

Yazılar:

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

Sovyetlerde Devrim Sonrası Üretim Sanatı (2)

Mikhail Anikst

"LA PUB EN URSS DANS LES
ANNÉES 20" adlı kitaptan.

Çeviri: Cem Çetin

Konstrüktivizmin çoğu ilkesi, bugün küçük çocukların bile ezberlediği, artık tüm dünyada geleceğin tasarımcılarının yakından tanıdığı gerçekler gibi gelebilir. Ancak bu ilkeler yirmilerin en başlarında, ilk kez dile getiriliyorlardı ve olağanüstü yetenekli bazı sanatçıların ve kuramcıların ortak çabalarının sonuçlarıydılar. Konstrüktivistler işlev, form, yapı ve malzemenin ilişkisine dair sorunlar ortaya koydular ve bunları çözdüler. Temel kavramları "işlevsellik" - **funktionalnost** - ve sözlük karşılığı "formla amaçın çakışması" olan ve en iyi "uyumluluk" sözcüğüyle çevrilebilecek **tselesobraznost**'tu. Bunlardan da ana çıkarsamalarını doğuruyordu: "konstrüksiyon", maddesel elemanların, uyumlu düzenlemesidir." Yani, eşit öneme sahip iki ilkeden söz edilebilir: Tasarımcının endişeleriyle, objenin işlevi arasındaki güçlü ilişki ve tek tek elemanlardan bir bütün oluşturmaya yönelik bilinçli "düzenleme".

Konstrüktivizmin "gereksiz, amaçsız hiçbir şey olmayacak" kuralı, her türlü dekoratif unsuru ve stilizasyonu kullanım dışı bırakıyordu. En çok, malzemenin doğasının üzerinde duruluyordu. Rodchenko, "Malzeme, kendisine özgü nitelikleriyle ilişkili olarak, mümkün olan en iyi şekilde kullanılmalıdır. Böylelikle sonuç, yapıcı (konstrüktif) olacaktır." diyordu.(24)

Konstrüktivizm, mimarlık ve tasarımda yeni bir yaratıcı yöntem olarak ortaya çıktı. Ancak, grubun çağdaşlarının çoğunluğu, Konstrüktivizmi herşeyden çok, net ve belirgin bir tarz olarak tanıdılar. En iyi tanımıyla Konstrüktivizm, mimarlık, tiyatro, tekstil, seramik, tipografi ve grafik tasarım alanlarının tümünde üretilen işleri kapsayan global bir terim olarak yirminci yüzyıl sanatı tarihi içinde yerini

almıştır. Konstrüktivizme ait görüntüler formal estetikleriyle, geometri ve dik açılarıyla, montaj ilkeleri ve "endüstriyel üretim"le farklılaşırlar.

Bir tarz olarak Konstrüktivizm, 1910'lardaki ve yirmilerin başlarındaki nesnel olmayan Rus sanatının üzerine kurulmuştur. Değişik felsefelere ait sanatçıların formal yeniliklerinin yansımalarını izlemek mümkündür. Ancak Konstrüktivizm özellikle Rus avangardı içindeki iki merkezi eğilimle beslenmiştir.

Bu eğilimlerden biri, resim düzleminden uzaya açılan, boyadan gerçek malzemelere geçerek üç boyutlu yapılar yaratan sanatçıların deneylerinden türemiştir. Öncüsü kontr-rölyefleri ve Üçüncü Enternasyonal Kulesi ile tanınmış Tatlin olan bu yaklaşım, gerçek objelerin tasarımına yol açacak süreci başlatmıştı bile. Inkhuk araştırma merkezinde, Konstrüktivistler Çalışma Grubu'nu oluşturan ve Konstrüktivizmin gerçek ve aktif liderleri haline gelen Rodchenko, Ioganson, Stenberg kardeşler ve diğerleri, bu eğilimi kendi deneylerinde sürdürdüler.

Bu sanatçıların 1921'de Moskova'da sergiledikleri uzamsal, hacimli ve renkli yapılar, üretim sanatı düşüncesinin çekimine çoktan kapılmış kişilerin araştırmalarıydı. Bu işler, artistik sorunların, daha o zamanlar adeta bilinçli bir toplumsal hedefin etkisiyle bulunmuş çözümleri idi. Aynı işler, "Konstrüksiyon ve

Alexander Rodchenko, tasarımını kendi yaptığı bir "üretim giysisi" (prozodezhda) içinde.



Kompozisyon" tartışmalarının en fırtınalı dönemlerinde yaratılmışlar ve gerçekten de Konstrüktivizmin laboratuvarı haline gelmişlerdi.

Serginin fotoğrafları, Almanya'da, Fransa'da ve başka ülkelerde yayınlandı. Mayakovsky, 1922'de **Izvestiia**'da şöyle yazıyordu:

"Sanat dünyasındaki bu son ürün, Fransa'dan değil, Rusya'dan geldi. Konstrüktivizm sözcüğünün Fransızların sözcük dağarcığında da yer aldığını görmek çok şaşırtıcı. Çünkü biz burada 'Konstrüktivist' sanatçılardan söz ederken, çok ihtiyaç duyulan birinci kalite tellerden, bol bol ince el hareketi kullanarak tümüyle yararsız, ancak göze hoş görünen yapılar üretenleri kasdetmiyoruz. Biz, sanatçının ciddi işlerini yalnızca güncel yaşamımızı biçimlendirme sürecimiz için çok gerekli bir mühendislik dalı gibi gören Konstrüktivizm'den söz ediyoruz."(25)

Sanatsal avangardın Konstrüktivizmi besleyen diğer cephesi ise, üçüncü boyuttan ziyade düzlem üzerindeki sanatsal deneylerle ilgileniyordu. Bu eğilimin kökleri Analitik ve Sentetik Kübizm, Kübo-fütürizm ve üstüncülük (Suprematizm) gibi geçmiş akımlara dayanmaktaydı.

