

Yazılar:

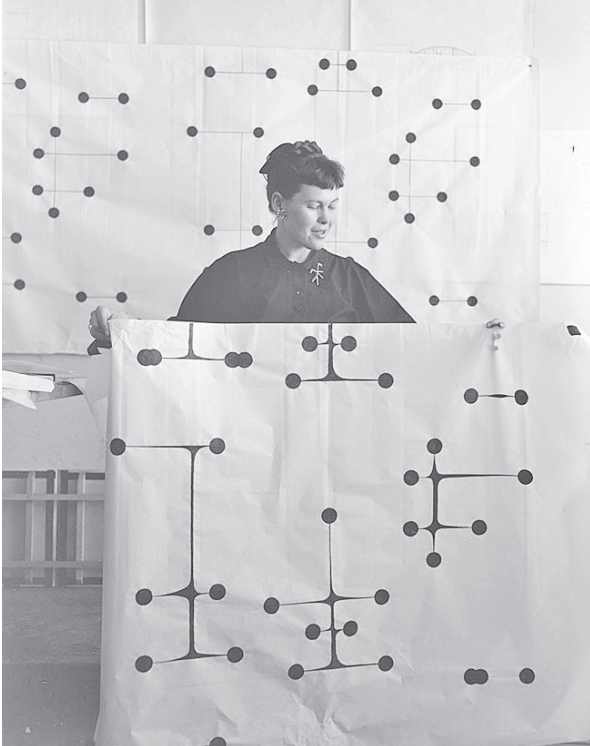
GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Ray Eames'i anarken

Jennifer Walker
messynessychic.com
Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Charles Eames'in sanatçı ve tasarımcı eşi Ray Eames bir keresinde "İşe yarayan bir şey, iyi görünen bir şeyden daha iyidir, çünkü işe yarayan şey kalıcıdır" demişti. Karı koca Eames'lerin ortaklığı, modern mobilya konseptimizde bir devrim yaratmış ve yaşam biçimimizi bütünüyle şekillendirmiştir. Gerçi işbirlikleri gerçekten eşitlikçiydi, buna rağmen marka adlarının arkasındaki yüz Charles Eames olurken, karısı Ray'ın şanı kocasının gölgesinde saklı kalmıştır. Karısını işinde eşit ortağı olarak kabul eden ve tasarımlarının çoğunun arkasındaki beyin olduğunu tasdik eden Charles, "Benim yapabileceğim her şeyin, Ray daha iyisini yapabilir," demiştir. Ancak tasarım tarihinde, bir kadına fazla yer olmamıştır.

Ray, 1947 dolaylarında Nokta Desenli kumaş tasarımını tutarken.



Bu meşhur tasarımcı çift, büyüülü "Abrakadabra" kalıplama makinalarıyla kontrplağı şekilden şekle sokarak, dünyayı ikonik Eames Şezlongu ve Eames Yemek Sandalyesi ile tanıştırdı ve grafik tasarıma, güzel sanatlara ve filmlere büyük katkılarda bulundu. Eames'ler, kan dolaşımını bozarak kangrene neden olan madeni çekiş atellerinin yerini alan kontrplaktan yapılmış olanları icat ederek modern tıbbi bile etkiledi.

Ray, her ne kadar tasarım alanında adını duyurmuş olsa da, kariyerinin ilk yıllarında özellikle sanat ve baleye olan erken tutkularının peşinden giderken, soyut sanata doğru yönelmişti. 1930'ların başında yerel Sacramento Junior College'da illüstrasyon, poster sanatı ve sanat tarihi okudu. Ardından Avrupa soyutlamasının Amerikan sanatına dönüşümünde kilit rol oynayan Avrupalı göçmen sanatçı Hans Hofmann ile çalışmak üzere New York'a taşındı. Hofmann, derinlik, boşluk ve hareket yanılsamaları yaratmak için soyut form, renk ve kompozisyon kullanmanın mükemmel yollarını bulmuştu; bunların en önemlisi olan ve Hofmann'ın kendi sanatında gerilimler yaratan "it ve çek" (push and pull) tekniği Ray Eames'e hayatının sonraki dönemlerinde ilham vermiştir.

