

İnsan Olmada Mesleğin Rolü

İnsan, kendini çoğu zaman uzun uzun anlatmaz. Birçok konuda kimliğini tek bir cevapla özetler: “*Ne iş yapıyorsun?*” Bu soru, basit bir merakın ötesine geçip zamanla insanın değerini, konumunu ve hatta karakterini ölçen bir tartıya dönüşür. Ben bu soruya yıllardır aynı yerden cevap veriyorum: Reklam ve tanıtım uzmanıyım. Aynı zamanda grafik tasarımcıyım. Ancak bu cevap, insan olduğum yere dair her şeyi anlatmaz.

Çünkü meslek, yalnızca yapılan işten ibaret değildir. Meslek, insanın dünyaya bakma biçimini sessizce şekillendirir. Reklam ve tasarım gibi insan davranışını merkeze alan alanlarda çalışan biri için meslek; gözlemlemek, anlamak ve yorumlamakla iç içe geçer. İnsanların neye baktığını, neyi fark etmediğini, neyin onları harekete geçirdiğini bilmek, zamanla insanın zihninde kalıcı izler bırakır. Cemil Meriç, insanın yaptığı işle kurduğu ilişkiyi anlatırken şunu söyler: “İnsan, mesleğiyle değil; mesleğine kattığı ruhla insandır.” (*Cemil Meriç, Bu Ülke*).

Bu cümle, mesleği bir unvan olmaktan çıkarıp bir ahlak alanına taşır. Reklamcı ya da tasarımcı olmak, yalnızca üretmek değil; aynı zamanda seçim yapmak demektir. Hangi mesajın öne çıkacağına, hangi duygunun çağrılacağına, neyin sadeleştirileceğine karar vermek... Bunların her biri insanın değerleriyle doğrudan ilişkilidir. Reklam, çoğu zaman yanlış anlaşılır. Sadece satmak, ikna etmek ya da dikkat çekmek gibi görülür. Oysa reklam, insanla kurulan bir iletişim biçimidir. Tasarım ise bu iletişimin dilidir. Bu dili kullanan kişi, farkında olsun ya da olmasın, insanların dünyayı algılayışına küçük dokunuşlar yapar.

Oğuz Atay, insanın toplum içindeki rollerine dair şunu söyler. “İnsan, başkalarının kendisinden beklediği role sığmaya çalışırken kendini kaybedebilir.” (*Oğuz Atay, Tutunamayanlar*). Bu cümlede mesleğin insan üzerindeki baskısını da görünür kılar. Reklam ve tasarım dünyasında, beklentiler çoğu zaman hız, etki ve sonuç üzerinden kurulur. Ancak insan, sadece sonuç üreten bir varlık değildir. Üretirken neyi feda ettiğini, neyi koruduğunu fark etmediği anda meslek, insanı besleyen bir alan olmaktan çıkar. Bu noktada meslek, insanı sınayan bir aynaya dönüşür. Ne kadar dikkatliyim? Ne kadar sorumluyum? Ürettiğim şeyin insan üzerinde yaratacağı etkiyi gerçekten düşünüyor muyum? Tasarımcı olarak bir görsel hazırlarken ya da reklamcı olarak bir mesaj kurgularken, yalnızca “işimi” mi yapıyorum, yoksa “insan” olarak bir duruş mu sergiliyorum?

Ahmet Hamdi Tanpınar, insanın zaman ve eylem arasındaki ilişkisini anlatırken şöyle der: “İnsan, yaptığı şeylerin toplamı değil; onları yaparken taşıdığı bilinçtir.” (*Ahmet Hamdi Tanpınar, Beş Şehir*). Meslek, bu bilinci her gün yeniden sınar. Aynı işi yapan iki insanın ortaya koyduğu etki, aynı olmaz. Çünkü meslek, insanı tek başına tanımlamaz ama insanın kim

olduğunu çok net biçimde açığa çıkarır. Benim için meslek, insan olmanın yerine geçmez ama insanlığın her gün yeniden test edildiği bir alandır. Meslek, insanın hayatına çoğu zaman gürültüyle girmez. Yavaş yavaş yerleşir. Önce gündelik dili değiştirir, sonra bakışı. Reklam ve tasarım dünyasında çalışan biri için bu değişim, fark edilmeden gerçekleşir. İnsan, zamanla çevresine yalnızca bakmaz; çözer, ayıklar, sadeleştirir. Görünenin ardındaki niyeti okumaya başlar. Reklamcılık, insanı ikna etmeyi öğretir ama ikna, her zaman yüksek sesli değildir. Bazen bir boşluk, bazen bir suskunluk, bazen de yalnızca doğru zamanda söylenmiş tek bir kelimedir. Grafik tasarım ise bu sessiz iknanın biçimidir. Renkler, oranlar, boşluklar... Hepsi insanın zihnine doğrudan hitap eder. Bu nedenle tasarım, çoğu zaman fark edilmeden hissedilir.

