

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Tokyo'ya tek gidiş bileti, lütfen

Emma Tucker
Creative Review,
Ağustos/Eylül 2018
Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Çok uzun süre aynı şehirde yaşamak ve çalışmak, işi yaratıcılık olan kişilerde kısır döngü duygusu yaratabilir. Ama acaba çözüm bambaşka bir yere taşınmak mıdır? Kendisine fazla tanıdık, bildik ve rahat gelen alanının dışına çıkıp, üç ay gibi uzun bir süre için Tokyo'da bulunan tasarımcı ve sanat yönetmeni Leta Sobierajski'ye neler yaptığını sorduk.

Pek çok tasarımcı için, yaşadıkları yer yaptıkları işin ayrılmaz bir

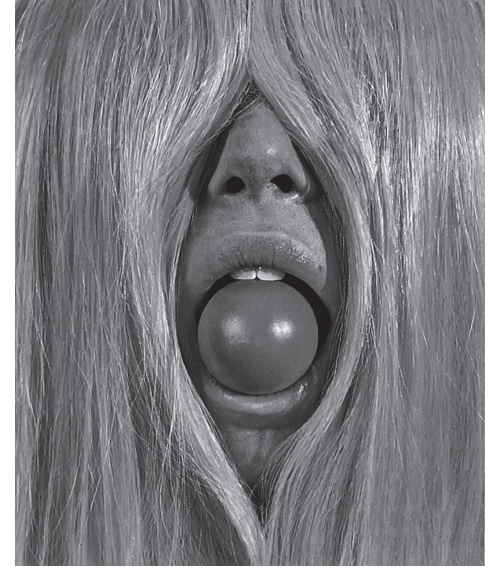
parçası haline gelir ve müşterilerden toplantılara, kendilerini çevreleyen günlük rutinlerinden çalışma biçimlerine kadar her şeyi kontrol etmeye başlar. Ve her ne kadar New York ve Londra gibi tasarım başkentleri onlara çok çeşitli fırsatlar sunsa da, yaratıcı zihinleri onları sık sık kendi yarattıkları bir balonun içine hapseder. O balonu patlatıp dışarı çıkmak olanaksız duruma gelir. Peki çözüm nedir? Eğer son sekiz yılını New York'ta yaşamak ve çalışmakla geçirmiş bir sanat yönetmeni ve tasarımcısı olan Leta Sobierajski iseniz, cevap açıktır: Tokyo'ya tek yönlü bir bilet alır ve ayrıntılar için endişelenmeyi sonraya bırakırsınız.

“Hiçbir tasarım kültürü bir diğerinden üstün değildir, ama bazen New York'ta olma fikri, ya da olunması gereken tek yer burasıdır fikri, bende olduğu gibi bir tür kokuşmuşluk hissi uyandırabilir. Herkesin işiyle ilgili takıntılı olduğu noktalar vardır ve bunlar dürtü ve tutku yaratmada bana hep çok yardımcı olmuştur. New York bunu açığa çıkarmak için harika bir yerdir, ama bu tüm hayatın boyunca orada olman gerektiği anlamına da gelmez.”

Leta Sobierajski Tokyo'daki geçici yeni evinde.



Tokyo, önceki seyahatlerinde Japonya'yı dolaşıp aklının bir köşesinde orada yaşamının neye benzediğine dair bir fikri olan tasarımcı için bariz bir seçim olmuş. Şimdilik sürekli yaşamak üzere taşınmış olmasa da, Sobierajski, buradaki üç aylık kalışı sırasında yerel yaratıcı ajanslar Gas As Interface ve Wieden+Kennedy, Tokyo ile işbirliği yapmanın yanı sıra, iş ortağı ve eşi Wade Jeffree ile devam eden projelerini sürdürme fırsatını da yakalamış durumda. Aslında Jeffree'nin Avustralya'dan New York'a taşınma deneyimini gözlemlemek, kariyerinin tamamını aynı şehirde geçirmiş biri olarak Sobierajski'nin yeni bir yerde yaşama kararını kuvvetlendirmiş. Kendisini farklı bir kültüre sokma şansının, hem hayatı hem de işi için yaratıcı bir yan taşıdığını ve ona New York tasarım sahnesinin aşinalıklarından uzaklaşma fırsatı verdiğini düşünüyor. “Kendinizi bir sistemin içine sokup sistemin içindeki insanlarla ilişkilendirmeniz kolaydır,” diyor. “Bence New York'ta ya da hangi şehirde olursa olsun, o akışın içinde kalmak sizi gerçekten boğabilir ve küçük, karmaşık şeylere karşı saplantılı hale getirebilir. Köşelerimin kültürel olarak yuvarlaklaşmış olmasından kendimi kişisel olarak daha tatmin olmuş hissediyorum.”



