

Yazılar:

GRAFİK ERLER MESLEK KURULUŞU
Gazeteciler Sitesi, Hikaye Sokak 7/1, Esentepe 80300, İstanbul Tel. 174 15 80

Fred Woodward

Scott A. Mednick

Graphis, Mayıs/Haziran 1989

Çeviri: Hakan Öneş

Grafik tasarımcı çoğunlukla anonimdir; insanlar genelde tasarımlarımızı görür ama isimlerimizi bilmezler. Bu nedenle, olası akıbetlerin en kötüsünden; kamuoyu önünde başarısızlıktan korunuruz. Fred Woodward ise profesyonel yaşamını, her okuyucunun künyeye bakıp adını bulabileceği gözkaşırtıcı yayın dünyasında geçirdi. Ve sonra kendini başarısızlığın daha kamusal ve belki de daha mümkün olamayacağı bir yerde, **Rolling Stone** dergisinde buldu. Bu meydana okuma ne kadar ürkütücü de olsa; Woodward kısa zaman içinde yenilikçi tasarımlar yaratarak, potansiyel bir kabusu, bir dizi dikkate değer başarıya çevirdi. Woodward, çalışmaları uzun bir süredir tasarım yayınları ve yıllık derlemelerde yayınlanıyor da olsa, daha önce dağıtımı bu kadar yaygın bir dergi için çalışmamıştı. Daha yaygın okunma iddiasında başka dergiler var şüphesiz, ama hiç birisi bunun gibi, bir kuşağın haykırışlarının kültürel yansıtıcısı olma şöhretine ulaşamaz.

Bir efsaneyle oynamak tehlikeli, bunu kamuoyunun gözü önünde yapmaksa altında ağ olmadan ip üstünde yürümek gibidir. Ama Woodward'ın tasarım ve tipografiye yaklaşımı ve tüm sürecin bütününe kavrayışı, görsel açıdan atillaşan bir dergi için tazeleyici bir dönüm noktası yarattı. Woodward, zıtlıklar üzerine bir çalışma. 35 yaşıyla **Rolling Stone**'un grafik görünümünün dümenine geçecek "gençlikte". Ama bu koltukta oturan kişiden beklenecek şekilde atılgan ve güçlü bir figür değil. Ofisinde karşımızda oturan düşünceli ve sakin biri. Sesi hâlâ Mississippi gençliğinin yankılarını taşıyor ama tamamlanma yolundaki derginin sayfaları çevresinde dönerken penceresinin dışında da New York akşama dönüyor. "Buraya ilk geldiğimde işi becerebileceğimi umuyordum ama hem işi becerip hem de bu şehirde yaşayabileceğim konusunda endişeliydim" diyor. Ama her ikisinin de iklimine alışmış gibi.



Aslında Woodward profesyonel yaşamının iyi kısımlarını **Rolling Stone** meydan okuyuşuna hazırlanarak geçirmiş. Derginin ve eski art direktörü Roger Black'in çalışmalarının, kariyerinin ilk zamanlarında üzerinde önemli etkisi olduğunu itiraf ediyor. "City of Memphis dergisinin art direktörü olarak işe başladığımı ve portfolyomu **Rolling Stone**'a gönderdiğimi hatırlıyorum. Art-direktörlerden birinden, hazır olduğumu düşünmediğini söyleyen bir mektup aldım". On yıl sürmüş ama Woodward artık hazırda da öte.

Memphis, Tennessee'deki o ilk yayın işinden beri bu garip disiplin için gereken yetenekleri bilemiş. Doğası gereği yayın tasarımı çoğu tasarım disiplininin daha kolektif bir çalışma gerektirir. Woodward'ın en önemli silahı ise hep başkalarıyla birlikte çalışabilme yeteneği olmuş. **D, Westward, Texas Monthly** ve **Regardie's**'de seçimleri yürekli ve kışkırtıcı olmuştur: "Sanırım en başarılı olduğum alan art direktörlük, saf tasarımı nitelikler listemin aşağılarına koyardım" diyor.

Başarıyı sürekli başkalarıyla paylaşan bu alçakgönüllü adamın kendisiyle birlikte çalıştıkları tarafından övülüyor. Sanatçılarla başarılı koalisyonları pek çok başarılı ürün doğurmuştu ama tasarım topluluğunun dikkatlerini ona ilk kez çeviren ve bölgesel yayınları da ön plana çıkaran, **Texas Monthly**'deki çalışmaları oldu. Düzenli başlık "Batı Sanatı" ve Helmut Newton'ın