Üstüncülük, Konstrüktivizm daha doğum halindeyken, bir tarz olarak kabul görmüştü ve kurucusu Kazemir Malevich'in özgün hedeflerinden ve felsefesinden çoğu kez bağımsız kalarak kendi varlığını sürdürdü. Bir buzdağı yaratmıştı Malevich. Dağın ağır olan onda dokuzu batarak, özgün artistik unsurlarından, derin bir kuram denizinin içinden gerçek dünyaya yükselen ve temel geometrik formlarla belirgin renklerden oluşan dilinden yararlanan çok sayıda sanatçının gözlerinden kaybolmuştu.

Bir görsel dil olarak üstüncülüğün tanımlama berraklığı ve ürünlerindeki belirgin güç adeta bulaşıcıydı. Daha 1919'da, Nikolai Punin, "Üstüncülük, zengin ve coşkulu renkleriyle tüm Moskova'yı donatmış durumda. İlan panolarında, sergilerde, kafelerde, üstüncülük her yerde." diyordu.(26) Görünüşe bakılırsa, Devrim'den hemen sonraki solcu sanat bütününü üstüncüydü. Kırmızı ve siyah kareler, daireler, üçgenler, kitap kapaklarında, seramik eşyalarda, festival bayraklarında, propaganda trenlerinde boy gösteriyorlardı.

Üstüncülük, ister istemez Konstrüktivizmin içine sızdı. Öncelikle üstüncülük, yukarıda belirttiğimiz gibi, yepyeni bir tarzıydı. Hayat dolu ve çekici, "solcu" tarzıydı. Sanatçının kanına girerek, aynı güce sahip bir başka alternatifi olmaması halin-

de, onu kısa yoldan pes ettiriyordu. (Örneğin Tatlin, alternatif bulabilen ender sanatçılardan- dır.) Üstüncülüğün Konstrüktivizm üzerindeki etkisinin ikinci nedeni de, ilgi alanlarını oluşturan sanatsal görevlerin yakınlığıydı. Konstrüktivist Alexander Vesnin, "Herhangi bir objenin tasarımı, temel plastik unsurların, yani malzeme, renk, çizgi, düzlem ve yüzey dokusunun güçlü bir bütünleşmesiyle sağlandığına göre, bu unsurların araştırılması da, sanatçının tüm etkinlikleri içinde ilk sırayı almıştır."(27) diye özetliyordu sanatçının görevini. Ancak üstüncülük, bu yönde bir hayli yol almış durumdaydı. Üstüncülüğün ürünleri, her türlü form yaratımına kaynak oluşturmak üzere resimsel yapının temel unsurlarının ve fiziksel dünyanın yapılanmasına temel oluşturan evrensel ilkelerin arayışından kaynaklanıyordu. Konstrüktivistler de evrensel düzeydeki sorunları çözme-



Rodchenko'nun Leningrad Devlet Yayıncıları için yaptığı afiş, 1925. Afişin orijinali kitapçı vitrininde kullanıldı. 1961'de Rodchenko'nun Moskova'da açılan sergisi nedeniyle basıldı.

çabası içindeydiler ve doğa, teknoloji ve sanat dünyalarındaki biçimsel yapıların "kanunlarını" bulup çıkarmaya çalışıyorlardı. Kısacası, bu iki sanatsal sistemin çıkarsamalarının, sonuçlarının ve ürünlerinin örtüşmesi çok doğaldı.

Dahası, bu etkileşimlerin kendi içinde de belli kurallar göze çarpabiliyordu : Konstrüktivizmin ilkeleri, üstüncülüğün diliyle ne kadar derin ve organik bağlarla bütünleşirse, sonucun estetik kalitesi de o kadar yüksek oluyordu. Bunun en belirgin örneği, El Lissitzky'nin çalışmalarıdır. Üstüncülükle diğer tüm Konstrüktivistlerden daha fazla ilgiliydi ve Konstrüktivizmin temel ilkelerini diğer tüm üstüncülerden daha fazla paylaşıyordu. Belki de yalnızca bu nedenle yirmilerin en büyük grafik tasarımcısı olarak kalmayı başardı.

Ürün verdikleri tüm alanlar içinde, Konstrüktivistler düşüncelerini en çok grafik tasarım ve mimarlıkta gerçekleştirebildiler. Konstrüktivizmin gerçek yaşamda yer aldığı ilk üretim biçimi, matbu baskıydı. Konstrüktivistlerin bu alana el atması, Sovyet reklamcılığının başlangıcıyla çakıştı ve Sovyet reklamcılığının gelişimini bütününü etkiledi.

“Reklam-İnşaatçısı Mayakovsky- Rodchenko”

Yirmilerde, Sovyet reklamcılığının başköşesinde duruyordu. Mayakovsky ile Rodchenko, birlikte reklamcılık yaptıklarında kendilerine bu adı vermişlerdi (Rusçası **Reklam-konstruktor**). “Reklam-İnşaatçısı”, Mayakovsky otuz yaşında, Rodchenko-Mayakovsky'nin tanışmalarından kısa süre sonra taktığı adıyla “ihtiyar” ise iki yıl daha yaşlyken üretime geçmişti. Bu birliktelik giderek büyük önem kazanacaktı. Mayakovsky'yi, Rodchenko'nun çektiği portre fotoğraflarından tanıyoruz. Mayakovsky'nin portrelerini hiç kimse, hiçbir yerde, Rodchenko'nun 1924'te kendi dairesinde çektiği kadar iyi çekmeyi başaramamıştır. “Rodchenko'nun Mayakovsky portreleri serisi, hem ünlü ozan, hem de Rodchenko'nun kendisi için sahip olduğumuz en müthiş anıt-



