

# TASARIMA ODAKLI BİR BAĞIMSIZ BELGESELÇİ: GARY HUSTWIT

Murat Çağiltay

Kültür tarihinde her dönemin yükselen ve zamanına, coğrafyasına dair simgeleşen yaratıcılık eğilimleri var: Antik Çağ heykelleri, kilise resimleri, klasik Avrupa müziği, gotik mimari, Osmanlı-İran minyatürleri, Rus romanları, 50'ler cazı, 70'ler *rock*'ı gibi. Edebiyat için "19. yüzyıl sanatı" denir mesela; 20. yüzyılda iyi edebiyat üretilmediğinden değil, sinema ve müzik daha fazla öne çıktığı için.

20. yüzyılda trendler çeşitlenip küreselleşmiş, dönüşümler on yıllık periyotlara kadar daralmışken, 21. asırda dünyanın dijitalleşmesiyle hayat daha da hızlandı ve trendlerin çoğu on yıl sürmüyor artık. Sağlıkta bile modalar var; birkaç yıl önce Atkins ya da paleo diyeti yapanlar bugün aralıklı oruç tutuyor, CrossFit salonları pilates stüdyolarına dönüşüyor, Alan Carr terapilerinin yerini elektronik sigaralar alıyor... Emo, hipster, bimbo, lumberseksüel vb. imajlara bürün(dürül)üyor gençler. Siyasette aynı kişi üç gün "vizyoner", dördüncü gün "vasat", hatta bazen "hain" addediliyor. "Her şeyi bırakıp yazılım öğrenin" tavsiyeleri verildi yıllarca ama Devin AI'nın tanıtılmasıyla artık basit kodlamaları yapay zekânın yapacağı, aranan mesleklerin ise mavi yaka ustalıklar olacağı şeklinde güncellendi öngörüler. On yıl önce üniversite diploması çok önemliydi, bugün ise değersiz. Minimalizm modasına uyarak boşaltılan gardıroplar, sonra rüzgârın yönü değişince tekrar dolduruldu. CBM furyası en uzun ömürlü trendlerden biriydi ama o da düşüşe geçti, Marvel ve DC'nin son dönem filmleri ilgi görmedi, bazı projeler iptal edildi... Böyle kaotik, dinamik, takibi zor bir değişkenlikte yaşıyoruz.

21. yüzyılın başat disiplinini, tüm o fırtınalı kreatif okyanusun ortak paydasını belirlemek için geniş ölçekli ve günümüz teknolojileriyle, bilgi çağıyla, küresel dünyayla ilişkili bir kavram seçmek gerekirse, bu elbette tasarımdır. İnsanlık tarihinin en "tasarlanmış" hayatlarını süren bir kobay jenerasyonuz. Tarihte hiç olmadığı kadar büyük bir nüfus oranı kentlerde ikamet ediyor; her detayı

tasarlanmış sokaklarda yürüyor, tasarlanmış ürünlerin alışverişini yapıyor, tasarlanmış müfredatlarla eğitim görüp planlanmış kariyerlerde çalışıyor, arayüzleri tasarlanmış bir internete baktıktan sonra tasarlanmış oyunlar oynuyor, modacıların çizdiği kıyafetleri giyiyor, dekore edilmiş restoranlardaki süslenmiş tabaklardan yemek yiyoruz. Devletler kalkınma planları yapıyor, çantalarda selfie çubukları taşıyor, plastik cerrahiyle yüz ve vücutlar biçimlendiriliyor... Sağanak haldeki bir tasarım yağmuru altında yaşıyoruz.

Tasarım, çağımızın ve hayatımızın merkezindeyken, tasarım belgeselleri de önem kazandı. Mesela dünyanın çeşitli yerlerindeki sıra dışı, inovatif yaşam alanlarını gösteren, iki sezonluk, Apple TV+ yapımı belgesel serisi *Home*'u, mimarlıkla ilgilenen herkese öneririm. Veya Netflix kataloğundaki, her bölümünde farklı bir disiplinden tasarımcıyı anlatan *Abstract: The Art of Design* serisi de tasarım belgeselciliğinin iyi örneklerinden. Türün en önemli yönetmeni ise, Wall Street Journal'ın "tasarım belgesellerinin kralı" dediği **Gary Hustwit**.



1970'ler Kaliforniya'sında, tasarım kültürünün içinde büyüyor **Hustwit**. Onu çocukken müzik festivallerine götürüp rock ortamlarına sokan amcası, Disneyland'i yapan mühendislerden biri ve gitar koleksiyoneri; büyükannesi ise kıyafetler tasarlayıp diken, kullandığı eşyaların üretici firmalarıyla tasarımlar hakkında mektuplaşan bir kadın. Standart ilkokullar yerine bir ilerlemeci eğitim kurumuna, yaratıcılığını geliştirecek bir deneysel okula ("experimental school") gönderiliyor; o dönemde yeni ortaya çıkan progresif vizyonla eğitilmiş ilk

