

Yazılar:

GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU
Güzelbahçe Sokak Şafak Ap. 13/3. 80200 Nişantaşı, İstanbul Tel. 141 05 95

Grafik Tarzlar (3)

ART NOUVEAU (1890-1914)

Glasgow Tarzı

Geleneksel Kelt süslemelerinden ve Aubrey Beardsley'nin belirgin çizgisinden esinlenen İskoç Charles Rennie Mackintosh, Glasgow Tarzı diye bilinen yeni bir görsel dil geliştirdi. İlk kez 1890'ların başlarında bitkisel desenlerin kullanılmasından dolayı çoğunlukla Art Nouveau ile ilişkilendirilen Glasgow tarzı, gerçekte daha işlevsel tasarımdan yanaydı ve böyle desenlere karşıydı. Mario Amaya'nın yazdığı gibi, "Mackintosh, İskoç doğallığı ve çizgisel düzenliliği ile, tasarımlarının çoğunda geometriden, özellikle de küp formundan yola çıkarak çözümler getiriyordu." Glasgow Dörtlüsü (Mackintosh, karısı, Margaret Macdonald, ve J. Herbert ve Frances McNair), o zamanlar başkentte çalışan diğer İskoç tasarımcıları daha da etkilediler. Onların grafik, tekstil, iç mimari ve mimari çalışmaları, bu tarzın çiçekli soyutlamalara karşı heyecan verici bir seçenek olduğunu düşünen Avusturya Ayrılıkçıları'nı büyülemişti.

J. Herbert MacNeir. Liverpool Academy of Arts [Liverpool Sanat Akademisi]. Afiş, 1901. Merseyside County Sanat Galerileri, Liverpool



Viyana Ayrılığı

1890'larda Viyana'da görsel sanatlar üzerinde, Avrupa plastik ve uygulamalı sanatlarındaki gelişmeleri sergilemeyi reddeden tutucu akademisyenler söz sahibiydi. Sanatlarının sınırlarını genişletme çabalarının sonuç vermemesinden şikâyetçi olan ve Münih Ayrılığı'nın geleneklerle bağlarını koparmasından esinlenen, aralarında Josef Hoffmann, Joseph Olbrich, Gustav Klimt ve Koloman Moser gibi isimlerin bulunduğu bir grup genç mimar, ressam ve grafik sanatçısı 1897'de Vereinigung Bildender Künstler Österreichs'ı ya da daha yaygın adıyla Viyana Ayrılığı'nı [Vienna Secession] kurdular. Akımın Ver Sacrum (Kutsal Bahar) adlı dergisinde de belli edildiği gibi, Sezessionstil'in dili bazı kişisel Pre-Rafaelitist, antik ve klasik ilavelerle birlikte, Jugendstil dili ile akrabadır. Ancak bu dönemde üretilen sergi afişlerinin çoğunda görüldüğü gibi kimi Ayrılık üyeleri, Otto Wagner'in yalın, düz hatlarından ve Hoffmann'ın basitleştirilmiş geometrisinden yana çıkıp, doğalcı eğilimleri reddettiler. Bu sanatçıların işleri, müstakbel Modernistlerin işlevselliğini önceden biçimlendiriyordu.

Diğer çağdaş tarzlarla olan akrabalıklarına karşın Ayrılıkçılar, sanatsal bağımsızlıklarını dergileri Ver Sacrum'un ilk sayısında yeniden vurguluyorlardı: "Yabancılarla

Ferdinand Andri. Secession [Ayrılık]. Sergi afişi, tarihi bilinmiyor. Barry Friedman Ltd. Koleksiyonu, New York



Koloman Moser. Frommes Kalendar. Afiş, 1899. Barry Friedman Ltd. Koleksiyonu, New York

köle olmayacak bir sanat arzuluyoruz... Yabancı ülkelerin sanatı, bizim için bir harekete geçirici rol oynamalıdır; biz onu tanımak ve eğer lâyıkça takdir etmek istiyoruz; yapmak istemediğimiz tek şey, onu taklit etmektir." Bu ifadeyi doğrulayacak şekilde, Ayrılıkçı grafik tarzı çok kısa bir sürede, Klimt'in ilk sergi afişindeki zarif klasisizminden grubun tipografi sanatındaki benzersiz başarılarına uzanan belirgin bir kişilik geliştirdi.

