

SAFRMAL

Mayıs 2022 Sayı 52

Doğu ile Batı arasındaki kavşaktan
bir manzara:

Türkiye’de grafik tasarım (II)

Ray VarnBuhler
Print, Ocak/Şubat 1990

Sorduğum en düşündürücü soru şu oldu: Acaba Türk tasarımcılar, mevcut tasarımlarının belirgin şekilde Türk öğelere sahip görsel bir özelliği olması hakkında ne düşünüyorlardı? Yani özel bir “Türk ifade tarzı” var mıydı? Aynı soru içinde, Türk tasarımına yansıyan ya da gelecekte yansyabileceğini düşündükleri herhangi bir Türk kişiliği ya da karakter özelliği olup olmadığı da vardı. Bu soruları sorduğumda, aklımdan başka ülkelerdeki tasarımı tanımlayan bazı kavramlar geçiyordu:düzen arzusu, sadeliği tercih etme ya da hoşlanma, ayırt edici bir renk duyarlılığı, mizah duygusu veya titiz bir mükemmeliyetçilik veya rahat, gevşek bir yaklaşım. Eğer Japon veya İsviçre tasarımı, Polonya’nın afişleri, Brezilya veya Küba tasarımı veya hatta ABD’nin farklı bölgelerindeki tasarımın bölgesel özellikleri hakkında konuşabiliyorsak, “Türk ifade tarzı” ile ilgili bir soru bana mantıklı görünüyordu. İlginçtir, bazı Türk tasarımcılar sorunun kendisini sorguladılar. Batı tasarım stilleri ve eğilimlerinin tamamen farkında olan bu tasarımcılar, biz

Batılıların alışıldık biçimde ön yargıyla yaklaşp, illa Oryantal bir tarz aramamızı biraz eğlenceli buldular, diyebilirim. Günümüzde iletişimin bu kadar yoğun olduğu bir dünyada, bana, iyi tasarımın nasıl bir ülkeye özgü kalabileceği sorusunu yönelttiler. Bir tasarımcı yurt dışından gelecek dış etkilere gözlerini nasıl kapatabilir, ya da kapatmalı mıdır? İnsanlar bir Türk tasarımcının çalışmasının neden Türk tarzı olarak algılanmasını beklesin? Tasarımcılardan birine göre, milliyetçi

bir tasarım kimliği sorusu ve Türk dışı etkilerin benimsenmesi ya da kullanılması kendine güzel sanatlar dalında paralellik buluyor. “Kimse Picasso’nun ne kadar İspanyol ya da Fransız olduğunu sormuyor ve bazı eserlerindeki Afrika ya da Doğu etkilerinden rahatsız olmuyor.” Bir diğere göre: “Konuyla ilgili bir tür ulusal ilişki olmadığı sürece, ulusal tasarım özellikleri önemsizdir.” Genel olarak, bazı illüstrasyon türleri veya Türk hat sanatını içeren uygulamalar dışında, Türk veya Batılı değil, sadece iyi tasarım veya kötü tasarım olduğu konusunda hemfikirler.

Türkiye’nin önde gelen tasarımcılarından Bülent Erkmen’le yaptığım bir tartışmada bana şöyle bir soru sordu: Yazmayı planladığım makaleye başlık seçiyor olsaydık, “Türk Grafik Tasarımı” mı yoksa “Türkiye’de Grafik Tasarım” mı derdik? Doğru olanın elbette ikincisi olacağını söyledi. “Çünkü ilki, belirgin veya tanımlanabilir bir varlık olarak mevcut değil ve de olmamalı.”Bir tasarımcı da, gittikçe artan sayıda uluslararası müşteriler düşünüldüğünde bir tasarımcının, IBM, Woody Allen, Shakespeare, ITT, Philip Morris veya Star Wars benzeri konulara nasıl bir “Türk” gözüyle yaklaşabileceğini sordu. Bir diğere de, “Madem ki gelişmiş bir iletişim ağıyla çalışıyoruz burada önemli olan, ulusal özelliklerden ziyade insan özelliklerine odaklanıyor olmamız” dedi.

