

Yazılar:

GRA FİKERLER MESLEK KURULUŞU
Güzelsahçe Sokak Şafak Ap. 13/3, 80200 Nişantaşı, İstanbul Tel. 241 05 95

TASARIMDA ULUSAL ÖZELLİKLER (1)

Jonathan Glancey, Boilerhouse Project, Victoria & Albert Museum, Londra, 1985.

Çeviri: Mine Haydaroglu

1985'de Fransız tasarımının fransızlığını, İngiliz tasarımın ingilizliğini düşünmek gerçekçi olur mu? Bir tür evrensel kurumsalcılığın endüstriyel dünyanın üzerindeki etkisiyle, bir radyo ya da saate bakıp "Evet, bu fransız işte" demek imkânsızlaşmadı mı? Son yirmi yıl içerisinde, tüm endüstriyel ürünlerin giderek birbirlerine benzediğine inanma eğilimi başgösterdi. Buna oranla da nostalji ticareti patladı. Agatha Christie'nin Doğu Ekspresi'nde seyahat etmek istiyoruz, çünkü diğer bütün trenlerin birbirine benzediğini düşünüyoruz. 1950 yılında üretilmiş MG marka otomobili sürmek istiyoruz, çünkü günümüzde bütün otomobiller birbirinin eşi sanki.

Bu serginin amacı, yukarıda sözü edilen yaklaşımların yanlış ve temelsiz olduğunu göstermektir. Doğru bir yanı varsa o da farklı ülkelerin ürünlerinin kendi aralarındaki farkların daha zor anlaşılır olmasıdır. Aslında bu ürünlerin görünümlerinin giderek çok çeşitleneceğine dair pekçok ipucu var. Mimarlık dünyasında yerel farklara çok önem veriliyor, buna karşın Uluslararası Modernizm, bir üslup olarak, tarih kitaplarına kaldırılmakta. Ürünleri ayrıcalıklı yapmanın somut ticarî avantajları var. İngiliz endüstrisi, ingilizliği belirgin ürünler satmakla çok yol alınacağına her geçen gün biraz daha inanıyor. Son 4 yıl içerisinde Jaguar marka otomobiller, bu firmanın müdürü John Egan'ın yönetiminde kendilerine döndüler; satışta, ürünlerinin kalitesini ve safkan ingiliz otomobilin özelliklerini ön plana çıkarıyorlar. Jaguar'ın yuvarlak hatlarını, oldukça geleneksel çizgilerinin arkasındaki yüksek performansı, Connolly derisinden salon enteriyörünü çağrıştıran döşemeliklerini, Wilton halılarından zeminini ve ceviz süslemelerini vurguluyorlar. İtalyanlar, 1950'lerdeki endüstriyel devrimlerinden bu yana "Made in Italy"

etiketiyle satışlarını yüksek tutmaktalar. İtalyan üslubu İtalyan ekonomisine o denli yardımcı oldu ki, ulusal gelirleri neredeyse İngilizleri aşmış durumda. Ulusal özellikler, tasarımın satışında yardımcı oluyor. Bu nedenle de, dünya endüstrisi, çıkarılan bütün ürünlerin birbirine benzediğini varsayarsa yanlış yapmış olur. Standardlaşmanın olduğu tek alan ürünlerin işleyişinde, görünümlerinde değil. Örneğin Avrupa motor sanayii, otomobil motorlarının maliyetini düşük tutmak için sıkı bir şekilde ortaklaşa çalışmaya başlamış durumda. Yeni bir İsveç Saab'ı veya İtalyan Lancia'sı farklı görünüyor, hissediliyor hatta farklı ses çıkarıyor, ama kapaklarını kaldırıp bakınca motorlarının aynı olduğunu göreceksiniz. Günümüzde yeni motor geliştirmenin



koşulları işte bunlar; bu yüzden de Avrupa endüstrisi her geçen gün rekabetini güçlendiren Uzak Doğu endüstrisiyle başedecekse ortak çalışmak zorunda.

Yine de, sergide de görüldüğü gibi, mühendislikte ulusal kalan yöntemler var, Amerikan, Fransız ya da Alman özellikleri ortaya çıkaran yöntemler. Bunlar önemli kültürel, ekonomik ve coğrafi farklılıkları yansıtıyor. Batı Almanya'da işlevsel estetiğin varıldığı uç noktalar tamamiyle estetik nedenlere bağlanamaz. Örneğin, Almanya'nın aristokrasisinden kendini arıtmış olması gerçeği de önem kazanmakta. Almanya bugün yoğun bir burjuva toplumu. Çalışkanlık, endüstri, sağlık ve amaçları konusunda ciddiyet gibi, tüm burjuva ideallerini barındırıyor. Ayrıca çok yeni bir ülke de; 1955 gibi geç bir tarihte kendi politik kaderini yeniden ele geçirebildi. Yeni bir ülke olarak geçmişiyse bağlantısını net ve temiz bir biçimde kopardı. Bu ayrılma tüm çağdaş Alman tasarımında da kendini gösteriyor. Öte yandan, fransız tasarımı kendine özgü niteliklerini yeniden canlandırdı; İsveç tasarımının ise bu ülkenin katı ikliminin sonuçlarından olduğu kesin. İsveç'te homojen orta sınıf nüfusu için işlenecek değerli ham malzemesi çok az.