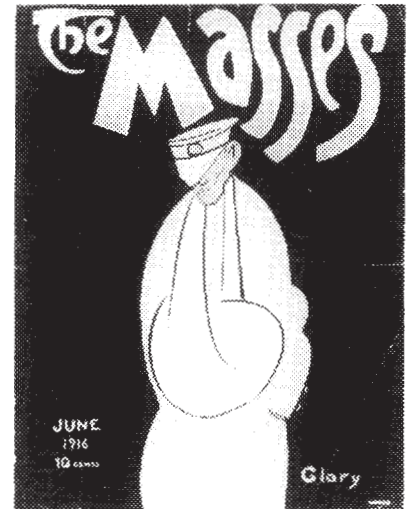
Amerika

1890'a gelindiğinde, Amerika'da sanat afişi diye tanınan yeni bir reklamcılık tarzı gelişmeye başladı. Victoria döneminin sıkışık tipografili el ilanlarından farklı olarak, bu rengârenk ve düşük giderlerle üretilmiş yeni afişler, çoğunlukla yayınevleri tarafından dergilerin özel sayılarını, bir gazetenin ya da bir kitabın reklamını yapmak amacıyla finanse ediliyorlardı. Usta afiş tasarımcısı Edward Penfield bir yazısında şöyle diyordu: "Bence Amerikan Afişi, amaçlı sadelik ve iyi kompozisyon olan yeni bir okul açtı." Harper's özellikle Penfield'i kullanırken, diğer yayıncılar Will Carqueville, Frank Hazenplug, Louis Rhead ve Maxfield Parrish gibi sanatçılarla çalışıyorlardı. İngiliz sanat dergisi Yellow Book'un [Sarı Kitap] Amerikalı yayıncıları Stone ve Kimball firması, Lautrec'e de bir afiş yaptırmışlardı ama en önemli afişler Hazenplug ve Will Bradley'nin elinden çıkmıştır. "Amerikalı Beardsley" diye anılan Bradley aynı zamanda, etkili ticaret dergisi The Inland Printer'a ve güzel tipografinin, tasarımın, kâğıdın ve baskı tekniklerinin gelişmesine adanmış kendi dergisi Bradley: His Book'a [Bradley: Onun Kitabı] kapak tasarımları yapıyordu. Doksanlı yılların ortalarında sanat afişi öylesine popülerleşmişti ki üreticiler özgün ilan yarışmaları düzenliyorlardı.

Yeni yüzyıl geldiğinde Charles Dana Gibson, yüz tane siyah-beyaz Gibson Kızı çizimi için 100,000 \$ talep edebiliyordu. Bu grafik buluş moda oldu ve dergi dolaşımının artmasına da yardım etti. Pek çok uzmanlaşmış ilüstratör ve karikatürist, Gibson'ın şöretini paylaştılar -grafik sanatının ticarî gücü radyo ve sinemadan önce işte böylesine büyüktü. Altın Çağ yaşam tarzını hem eleştiren, hem de şık yazıları, mizahî grafik anlatımı ve lezzetli illüstrasyonlarıyla yücelten Life dergisine "nazik hicivci" deniyordu. Clarence Coles Phillips ve John Cecil Clay'in Art Nouveau'dan esinlenmiş grafik tarzları, hem derginin sofistike yanını, hem de günün zarf grafik bakışını temsil ediyorlardı.

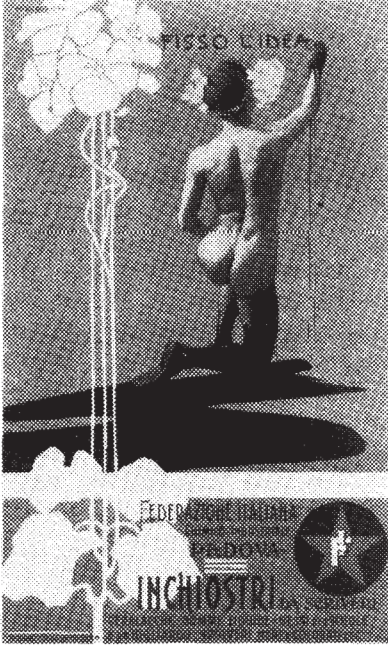
Avrupalı Art Nouveau tasarımcılarının tersine Amerikalı grafik sanatçıları bu tarzı tinsel, kültürel ve siyasal dünyayı değiştirmekte kullanmıyorlardı. Onlara göre bu tarz, çağın hem ticarî hem de teknolojik gerekliliklerine uyuyordu. Künyesinde bir sanat yönetmeninin de yer aldığı ilk Amerikan dergisi The Burr McIntosh Monthly ve aylık Harper's Bazar, dönemin baskın grafik eğilimlerini izleyen isimsiz kapak tasarımcıları ile çalışıyorlardı. General Electric logosu, geçerli yazı biçimleri ile uyumludur ve şaşırtıcı ve etkili bir biçimde zaman testlerinin üstesinden gelmiştir. Hâlâ orijinal formunu korumaktadır ve yüz yaşında olduğundan biraz mahçuptur. Gevrek ilanını hazırlayan sanatçı, ilanın çerçevesini ustalıkla Art Nouveau motiflerine benzetirken, ünlü karikatürist Hy Mayer'ın kişisel tarzı içgüdüsel olarak yaşadığı döneme uyumtur. Avrupa'daki hareketlerin ideolojik ateşini, yalnızca Greenwich Village merkezli bir sosyalist dergi olan The Masses [Kitleler] yansıtmaktadır. Ne var ki, Art Nouveau'dan (veya belki de Simplicissimus'dan) esinlenmiş olan bu kapak bile atıktır; çünkü, bu dergi çoğunlukla yarı-gerçekçi, kuru boya karikatür yaklaşımına sahip olmuştur.

Will Hope. The Masses [Kitleler]. Dergi kapağı, Haziran 1916



İtalya

İtalya'nın Art Nouveau mirasına önemli bir katkısı olmamıştır. Hatta tüm dünyanın artık Art Nouveau'nun zayıf düşmekte olduğunu farketmesine, 1904 yılında Torino'da gerçekleştirilen bir sergi yol açmıştır. İtalyan Art Nouveau'su büyük ölçüde başka ulusların sanat akımlarından, örneğin Pre-Raphaelitizm ve Sembolizm'den türemiştir. Hatta İtalya'da Art Nouveau'ya, Londra ticaret merkezine gönderme yapılarak Stile Liberty adı verilmişti. Ancak İtalya'nın katkıları bütünüyle de gözardı edilemez. İtalyan Art Nouveau'su kısmen coğrafi bir olguydu: Bir yöre Avusturya'ya ne kadar yakınsa, Viyana'nın etkisi de o denli artıyor, sembolik motifler o denli şenleniyordu. Romantik şair ve politikacı Gabriele D'Annunzio, yazınsal bir Art Nouveau biçimi oluşturdu ve bunu sonraları daha da geliştirerek, Latin değerlerini ve modernist tasarımı yücelten tepkisel Novocento Tarzı'nı ortaya çıkardı. İtalyan Art Nouveau'sunun başlıca uygulayıcıları da daha az yaratıcı değillerdi. Giovanni Mataloni ve Marcello Dudovich, kişisel ancak çağdaş tarzları ile, gözcü ilanlar yarattılar. İtalya ve Fransa'da ünlü Leonette Cappiello, Art Nouveau ve Art Deco'yu yoğunlaşarak elde ettiği tarzıyla, yüzlerce taşbaskı afiş üretti.