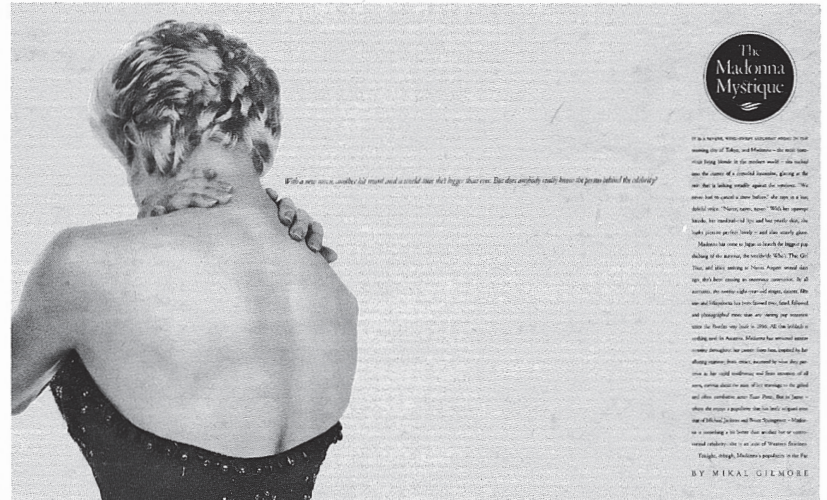
"İktidardaki Portreler"i gibi fotografik sayfa düzenleri hepimize iyi yayın tasarımının nasıl olması gerektiğini gösteren parçalardı. İllüstratör Matt Mahurin **Texas Monthly**'den beri Woodward ile çalışmaktaydı ve fotoğrafa geçme konusundaki arzusunu dile getirip ona bazı çalışmalarını gösterdiğinde Mahurin'e iş veren ilk art direktör oldu. Teksas ceza sistemi üstüne bir makale için gerekenin onun karanlık, ağır üslubu olduğunu düşünmüştü (Graphis 256). "Cezavlerimizi Nasıl Mahvettiler?" yazısı için ortaya çıkan sayfalar, dört yıl sonra hâlâ çok kişinin aklında. Kuzeye doğru gidişine devam ederek **Regardie's** dergisine geçtiğinde de bu derginin iktidar oyunu ve bu oyunun Washington DC'de nasıl oynandığı konusundaki sır tanımaz yayınına ekstra bir tat kattı. Alçak sesle konuşan dış görünüşünün ve kendini gizleyen doğasının altında sakın ama azimli ve kaliteye vurgun bir kişilik yatıyor. O yüzden **Rolling Stone**'un art direktörü olarak görevlendirildiğinde akıllı bir kararla en iyi yaptığı şeyi yapmasına izin verilmiş. Yeteneklerinin kabul görmesi onu mükemmel gibi gözükken bir meydan okumaya sürüklemiş; kendisine esin kaynağı olan yayının art direktörlüğü. "Ölümüne korkuyordum ama çok da heyecanlıydı. İşteki ilk ayımda 20. yıl özel sayısı her zamanki süre olan iki haftada tasarlanmalı ve üretilmeliydi" diye hatırlıyor. Belki de başlamak için daha iyi bir yol olamazdı. Woodward imzayı atmadan önce araştırma ve makaleler için bir hayli geniş bir hazırlık yapılmış olmakla birlikte, ilk günlerinde kendisinden önceki iki yılın görsel malzemelerini incelemeye ve kendisine kalan mirası anlamaya çalışmaya zorlandı. Dergiyi yeniden canlandırmasına yolaçan bu tarihe duyduğu saygı oldu. Ama inanılmaz zaman baskısı değişmiyor tabii. "Yalnızca iki haftamız olduğunu anlamalısınız" diyor. Ve bunu halletmek

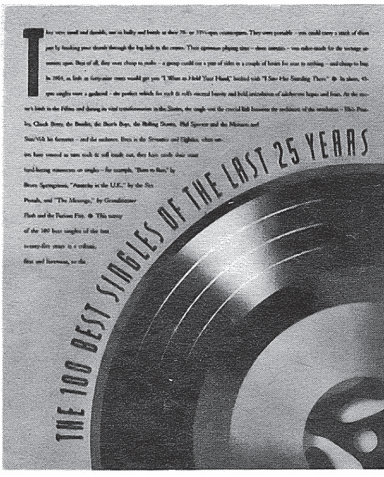


Rolling Stone dergisinin "20. Kuruluş Yılı" kapağı, Kasım'87

için elinden ne geliyorsa yapmakla birlikte hâlâ: "Zaman un-suru düşmandır. Bu çerçevede ne yapabiliyorsak yapıyoruz" diyor. Woodward, **Rolling Stone** ofislerinde yaşadığı atmosferi, "çıkan işin kalitesinde büyük rol oynamak" olarak tanımlıyor. Derginin geleneğinin önemli bileşenlerinden biri, editöryal ve görsel olarak da yeni yeteneklerin gelişmesine olanak sağlamaktır. Annie Leibovitz'in start aldığı ve kariyerinin ilk 10 yılında çalıştığı arenanın bu olduğunu unutmayalım. Derginin kurucusu ve editörü Jann Wenner, bu tür kaliteyi beslemiş ve geliştirmiş bir "risk-sever"dir ve şimdi aynı kaliteyi beklemekte de haklıdır. "Jann Wenner ve (yönetici editör) Bob Wallace gerçekten tam bir güven havası yarattılar" diye açıklıyor Woodward: "Dönüm noktası geldiğinde personele bu derece destek olmasalardı bir korku havası esebilirdi ve özellikle tasarımdan fedakarlık edilebilirdi. Ve ben aslında bunu ortamın kısıtlamalarından dolayı kendimi ve tasarımı frenlemek, daha önce yapmış, hatta bu yüzden bazı işleri bırakmıştım. Woodward'ın aynı zamanda yeni üretim sistemlerine de uyum sağlaması gerekiyordu. Derginin gerçek strip ve baskı hazırlıkları ofiste yapılıyor ve bu da tam kalite kontrolü sağlıyor.