Sovyet tasarımı da çok farklı. Sovyet hükümetleri tüketici ürünlerine önem vermedikleri için, Rus radyo ve kameraları Japon elektronisinin ileriliğinin yanında çok basit kalıyor. Tipik fransız ya da ingiliz ürünlerini saptayıp etiketlemek de sadece bir İngiliz çocuk oyunu değil. Ulusal özelliklerin varolduğunu bilmek insanları tatmin ediyor; bu özellikleri oluşturan şeyler Citroen 2CV ya da Porsche 911 üretimden kaldırılana değin tartışılabilir.

Bu sergi Fransız, Alman, İngiliz, İtalyan, Japon, İsveç, Amerikan ve Sovyet tasarımının ulusal özelliklerinin toplamını gösteren ürünlerden seçmelerden oluşturuldu. Objelerin seçimi koyu bir tartışma konusu olacak. Siz hangi objeleri seçerdiniz? Belki de siz, evrensel, kurumsalcı açıdan yanarsınız ve 'ulusal özellikler' düşüncesini düzmece veya gereksizce milliyetçi buluyorsunuz.

Bakış açınız ne olursa olsun, tasarımcıların gözünde ve iş dünyasının belleğinde bir şüphe olmalı. Sürekli ve tutarlı olarak İngiliz, İsveç ya da İtalyan tasarımında karakter geliştirmek rekabetin giderek arttığı dünyada endüstriyel ülkelerin ürünlerini satmalarına yardımcı olacaktır. Ayrıca, sadece ülkelerinde hizmet veren endüstriler için de mucizeler yaratacaktır. Londra'yı gezenler de Londralılar da siyah taksilere binmek istiyorlar; arkasında düz platformu olan çift katlı kırmızı otobüslere binip

Oxford ve Piccadilly'de istedikleri yerde binip inmek istiyorlar. Ulusal özelliklerin neler olduklarını daha iyi anlamak, tasarımcıların gelecekte daha anlamlı ve tatmin edici ürünler yapmalarını sağlayacak.

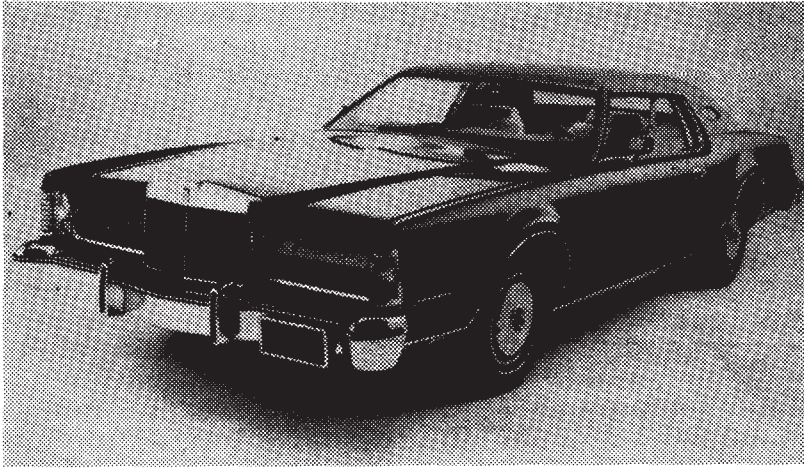
Amerika

Amerikan tasarımı 'Yeni Dünya' güvencesinin verdiği belli başlı tüm özellikleri taşıyor: Büyük, saldırgan, cesur, dinamik. Amerikan tasarımı 1980'lerde bile yeni dünyalar keşfeder nitelikte. Sert, "sırtı kabarmış" ve "geniş omuzlu" Space Shuttle, insanın daha ayak basmadığı her yere gidecek kadar cesur görünümlü. ABD sömürgeler kurmaktan vazgeçemiyor. Ülkeye ilk gelenlerden beri bu ulusun itici gücü sömürgeler kurmak ve yeni dünyalar keşfetmek olmuş. Beyaz adamın Kuzey Amerika'yı ele geçirmesinden beri Amerikalılar, Güney Amerika ve giderek tüm dünya ülkelerine de ilgi duymuşlar.