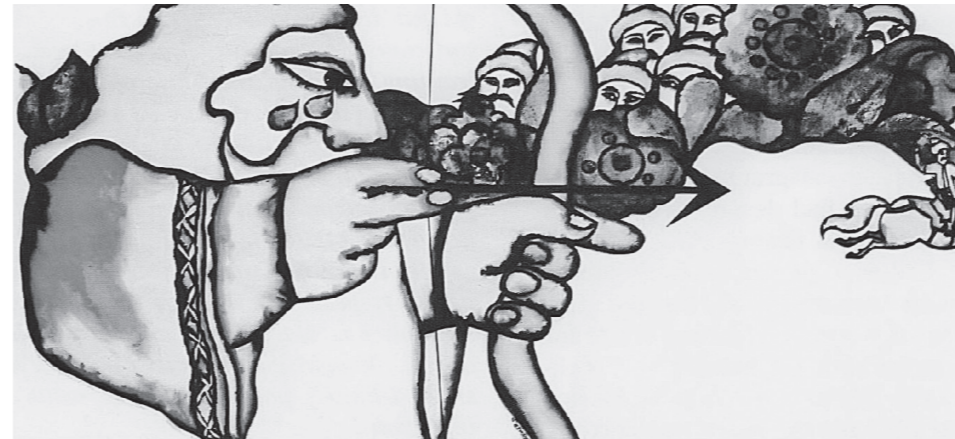
Birkaç tasarımcı gelecekte belki de daha belirgin biçimde Türk tarzı bir tasarımın gelişeceğini düşünüyor. “Bence belirgin bir Türk tasarımı dünyanın ortak tasarım dilinin bir parçası olacak.” Bir diğere, “Halen var olmayabilir ama ileride kültürel tanımlar daha netleştikçe bu olabilir” dedi. Konuyu giderek küçülen ve homojenleşen dünyada, benzersizliklerini koruyan daha büyük ülkelerin sorunu bağlamında ele alan bir başkası, genellikle ulusların kendi kültürlerini yeterince koruyamadıklarına dikkat çekti. “Dış etkiler olgunlaşmalarına veya gelişmelerine



Doğalgaz dağıtımını yapan İGDAŞ’ın sembolü. Tasarımcı: İlhan Bilge.

yardımcı olabilir, ancak her adımda otantik kültürlerinin bir kısmını modernleşme adına geride bırakırlar. Bu arada geçmişin, gelecekteki gerçek yaratıcılığın ya da orijinal sanatın kaynağı olabileceğini gözardı ederler. Benim Türk tasarımcıların bu gerçeğin çok önce farkına varacaklarından ve ortaya özgün bir Türk grafik sanatı çıkaracaklarından şüphem yok. Türk kültürünün, birçok diğere göre geçmişten gelen daha kuvvetli ve daha dayanıklı kökleri vardır. Bu olguyu görmezden gelmek ya da kullanmayı reddetmek evrensel bir hata olur.” Profesör İlhami Turan’ın, Grafik Sanatı dergisinde yer alan makalesinde yaptığı açıklama da bu görüşü yansıtmakta.

Profesör Turan adı geçen makalede şunları söylüyor: “Batılı örnekleri hiçbir ayırım yapmadan takip etmek bizi hiçbir yere götürmez. Türk Sanatını tüm eğitim ve öğretim seviyelerinde ve özellikle güzel sanatlar dersleri veren üniversitelerde bilinçli ve doğru bir şekilde tanıtmak zorundayız. Kendi sanatımızı ve kültürümüzü tamamen sindirmeden orijinal



Bir takvimde yer alan Dede Korkut hikâyesinin görseli. İllüstratör: Yurdaer Altıntaş.

