

## **Grafik Tasarımcının Eğitimi İçin Bazı Öneriler\***

Hasip Pektaş, 2000

Reklam sektörünün önemli beklentilerinden biri yetişmiş, hem de iyi yetişmiş piyasa elemanıdır. Bu elemanların eğitim öncesi seçimlerine bakıldığında ciddi bir sorun görülür. Daha ortaöğretim kurumlarında “Ben grafik tasarımcı olacağım” diye önceden hedefini belirleyip üniversiteye gelen bilinçli ve istekli öğrenci sayısı çok azdır. Ne yazık ki gereken puanı tutturamayıp, istediği fakülteye giremeyen, yetenek sınavı dönemlerinde yoğunlaştırılmış desen kurslarından geçtikten sonra şansını denemeye kalkan öğrenci sayısı çok daha fazladır. Bu öğrencileri sınava alan kurumlar, yaptırdıkları desen ya da renkli çalışmayla sadece, gördüğünü algılamayı ve onu doğru yansıtmayı değerlendirip seçim yapmaya kalkarsa; kendini doğru ifade eden, özgür düşünen, yaratıcı, problemi anlayan-çözen, tahlil ve sentez yapma yeteneğine sahip olanları bulup çıkarmazsa daha işin başında sıkıntı başlamış demektir. Hele de alınanları yeterli düzeyde eğitip, geleceğe hazırlamakta gerekli çabayı gösteremeyen kurumlar varlıklarını sürdürüyorsa, yerinde saymak kaçınılmazdır.

Sürekli değişen, gelişen, yenilenen dünyamızda grafik tasarım eğitimi veren kurumlar ile eğitici kadrolar ne kadar kendilerini yenileyebiliyorlar? Bu kurumlar, insan kaynakları, finansal kaynaklar, fiziksel kaynaklar ve bilgi kaynakları yönünden yeterli mi? Yöneticiler rasyonel çözümler üretebiliyor mu? Çözüm üretilenler ne yapıyor? Seyirci mi kalıyor yoksa sorumluluk duyup gücü oranında gayret mi gösteriyor?

Mevcut müfredat programlarının günümüz koşullarına uyup uymadığına, gereksinimleri karşılayıp karşılamadığına bakmak gerekir. Geleneksel eğitim anlayışları yerine, çağdaş, akılcı, özgür, araştırmacı, denemeye ve sorgulamaya yatkın anlayışların yer aldığı programlara ve bunların uygulayıcılarına yer verilmelidir. Eğitim kurumlarında; yakından tanıma ve kullanma zahmetine katlanamadıkları teknolojilerin, yaratıcılığı engellediği düşüncesine sahip, öğrencilere salt beceri eğitimi veren, sadece kendi görüş ve anlayışlarını dayatmaya kalkışan eğiticiler hâlâ varsa işimiz zordur. Eğer araştırmaya, denemeye ve sorgulamaya yönelik akılcı iletişim problemleri yerine, hayali projelerle zaman geçiriliyorsa bu sefer de kaynaklar boşa harcanıyordur. Hele de “Siz sanatçı olacaksınız” diyerek öğrencilerden sadece kendi mesajlarını üretmelerini beklemek hepten yanlıştır. Grafik tasarımcının, kendi mesajı yerine başkalarından aldığı bilgileri mesaj haline getirdiği;

karşısında sorumlu olduğu bir müşterinin, önünde sipariş edilmiş bir işin var olduğu unutulmamalıdır. Tasarımcı, ben yaptım oldu diyemez; doğru iletişimler yaratmak zorundadır.

Grafik tasarım eğitimi veren kurumlar, piyasayla çok yönlü bir işbirliği içinde olmalıdır. Bu işbirliği, karşılıklı görüşme, tartışma ve çözüm önerileri getirmeden öteye, bir dayanışma ve yardımlaşma olgusu yaratabilmelidir. Reklam ajansları, eğitim kurumlarını kendileri için iyi yetiştirilmiş, nitelikli piyasa elemanı üreten fabrikalar olarak görmemelidirler. Bu kurumların sorunlarına sahip çıkarlarsa, kendileri için yararlı olacak elemanın niteliğinin o ölçüde artacağını unutmamalıdır. Eğitim kurumlarına devletin katkısı ortadadır. Bunun yeterli olmadığı da bir gerçektir. Grafik eğitimi için iyi bir alt yapının gerekliliği herkesce bilinmektedir. Eğer doğru teknolojilerle iyi donatılmış kurumlar artarsa, reklam sektörünün “... ‘yı bilen, ... kullanabilen grafik tasarımcı aranıyor” diye verdikleri ilanlara daha az rastlanacaktır.