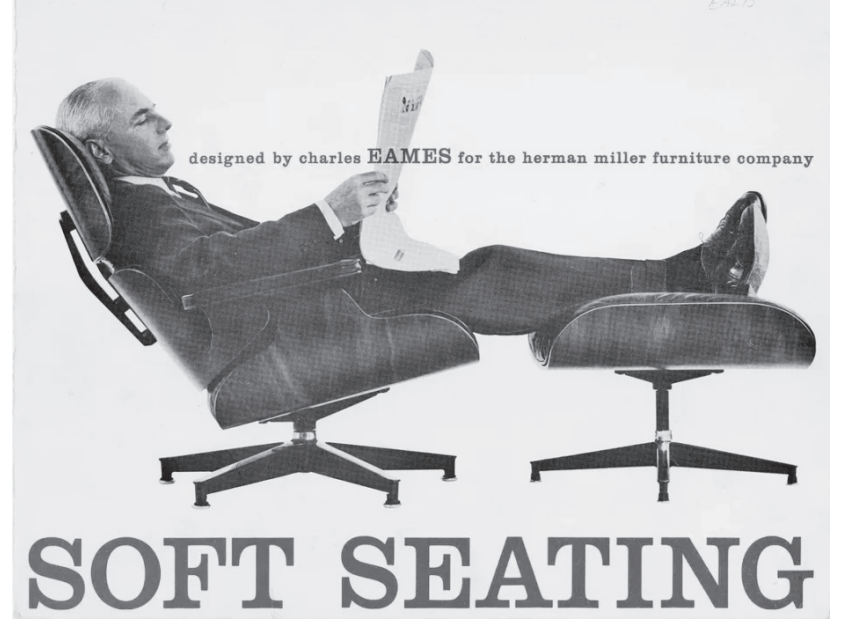
Ray New York'ta resimlerini sergiledi ve American Abstract Artists grubunun kurucu üyesi oldu. New York sanat sahnesinde soyut dışavurumcu hareketin kritik figürleri olan Lee Krasner ve Mercedes Matter gibi insanlarla birlikte haşır neşir olması sonucunda sanatı gelişti. Belki Ray başka bir hayatta ünlü bir soyut sanatçı olabilirdi ama hasta annesinin başucuna çağrıldığında New York'taki hayatını

terk etmek zorunda kaldı. Ray sanat dünyasını terk etse de şekillere, yapıya ve renge olan sevgisini sonraki yıllarda tasarımlarına hep taşıdı. Aslında sanatı bıraktığını alsa kabul etmedi ve bir keresinde "Resim yapmaktan hiç vazgeçmedim, sadece paletimi değiştirdim" demişti.

Ray, sanatın ötesinde bir kariyer geliştirmek istiyordu ve biçime ve mimariye hayrandı. Hatta bir noktada mühendisliğe girmeyi bile düşündü. Ya da hiç değilse bir ev inşa etmek istedi. Ancak bir mimar arkadaşının tavsiyesi üzerine, 1940'ta annesinin ölümünün

ardından Michigan'daki Cranbrook Sanat Akademisi'ne kaydoldu. Orada endüstriyel tasarım bölümü başkanı Charles Eames ile tanıştı. O sırada Charles evliydi ama 1941'de karısından boşandı ve kısa bir süre sonra Ray ile evlendi. Birlikte Los Angeles'a taşındılar.