Amerikalıların ABD'yi yaratırken kullandıkları araçlar güçlü, süsü püsü olmayan tasarımlardı. Şatafatlı, bazen çok abartılı ambalajlarına rağmen çağdaş Amerikan tasarımlarının çoğunun özünde sağlam ve öncü teknoloji yatıyor. Amerikan endüstrisi neredeyse tek başına daha fazla ürün yaratma ve tüketme doğrultusunda çalışan ürün tasarımcısını yarattı. Amerikan endüstrisi o kadar genç ve gergindi ki, çok kısa bir süre içinde, parayı ödeyen herkesin temel tüketim ürünlerini alabilmesini garantiledi. Piyasa ağzına kadar dolduğunda da, ABD firmaları ürünlerini yeniden ambalajlamaya başladılar. Sonuçta, pazarın sürekli satın alıp endüstrinin sürekli üretmesi gereksinimi, Amerikalıların kullandıktan sonra atılan tüketici ürünlerini ortaya çıkarmalarına neden oldu. Ekonominin işlemeye devam etmesi için tüketiciler ambalajlama ve reklam yoluyla, müşterilerinin sürekli olarak buzdolaplarını, arabalarını, dikiş makinelerini vb. değiştirmeye teşvik edildi. 1930'larda ABD motor sanayii "yılın modeli" fikri ortaya atıldı ve sanayinin bir temeltası haline geldi. Buna bağlı olarak da kalite gözetilmeden ürünleri öne süren reklam endüstrisi patladı. Fakat bu tümüyle bir ambalajdı. Ürünlerin "derileri" kertenkelelerinki gibi dökülüyordu, ama derinin altındaki iskelet uzun yıllar dayanabilirdi. Böylece, "bayatlığı içinde baştan taşıyan" Amerikan ürünleri, ilk Amerikalıların kullandıkları araçlar gibi, özlerinde sağlam ve güvenilir olmayı sürdürüyor. Tabii bu Amerikan otomobilleri için de geçerli. Amerikan otomobillerinde kanatlar, krom, abartılı tamponlar ortaya çıkıp



En büyük dünya ticaret merkezi New York.



1974 Lincoln Continental Mark 4. Uluslararası Motor Müzesi, Beaulieu.

Amtrak Metroliner Express, AEM-7 Tipi Lokomotif, 1975. Railway Gazette



kayboluyor, ancak çoğunun altında yavaş, kocaman ve ağır hareket eden demirler bulunuyor. Büyük, az stresli, modası geçmiş V8 motorlar, geniş aileler için yapılmış otomobillere, sonsuz gibi görünen anayollarda uygun hızlarda gitmeyi sürdürecek yeterli gücü veriyorlar. Uzun yolculuklar için, anında harekete geçen motorlar güvenilir güç ve kolay bakım sağlıyorlar. Amerikalı bir sürücü için günde 1000 mil yapmak çok iş değil. Otomobili ıssız bir bölgede bile bozursa, herhangi bir demirci bile motoru tamir edebilir. Amerikalılar böyle uzun mesafeler gittikleri için, bu otomobiller, Avrupalı imalatçıların bir zamanlar hiç önemsemedikleri ya da dikkate değer bulmadıkları otomatik vites-kutuları, manevra gücü, havalandırma, yatar koltuklar, radyolar gibi tüm konforları içeriyor. Bu otomobillerin dengesi son derece yumuşak; zorlu kırsal arazi veya kırık ya da çukurlu kent sokakları üzerinde rahat bir gidişi garantiliyor. (Amerikan kışları çok vahşidir; buz ve kar yüzünden kent yolları çok yıpranır.) Amerikan otomobillerinin İtalyan spor arabaları gibi olmaları gerekmiyor. Amerikan yolları çok seyrek olarak virajlıdır. Çoğunlukla düzdürler ve sonsuz gibi görünürler. Kanlı-canlı bir Ferrari kısa sürede kendini tüketebilir, oysa bir Yank Tank durmak tükenmek bilmez. ABD'de otomobillerin mekanik açıdan dinamik olmaları gerekmediği ve müşterilerin her yıl yeni bir otomobil almaları istenildiği için, sadece otomobilin gövdesiyle ilgilenilir. Amerikan motor endüstrisinin abartısını herkes bilir: Bir otomobil Sabre savaş uçağına, köpekbalığı burnuna, Marilyn Monroe'nun yuvarlak bölgelerine benzeyebilir, ayrıca Times Square'i aydınlatacak kadar da ışıklandırması vardır. Amerikan otomobilinin biçimi çoğunlukla saldırgandır. Bu otomobiller sürücünün, 3500 mil genişliğindeki bu kıtanın yollarında hızla gitmesi için yapılmıştır. Bu "maço" nitelik Amerikan tasarımının hemen her alanında görülür. New York'da belediye otobüsleri gerçekten "kötü" görünümlüdürler. Sarı "checker" taksilerin üretimi yeni durduruldu. Bunlar iri makinalardır ve 1950'lerden fırlamış gibi dururlar ki gerçekten "checker" 50'lerin tasarımıdır. Chevrolet taksilere o kadar alışılmıştır ki bir checker'e girerken vücudunuzu alışık olmadığınız şekillere sokmak zorunda kalırsınız. ABD'de demiryolu tasarımı her zaman çok erkeksi olmuştur. Amerikan lokomotif boyutları açısından rakipsizdir. Dünyanın en iyi treni (o Fransızlara aittir) olmasa da yüksek performans gösterir. Amerikan lokomotiflerinden bahsederken geçmiş zaman fiili