“Motor” sigaraları için yapılmış ambalaj tasarımı. Tasarımcısı ve yapım tarihi bilinmiyor.

tır. Rodchenko'nun bu kadar büyük bir anlatım gücünü nasıl sağladığını hâlâ anlayabilmiş değilim.”(28) Yıllar sonra yazılan bu satırların sahibi, Vhutemas okulunda Rodchenko'nun öğrencisi olmuş, kendisi de yetenekli bir sinemacı olan Sergei Uru-sevsky'ydi. Ozan ve çizer, sanat dostlarıydılar birbirlerinin; aynı bakış açılarını paylaşmış, birlikte çok iş yapmışlardır. **LEF** ve **Yeni LEF**'in her sayısı, Rodchenko'nun yaptığı kapaklarla basılıyordu. Mayakovsky'nin şiiri “Buna Dair”in (Pro Eto) ilk ayrışması, Rodchenko'nun fotomontajları sayesinde sanat tarihinde ünlenmiştir. Mayakovsky'nin toplam 13 şiir kitabının ve **Tüm Eserleri**'nin ilk basımının tasarımlarını, Rodchenko yapmıştır. Mayakovsky bir keresinde, “Rodchenko, kitap kapağı tasarımında yepyeni bir tarz yarattı,” demişti.(29) Kendi kitaplarının tasarımında da Rodchenko'ya güvenmesi boşuna değildi. “Reklam-İnşaatçısı”nın çalışmaları, 1923 ile 1925 arasında yaklaşık üç yıl sürdü. Yeni Ekonomik Politika veya YEP'in etkisiyle özel sektör bir hayli etkinleştiğinden, Devlet'in kendi kuruluşlarına ait ürünlerin tanıtımı, çok acil bir sorun haline gelmişti. Mal ve hizmet sektörle-

rindeki Sovyet kurumlarının, serbest girişimin rekabetine karşı göğüs gerebilmeleri gerekiyordu. Böylelikle Devlet'in kendisi, reklam veren müşteri oldu.

1921 yılı ilkbaharında, Gosizdat Devlet Matbaası'nın kırsal kesime YEP'in yürürlüğe girme ve uygulanma kararnamesini anlatmak üzere yayınladığı bir afişin metnini yazan Mayakovsky, ilk kez bir politika olarak YEP'in “reklamını” yapan kişi oldu. Aynı Mayakovsky, iki yıl sonra Devlet reklam işlerinin başında, YEP'in -hükümeti mutlu edecek biçimde- biraz fazla kârlılaştığını düşünenlere karşı sürdürülen savaş yönetiyordu.

1923'de, Mayakovsky “Propaganda ve reklamcılık” başlıklı bir makale yayınladı. Bu yazısında, Sovyet reklamcılığının hedeflerini ve özelliklerini sıralıyordu: Propagandanın müthiş gücünü biliyoruz... Burjuvazi de, reklamın gücünü biliyordu. Reklam, endüstriyel, ticari propagandadır. Hiçbir iş, en kesin ve güvenilir olan bile, reklam olmadan sürekliliğini koruyamaz. Rekabetten doğan bir silahtır reklam... Bu silahtı, bu propagandayı, YEP'lerin, topraklarımızda ticaretle uğraşan yabancı burjuvazinin ellerine teslim edemeyiz. SSCB'deki herşey, proleteryanın yararına olmalıdır. Reklam üzerine biraz kafa yorun! (30)

Rodchenko'nun hatırladığına göre, “Reklam-İnşaatçısı, 50 kadar afiş, 100 kadar ilan panosu düzenlemesi, ambalaj tasarımları, ambalaj kâğıtları, ışıklı reklamlar, dergi ve gazetelerde ilanlar ve illüstrasyonlar üretti.”(31) Rodchenko'nun daha sonra dikkat çektiği gibi, o kadar çok ürün vardı ki, “bunlara dair ayrı bir kitap yazılabildi.”(32) Adresleri, “reklam-İnşaatçısı”nın her iki ortağının sık sık arşındıkları eski Moskova'nın eski ticaret odağı Miasnitskaia Caddesi'ndeki (Bugünkü Kirov Caddesi) başladığı noktadaki yapıda, merkeze daha yakın bir konumda yaşıyordu. Bir toplu konut olan yapının üçüncü katındaki dairesi, toplam on üç metrekarelik bir hücreydi. Bugün, aynı yapı görkemli bir Mayakovsky Müzesi'ne dönüştürülmüştür. İçeride, kapı aralığını ipek bir kordunun saygıyla engellediği o küçük odası, bir anı olarak korunmaktadır. Bu yazıyı yazdığım günlerde Müze, Moskovalı genç tasarımcıların sevgi ve yüreklilikle düzenledikleri “Mayakovsky ve Üretim Sanatı” başlıklı bir sergiye de sahne oldu. Miasnitskaia Caddesi'ni boydan boya geçip, bugün Moskova Merkez Postanesi'nin bulunduğu noktaya kadar geldiğinizde, yuvarlak köşeli eski bir konutla karşılaşsınız. Bu yapı, yirmile-

rin ünlü Vhutemas okuluydu. Öğretmenlerin çoğu, sonradan avluya eklenmiş olan bir yapıda yaşıyorlardı. Rodchenko da burada, o zamanlar Moskova standartlarına göre bir gökdelen sayılan bu yapıda yaşamını sürdürüyordu. Kendisine verilen dairenin yedinci yani en üst katta bulunması, sonraki kuşaklar için büyük bir şanstı. Rodchenko'nun balkonundan çektiği fotoğraflar, basık perspektifli “solcu” fotoğraf teknikleri çağını başlatıyordu. Rodchenko, Mayakovsky'nin portrelerini de burada çekti, tüm fotoğraflarını burada, kendi kurduğu karanlık odada bastı.

Rodchenko'nun evinin çok yakınında, Miasnitskaia Kapıları meydanının arkasında, Vodopianski Caddesi başlar. Buradaki bir toplu konutta da, **LEF** dergisinin yazı işleri karargâhı yer alıyordu. Daha önce belirtildiği gibi, derginin diğer iki odası, Osip Brik'in -üretim sanatının kuramcısı ve Mayakovsky'nin işlerinin ateşli bir savunucusu- ve karısı Lili'nin evlerindeydi. Mayakovsky, konusu Lili'nin ta kendisi olan şiiri “Buna Dair”i ilk kez burada yüksek sesle okumuştur. Yine burada, bir yığın başka işlerin arasında her gün reklam afişleri için metinler hazırlardı. Rodchenko, “Mayakovsky ile Çalışmak” başlıklı anılarında, şöyle anlatıyor: “Mayakovsky'nin uyduruk kâğıt parçaları üzerine çiziktirdiği metinler, Vodopianski'deki kuyruklu piyanonun üzerinde son şekillerini alırlardı.”(33)

“Sovyet afişini yaratma işi -yeni reklamcılığımızın yaratımı- büyük bir hızla ilerledi. Volodia (Mayakovsky) bu işi son derece ciddiye alıyordu. Değişik reklamcılık uygulamalarını kapsayan bir fiyat listesi bile hazırlamıştı. Bu fiyatlar için resmi onay alındı. Her iş, kendi içinde birimlere ayrıştırılarak; örneğin metin, tas-

Vladimir ve Georgii Stenberg'in 30 Gün dergisi için yaptığı afiş, 1928.



Rodchenko'nun Lef dergisi için yaptığı kapak tasarımı, 1923.

lak, son orijinal gibi, birim başına standart fiyatlar uygulanıyordu. Muhtemel müşterilerimize göstermek için, yaptığımız işlerden bir albüm bile hazırlamıştık.”(34) “Reklam-İnşaatçısı”nın yoğun çalışma temposu akıl alır gibi değildi. Her gün yeni bir reklam yapıyordu. Mayakovsky sabah yeni bir iş alıyor, akşam Rodchenko uğrayıp bitmiş olan metinleri alıp evine götürüyor, evde taslakları hazırlıyordu. “Ertesi sabah saat on bir olmadan, afişleri Volodia'ya teslim etmiş oluyordum... Akşam olunca, aynı rutin tekrarlanıyordu... Afişleri her yere ulaştırmak uğruna, büyük baskı altında çalışıyorduk.”(35) “Reklam-İnşaatçısı”nın çalışma biçiminde ciddiyetten uzak, başarısında ise rastlantısal hiçbir şey yoktu. Yapımcıların kendilerinin de ifade ettikleri gibi, “yüksek nitelikli” iş üretiliyordu. Bu reklamları yatanlar, üretimi [productivist], solcu sanatın öncüleriydi. Ve bir yandan, kuramlarının yaşam, kavramlarının gerçeklik kazanmasını izliyorlardı. Grafik tasarımında böyle bir çalışma, toplu tüketime yönelik basılı malzeme, sanatçının üretim sürecine tam onların anladığı biçimde katılımı demektir.

Mayakovsky ve Rodchenko'nun reklamlarında, her şeyin başı metindi. Yani çalışma süreci böyle düzenlenmişti: dahi ozan, diğerleri için itici gücü yaratıyordu. Yazdığı diğer her şey gibi, tüm reklam metinleri de, “ses için”, kırıp kırıp küçük şiirlerdi, belleklerde yankılanan. Moskovalılar, kentin dört bir yanına asılan her bir Mayakovsky reklamının metnini ezbere biliyorlardı.

Ne kadar az sözcük veya çizgi kullanılırsa kullanılsın, Mayakovsky nitelikli olmaları için müthiş titizlenir, özenle biçimlendirilmelerine dikkat ederdi. Tüm yaşamını adadığı propagandada şiirlerinden kazandığı engin deneyimle, reklamlara nasıl yak-

MACT APT 4YB

G.Echeistov'un logotayı, 1920. Masterskaia Chuvstv (Duyguların Atölyesi)'ün edebiyat klasikleri yoluyla ahlaki eğitim sağlamayı amaçlayan bir basımevi. Tasarımında basımevi isminin kısaltılmışı "MASTR CHUV" kullanılmıştır.

laşılması gerektiğini biliyordu. Rus Telgraf Ajansı ROSTA için gerçekleştirdiği çalışmalarına başlayan reklam şiiri, bu zincirin halkalarından yalnızca biriydi. 1919 sonbaharında, ROSTA gündel siyasi konularda afişler yayınlamaya başladı. Bu afişler çoğunlukla mağaza vitrinlerine asılıyordu. O zamanlar vitrinler tam anlamıyla bomboş olduklarından, afişlerin ortaya çıkışı kentte önemli bir olay haline geldi. Afişli vitrinlere "ROSTA vitrinleri" adı konmuştu. Her zaman kalabalık insan grupları toplardı bu vitrinlerin önünde. Moskova gibi büyük bir kentte bile, pek az sayıda afiş, tüm nüfus için yeterliydi. Mayakovsky'nin "Devrim afişleri" adını verdiği ROSTA vitrin afişleri, elle çizilip teksirle çoğaltılıyordu. Böylece, her afiştan iki ya da üç gün içinde en çok üç yüz kopya elde edilip ülkenin dört bir yanındaki kasabalara yollanıyordu. Bu yöntemle taze haberler neredeyse telgraf hızıyla, ilgili olayların gerçekleşmesinden yalnızca birkaç gün sonra, afiş haline getirilmiş oluyordular.

Bu "vitrinler", bir sanatçılar grubu tarafından gerçekleştiriliyordu. Ancak ekibi peşinde sürükleyen daima ozan Mayakovsky'di. Afişlerin genel yapısını tasarlayan da oydu: Her afiş, sırayla bakılması gereken, her biri aynı büyüklükteki bir dizi resimden oluşuyordu. Her resmin altında, yalnızca o resme ait bir metin bulunuyordu. Metinlerin bir araya gelmesiyle de bütünlüğü olan bir öykü ortaya çıkıyordu. Kısacası, ROSTA afişleri bugünün terminolojisiyle, çizgi roman anlayışıyla çiziliyorlardı. Mayakovsky'nin katkıda bulunduğu ilk "vitrinden" itibaren, ROSTA afişleri giderek açık seçik ve anlaşılır biçimde yönlendirilmiş bir propaganda metninin etrafında yapılanmaya başladılar. Mayakovsky her gün ulusal gazeteleri gözden geçirerek konu başlıklarını seçiyor, bilgiyi

araştırıyor ve sonunda bir metin oluşturuyordu. Toplam bin altı yüz adet üretilen vitrin afişlerinin beş yüzden fazlası hem ozan hem çizer olarak Mayakovsky tarafından tek başına gerçekleştirilmişti. Diğerleri için ise şöyle diyordu: "Slogan ve metinlerin tümü gerçekte bana aitti"(36) Propaganda şiirindeki deneyimi sayesinde, en başından itibaren Mayakovsky'nin kaleminden olağanüstü ustalıkta reklam metinleri dökülüyordu. Bu reklamları yaratan ozan, bir yenilikçiydi. Hiç durmadan dil ve form üzerinde çalışıyor, kendisine bilinçli olarak "yeni-sözler" ve "devrimsel sentaks" yaratmak, "sözel anlambilimin yenilenmesi", "bir sözcüğün afiş uyumunu (plakatnost) bulup çıkartmak", "slogansız sözler üretmek" gibi görevler veriyordu (Bu terimlerin tümü, 1922'de yazdığı **Fütürizm Mektupları**'ndan alınmıştır). Ve afişlerinde de bu görevlere yöneldiğinden, doğal olarak her defasında hedefi vuruyordu. En başarılı sloganı kabul ettiği beş sözcükten söz ederken, ona hak vermemek elde değil: "Tüm o şiirsel şamataya karşın, bence [reklam sloganım] 'Ne orada, ne burada, yalnızca Mosselprom'da' (Nigde krome kak v Mosselprome), ustalığın en üst düzeyinde bir şiirdir."(37) Tabii bu söz, yirmilerin tarihinde yerini almış, zamanının en olağanüstü işaretlerinden biri haline gelmiştir. Mayakovsky'nin metni, Rodchenko'nun eline geçtiğinde görsel bir form kazanıyordu. Harfler aktifti ve çoğu kez de, reklama konu olan unsurun "inşa" edildiği tek malzemeydi. Harf karakterleri, metindeki fikre en iyi hizmet edecek biçimde kullanılıyorlardı. Böylelikle, Rodchenko'nun işlerine özgü bir ilke gelişti. Buna göre, tipografik müdahaleler metne vurgu ve ritm katıyordu. Tümceler anlamlarına, vurgularına ve sözel ritmlerine göre bölünüyor, daha sonra her parçaya, mesajın tümü içindeki rolüne göre harf karakteri, boyut ve renkten oluşan görsel özellikleri kazandırılıyordu. Her sözcük veya sözcük grubu tek tek dinleniyor ve "akort" ediliyordu. Son olarak da, tüm tipografik yapı hem kendi içinde hem de sözcüklerin sayfa üzerindeki genel düzeni bakımından "akort" ediliyordu. Mayakovsky ve Rodchenko'nun kullandığı sentaks, izleyiciyi düşünerek düzenlenmiş, enerjik ve coşku vericiydi. Burada da hem kendi tutkularının hem de döneme özgü tutkuların izlerini bulmak mümkündü. Sentaksları, aynı anda hem üretimi bir sanatçının tutumunu, hem emeğin değerlerini, hem de yaşamın kendisine biçimlendirme özlemi

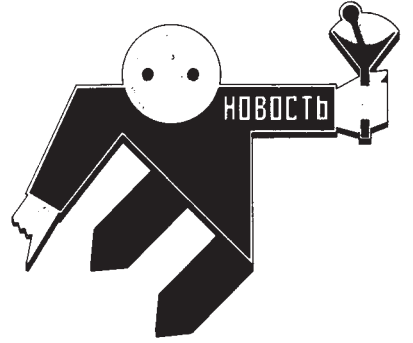
duyan yaratıcılığı kapsayabiliyordu.

Rodchenko, tipografik hammaddeyi belirginleştirip yapılandırırken, oklar, ünlem işaretleri, cetveller, dikkat çekecek ve görsel dinamizm katacak her türlü aracı kullanıyordu. Afişlerinde çizim aletleri kullanılarak elde edilmiş basit geometrik formların yer alması da rastlantı değildi. Bu formları zaten öteden beri deneysel resimlerinde kullanıyordu. Anılarında belirttiği gibi: "1919. Beyaz zemin üzerinde tek bir siyah formun bulunduğu on ışık bir dizi yapmak aklıma gelmişti. Tıpkı bir cetvel gibi. Dizinin adı da 'Çizgiler' olacaktı. Tabii bu çizgiler yüzünden müthiş eleştirilecektim. 'Bunlar, bu basit fırça darbeleri resim falan değil, diyeceklerdi. Ancak benim endişelerim onlarınkilerden farklıydı.' Aynı anıların daha ilerisinde, şöyle yazıyor Rodchenko: "Ancak, 1920'nin sonları ile 1921'de, bu işlerin taklitçileri göze çarpmaya başladı. Bir çokları, çizgilerin yapı planı olarak kullanılması fikrinin, genelde yapı sorunlarına karşı daha duyarlı olmalarını sağladığını söylüyorlardı."(38) Böylece, Konstruktivizmde zaten kendisini göstermiş olan bazı eğilimler, grafik ve tipografik çalışmalara da yansımış oldu.

Rodchenko'nun işlerinde, harfler basit, elle yontulmuş nesnelere yazılar çoğu kez, dizginin önündeki kaba hurufatla dizilmiş gibidir. Öte yanda, okunaklılık endişesiyle ve "teknokratik" bir görüntü elde etme çabası içinde biçimlendirildikleri de bellidir. Her ne kadar Konstruktivistlerin uygun teknoloji denilinceye kadar yararlanma ilkesiyle çelişse de, yazı karakterleri genellikle hazır hurufattan değil, elle çizilerek kullanılıyordu. Ancak o zamanlar, eller teknolojiden daha becerikliydi ve bir afişin yirmi dört saat içinde basımevinde bulunması gerektiğinde, elle daha hızlı çalışabiliyordu. Bu da, eli iş için uygun teknoloji haline getiriyordu. 1925'de, Mayakovsky ve Rodchenko'nun bazı afişleri, Paris'te, Uluslararası Dekoratif Sanatlar Sergisi'nde yer aldı. Sovyet pavyonunun iki duvarı onlara verildiği gibi, "reklam inşaatçısı" sergide bir de gümüş madalya kazandı. Rodchenko, Paris'te Sovyet gösterisinin hazırlıklarına yardım ederken, karısına şunları yazmıştı: "Dün gece, ve biraz da akşamüstü, Paris sokaklarında dolaştım. Reklamları öylesine zayıf ki, anlatılır gibi değil. Hele görmeye değer ışıklı tabela hiç yok. Yani, bu alanda hiçbir şey yapılmamış da değil: çok ürün var ve teknoloji düzeyi de yüksek."(39) İşte, yalnızca iki yıllık



El Lissitzky'nin Illia Ehrenburg'la birlikte çıkardığı "Veshch (Nesno)" dergisinin 3. sayı kapağı. Tasarımcısı El Lissitzky, 1922.

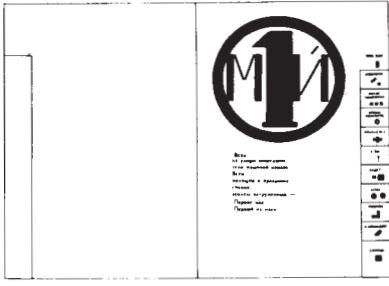
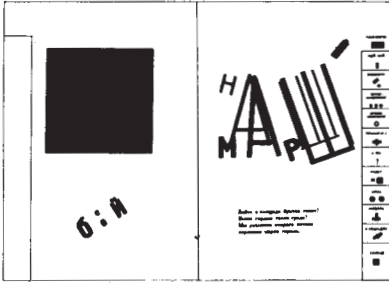
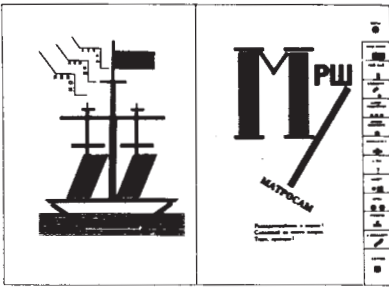


Rodchenko'nun yeni çıkan kitaplar için yaptığı reklam panosu, 1924.

reklamcılık deneyimi olmasına karşın, medyanın olanaklarını olağanüstü yaratıcı ve yenilikçi güçlerle zorlama yeteneğine sahip sanatçının görüşleri bunlardı.

Burada Mayakovsky ve Rodchenko'nun işlerinin üzerinde özellikle durulması, bu işlerin önemini yansıtmaktadır. Reklamcılıkları, üretimi ilkelerin en çok göze çarpan dışavurumudur. Bu ilke Devrim sonrasındaki, sanayi demokratikleştirme ve halk düzeyine indirme çabalarının en merkezi başarısı olarak ortaya çıktı. Reklamcılık, bu ilkeyi diğer tüm medyalardan çok daha geniş kapsamlı olarak, yaşamın her alanına ve toplum uğruna yaygınlaştırabilmişti. Bu sanatçılar için, reklamcılık tüm yaşamlarını kaplayacak bir olay değildi. Mayakovsky ve Rodchenko gün geçtikçe aktifleşiyor, sayısız Devlet kuruluşundan siparişler alıyorlardı. Yalnızca Moskova bile, onların yarattığı reklam sloganlarıyla dolup taşıyordu artık. Yaptıkları işin model oluşturduğunun bilincindediler. Tüm Sovyet reklamcılığının ortak sesini belirliyorlardı. Bu sesin yankıları günümüze kadar ulaşmıştır. Metinlerinin çoğu tekerlemelere dönüşmüştür. Bu tekerlemeler sayesinde, çoktan ölmüş "şirketlerin" -Mosselprom, Rezintrest, Chai-upravlenie isimleri hâlâ hayatta kalabilmektedir.

Sovyet Devleti'nin bu tür reklamlara duyduğu ihtiyaç, YEP'le birlikte doğmuş ve YEP'le bir-



Mayakovski'nin şiiirleri üzerine yapılmış kitaptan sayfa örnekleri. Tasarımcısı (kendisine konstrüktör yani inşa eden diyor.) El Lissitzky, 1923.

likte ortadan kalkmıştır. Bu tarz çalışmalar, yirmilerin ortalarında da sürerek Sovyetler Birliği kıtasının her yanına yayılmıştır. Bu yüzden, reklam yaratımında görev almış kimselerin sayısı olağanüstü büyüklüktedir. Eğer Konstrüktivizm itici güç olmayı sürdürdüyse, bu görevde etkin olan tek Konstrüktivistin Rodchenko olmadığı da söylenmelidir.

Diğer Konstrüktivistler

Sovyet reklamcılığına önemli katkıları olan diğer konstrüktivistler de burada anılmalıdır. Erken Sovyet reklamcılığının gelişimine en çok katkıda bulunan diğer Konstrüktivistlerin başında, Varvara Stepanova, Anton Lavinskii, Vladimir ve Georgii Stenberg ve Konstantin Medunetskii gelir. Tümü de, Konstrüktivizm ile birlikte ilerledikleri yaratıcılık yolunda, ileri muhafız görevi yapmışlardır. Tümü de, Inkhuk tartışmaları sırasında konstrüktivist felsefenin ilk oluşumuna aktif katkıda bulunmuşlar, yeni konstrüktivist estetiğin ilk sergilerinde yer almışlardır. Reklamcılık, Devlet için yapılması gereken görevlerden biri olarak ortaya çıktığında da tümü, yeni mesleki ilkelerinin doğrultusunda, toplumun çağrısına enerjik katılımlarıyla karşılık verdiler.

Bu gelişmelere yakından tanık olan birisinin anılarından, sanatçıların üretim sanatı ilkelerine ne kadar yürekten ve derinden bağ-

lanmış olduklarını anlamak mümkün. Anton Lavinskii'nin karısı Elizaveta Lavinskaia aktarıyor: "Bir gün, küçük bir odada oturmuş resim yapıyordum. LEF kurallarına göre bu başlıbaşına bir günahı. Fotomontaj yapılabildi. Ancak resim yalnızca reklam afişleri için çizilebilirdi." (40) Elizaveta'nın eşi, Konstrüktivist programa göre yaşayanlardandı: afiş, kitap ve dergi kapağı tasarımları yapıyor, oldukça yaratıcı ve kullanışlı satış kulübeleri için çeşitli fikirler geliştiriyordu. Gosizdat Devlet Yayınevi'nin ünlü kitap satış kulübeleri, onun tasarımıydı. Bunlardan biri 1923'te Moskova Rus Tarım Ürünleri Sergisi'nde yayınları tanıtmak amacıyla kurulmuş, bir diğeri ise ertesi yıl kent merkezine yerleştirilmişti. 1925'te, bir yoldaşı, Lavinskii'nin afişleri hakkında şunları yazıyordu LEF'te: "Herşey berrak, sesler güçlü. Berrak ve güçlü, çünkü afişin işlevi doğru anlaşmış. Reklamı yapılan ürünlerin sıkıca bütünleştirilmiş fotoğraflarının, zekice bir araya getirilmesiyle, afişler dikkat dağıtmıyor, aksine dikkatleri topluyordu. Sonuçta, Lavinskii'nin afişleri hızlı etkili ve akılda kalıcıdır." (41) Bu yorumun kendisi bile, sözcük dağırıcılığı ve temel endişeler bakımından tümüyle tipiktir.

Devlet'ten gelen bir afiş siparişi, ürünlerin "Sovyet" olduğunun vurgulanması, üreticinin de SSCB yani ülkenin tümü olarak gösterilmesi anlamına geliyordu. Böylece, reklam ve propaganda, tıpkı Mayakovsky'nin "Propaganda ve Reklam" başlıklı makalesinde öne sürdüğü gibi, uyum içinde birlikte varoluyorlardı. Mayakovsky'ye göre, propaganda boyutu, reklam metinleri oluşturmanın anahtarıydı. Ancak bütün iş yalnızca sözlerle değildi. Propaganda, Konstrüktivistlerin görsel dilinde de vardı. Tasarım çözümlerinin berraklığı, enerjisi ve çıplaklığı, Sovyet reklam afişlerini geleneksel burjuva reklamlarından kesin olarak ayırıyor, onlara belirgin bir Sovyet kişiliği kazandırıyor. Üretim sanatı kuramcısı Boris Arvatov, reklamcılığı haklı olarak çağdaş dünyanın "Propaganda sanatı" diye tanımlıyordu.

Mayakovsky'nin grubuna ait Konstrüktivist sanatçıların işlerinde birçok ortak özellik vardı. Bakış açıları da benzeşiyordu. Bu yüzden, Konstrüktivizmin yirmilerin Sovyet tipografisindeki temel eğilim olduğu söylenebilir. Bırakın bugünü, aynı dönem Avrupa'da üretilen işlerle kıyaslandığında, Sovyet Konstrüktivizmi kaba görünüşüdür. Doğrusal çizgilerden oluşmuştur. Tipografi yelpazesinin tümü

araştırılmamıştır. Böyle bir yelpazeyi aramak da boşunadır. Ancak, sağladığı güçlü görüntünün, daha geniş anlamdaki profesyonel bilince yenilikçi ilke ve tutumları sıkıca aşıl原因 görününtünün nedeni de tam tamına budur. Sanatçılar bunun kendileri için ne kadar değerli olduğunun farkındadırlar. Konstrüktivizm, kendisinden sonra üzerinde daha incelikli işlerin yetiyeceği toprakları hazırlamıştır. Bugün bile, tüm dünyada tipografi, yirmilerin fikirleriyle beslenebilmektedir ve bu fikirlerin çoğu da, doğrudan doğruya Sovyet Konstrüktivistlerinden çıkmıştır. O dönemin Sovyet reklamcılığının ayırt edici özelliği, ticari tasarım ile daha önce "güzel" sanatlar diye tanımlanan etkinliklerin güçlü bağlarıydı. Bu da, avangardın yenilikçi deneylerine somut bir form kazandırıyor. Bu ilk Devrim sonrası yıllarda, sanat ve tasarım tek ve birleşik bir tarihi, bu girişte özetlenen öyküyü yaşadı.

Dönemin sanatsal çoğulculuğundan ve bunun günümüze dek eleştirel metinlerde nasıl hafife alındığından daha önce söz etmişim. Konstrüktivist işlerin kuşku götürmez merkeziliğine karşın, bu kitaptaki illüstrasyonların çoğu, sol cepheye ait olmayan, avangartlıklarının farkına varmayan sanatçılardan derlenmiştir.

Seksenlerin İkinci Yarısı

Her çağ, geçmişin görsel deneyimlerinin değerlendirilmesine kendi düzeltmelerini katar. Her birimiz, kaçınılmaz olarak kendi alanımızın tarihine tercihlerimizin prizmasından bakar ve kendi bakış açımızın kanıtlarını buluruz. Bu yüzden günümüzde, herhangi bir dönemin temel meselelerinin yanında ikincil kalan kültürel olgulara, temel meseleler kadar ilgi gösterilmektedir. Aynı zamanda, her yeni nesil, bilinmeyen toprakların haritasını çıkartma tutkusunu ile, yeni estetik toprakların fethetmektedir. Bu süreç içinde, tamamlayıcılık ilkesinin devreye girmesi oldukça tipiktir: sanatçının dikkati, gerçeğin birbirini tamamlayan nitelik ve boyutlarına yönelir. Ve bunlar da çoğu kez, kendi kültürünün kabul ettiği nitelik ve boyutlara karşittir.

Rus ve Sovyet avangart sanatı, bir ilke sıçraması, sanatsal düşünüşte büyük bir kesinti sağladı. Ancak, aynı gerekçeyle sınıflamacı ve dışlayıcı olundu. Sanatçıların takındıkları tüm estetik tavırlar, sorgulanmaz ve uygulamada mutlak olarak sunuldu. Bu yüzden, grafik tasarımdaki

renk, yazı karakteri, temsil biçimleri, işlev, tasarım kuralları gibi unsurların temel önermeleri de mutlak ve belirgindi. Dönemin grafik tasarım öncüleri, temel oluşturmak, mesleklerinin gelecekteki gelişimi için miras bırakmak uğruna öylesine büyük bir fikir ve iş yığını yarattılar ki, sanatçılar onlarca yıldır bu çalışmalardan yararlanmayı sürdürmektedirler. Ancak bu değer ve ilkeler sonsuza dek varolmayacaklardır. Zaman geçtikçe gözlerimiz açılmış, kitsch suçlamasıyla çöplüğü boylamış olan çalışmaların da, kendi değer sistemlerine -estetik veya başka türlü sahip oldukları anlaşılmalıdır. Tasarımda "işlevsellik" sorununa karşı tutumlar birçok kez değişim geçirmiş, sonunda meslek dünyamızın çoğunluğu işlevsizlik tarafına geçmiştir. Yazı karakteri tasarımında, çizerlerin ve grafik tasarımcıların kendi çabalarıyla bir devrim gerçekleştirilmiş, Konstrüktivistlerin yirminci yüzyıla uygun tek yazı karakterinin grotesk olduğu iddiaları, tümünden reddedilmiştir. Ve, tarihsel avangardın öncülerinin hiçbirinin akıllarına bile getiremeyeceği, çizer ve grafik tasarımcıların tutumlarında dekoratifliğe yönelik köklü bir değişim gerçekleşmiştir.

24 Rodchenko'nun 1921'de, Inkhuk'daki bir toplantıda yaptığı konuşmadan. Khan-Magomedov'un, "Diskussia v Inkhuke" adlı yapıtıdan alınmıştır. s. 48-49.

25 Mayakovsky, "Parizh" ("Paris"), Tüm Eserleri, 4. cilt, s. 212.

26 Nikolai Punin, "V Moskve - pis'mo" ("Moskova'da - bir mektup"), Iskustvo kommuny, 1919, sayı 10.

27 A. Vesnin, Adı geçen eser, s. 14.

28 A.M. Rodchenko, Stat'i. Vospominaniia, Avtobiograficheskie zapiski. Pis'ma (Makaleler. Anılar. Otobiyografik notlar. Mektuplar) Sovetskii khudozhnik, Moskova, 1982, s. 132.

29 Mayakovsky, "Vystupleniia na dispute 'LEF ili BLEF?'" (23 Mart 1927 tarihli "'LEF mi, BLÖF mü' konulu tartışmadaki konuşma"), Tüm Eserleri, 12. cilt, s. 332.

30 Mayakovsky, Tüm Eserleri, 13. cilt, s. 57.

31 Rodchenko, Stat'i. Vospominaniia, s. 67.

32 Aynı eser.

33 Aynı eser, s. 66.

34 Aynı eser, s. 67.

35 Aynı eser.

36 Mayakovsky, "Okna satiry ROSTA" ("ROSTA taşlama vitrinleri") Tüm Eserleri, 12. cilt, s. 210.

37 Mayakovsky, "Ja sam" ("Ben kendim"), Tüm Eserleri, cilt 1, s. 27.

38 Rodchenko, Stat'i. Vospominaniia, s. 49 ve 51.

39 Aynı eser, s. 89.

40 Mayakovsky v vospominaniakh rodnikh i družei (Akraba ve dostlarının anılarında Mayakovsky), Moskovskii rabochii, Moskova, 1968, s. 339.

41 P. Neznamov, "Proz-raboty A. Lavinskogo" ("A. Lavinskii'nin üretim-işleri"), LEF, 1925, sayı 3/7, s. 76a. ●

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.

Basıldığı yer: DETAY