

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Letraset, tasarım ve müzik

www.uniteditions.com

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Önümüzdeki birkaç hafta boyunca, tipografik anlatımda devrim yaratan, harfleri kâğıda ovalayarak aktarmaya dayalı yazı sisteminin görsel tarihinden bahsedeceğiz ve Letraset kitabımızdan bir dizi önemli noktayı sizinle paylaşacağız. İlk yazımızda Letraset'in, görsel pankçı dili ortaya çıkartan ve 1970'lerin sonlarında ve 80'lerin başlarında müzik yapımcılığında DIY (kendi başına yap) yaklaşımının temelini oluşturan unsur olduğu konusuna eğileceğiz. Letraset: The DIY Typography Revolution (Letraset: DIY Tipografi Devrimi) kitabı Unit Editions mağazasından edinilebilir.

Compacta, orijinal ilk Letraset yazıtipi, 1963.

Son yıllarda, Letraset ile ilgili yazılar önde gelen tasarım dergilerinde yer aldı ve Letraset tipografi sisteminin oluşturulmasına destek veren el sanatlarını ve uzmanlık bilgisini kutlamak üzere çeşitli etkinlikler düzenlendi. Bu coşku, bilgisayar ekranından ve Adobe yazılımının kolaylıklar dünyasından başka hiçbir şey bilmeyen yeni nesil tasarımcılara kadar uzanmaktadır.

Aynı zamanda, grafik tasarım ve tipografiye ilgilerini Letraset ile erken dönemde tanışmalarına borçlu olan – şimdilerde kırklı yaşlarında – bir grup tasarımcı vardır. Bir Letraset kataloğuyla ilk karşılaşmalarında birçoğu için bu, önlerinde keşifler dünyasının kapılarının açıldığı andı.

Yaklaşık 40 adet Letraset yazıtipinin tasarımından sorumlu olan David Quay bu kitabın bir yerinde şöyle belirtiyor: “Letraset ile herkes yazıtipi denen şeyden haberdar oldu. Okuldaki kermes için poster yapan bir öğrenci, ya da plak kapağı tasarlayan bir grafik tasarımcı. Letraset ile hepsinin yazıtiplerine kolay erişimi doğmuştu.”

Saygın bir İngiliz tasarım grubu olan Graphic Thought Facility'nin kurucularından Andy Stevens, şöyle düşündüğünü hatırlıyor: “Letraset kitabımı açtığımda, plak kapaklarından tanıdığım resimlerin ve kodların, metaforlar ve biçemlerle dolu bu katalogdan alınmış olduğunu fark ettim, ayrıca artık ben de onlara

Helvetica Medium.

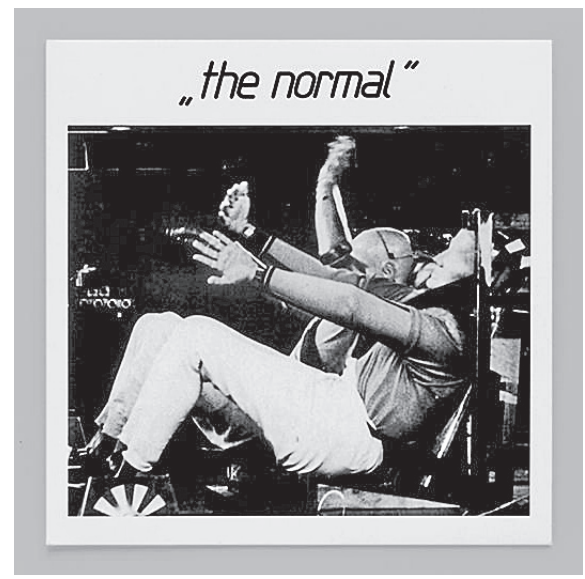
erişebiliyordum. Bu durum bana, günümüzde hâlâ araç olarak kullandığım grafik aygıtlara doğru beni götüren ve benimsediğim gözlem yolunu ve kullanımını açtı.”

Ancak çoğu tasarımcı için, Letraset'in havalı yazıtipleri ve onları bastırarak/ovalayarak kullanılan ortama (kâğıda) aktarma olayı, çok heyecan vericiydi. Karşımızda, yazı şablonlarının neredeyse esrarlı yeteneği sayesinde, dönemin ruhunu ve coşkusunu yansıtan grafikler tasarlamının yolu açılmıştı.