çocuklardan biri. Evlerinin bahçesindeki avokado ağacından topladığı meyveleri satıyor stant açarak; bağımsız girişimciliğe çocukken, böyle başlıyor ve kazandığı parayla çizgi romanlar alıyor. Ticarete dair ilhamı, babasının iş hayatını izleyerek ediniyor. On üç yaşındayken ebeveynleri boşanıyor, üç kız kardeşine ağabeylik yapıyor, yaşadığı travmanın etkisiyle asileşip kayak ve sörf alt kültürlerine ilgi duyuyor, esrar içiyor ve bu punk ergenlik döneminde okuduğu, hiç alışmadığı liseyi çok düşük notlarla, zar zor bitiriyor. 1980'lerde, San Diego'daki üniversite yıllarında yine başarısız bir öğrenci; okuldan atılıyor, pizza kuryeliği yapıyor. Elektronik müzik dersleri alıyor ve müzik yapımcılığına başlıyor, bağımsız gruplara konserler organize edip albümler kaydediyor; bu deneyimlerini *Releasing an Independent Record* isminde bir kitaba dönüştürüyor 1987'de, böylelikle kitap yayıncılığıyla tanışıyor ve küçük bir yayınevi kurup çeşitli yazarların kitaplarını basıyor. Müzik yapımcılığına dair yazmaya uzun yıllar devam ediyor; 1997'de *Musicians Guide To The Internet*, 1998'de *Getting Radio Airplay*, 2000'de *Websites for Musicians* ve 2009'da *Talk to Our Manager: Artist Management for Musicians* kitaplarını çıkarıyor. Sonic Youth, Dinosaur Jr. ve Black Flag'in de albümlerini yayınlayan, punk ağırlıklı bağımsız müzik firması SST Records'ta iki yıl çalışıyor. Evlenip boşandıktan sonra bunalıma giren **Hustwit**, ortam değiştirmek ve yaptığı işi bir üst lige yükseltmek için 1999'da New York'a, bugün halen ikamet ettiği Brooklyn'e taşınıyor. Bir yazar arkadaşının aracılığıyla, **John Zorn**'un sahne aldığı gece kulübü Tonic'in ön tarafındaki, kapanmış bir kuaför dükkânını kitapçıya dönüştürüp yayınevi Incommunicado Press'i kuruyor; çeşitli etkinlikler düzenlediği mekânın müşterileri arasında **Yoko Ono** ve **Sean Lennon** da var. O vakitler yeni yeni popülerleşen sesli kitaplardan kaydediyor, yazarlara kendi kitaplarını okutturup MP3'e dönüştürerek internet sitesinde yayınlıyor. Birkaç haftada milyonlarca tıklanmaya ulaşan bu siteyi 2000 yılında satın alan haber portalı Salon.com, **Hustwit**'i de başkan yardımcısı pozisyonunda dâhil ediyor yönetici ekibe, ancak **Hustwit** 2001'de istifa edip Criterion'ın DVD prodüksiyon müdürü **Sean Anderson**'la birlikte, kendi yapım şirketi Plexifilm'i kurarak bağımsız filmciliğe başlıyor. 2002'den 2011'e kadar, aralarında Animal Collective, **Apichatpong Weerasethakul** ve Talking Heads'den **David Byrne**'in işlerinin de olduğu, kırktan fazla film yayınlıyor Plexifilm. İki bağımsız müzisyen belgeselinin yapımcılığını üstleniyor **Hustwit**; 2002'de *I Am Trying to Break Your Heart: A Film About Wilco*, 2003'te de *Ted Leo & the Pharmacists: Dirty Old Town*.

Ardından 2004'te, enstrüman mucidi **Robert Arthur "Bob" Moog** hakkındaki **Moog**'u, 2005'te ise bir plak şirketini anlatan **Spend an Evening with Saddle Creek**'i ve Death Cab for Cutie grubunun tur belgeseli **Drive Well, Sleep Carefully**'yi yapıyor. Birkaç yıllık prodüktörlüğün ardından, **Helvetica**'yla (2007) 40 yaşında başlıyor yönetmenliğe.

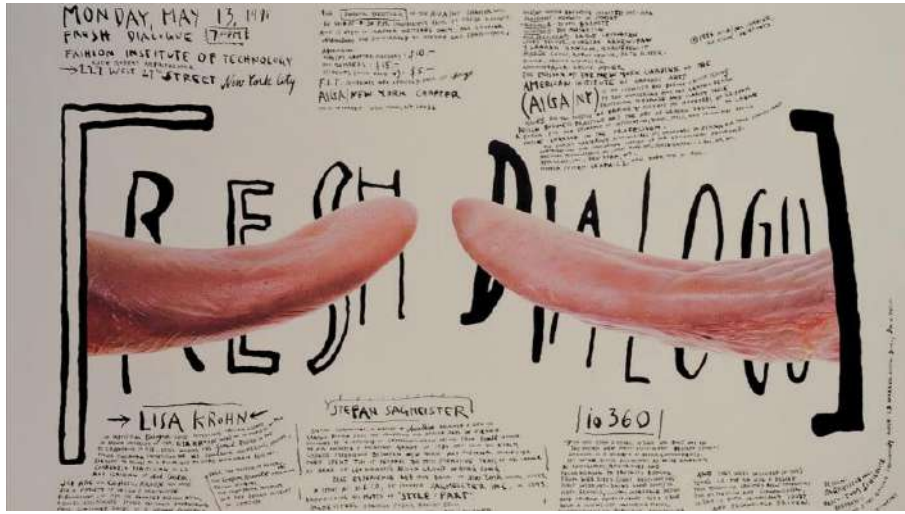
## Dizayn Üçlemesi

Sinema tarihinde, tipografi üzerine çekilmiş ilk uzun metrajlı profesyonel belgesel film **Helvetica**. Üniversite yıllarında, bir arkadaşının Macintosh 128K bilgisayarındaki MacDraw programında basit tasarımlar çizip punk kasetlerine kapaklar yaparak, deneme yanılmayla, kendi başına öğrenerek grafikerliğe başlayan **Hustwit**, ilerleyen yıllarda kitaplar, DVD'ler yayınlarken de kapaklarda kullanılacak yazı karakterlerine kafa yoruyor ve tipografiyle ilgileniyor. Fontlar hakkında seyredebileceği, iyi bir belgesel arayıp bulamayınca aklına gelmiş o filmi kendisinin çekme fikri. "Eğer öyle bir film, örneğin Times New Roman hakkında bir belgesel izleyebilseydim, belki de hiçbir zaman yönetmenlik yapmayacaktım" diyor. Röportaj çekmek istediği tasarımcılara e-postalar gönderirken her birine diğer meşhur tasarımcılarla "iletişimde olduğundan" söz edip sanki tasarım dünyasının en büyükleri bu projede yer almayı kabul etmişler gibi göstermiş ve amatör bir yönetmenin ilk filmi için zaman ayırmayacak duayenleri ikna edebilmiş böylelikle söyleşiyeye. Grafikerlerin en çok tercih ettiği, bu yüzden de sürekli karşılaştığımız yazı karakteri Helvetica'nın (Microsoft'taki karşılığı Arial) peşine düşüyor belgesel ve fontların bir duyguyu, atmosferi hissettirerek sözcükleri kişiliğe büründürdüğü vurgusuyla açılıyor. Film boyunca dünyanın çeşitli kentlerinden tabelalarda, American Airlines, Jeep, Toyota, Aprilia, Kawasaki, Tupperware, Nestlé, Lufthansa, Oral-B, The North Face, Panasonic gibi birçok markanın kurumsal kimliklerinde, ayrıca **Jackass**, **The Office** gibi seriler ve **Little Miss Sunshine** filminin (Jonathan Dayton-Valerie Faris, 2006) jeneriğinde Helvetica kullanıldığı gösteriliyor; röportajların ses kuşağı bu örneklerin üzerinden akıyor. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra tasarımcılarda bir sosyal sorumluluk idealizmi gözlemleniyor; şeffaflık, fonksiyonellik ve demokrasi ilkeleri öne çıkıyor, yüksek modernizm denemeleri başlıyor, rasyonel analizler ve sistematizasyonlar uygulanıyor.



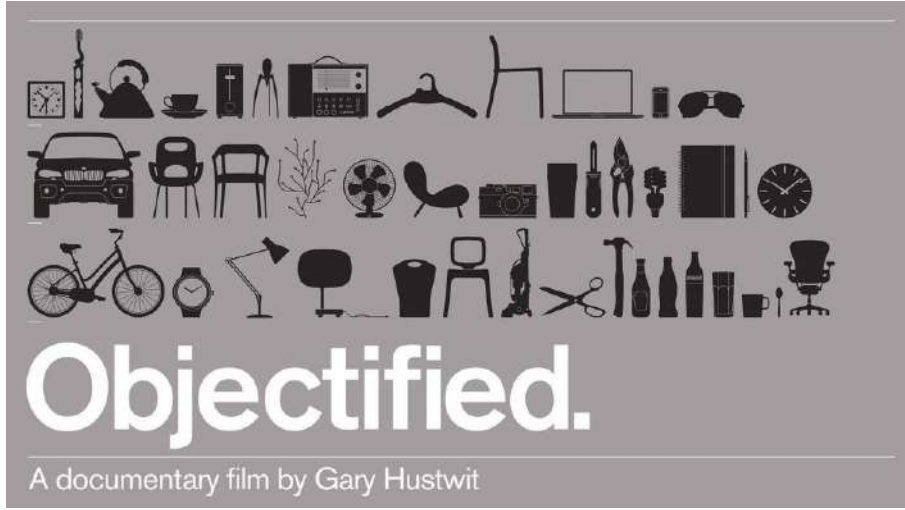
1957'de, İsviçre'de, font atölyesi sahibi **Eduard Hoffmann**'ın emriyle, **Max Miedinger** tasarlıyor Helvetica'yı. Filmde **Hoffmann**'ın oğlu **Alfred** ile röportaj yapıyor, Helvetica'nın atası Neue Haas Grotesk'in ilk çizimlerine bakıyorlar. Piyasaya sürüldüğünde büyük ilgi gören, harf-taban ilişkisinin düzgünlüğüyle tasarımcıları etkileyen Helvetica, reklam ajanslarına servet kazandırıyor çünkü ajans müşterileri modern grafiklere geçmek, kurumsal kimliklerini yenilemek istiyor; **Mad Men** dizisinde anlatılan, modern kapitalizmin, marka kültürünün doğduğu 1960'lar reklamcılığını körükleyerek dünyayı değiştiriyor, çağımızı yaratıyor Helvetica. Medya eleştirmeni **Leslie Savan**, hükümetlerin Helvetica'yı sevdiğini, çünkü onları tarafsız, karizmatik, yumuşak, temiz, resmi ve verimli gösterdiğini söylüyor; Hazine Bakanlığı'nın vergi formları Helvetica'yla yazılıyor. Helvetica harflerindeki mükemmel itme-çekme dengesi insanlara “endişelenme, bütün sorunların ve dünyanın tüm sorunları geçecek” mesajı veriyor. “Helvetica'nın kurumsal yazı karakteri olması onu kapitalizmin, küreselleşmenin ve standartlaşmanın fontu yaptı ama aynı zamanda herkesin ona ulaşabilmesiyle sosyalist bir tarafı da var” diyor grafiker **Lars Müller**. 1960'larda New York'un tabelalarını tasarlayan **Massimo Vignelli**'ye göre, her şeye uyuyor bu font; “seni seviyorum” yazarken sevimli görünmek istiyorsanız Helvetica Extra Light, tutkulu görünmek istiyorsanız da Helvetica Extra Bold kullanabiliyorsunuz. Hollandalı modernist tasarımcı **Wim Crowel**, “tarafsız” ve “mekanik” diye tanımlıyor Helvetica'yı. Negatif eleştirilere de yer verip denge sağlayan filmde, tasarımcı **Erik Spiekermann** fontun ritim ve kontrastını beğenmiyor, şişman insanların dar tişört tercih etmemeleri gibi, Helvetica'nın karın genişliğinin de harfler etrafında büyük beyaz boşluklara ihtiyaç duyduğunu anlatıyor; tüm harfleri aynı göründüren

yaklaşım İsviçre ideolojisinden, ordu mantığından geldiği için bireyciliğe aykırı buluyor Helvetica'yı. Vietnam Savaşı'nı destekleyen bazı şirketlerin kurumsal imajlarında Helvetica kullanması ve ayrıca fazla düzenli, okuyanlara odalarını toplamalarını söylüyormuş gibi durması nedeniyle onu sevmediğini belirtiyor tasarımcı **Paula Scher**. Eskiden modernizmin ve modern sanattaki Dadaizm, fütürizm, sürrealizm gibi ekollerin yıkıcı tavır aldığı, otoriteye karşı durduğu ama geç modernizm döneminde bu karşı kültür özelliğinin kalmadığından, sadece fayda ve işlevselliğe odaklanıldığından bahsediliyor. Birçok ülkenin grafik tasarım okullarında, derslerde izletiliyor **Helvetica** belgeseli.



**Helvetica**'nın başarısıyla motive olduktan sonra iki film daha çekmeye, bir tasarım üçlemesi yaratmaya karar veriyor ve 2009'da **Objectified**'ı yayınlıyor **Gary Hustwit**. Bu defa endüstriyel tasarıma yöneliyor, eşyaların peşine düşüyor. **Helvetica**'daki belgeselcilik anlayışını devam ettiriyor; farklı ülkelerdeki seçkin tasarımcı ve entelektüellerle yapılan röportajlar, tasarlanmış nesnelerin görüntü akışına eşlik ediyor. **Jonathan Ive** örneğin, **Hustwit**'ten önce hiçbir belgeselciye mülâkat vermemiş ve Apple'ın tasarım laboratuvarına girebilen ilk film olmuş **Objectified**.

Çalar saatle uyanan kişi lavaboya gidip diş fırçası ve tarak kullanıyor, buzdolabını açıyor, bıçakla ekmek kesiyor, bardağa kahve koyuyor, çöp kutusuna portakal kabuğu atıyor, tabaklara yumurta koyup çatalla yiyor filmin başında. Modern insanın hayatı, tasarlanmış nesnelere dokunmak veya onları görmekle geçiyor. Endüstriyel tasarımcılar sıradan insana değil, uçlara bakıyor, kireçlenme hastaları veya profesyonel sporcular gibi, çünkü böyle insanlar fikir veriyor hayatı kolaylaştıracak detaylar hakkında. Makas tasarlarken insan elinin anatomi ve



ergonomisi, elin hangi noktalarının makasın hangi noktalarına nasıl basınç uygulayacağı düşünülüyor. Japon tasarımcı **Naoto Fukasawa**, tasarladığı WIN marka cep telefonunu özellikle aerodinamik yapmadığını, insanın eline gelen, telefonu elinde çevirme isteği uyandıran köşeler bıraktığını anlatıyor. Müzik kayıt teknolojileri geliştikçe, dinlendiği eşyalar da değişiyor; plakçalar, kasetçalar, CD çalar, MP3 çalar ve cep telefonları... “Otomobil tasarımcıları dinamik, seksi nesnelere uğraşmış gibi görünür ama aslında eğilip bükülmüş metal, plastik ve camlardan oluşur arabalar” diyor BMW’nin tasarım müdürü **Chris Bangle**. **Karim Rashid**’in tasarladığı, sanat eseri gibi duran KONE süpürgeler, işlevi ön plana çıkaran Dyson süpürgeler ve odanın içinde kendisi dolaşıp zemini temizleyen dairesel, robot süpürgelerin tasarımları kıyaslanıyor. Üçüncü teknolojik devrimi yaşarken halen eski, klasik anlayışla tasarlanmış eşyaları kullanmamıza, yüz yıldır aynı sandalyelere oturmamıza anlam veremiyor **Karim Rashid**.



Aynı arketiplerle tasarlamamız gerektiğini hissettiğimiz için yeniliklere kapalıyız **Rashid**'e göre; örneğin fotoğraf makinelerini dikdörtgen şekline mecbur bırakıyordu içindeki film, fakat sonra dijital makineler çıktı, artık istenilen her şekilde tasarlanabilirler ama halen analog makinelerin formunda üretiliyorlar. Eğer bir yüksek teknolojik ürünün raf ömrü on bir aydan azsa, doğada %100 çözünebilir olmalı diyor **Rashid** ve karton, şeker kamışı ya da biyo-plastik gibi malzemeler öneriyor; eskiden, dünya nüfusu ve ürün adetleri daha azken bu önemli değildi tasarımcılar için, fiberglas çevreye zararlı mı diye düşünmeleri gerekmiyordu, lakin bugün gerekiyor. İnsanlar hayatları boyunca ortalama 154 diş fırçası kullanıyor; başlığı tıraş bıçağı gibi takılıp çıkarılabilen, değiştirilebilen bir diş temizliği seti geliştiriyor atık miktarını azaltmak isteyen tasarımcılar. Bugün dünyanın global etkileşime geçmesiyle bir tasarımcı kendisine çok uzak, hiç gitmediği bir ülkedeki insanların ihtiyaçlarını görüp onlara yönelik prototipler tasarlayabiliyor, internet üzerinden gönderdiği çizimi üçüncü bir ülkenin fabrikasında ürettirip sonra hedef kitleye ulaştırabiliyor. “İnsan türünün hayatta kalıp kalamayacağını, doğru tasarımlar üretilip üretilmemesi belirleyecek” diyor **Dieter Rams**. Film boyunca türlü eşyalar gösterilmişken, kapanışta da hepsini çeken kamerayı görüyoruz. **Hustwit**'in kendisi de endüstriyel dizaynla uğraşiyor, Koll adlı bir enstrüman firması için gitarlar tasarlıyor.

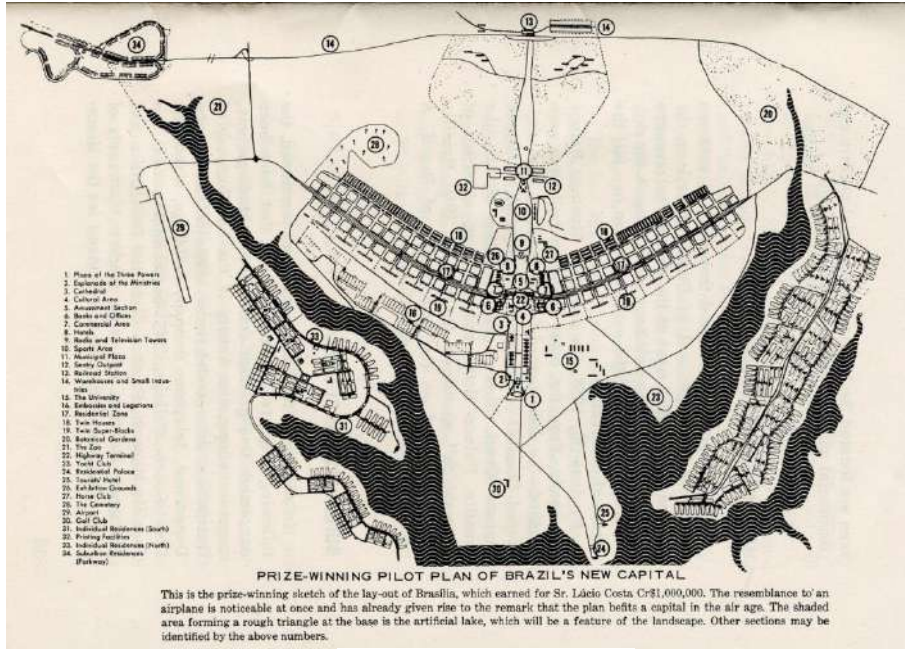
Grafik ve endüstriyel tasarımın ardından, sıra kent tasarımına geliyor ve 2011'de **Urbanized**'i yayınlıyor **Hustwit**; çeşitli şehirlerden görüntüler çekip mimarlarla röportajlar yapıyor. “Kentler beş bin yıldır aynı işlevi görüyor; insan, para ve mal akışını birleştiriyorlar” cümlesiyle açılıyor film. Sokağa adım attığımızda mimarlık, mühendislik, belediyeçilik, hukuk, sivil toplum, tarih gibi disiplinlerden uzmanların birlikte ve birbirlerine karşı çalışmasıyla ortaya çıkmış, her ayrıntısı planlanmış bir tasarımın içine giriyoruz: Kaldırımların genişliği, ağaçların yeri ve türü, lambaların ışıklandığı alan, banklar ve çöp kutularının konumu, dükkânların sayısı, binaların yüksekliği, otobüs durakları, elektrik hatları, kanalizasyon sistemleri, kaza önlemleri, doğal afetlere hazırlık, trafik ışıkları, yaya geçitleri. Milattan sonra 100 yılında dünyanın en kalabalık şehri 450 bin nüfuslu Roma, 1950'de ise 12 milyon nüfuslu New York; 20'nci yüzyılda dünya nüfusunun sadece %10'u, 2010 yılında ise yarısı kentlerde yaşıyor ve en kalabalık şehir Tokyo'nun nüfusu 35 milyon; 2050 yılında dünya nüfusunun %75'i kentlerde yaşayacak.





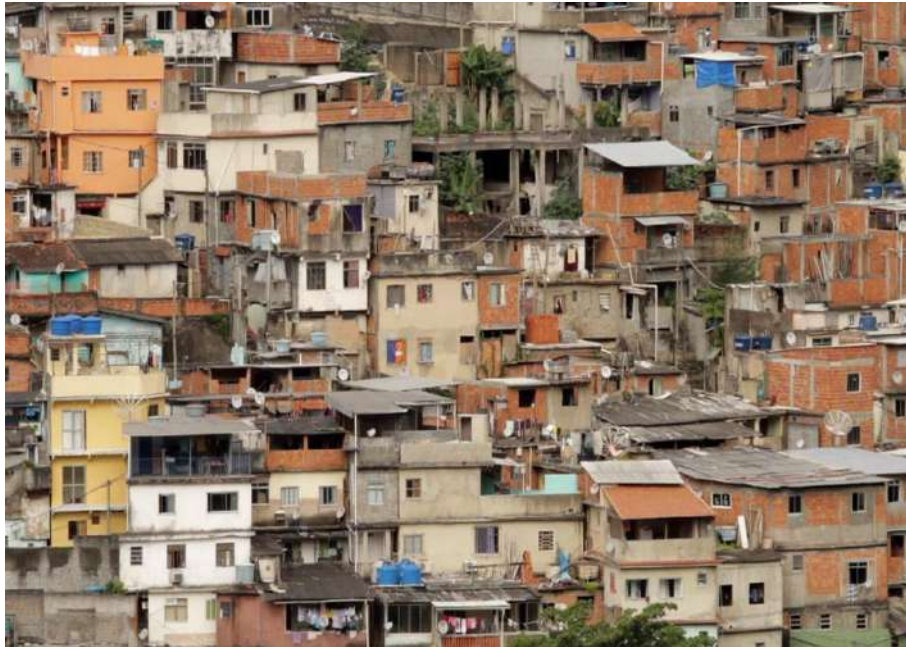
1800'lerde, Batı Avrupa'daki sanayileşme neticesinde yaşanmaz hale gelen şehirlerin yeniden düzenlenmesi gerekince başlıyor kent planlama projeleri; 19'uncu yüzyıl sonlarında "bahçeşehir hareketi" (garden city movement) ortaya çıkıp kenti işlevlere bölüyor; çember yollar, yeşil alanlar, sanayi bölgeleri, yerleşim mahalleleri kuruluyor ve modern kent tasarımına ilham veriyor. Mimarlık profesörü **Ellen Dunham-Jones**, modern grafik tasarım ve modern endüstriyel tasarımla aynı eğilimde görüyor modern şehirleri: minimalist alanlı, rasyonel, düzenli ve ayrımlı. 1934'ten 1968'e kadar New York'un inşaat koordinatörlüğünü yapan, büyük ve sağlam otoyollar kuran ama yeşil alanları pek önemsemeyen **Robert Moses** eleştiriliyor; sonra **Jane Jacobs** vizyonu devreye girip kent hayatını daha keyifli hale getirmiş. 1950'li yıllarda otomobil kullanımını yaygınlaşınca kent tasarımları doğrudan etkileniyor, Amerikan şehirleri arabalara uygun tasarlanıyor fakat gelişmekte olan ülke şehirlerindeki otomobil sayısı arttıkça büyük bir trafik ve park yeri sorunuyla karşılaşılıyor. Araba sayısı çok fazlaysa alt-üst geçitler ve şeritli yollarla trafik sıkışıklığının çözülemeyeceği, otomobil kullanımını azaltan, toplu taşıma ve kısa mesafeli ulaşımlara yönelik kentler tasarlamak gerektiği anlatılıyor filmde. Bisiklete teşvik politikasını kırk yıldır uyguluyor Kopenhag. Bogota'da TransMilenio isminde, bizdeki Metrobüs'e benzer bir çözüm kopyalamışlar Curitiba'dan. Mimar **Oscar Niemeyer**'le röportaj yapılıyor; **Lucio Costa** tarafından tasarlanmış Brasília, kuşbakışı güzel görünüyor ama insanları uzun yürüyüşlere mecbur bırakmakla eleştiriliyor.

Mumbai'nin gecekondulu mahallelerinde insanlar kanalizasyonsuz yaşıyor; eğer sorun çözülemezse yakın gelecekte New York ile Londra'nın toplam nüfuslarından daha fazla insan Mumbai'de bu koşullara maruz kalacak. Rio'daki gecekondulu



Brasília vaziyet planı

mahallelerinin dar, karanlık merdivenleri güvenlik riski teşkil ediyor, ışıklandırma ve genişletme çalışmaları yapılıyor, kentin bütün sistemleri kameralarla izleniyor. Cape Town'ın Khayelitsha bölgesinde de suçla, halka saldıran çetelerle mücadele ediyor şehir planlamacılar; insanların kalabalık yürüyebilecekleri, ışıklandırılmış, kestirme yollar kurarak cinayetleri %40 oranında azaltmışlar.



Mimar **Rem Koolhaas** aslında çok az şehrin gerçekten tasarlanabildiğini, ekonominin kent planlamayı kısıtladığını söylüyor. Şehirler bugün dünya

enerjisinin %75'ini tüketirken karbon emisyonunun da %75'ine sebep oluyor, bu yüzden Brighton'da kettle ve halojen lambaların daha az kullanılması öğütleniyor, enerji tasarrufu sokak sanatına konu ediliyor; proje başladıktan üç hafta sonra elektrik tüketimini %15 oranında düşürmüşler. Stuttgart'ı Paris-Budapeşte hattına bağlarken tarihi yapıları yıktırıp ağaçları kestirecek bir tren yolu projesi protesto edilince polis ile eylemciler karşı karşıya geliyor, bu krizden ötürü Baden-Württemberg yönetimi değişiyor bir sonraki seçimde, fakat proje halk referandumuna sunulduğunda devam kararı çıkıyor. Kentler demokrasi ve toplumsal stresleri yansıttığı için meydanlarda politik gösterilerin düzenlendiği anlatılıyor.

### Üçlemenin Ardından

2012 yılında **Hustwit, Jon Pack**'le beraber, The Olympic City adında, olimpiyatların şehirlere etkilerini belgelediği bir fotoğraf serisi yayınlıyor. Bazı olimpiyat mekânları sonradan hapisaneyeye, AVM'ye, otele veya kiliseye dönüştürülerek işlevlendirilmiş ama dikkatli bakıldığında anlaşılıyor spor salonu maksadıyla tasarlandıkları; bazıları ise terk edilip harabeye, hayalet kasabalara dönüşünce sokak çeteleri mesken tutmuş. Olimpiyat düzenlemek için aldıkları büyük borçları ödeyemiyor, sıkıntıya giriyormuş birçok şehir. 2013'te, **Hustwit**'in on üç şehirde çektiği fotoğraflarla bir kitap basılıyor. Storefront for Art and Architecture, Atlanta Contemporary Art Center ve Brooklyn Museum of Art gibi mekânlarda sergilenen proje bitmiş değil, 2008'den bu yana devam ediyor; olimpiyatlar düzenlendikçe veya başka etkiler keşfedildikçe, yeni fotoğraflar da ekleniyor. 2013'te portre fotoğraf serilerine de başlıyor **Hustwit** ve 2019'da kitap halinde basıyor **Massimo Vignelli** portrelerini.

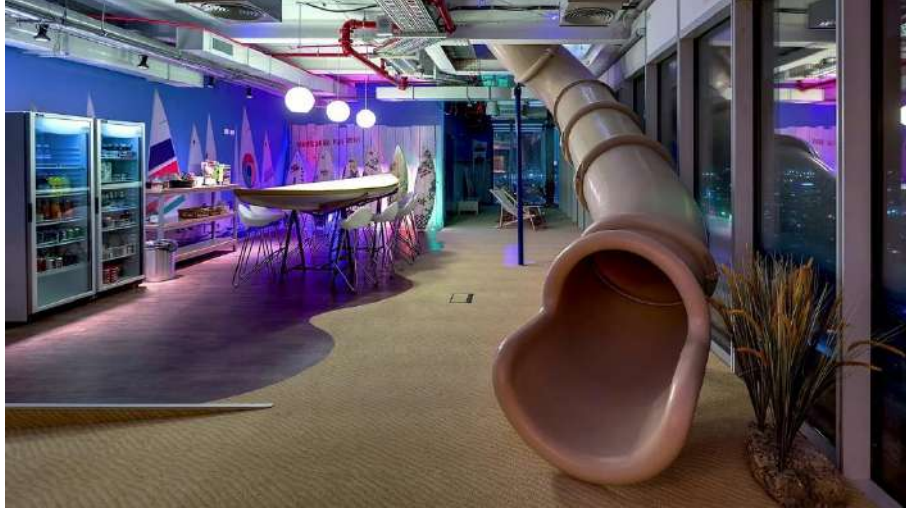
BBC, HBO, PBS gibi kanallarda gösterilen, kendisini belgesel dünyasının yıldız yönetmenleri arasına taşıyan bu tasarım filmleri üçlemesini çekerken yetmiş yakın uzmanla kaydettiği röportajları 2015'te, *Helvetica/Objectified/Urbanized: The Complete Interviews* ismiyle kitaplaştırıyor ve edindiği bağlantıları kullanıp iki film daha yapıyor **Hustwit**. 2016'da yayınladığı **Workplace**'te, çalışma alanı mimarisine yönelerek ofis tasarımlarının peşine düşüyor. Çalışanlar uyanık oldukları saatlerin çoğunluğunu ofiste geçiriyor, dolayısıyla ofis tasarımları da çok çalışmaya uygun ortamlar yaratıp iş verimliliğini arttırmayı hedefliyor. *Cubed: A Secret History of the Workplace* kitabının yazarı ve Pennsylvania Senatosu siyasetçilerinden **Nikil Saval**, ofis tasarımının tarihini anlatıyor: Ofis sistemi

1800'lerde, nüfusun kahir ekseriyeti çiftliklerde, fabrikalarda çalışırken başlıyor; 21. yüzyılda ise ofis çalışanları çok büyük sayılara ulaşıyor. Güneş altında, açık havada vücutlarını kullanan işçiler ofis hayatına geçtikçe, kapalı, havasız, tüm gün oturarak, klima sıcaklığında, yapay ışıkla yaşadıkça güçsüzleşip solgunlaşıyor. Daktilolu masalarla dolu, klasik ofislerin yerini modern ofisler alıyor günümüzde. Eskiden iş yerleri birbirine benzer, hukuk firmaları ile reklam ajansları arasında pek fark bulunmazken, bugün şirketlerin ikram ettikleri atıştırmalıklarda bile kendi tarzları var; Google'ın, Facebook'un, Red Bull'un ofisleri birbirlerinden çok farklı.



1950'lerde, Alman ekolü *bürolandschaft*'tan hareketle yaygınlaşan açık plan ofisleri, kapalı oda ofis planıyla sentezleyen "action office"ler ortaya çıkıyor 1960'larda; geniş alana karmaşık yayılmış masalar etrafına kumaş ve kontrplaklarla, taşınabilir duvarlar kurarak yarı açık hale getiriyor. Sonra o karmaşıklıktan kurtulmak için masalar etrafında kareler oluşturacak şekilde yerleştiriliyor duvarlar ve "cubicle" ofis planı keşfediliyor, yaygın kullanılıyor ama biraz ruhsuz, boğucu kabul ediliyor. Laptopların ve cep telefonlarının icadıyla değişiyor ofis tasarım anlayışı, çünkü artık çalışana özel masa, bilgisayar, sabit telefon, faks makinesi, çekmeceler gerekmiyor, sırt çantası, dizüstü bilgisayar, cep telefonu ve kulaklıkla her yerde iş yapabilir hale geliyor çalışanlar. Reklamcı **Jay Chiat**, mimar Frank Gehry'ye tasarlattığı, dürbün formundaki şirket binasında yeni bir ofis sistemi uyguluyor; pinpon masalarıyla, atari makineleriyle dolu, dizüstü bilgisayarla rastgele yerleşilip çalışılabilen boş masalar sayesinde sınırları, hiyerarşiyi ortadan kaldıran, şirketten ziyade üniversite kafeteryasına benzeyen bir ortam kuruyor. Sistem birçok yönden iflas ediyor; o dönem laptoplar bugünkü

kadar yaygın değil, şirkette sınırlı sayıda var, çalışanlar bilgisayar bulamıyor ve toplantı odaları da olmadığı için bazı görüşmeler arabalarda yapılıyor. Fakat tüm verimsizliğine rağmen, modern ofis anlayışında devrim yaratıyor **Chiat**'in girişimi; bugün genellikle internet şirketlerinde kullanılan, çalışanların bir yandan langırt, bilardo ya da Playstation oynarken iş konuştukları, koridorlarında kaykay sürülen, aeron sandalyeli ve armut koltuklu, üst kattan alt kata kaydırakla kayılabilen, mini golf sahali, duvar resimleriyle süslü ofislerin temelini atıyor.



Farklı ülkelerden ofisler çekip uzmanlarla kaydettiği röportajları bu çekimlerle akıtan **Hustwit**, ilk defa omurga kullanıyor **Workplace**'te; dijital reklam ajansı R/GA New York'un yeni ve büyük bir ofise geçme sürecini merkeze alarak anlatıyor ofis tasarımı dünyasını. Yeni ofisi tasarlayan Foster + Partners firması **Steve Jobs**'la da çalışmış, Apple Campus 2'yi yapmış; şirketin sahibi, mimar **Norman Foster** ile **Urbanized**'ta da görüşmüştü **Hustwit**. Eskiden mimarlar tasarımlarını kâğıt üzerinde gösterirdi müşterilerine, sonra maketlere geçildi ve uzun süredir uygulanıyor, mimarlık öğrencilerine maket yaptırılıyor. 21. yüzyılda 3D programlarının yaygınlaşmasıyla tasarımı üç boyutlu modelleyip müşteriye bilgisayar ekranında göstermeye başladı mimarlık şirketleri. Foster + Partners ise üç boyut teknolojisinin bir sonraki aşamasını da kullanarak VR gözlük taktırıyor müşterilere ve tasarladıkları ofisin içinde sanal tura çıkarıyor. Tavan köşelerini kaplayan ekranlar, kinetik heykel gibi bir robot, akustik izolasyonlu ve altı kişilik, video gösterimli, çevrimiçi bağlanılabilen konferans odaları (huddle room) ve büyük toplantı odalı (war room) bu yeni, açık plan R/GA ofisinin açılış günü görüntüleriyle, tasarımın hayata geçmiş haliyle bitiyor film.

VR teknolojisinden etkilenen **Hustwit**, Scenic adında bir sanal gerçeklik stüdyosu kuruyor ve 2017'de, **Sam Green** ile, ***This is What the Future Looked Like*** isminde, mimar filozof **Buckminster Fuller** hakkında, 360 derecelik, VR gözlükle izlenen bir kısa belgesel çekiyor. **Fuller**'ın tasarladığı, sanal gerçeklikle hem görsel hem de düşünsel yönden örtüşen, ütopyik ve fütürist, jeodezik kubbeler gösterilirken onun sözleri de dış sese, arşivlerdeki kendi konuşmalarından, müzik eşliğinde akıyor. Aynı yıl, Oscar ödüllü yönetmen **Marshall Curry**'nin çektiği, yine 360 derecelik bir VR kısa belgeselin, ömürlerini dolduran uçakların bir boş arazide parçalanmasını anlatan ***Funeral for a 747*** filminin yapımcılığını da üstleniyor **Hustwit**. VR gözlük takanların kendilerini hapisane hücrelerinde buldukları bir deneyim de tasarlıyor. 2015'te R&B şarkıcısı ve insan hakları aktivisti **Mavis Staples** hakkındaki ***Mavis!***, 2018'de ise Kanada'nın grafik tasarım tarihine dair ***Design Canada*** ve kadın kaykaycıları konu edinen ***Skate Dreams*** belgesellerinin prodüktörlüğünü yapıyor ayrıca.



Dieter Rams

***Objectified*** için endüstriyel tasarımcılarla röportajlar yaparken tanıştığı **Dieter Rams**'ı anlatan portre belgesel ***Rams***'ı çekiyor **Gary Hustwit** 2018'de. Apple'ın tasarımcısı **Jonathan Ive**'in idolü ve ilham kaynağı **Dieter Rams**; Apple'ın o sade, beyaz, kullanıcı dostu ürünleri Rams estetiğinde. 1961-1995 arasında Braun için çalışan **Rams**, modern Alman endüstriyel tasarımcılığının simge figürlerinden biri. 1950'lerde, savaş sonrası Almanya'yı toparlamaya çalışan tasarım çevrelerinin öncüsü Ulm Okulu, Bauhaus ekolünden daha sade, daha işlevsel bir tasarımcılığı benimsiyor ve elektrikli ev eşyalarına dair olasılıkları araştırıyor **Braun Kardeşler** ile. **Rams**'ın o dönemde tasarladığı SK4 model müzik seti bir devrim niteliğinde,

çünkü mobilya gibi durmuyor. **Rams**'a tasarlatılan tıraş makineleri, kameralar ve mikserler dünya çapında çok satılıyor.



**Rams**'ın ilkeleri de tasarım düşüncesinin en önemli manifestolarından biri oluyor: “İyi tasarım inovatiftir, kullanışlıdır, estetikdir, anlaşılabilir, göze batmaz, dürüştür, uzun ömürlüdür, eksiksizdir, çevre dostudur ve sadedir” diyor **Rams**. Tasarımı, güzelleştirmekten ziyade iyileştirmekten sorumlu görüyor. “Less, but better” (“daha az, ama daha iyi”) diye bir mottosu var. Piyasaların ürünleri tamir ettirmeye değil de yenilerini satmaya çalışıp gereksiz atıklar üretmesinden, bu tüketim çılgınlığından rahatsız. Film boyunca **Rams** ile geziliyor: Evindeki Japon bahçesinde, çalışma odasında, Münih Teknik Üniversitesi'nde, Vistoe'nun atölye inşaat alanında, Vitra Tasarım Müzesi'nde, **Rams**'ın **George Nelson**, **Ettore Sottsass** ve **Philippe Starck** gibi, başka ünlü tasarımcılar hakkındaki fikirlerine de yer veriliyor ve onun 85'inci doğum gününde açılan, kalıcı bir **Rams** sergisindeki kutlamayla bitiyor belgesel. Braun'da çalışırken tanışıp evlendiği



reklam fotoğrafçısıyla elli yıldır birlikte, aynı evde oturan, rutinlerinin dışına çıkmayan ve genellikle beyaz, minimalist ev eşyaları tasarlayan **Dieter Rams** “düz”, “soğuk”, sade bir başarı hikâyesi.

### Çağını Yakalayan Bir Kreatif

2020’de, bu kez şehir planlama, grafik, animasyon ve yazılım disiplinlerinin beraber kullanıldığı yön bulma (wayfinding) tasarımı, canlı harita dizaynı üzerine kısa belgesel *The Map*’i çekiyor **Hustwit**. Kullanıcıların New York metro haritasına cep telefonlarından bakabildiği, tren hareketlerini eşzamanlı izleyebildiği bir uygulama tasarlıyor dijital ajans Work & Co. 425 duraklı, çok karmaşık bir metro sistemini olabildiğince kolaylaştırmayı amaçlayan bu yeni harita turistlere New York’un görülmeye değer yerlerini de tarif ediyor. On dakikalık film Youtube’da mevcut. Ayrıca 1978’deki New York metro haritasının tartışmaları hakkında, *The New York Subway Map Debate At Cooper Union April 20, 730 pm* isiminde bir kitap yazdı **Hustwit** 2022’de.

**Rams**’ın müziklerini yapan ve bestelerinde **Rams** estetiğinde bir sadeliğe önem veren, **Dieter Rams** hayranı müzisyen **Brian Eno** üzerine, *Eno* isiminde bir belgesel çekti en son **Gary Hustwit**, bu yıl Sundance Film Festivali’nde gösterildi. Müziğe tasarımsal yaklaşan, bazı bestelerini bilgisayar programına, algoritmaya ürettirip sonra üzerinde düzenlemeler yapan, “generative art”ı müzikte kullanan, öncü sanatçılardan biri **Brian Eno**; onu anlatarak daha önce yapımlar ve yönetimler üstlendiği iki alanı, tasarım ve müzik belgeselciliklerini birleştiriyor **Hustwit**. Bir sonraki filmi hakkında pek ipucu vermiyor ama grafik tasarıma geri dönecekmiş. **Thomas Piper**’ın çektiği, mimarlık stüdyosu LOT-EK’i anlatan belgesel *We Start with the Things We Find*’in da gösterimleri için yardım ediyor ayrıca.

“Belgesel çekerken araştırma ve röportajlar esnasında birçok şey öğreniyor, merak ettiğim ayrıntıları o konuyu en iyi bilenlere sorabiliyor ve seyirciyi de kendi öğrenme sürecime dâhil edebiliyorum” diyor **Hustwit**. Belgesellerin kurmacaya kıyasla çok daha büyük oranla kurguda ortaya çıktığını vurguluyor; anlatıcı ses yerine röportaj kayıtları kullanıyor, böylece anlatım metni bile çekimden sonra, post-prodüksiyonda biçimleniyor. “Filtresiz yaratıcılık” diye tanımladığı **David Lynch**’in aklına güzel bir fikir geldiğinde “acaba anlaşılır mı”, “rahatsız eder mi”, “gerekli mi”, “tuhaf mı”, “satılır mı” gibi kaygılarla kendisini sınırlandırmayışına hayranlık duyuyor.



Fast Company dergisinin, günümüzün en kreatif yüz insanı seçkinde yer verdiği **Hustwit**, filmlerine bütçe bulmak için Kickstarter gibi kitlesel fonlama yöntemlerini, bu yeni bağımsız yapımcılık stratejilerini ilk ve en aktif uygulayan prodüktörlerden; ohyouprettythings.com sitesinden filmler ve posterler satarak projeleri için destek topluyor, çeşitli salonlarla anlaşp internetten bilet satış platformlarını kullanarak gösterimler düzenliyor ve bilet alanların e-posta adreslerini duyurular yaptığı sosyal ağna ekliyor, filmlerinin reklam çalışmalarını da kendisi, tek başına yürütüyor... COVID-19 pandemisinde evde, karantinada vakit geçirenlerin izleyebilmesi için, 2020'nin ilkbaharında belgesellerini ücretsiz erişime açarak yüz binlerce etkileşime ulaştı. Birçok projesinde sürdürülebilirlik temasına yer veriyor, dünyanın geleceğine dair bilinçlendirme ve sorumluluk aldırma gayesi taşıyor; örneğin yeni teknolojileri, sanat satışı olanaklarını severek kullanıyor ama NFT piyasasına şüpheci yaklaşıyor, çünkü kripto ekosistemini sürdürülebilirliğe uygunsuz buluyor çok enerji tüketildiği için. Yani konuları, üretim ve yayınlama biçimleri, multidisiplinerliği, otodidaktizmi, duyarlılıkları, güncelliği ve bağımsızlığıyla, tam bir 21. yüzyıl sinemacısı **Gary Hustwit**.