kullanılır, çünkü günümüze kadar dayanmış demiryolları eski hallerinin gölgeleridir sadece. Washington, Boston ve New York arası işleyen Amtrak Metroliners'in koltukları yüksek, pencereleri alçaktır; paslanmaz çelikten panelleri vardır. Diğer bölgelerdeki trenler ise çok basittir. Amerika'yı bir baştan öbürüne geçen diesel-elektrikle işleyen 4 ya da 5 kargo treni, 1940 ve 50'lerde yerlerini aldıkları "demir atlar"ın tasarım gösterisini veremezler. Saldırgan ve uzun olmalarına karşın bunlar, otoyollarda giden kamyonların görkemine bile yetişemiyorlar. Amerikan buharlı trenlerinin çoğunluğu siyahtı; finişleri keskindi ve büyüktü. Heyecanlı ve hevesli Avrupalı ilk Modernistler, amaca uygunluk ve sadeliği, iyi tasarımın anahtarları olarak seçmeden önce bu canavarları görmeliydiler. Amerikan giysilerine baktığınızda da Amerikan tasarımında kas kuvvetine çok önem verildiğini görürsünüz. Ivy League üniversitelerinin ayakkabıları, İngiltere'deki eşdeğerleri Oxford üniversiteli gençlerin ayakkabılarından daha geniş ve kalın tabanlıdır. Amerikan tasarımının anahtar özelliklerinden biri olan çizgisel akış (streamlining) ilk olarak bir moda hilesi şeklinde ortaya çıktı. Douglas DC1, ilk uçuşunda sansasyon yarattı ve böylece uçak endüstrisinde bir devrim gerçekleştirdi. (Douglas DC1, ünlü DC3 Dakota'nın habercisidir, çeşitli ülkelerde 40 yıldan beri hâlâ sürekli uçmaktadır) Bu uçak tümüyle çizgisel akışla imal edilmişti; böylelikle ilk modern yolcu uçağı doğdu. Ondan sonra yapılan her uçakta DC1'den öğeler bulunmaktadı. Tasarım ambalajlamasının başka alanlarında, benzer sonuçlar alınmadı. Gül ağacından yapılmış televizyonlar gibi pekçok Amerikan tasarımı itici ve çirkindir. Amerikalılar ufak araçları sergilemekten çok gizlemeyi severler. Herşey sık, temiz ve bakımı kolay olmalıdır. Bu Alman tüketici mentalitesine de uygundur, ama Almanlar tasarımın işlevsel niteliklerine çok önem verirler. Almanya gibi, ABD'de de bir orta sınıf ülkesidir. İngiltere'nin aristokrasisini reddeden ilk yerleşimciler (çoğu püriten ya da aşırı dindar kişilerdi) kendi yollarında giderek, yumuşak aristokrat niteliklerinden bağımsız, güçlü bir endüstriyel ülke yarattılar. Çalışkanlık ve temiz yaşam pekçok ürün tasarımında gözetilen değerlerdir. Ancak, Amerikalılar dekorasyona, özellikle de İngiliz aristokratik tasarımına arzu duyorlardı. Amerikan imalatçıları, müşterilerinin dekorasyon talebini kendi şaşaalı tasarımlarıyla tatmin edebildiler. Ancak bu şaşaa hep

yüzeydedir. Manhattan'daki muhteşem Art Deco kuleler ve gökdenler bile, sade ve tekrar tekrar kullanılan giysilerin tepelerindeki süslü şapkalar kadar sadece. Phillip Johnson'un tartışmalı AT&T binası, Chippendale gökdeleni, bu tür yapıların bir parodisidir. Bu normal büro binasının tepesinde kocaman, kesik bir alınlık bulunmaktadır. Bu, muhteşem, ağır ve ancak bir Amerikalının göze alabileceği türden bir şakadır. Aynı zamanda çok iyi bir reklamdır da. Daha önce yapılmış Empire State ve Chrysler binaları gibi, Johnson'un AT&T'si de ünlüdür. Satış değeri vardır ve ambalajlamanın bilincinde olan, ticarete eğilimli ABD'de de tasarım, sonuçta bundan ibarettir.