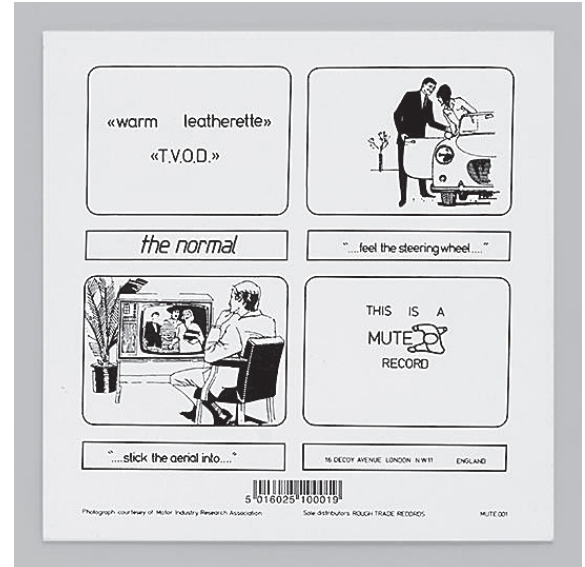
Ve ondan ilham alan sadece tasarımcılar değildi. Letraset'in inanılmaz kullanım kolaylığı sayesinde, tasarımcı olmayanlara da artık birer profesyonel tasarımcı olarak çalışma şansı doğmuştu. Fanzin dünyası, daktilo, IBM daktiloların yazı topu ve el yazısının yanı sıra Letraset'i tercih edilen tipografik araçlardan biri olarak hızla benimsemişti.

Fanzines (Taraftarlar) adlı kitabında Teal Triggs; “1960'ların müzik fanzin dünyasındaki kes/yapıştır tarzı grafik dili, elle

Malcolm Garrett'in tasarladığı ve sanat yönetmenliğini yaptığı New Sounds, New Styles (Yeni Sesler, Yeni Stiller) Dergisinden karşılıklı iki sayfa, 1981.



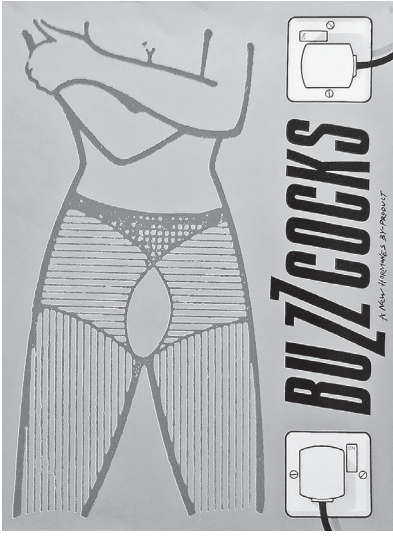
Daniel Miller ve Simone Grant tarafından tasarlanmış olan “The Normal – T.V.O.D. / Warm Leatherette” adlı 45'liğin ön kapağı. The Normal, Miller'ın müstezar ismiydi ve bu, Mute Records Plak Yapım Şirketi için yapılan ilk sürümdü. Miller bir Letraset delisiydi ve Alman standartlarına göre 1931 yılında tasarlanmış DIN yazıtipine hayrandı (DIN; Deutsches Institut für Normung – Alman Standartları Enstitüsü). Bu yazıtipi Almanlara çok tanındı, çünkü Almanya'da yol tabelalarında kullanılan yazıtipidir. Letraset 1974 yılında Isonorm adıyla bir benzerini yayınlamıştır. Isonorm, bu 45'liğin kılıfında kullanılmıştır.



Normal – T.V.O.D. / Warm Leatherette, 45'lik, arka kapak. © Mute Records, 1978.

düzenlenmiş yazıtipleri ve/veya Letraset, 1970'lerde artık tamamen ortaya çıkan bildik fanzin tarzının ipuçlarını vermeye başlamıştı.” diye kaydediyor.





Malcolm Garrett'in Buzzcocks posteri; 1977.



Franklin Gothic Extra Condensed.

Letraset, görsel ifade biçimlerindeki bir diğer büyük patlamanın, 1970'lerdeki pank patlamasının tetikleyicisi olmuştur. Mute Records'un müzisyenlerinden biri, DJ'i, yapımcısı ve kurucu ortağı olan Daniel Miller, Letraset'i, kendi müziğini kendin yap – DIY – müzik prodüksiyonu felsefesinin doğal bir uzantısı olarak kullanmıştı. Bu felsefe, müziğin kontrolünü – yapımını ve yayımını – büyük plak şirketlerinin kontrolünden alıp

Chakk, "10 Days in an Elevator" (Asansörde 10 Gün), ön kapak, MCA Records, 1986. Tasarım ve uygulama: The Designers Republic (Tasarımcılar Cumhuriyeti) ve Chakk 'after Reichart'.



Chakk, "10 Days in an Elevator" (Asansörde 10 Gün), arka kapak, MCA Records, 1986. Tasarım ve uygulama: The Designers Republic (Tasarımcılar Cumhuriyeti) ve Chakk 'after Reichart'.



müzisyenlerin kendi kontrolüne vermeyi amaçlıyordu.

Miller'ın ilk DIY 45'lik plağı epey ses getirdi. Müziğini kendi yazdığı ve seslendirdiği plağın baskısını kendi düzenledi ve bir arkadaşının yardımıyla Letraset sembolleri ve tipografi kullanarak kılıfını tasarladı. T.V.O.D. / Warm Leatherette (Mute, 1978) için yapılmış olan kapak bugün, Letraset'in en büyük sükselerinden biri olarak kabul edilir ve

Letraset'in 1970'lerin indie (bağımsız yapımcılık) müzik sahnesinde oynadığı rolün konu edildiği her sefer onun adı da birlikte anılır.