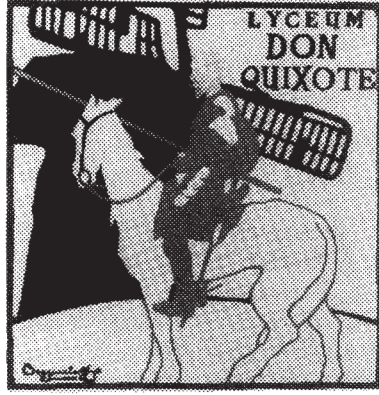


Tasarımcısı bilinmiyor. Fisso l'Idea. Bir okçuluk yarışması için afiş, 1911. Mitchell Wolfson Jr. Dekoratif Sanatlar ve Propaganda Sanatları Koleksiyonu, Miami

ERKEN MODERN (1905-1933)

Ondokuzuncu yüzyıl sona erdiğinde sanayi, yaşamın gerçeklerinden biri olarak kabul edilmişti artık. Bir zamanlar sanayi canavarının habercisi sayılan duman bulutları bile, reklamcılığın görüntü dağarında ilerlemenin sembolü haline

gelmişti. Yine de, ayırt edici reklamlara duyulan gereksinimin artmasına karşın, sanat ve sanayi arasındaki savaş sürüyordu. Üretici ve perakendeciler kural olarak reklamlarında üstün bir tasarım ve baskı kalitesine ulaşmakla ilgilenmiyorlar, daha çok ürünlerini en uygun ve çoğu kez de en gösterişli biçimde satma kaygısını taşıyorlardı. İşadamları, tercihlerini görsel yaratıcılıktan yoksun reklam ajanslarına aktarıyorlar, ajanslar işi basımevlerine yaptırıyorlar, onlar da kalıplaşmış düzenlemelere başvuyorlardı.



The Beggarstaff Brothers [Dilenci Sopası Kardeşler. Bkz. text] (James Pryde ve William Nicholson). Don Quixote. Afiş, 1896

Ancak grafik tasarım bazı bakımlardan da gelişebilmişti. Örneğin Fransa'da, 1870'lerin ortalarından 1890'lara dek kabareleri, tiyatroları, sirkleri, konserleri ve diğer kültürel etkinlikleri duyuran afişler caddeleri kaplamış, bunlar kent ortamının son derece önemli süsleri haline gelmişlerdi. Dahası, bazı ticarî ambalaj ve reklamlarda, ünlü Fransız sanatçıların yeteneklerinden yararlanılmıştı. Öte yanda, Alman tasarımcıları genelde sanayi ile işbirliği yapmaktan kaçındılar. Saygın bir uluslararası afiş dergisi olan Das Plakat'ın editörü Dr. Hans Sachs, 1910'da şöyle yazıyordu: "Burada, burjuvazinin sanata ve sanatçıya yönelik eski önyargıları hâlâ sürmektedir. Burjuva üreticisi, artık ürünlerini 'havalı' bir sanatçının tanıtmasını aklından bile geçirmez... ne de bu dönemin sanatçısı, fırsatını böylesine düzensiz bir amaç uğruna kirletir." Victoria döneminin sonunda, İngiliz tasarımında hâlâ William Morris'in sanayiye karşı önyargılarından etkilenmiş olan hareketler hüküm sürüyordu.

Bu görüntü, sanayileşmiş ulusların herbirinde farklı biçimlerde de olsa, giderek değişti. 1894'de Hamburg'da ilk büyük afiş sergisinde Fransız dehasıyla karşılaşmış olmasına karşın, Almanya'da reklamlar iç karartıcı bir biçimde tarihî görünmeyi sürdürdü. Öte yanda, tıpatıp aynı tarihlerde İngiltere'de ticarî sanatlar, afiş tasarımında yepyeni bir yaklaşımla parlamaya başlamışlardı. Her ikisi de ressam ve yakın akraba

olan James Pryde ve William Nicholson, kendilerine

Beggarstaffs [Dilenci sopaları] adını vererek, reklam afişini canlandırmaya adadıkları bir stüdyo açtılar. Pryde ve Nicholson'ın süslemesiz, Japon tarzından esinlenmiş, basit renkli kâğıt parçalarından oluşan tasarımları, ürün bilgisini en ekonomik ancak en güçlü biçimde aktarıyorlardı. Beggarstaffs, üreticilerin bu yeni yaklaşımlarıyla ilgilenmelerini sağlama çabası içinde, ürün grupları için "isimsiz sabun" veya "isimsiz kahve" gibi yalancı afişler yaparak bunları ticarî fuarlarda satışa sundular. Ressamlığa dönüş yapmadan önce pek az afiş satılabilmelerine karşın, daha sonraları Avrupa ve Amerika'da "nesne" afişleri adıyla yaygınlaşacak olan yaklaşımı büyük ölçüde etkilediler.