2017 OFFF Konferansı kitabı için oluşturulan görüntüler. Sanat yönetmenliği ve fotoğrafçılığı Leta Soberajski ve ortağı Wade Jeffree Sobierajski tarafından yapılmış.

Sobierajski'ye göre, kendini köklerinden ayırıp göçebe gibi yaşamak, kendi tasarım çalışmalarını yürütmenin getirdiği güzelliğin bir parçası, ancak bunun zorluklar yaratmadığı da söylenemez. Onun için yeni bir şehre taşınmanın, hem doğal olarak içe dönük karakterinin hem de önceden planlama merakının de üstesinden gelmesi anlamına geldiğini söylüyor. “Ben alışkanlıklarına bağlı bir yaratıcı, rutinlerim vardır ve kendimi bunların dışına çıkmaya zorlamak benim için çetin bir durumdur. Bana göre yapılacak en iyi şey, bir yere nasıl gideceğinize dair plan yapmak ve daha sonrasında neler yapacağınıza önceden karar vermektir. Ben böylesi aşırı bir planlıyım ve tonlarca listem ve programım vardır, ama tek yönlü bir uçak bileti almak ve her şeyi oraya vardığımda halletmeye karar vermek son derece özgürleştiriciydi. Ancak gerçekteyse korkunç bir şeydi ve uçağa bindiğimde son derece gergindim. Toplum karşısında konuşma yapmaya ya da ders vermeye göre çok daha fazla gergindim, çünkü sonucun ne olacağı hakkında hiçbir fikrim yoktu. Elime izleyeceğim bir senaryo verilmemişti.” Neyse ki Sobierajski'nin şansı yaver gitti ve New York'taki evini Polonya'dan gelen bir arkadaşına ödünç verdi

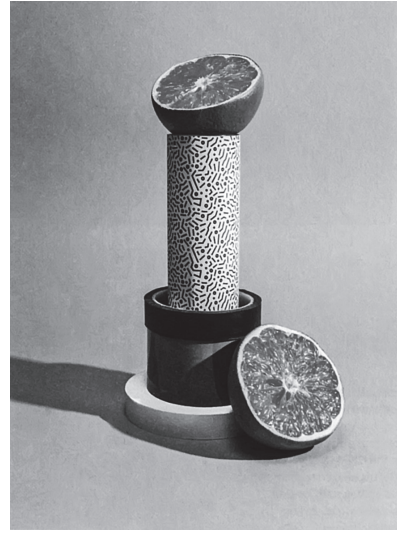


Kişisel proje. Fotoğrafçı ve sanat yönetmeni Sobierajski.

ve Japonya ile Finlandiya arasında yaşayan başka bir arkadaşından Tokyo'daki dairesini ödünç aldı. Ona göre, New York'ta yaz aylarında işler yavaşlar, bu da geçici olarak başka bir yere taşınmak için iyi bir zamandı. Ancak Tokyo'da hava sıcaklığının bu yaz 41°C ile rekor kıracağını tahmin etmemişti. 13 saatlik zaman farkı ise sabahları erkenden, 6'da veya 7'de kalkmak anlamına geliyor. "Konferans görüşmelerimizden sonra tam bir gün boyunca özgür kalıyorum," diyor. "Şaşırtıcı ama, aslında bu oldukça uygun geliyor. Hâlâ, uyanık olduğum tüm saatlerin projelere

veya bilgisayara ayrıldığı New York çalışma zihniyetimi bırakmaya çalışıyorum ama sanırım bu biraz daha uzun zaman alacağı benziyor."