"Letraset'e hayrandım" diyor Miller. "İlk kez karşılaştığımda üniversitedeydim, sanırım. Çok kötüydüm, hiç beceremiyordum. Ama DIN yazıtıptını gerçekten istediğimi biliyordum, özellikle italik versiyonunu çok sevmiştim, tırnak işaretlerini de. Kılıfın arka kapağındaki görüntüleri seçtim ve filmcilik okumuş olduğum için bir film şeridi tarzında tasarlamaya karar verdim."

Kitabın girişinde açıkça belirttiği gibi, Malcolm Garrett da Letraset'i ilk benimseyenler arasındaydı. Onu Buzzcocks grubuyla yaptığı çalışmada kullandı: "Buzzcocks'u pankçı görünümünden kurtarmak istedim" diye hatırlıyor Garrett. "Bu klişeleşmiş ve sonuç olarak zamanda kilitlenmiş bir tarzı sömüren bir görünümdü."

Garrett'in grup için yaptığı ilk eseri, kendine özgü çift-Z ile Buzzcocks logosunun tanıtımını yapmıştı. "Logonun kendisi gayet DIY bir şekilde üretildi. Letraset'in, olarak kâğıda aktardığımız harflerini istenen düzene ve bireyselliğe ulaşmaları için, modifiye ettik ve yeniden çizdik."

Yaklaşık on yıl sonra, dijital çağın süperstar tasarım gruplarından biri olan The Designers Republic, başta elektronik müzik sahnesinde olmak üzere estetik açıdan cüretkâr plak kapaklarının tasarımcısı olarak piyasaya ilk adımlarını attı. Yaptıkları ilk plak kılıfı, Chakk adında bir grubun 1986'da MCA Plak Şirketinden çıkan "10 Days in an Elevator" (Asansörde 10 Gün) adlı uzunçalıydı (LP).

Ön kapakta, Viktorya dönemi yazıtiplerinin bulunduğu bir kitaptan alınmış harfler kullanılmış, ancak LP'nin arka kapağındaki şarkı listesi ve iç kılıfın arkasındaki diğer tanıtım yazılarının hepsi Letraset ile yapılmıştı.

The Designers Republic'in kurucusu Ian Anderson şöyle diyor: "Şimdi baktığımda, ne kadar düzgün iş çıkardığımızı görüp hayretler içinde kalıyorum. Bütün iş benim evimde uykusuz geçen bir hafta sonu yapılmıştı."

Yine de Letraset'in plak kapaklarında bu kadar yaygın kullanılmasına ve dizgiye göre nispeten ucuz olmasına rağmen, Letraset 1970'li çoğu uygulayıcılar için hâlâ çok pahalıydı.

"Letraset o zamanlar için büyük bir parçasıydı" diyor Greensleeves Reggae Plak Şirketinin tasarımcısı

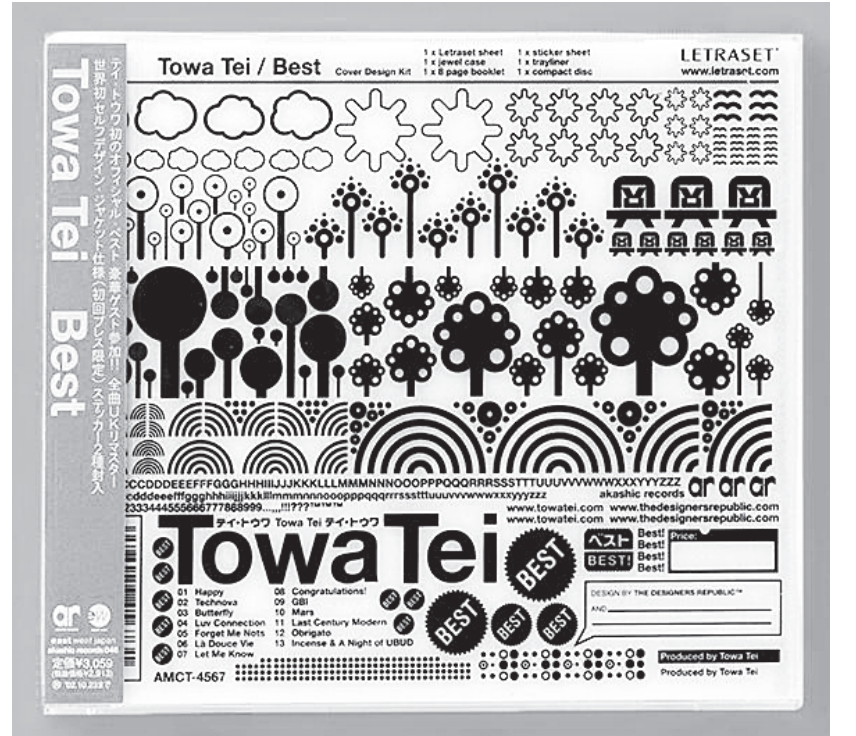
Tony McDermott. "Detaylı metinler için hazır fotoğraf seti veya IBM seti kullanırdık, ancak başlık fontları için Letraset kullanılırdı. Letraset kataloglarında çok zaman harcardık. Ve çok da para. Letraset hiç de ucuz değildi!"