Tanpınar, estetikle kurulan bu görünmez bağa dair şöyle der: “Sanat, insanın iç dünyasıyla kurduğu en sessiz anlaşmadır.” (*Ahmet Hamdi Tanpınar, Yaşadığım Gibi*). Tasarım da bu sessiz anlaşmanın modern biçimlerinden biridir. İnsan farkında olmadan bir afişe, bir ambalaja, bir görsele bağlanır. Bu bağ, ne kadar yumuşak kurulursa o kadar kalıcı olur. İşte tam bu noktada meslek, insanın eline incelikli bir güç verir. Bu güç, yüksek sesle değil; sezgiyle çalışır. Ancak her güç gibi bu da dikkat ister. Reklam dünyasında çalışırken insan, yalnızca tüketiciyi değil, kendini de gözlemler. Bir mesajı kurgularken, “Bu gerçekten gerekli mi?” sorusu bazen çok sessiz sorulur. Cevabı ise çoğu zaman insanın vicdanında yankılanır. Meslek, burada bir sınır çizmez; o sınırı çizen, insanın kendisidir. Sezai Karakoç, insanın yaptığı işle kurduğu bağın ahlaki yönüne işaret ederken şunu söyler: “İnsanın yaptığı iş, onun iç dünyasının dışı vurumudur.” (*Sezai Karakoç, Diriliş Neslinin Amentüsü*). Bu yüzden reklam ve tasarım, sadece estetik ya da strateji meselesi değildir. Aynı zamanda bir iç disiplin meselesidir. İnsan neyi yücelttiğini, neyi sıradanlaştırdığını, neyi görünmez kıldığını her gün yeniden seçer. Bu seçimler, zamanla insanın mesleki kimliğini değil, insani duruşunu belirler.

Meslek, insanı bazen yorar. Sürekli üretmek, sürekli anlam kurmak, sürekli etkili olmak zorunda hissetmek... Fakat bu yorgunluk, eğer farkındalıkla taşınırsa insanı inceltir. Aceleyle taşınırsa sertleştirir. Aynı işi yapan iki insan arasındaki fark tam burada belirginleşir. Oğuz Atay’ın satırlarında sık sık rastlanan o kırılma, aslında meslekle insan arasındaki mesafeyi hatırlatır. “İnsan, kendine yabancılaştığını en çok alıştığını sandığı yerde fark eder.” (*Oğuz Atay, Günlük*). Meslek de böyledir. İnsan ona fazla alıştığında, kendini unutmamaya dikkat etmelidir. Reklamcı ya da tasarımcı olarak değil; önce insan olarak. Çünkü meslek, insanı ayakta tutabilir ama insanlığın yerini dolduramaz.

Benim için meslek, insanı tanımlayan bir etiket değil. İnsanlığımı her gün yeniden sınıdığım bir alan. Ne kadar nazik kaldığımı ne kadar dikkatli baktığımı ne kadar az zarar verdiğimi kendime hatırlatan bir alan. Meslek, insanın hayatına bir yön verir ama yön, her zaman varış değildir. İnsan, yıllar boyunca aynı işi yaparken aslında her gün kendisiyle yeniden karşılaşır. Aynı masaya oturur, aynı ekrana bakar, benzer kararlar alır. Fakat bu tekrarın içinde insan ya kendini törpüler ya da kendini çoğaltır. Reklam ve tasarım, insanı hızla üretmeye çağıran alanlardır. Düşünmeye zaman bırakmadan karar vermeyi, bazen hissetmeden ilerlemeyi ister. İşte tam bu noktada meslek, insanın karakterini ortaya çıkarır. Ne kadar durabildiğini ne kadar düşünebildiğini ne kadar dikkatli kalabildiğini... Çünkü her meslek, insana sadece ne yapacağını değil, nasıl biri olacağını da fısıldar.

İyi bir iş yapmak, her zaman iyi bir insan olmak anlamına gelmez. Ama iyi bir insan olmaya niyet eden biri, yaptığı işe bunu mutlaka yansıtır. Reklamcı olarak bir mesaj üretirken,

tasarımcı olarak bir görsel oluştururken; insanın içinden geçen şey, işin ruhuna sızar. Bazen bu, bir boşlukla anlatılır. Bazen bir sadelikle. Bazen de bilinçli bir vazgeçişle.

Meslek, insanı yüceltebilir ama aynı meslek, insanı görünmez biçimde sertleştirebilir de. Fark, mesleğin sunduğu imkânlarda değil insanın bu imkânlara nasıl yaklaştığındadır. İnsan, mesleğini bir araç olarak gördüğünde özgürleşir. Onu kimliğinin yerine koyduğunda ise daralır. Benim için reklam ve tasarım, dünyaya bakmanın bir biçimi. İnsanları anlamaya çalışmanın, duyguların izini sürmenin, bazen de susmayı öğrenmenin yolu. Meslek bana hız kazandırmadı; dikkat kazandırdı. Daha çok görmeyi değil, daha doğru bakmayı öğretti. İnsan, mesleğiyle var olmaz ama mesleği aracılığıyla kendini tanıyabilir. Nerede durduğunu, neye razı olduğunu, neyi korumak istediğini... Bu yüzden meslek, insan olmanın yerine geçmez; fakat insan olma hâlinin her gün sınındığı bir alana dönüşür.

Ve belki de asıl mesele şudur: İnsan, ne iş yaptığıyla değil; yaptığı işi nasıl bir insan olarak yaptığıyla hatırlanır... Başka bir ifade ile "Âyinesi iştir kişinin, lafa bakılmaz!"