Sobierajski, Tokyo'daki stüdyo kiralının New York'tan daha uygun olduğunu, ama burada zamanının çoğunu bir bilgisayarın arkasında geçirdiğini ve daha önce fiziksel olarak üretme fırsatına sahip olduğu olağan çalışma alanından vazgeçmek zorunda kaldığını söylüyor. Bu hususu önceden daha fazla araştırmış olmayı istediğini belirtiyor. Eğer burada kalıcı olarsa bu iyi düşünüp değerlendirmesi gereken bir faktör



çalışıyorum, ancak kısıtlı kelime dağarcığımın dışında kalan duyguları veya soruları ifade etmekte çok zorlanıyorum. Burada geçirdiğim zamanı düşünürsek aslında daha fazlasını bilmeliyim ve bu yüzden bu konuda kendimi çok suçlu hissediyorum."

Ve Japoncasını iyileştirmeye çalıştığı zamanlar dışında, Sobierajski'nin, New York tarzı iş yapma biçimini Tokyo'yu keşfetme sevgisi ile dengelemesi gerekiyor. Tanıdık bir tasarım dünyasının dışına çıkmanın ve daha küçük ama birbirine daha sıkı kenetlenmiş yeni bir yaratıcı topluluğun parçası olmanın getirdiği yararları da hissedebildiğini söylüyor.

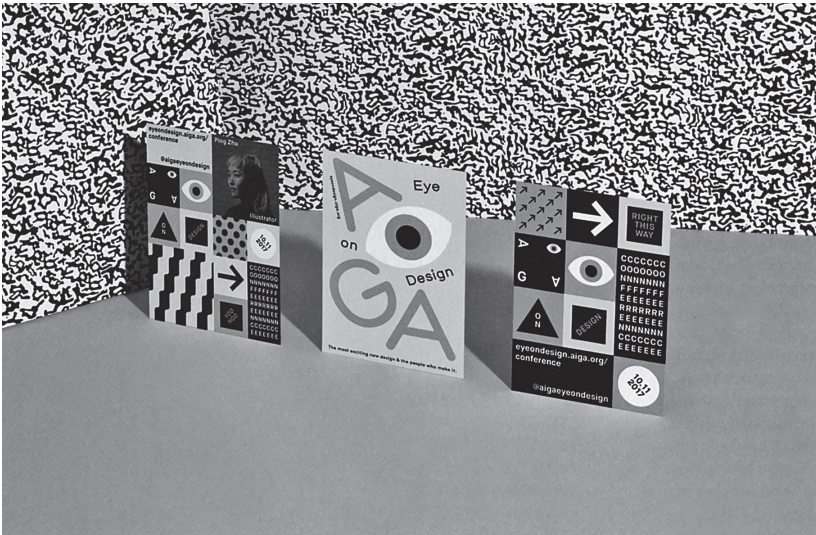
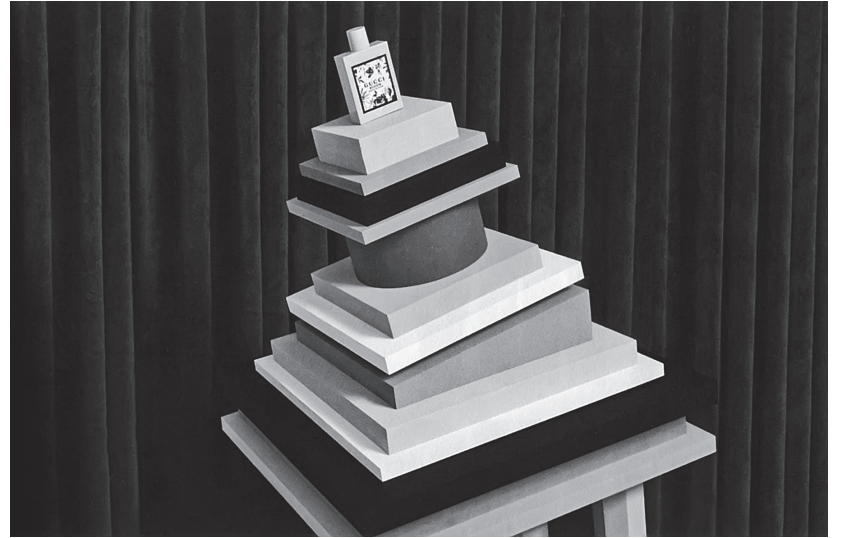
"Sadece *New York*'lu bir sanatçı olarak kalmayıp, daha fazla değişik alanda çalışma arzusu hissediyorum" diyor. "Burada, doğanın, yaşayan ve nefes alan ve almayan her şeyin fizikselliği ve bütünlüğü çok önemli. Her şeyin bunca takdir ediliyor olmasının ve daha önce göz önünde bulundurmaya düşünmediğim şeyler için ayrılan zamanın son derece ilham verici olduğunu düşünüyorum. Daha büyük bir hareketin ve küresel bir şeyin parçası olmak insanı çok daha iyi hissettiriyor." ●