"Bir metnin bütünü yazarken, çoğu zaman 'a' ve 'e' gibi çok kullanılan harfler çabuk tükenirdi, çünkü bir alfabede harfleri sadece belirli sayıda verirlerdi ve birkaç tanıtım satırı yazdığınızda, aniden 'd' veya 'y' veya diğer bir harften başka kalmadığını fark ederdiniz. Bir Letraset sayfası o zamanlar 10 £ civarındaydı. Oysa bir albümün toplam bütçesiye yaklaşık 200 £ dolayında olurdu. Yani, bu yüzden Letraset için 20 £ daha harcamak bize çok fazla görünüyordu."

Pankçı grafiklerin Situationist ideolojiden esinlenmiş duayeni Jamie Reid bile Letraset'in maliyetinin fahiş olduğunu düşünüyordu. Gazete başlıklarını ve metinlerini kesip Suburban Press adlı yayınındaki yazılarında neden kullandığını şöyle anlatıyor: "Bir yerde, ihtiyaçların buluşların anası olması durumuydu bu. Suburban Press'in ilk zamanlarında Letraset'i kullanmaya gücümüz yetmiyordu." ●

Bu makale; Unit shop mağazasından temin edilebilen "Letraset: The DIY Typography Revolution" kitabında yer almaktadır. Kitap, Letraset'in öyküsünü, kullanması zor bir sistem olduğu ilk günlerinden başlayarak, görkemli yıllarına kadarki süreç içinde anlatıyor ve Letraset ekibinin önemli üyelerinin ve Malcolm Garrett'in katkılarının yanı sıra Mr. Bingo, Erik Brandt, Aaron Marcus, David Quay, Dan Rhatigan, Freda Sack, Andy Stevens ve Jon Wozencroft ile detaylı röportajları içeriyor.

Towa Tei – Best (East West Japonya Şirketi, Bir Warner Müzik Grubu şirketi, 2001). Grafikleri The Designers Republic tarafından tasarlanan CD. Japon müzisyen Towa Tei, retro stillere özel ilgi duyan bir grafik tasarım "otaku"sı (takıntılı hayran) olarak bilinir. Tasarımcılar doğrudan Letraset ile birlikte çalışarak, özel yazı ve semboller içeren Letraset sayfaları tasarlayıp ürettiler. Bu sayfalar CD'nin paketine dahil edildi. CD kapağı ve kitapçığı tamamen boştu ve CD'yi satın alanın kendi kılıf tasarımını yapmasına izin veriyordu.



Programlanmış tasarımcı

John-Patrick Hartnes

Eye, 94

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Apple bilgisayarları ve Adobe yazılımları gibi endüstri standardı haline gelmiş araçlar zaman içinde grafik tasarımcılar için şaşırtıcı yeni olanaklar yarattı. Ama buna bir kurtuluş denebilir mi? Yoksa bu yeni bir çeşit hapishane midir?

Muriel Cooper, kariyerinin büyük bir kısmını MIT'deki Visible Language Workshop'un (*Görünür Dil Çalıştayı*) kurucusu olarak, bilgisayar destekli tasarımın ön saflarında geçirmiştir ve “otoriter olmayan katılımcı iletişim biçimlerinin önemi” konusuna önem vermiştir. 1989 yılında yazdığı, “Bilgisayarlar ve Tasarım” adlı makalesinde, “bilgisayarlardan ve dolayısıyla bilgi devriminden etkilenecek değişikliklerin yaygınlaşacağı” hakkında uyarıda bulunuyordu. “Bundan dolayı, her meslek ve hepimizin yaşamı tüm yönleriyle değişecektir. Ancak bu değişimin sadece küçük bir kısmı tasarım meslek sahiplerinin, eğitimcilerin veya vatandaşların kontrolünde olacaktır. Kendimizi eğitmemiz ve kendini çok yönde gösterecek bu ortamın gelişmesine katılmamız zorunludur.”

O zamandan bu yana bilgisayarların sosyal ve profesyonel hayat üzerinde derin bir etkisi olduğu açıktır. Peki diğer noktaya ne diyeceğiz: değişimi kimler yönetiyor? Eğer daha ilk aşamalarda, tasarımcıların kendilerinin yeni dijital araçlarının geliştirilmesinin dışında kalacaklarına dair endişeler yaşandığını kabul edersek, tasarımcıların çalışma pratikleri üzerinde çok büyük güce sahip Apple ve Adobe'un grafik tasarım alanlarını ne kadar büyük ölçüde yönettikleriyle ilgili olarak neler söylemeliyiz?