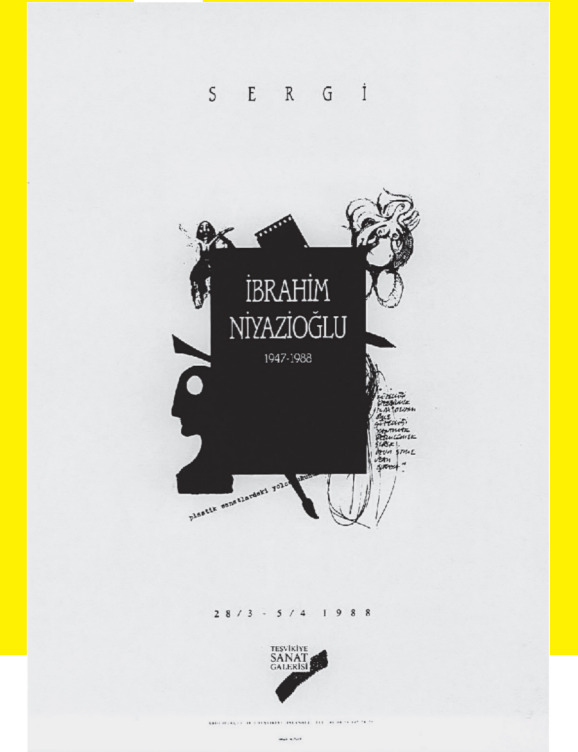
çağdaş yorumları nasıl deneyebiliriz? Yirmi sekiz yıllık bir öğretmen olarak maalesef bu konuda yeterli eğitim verildiğini söyleyemem. Çok sayıda olmasa da grafik sanatçılarımız arasında bir iç gözlem hareketinin başladığını söyleyebiliriz. Taklit duvarlarının ötesine kesinlikle geçeceğimize inanıyorum.

60’larda ve hatta 70’lerde, güzel sanatlar ve grafik tasarım yakın bir şekilde el ele yürüyordu. Bugün bile, güzel sanatlarla olan birlikteliği çağrıştıran bir biçimde, grafik tasarıma genellikle grafik sanatlar ve grafik tasarımcıya da grafik sanatçısı denmekte.

Eskiden “tasarımcılar“ genellikle ressam veya illüstratördü. Mesela bir afiş oluştururken, çalışmalarına yazıtipini eklemek için bir yazıcı veya dizgi makinesi kullanırlardı. Sanatçılar, bazen basılmamış veya ticari olarak kullanılmamış afişlerini sergilerken grafik tasarım diye adlandırır. 60’lı yıllara kadar Türk üniversitelerinde ayrı grafik sanat atölyeleri bile yoktu, sadece afiş atölyeleri vardı. 70’ler bir geçiş dönemi, resmin yanında bir imaj yaratmanın birçok yolunun keşfedildiği bir zamandı. 1975 yılında, ulusal yasalarda yapılan bir değişiklik özel okulların açılmasına izin verdi ve böylece “uygulamalı sanat” okullarının yolu açılmış oldu. Bu okullar birçok yeni kavramı ortaya koydu ve oldukça popüler hale geldi. Daha sonra yasalardaki diğere değişiklikler, bu tür okulların ayrı bölümler olarak üniversitelerde güzel sanatlar akademilerine bağlanmasına neden oldu. 80’li yıllardaki hızlı ve derin gerçek bir değişim, ülkede Batılılaşmaya doğru daha güçlü bir itici gücü ortaya çıkardı. Bu da bilinçli tasarımcıların modern dünyaya sıçraması demekti.

Yerel sınırlar daha hızlı bir şekilde parçalanmaya başladı ve dünyaya daha geniş bir görüş açısıyla bakmak mümkün oldu ve daha fazla tasarımcı Avrupa, Amerika ve Japon etkilerine açıldı. Bugün, Türk grafik tasarımcıların çoğu Türk üniversitelerinde ve göreceli olarak çok azı Avrupa’da tasarım eğitimi almaktadır. Grafik tasarım, çoğu üniversitede “uygulamalı bir sanat” olarak öğretilmektedir ve

profesyonel tasarım topluluğunda ülke çapında tasarım eğitiminin kalitesiyle ilgili büyük bir



Sergi afişi. Tasarımcı: Cemalettin Mutver

memnuniyetsizlik var gibi görünüyor. Nispeten az sayıda üniversite bunu belirli bir disiplin olarak öğretmekte. Bu konudaki fikir birliği, derslerin genellikle kötü öğretildiği şeklinde. Bir tasarımcı tarafından ifade edildiği gibi, eğitim “yaşlı profesörler veya köhne zihinleri olan genç hocalar” tarafından veriliyor. Sonuç olarak, geleceğin genç tasarımcıları eğitimlerinin çoğunu asıl, mezun olduktan sonra, çalışmaya başlayınca almakta.