1900'den sonra, Art Nouveau'nun o müthiş yapay çiçeği solmaya başladı. Charles Rennie Mackintosh kareyi, Otto Wagner ise düz çizgiyi canlandırarak daha işlevsel tasarıma doğru giden yolun önünü açmışlardı bile. 19 Mayıs 1903'de mimar Josef Hoffman, bankacı Fritz Wärndorfer ve tasarımcı Koloman Moser, yeni teşkilatlarının adını Die Wiener Werkstätte [Viyana Atölyeleri] olarak onaylatıldılar. Werkstätte, kartpostallardan halılara ve çay takımlarına dek her türlü dayanıklı malın estetiğini geliştirme umudu içinde, ilkelerini Wagner'in gesamtkunstwerk (bir bütün olarak sanat eseri) düşüncesine dayandırdılar. Teşkilat, tasarımları uygulamalı sanatların tüm alanlarında otuz altıdan çok yetenekli usta tarafından gerçekleştirilen on iki "genelci"nin nezaretinde çalışan, bir dizi atölye haline geldi. 1932'ye, Modernist döneme dek varlığını sürdürdüğü halde, Werkstätte esas olarak bir el sanatları loncasıydı. Yüksek maliyetli ürünleri burjuva müşteriler tarafından satın alındığından, sanat ile sanayi arasındaki uçurumu kapatmakta tâli kalmıştı.

1907'de Berlin'de mimar Hermann Muthesius meslekdaşı Harry Graf Kessler ile birlikte Deutscher Werkbund'u kurduğunda, köprü tamamlanmış oldu. Farklı ideolojilere sahip mimarlardan, endüstriyel ve grafik tasarımcılardan oluşan bu konfederasyon -bir eleştirmene göre "en yakın düşmanların birlikteliği"-, işlerini yurt içinde ve yurt dışında sanayi alanına en uygun biçimde sunmanın yollarını bulmak üzere toplanmıştı. Morris'i örnek aldığı halde, Werkbund yalnızca El Sanatları akımının bir başka versiyonu değildi: Werkbund, sanayinin tehditlerinden korunmanın en etkili yolunun el sanatlarına geri dönmek değil, sanayi ile işbirliği yapmak olduğunu kavramıştı. Üyelerden birinin tanımladığı gibi, Werkbund'un

amacı, "bulanlarla yapanların arasında oluşmuş bulunan yabancılaşmayı ortadan kaldırmak"tı. Bu geniş çerçeve içinde, bazı sanatçılar işlerinde belli bir Alman tadı elde etmeye çalışırken bazıları da çağdaş toplumsal yenilenmenin sorunlarını çözebilmeyi umdular. Mimar, öğretmen, grafik tasarımcı ve bir zamanların Art Nouveau savunucusu Peter Behrens, Werkbund üyelerinin en marifetlilerindendi. Behrens, 1907'de Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft'ın (AEG) aydın başkanı Emile Rothenau tarafından Berlin'e davet edildi. Kendisinden, AEG için tek tip bir tasarım tarzı geliştirmesi isteniyordu; yalnızca grafik çalışmalar için değil, yapılar, iç mekânlar ve ürünler için de. Behrens böylece ilk kurumsal tasarım yönetmeni oldu ve gesamtkunstwerk kavramını makine çağına uygulamayı başardı. İşlerinde sembolizmden uşuluğa doğru bir geçiş izlenen eski Art Nouveau kuramcısı Henry Van de Velde de, Werkbund için aynı oranda önemli olmuştur. Tasarım ve sanayinin ilişkiye girdiği ilk yıllarda test alanı görevi yapan afişler, böyle bir işbirliğinin mümkün ve kârlı olduğunu gösterdiler. 1896'da, Jugendstil afişleri Münih'te doğmuştu. Ancak, yüzyılın sonundan sonra ticaret merkezi Berlin, Berliner Plakat veya Plakatstil diye bilinen heyecan verici akımın merkezi haline geldi. Sanatçılarla tüccarları birlikte çalışmaya ikna eden, zekî matbaacı Ernst Grould olmuştu. Berlin'deki tüm yetenekli afişçilerin arasından ilk kez 1906'da Lucien Bernhard, dekoratif eğilimlerden uzaklaşarak tek bir ürün görüntüsü ve kalın harflerle yazılmış, olabildiğince az yazı üzerinde yoğunlaştı. Sachplakat veya nesne afişleri adı verilen bu yaklaşım, takip eden onlarca yıl boyunca uluslararası grafik tarzlar üzerinde büyük ölçüde etkili oldu.

Plakatstil

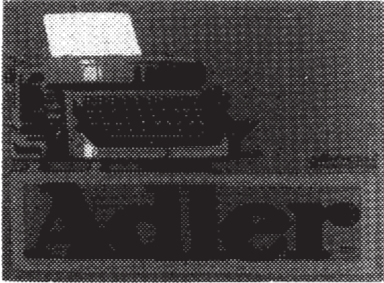
Yüzyılın başından önce iş dünyasının sadık hizmetçilerinden olan afiş, kreatif ve iletişimsel zirvesine 1900 ile 1930 arasında ulaştı. AEG'deki Peter Behrens gibi iletişim yönetmenleri sayesinde tasarımcı ile sanayi, karşılıklı olarak yararlandıkları mutlu bir ilişki içine girmişlerdi. Sanatçılar, matbaacılar ve yayıncılar bir araya gelecek afiş yüksek bir endüstriyel sanat düzeyine çıkardılar. Yine bu amaca hizmet etmek üzere, Dr. Hans Sachs Afiş Dostları Cemiyeti'ni ve aylık yayın organı Das Plakat'ı [Afiş] kurdu. Dergide, dikkat çeken genç Alman afişçilerinin işleri sergileniyordu. Almanya, Avrupa ve Amerika'da başka etkili dergi ve yıllıklar da yayımlandığı halde, çağdaş işleri okuyucularına kaliteli kapakları, ekleri