Her ne kadar Apple ve Adobe, farklı tür ürünler (bilgisayar ve yazılım) üretseler de, ikisini bir arada ele alırsak, grafik tasarım çalışmaları üzerine bir tür ikielcilik (*duopoly*) uyguladıklarını görebiliriz. Apple bilgisayarları ve Adobe yazılımları, birer “sektör standardı” araçlar olarak, hem grafik tasarımı üretimi hem de grafik tasarımcının kimliği ile eş anlamlıdır. Öğrenciler okulda onlar aracılığıyla eğitilir;

stüdyolar ve serbest çalışanlar, günlük işlerinde onlara bağımlıdır; ve onlar da kendi taraflarından, dünya çapındaki tasarım konferanslarında fiili sponsorluklar yaparlar. Onlar hep sahnededirler – seyirciler arası da dahil – her yerde hazır ve nazırdırlar.

Ancak, ikielci kelimesini ekonomik bir gerçekliği tanımlaması açısından kullanmak mümkünken, “hegemonya” kelimesi de, her iki kurumun hâkimiyetinin ne anlama geldiğini kapsamlı bir şekilde anlamak bakımından aynı derecede uygun bir terimdir. Kültürel eleştirmen Raymond Williams'a göre; dünyayı görme biçimlerimiz sadece entelektüel değil, birer politik gerçek olduğunda ve egemen sınıfın çıkarlarının onun maiyetindekiler tarafından “normal gerçeklik” veya “sağduyu” olarak kabul edildiğinde, o zaman hegemonya mevcut demektir.

Mülkiyet hakkını kaybetme

Apple ve Adobe, grafik tasarımın egemen sınıfıdır ve ürünleri, hangi noktada olduğu fark etmeksizin, endüstri açısından açık bir biçimde tasarımcının doğal araç seçimi haline geldiğinde, tasarımcıların bilinçlerinde meslek hayatlarının “normal gerçekliğiyle” bütünleşmiş demektir. Ana akım grafik tasarım alanında az sayıda popüler alternatif bulunmaktadır, ama kullanımlarındaki doygunluğun arkasındaki sebepler farklıdır. Apple'ın durumunda, “tasarımcının tercihi” olma statüsü (daha çok, lüks ürün üretimine odaklanmasına rağmen) çok az sorgulanır. Oysa Adobe, uzun zaman önceden beri rakip firmaların grafik tasarım üretiminin ayağını kaydırmış ya da doğrudan firmaları satın alarak bertaraf etmiş ve grafik tasarım dünyasında evrensel standart konumuna geçmiştir.

Grafik tasarımcının kimliği, tuzağa düşmüş bir av gibi, çok güçlü bir biçimde bu ürünlerin kimliğiyle birleşmiş ve markayla özdeşleşmiş hale gelmiştir.

Sosyolog Celia Lury'ye göre, günümüzde pek çok şirket, tüketicilerin, belirli faaliyet

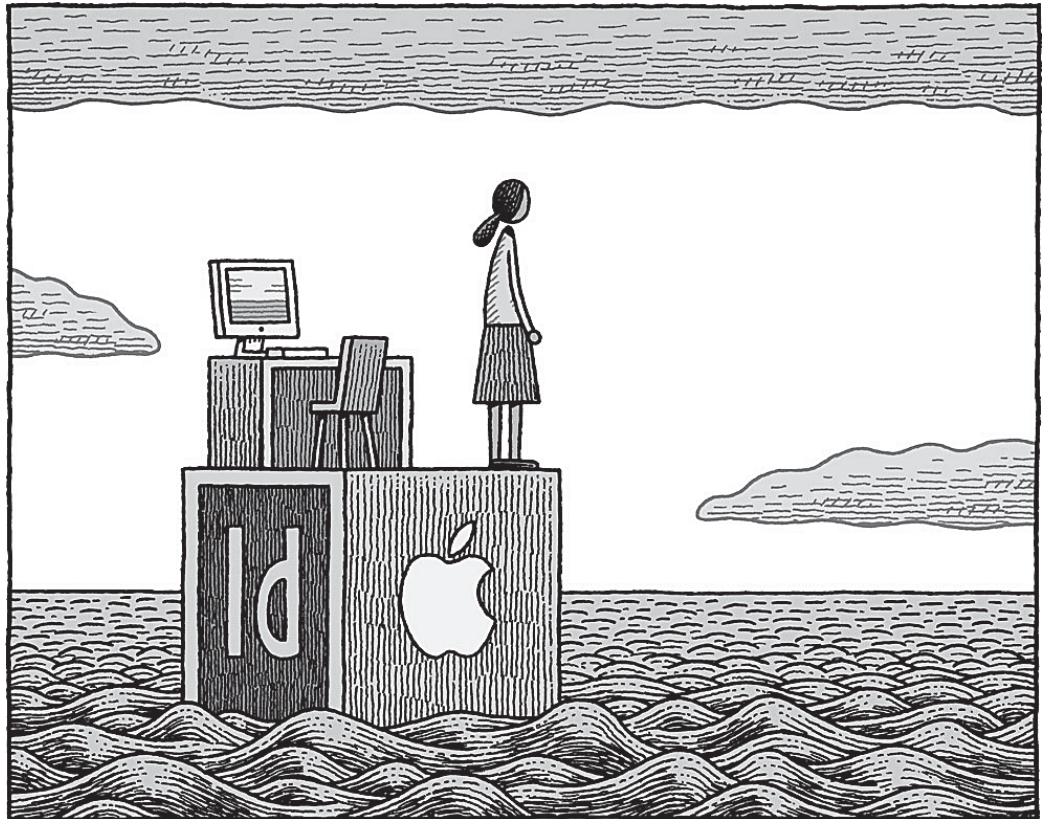
biçimlerini onların markalarıyla eşleştirdiği senaryolar yaratarak kendilerini bir “eylem platformu” olarak konumlandırma yolları buluyorlar. Apple ve Adobe bu amaçlara ulaşmada başarılı olmuştur; artık çoğu tasarımcı, onların sunduğu ürünleri kullanmadan iş yapmayı hayal bile edemez duruma gelmiştir.