Kuzey Amerika veya Avrupa standartlarına göre, Türkiye’de yapılan reklam miktarı daha düşük seviyelerdedir. Örneğin, yıllık olarak yayımlanmakta olan Dünya Reklam Harcamaları Araştırmasına göre, 1987’de kişi başına yıllık harcama İngiltere’de 180 dolar, İtalya’da 76 dolar, Yunanistan’da 32 dolar ve Almanya’da 164 dolar iken, Türkiye’de sadece 3,80 dolar olarak gerçekleşmiştir. Buna rağmen reklam ajansları



Playboy dergisinden bir görsel. İllüstratör: Cemalettin Mutver

Türkiye'nin gelişmekte olan ekonomisinde giderek daha önemli bir rol üstlenmektedir ve büyük uluslararası firmalardan birkaçı İstanbul'da şube açmıştır. Son yıllardaysa, grafik tasarım mesleği giderek daha fazla saygı ve kabul gören bir meslek haline gelmiştir. Bunda reklam ajanslarının ulusal standartlara göre özellikle iyi ücret ödüyor olmasının katkısı yadsınmaz.

Türk toplumu erkek egemen olarak kabul görmesine rağmen, iş dünyasında yüksek pozisyonlarda pek çok kadın vardır ve bunların bazıları tasarım mesleğindedir. (Tasarım öğrencilerimin yaklaşık yüzde 50'si kadındı.) Çoğu tasarımcı tasarım firmaları veya ajansları için çalışıyor ve en azından bizim alışkın olduğumuza kıyasla çok daha azı serbest olarak çalışıyor.

İş dünyası da serbest çalışanlara pek alışkın değil ve çoğu tasarımcı ve illüstratör serbest çalışmanın getirdiği sorunlarla karşı karşıya kalıyor: kendini tanıtmaya, muhasebe ve finans konularıyla uğraşmaya, bunların çok zaman alması ve yaratıcı çalışma için fazla zamanlarının kalmaması. Bu durumda genellikle maaşlı bir pozisyon daha kazançlı bir seçenek oluyor. Türk tasarımcıların çoğu, her ne kadar yeterli olmasa da bir dizi yararlı destek hizmetinin (yazıcılar, yazıtipleri vb.) artık bulunduğunu kabul ediyor. Ancak onlara göre talep genellikle mevcut hizmet olanaklarını aşılıyor ve iyi tedarikçilerin bulunması da zor. Dahası, Türkiye'deki tasarımcılar

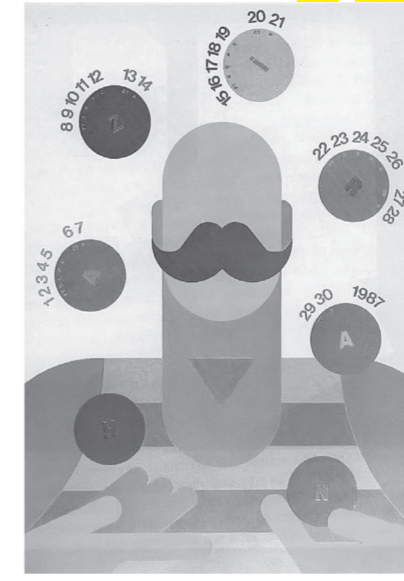
henüz biz Batılı tasarımcıların alışkın olduğu bazı "lükslere" sahip değiller. Bizlerin pek de değerini bilmediğimiz şeyler, kaliteli kâğıt çeşitleri, seçim yapabileceğiniz binlerce yazıtipi, imaj bankaları, son teknolojik araçlar ve daha nice nice kolaylıklar. Bunların çoğunun Batı düzeyinde gelişmeye doğru yol almakta olan bu ülkede henüz yaygın olduğu söylenemez. Örneğin, ABD'de mevcut yazı tipi sayısı 8 binlerdeyken, bu rakamın Türkiye'de 300 civarında olduğu söylendi. Ayrıca, dış ticaret kapılarını daha yeni açan bir ülke olarak, Türk müşterilerin genellikle uluslararası pazarda grafik tasarım ve reklamın potansiyel standartlarının tam farkında

oldukları söylenemez. Bir tasarımcı, "Müşteriler eski alışkanlıklara, geleneklere bağlı kalıyorlar," derken, bir başkasına göre, ana sorun "yaratıcı özgürlüğün olmaması". Bununla birlikte, konuştuğum bir tasarımcı şöyle söylüyor: "Sınırlamalarla çalışıyoruz ama elimizden gelenin en iyisini yapıyoruz. Başarılı da oluyoruz.