Sobierajski'nin çalışmalarının daha fazlası letasobierajski.com adresinde görülebilir.

2017 AIGA Eye on Design Konferansı için Marka Tanımlayıcısı. Grafik tasarımı, donanım ve sanat yönetmenliği Sobierajski ve Jeffree tarafından yapılmış.



2018 Gucci Acqua di Fiori kampanyası için pervane stilleri, sanat yönetmeni ve fotoğrafçı, Sobierajski.



Tasarımdan kim sorumlu?

Mustafa Kurtuldu

www.creativereview.co.uk

Çeviri: Leyla Tonguç Basmacı

Google Tasarım Desteği Sorumlusu Mustafa Kurtuldu'nun tasarımcılarla uygulama geliştiriciler arasındaki ilişkilerin geliştirilmesini amaçlayan Youtube ve podcast dizisinin beşinci bölümünde tasarım sorumluluğunun kapsamı ele alınıyor ve Uygulama Geliştirme Programları Mühendisi Sérgio Gomes ile birlikte uygulama geliştiricilerin neden tasarım yapmadığı sorgulanıyor.

Mustafa Kurtuldu'nun Tasarımcılar ve Uygulama Geliştiriciler dizisi, iki alan arasında daha derin ilişkilerin geliştirilmesini amaçlıyor.

İki haftada bir yayınlanan bölümlerde verimli işbirliklerinden, testlerde ve veri toplamada aşırıya kaçmanın yaratıcılık sürecini bozup bozmadığına kadar farklı farklı konular işleniyor. Toplam altı bölüm olacak ve hepsine burada, *Creative Review*'nin internet sitesinde yer vereceğiz.

Mona Lisa, Fotoğraf: Eric Terrade, Creative Commons



5. bölümde Kurtuldu, Google Uygulama Geliştirme Programları Mühendisi olan Sérgio Gomes'a tasarımın sorumluluğu ve uygulama geliştiricilerin tasarımcı olmak için gerekli sıçrayışı neden yapamadığını sordu.

Kurtuldu her bölüme eşlik etmesi için bir de yazı yazdı. Bu hafta çoklu beceri sahibi olmanın avantajlarını ve neden tek boynuzlu atları sevmediğini anlattı:

Geçen hafta bir uygulama geliştiricinin ekibimdeki birinden “tek boynuzlu at” olarak söz ettiğini duydum. Bu terim – tasarım yapabilen bir uygulama geliştirici gibi – birçok farklı şey yapabilen insanlar için kullanılır oldu. Ben bu terimi sevmiyorum, çünkü farklı yetenekleri olan insanların ender bulunur, mitolojik varlıklar olduğuna ima ediyor.

Bu sektörde geçirdiğim 17 yılın büyük kısmında tasarımcıların kodlama yapması gerektiğine dair tartışmaya tanık oldum. Bence de kodlama yapmaları gerekli, ama önemli olan miktar. Ressamların nasıl resim yapma sürecinin bir parçası olan renk karışımını yapması gerekliyse, tasarımcıların da kodlama yapması gerekir. Ama bu tartışmanın sonu yoktur ve hiçbir şey değişmez. Tasarımcılar inatçıdır ve ürünlerin nasıl oluştuğunu öğrenmeyi reddetmeye devam ederler, ama bir prototip uygulamasıyla saatlerini geçirip sonradan çöpe atılacak bir şey yaratmaya hazırdırlar. Bir şey öğrenme konusundaki bu ilgi yoksunluğu bana tasarımcıların süresinin dolduğunu düşündürüyor. Yaratıcılık meşalesini ve ruhunu devralma sırası şimdi uygulama geliştirici-lerde.