Lury'nin fikirlerinden yola çıkan sosyal bilimci Adam Arvidsson, çağdaş markaların, “tüketicilerin belirli yönlerde evrimleşme özgürlüğünü programlamak için çalıştıklarını” savunmakta ve “marka yönetiminin görevinin, tüketicilerin özgürlüklerini ya da hedeflerini, öngörülenlerden farklı bir şekilde deneyimlemelerini zor ya da elde edilmesi imkânsız hale getiren bir dizi direniş yaratmak” olduğunu söylemektedir. Adobe 2013 yılında Creative Suite yazılımını kaldırarak yerine Creative Cloud aboneliği hizmetini koydu. Çok tartışma yaratan bu karar tüketicilerin – bu durumda grafik tasarımcıların – “programlanmaları” stratejisine açık bir örnek teşkil etmektedir. Böylece kullanıcılar, mesleklerinin birincil araçlarının mülkiyet hakkını artık kaybetmiş oldular; artık sürekli yenilenen lisans ücreti ödemeleri gerekiyor ve lisansı her yenilemeleriyle – satın almalarıyla – önce bir tüketici olduklarını, tasarımcı konumlarının ise bundan sonra geldiğini teyit etmiş oluyorlar.

Sonuç, sadece mülkiyet hakkı seviyesindeki kayıplar değildir, aynı zamanda kullandıkları araçlar hakkındaki bilgilerinde de kayıplar gerçekleşmiştir. Günümüzde kaç tasarımcı (bu yazar dahil), günlük olarak kullandıkları makineleri veya

yazılımları destekleyen teknoloji hakkında bir şeyler bilmektedir? Filozof Bruno Latour'a göre; “Bir makine verimli bir şekilde çalıştığında, insanlar yalnızca bilgi giriş ve çıkışlarına odaklanır, ama aletin iç karmaşıklığına dikkat etmez. Yani, bilimsel veya teknik araç gereçler, başarılı oldukları ölçüde, gizemli şekilde adeta görünmez olurlar. Paradoksal olarak, bilim ve teknoloji ne kadar başarılı olursa, şeffaflığını o kadar çok kaybeder ve anlaşılmaz hale gelir.” Grafik tasarım mesleği için, en azından erken modern dönemin başından beri, üretim mekanığı bilgisinin uygulamada ön koşul olarak kabul edildiğini düşünürsek, bu nokta daha da anlamlıdır.

Juig Lehni ve Jonathan Puckey'in geliştirdiği *Paper.js* adlı yazılım, insanların kullandıkları teknolojik araçlar ile ilgili cehaletlerine karşı çıkmak üzere oluşturulmuş bir yapı iskeletidir. Puckey; “büyük yazılım şirketleri tarafından bize sunulan aynı modern araçları topluca kabul etmek yerine, araçlarımızla aramızdaki kişisel ilişkiyi yeniden sahiplenmemiz gerektiğine” inandığını söylüyor. Lehni, geçen yıl yaptığımız röportajda bana amaçlarını şöyle açıklamıştı: “Amacımız bir yapı iskeleti oluşturmak ve kullanıcıların bunu temel alarak, daha sonra, web üzerinde çalışan [Adobe] Illustrator benzeri bir aracı ortaya çıkarmalarına imkân vermektir. Bu iskelet, başkalarının da erişebileceği bir kelime dağarcığı yaratarak tasarım dünyasını güçlendirmeye yarayacaktı.” İkisinin bakış açısına göre, açık-kaynak (open-source) yazılım kültürü işbirlikçi katılımı kolaylaştırır ve ajansları güçlendirir.