Rolling Stone dergisinin Eylül'87 sayısında iki sayfa düzeni

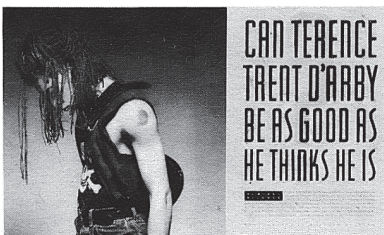
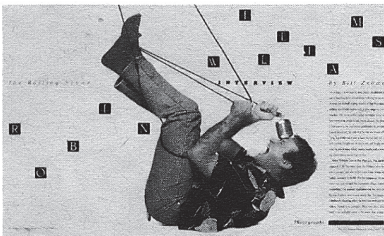




Rolling Stone dergisinin bir sayfa düzeni, Eylül'87

Woodward, bunun dergi yapısının, işi iyi yapmasını çok çok kolaylaştıran unsurlarına bir örnek daha olduğunu söylüyor. “Kamera bölümündeki çocuklar, derginin 1977’de New York’a taşınmasından beri birlikteler, hatta iki tanesi de şirketle birlikte San Francisco’dan gelmişler. Kaliteye çok önem veriyorlar ve benimle en iyi sonuçları almak için çalışmaya çok istekliler. Bana çok şey öğrettiler”. Görselliğe gösterilen bu özenle tutarlı olarak derginin karakter arşivi üstünde de çalışılıyor. Geçmişte **Rolling Stone** için özel olarak karakterler geliştirilirdi. Diğer yayınlardan farklı bir görünüm ve duyguyu koruma çabasındaki Woodward, yeni karakterler geliştirmek ve bazı eski klasik karakterlere özgünlük katmak için yetenekli bazı tasarımcılarla çalışmakta. Derginin yazı karakteri koleksiyonuna her ay iki yenisi katılıyor. Bunca uzun zaman yaşatılmış kişisel bir amaca ulaştığı için Woodward’ın hayli hoşnut olduğu düşünülebilir. Ama onun için en büyük meydan okuma henüz önünde. Woodward, dergiyi parça parça yeniden oluşturuyor. Daha önce hiç atılmadığı kadar kamuya açık bir başarısızlık ihtimalini göze almıştı. Ama büyük ödülleri büyük riskler sonucu kazanılır. Fred Woodward için risk, -ve ödül-, iki haftalık dönemlerde geliyor. ●

Rolling Stone’dan ikili iki sayfa düzeni, Şubat ve Haziran’88 sayıları



Felipe Taborda

Steven Heller

Graphis, Mayıs/Haziran 1989

Çeviri: Hakan Öneş

Ridley Soott’ın XXI. yüzyılda yaşamı anlatan bilim-kurgu macerası **Blade Runner**’da Los Angeles ulusu olmayan bir şehirdir: Farklı kültürlerden ‘Tokyo’ nun Ginza’sı, New York’un Times Square’i, Berlin’in Kurfüstendamm’ı ve Sunset Strip’oluşmuş tüyler ürpertici post-modern bir megalokent... Mekânın sürreal havasına katkıda bulunansa, 100 katlı fütüristik binalardan sarkan ve yapıp sönen bir uluslararası görsel ikonlar ırmağını andıran, çok-uluslu ürünlerin digital ışıklı reklamları. Hikâye kurmaca olabilir ama, evrensel bir grafik dil fikri fantazi olmaktan çok, bir gerçektir. Bugün dünya, bilgiye çok hızlı ulaşmayı mümkün kılan uydu iletişimi sayesinde o kadar birleşti ki yalnız kültürler çökmekle kalmadı, yeni bir dil de zorunlu artık. Gene de ulusal üsluplar arasındaki derin farklılıklar bulanıklaşmakla birlikte kimi yöresel özellikler hiçbir zaman evrensel bir standart haline gelmediler ve belki de hiç gelmeyecekler. Rio de Janeiro’lu genç bir tasarımcı Felipe Taborda’nın çalışmaları, uluslararasılıkla yöreselliğin evliliğini çarpıcı bir şekilde sergiliyor. Posterleri, albüm ve kitap kapakları, Brezilya posta servisi için hazırladığı pullar, ulusal bir damga taşımazlar ama çağdaş yabancı etkilerin eklektik bir harmanı olarak tanımlanabilecek bu ülke üslubunun ve gidecek büyüyen tasarım topluluğunun enerjisi ve farklı yönlerinin örneklerini teşkil ediyorlar. Taborda, Brezilya’da yeni dalganın öncülüğünü yaparken saygı-değer geçmişi bağlılığı da ihmal etmiyor. Herb Lubalin ve Milton Glaser gibi Kuzey Amerikalı öncülere sadakatini korumakla birlikte, gözle görülebilir desteklerini Avrupalı Konstruktivizm, De Stijl ve özellikle Art-Déco ustalarından alıyor. Yaklaşımı tipik bir şekilde Post-Modern tasarım denilene yakın olmakla birlikte, o bir Post-Modernist değil. Üslup adına yeni biçimlere eski cilalar atıyor ama asıl çabası mesajın açık olması. Taborda, tasarım konusundaki ihtirasını, 1959 yılında modern tipografi için bir atölye olan **O Gráfico Amador** ve Latin Amerika’nın ilk tasarım okulu, Rio’daki **Escola Superior de Desenho Industrial**’in oluşumlarına katkıda bulunmuş eski bir aile dostları Aloisio Magalhaes’e borçlu. Her ikisi de Brezilya tasarım pratiğinin evrimini etkileyerek, onun bir hizmet olmaktan çıkıp meslek haline gelmesinde