Louis Oppenheim. Das Plakat'tan, kendi tanıtımı için afiş, 1919



Lucian Bernhard. Stiller Ayakkabıları. Afiş, 1908. Reinhold Brown Galerisi, New York



Lucian Bernhard. Adler Daktiloları. Afiş, 1908. Reinhold Brown Galerisi, New York



Hans Rudi Erdt. Opel. Afiş, 1911. Reinhold Brown Galerisi, New York

ve fold-out sayfaları ile en çarpıcı biçimde sergileyen yayın Das Plakat'tı. İşlerinde yazı ve görüntüyü canlı ve zevkli bir biçimde kullanan Münih'li sanatçı Ludwig Hohlwein, Plakatstil'in (Afiş tarzı) tüm dünyadaki en önemli savunucularındandı. Akıma Berliner Plakat adının verildiği Berlinde bile, Plakatstil herhangi bir başka okul veya hareketle doğrudan ilişkisi olamayan evrensel bir tarzdı. Gerçekte, bir afişin başarılı sayılmasının tek koşulu, kullanılacağı caddede izleyicinin gözlerini çelen birçok başka görüntü ile rekabet edeceğinden, derhal dikkat çekebilmesiydi. Bu afiş tarzının başlıca belirtileri, ka-

lın harfler, ortada yalın bir görüntü, belirgin, gözcü renkleri- kısacası, estetik olarak güzelleştirilmiş, açık bir mesajdı. Burada verilen örneklerde de, aynı amaca hizmet eden farklı yaklaşımlar görülmektedir.

Lucian Bernhard daha çok küçük yaşta, sachplakat'ın [nesne afişi] ustalarından biriydi. 1906'da, on altı yaşındayken, ünlü Priester Kibritleri afişini yaratmıştı. Afişte yalnızca koyu kahverengi bir zemin üzerinde sarı uçlu iki kırmızı kibrit çöpü ve kalın mavi harflerle zeminden fırlayan Preister sözcüğü görülmüyordu. Bu ekonomi başyapıtı, daha sonraları üretilen birçok reklama, örneğin Hans Rudi Erdt'in Opel otomobilleri için yaptığı afişe model oldu. Bernhard 1920'de New York'a gitmek üzere Berlin'den ayrıldığında, aralarında Stiller Ayakkabıları ve Adler Daktiloları'nın da bulunduğu çok sayıda büyük firma için, aynı biçimde düzenlenmiş yüzlerce afiş, birçok amblem ve yazı karakteri üretmişti. Plakatstil öylesine hakim bir hale gelmişti ki, afiş baskıcıları reklamcılara görüntüleri birer posta pulu kadar küçültmeye ikna ettiler. Böylece bu mini afişler zarfların ve diğer toplu dağıtım ürünlerinin üzerine yapıştırılıyorlardı. Tüm caddelerdeki afiş sütunları ve panoları ile taşınabilen hemen her şeye yapıştırılan reklam pulları yüzünden, tüketicilerin reklam mesajlarından kaçmaları mümkün değildi.

Viyana Atölyeleri

Josef Hoffmann ve Koloman Moser, Ayrılıkçılar adıyla yeterince ünlenerken düşüncelerini yeni nesil sanatçılara aktarabildiler. Ancak, üretim araçları üzerinde herhangi bir denetimleri yoktu. 1903'te Viyana Atölyeleri'nin (Wiener Werkstätte) kuruluşu, Morris'in El Sanatları hareketinde olduğu gibi sanatçıların yaratım ve dağıtım üzerinde söz sahibi olmalarını sağladı. Hoffmann, amaçlarını şöyle tanımlıyordu: "Toplum, tasarımcı ve zanaatçı arasında yakın ilişki sağlamak, doğal gereksinimleri düzgün ve basit bir biçimde üretmek." Grubu, grafik sanatı bir arada tutuyordu. Sadeliğe ve beyaza düşkünlüğü daha sonra Modernizm'in gelişmesine yol açan Hoffmann'ın mimarisinde, plastik değerlerden çok grafik değerler yer alıyordu. Atölyeler'in grafik sanatçıları tarafından yaratılan ve Die Fläche [Yüzey] dergisinde yayınlanan desenlerin çoğu, tekstil ve benzeri alanlarda kullanıldılar. Grup, 1907'de perakende satış noktalarından piyasaya sunulan ucuz posta kartları üretti. Atölyeler'in tasarım anlayışı dik açının bolca kullanımına, negatif ve pozitif alanların, geri plan ile ön planın görsel ağırlıklarını eşitleyecek biçimde dengelenmesine

dayalıdır. Orijinal Gotik harf karakterleri, geometrik bordürler, el yazısına yaklaşan harfler, tüm basılı malzemelerinin ortak özellikleriydi: Geometri, sembolizmden daha önemliydi. Yine de, Hoffmann'ın Fledermaus gece kulübü dekorasyonunda ve kulübün etkinliklerini duyurmak için hazırladığı afişlerde, çocuksu ve basit ayrıntılara olan düşkünlüğü göze çarpıyordu.