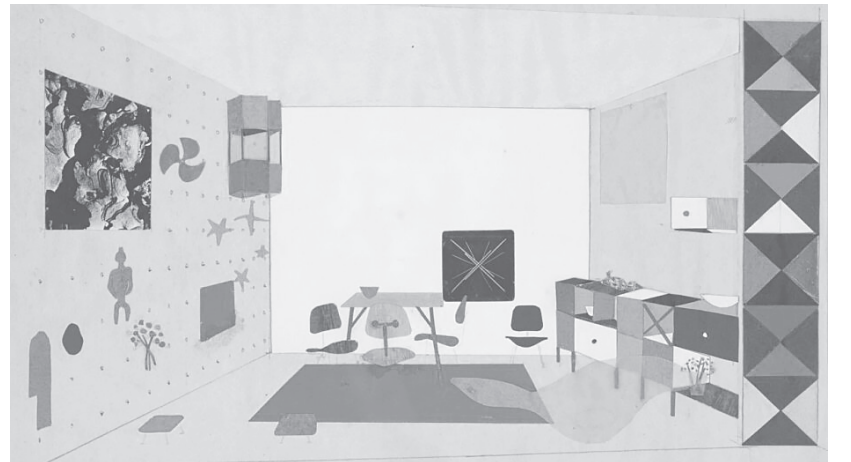
Eames'ler, 1940'ların başlarında ikonik kontrplak mobilyalarını icat etmeden önce bile Ray, bükülmüş kontrplaktan biyomorfik biçimli heykeller yaratıyor ve tekniği deniyordu. Ünlü Eames sandalyeleri sadece birkaç yıl sonra geliştirilecek olsa bile sadece heykellerine



Ray Eames, 1951'de Tigrett Enterprises tarafından çocuklar için üretilen prefabrik yapı oyuncuğu The Toy'un yanında görülüyor.



Bir Ray Eames illüstrasyonu.



bakarak mobilyalarının prototipi olduklarını görmek mümkündür. Yaptığı heykeller, Eames'lere lamine kontrplak parçalarını karmaşık eğrilere bükme ve şekillendirme teknikleriyle uğraşma yolunu açtı.

Teknik için Ray'e teşekkür borçluyuz denebilir. Çift 1941'de Los Angeles'a taşındığında, Charles MGM'de set tasarımcısı olarak işe girince evde kendi başına kalan Ray zamanını ilk Eames tasarımlarını gerçeğe dönüştürmek için prototip oluşturmaya ayırdı. Los Angeles'a yerleşmiş olmak onlara benzersiz bir avantaj sağlamıştı. Uçak endüstrisi onlara yakındı, dolayısıyla Ray burada kolaylıkla sonunda sandalye ve atellerde kullanacakları alçı kalıpları yapmada yararlanabilecekleri mükemmel malzemeler buldu.

Kontrplakla yapılan bu erken deneyler sonunda, Eames'ler için sihirli "Abrakadabra" makinesini icat etmelerinin yolu açılmıştı. Makine, kalıba yerleştirilen bir kaplama levhasının üstüne tutkal

tabakası eklenmesi suretiyle çalışıyordu. İşlem beş ila on bir kez tekrarlanıyordu, makineyi kapatıp bir bisiklet pompası yardımıyla ahşabı kalıba doğru iten lastik bir balonu şişiriyorlardı. Yapıştırıcı kuruduktan sonra da, basıncı serbest bırakıyorlardı ve istedikleri formu almış olan kontrplağı kalıptan çıkarıyorlardı. Daha sonra bir el testeresi kullanarak forma son halini veriyor ve elle zımparasıyla kenarları düzleştiriyorlardı.

Ray Eames'in tek yaptığı şey sadece bu değildi; grafik tasarım ve tekstil çalışmaları da yapıyordu. Grafik tasarımı çalışmalarını Eames Ofisinde yapıyordu ve Eames markası estetik tarzını ona borçluydu. Ayrıca 1942 ile 1948 yılları arasında Art & Architecture dergisi için 27 kapak tasarlamıştı.