Rusya

Sovyetler Birliği'ndeki devrimci sanat ve tasarıma ne oldu? 1917'de Bolşevikler yönetimi Çar'ın elinden aldıktan sonra sonra Rus sanatı birkaç yıl gerçekten devrimci nitelik taşıdı. Konstrüktivizm hakim oldu. Konstrüktivizm tüm nesilleri etkileyerek günümüzde de tasarım öğrencilerinde hayranlık uyandırmakta - ama sadece Batı'da. Sovyetler Birliği'nde devrimci sanat Stalin tarafından lanetlendi. Halkın sanatı ulaşılabilir olmalıydı. "Onlara eski günleri hatırlatın" dedi Stalin ve çok burjuva ve hayli yozlaşmış sanat, mimarlık ve tasarıma resmi kapıları açtı.

Toplumsal gerçekçilik bir tür alçaltılmış Klasisizm'den başka birşey değildi. Stalin'in rejimi altında yapılan Toplumsal Gerçekçi sanatla, Faşist İtalya ve Nazi Almanyası'ndaki aynı derecede alçaltılmış Klasik sanatı ayırdetmek zor oluyordu. "Halka, kolonlar, kornişler ve tavanda güller verin" diyordu Stalin. Ve halk da bunları aldı.

Ama başka fazla birşey de alamadılar. En azından, tüketim malları açısından. Sovyet tasarımının geri kalmasının başlıca nedenlerinden biri, Sovyet yönetiminin tüketimci bir toplum yaratmamayı seçmesi olmuştur. Sovyetler Birliği'nde kararlar merkezde verilir, aynı Çarlık Rusya'sında olduğu gibi. Sonuçta, Sovyet ekonomisi en büyük rakibi ABD'nin tüketim ekonomisine hiç bir açıdan benzemez; ama ironik olarak Sovyet tasarımlarının çoğu Amerikan prototiplerinden devşirilmiştir.

Sovyetlerin, tüketim mallarında yatırım yapılmasını desteklememek için haklı nedenleri var. SSCB, ABD gibi öncü bir kültürdü. Ülke hâlâ genişlemekte ve ülkenin altyapısını geliştirmek için büyük çaplı yatırımlar yapılmakta. Yeni büyük kentler, hidroelektrik santraller, yollar ve tarımsal projeler bu ge-

niş ülkede çok paraya malolmakta. Bu arada, ABD'yle yarışabilmek ve Komünizmin dinamik bir ekonomik ve teknolojik güç olarak kapitalizmi yenebileceğini göstermek için Sovyet hükümeti, uzay ve ulusal güvenlik programlarına çok yatırım yapıyor. Sovyetler Birliği, aynı zamanda, yine ABD gibi, emperyalist niyetleri doğrultusunda ülke sınırları dışında da pahalı işlere karışmakta. Ancak Sovyet endüstrisi ABD'nin çok gerisinde olduğu için saat, radyo ve moda gibi konulara yatırım yapılabilecek para çok değerli ve az. Bu da gözle görülüyor. Sovyetler Birliği'nde tüketim ürünleri çok ilkel ve çoğu da kaba. Zenith ve Kiev gibi fotoğraf makinaları çok ucuz ama oldukça da kullanışsızlar. Bu tip makinaların kaba biçimlerine çözüm getirmek için hiçbir girişimde bulunulmuyor. Garip gövdeleri üzerinde düğmeler ve kulplar biçimsizce duruyorlar. Aynı durum, radyo, pikap, otomobil ve motosikletler için de geçerli. Bu ürünler, çoğunlukla Batı'da, özellikle de ABD ve Almanya'da eskiden yapılmış tasarımların yeniden düzenlenmesi sonucu ortaya çıkarılmış ürünler. Ural 650 marka motosikletin savaş sırasında yapılmış BMW'den tek farkı, ismi. Zil ve Chaika limozinleri erken 60'larda yapılmış Amerikan modellerinin aynıları. Günümüzdeki Lada'lar da 60'ların kutuya benzer Fiat 124 ve 125'leri; tek farkları Sovyet tekerleklerine sahip olmaları.