ve öndegelen üniversitelere tasarım programları konmasında etkili oldular. Bir başka önemli ama daha dolaylı olay, 1964 yılında askeri cuntanın Brezilya’da yönetime el koyup insan haklarını merhametsizce çiğnediği dönemde meydana gelen endüstri patlaması. Reklam ajansları artan talebi karşılamak için genişleme yoluna gittiklerinde bundan en çok kâr eden grafik tasarımcılar oldu: “Değişiklik her halukârda olacaktı” diyor, cunta yönetime el koyduğunda sekiz yaşında olan Taborda: “Ama onların döneminde meydana geldi ve askeri idare kendini daha sevecen ve kibar sunabilmek için reklamcılığı istedi ve destekledi”. Taborda, 1975 yılında Rio’daki **Pontificia Universidade Católica**’nın görsel iletişim programına katıldı. Üç yıllık yoğun bir eğitimden sonra yurt dışına gitmek için devletten burs kazandı ve fotoğraf konusunda eğitim görmek için **London International Film School**’a gitti. Ama orada sinema dalında bir kariyer yapmaktan vazgeçti. Çünkü İngiliz grafik tasarım, illüstrasyon ve tipografisinin çekiciliğine kapıldı: “Rio’nun sokak ve dükkân işareti konusunda kendi kitabımı yapmak için bana esin kaynağı olan özellikle Alan Bartram’ın çalışmaları oldu”. (Rio de Janeiro Mimarisinde Harfler, Editora Index) Taborda, gene de fotoğraftan birşeyler aldı ve çok sonraki grafik tasarımlarında dahi sinemasal gerilim ve fotografik perspektiflerin izi bulunabiliyordu. İngiltere’de araştırma ve eleştiriyle de ilgilenmeye başladı ve 23 yaşında makaleleriyle **British Journal of Photography** ve **London Sunday Times Magazine**’e katkıda bulunmaya başladı. (Taborda, şu anda da **Novum Gebrauchsgraphik** ve **Print** dergilerine katkıda bulunuyor.) Taborda, Londra’da kaldıktan sonra Birleşik Devletler’e yerleşti ve **New York Institute of Technology**’de İletişim Sanatları dalında master derecesini ta-

mamladı ve **School of Visual Arts**’da Milton Glaser’in öğrencisi oldu.

1982’de eve döndüğünde film işinde bir iş bulmasının son derecede güç olduğunu gördü. Enflasyon önlenemez yükselişine ekonomi de çökmeye başlamıştı ve özellikle korunamlar dışında film piyasasında hemen hiçbir şey yapılamıyordu. Onun yerine ülkenin en büyük medya şirketi **Globo Television**’ın yan kuruluşu **Sigla Records**’dan plak kapağı işleri almaya başladı. Sinema endüstrisinden farklı olarak, üretim maliyetleri ucuz ve talebi çok fazla olan müzik endüstrisinde bir patlama yaşıyordu. 1984 yılında Taborda, **Sigla**’nın art direktörü oldu. Orada geçirdiği dört yıl boyunca ayda ortalama altı albümün kapağından ve promosyon afişleriyle diğer malzemelerinden şahsen sorumluydu.

Taborda, müzik dünyasının düzenli iş sağlamasının yanı sıra yapmak istediği deneylere de açık olduğunu ifade ediyor: “Aklımdaki her türlü görsel malzemeyi kullanabiliyorum. Herşeyi birarada kullandığım kapaklar yaptım. Her kapak başka bir görsel deneyimdi ve bu nedenle de çok Brezilyalıydı. Bir Avrupalı ya da Amerikalının yaptığı işi anlayabilirsiniz ama bu bir Brezilyalı için geçerli değildir. Her istediğimizi yapıyoruz ve sonuçlar heyecan verici”. Taborda, sekiz ay önce Rio de Janeiro’daki **DPZ Studios**’un tasarım bölümü **SAO**’nun başına geçerek yıllık raporlar ve ambalaj gibi yeni projeler üstünde çalışmaya başladı. **DPZ**, Brezilya’nın beşinci büyük reklam ajansı ve yaratıcı çalışmalarıyla tanınmıyor. Taborda, **DPZ**’deki işinin yanı sıra Rio’daki **Faculdade da Cidade**’de, görsel iletişim -logo ve kurum kimliği- hocalığı yapıyor. Ve metodları gene Brezilya’da tek: “Kurum iletişimi

Bir kitap kapağı tasarımı, Texas Üniversitesi Yayınları, 1988





Black Music Album için "Luz Negra" (Karanlık Işık) logosu, 1988

öğretiminde bir sistem ve kısıtlamalar geleneği vardır. Ama insan belli bir bilgi birikimine dayanmakla birlikte sezgi ve içgüdülerine dayanarak tasarlamalıdır. Bence bir logo içgüdüsel bir karardan doğmalıdır. Ben kendi sınıfımda varolan kurumlar için logo tasarlatmıyorum, -bu çok tekil ve zor bir sorundur-, daha çok daha küçük işler için logolar yapıp sonra onları videoda uyguluyoruz". Onun "tescilli markaları" ise Bauhaus'un grafik yoğunluğunu ve bir çizgi filmcinin şakacılığını ortaya koyar.

Taborda'nın çalışmaları dünya çapında ama kontrol edilemez tek bir yönü dışında: Baskı mürekkebi. Brezilya mürekkebinin başka yerde bulunanlardan daha kalitesiz olduğu kabul ediliyor ve mürekkep ithali kesinlikle yasak. "Gerçekten büyük sorun. Harika kâğıtlarımız var ve baskı kalitesi dünyanın heryerindeki kadar iyi ama mürekkepler gittikçe bozuluyor" diyor Taborda ve tasarımlarının çoğunu da bunu akılda tutarak gerçekleştirdiğini söylüyor: "Çok fazla üzülüyorum ama GRAPHIS ya da diğer yabancı medyalarla kıyaslanınca bizim durumumuz hayal kırıcı". Tasarımcı Taborda, Brezilya'ya pan-kültürel deneyimlerin akmasını sağlayan bir kanal. Onun projeleri o derece karışık imgelerle dolu ki, başkalarına örnek teşkil ediyorlar. İmgelere duyduğu ihtiras için "ben bir dergi manyağıyım" diyor: "Hep görüntülerle çevriliyim; kitapçı dükkânlarında sinsi sinsi gezirim herhangi bir tür görsel uyarı için..."