1947'de Ray, en dikkat çekicileri *Cross Patch* (Çapraz yama) ve *Sea Things* (Deniz şeyleri) olmak üzere cesur geometrik tekstil tasarımları yarattı. Tasarımlarının çoğu, neredeyse 70 yıl sonra meşhur

Maharam tekstilleri tarafından hâlâ üretilmektedir. MoMA'nın düzenlediği bir yarışmada desenlerinden ikisi ödül kazanmıştır ve çeşitli sanat müzesi koleksiyonlarında onun kumaşlarından bazılarını hâlâ bulabilirsiniz.

Ray ve Charles, 1940'ların sonunda mimarlık camiasına modern dünya yaşamını ifade edecek bir dizi ev tasarlama konusunda zorlu bir misyon önerildiğinde mimariyi araştırmaya başladılar. Misyon evlerin, II. Dünya Savaşı deneyimlerinden elde edilen malzeme ve tekniklerle inşa edilmesini ve donatılmasını içeriyordu. Bunlar vaka inceleme evleri olacaktı ve Vaka Çalışması 8 numaralı ev, tasarım ve grafik sanatlarında çalışan ve beraber yaşayan çocukları olmayan evli bir çift için tasarlanacaktı. Elbette Ray ve Charles çifti böyle bir ev için iyi bir aday olarak görünüyordu. Evlerini bir stüdyo ve bir oturma alanını barındıran iki katlı bir yapı olarak inşa ettiler, bunu yaparken evi çevreleyen çayırı korudular ve "asgari malzemeye hacmi en üst düzeye çıkaracak" bir tasarıma dahil ettiler.

Modüler evleri Aralık ayına kadar tamamlandı ve Eames'ler 1949 Noel Arifesinde Vaka Çalışması 8 numaralı eve taşındı ve hayatlarının geri kalanında orada yaşadı. Mobilya tasarımları yapacakları, cam elyafı ve reçine gibi yeni malzeme ve teknolojileri deneyecekleri ve yaşayacakları yer burası olacaktı.

Tabii ki bu ultra modern çift, 1950'den 1977'ye kadarki sürede evrenin görelî skalası, sabun köpüğünün güzelliği, oyuncak toplama ve çalışmalarını

sergileme gibi ilgi alanlarını keşfetmek için film ortamını kullanabileceklerini fark ettiler. Ray'ın küçük şeylere karşı kelimenin tam anlamıyla tutkulu bir ilgisi vardı ve hayatı boyunca, film çekimlerinden geride kalmış Meksika sunakları için yapılmış şeker figürleri, deniz kabukları, iplik yumakları, Çin uçurtmaları, taraklar ve hatta şirin bir şekilde sarılmış (hiç açılmamış hediyeler) gibi ilginç ve keyifli nesneler topladı. Topladığı tüm bu şeylerle bir Wes Anderson filminde hiç de yadırganmayacak sanatsal düzenlemeler yaptı.

Ray'ın küçük nesnelere olan bu sevgisi, yeni bir iç tasarım trendini başlatacaktı. Mimar Charles Moore'e göre, "Ray tek başına, modern bir çerçeve içinde minyatür nesnenin neşesini ve zenginliğe dönüşü getirmişti".

1950'lerde tasarımcı Ray Eames. Peter Stackpole/The LIFE Picture Collection izniyle.

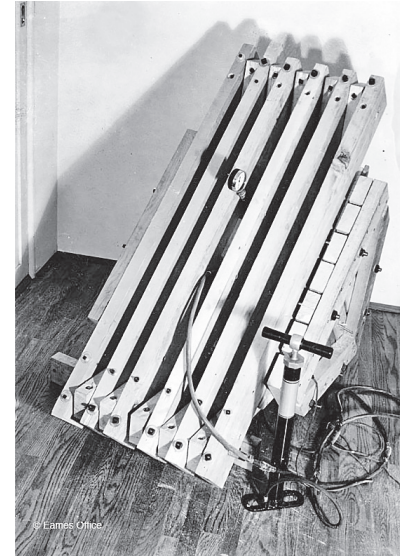
Ray ve Charles Eames.