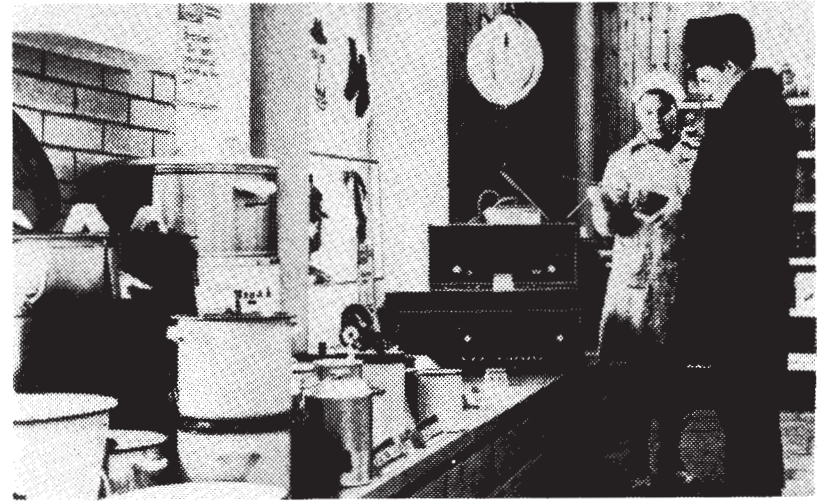
Tüketim ürünlerine karşı görülen ilgisizlik giyim tasarımında da göze çarpıyor. Erkeklerin giysileri hangarlardan çıkarılmış gibi; kadınlar da çiçek desenli elbiselerden başka birşey bilmez gibi görünüyorlar. Kadınların değişik parçalı giysiler alması neredeyse olanaksız, çünkü birbirine uyacak giysileri bulmalarına kimse garanti veremiyor.

Böylece eski şakalar da sürüp gidiyor. Otellerde muslukların tıkaçları yok, hemen hiçbirşey de çalışmıyor. Tabii ki bu doğru değil, ama Batılılar bu oldukça serbest gözlemlere inanmaya eğilimliler; çünkü bunlar konforun pek önemli görünmediği ülke imgesinin omuriliğini oluşturuyorlar.

Ancak halkın gerçeğinde, Sovyetlerde tasarım oldukça farklı bir konumda. Başlangıç yeri Moskova metrosu. İngiliz kilise belgeleri, bazı Ortaçağ Doğu Anglikan toplulukların köy gelirinin yüzde 25 ya da daha fazlasını Norfolk ve Suffolk'taki eşsiz kiliseleri onarmak ya da güzelleştirmekte kullandığını kanıtıyor. Bu halk tasarımının en muhteşem örneğiydi. Benzer şekilde, Sovyet yönetimi Moskova metrosunun yapımı ve dekorasyonu için çok para harcamayı seçti. Bu metro istasyonlarının kalitesi hiçbirşeyle karşılaştırılmaz.

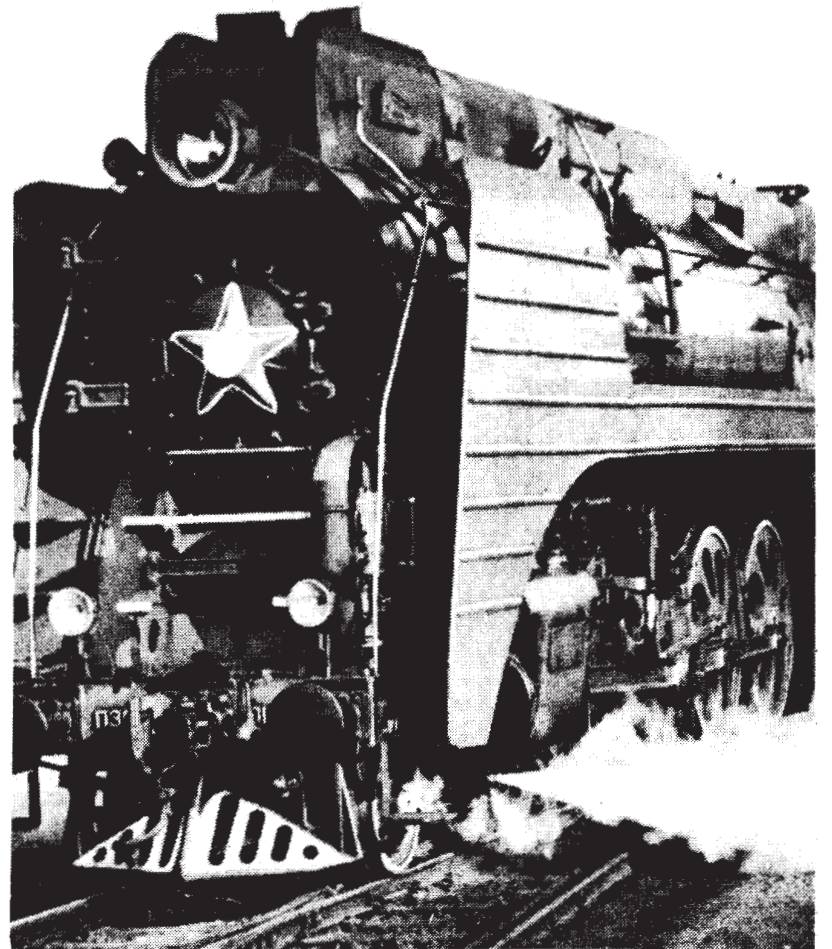


Moskova Lenin Deposu'ndaki VL-23 tipi elektrikli lokomotifler, 1964, Novosti Basın Ajansı.



