlamıyla milyonlarca insan, yapımını izleyen yıllarda sinemada ya da video veya DVD olarak, Bernie ile Hafta Sonu'nu görmek için bir sürü para ödemiştir. Dahası, eğer bir TV kanalı bugün gösterecek olsaydı, şakaları tartışılır bu filmi çok sayıda insan memnuniyetle sonuna kadar yine izleyebilir. Dahası, bugün bile bir sohbette bu filmle ilgili bir konu başlatabilirim ve insanların büyük bir kısmı neden bahsettiğimi bilir. Rezil bir film olabilir, ancak ömrü çok uzundur ve şöhreti en büyük reklamın bile ötesine uzanır ve bu böyle olmaya devam edecektir.

Atlantalı yeni arkadaşım yaptığım bu öneriye çok şaşırdı. Bana tuhaf tuhaf baktı. Sanki ona çok doğal bir biçimde, aslında holografik

sincaplar tarafından kontrol edilen bizimkinin tersi bir boyutta yaşadığımızı söylemiştim. Mesleki değer sistemi tamamen eriyip yok olmuştu ve o bununla başa çıkmaya çalışıyor gibiydi; onun için artık beyaz siyahtı ve yukarısı aşağısı olmuştu.

(Bu arada yaklaşık iki saat ve birkaç

içkinin ardından aynı teoriyi meşhur Yaratıcı Yönetmen ve Direktör Eric Silver'in önüne koyduğumda, onun anında Bernie ile Hafta Sonu'nu tercih ettiğini söylemeliyim.)

Bundan bahsetmemin nedeni reklam dünyasının son yıllarda çok değişmiş olması. 1990'larda, bir taksi şoförüne bu sektörde çalıştığınızı söyleseydiniz, yaptığınız hangi işleri görmüş olabileceğini sorardı. İdeal olarak, bildiği bir afiş veya TV reklamından bahsedebilirdiniz, o da ne kadar beğendiğini söylerdi ve siz de böbürlenme fırsatı yakalardınız. Bu günlerde KIA'nın güvenliği arttırdığına dair yaptığımız minik web sayfasının, ya da Robertsons reçelleri için tasarladığınız karbonhidrat eşleştirme uygulamasının aynı yanıtı alması ihtimal dışıdır.

Bu nedenle, bu sektör sayesinde tanınırlık veya bir tür “şöhret” kazanmayı umuyorsanız, hayal kırıklığına uğramanız kaçınılmazdır. Bugünün basılı reklamları yarının balık ve patates tava ambalajı haline dönüşecektir. İnternet'teki reklam bantlarınız veya sosyal medya etiketleriniz (hashtag'leriniz) mili saniye içinde yerlerini başkalarına, dijital eşdeğerlerine bırakacaktır.

Bu bir sorun mu? Tabii ki değil. Evet, çoğu berbat filmin ömrü büyük reklamlardan daha uzun olabilir ve kültürel önemleri vardır, ancak onlar bile bir süre geçtikten sonra zaman tüneline kaybolurlar. Kanıt istiyorsanız, sadece *A Soldier's Story* (Askerin Hikâyesi) filmini hatırlayın yeter. Hani, 1984 yapımı Denzel Washington filmi. En İyi Film dahil üç Oscar'a aday gösterilmiş ve 1980'lerin en iyi filmlerinden biri olmuştu. Hatırlamadınız mı yoksa? Ne yazık ki, hepimiz *solucan yemi* oyunundaki solucanlar gibi yok olacağız ve yarattıklarımız da bizimle gelecek, hatta muhtemelen bizden yıllar önce mezara girecekler. Bu nedenle mutluluğunuzu, insanların 2197 D&AD Ödülünü kazanmış 30 saniyelik çorba reklamınızdan başka bir şey düşünmez olacakları ihtimaline dayandırıyorsanız, meseleyi hiç anlamadınız demektir.

Reklam dünyasının devlerinin mirası, yarattıkları reklamların çok ötesine uzanır. David Abbott, hem ürettiği çalışmalarla hem de ajansını yönetme tarzıyla bir zarafet ve nezaket abidesi olmuştur. Bir Bill Bernbach reklamını hatırlamamız oldukça zor olabilir, ama onun eseri olan yaratıcı zekâ ve güzellik devrimi günümüze kadar devam etmiştir. Diğer pek çok işin yanı sıra Lee Clow, Apple'ın iki kez yaratılmasına yardım etmiştir ve iPhone'un onun yeteneklerinin açık

bir kanıtı olarak kabul gördüğü kesindir.

Evet, bu insanların üçü de harika işlere imza attılar, ancak kendilerini yalnızca bize verdikleri reklamlarla sınırlandırsalardı, bugün onları bu kadar yükseklerde görüyor olmazdık. Elbette, canınız istiyorsa parlak bir açık hava afişi ya da müthiş bir Instagram Story'si yapın, ancak aranızda bir titreşim, derinliğe sahip bir şey bırakmak istiyorsanız, yaratıcılığınızı onların ötesine taşımalısınız. Bu dünyayı gerçekten daha iyiye götürecek bir şeylerin peşinde olun.

Bernie ile Hafta Sonu ve Bir Askerin Hikâyesi filmleri, sanatın ne ölçüde ayakta kalacağını kanıtının kaliteye çok da bağlı olmadığını gösterir – iyi şeyler de aslında kötü şeyler kadar uzun yaşar ama sonra onlar da ölür. Ancak daha geniş ölçekte yaratacağınız farklılıklar nesiller boyunca daha pek çok yolla gelişmeye devam edebilir.

Bu yüzden kibar ve zarif olun, esin kaynağı olun, yaratıcılığınızı işinizin sözde kısıtlamalarının ötesine taşıyın ve yeniden tanımlayın. Nihayetinde, son zaten kaçınılmazdır. ●

*Ben Kay, ahlaksal bir reklam ajanı olan **Invincible Unicorn**'un kurucusu ve Yaratıcı Direktörüdür. Reklam ve etik konusundaki konuşmalar yapmaktadır. Blog ve podcast'ine benkay.com'dan ulaşılabilir.*



YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Onur Gökalep

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