Moritz Jung. Kinderspielwaren [Çocuk oyuncakları]. Die Fläche'den örnek yaprağı, 1903

EKSPRESYONİZM (1905-1915)

On dokuzuncu yüzyılın sonlarında, insanın toplumsal sorunları akılcı çabalarla çözme yeteneğine sahip olduğu inancına dayanan yeni bir enternasyonalizm, tüm Avrupa'daki düşünürleri, bilimadamlarını ve sanatçıları birleştirdi. Ekspresyonizm, 1905'te Kaiser Wilhelm'in İmparatorluk Almanya'sında doğduğu halde ne Alman ne de emperyalizm izleri taşıyordu. Ekspresyonizm Kuzey Avrupa geleneğine çok şey borçlu olduğu halde, tutucu olamayan görsel dili daha çok tüm Avrupa akımlarını; Jugendstil'in siyah-beyaz çizgisel desenlerini, İzlenimciliğin yeni, bilimsel görme kuramlarını, Fovizm'in çılgın renk paletini, Van Gogh'un ve Gauguin'in duygusallığını, Rus mistisizm ve tinselliğini, ve yeni yüzyılın başında Batı bilminde izlenen gelişmeleri kucaklayan bir sentezdi. İçsel sembolizm arayışlarına dayanan kişisel bir kaligrafi anlayışı, yorgun sanatsal geleneklerin yerini aldı ve kısa zamanda Almanya'da ve diğer ülkelerde güçlü bir grafik sanatı doğdu. Alman Ekspresyonizmi, bir uygulamalı sanat akımı olarak başlamıştı; Almanya'da gelişmekte olan sanayi kültürü ile de ilişkili değildi. Gene de, zaman içinde Ekspresyonist mimarî, sinema, tiyatro, kitap illüstrasyonları ve reklam tasarımı oluştu. Bu akım, daha önce Alman sanatından dışlanarak bir uluslararası gençlik hareketine kapılmış olan idealist genç erkek ve kadınlar tarafından başlatılmıştı. Die Brücke (Köprü) adı verilen ilk Ekspresyonistler, 1905'te ortaya çıktılar. Grubun üyeleri, Dresden'deki Kunstgewerbeschule' de (El Sanatları Okulu) mimarlık öğrenimi görmüşlerdi. Grubun, aralarında Erich Heckel, Ernst Ludwig

Kirchner, Max Pechstein, Karl Schmidt-Rottluff ve Emil Nolde'nin de bulunduğu en kayda değer üyeleri, bireysellik olmadan sanatsal yenilenmenin gerçekleşemeyeceğine yürekten inanıyorlardı. Ancak bu insanlar, o dönem Alman üniversitelerindeki yaygın tinsel beraberliğe alışkın olduklarından, acımasız bir dünyaya karşı güçbirliği oluşturmak üzere, bir aile gibi omuz omuza verdiler.

Brücke sanatçıları, toplumsal yararlılık sıralaması içinde resmin mimariye göre daha büyük bir değer taşıdığına inanıyorlardı. Bu "figüratif" Ekspresyonistler, sanatlarının yalnızca bir izlenim değil içsel, imgesel bir ifade yaratabilmesi için nesnel gerçeklikten uzaklaştılar. İnsan figürünü vurgulamaları ve hümanist Romantizmleri ile geçmişe bağlı olduklarından genel soyutlamayı reddediyorlardı. Aynı zamanda, özgünlük de onlar için bir saplantıydı. Her bir üyenin farklı sanat eğilimi içinde, genel olarak Gotik ifadeyi tercih ediyorlar, klasik güzellik ölçülerini ise dikkate almıyorlardı. Çünkü onlara göre saf ifadenin güzellikle işi yoktu. Merkezi Berlin'de olan Der Sturm (Fırtına) gibi dergiler, Ekspresyonist fikirleri inanılmaz bir hızla uluslararası sanat çevrelerine yaydılar. İkinci büyük Ekspresyonist grup olan Der Blaue Reiter (Mavi Atlı) 1912'de kuruldu. Grubun öncüleri Rus Wassily Kandinsky ve Münih doğumlu Franz Marc evrensel bir sembol kaynağı olarak soyutu geliştirdiler. Bu "soyut" Ekspresyonistler, estetik zevkin psikolojik temellerini bulabilmek için optik gerçekten uzaklaştılar. 1912'de yayınladıkları Der Blaue Reiter Almanach, on dokuzuncu yüzyıl maddeciliğinin kaçınılmaz çöküşünden sonra yeni bir tinsel dönemin doğduğunu müjdeliyordu. Ekspresyonizm kısa süre içinde belirgin, ilkel bir görsel dil haline geldi. Tarihçi Helmut Rademacher'e göre Ekspresyonizm'in sade ahşap baskılarının ve az ancak çılgın renklerin kullanıldığı taşbaskılarının tipik özelliği, "deformasyonlar, yüksek bir ifade yoğunluğu ve ruhsal olgulara karşı tepkilerin çok güçlü bir merhamet duygusu ile yoğrulması..." idi. Simplicitas ve Jugend gibi keskin hiciv dergilerindeki baskın karikatür tarzından etkilenen Ekspresyonistler, bir heyecan durumu yaratmak üzere insan figürlerini ve manzaraları deform edip uzatarak gölgeli ve konturlu biçimler haline getiriyorlardı. Kitap veya dergi illüstrasyonu olarak kullanıldıklarında bu görüntüler nadiren metni birebir temsil ediyorlardı. Bunlar daha çok belli bir duygu üzerine öznel esinlenmelerdi. Birinci Dünya Savaşı'ndan önce, toplumsal değişim gerekliliği daha çok metafizik yollarla ifade edili-