50'lerin tarzı tüketici ürünleri şimdi! Novosti Basın Ajansı.

P 36 sınıfı 4-8-4 lokomotif, 1956. Ian Allan Kütüphanesi.



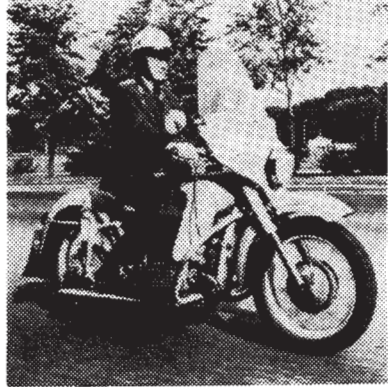
Bu aristokratik yeraltı sarayları çok yoz olmalarına rağmen halk tasarımının nasıl olabileceğini gösteren harika örneklerdir. Moskova metrosu tüketimciliğin çok güçlü bir eleştirisini oluşturur. Bu metroyla karşılaştırılınca New York metrosu kanalizasyon gibi görünmektedir.

Başka tren yollarında da Sovyet tasarımı hayret verici şekilde muhteşemdir. Leningrad-Moskova arası işleyen trenler çok etkileyicidir. Sovyet amblemleriyle süslenmiş, zeytin yeşili renginde muhteşem vagonlar, kabartma yazı ve numaralarla işaretlenmiş, çelik panellerle çevrelenmiş. Bu tasarım ögesini ABD'de de görmek mümkün. Ancak, Sovyet trenleri ABD Amtrak trenlerinden çok daha konforlu ve güven verici görülüyor. Amerikan trenlerinde boyanmamış çelik ve alüminyum, Sovyet trenlerinde yeşilin zengin bir tonuyla boyanmış. Aynı estetik, yataklı vagonları ve restoran vagonunu çeken yüksek boydaki elektrikli lokomotiflerde de görülüyor. Trenlerin genel görünümü çok tatminkâr. Bu trenler, Rusya steplerinde uzun yolculuklara rahatça çıkabilecek denli güçlü ve emniyetli görünüyorlar.

Sovyet tasarımının yükselen yıldızı ise muhakkak ki Sovyet demiryolları P36 Sınıf 4-8-4 idi (1956). Bu tüm buharlı lokomotiflerinin en güzellerinden biriydi. Tren boyunca uzanan çelik iskeletleri vardı. Ama makina, baştan sona işlevsel şıklığını yitirmiyordu. Tümüyle kapanan bölümler soğuk Sovyet kışlarına karşı alınan bir önlemdi. Lokomotif hem savaşa koşan bir şövalyenin başlığına, hem de onun bindiği ata benziyordu. Sovyet tasarımının bu harika örneğinin sorumlusu kimdi? Kimse bilmiyor. Sovyetler Birliği'nde teknolojik enformasyon o kadar az yayınlıyor ki bu lokomotiflerin mükemmel işlediğini görmekten başka hiçbir belge yok elimizde. Trans Siberya



Moskova Metro İstasyon yeraltı yaya geçidi, 30'lu yıllar. Novosti Basın Ajansı.



650 cc polis motorsikleti, İngiltere'de Ural adıyla satılıyordu. 1945'ten beri çeşitli şekillerde üretimde. Novosti Basın Ajansı.