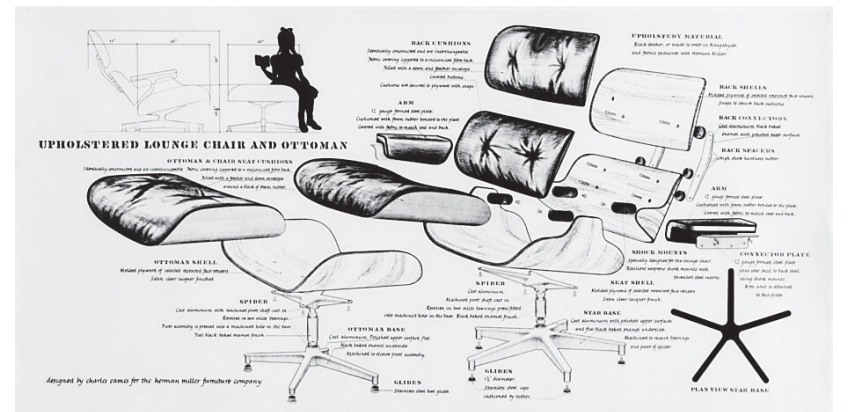
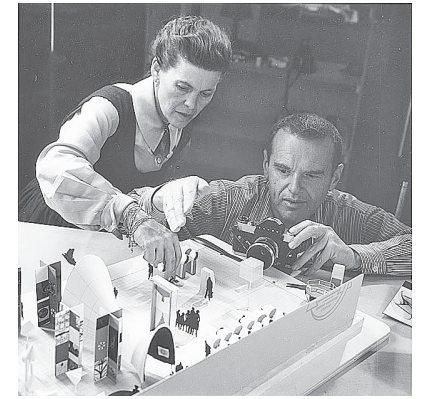
Ray ve Charles oturma odalarında, 1958. Fotoğraf, Julius Shulman.



Abrakadabra makinesi.



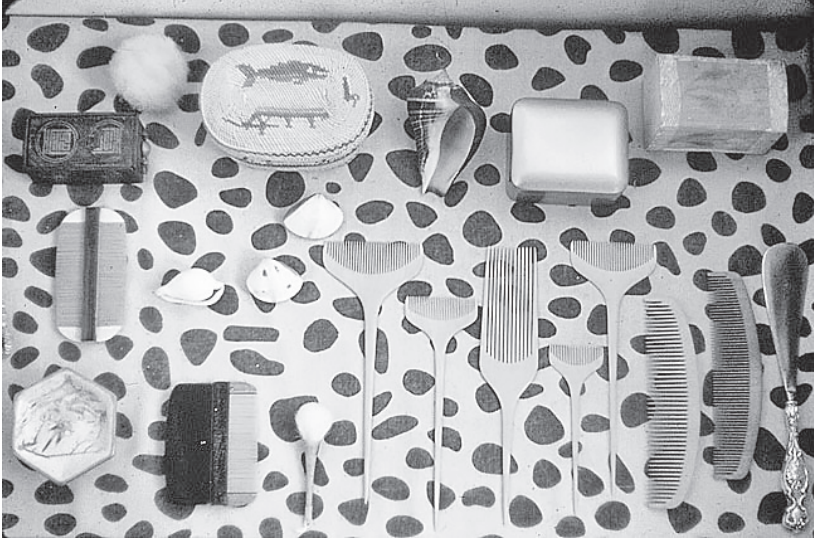
Ray ve Charles Mathematica Sergisi için kavramsal bir model üzerinde çalışıyorlar, 1960. Fotoğraf. Baskı ve Fotoğraflar Bölümü, Kongre Kütüphanesi (A-22a)