yor, politik veya kültürel eleştiri yalnızca ima düzeyinde kalıyordu. Savaş sırasında da bazı sanatçılar savaş yanlısı ve ulusalcı tutumlar geliştirirken, bazı sanatçılar daha pasifist ve temkinli mesajlar yaydılar. Almanya'nın savaştan yenilgiyle çıkmasından, İmparatorun devrilmesinden ve 1918 Alman devriminin başgöstermesinden sonra, Ekspresyonistlerin çoğu aktivizmi benimseyerek solcu partilere katıldılar, propaganda afişleri, yayınları ve grafikleri ürettiler. Ekspresyonistler devrimi savunuyor, insanları işbaşına çağırıyor, grev kırıcılığına karşı çıkıyor, hatta Bolşevizm ile savaşıyorlardı. 1918'de, Arbeitstrat für Kunst'un (Sanatçılar İçin İş Bulma Bürosu) kurucusu Dr. Adolph Behne, bu yeni propagandacı eğilim hakkında şöyle yazıyordu: "Bir firmanın değil bir düşüncenin reklamını yapıyorlar. Özel bir topluluğa değil, her türlü topluluğa hitap ediyorlar... İşte bu yüzden de yeni formlar kullanmaları gerekiyor..." Kasım devriminden bir ay sonra, aralarında Pechstein, Oskar Kokoschka, Erich Mendelsohn, Otto Dix ve George Grosz'un da bulunduğu November-gruppe (Kasım grubu), bir savaş çağrısı yaptı: "Sanatın geleceği ve son günlerin ağırlığı, biz anlam devrimcilerini (Kübistler, Ekspresyonistler ve Fütüristler) birleşmeye zorluyor..." Almanya'nın dört bir yanında benzer gruplar ortaya çıktığı halde, pasifistlerin, sosyalistlerin, komünistlerin ve liberal fraksiyonların arasında sürüp giden kan davaları birleşmeyi güçleştiriyordu. Ekspresyonizm, 1920 ile 1922 arasında son buldu. Kötü kaderli Weimar Cumhuriyeti'nin ardından, siyasî heyecan da sönmüştü. Sanatçıların beklentileri ile siyasî gerçekler arasındaki uyumsuzluk, aktivizme karşı bir küskünlük yarattı. Üstelik, Alman Ekspresyonizmi'ne yol açan yeni ve öncesiz unsurların yarattığı heyecanın da, tarz her yönüyle geliştiğinde giderek zayıflaması kaçınılmazdı. Yoğun duygularla yaratılmış Ekspresyonist form, harf ve renk uygulama-

maları toplamından oluşan dev bir grafik repertuarı, bir sonraki kuşağa bırakıldı. Onlar da bu mirası, ürünler üzerinde sanatsal bir cila biçiminde sorumsuzca kullandılar. Sonsuz bir yalancı Ekspresyonizm seli, akımı zayıflattı. Adolf Hitler'in 1933'te yönetimi ele geçirmesiyle Ekspresyonist sanatçıların dejenere olduklarına karar verildi ve onlara "sanatsal kirlilik" damgası vuruldu; mirasları belleklerden silindi. Yine de, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Ekspresyonist felsefe ve grafik tarzı, sanat ve tasarım uygulamalarını ciddi biçimde etkilemeyi sürdürdü.

Alman

Münih Ayrılığı'nın önemsiz dekoratif ayrıntıları, Ekspresyonist başkaldırısı hazırladı. İçsel bir kişisel sembolizm -kişisel kaligrafi- arayışı, sanatsal itaatin yerini aldı. Ekspresyonistler, sanatlarının insan ırkının gelişiminde bir itici güç olabileceğine inanıyorlardı. Savaşın acımasızlığını sergilemiş olarak, savaş sonrasında da Alman toplumunun katılığını gözler önüne sermeyi sürdürdüler. Burada sunduğumuz örnekler, savaş sonrası Ekspresyonizmini ayırt eden ve diğer erken Modernist hareketler arasında yerini alırken onun en tipik belirtisi haline gelen ilkel ahşap baskı uygulamalarıdır. Ekspresyonizm'in 1918 ile 1922 arasındaki son yılları büyük bir coşku ile yaşandı. Bu coşkunun nedeni, sanatçıların yeni bir toplumun biçimlenmesine katkıda bulunabileceklerine dair inançtı. Sanatçılar siyasî manifestolar, bildiriler, Başlangıç, Yeni Almanya ve İnsanlık gibi yüreklendirici başlıkları olan dergiler yayınlıyorlar, afişler uluslararası barış çağrısı yapıyorlardı. Sanatın siyasî yaşama önemli katkıları vardı ve sinema ile tiyatro da dahil olmak üzere tüm Ekspresyonist çabaların merkezinde politika yer alıyordu. Sonunda, kendi aşırılıklarının tuzağına düşen Ekspresyonizm, savunucuları tarafından reddedildi. Naziler, ünlü Dejenere Sanat sergilerinde Ekspresyonizmi aşağıladılar ve böyle-

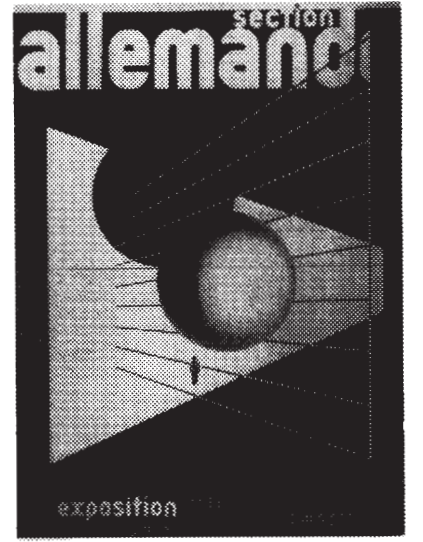
likle, bu tarzın sonsuza dek protesto ve başkaldırı sembolü olarak kalmasını garantilediler.