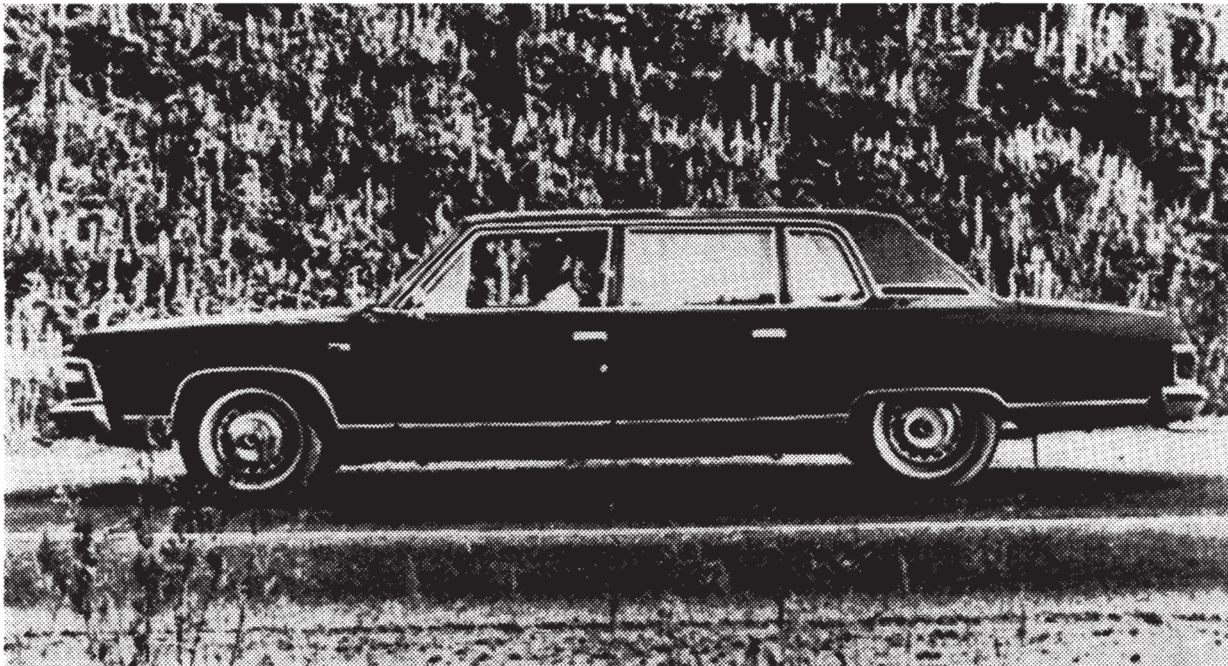
Ekspressi'nde seyahat etmek iyi tasarımdan anlayan herkes için çok zevkli oldu. Bunların dışındaki bütün Sovyet tasarımları, 50'lerin yeniden karıştırıldığı bir çorbaya girer. Şık Ilyuşin 86 jet uçağı Vickers VC10'un hemen hemen doğrudan bir kopyasıdır. Bu yakışıklı uçağın personeli de 50'li yılların oldukça komik görünen üniformalarını giyiyorlar. Hostesler bir John French fotoğrafından, diğer personel de Dan Dare'den fırlamış olabilirlerdi. (Dan Dare, The Eagle (Kartal) adlı ve 1990'larda geçen dizinin uzay kahramanıdır, bu dizinin dekorları tümüyle geç 1950'lerdendir.)

Sovyet mimarlığı oldukça hayal kırıcı. Konstrüktivist kahraman El Lissitzky tarih kitaplarından çıkarılmış; yerel farklılıklar da örtbas edilmiş. Kökenleri 1950'ler ve 60'larda olan, oldukça yırtıcı, tekerrarı bir modernizm dayanıyor. Estonya ve başka yerlerde de bazı patlamalar oluyor, ama genelde mimarlık sahnesinin sıkıcılığı, 20.yy'da mimarlıkta gerçek bir gelişme kaydedebilmek için çoğulculuğun gerekli olduğunu gösteriyor. Ruslar Büyük Peter'in kıskırttığı muhteşem mimarlık geleneklerini unutmamışlar. Büyük Vatanseverler Savaşı (1941-45) sırasında zarar gören aristokratik saraylar severek restore edilmiş. Ruslar aristokratik geçmişleriyle çok gururlanıyorlar. Kazan istasyonunda yolcular, Rokoko tavanların altında plastik masalar üzerinde çaylarını yudumluyorlar. Stalin, her Rus'a bu aristokratik geçmişten bir parça vermek istedi: Moskova metrosu, Kazan İstasyonu'nun restorasyonu, Moskova Üniversitesi ve büyük kentlerdeki toplumsal-gerçekçi toplu konut yapıları bunun sonuçlarındandır.

Sovyetler Birliği, özellikle merkezi ekonomisinin çalışış biçiminden dolayı, dayanıklı ve törpülenmemiş tasarımları destekliyor. Başka yol-

lar seçmeli, ama bu, ekonominin serbestleştirilmesi ve yeni etki alanlarını desteklemek anlamına gelir. Biraz nefes alma imkânı verilseydi Sovyet tasarımına ne olurdu? Söylemesi zor, ama heralde bir yandan en iyi Amerikan tasarımının erkeksi ve öncü niteliklerini taşıyan öte yandan da renkli, aristokrat Avrupa zevkini taşıyan melez tasarım olurdu. Yakın gelecekte, Batılıların almak isteyeceği ya da göreceği tek Rus ürünleri vodka, havyar ve ucuz fotoğraf makineleri olacağına benzer. Sovyetler Birliği'nin, tüketim ürünleriyle kendi içindeki sorunlar yüzünden ilgileneneceği fazla beklenemez.●

Chaika Gaz-14 limuzin, 1970'ler ortaları, Novosti Basın Ajansı.



YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Yurdaer Altıntaş

Sorumlu Yayın Yönetmeni

Bülent Erkmen

Uygulama: Korkut Bayraktar

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Dizgi: Osman Tülü TIPOGRAF

Basıldığı yer: OFSET YAPIMEVİ