Eğitim kurumlarının, kendi kabukları içinde, gelişmelerden habersiz bir devinimle kalmayıp, dışarıya açılmaları gerekir. Özellikle programlarında yer verdikleri konular, öğrenciyi hayata hazırlayıcı, gerçek iletişim projeleri olmalıdır. Gerektiğinde ajanslar ile ortak proje çalışmalarına girebilmeli, kuruma katkısı olacak sponsorlarla çalışabilmelidir. Ve en önemlisi bu kurumlar, uzun ajans deneyimine sahip, alanında özgün ürünler yaratmış, gelişmeleri, çağdaş yaklaşımları takip eden, gençlerin geleceğe hazırlanmasında önemli katkıları olabilecek tasarımcıların, ajans sahiplerinin, deneyimlerinden yararlanmalıdır. (Bazı üniversiteler bu uygulamayı başarıyla sürdürmektedir.) Ayrıca öğrencilerin “İnsan Psikolojisi, Felsefe, Sosyoloji, İletişim, Pazarlama, İşletme Yönetimi, Ekonomi” gibi konularda bilgi birikimine sahip olmaları sağlanmalıdır.

Grafik tasarım eğitimi almak için üniversiteye gelen öğrencilerin iyi yetişmesi, geldikleri kurumun olanakları, eğitimcilerin çabaları yanında biraz da kendi sorumluluklarına bağlıdır. Geleceğini kurma aşamasında olan bu gençlerin, önce kendilerine, ailelerine ve ülkelerine karşı sorumlulukları olduğunu bilmeleri gerekir. Her öğrenci, isterse dört yıllık süreyi iyi değerlendirerek, alanında gerekli bilgi ve becerilere sahip, kendine güvenen bir tasarımcı olarak hayata atılabilir. Önceliklerini iyi saptamaz, zamanı ve olanakları doğru kullanmazsa, öğrenmek için gerekli çabayı göstermezse, üretici değil, sürekli tüketici kalmaya ve ne yazık ki diplomalı bir işsiz olmaya mahkumdur.

Öğrencinin, sadece kendi alanına yönelik disiplinlerle donanması yetmez, yaratıcılığını olumlu yönde etkileyecek müzik, edebiyat, felsefe gibi alanlara da ilgi duyması gerekir. Etkili mesajlar

yaratabilmek, özgün tasarımlar üretebilmek iyi yetişmişliğe bağlıdır. Yaptığı tasarımı doğru sunmak ve onu iyi savunmak, biraz da bireysel çabayı gerektirir.

Reklam sektörü, grafik tasarımcı adayları için ikinci bir okuldur. Geleceği şekillendirecek bu gençlere, sektörün düzenli staj olanağı vermesi, burs ve benzeri katkılarda bulunması önemli bir gereksinimdir. Öğrencinin ise piyasa sorunlarını kavraması ve hayata hazırlanması için staj sürecini verimli geçirmesi gerekir. Bu süreç, vakit öldürmek ya da formları doldurtmak için harcanmamalıdır. Öğrenci, bir tasarım ürününü her kademesinde dikkatle izlemeli, ajans çalışanlarının sorumluluklarını iyi gözlemelidir. Gerektiğinde sorunları paylaşmalı ve katkıda bulunmalıdır. Ajans yöneticilerinin ise çalışma ilkelerini önceden söylemesinde, bilgilendirme yapmasında yarar vardır. Belirsizlik, bilgisizlik ve ilgisizlik, disiplinli çalışma alışkanlığını daha başından yok eder. Bu da verimsizliğe neden olur.

Her meslekte olduğu gibi, grafik tasarımcının da başarısı, kendini iyi yetiştirmesine, yaptığı işi sevmesine bağlıdır. Tasarımcı, gelişmesini, ilerlemesini sağlayan kaynakları kurutmamalıdır. Üzerinde yaşanan dünya, estetik değerlere sahip, yaratıcı, sorun çözücü tasarımcıların katkılarıyla daha güzel görselliklere sahip, daha yaşanılır olacaktır. Bu konuda herkese görev düşmektedir.

\*Erzurum Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 2000, Sayı: 2, Sayfa: 7 - 9.