Gazeteci Taborda ise, grafik sanattaki global akımların keskin bir irdeleyicisi. Onun makaleleri Amerikan, Fransız, Alman, İtalyan ve özellikle İngiliz tasarım ve illüstrasyonlarının grafik dillerini Brezilya'ya tanıtıyor. Buna karşın o da, dünyanın dikkatlerini yakın zamana kadar görmezden gelinen Brezilya grafik sanatının yakalayıcı yönlerine çekmeyi başardı. Taborda, bir yandan evrensel dile katkıda bulunmaya başlayan, bir yandan da ayırıcı "Brezilyalı" imzasını geliştirmeye başlayan tasarımcı kuşağının yetenekli üyelerinden biri.●

60'lı Yıllardan Sonra Afiş

Koos Van Wieringh

"Grapus 85" adlı kitaptan.

Çeviri: Hakan Öneş

80'li yılların ortasına vardığımız bir zamanda toplumumuzu afişler olmadan hayal edebilir misiniz? Rekamsız bir tren istasyonu, bu işi için resmî olarak tahsis edilmiş ilan sütunlarına ya da "ilan yapıştırıcılar hakkında kovuşturma yapılacaktır" uyarılarına karşın hiç beklenmedik yerlere duyurular, mesajlar yapıştırılmış sokaklar getirebiliyor musunuz gözünüzün önüne? Ben şahsen (artık) böyle bir toplum düşünemiyorum.

Amsterdam'ın merkezinde, Oudemanspoort, Binnengasthuis ve Het Spui ile, kuşkusuz bütün Hollanda'nın üstüste en çok afiş yapıştırılan bölgelerinden birinde çalışıyorum. Buradan hergün geçen ve afişleri özellikle kollayan birisi için dahi, ne kadar uğraşırsa uğraşırsın, gelişmeleri izleyebilmek mümkün değil. Eskilerin üzerine hergün kaç tane afiş yapıştırıldığını gözlemek inanılmaz. Kasım'ın 27'sinde, yani ilk kontrol günümde, bir gün öncenin afişlerinin yaklaşık yarısının üstüne yenileri yapıştırılmıştı. Tam olarak kaç farklı afiş olduğunu kestirmekse zordu, çünkü bu sayı hergün değişiyordu. 26 Kasım günü, bir çoğu yırtılmış ya da kısmen başka afişlerle kaplanmış 180'e yakın afiş sayılabiliyordu. Bir metrekaresi bazan üç ya da dört duyuru kaplarken, ertesi gün bu bölge ve belki biraz daha ekstra alanda bu kez altı kere tekrarlanmış tek afiş bulunuyordu. Farkına vardığım, duvarlarda kullanılabilecek alan için hergün bir kavga verildiği ve bazı tarafların diğerlerini merhametsizce bir kenara ittikleriydi. Bu şiddet hergün yeni baştan yaşanıyor. 27 Kasım'ı izleyen günlerde de afişlerin yarısının bir tek gün -belki de daha kısa bir süre- içinde yok olduklarını gözlemledim. İşler tren istasyonlarındaki kadar düzenli yürümediğinden pek çoğu tamamen görünmeyen afişlerin çeşitliliği de ilginçti. Zaman açısından bakıldığında afiş olgusunun bir hayli eskiye uzanan bir tarihi var. Tüm konularda olduğu gibi burada da "başlangıç noktası" hakkında uzun ve karmaşık tartışmalara girilebilir. 1953 yılında Paris'te "Cinq siècles d'affiches illustrées françaises" (Fransız Afişi'nin beş yüzyılı) adıyla bir sergi açılmıştı. Burada

bir hayli geniş bir kıstas kullanıldığı söylenebilir. Beş yüzyıl önce metin ve görüntülerle insanların dikkatini çekmeyi amaçlayan duyurular kesinlikle vardı. Reform zamanında papalığı zararlı bir kurum olarak tanıtan **Flugblätter** duvarlara yapıştırılmıyor ama Avrupa'nın her yanını gezen seyyar satıcılarca dağıtılıyordu. Afişin "başlangıç noktası" ile ilgili tartışmaları gereksiz buluyorum. Her yazar farklı bir tarih belirtiyor çünkü. Afişin tarihi ile ilgili kapsamlı bir araştırma yapan Max Gallo 1789 Fransız Devrimi'ni gösteriyor. O günlerde otoriteler insanlara bilgi vermek için belli yerlere duyurular asıyorlardı. O dönemden itibaren bu uygulamaya daha sık rastlanmaya başlandı. Bu açıdan önemli bir mihenk taşı 19. yüzyıl başında litografinin icadı oldu. Afişin olanakları sanatsal amaçlar dışında da giderek daha çok kullanılmaya başlandı. Dükkanlar, sigorta şirketleri, tiyatrolar ve her türlü toplumsal ve kültürel kurumlar afiş yoluyla tasar ve ürünlerinin daha geniş kitlelere ulaşacağını ve böylece daha çok taraftar ve alıcı toplayacağını farkettiler. Sanat, günlük yaşamda bir uygulama alanı bulmuştu. Sanatçılar için de yeni olasılıklar ortaya çıkmıştı, özellikle Fransa'da. Damiens bazı afişler yapmıştı ama Jules Chéret, Eugène Grasset ve Henri de Toulouse-Lautrec özellikle önem taşırlar. Afişin prestiji artmış, doğası ne olursa olsun, mesaj iletmeye önemli bir aracı olarak görülmeye başlamıştı. Tabii sokak yaşantısının renkli bir parçası olmak yolundaydı aynı zamanda.

Hollanda, Fransa'yı küçük bir gecikmeyle takip etti. 1890 yılında çay tüccarı Amsterdamlı E.Brandsma dükkanlarda yer almak üzere sanatsal bir ilan için yarışma açtı. Josef Israels ve Max Liebermann gibi ünlü sanatçılar jüri üyesiydiler 1890'lı yıllarda Jan Toorop'un **Delftsche Slaolie** için yaptığı meşhur afiş uluslararası ilgi çekti. Gravürücü Marius Bauer, mimar H.P. Berlage ve ressam Joh. Braakensiek bu dönemde ticaret, el sanatları ve kültür etkinlikleri için afiş tasarlayanlar arasında yer aldılar.

Ama afişin yükselişi bu noktada durmadı. Geçen yüzyılda başlayan sosyo-politik, ekonomik ve kültürel gelişmeler afişe çok daha büyük olanaklar sağlayacak bir toplum yarattı. Artan politik ve toplumsal bilinç, dönüşümlü olarak daha geniş kitlelerde ve daha güçlü bir bilinç yaratan siyasi partiler ve sendikaları yarattı. Bunun sonucunda halkın idealler konusunda daha açık ve net bir şekilde bilgilendirilmesi ihtiyacı doğdu. En azından seçimlerde

o desteği sağlamak için rekabete girmek gerekiyordu. Hollanda'da afiş, (daha çok) toplumsal güvenlik için verilen mücadeleye başından beri eşlik etti. Bu açıdan bakınca Albert Hahn'ın devlet emekli maaşları için hazırladığı afişini anmak isterim. Ayrıca ulaşmayı denediği insanlar tarafından doğrudan kavranabilecek araçlar kullanan, halkı alkolün zararlarına karşı uyarıcı afişler de dikkate değerdi: Gerektiğinde zayıf bir noktaya dokunuluyordu, amaçlanan sanatsal bir iddia değil, elde edilecek sonuçtu.

Duvar, sütun ve panoları kullanmaya başlayanlar yalnız tavsiye ya da teklif edilecek birşeyi olanlar değil, duyurularını iletmenin de kolay yolunu bulan otoritelerdi aynı zamanda. 1870-71 Fransa-Alman savaşları sırasında savaşın durumunu bildiren duyurular asmak çok yaygınlaştı. Bu ilk duyurular hemen tüm resmî basılı malzemeler gibi oldukça ruhsuzdu ve kimi zaman bir köşesine askerî üniforma iliştirilmiş büyük küçük harflerden oluşuyorlardı. Savaş psikolojisi kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte bu durum değişti. 1914-18 savaşında olduğu gibi renk kullandıkları halde kendi haklılıklarının beyazını ve düşmanın haksızlığının siyahını yansıtan incelikli afişler yapan sanatçılar ortaya çıktı. Savaş afişlerini gösteren kitaplardan görülebileceği gibi bu çalışmalar gittikçe daha ustalıkla yapılmaya başlandı. Burada uygun adından dolayı **Selling the war** (Savaşı Satmak) adlı kitabı anmak yeterli. Afişin genel karakterini yapıldığı toplumun özellikleri belirler. Diktatörlükle yönetilen ülkelerde yalnız resmî otorite tarafından onaylanan afişler yapılabilir. Bu afişler sistemin ya da devletin ideolojisini destekleyen ve doğrulayan görüntüler sunarlar. Böyle bir ülkenin yurttaşı sokak köşelerinde herşeyin yolunda olduğunu görür. Liderler Marx ve Lenin -komünist ülkeleri örnek veriyorum- hâlâ oradadırlar. Tabii mutlu işçiler, mutlu çiftçiler ve mutlu askerler de... Bu tür ülkelerde afişe bir ajitasyon ve propaganda aracı olarak büyük değer verilir. Doğu Almanya'da 1980'de Yayımlanan **Plakat und Wandzeitung: Bildkünstlerische Agitation in der Schule** (Afiş ve Duvar Gazetesi: Okulda Sanatsal Ajitasyon) adlı kitapta afişin nasıl yapılması ve hangi işlevleri görmesi gerektiği konusunda ayrıntılı bilgi verilir. Tasarımcılar toplumun ideolojik talepleriyle de bağlıdırlar. Söz konusu kitap öğrenciler tarafından yapılmış ve hepsi de **Unterrichtsmodele für die didaktisch-metodische Realisierung der Einheit von Funktion, Gestaltung und Aussage bei Pla-**

kat und wandzeitung (Afiş ve Duvar Gazeteleri'nde İşlev, Tasarım ve Bildirim Birliğinin Didakto-Metodolojik Gerçekleştirilmesi için Eğitimsel Modeller) doğrultusunda yapılmış düzine-lerce örnek içerir.