MODERNİZM (1909-1942)

Günümüzdeki yaygın etkisine karşın, Modernist sanat ve tasarım başından itibaren hiçbir zaman çoğunluk tarafından kabul görmemiştir. İlk Modernistlere karşı çıkanlar, onların yıkıcı veya elitist veya her ikisi olduklarına inanıyorlardı. Kabaca 1908 (Kübizmin başlangıcı) ile 1933 (Hitler'in iktidara gelmesi) yılları arasında değerlendirebileceğimiz Modernist dönem, tüm dünyada yoğun siyasî, toplumsal ve kültürel çalkantıların yaşandığı bir dönemdi. Mimarlıktan sinema ve tipografiye dek türlü sanat biçimleri, hızla değişen makine çağı tenolojisinin de aşındırdığı toplumsal sistemlerle çarpışıyorlardı. Değişik modernist gruplarda toplanan aktivistler, bir yandan sanatı burjuvazinin süslemeci üstü yapısından kurtarmaya, bir yandan da çağdaş yaşamın politikasını etkilemeye çalışıyorlardı. Fütürist [Gelecekçi] etiketi yalnızca İtalyanlara ve Ruslara yakıştırıldığı halde, tüm Modernist ruhun özünde, ileriye dönük -ve kasıtlı olarak ütöpik- bir ahlak yatıyordu. Dönemin en tipik yazı karakterine bile, Futura adı verilmişti.

Modernistlerin çoğu kez duygusal bir biçimde yücelttikleri gelecek fikrinin en belirgin sembolü makineydi. Fernand Léger'in dediği gibi, "Makine, eşyanın kanıksanmış görünümünü değiştirmiştir." Modernist sanatçının ülküsü, eski görsel dili yok edip, yerine yenisini koymaktı. Bu hedef, soyut resim ve heykellerle, işlevsel mimariyle, son derece sade mobilyalarla ve asimetrik tipografiyle ifade ediliyordu. Medya korkunç bir araçtı; nispeten yüksek tiraja sahip avantgarde dergi, almanak ve gazetelerde tekrar tekrar yayınlanan çok sayıda manifesto ile ve çok yüksek katılım sağlanan gösteri ve sergilerle modernizmin propagandası yapılıyordu. Modernist hareket yekpare değildi. Zaman zaman düşüncelerini paylaşmak üzere buluşan ancak temelde farklı grupların, birbirine koşut hareketiydi. Tümü de akademik estetiği yıkmaya istekinde buluştukları halde, bunun nasıl gerçekleştirileceği konusunda ayrılıyorlardı.

Kübizm, üzerinde çeşitli akımların biçim, dillerinin geliştiği bir deney alanıydı. Kübizm, süslemeci eğilimlerin tümünden reddedilmesinin ve doğaya bir esin kaynağı gözüyle bakılmasının da kesin sonu oldu. Bu yönüyle burjuvazinin şimşeklerini üzerine çeken kübizmin yüzeysel aşırılıkları, yine de sonraları dönemin öncü modacıları tarafından kullanıldı. Kübistlerin resimlerinde kullandıkları gelişigüzel



Herbert Bayer. Section Allemande. Afiş, 1930. Staatliche Museen Preussischer Kulturbesitz, Batı Berlin, Kunstbibliothek

kolaj harf formları da, takibeden akımların serbest tipografi anlayışını önemli ölçüde etkilemiştir. Modernist bayrağı uluslararası platforma ilk taşıyan akım, ilk kez 1908'de İtalyan şair F.T. Marinetti tarafından tanımlanmış olan Fütürizm'dir. İtalyan avant-garde'nin bu gürültülü çıkışı, dinamik Modernizm kuramı ile militan yurtseverliği ilginç bir biçimde bağdaştırmıştı. Aynı anda hem devrimci hem de geleneksel olan Fütürizm, şimdi ve gelecek için eşit oranda yaşamının tutarsızlığını gözler önüne seriyordu. Rus yazar ve ressamı Kasimir Maleviç tarafından 1913'te geliştirilen Üstüncülük'te [Suprematism], Kübizm ve Fütürizm bir erken geometrik soyutlama halinde özümleniyor ve buna metafizik bir unsur da katılıyordu. Vladimir Tatlin'in insanlığın tüm tinsel, zihinsel ve maddesel etkinliklerini kucaklamayı hedefleyen Konstruktivizm'i, Üstüncülüğe karşı çıktı. 1916'da Zürih'te doğan ve daha sonra Berlin'de devam eden Dada akımı, bilinçli olarak sanat karşısı ve siyasî olarak da aktifti. 1917'de Theo van Doesburg, Piet Mondrian ve diğerleri tarafından Hollanda'da kurulan De Stijl grubu, duygusal yüklerden arınmış evrensel bir uyumu yeğleyerek Ekspresyonizm'in aşırılıklarından uzaklaştı.

(Sürecek)

Ernst Ludwig Kirchner. Almanach auf des Jahr 1920. Fritz Gurlitt Verlag tarafından yayınlanmış almanacın kapağı, 1920



YAZILAR
Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Yurdaer Altıntaş
Sorumlu Yayın Yönetmeni
Bülent Erkmen
Uygulama: Feride Ilguy
Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.
Dizgi: Osman Tulu TIPOGRAFI
Basıldığı yer: OFSET YAPIMEVİ