Özgür yaratıcılık bulunduğunuz ülkeye bağlı değildir, sanatçı ile müşteri arasındaki bir meseledir. Yaratma özgürlüğü siyasi özgürlükler gibi ancak mücadele yoluyla kazanılabilir ve her tasarımcı ancak hak ettiği kadar özgürdür." Gerçekten de, Türkiye'de yapılan iyi işlerin çokluğu, daha çok yetenekli tasarımcıların kararlılık ve yeteneklerine bir övgüdür. Türk tasarımcılar diğer ülkelerdeki grafik sahnelerini profesyonel yayınlarla, tasarım kitapları ve dergiler sayesinde izliyorlar ve neredeyse oy birliğiyle Amerikalı ve Japon tasarımcıları yurt dışından ilham almanın temel kaynakları ve alanın öncülleri olarak görüyorlar. Bu, yaklaşımları özellikle felsefi ve sanatsal olarak eski stil ve yerleşik tasarımcılarınkine karşı olan isyankâr ruhlu yaratıcı genç tasarımcılar için geçerli. Bununla birlikte bir tasarımcı, dış etkilerin aşırı kullanılımsında bazı tehlikeler görüyor ve "etkilere açıklığın sınırlarının olması gerektiğini" belirtiyor. "Dahası," diyor, "kendini sanatçı olarak adlandıran bir kişinin işleri sürekli olarak bir okulun, türün veya başka bir sanatçının takipçisi şeklinde olmamalıdır. O durumda o kişi kendini

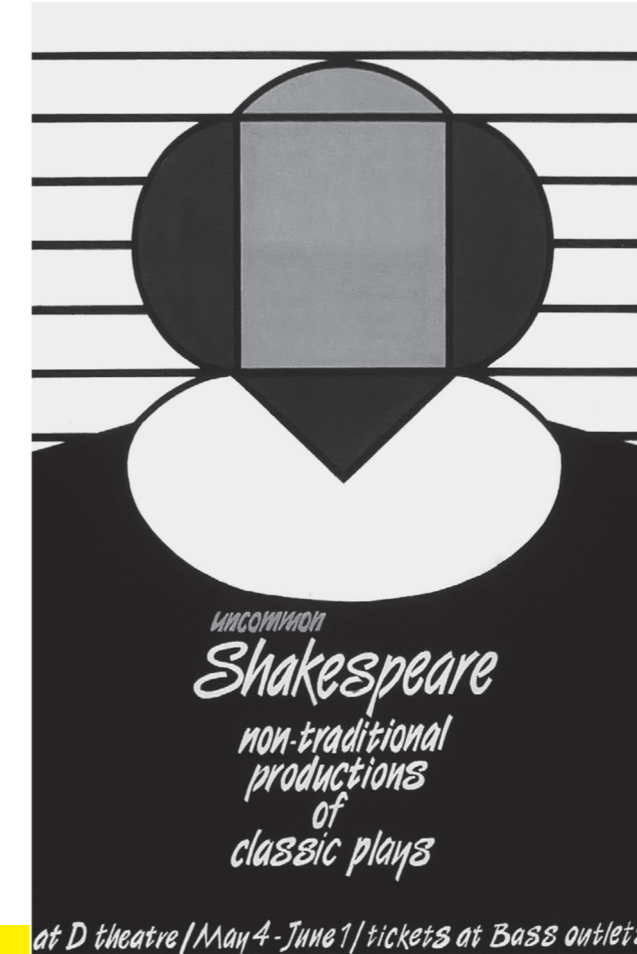
sanatçı olarak adlandıramaz. Çünkü sanatçı yaratıcı olandır. Hepimiz modaya bağlı kalmanın yaratıcılığı yok ettiğini biliyoruz. Bir başka olumsuz etki de farklı sanatçıların ürünleri arasındaki benzerliktir, bu da grafik sanatlarının temel ilkelerine aykırıdır. Bana göre moda bir amaçtan ziyade araç olmalıdır." Daha yetenekli Türk tasarımcıların bazıları Türk tasarımında yaratıcılık eksikliği olduğunu düşünüyor; yapılan çalışmalarda daha fazla özgünlük görmek istiyorlar. Çok az cesaret ve hâkim bir çekingenlik olduğuna inanıyorlar, ancak bunun kısmen de muhafazakâr müşterilerin gereksinimlerinin bir yansıması olduğunu da gözardı etmiyorlar. Tabii bunun ille de Türk tasarımı sorunu olmaktan çok gelişmekte olan ekonomik ortamdan kaynaklandığını da kabul ediyorlar.