Afiş tasarımı için böyle kuralları olan ülkelerde otoriteleri rahatsız edecek eleştiren afişlere rastlanmaz. Tasarlansalar, bazan gerçekleştirilseler, hatta asılsalar da çabucak ortadan kaldırılırlar. Kontrol mekanizmaları heryerdedir. Otorite bu konuda kontrolü kaybettiği andaysa afiş üretimi ve asılmasında bir patlama olur. 1968 yazında Çekoslovakya'da "Prag Baharı"nda olduğu gibi. O günlerde Prag ve diğer şehirler bazıları profesyonelce, bazıları da düşünülebiyecek en amatör şekilde yapılmış binlerce afişle kaplanmıştı. Sovyet kardeşlere duyulan nefret duvarlarda boşaltılıyordu. **Prager Anschläge: Bilddokumente des gewaltlosen Widerstandes** (Prag Saldırıları: Barışçıl Direnişin Resimleri) adlı kitapçık bu nefreti etkileyici bir şekilde yansıtır. Afiş zekânın simgesi durumuna gelmiştir. Aynı olgu Polonya'da bağımsız Dayanışma sendikasının kuruluşuyla, çok yakın zamanda beklenmeye başlayan özgürlüğün düşlerine eşlik etmişti. Polis tarafından söküldüğü hızla yerine yapıştırılan, tekrar söküldüğünde bu kez başka yerde ortaya çıkan afişlerin yarattığı kedi-fare oyununu yakından izleme fırsatını buldum 1980 baharında Varşova ve Wrocław'da. Amsterdam'a dönmek üzere ülkeden ayrılırken afişlerin bazılarını yanıma alma izin verildi ama bunlar yalnızca silahlanma yarışına karşı olanlardı. Giderek yönetimi aleyhtarı bazılarını bırakmak zorunda kaldım. Bu arada burada belirtmeyi zorunlu bulduğum bir nokta, Polonya'nın diğer Varşova Pakti ülkeleriyle kıyaslanmaması gereği. Çünkü Polonya'da direniş pek çok farklı yolla ifade ediliyor ve gerçekten ifade ediliyor. Dahası Polonya afişinin düzeyi her zaman çok yüksek olmuştur. Grapus'un kurucularından ikisinin çiraklığını yaptığı Henryk Tomaszewski hâlâ bu türün kıyas kabul etmeyecek ustalarından biri değil mi?

Demokrasilerde ise afişin ve tabii genelde sanatın işlevi tamamıyla farklı. En azından biçimsel olarak düşünce biçimini tekelinde tutar bir grup yoktur ve prensipte sınırsız bakış açısı yaşar. Bunu günlük yaşamdan da çıkarabiliriz. Deterjan üreticileri televizyondan yeni, daha yeni, "süper yeni" ürünlerle birbirlerinin yerini kapmaya çalışırlar. Siyasî partiler suç oranının düşürülmesi için farklı öneriler ileri sürerler.

Tiyatro ve müzik grupları bizi kendi konserlerini izlemeye çağırırlar. Konuşma özgürlüğü olan demokrasi rekabet ve mücadele demek olduğundan sonuç herkes için aynı değildir, kazananlar ve kaybedenler vardır. Bu da duvarlarda yukarıda sözünü ettiğimiz kavgada gözlenebilir. Heryerde olmasa da genelde afiş yapıştırma özgürlüğünün olduğu doğrudur ama bu, bir afişin belli bir süre duvarda kalması ve görülebilmemesini garanti altına almaz. Çünkü bu özgürlük kendi mesajlarının daha önemli olduğunu düşünenlerce sürekli tehdit edilir. Açıkçası daha güçlü olanın ayakta kaldığı bir savaştır duvarlarda yaşanan. Burada gördüğümüz toplumda yaşananın bir yansımasıdır: Demokrasi ve kendi haklarını belirleme yolunda verilen kavgalardan doğan geçmişin büyük beklentileri tatmin edilmemiş, politik ve ekonomik güç geçmişte umulduğu gibi eşit dağılmamış, evrensel oy hakkı toplumsal ilişkilerde temel değişiklikler doğurmamıştır. Konuşma özgürlüğü vardır ama toplumdaki grupların pek çoğu bunu kullanacak imkânlara sahip değildir. Sonuç; büyük değer verilen haklarla ilgili güzel sözler ve günlük gerçekler arasında derin farklılıklardır.

1960'larda insanlar bu farklılıkların ortadan kalkması gerektiğinin farkına vardılar. Politika ve toplum yapısının donukluğu eleştiriliyor, "Buna daha fazla katlanamayacağız" sloganı her geçen gün daha da yüksek sesle haykırılıyordu. Bu yıllarda sokak gösterileri Hollanda'da da günlük hayatın bir parçası olmuştur. Sayısız gruplar şikayetlerini serbestçe dile getiriyorlardı. Ama bunları yapmak için de gene otoritelerden izin almak gerekiyordu ki, bu da şikayetleri daha da arttırıyordu. Çoğunluk artık izin almayı reddediyordu. İnsanlar izinsiz gösteri yapıyor, protesto ediyor ve tabii afiş yapıştırıyorlardı. 68 Mayıs'ında Paris'te meydana gelen olaylar sonucunda afiş, Federal Almanya ve Hollanda gibi ülkelerde de daha önce onu kullanmayanlar için bir araç haline geldi. Afişler, broşürler yoluyla cevap veriyor, hatta pek bu kadar uysal davranmıyor, bağırıyorlardı. Fransa'daki huzursuzluk Hollanda'da biliniyordu ve popülerdi. O zamanlar Groningen'de oturuyor ve her hafta tanınmış dergi L'Enrage'yı alıyordum. Dördüncü sayının kapağını Willem takma adıyla Bernhard Willem Holtrop'un tasarladığını gördüğümüzde büyük gurur duymuştuk: Rünik semboller üzerinde bir De Gaulle. Willem o sırada Provo ve **God, Nederland en Oranje** (Tanrı, Hollanda ve Tu-

runcu) için yaptığı çalışmalarla tanınıyordu. Aynı L'Enrage gibi kısa ömürlü olan bu dergideki bir çizim yüzünden Willem'in başı kanunlarla derde girmişti. Benzeri olaylar Fransa'da da oluyordu. Bu afişlerin üstünde fazla bir sanatsal kaygı gözetmeden bir insana hakaret etmek polis ve yargı organlarını harekete geçiriyordu. Bu nedenle sanatçı ve tasarımcıların çoğu herkes tarafından anlaşılabilecek simgeler kullanıyorlardı. Kitleden çok fazla kopmak için kendilerini ezilenlerle bağlıyorlardı. En çok kullanılan simgelerin biri tüm engelleri yıkip geçen sıkılmış yumruktu. Son derece doğrudan ve herkesin anlayabileceği bir simgeydi, tabii otoritelerin de. Elimde herhangi bir resmî rakam yok ama afişler 68'den sonra çok daha fazla kanunî sorun yaratmışlardı gibi geliyor bana. Tabii, iki dönemi karşılaştırmak her konuda zor, bu doğrudanlık ve sivrilik örneğin 1957'de sergilenen ne olurdu bilmez çünkü. Gene de kanunların her zaman hazır beklediklerini söyleyebiliriz.

26 Mayıs 1977'de Haarlemli Rob Blomjous'un bir afişini yasaklandı. Afiş, İşverenler Sendikası başkanı Van Veen'i Hristiyan Demokratların lideri Van Agt'ın cebine iki banknot koyarken gösteriyordu. Tasarımcısı cezalandırılan afişin dağıtımı yasaklandı. (Davadan sonra bir kopya ele geçirmeyi başarmıştım ama kısa bir süre sonra çalıştığım üniversitedeki bölümden çalındı, işin en ilginç kriminojoloji bölümünde çalışıyordum) Orduda da otoriteler askerler tarafından yapılandırılmış ve daha fazla konuşma özgürlüğü talep eden afişlerin peşinde koşuyorlardı.

Hollanda'da meydana gelenler Federal Almanya için de geçerliydi. Fransa'nın etkisi orada da büyüktü. Daha 1968 yılında yayımlanan Louis F. Peters'in kitabı **Kunst and Revolte: das politische Plakat und der Aufstand der französischen Studenten** (Sanat ve Başkaldırı: Politik Afiş ve Fransız Öğrencilerinin İsyanı), afişin etkisinin ne kadar büyük olabileceğini Fransa'daki olaylara dayanarak anlatıyor, afişin en parlak döneminin henüz gelmekte olduğunu söylüyordu. Almanya'da gerçekleşen kesinlikle buydu. Yalnız kaçınılmaz olarak kanunlarla başı derde giren Klaus Staack ve Ernst Volland'ı anmak yeterli sanırım.

Afiş, son yıllarda politik ve kültürel hayatımızın değişmez parçalarından biri oldu. Toplumdaki pek çok grup seslerini duyurmak için afiş yapmaları ya da yaptırmaları gerektiğini anladılar. İkinci seçenek için yardım bulmak gerçekten de kolaydı çünkü artık sanat-

çıların dünyası da değişiyordu. Pek çoğu afiş tasarımının resmî kanallarından nefret eder olmuştu. Hatırlanırsa Paris'teki 68 Mayıs olaylarının önemli merkezlerinden birisi L'Ecole des Beaux Arts'dı. Sanatçılar ve geleceğin sanatçıları, büyük ekonomik ve endüstriyel gelişmelerin tehdidi altında olduklarını hisseden ya da haksız ilişkilerden kurtulmak isteyen gruplara yardımcı oldular. Pek çok yerde sanatçılar çeşitli baskı grupları, (bağımsız) tiyatro grupları, özellikle küçük sol siyasî partilerle tartışarak, tasarlayarak afişler ürettirtiler. Bu işbirliği inanılmaz sayıda afiş doğurdu. 1983 tarihle **Een teken aan de Wand** (Duvarda Bir İşaret) adlı kitap bunun 500'ü aşkın örneğini içerir.

Afişin bu derece sık rastlanır hale gelmesi beraberinde kimi avantaj ve dezavantajlar getirdi. Avantajı, her türlü grubun bir şey duyurmak ya da göstermek için afiş yaptırabilmesinin mümkün hale gelmesi. Tabii konuşma özgürlüğünün garanti altına alındığı toplumlardan bahsediyorum. Ama bu durumda, bunca çok afiş varken tek tek afişlerin farkedilmez olmaları tehlikesi var. Ekonomik bir terim kullanmak gerekirse "birim fayda"nın düşmesi söz konusu. İkinci bir dezavantaj toplumun müzelerde bile sergileyecek kadar kanıksaması afiş olgusunu. 1981 yılında Amsterdam Stedelijk Müzesi'nde **De Kunst van het Protest** (Protesto Sanatı) sergisini izlerken hayli yabancılaştığımı hatırlıyorum. Yıllar önce polisle ciddi sürtüşmelerin sebebi olmuş afişler orada öyle barış içinde duruyorlardı. Daha sonra demokrasinin ikileminin burada yattığını kavradım.. Eğer o zaman o afişler yapılmayı bizi baskı altında tutan güç mekanizmalarını bu kadar iyi tanıyamazdık. Sanatçılar bu mekanizmaları ortaya dökebilirler ve eğer bunu iyi yaparlarsa daha sonra hayranlık duyulmaları kaçınılmazdır.

Gene de, tarihin her dönem için geçerli kesin cevapları olmadığına göre yeni afişler yapılması gerekecek.

Koos van Wiering 1970 yılından beri Amsterdam Üniversitesi'nde kriminoloji profesörüdür. Kendi profesyonel alanında pek çok çalışmanın yanı sıra Wiering politik karikatür üzerine altı kitap yayınlamıştır. ●

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Yurdaer Altıntaş
Sorumlu Yayın Yönetmeni
Bülent Erkmen
Uygulama: Asu Orhan
Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.
Dizgi: Osman Tülü TIPOGRAF
Basıldığı yer: DETAY