Uygulama geliştiricilerin tasarım yapmayı öğrenmesi gerektiğine inanmamın bir başka nedeni var, o da şu: öyle bir noktaya geliyoruz ki yaratılmasına ihtiyaç olan bütün yeni ürünleri yapacak kadar çok tasarımcı yok. Burada asıl yapılması gereken, tasarım eğitimine daha büyük yatırım yapmak, ama aynı zamanda

başka disiplinlere de tasarımın önemini ve sanatsal değerini öğretmek. Tasarımcılar becerileri konusunda adım atmayacaksa, iş uygulama geliştiricilere düşecek.

Ben “tek boynuzlu at” yerine, Yunancada “çok şey öğrenen” anlamına gelen *polymathes*'i tercih ediyorum çünkü her şeyi kendinde özetliyor. Birbirinden farklı şeyler yapabilmek bir öğrenme sürecidir. Birçok şey yapmasını bilmenin mitolojik bir yönü yoktur, sadece zaman, enerji ve çaba gerektirir.

Aslında çoklu beceri sahibi olma, eskilere özgü bir özelliktir. Leonardo Da Vinci de, Michelangelo da birer *polymathes*'ti, ama onlara usta sanatçılar gözüyle bakarız. Ben aslında Da Vinci'yi bir program geliştirici olarak görüyorum, çünkü birçok yönden günümüz mühendislerinin ruhuna sahipti. Yapabileceğinden çok daha fazla proje üstlenirdi ve hemen hiçbirini tamamlamamazdı. Benim bildiğim program geliştiricileri de aynen böyle yapar. Örneğin belki de tüm zamanların en büyük resmi olan *Mona Lisa*, Fransız sanat eleştirmeni Théophile Gautier tarafından “gizemli bir şekilde gülümseyen, sfenks benzeri bir güzel” olarak tasvir edilmiştir. Bütün güzelliğiyle insan biçimini temsil eden bu sanat eseri neredeyse 500 yıldır dünyayı büyüler. Ama bu da aslında yarım kalmış bir eserdir, dolayısıyla tamamlansaydı neye benzerdi, bilmiyoruz. Leonardo hayatının sonraki dönemlerinde “tek bir eseri tamamlayamamış olmaktan” yakınmıştır.

Dolayısıyla *Mona Lisa*'ya baktığımız zaman onu gizemli bir resim olarak değil de bir süredir güncellenmemiş bir GitHub Repo olarak görmeyi öneriyorum. Çünkü dehanın en kötü yönü, hiçbir şeyi tamamlayamamaktır, çünkü dâhiler daima başka bir şeyleri merak ederler ve çok çabuk sıkılırlar. Çoğu mühendis de böyledir.

Da Vinci güzel resim yapan bir mühendisti. Uygulama geliştiricilerin tasarım yapmadığı fikri, günümüze ait bir kurgudur. Yeterince zamanı ve sabrı olan herkes tasarım alanında beceri kazanabilir. Ama sektörümüzün mesafe kaydettiğini ve uygulama geliştiricilerin tasarım alanına çok daha aşına hale geldiğini kabul etmek zorundayım. Tipografide dikey ritme değer verme ve özellikle renk açısından erişim, uygulama geliştirme çevrelerinden kaynaklanmıştır. Bootstrap ve Foundation gibi tasarım ilkeleri, bu sektörü

tasarımın önemi konusunda eğitmenin ve herkese bu alanda ortak bilgi ve algı kazandırmanın bir yoluydu. Bir sonraki adımı teşkil eden Material Design ilkelerinde tasarım kuramından söz ediyoruz ve şöyle bir soru soruyoruz: “bu dijital parçacıklar neden oluyor...”. Buradan hareketle kullanıcılara hiyerarşi gibi şeyleri apaçık bir şekilde ifade etmeden sunmayı öğreten bir sistem oluşturduk. Örneğin bazı objeleri gölgeler yoluyla kullanıcıya yaklaştırarak onların daha önemli olduğunu gösterebiliriz. Bu fikirleri anlamak için biraz deneme yapmak lazımdır, ama yeterince zaman verilince bunları öğrenmek mümkündür.

Bazıları bunları yapamayacaklarını, böyle şeyleri öğrenmenin çok zor olduğunu ve böyle becerilerin doğuştan var olması gerektiğini söyleyebilir. Bu gibi karşıt görüşlülere çoklu beceri sahibi başka birini, İranlı El Biruni'yi örnek göstermek isterim; 973 yılında doğan El Biruni fizik, matematik, astronomi, doğa bilimleri, tarih, antropoloji, kronoloji ve dilbilim alanlarında eğitim alıp ders vermiştir. Bu konularda 146 kitap yazmayı başaran El Biruni'nin en ünlü kitabı Hint kültürü konusunda bir araştırmadır. El Biruni'nin ömrü boyunca başardıkları benim için bir ilham kaynağıdır; herkesin ondan cesaret alması gerektiğine inanıyorum. Tasarım ilkelerini herkes öğrenebilir, yeter ki bu işe zaman ayırsınlar.

Gomes sohbetimizde odak noktalarından söz etti ve iş unvanlarımızın kelime anlamıyla değil de temel bir odak noktası olarak algılanması gerektiğini anlattı. Belli bir konu veya disiplinde uzmanlaşmak iyi bir şeydir, ama nihai amaç o olmamalıdır. Uygulama geliştiricilere sözüm şu: tasarım yapma sırası sizde, çünkü tasarımcılar olmaları gerektiği gibi *polymathes*'ler olamadılar. Yaratıcılık meşalesini devralıp dünyayı kendi suretinizde tasarlama sırası artık sizde. ●

Bu yazı, “Tasarımcılar ve Uygulama Geliştiriciler” adlı Google Chrome uygulama geliştiricilerine yönelik You Tube dizisi için yaptığımız bir sohbetten ilham alınmıştır.

Mustafa Kurtuldu, 2001 yılından beri dijital tasarım alanında çalışan bir Google Tasarım Avukatıdır. Yayıncılık, hayır kuruluşları, eğitim gibi değişik sektörlerde ve News International, Middlesex Üniversitesi, The Metro Newspaper, BBC/Arts Council of England & Macmillan Yayıncılık gibi kurumlarda çalışmıştır.

Kimler sorumluluk sahibi?

Michael Rock

2x4.org

Çeviri: Leyla Tonguç Basmacı

Sorumluluk, tasarım alanının en son moda sözcüklerinden ve ondan kaçış yok. Hangi tasarım dergisine bakarsanız bakın karşınıza çıkacaktır. Alanın ileri gelenleri moda tasarım yarışmalarına yapılan dağlar kadar başvuruyu ayıkladıktan sonra, daha yeni ödüllendirdikleri çalışmaların sosyal sorumluluktan yoksun olduğundan yakınır. Akademisyenler ise tipografi ödevlerine bir miktar olsun siyasi içerik katmaya uğraşıp dururlar. Hatta AIGA koca bir konferansı bu konuya adanarak tüm devamlı katılımcılarına bir araya gelip onlara çalışmalarının eskiden beri ne kadar proaktif olduğunu açıklama imkânı tanımış oldu.

Ama nedense bütün bunların yüzde 90'ı palavra gibi görünüyor. Sosyal sorumluluğun bu kadar konu edilmesine rağmen, tasarımla bağlantısının ne kadar karmaşık olduğunu gerçekten kavrayabiliyor muyuz? Bilginin düzenlenmesiyle ilgili bir meslekte sorumluluk meselesi biraz ürkütücü görünür. Grafik tasarımın gizli gücü, imge üretimiyle bağlantılı olmasından kaynaklanır ve her tür güç, beraberinde sorumluluk getirir. Ancak meselenin bu yönü şu ana kadar yeterince ele alınmamıştır. Sosyal sorumluluk, içeriğin, biçimin, hedef kitlenin, müşterinin ve/veya tasarımcının mı işlevidir?

Burada geleneksel olarak iki ana mesele söz konusudur: 1) Sigara üreticileri veya nötron bombaları ve sinir gazı üreticileri için çalışmayın ve 2) müşterileriniz için belirlediğiniz malzemelerin etkisi konusunda bilinçli olun. Kuşe kâğıt üzerine sekiz renkli metalik mürekkep kötüdür; geri dönüştürülmüş kâğıt üzerine soya kaynaklı pigment iyidir. Ama bu sorunun bu kadar basit bir şekilde yorumlanması, arkasındaki daha önemli meselelerin gölgede kalmasına neden olabilir.

Mega şirketler döneminde şirketler arasındaki sınırlar giderek daha muğlak bir hal aldı. Bomba üreticisiyle çalışmayı reddedersiniz, ama onu finanse eden bankayla çalışır mısınız? Peki ya bankanın finanse ettiği sanat müzesiyle? Veya sahip olduğu

kablolu televizyon kanalıyla? Eğer tasarımcının görevi müşteriye savunmaksa, kimin iradesi ve mesajı diğerine göre üstündür? Burada sosyal ile bireysel sorumluluk arasında bir karışıklık söz konusudur. Diğer meslek sahipleri gibi tasarımcılar da her tür etkinliğin ve müşteri ilişkisinin sonucunu kendi konumu ışığında değerlendirmelidir. Bunlar sosyal sorumluluktan ziyade, bireysel vicdan ve ahlak meseleleriyle bağlantılıdır.

Ekoloji konusuna gelince, kimse çevreye karşı değildir. “Geri dönüştürülmüş kâğıda basılmıştır” nitelemesi giderek daha popüler hale geldikçe müşterileri yeşil veya çevre dostu yolu benimsemeye ikna etmek de giderek kolaylaşmaktadır. Ama tabii kurumsal motivasyon ne olursa olsun, liberal bir çevre planının sonucu olumlu olmak zorundadır. Daha az zararlı malzemeler belirlemek bir başlangıç teşkil edebilirse de (gerçi), tasarımla atık malzemeler arasındaki ilişkiye çözüm bulmak bu kadar kolay değildir.

Aslında tasarımcıların teşvik edebileceği en önemli çevresel etki, müşterilerini sipariş verdikleri işe yaramaz basılı malzemenin sadece yarısını üretmeye ikna etmek veya boyut ve içerik açısından daha küçük ve sade çözümler önermek olacaktır. Böyle bir şey, emlakçılardan açık alanlarla ilgili yasaları teşvik etmelerini beklemekle eşdeğer olacağından gerçekleşmesini beklemek pek de akıl kârı olmayacaktır. Kazanç peşindeki tasarımcılar, yüksek bir ücret karşılığında yapılacak bir projeyi ortadan kaldırmak için çaba sarf etmeyecektir. İnsanların bilinçli kişisel çıkarları bir yana, kapitalist tüketim yasaları bunun yaygın bir olguya dönüşmesini engelleyecektir. Tasarımcıların bu meseleyi gerçek anlamda ele almak için projelerin fatura edilme şeklini baştan tanımlamaları, nihai ürünle tasarım ücreti arasındaki bağlantıyı kaldırmaları gerekir.

Tasarımcının sosyal sorumluluğu, anlamlı biçimler yaratma sorumluluğudur. Tasarımcılar bilgiyi ileten aracı kontrolü altında tutuyor olabilir, ancak iletilen imgelerin temel işlevinden habersiz olabilirler. Sosyal sorumluluk sahibi tasarımcılar, hepsi anlamlı olmasa da, stüdyolarından geçen bütün ürünlerin kültürel etkisinin bilincinde olmalıdır. Tasarımcılar haritalardan giysi kataloglarına kadar o kadar farklı projelerle uğraşırlar ki, çalışmalarının tek bir sosyal konumla bağdaştırılabileceğini söylemek

anlamsız olacaktır. Projeler tamamıyla zaruri de olabilir, insanları alenen yanıltabilir de. Önceden belirlenmiş, siyasi olarak doğrucu standartlara başvurmadan içeriğin sosyal sorumluluk açısından bir ön tanımını yapmak mümkün müdür?

Bireysel vicdan ve çevresel duyarlılık meseleleri bir yana, grafik tasarımın toplumla ve toplum içindeki işlevimizle bağlantılı olan yönlerini ele almamız gerekir. Tasarımın salt pragmatik tarifinden vazgeçmiş olsak bile, temel sosyal rolünün bilgiye aracılık etmek, bilgiyi düzenlemek, tercüme etmek ve bilgiye erişimi sağlamak olduğu kesindir. Bu durumda sorumluluk biçimin mi, içeriğin mi, malzemenin mi, yoksa müşterinin mi işlevidir? Biçimin kabul edilebilir olabileceği fikri şüphelidir; malzemenin ekolojik açıdan duyarlı olması gerektiği besbellidir; içerik tanımlanamayacak kadar geniş kapsamlıdır; müşteriyle durum da muğlaktır.

Aslında standart “kabul edilebilir” içerik fikrinden vazgeçip konunun teker teker ele alınması gerektiği bellidir. Çoğu tasarımcı, her biri spesifik bir değere sahip, görünürde çelişkili görünen çeşitli müşterilerin işlerini bir arada yürütmeyi başarır. Bazı tasarımcılar bazı projeleri başka daha önemli ama daha az kazanç getiren faaliyetleri finanse etmenin yolu olarak görürler. Profesyonel tasarım uzmanlığı pahalıdır; ileri düzey iletişim danışmanlığına ancak en kârlı şirketlerin gücü yeter (para, güç ve iletişim arasındaki bu bağlantının da bizi endişelendirmesi gerekir). Ancak işin ilginç tarafı, birçok tasarımcı en etkili çalışmalarını ücret ödemeyen müşterileri için yaparlar. Siyasi çalışmalar veya hayır amaçlı projeler yürütmenin amacı bir kurumun, sunduğu hizmetlere veya bilgiye ihtiyacı olan hedef kitleye ulaşması için grafik tasarımın araçlarından yararlanmaktır. Hayır amaçlı çalışmalar genelde toplumun bilgi kültüründen yararlanabilecek – ve ondan sürekli olarak dışlanan – kesimlerine hizmet eden gruplara destek vermeyi amaçlar. Ancak ne yazık ki birçok tasarımcı hayır amaçlı çalışmaları, ücret karşılığında beraber çalıştıkları müşterileriyle mümkün olmayan özgür yaratıcılık için bir fırsat olarak görür. Belki de asıl iletişim sorunlarının çözümüne odaklanma becerilerini sınırlayan, hayırseverlik duygularının uyandırdığı güç ve üstünlük duygusudur.

Sosyal sorumluluğu kesin olarak tanımlamak mümkün olmayabilir. Belki de tek umudumuz, iletişim alanıyla bağlantılı meselelerin ne kadar karmaşık olduğunun kabul edilmesidir. Dezavantajlı kesimlerin gerçek bilgilere erişiminin giderek tehlikeye düştüğü ve güçle paranın bilginin üretimi ve yayılması için gerekli araçların büyük kısmını kontrol ettiği bir dönemde basit ve etkili kitle iletişimi geliştirme hedefi büsbütün önemlidir. Kolay anlaşılır olma sosyal açıdan yine önemli bir mesele haline gelirse, bunun nedeni bu yönde bir karar değil de içeriğin örtbas edilemeyecek kadar elzem olmasıdır. Mesaj stile göre öne çıkabilir, ama stil yine de önemli kültürel değerleri ilettiği için kabul görecektir.

Sonuçta belki de asıl korkutucu gerçek, sosyal açıdan sorumsuz olan işlerin çoğunun düşündüğümüzden de yakınımızda olduğudur. Suçluları başka yerlerde aramaya başlamadan önce belki de gerçek bir işlevi olmayan, sadece tasarımcılara ve kültürel seçkinlere hitap eden, gösterişle ve faydasızlığıyla parasal aşırılığı ve abartılı tüketimi yücelten, abartılı düzeyde tasarlanıp üretilen tipografik numaraları göz önüne almamız gerekir. Aslında, Walt Kelly’nin ölümsüz filozofu Pogo’yu alıntılanmak gerekirse, düşmanla tanıştık, düşman bizim zaten. ●

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Zeynep Tonguç

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