Ray detaylara verdiği önemle tanınırdı, bu yüzden onunla asla arabaya binmek istemezsiniz. Ray, görsel olan her şeye o kadar ilgi duyuyordu ki, araba kullanırken yol dışındaki her şey dikkatini çekiyordu. Bu nedenle kocası onunla arabaya binmeyi reddediyordu. Neyse ki, bildiğimiz kadarıyla, uzun hayatı boyunca şaşırtıcı bir şekilde, Ray arabasıyla hiç kaza yapmadı. Charles'ın vefatından on yıl sonra, 1988'de öldü. Cenaze detaylarını bile şansa bırakmadı ve kendisinin ve Charles'ın küllerini barındıracak çam ağacından yapılmış kutular

tasarladı. Sıkıca kapanan kapakları olan kutuları, boyuna damarlı şeker çamından yaptı ve çiçekler ve yapraklarla süslü el yapımı Japon kâğıdıyla astırlattı. Ray, St. Louis'deki mezarlıkta kocasının yanına gömüldü. Gerçek birer ortak olduklarından ve her şeyi birlikte oluşturduklarından, Ray ve Charles'ın eserlerini birbirinden ayırmak zordur. Charles ve Ray Eames'in ofisi 1943'ten 1988'e, Ray vefat edene kadar faaliyet gösterdi. Ray Eames, 20. yüzyılın tasarım ikonlarından biriydi, ancak tarihte daha büyük bir sayfayı hak ettiğini düşünüyoruz. ●

Ray tarafından düzenlenen ve fotoğraflanan "Shelfscape".



Ray Eames'in ofisindeki eşyalar. Fotoğraf: Nicholas Calcott, Eames Enstitüsü'nün izniyle.



Ray Eames Mayıs 1960'ta, *Mathematica: A World of Number and Beyond* projeksiyon sergisinin renk ve kompozisyon çalışması üzerinde çalışırken. Eames Office, LLC'nin izniyle.



Tırnaklı yazıtiplerinin geri dönüşü

Emma Tucker

www.creativereview.co.uk

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Tırnaklı yazıtipleri uzun bir sürenin ardından marka dünyasında birdenbire yeniden moda oldu. Tipografi tasarımcısı Lynne Yun ve F37'nin kurucusu Rick Banks ile bunun ne anlama geldiğini konuştuk.

2018'e geri gidelim. O sene eposta pazarlama platformu Mailchimp ticari imajını yenilemişti ve ardından Twitter'da heyecan tavan yapmıştı. Teknoloji endüstrisinde yıllar boyunca tırnaksızlar hüküm sürmüştü, ancak Mailchimp bu geleneği bozdu ve geçmişi 1920'lere kadar uzanan bir ailenin parçası olan tırnaklı Cooper Light'ı markasının yeni yazıtipi olarak duyurarak herkesi şaşırttı. Ondan sadece bir yıl önce Chobani adlı yoğurt markası da Chobani Serif adlı bir tırnaklı yazıtipiyle benzer bir etki yaratmıştı.

Tartışmalı bir şekilde bunlar, tam teşekküllü bir yeniden canlandırmanın ilk gümbürtüleri idi ve tırnaklı yazıtiplerinin yıllarca pistin kenarında bekledikten sonra nihayet yeniden moda olacağına işaret ediyordu. Burberry bu yılın başlarında yeniden tırnaklanmış logosunu tanıttı bu kanaat daha da güçlendi. Tasarımcı Rick Banks, "Yaratıcılık içeren her şey gibi bu da döngüsel bence" diyor. "Bunun da İspanyol paça (çizme paça) kot pantolonların geri gelmesi gibi bir şey olduğunu düşünüyorum. 50'lerde Helvetica ve Univers hâkimdi, sonra doğal olarak buna bir tepki oluştu, ardından 80'lerde ve 90'ların başlarında

tırnaklılar tekrar egemen oldular – özellikle de erken kurumsal markalaşmalarda."