Bir tasarımcı, "Becerilerimizi nadiren kullanıyoruz" diyor. Ancak en iyi tasarımcılar bu zorlukların üstesinden geliyorlar ve hem bireysel hem de grup olarak kendilerine inanıyorlar. Bu makaleye eşlik eden görsellerde de görüldüğü gibi, zekâlarını, yeteneklerini, farkındalıklarını ve enerjilerini yansıtan çok güzel ve İğnç çalışmalar üretiyorlar. Güçlü bir grup kimliğine sahipler ve başarılarından gurur duyuyorlar. Bir tasarımcı bunu şöyle özetliyor: "Gücümüz Türk olmaktan geliyor".

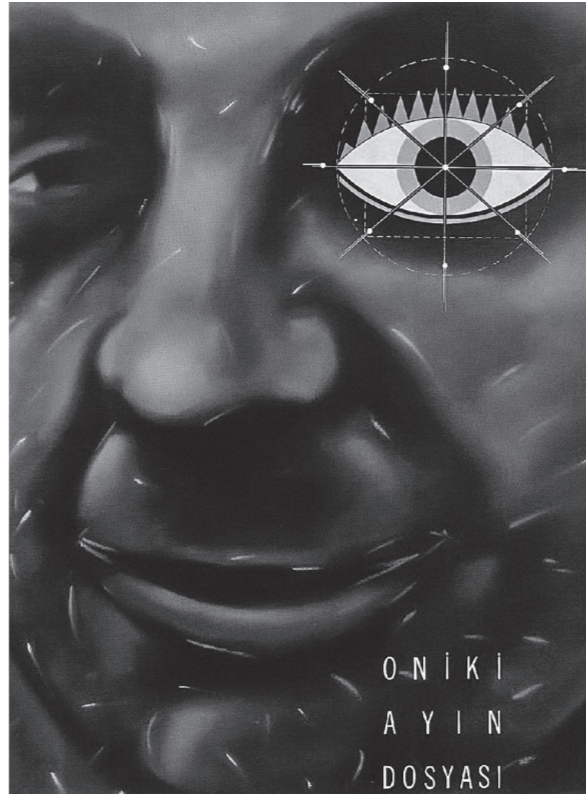


Haziran ayı için takvim sayfası. Tasarımcı / İllüstratör: Uğurcan Ataoğlu.

Yazarın Notu: Bu makale için yapılan araştırma kısmen Pasifik Üniversitesi Fakülte Araştırma Komitesi tarafından verilen bir hibe ile desteklenmiştir. İletişim kurma ve bilgi toplama konusunda yaptığı yardımlardan dolayı Bülent Erkmen'e ve çeviri ve ulaşım konusundaki yardımları için Erdağ Aksel'e teşekkür ederiz. Son olarak, başarılı çalışmalarını ve sorularına verdikleri cevaplarla bu makalenin temelini oluşturan birçok Türk tasarımcıya teşekkür ediyoruz.



Bir tiyatro afişi kompozisyonu. Tasarımcı: Gözde Oral, Bilkent Üniversitesi öğrencisi.



Detay Basimevini tanıtan takvim. Tasarımcı / İllüstratör: Haluk Tuncay.



Bir takvim sayfası. Tasarımcı / İllüstratör: Haluk Tuncay.

SARMAL
Grafik Tasarım Kulübü adına sahibi
Oğuzhan Ögüt
Tasarım
Oğuzhan Ögüt
Ayda bir yayımlanır,
para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.

İzmir Ekonomi Üniversitesi
Grafik Tasarım Kulübü
Fevzi Çakmak, Sakarya Cd. No:156, 35330
Balçova/İzmir
Tel: (0232) 279 25 25
Faks: (0 232) 279 26 26
<https://www.ieu.edu.tr/tr>



IBM logo tasarımı yarışması için logo, 1988. Tasarımcılar: Savaş Çekiç, Şahin Aymergen.