Bu, teknik açıdan gelişmiş kullanıcıların nasıl eklemeler ya da çıkartmalarla yazılımlara müdahale edip değişiklik yapmak istediklerini belirten David Reinfurt'un görüşleriyle aynı paraleldedir. Bu kullanıcılar teknolojiye erişmek isterler, çünkü güç oradadır.

Bu fikirler, yalnızca ücretsiz yazılımlarla çalışan, tüm projelerinin kaynak kodlarını yayınlayan ve kendilerini Açık Kaynak Yayıncılığı (Open Source Publishing – OSP, osp.kitchen) diye adlandıran tasarımcılar grubunun çalışma felsefelerinin tam merkezinde yer almaktadır. Adobe yazılımlarına bel bağlamanın getirdiği sınırlamalar konusuna son derece eleştirel yaklaşıyorlar, ancak Lehni ve Puckey'deki gibi onlar için de temel amaç tatbiki olduğu kadar da politiktir. Onlara göre amaç özgürlük, bilgi ve özerklik konusudur. Grup açık kaynak yazılım ve uygulamalarını, düşünmek için araçlar olarak tanımlıyor. Standart uygulamaları taklit eden pazarlama zorunluluklarına tabi olmadıkları için, onların arayüzleri, paradigmaları ve işlevsellikleri sayısız görme ve yapma biçimi sağlayabilir. Ücretsiz yazılımın öncüsü Richard Stallman'ın teorilerinin onları etkilediğini belirtiyorlar. Stallman, "Toplum; vatandaşlarının ulaşabilecekleri bilgilere gerçekten ihtiyaç duyar" diye yazmıştır. "Örneğin, insanlar programları sadece kullanmakla kalmamalılar, ama onları okuyabilmeli, düzeltebilmeli, uyarlayabilmeli, değiştirebilmelidirler. Ancak, yazılım şirketleri tipik olarak bize ne okumamız ne de değiştirmemiz mümkün olan kara kutular sunarlar. Toplumun da özgürlüğe ihtiyacı vardır. Bir programın bir sahibi olduğunda, kullanıcılar kendi yaşamlarının bir kısmını kontrol etme özgürlüğünü kaybeder."

OSP (osp.kitchen) ayrıca; özgür yazılımın yaratılmasına, geliştirilmesine ve kullanılmasına katılanların özerk bir kolektifi temsil ettiklerine inanan antropolog Christopher Kelly'nin görüşleriyle de ilgileniyor. Kelly'ye göre bu kolektif diğer kurulu güç biçimlerinden bağımsızdır ve alternatifler üretme yoluyla onlara direnme yeteneğine sahiptir.

Açık kaynak teknolojisinin olanak sağladığı özerklik, onu çekici yapan şeydir, ancak bu tür girişimlerin etkisini mesleğin tam olarak algılaması günlük uygulamalar sırasında henüz çok mümkün görünmemektedir. Şimdilik, güç başka yerdedir. Bu kontrol eksikliği tasarımcıları taviz verme durumunda bırakmaktadır.

Ama yine de hem Apple hem de Adobe'nin, günümüzdeki çok uluslu şirketlere özgü olan etik meselelere karışma tutumu, bir tasarımcının, bu uygulamaların onun üzerinde ne kadar etkiye sahip olması gerektiğini sorgulaması için yeterlidir.

Sorunları daha da karmaşık hale getiren şey ise, bunların, tüketici olarak sürekli dahil olduğumuz küresel çevrimiçi ağlarda bize sunulan sayısız diğer uygulamalardan farklı olup olmadığı sorusudur. Bu tasarım araçlarının İnternet aracılığıyla sunuluyor olmasının en etkili sonuçlarından biri de, uygulamaların tamamen İnternet'in ticari dünyasının parçası haline gelmiş olmasıdır.

Tasarımcıların geçmişte büyük şirketlerin çalışmalarından yararlandıkları doğrudur, ancak bu ilişkilerin elle tutulur bir yanları ve aralarındaki sınırlarda somut fiziksel yönler vardı. Bu şimdi o kadar kesin değil. Dijital medya teorisyeni Tiziana Terranova'nın da tartışmalarında belirttiği gibi; "ticari bir mal (bizim durumumuzda kullandığımız araçlar) çevrimiçi olduğunda, sürekli hareket edip dönüşüyor, giderek artan bir şekilde geçicileşiyor ve bir üründen çok bir süreç haline geliyor". Kapana kısılmış haldeyiz çünkü araçlarımızla olan ilişkimizde asla tutarlı olamıyoruz: araçlarımıza sürekli olarak bizim dışımızdan müdahale ediliyor ve sürekli yeniden yapılandırılıyorlar.

Filozof Gilles Deleuze'nin "kontrol toplulukları" analizini burada referans olarak alabiliriz. Deleuze, günümüzün modern şirketlerini, üretimin fabrikalara dayalı olduğu öncülerinden farklı olarak tanımlamaktadır. Modern şirketler, onlara ve ürünlerine bağımlı kullarını; bir ruh gibi, hava gibi her yönden kuşatarak sarmakta, onları sürekli olarak yörüngede dalgalandırır halde bırakarak işlerinde güvenlik veya istikrar sağlamalarını engellemektedir. Grafik tasarımcıları, çalışmalarıyla Apple ve Adobe için artık değer üreten işçiler olarak düşünebiliriz. Bu nedenle, tasarımcıların çalışmaları üzerinde "kontrol mekanizmaları" uygulamak bu şirketlerin kendi çıkarları için elzemdir. Bu da eninde sonunda tasarımcı bireylerin özerkliğine ve faaliyetine zarar vermektedir.

Ellen Lupton, 1998'de yazdığı "The Designer as Producer" (*Bir Üretimci Olarak Tasarımcı*) adlı denemesinin bir bölümünde; tasarımcıların üretim araçlarının kontrolünü ele geçirme ve bu kontrolü konuya ilgi duyanlarla paylaşma şanslarının olduğunu ileri sürmekte. Günümüzde

bu, açık kaynak tabanlı tasarım çalışmaları için bir manifesto metni niteliğindedir. Yukarıda özetlenen örnekler, üretim araçlarının "kontrolünü ele geçirme" ve mesleği kurumların elinden kurtarma konusunda bir istek, bir eğilim olduğunu ortaya koymaktadır. Yine de üretim araçları, genel uygulama çalışmaları açısından, tasarımcının elinden daha önce bu biçimde hiç alınmamıştı. Mesleğin kolektif olarak içinde bulunduğu durum, sınırlı bir ticari ürün yelpazesine işaret etmektedir. Teknolojik ilerlemenin ve standardizasyonun – ki bunlar tarihsel olarak tasarımın içindeki önemli temalardı – uyandırdığı özgürlüğe kavuşma hayaline direnebilmemiz çok güçlü. Sonuç olarak, güncelleme üzerine güncellemeler sayesinde elimizi verip kolumuzu tamamen kaptırdık.

Robin Kinross'a göre, standardizasyon, modern tasarım hareketinin temel bir özelliği idi ve süreçte yer alanların, "temel faktörler bir kez belirlendikten sonra, daha özgürce hareket edebilmelerine" olanak sağladığı inancını savunmuştu.

Teknolojik hegemonya

Herhangi bir teknolojinin oluşturulması için standardizasyon şarttır. Örneğin, açık kaynak kodlu platformların çalışmasına izin veren şey de budur: böylece programcılar yazılımı değiştirmeye ve geliştirmeye devam edebilirler. Adobe'nin satışını en kolay yaptığı özelliklerden biri, uygulamalarının, tasarımcıların iş akışlarını sorunsuz bir şekilde entegre etmelerini sağlayan standartlaştırılmış arayüzüdür. Ancak açık kaynaklı platformların "açık" doğası, standartlaştırma sayesinde kolaylaştırıldığında, Adobe söz konusu olduğunda, standart, alternatiflerin kullanımını önleyerek veya yok ederek tasarımcının işini zorlaştırır.

Verimlilik için ödenen bedeli gözden kaçırmamalıyız. Bu ürünlere değişmez tür bir bağımlılık, tasarım faaliyetini ticarileştirir, onu bir meta haline getirir. Şu anki gidişata dayanarak, tasarımcıların araçlarından uzak tutulmaya devam edecekleri tahmin edilebilir: planlı bir şekilde modası geçmiş teknolojik araçlar, sonu gelmeyen sistem güncellemeleri, erişimin sınırlandırılması ve katılımcı olmayan ama otoriter iletişim biçimlerine bağımlı kalma ve sürekli onlara tabi olma durumu.

Google, Facebook veya Amazon'un hayatımızın içindeki yaygın varlığını ve bizim de sağladıkları kolaylıktan yararlanmak için onların müdahaleci çalışma usullerine kolektif uyumluluğumuzu

göz önünde bulundurduğumuzda, bu gelişmelerin toplumumuzca daha geniş bir şekilde deneyimlenen teknolojik hegemonyayla belirgin paralellikler gösterdiğini söyleyebiliriz. Peki grafik tasarım, bir direnç aracı olarak öncülük yapabilir mi?

Mesleğin teknolojik temellerinin daha heterojen ve bağımsız hale gelmesi için ne gerekir? Endüstri bu özel yapılar üzerine kurulmuştur, bu aşamada temel bir değişim sağlamak mümkün olabilir mi? Her ne kadar Apple ya da Adobe'dan "kopma"nın etkileri tamamen farklı bir konu olsa da, daha çeşitli ve özerk çalışma uygulamaları geliştirme zorunluluğunu tartışma vakti çoktan gelmiştir, hatta geçmek üzeredir. ●

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