Tabii ki, tırnaklı yazıtipleri hiçbir zaman tamamen kaybolmadılar, ancak geometrik tırnaksızların durdurulamaz yükselişi, birçok marka için onları arka plana itti. Tipografi tasarımcısı Lynne Yun'a göre, topu topu 3-4 kişiden oluşa bile yeni başlayan birçok şirket, kendilerini kısa yoldan Apple veya Google gibi büyük teknoloji şirketleriyle aynı safta göstermek amacıyla geometrik tırnaksızları kullanmayı seçtiler. Ancak, iş öncelikleri gibi zaman da değişti ve Yun, yazıtiplerindeki değişim rüzgârının bunu yansıttığına inanıyor.

Yun CR'ye, "Biz profesyoneller, markaların yazıtipi seçimleri aracılığıyla özgün olmaya çalışma fikrini komik buluruz" diye anlatıyor. "Aslında bu sahici görünmenin çok küçük bir parçasıdır, ama bazılarının, biz küçük, mikro boyutta ve özgün olduğumuz için tırnaksız yazıtipi kullanıyoruz, diyerek insani değerleri merkeze alma fikrinden yararlanmaya çalıştıklarını görüyoruz. Bence bu en önce tüketici markalarında gerçekleşti. Örneğin Chobani markasının yeniden markalaşmasıyla ilgili olarak insanlar, *Vay canına tırnaklı yazıtipi kullanmışlar, ne kadar da havalı!* dediler. Bu, markaların azametli, kimliği belirsiz bir varlıktan uzaklaşmaya çalıştıkları erken dönemde gerçekleşti. Modası geçmiş bu düşünceleri arkada bırakma fikri, insanların *Tamam, bembeyaz arka plan üzerinde tırnaksızlardan farklı başka şeylere ihtiyacımız var*, demelerine yol açtı."

Yun'a göre, tipografik anlatımdaki iniş çıkışların önemli bir bölümünün izini teknoloji dünyasına kadar sürmek mümkün. Kişisel bilgisayarların ortaya çıkışına ve grafik kullanıcı arayüzünün gelişimine değiniyor. Bunların Apple ve Microsoft gibi şirketlerin reklamlarında yeni teknolojinin "cana yakın"

Notable & Bold
& Bold
& AMPERSANDIST
& wonder BEHOLD
RESONANT & BANG FULL
EARTHINESS & strong
BOOM PERSONALITY

Hairline Condensed Text



Üstteki görsel: Lynne Yun'un tasarladığı bir yazıtipi; alttaki ve diğer tüm görseller F37 tarafından yapılmıştır.

doğasını vurgulamak üzere ITC Garamond gibi tırnaklı tasarımları kullandıklarını da sözüne ekliyor. Ona göre tırnaklı küçük *Blobby* yazıtipleri tüketicilere güven vermenin bir yoluydu.

Ancak, Yun'a göre, Silicon Vadisi, senaryoyu büyük *T* ile iyi tasarım

olarak değiştirdi. CR'a, "*Biz bunu yaptık, sen de bunu olduğu gibi kullanmalısın, çünkü bu en iyisi* demek gibi bir şeydi bu" diye belirtiyor. "Bence bu nokta her şeyin biraz daha tırnaksız Helvetica haline geldiği, her şeyin modernize edildiği yerd. Ve bence o noktada

tırnaksız yazıtipleri gerçekten demode oldular. Her yerde Helvetica, her yerde Gotham vardı ve tasarım ancak böyle olabilirdi. Bu, *modern* olmanın adıydı."

"Şimdi tırnaklıların modası tekrar geri geldi. Bence bunun 2020 yılındaki sosyal adalet hareketleriyle de çok ilgisi var, çünkü artık sosyal adalet ve iklim değişikliği gibi konulara daha çok önem veriyoruz. İşte tam bu sırada tırnaklılar tekrar ortaya çıktılar ve öyle veya böyle daha doğal olmaya çalışıyorlar."

Tırnaklı yazıtiplerinin tartışmasız bir tür güç ve zarafeti taşıdığını inkâr etmek mümkün değil. Yun'a göre, daha da önemlisi, yüzlerce tırnaksızın aksine, tırnaklı yazıtipleri heybelerinde binlerce yıllık bir geçmişle geliyorlar. Böylece tasarımcılara esinlenebilecekleri çok daha zengin bir referans, gelenek, trend ve tarz seti sunuyorlar. "Bir tırnaklıda daha fazla kişilik olduğu da söylenebilir. Hatta bu sadece harfin üzerinde fazladan eklenmiş minik bir parça bile olsa. Bir tırnaksız süslemenin yolları sınırlıdır ancak bir tırnaklıda elinizde ekleyebileceğiniz sayısız araç ve birçok yol vardır. Tüm bu olasılıklar ve katmanlar sayesinde tırnaksıza göre daha fazlasını eklemek mümkündür. Kontrast konabilir. Geometrik bir şeyler kullanılabilir. Çok çeşitli parametreler var."

Bununla birlikte, bütün bunların birkaç dezavantajı da yok değil. Örneğin en azından tırnaklılar daha pahalıdır ve daha fazla çalışma gerektirirler. Okunabilirlik ve netlik konusunda süregelen tartışmalar da vardır ama mantık uzun metinlerde tırnaklıların her iki açıdan da daha iyi olduğunu söyler. Öte yandan Yun'un, eğitim hayatlarında tırnaksız yazıtipleriyle büyümüş olan öğrencilerinin, birinin diğerinden daha iyi olduğuna ikna olmadıklarını söylüyor. Banks'a göre, markalar da nostalji unsuruna çok fazla eğilim gösteremezler. "Modern bir şekilde yapmanız gerekiyor, çünkü ne başka bir Garamond'a ne de erken 80'lerin veya 90'ların görünümüne geri dönmek istersiniz. Biraz modern çizgiler enjekte etmeniz gerekir, ancak daha fazla referans noktası ve daha derin bir hikâye vardır."

Belki de hikâyenin ikinci kısmı asıl, tırnaklıların nasıl kullanıldığıyla ilgilidir. Banks stüdyosuna, giderek artan sayıda tırnaklı ve tırnaksız yazıtiplerini bir arada kullanmak isteyen markanın başvurduğunu söylüyor. Özellikle daha küçük, dijital ortamlarda, bir tırnaksızın temiz çizgileri hâlâ büyük ölçüde kullanışlı. F37'nin



ITVX için DixonBaxi ajansı ile birlikte yaptığı ortak çalışma bunun örneklerinden biri. Yayıncı, tırnaklısıyla aynı metrikleri olan bir tırnaksız talep etmiş. Banks, "Böylece aynı cümlede kullanarak biraz sürtüşme ve tuhaflık yaratabilirler" diyor. "Şu anda tırnaklı ve tırnaksız dengesi çok iyi çalışıyor, bu yüzden bu yeni bir trend olacak gibi görünüyor."

Ayrıca tırnaklıların uyanışının, genel olarak tipografinin daha anlamlı kullanımına kapı açması da mümkündür. "2000'lerin başlarında tipografinin geri geldiğini fark ettim" diyor Banks. "İngiliz tasarım ajansı Designers Republic tarzı girdaplı ve biraz daha kişilikli yazıtipleri fark ettim. Bu İsviçre'nin temiz geometrik yapılı tırnaksızlarına bir tepki olabilir, ki onlar da *taklit nesneye* (skeuomorfizme) ve iPhone'a bir tepki olarak ortaya çıkmıştır."

"Bütün bunlar tepkilerle ilgilidir ve öncü devrimciler ve tasarımcılar trendleri takip etmek istemezler, yeni bir şeyler yaratmak isterler ve bu nedenle Chobani ve Mailchimp sürüyle ödül kazandılar. Sanırım insanlar bugünlerde tipografilerinde ve markalaşmalarında daha fazla kişilik istiyorlar." ●

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Zeynep Tonguç

Tasarım

Bülent Erkmen

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafik Tasarımcılar

Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr