

Yazılar:

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

Bir Amerikan kâğıt yapım kuruluşu olan Strathmore'un tasarım dergilerinde yayımlanan ilânları, grafik tasarımcılarla yapılmış bir dizi konuşmalardan oluşuyor. Grafik tasarımcının işlerinden örneklerin de yer aldığı ve toplam 3 sayfa tutan ilanlarda Strathmore'un yalnızca logosu ve amblemi var. Burada Saul Bass ve April Greiman ile yapılmış konuşmaları yayımlıyoruz.

Çeviri: Mine Haydaroglu

Saul Bass

100. yıl kutlamalarında, Strathmore, tasarım mesleğini çalışmalarıyla şekillendiren kişilerle bir seri röportaj sunuyor. Bu en heyecan verici girişimler alanındaki karmaşık konuların, bu kişilerin bilgi ve tecrübe çeşidiyle daha iyi anlaşılacağını umuyoruz. Örneğin, grafik tasarımcısı ve film yapımcısı Saul Bass'i ele alın. Çok yönlü çalışmaları ve uzun meslek hayatı onu kurum kimliğinden uzun metrajlı filmlere götürmüş. Kredileri arasında AT and T, United Airlines, Quaker Oats, Girl Scouts, Minolta ve Warner Communications var. Oskar kazanmış bir film yapımcısı. Gücünü kısa konulardan uzun metrajlı filmlere kadar sergilemiş. Bunların arasında Hitchcock'un "Psycho" filmindeki ünlü duş sahnesi de bulunuyor. Çalışmaları New York'ta Museum of Modern Art ve Smithsonian'ın sürekli koleksiyonları arasında yer aldığı gibi, dünyanın dörtbir yanında müzelerde de sergileniyor. Hollywood'da Sunset Boulevard'daki atölyesinde

kendisiyle konuştuğumuzda, Saul Bass geçmiş başarılarından konuşmaktan yana değildi; geleceğin getireceği uğraşlar ve heyecanlar konusunda düşüncelerini paylaşmayı tercih etti.

Strathmore: Saul Bass'i ne harekete geçirir? Eğer tasarımcı olmasaydınız ne olabilirdiniz?

Bass: Ya bundan önceki yaşamımda arkeologdum ya da bundan sonra dünyaya geldiğimde arkeolog olacağım; çünkü arkeolojiye büyük ilgi duyuyorum.

Strathmore: Sizin gibi çağdaş kültürle çok ilgili birinin geçmişe bu kadar ilgi duyması merak uyandırıyor. Nereden kaynaklanıyor bu ilgi?

Bass: Ben sadece yakın geçmişe değil, çok eski zamanlarda ilgi duyuyorum. Geçmişin gizemi ve gerçekdışılığı bende hayranlık uyandırıyor. Bizde en çok merak uyandıran kültür, hakkında çok şey bildiğimiz ama her şeyini bilmediğimiz kültürdür. Bu kültürler kendi fantezilerimiz ve hayallerimizle dolduracağımız delikler bırakır bize.

Strathmore: Bu nedenle mi eski uygarlıklardan parçalar topluyorsunuz?

Bass: Evet. Bu objeler kendi içlerindeki güzelliklerin dışında beraberlerinde bir tür gizem de taşıyorlar-çok derin ve saklı bir yere ulaşabilen bilinemez bir özelliği.

Strathmore: Diğer tutkularınız neler?

Bass: Ailem, arkadaşlarım, sade yemekler.

Strathmore: Sade yemekler mi?

Bass: Ben hiçbir özelliği olmayan ama harikülade hazırlanmış yemeklerden hoşlanırım. Çorba gibi. İyi bir çorba, iyi taze ekme. Ruhuma şarkı söyler bunlar.

Strathmore: Bu görüş açınızla tasarım konusunda görüşünüz arasında bağlantı var mı?

Bass: Evet, ve filmlerle de. Bir "bilineni" alıp -klişe bile olsa-

onu işleyerek tamamıyla yeni bir tecrübeye dönüştürme düşüncesi bu. Olağanı olağanüstüye çevirmek gibi birşey.

Strathmore: Yeni bir tasarım projesine nasıl yaklaşırsınız?

Bass: Müşteri gelip sorununu ya da başarmak istediklerini tanımlar. Bazen sofistike bakış açıları vardır, bazen yoktur.

Sık sık, müşteriyle sorunu yeniden tanımlamakla zaman geçer. Başlangıca, gerilere döneriz. Çoğunlukla "sorun" bir "semptom"dur aslında. İleriye dönük bir çözüme varmak, bu çözümün doğasını anlayabilmek için geriye gitmemiz gerekir.

Strathmore: Çözümün doğasını kavradığımızda bunu nasıl tasarıma dönüştürürsünüz?

Bass: Benim grafik çalışmalarım da esas amacım hemen hemen her zaman, ilk bakışta görüldüğünden daha fazla bir anlam taşıyan ya da ilk görüldüğünden farklı olan görsel bir terim bulmaktır.

Strathmore: Kullandığınız araçlar, yöntem nedir?

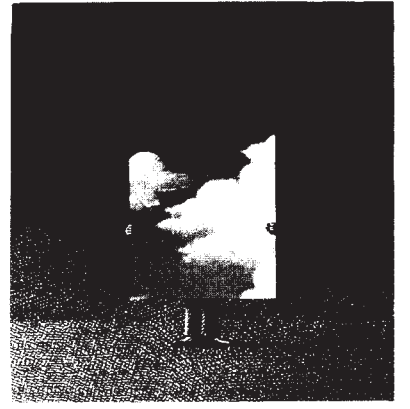
Bass: Çalışmalarımın merkezinde çoğunlukla belirsizlik ve metafor yer alır. Hayranlık duyduğum film yapımcıları ve tasarımcıların çalışmalarında olduğu gibi... Benim yönsüzlüğü tercih edişimin nedenleri pratik olduğu kadar estetik de. Görüldüğü gibi olan şeyler amaçlarını belirtir ve sonra sıkıcı olurlar. Belirsiz olan doğası gereği her zaman daha ilginç, daha kışkırtıcı, daha kapsamlı, daha gizemli ve daha güçlüdür. Tansiyon yaratır, incelemeyi irdeler, can kazandırır. Daha fazla keşfedilmesi gerektiği için de yaşamı daha uzundur.

Strathmore: Belirsizlikle gerektiğinden fazla ileri gidilebilir mi?

Bass: Belirsizliğin derecesi çok önemli. Bazı iletişim konularında ne kadar uygun olduğu ve diğerlerinde ne derece gerekli olduğu konusunda farklılıklar gösterir. Tabii, bazı durumlarda anlaşılmaşlığın sınırlarında dolaşırırsınız. Ters bir durumda bir metaforu çekinerek kullanma da sıkıcılık riskini arttırır. Sanırım sıkıcılıktan daha kötü bir şey olamaz.

Strathmore: Bunu hâlâ bir meydan okuma olarak görüyor musunuz?

Bass: Benim için en büyük meydan okuma kendi beklentilerimi karşılayabilmektir. Ben kendi yaptıklarımın müşterilerimden çok daha katı eleştirmeniyimdir. Genelde, bir projede kendi beklentimi yaratıcılık açısından çok yüksek tutarım. Bu da riski arttırır. Çalışmayı daha tehlikeli



kılar, ama canlılığını da artırır. Başarısızlık olasılığı insanı daha uyanık tutuyor.

Strathmore: Okuldan yeni çıkmış bir tasarımcıya ne önerirsiniz?

Bass: Öğrencilerin ve genç tasarımcıların karşılaştıkları en önemli sorunlardan biri algılamayla ilgili. Bu gençler yapılmış olağanüstü çalışmalara, örnekler bakıyorlar. Gördükleri son ürün. Tasarım sürecine alışık değiller. Ürünlerin, tasarımcıların kafalarından tam gelişmiş çıktıkları hayaline kapılabilirler. Bu, gençleri çok rahatsız edebilecek bir düşünce; çünkü kendi çalışmalarında zorlanıyorlar. Başlıyorlar... Yeniden başlıyorlar.. Daha iyi oluyor.. Ellerinden kaçırıyorlar.. Bozuluyorlar... Daha kötü oluyor... Sonra iyi oluyor yine... Toparlanıyorlar. Belki de iyi hatta mükemmel bir şey oluyor. Ama kendi kendilerine şöyle diyorlar: "Of, ne kadar da zor oluyor, ve ne kadar zor. Ben gerçekten bunu yapabilir miyim?"

Strathmore: Neden başkaları için daha kolay olduğunu düşünüyorlar?

Bass: Hayran oldukları çalışmalarda bu düşüncüyü besleyen bazı nitelikler var. Biri, gerçek bir çözümün "kaçınılmaz" görüldüğü. Bir diğeri de yaparken, tasarımcı çoğunlukla köşeleri düzeltip çatlakları doldurmuştur. Örneğin, çalışma, bir seri farklı parçalar, unsurlar ve fikirlerden geliştirilmiş olabilir; boyanmış, cilalanmış, zımparalanmıştır. Ve sonuçta elimizde güzel, yıkılmaz ve anıtsal bir parlak küre vardır; sanki bu katıksız durumda doğmuştur. Halbuki gerçek şu ki herkes çok çalışır. Ve yaratma süreci, pek çok tecrübeli tasarımcı için de genç tasarımcılarıninkinin aynıdır. Herkes işçilik yapıyor. Tek fark, tecrübeli tasarımcının daha uzun süredir çalışıyor olmasından dolayı yaptıklarının listesinin uzun oluşu. Bir de sonunda istediklerine erişeceklerini bildiklerinden çalışma sırasında daha az tedirginler. Biraz daha kurnazdırlar da. Ama süreç hep aynıdır.

Bazı tasarımcılar da bu yanlış



düşünceleri beslemeye eğilimler. “Restorandaydım, peçetenin üstüne çiziverdim”.. ya da “Traş oluyordum”.. “Uçaktaydım”.. “Taksideydim”.. gibi şeyler söyleyebiliyorlar. Çok zararlı değil bu. Sadece kendilerinin inanmak istediklerini söylüyorlar. Böyle olabileceğini düşünmek rahatlatıyor. Bazen de rahatlatır gerçekten. Ama çoğunlukla bu kadar kolay değildir. Yani, öğrenciler için iyi haberim: Hepimiz aynı gemideyiz! Aynı tecrübeleri yaşıyoruz. Kötü haberim ise, daha iyiye gitmeyecek, onun için dayanın!

Strathmore: Görüş açınızı nasıl koruyorsunuz?

Bass: Kendi yaptıklarımızı değerlendirmişimde çok dikkatli olmalı, fazla abartmamalıyız. Yararlı, eğlenceli, ilginç şeyler yapıyoruz. Çevremizi ve kendi hayatımızı canlandırıyor bunlar. Ancak bizim yaptıklarımız, araya kendimiz ve kendi kültürümüz konusunda bizi aydınlatıyorsa da insanlığa çok derin katkılarda bulunmuyor. Kendi çalışmalarımızı çok fazla sindirmemiz, içiçe oluşumuz bu çalışmalardaki toplumsal değerleri abartmamıza neden olabiliyor. Bizim bir rolümüz var. Mütevazı bir rol. Ve tabii, biz en iyisini oynamaya çalışıyoruz. Halbuki tasarımın en önemli yanı bizim kendimizi iyi hissetmemizi sağlaması ve bizim “hayatımız” oluşu. ●

April Greiman

Strathmore, tasarım dünyasını çalışmalarıyla şekillendiren kişilerle yaptığı röportajlardan birinde April Greiman ile gerçekleştirdi.

Greiman, 70’lerin ikinci yarısında Los Angeles’ta başlayan “Yeni Dalga” akımının kraliçesiydi. Bu akımın tanımlanmasında yardımcı oldu. Çalışmaları Smithsonian Institute ve Museum of Modern Art koleksiyonlarında yer alıyor. Aradan geçen on yıldan sonra da bugün hâlâ kendine özgü tazeligi ve açıklığı taşıyan tasarımlar yapmaktadı. Kalabalık ve uluslararası bir müşteri listesi var. Kurum kimliği, tekstil ve mimari grafik gibi farklı alanlarda faaliyet gösteriyor; kendinden emin, bilgisayarla tasarımın bugün artık bileşenmiş uçları arasında denge sağlıyor. Eskiden birahane olan bir binanın içindeki stüdyosu üslubunun işlevsel bir uzantısı. Röportaj orada gerçekleştirildi.

Strathmore: Tasarımda “Yeni

Dalga” akımının öncülüğünden tasarımda yeni teknolojilerin öncülüğüne kadar bir yolculuk yaptınız. Nasıl başladı bu yolculuk?

Greiman: Cal Arts’da video ve bilgisayarların bulunduğu bir odaya itilmem şans getirdi bana. O sıralarda Görsel İletişim Bölümü’nün başkanıydım, ve “endüstride fikir azlığı ve duvardan duvara baskılar” diyebileceğim sebeplerden dolayı sıkıntı duyuyordum. Bazen posta kutunuzdakini görmeden önce koklarsınız - “Ah, işte yeni bir broşür” dersiniz. Gördüğüm çok şeyin sadece biçimsellikte kaldığını ve içerikten yoksun olduğunu hissetmeye başladım.

Başlangıçta ilgimi en çok çeken videonun dokusuydu, yaptıkları bu dokuyu katabilir miyim diye düşünmeye başladım. Özellikle de iki boyutta üç boyutlu bir mesaj vermeye çalıştığım, bu mesajlara zaman ve espas katmaya çalıştığım için. E,öyleyse neden zaman ve espasla doğrudan ilgili bir aracı kullanmıyorum ki? Böylece haftasonları ve akşamları videoyu incelemeye başladım. Sonra video donanımı satın aldım. Bilgisayarda beyaz dengenin (white balance) ne olduğunu yıllar sonra öğrendim. Şanslıymışım, çünkü bunu kuralları yıktıktan çok sonra keşfettim.

Strathmore: Videoyu baskıya mı götürüyorsunuz?

Greiman: Fotoğrafın yerine videografi dokusunu koymayı deniyordum. Monitorda gösterin, monitordan çıkarın ve rengini değiştirmek için üzerinde oynayın. Yaptığımı bundan sonra da yine geleneksel metotlara uyarıyabiliyordum. Böylece bu tür bir iki proje tamamladık. Kısa bir süre sonra bilgisayarla grafik tasarımıyla da ilgilenmeye başladım. Kendi video işaretimi bilgisayardan geçiriyor, bunu değiştiriyor ve başka bir monitordan bunun fotoğrafını alıyordum. Sadece kendi merakımı tatmin etmek için yaptım bunu. Böyle olurum ben. Yapmam gerekir. “Tasarla ya da öl”, derim kendime.

Strathmore: Sizin üslubunuzun bir tür biraraya getirme süreci içerdiği görülüyor.

Greiman: Melezleştirmeye ilgili bu. Melez imajın en önemli özelliği bilgisayar teknolojisinin birbirinden bağımsız görünen, bazıları geleneksel bile olan, değişik disiplinleri tek bir dile - dijital dile - indirgemesidir. Belki de bizi her tür araç ve medyadan daha çok etkileyen dokular televizyon ve bilgisayarlardır. Endüstriyel devrimin bir sonraki akımıdır. Elektronik devrim! Birçok grafik tasarımcı videoyu o komik ve pürüzlü do-

kusundan dolayı sevmez - yete-rince keskin değil diye. Bense seviyorum çünkü her tür doku duygusal tepki yaratır.

Strathmore: Yani sizin tasarımlarınız klasik kavramları yeni teknolojilerle kullanmakla ilgili oluyor. Sanatçı aletleri, bıraktıkları işaretler için kullanılır.

Greiman: Doğru. 62 çeşit kalem var. Bunların herbiri değişik bir fikir ve değişik bir duygu iletir. Bilgisayar da bir diğer kalem bence. Melezleştirmeyi seviyorum, çünkü çok çeşitli düzeylerde dokusal enferyasyon verebiliyor.

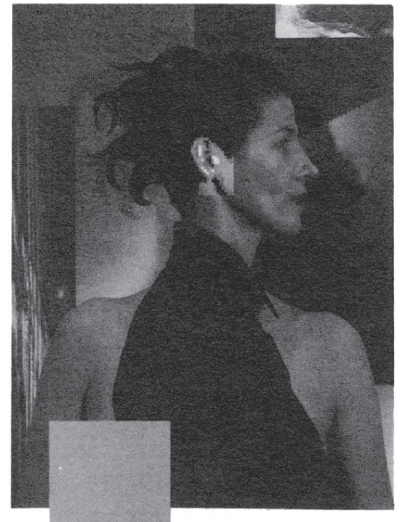
Strathmore: Çalışmalarınızı başka neler etkiliyor?

Greiman: Bence tasarım bir kültür ürünü. Tasarım, içinde iletişim sağladığı kültürün bir ürünü ve mesajı olmalı. Beni çok etkileyen bir şey New York’tan Los Angeles’a taşınmam oldu. New York’a da yeni taşınmışım İsviçre’den. Los Angeles’ta büyük, genç ve ilerici olan endüstri eğlence endüstrisi (entertainment) - müzik, sinema ve TV. Ve son on yıldır da hi-tech. Biz hi-tech konusunda, “interactive video” (bağlantılı video), “artificial intelligence” (suni zekâ) ve “software” (bilgisayar programları) üzerine, genç firmalarla çok iş yaptık. Benim ilk deneylerim de meyva verdi; çünkü bu endüstrilerin kendileri yeni dokular, bu nedenle de yeni dokular iletmek zorundalar.

Strathmore: Yeni bir projeye nasıl başlarsınız?

Greiman: Bu zor bir soru. Her yeni başlayan tasarımcı kadar araç ve yöntem kullanıyorum. Tekrar edeyim, bilgisayar bir tür kalem sadece. Bazen kalemle başlıyorum, bazen Polaroid’le, bazen Mac’in başına oturarak; bazen sokakta bir şey buluyorum ve onu dijital dile dönüştürüyorum. Projenin ne olduğuna, ihtiyaçların ne olduğuna bağlı bu. Sık sık kendi Stabilo kalemimi kullanıyorum. Fakat gerçek tasarlama süreci, kalemi kâğıda sürdürdüğüm vakit, ya da renkli bilgisayar çiplerini seçtiğim zaman, ya da neyse, eski Amerikan Kızılderili felsefesine benzer biraz - kalbinizle düşünmeye yani. Kalbim götürür beni. Bir şeyin iyi ya da kötü olduğunu hislerimle anlarım. Ne kadar süre çalışmam gerektiğini ben bilirim, başka kimse söyleyemez bana. Benim hissettiğim gibi hissedemezler. Tasarlamak çok organik bir süreçtir. Sadece elinizi ya da kafanızı değil tüm vücudunuzu kullanırsınız. Düşüncenin tümü tek bir sistemdir. Bir şeyin bittiğini vücudunuz söyler size, o zaman eve gitme zamanı gelmiştir. Bitmiştir, tamamdır.

Strathmore: Sizin rakipleriniz bir sonraki nesilden çıkacağı ben-



zer, bilgisayarla doğup büyüyen çocuklar arasından.

Greiman: Doğru. Fakat ben ciddi bir rekabet başladığında ölmüş olacağım. Genç tasarımcıların yaptıklarına bayılıyorum. Rekabet olarak görmüyorum; o kadar zengin bir dünya ki. Elektronik devrim bizim henüz kavrayamadığımız kadar büyük bir devrim. Başkalarının işlerine bakıp “Keşke bunu ben yapsaydım. Bunu yaptığınız için size teşekkür ederim, çünkü benim vaktim yoktu. Burada şu sorunla didişmekteyim” demekten hoşlanıyorum.

Strathmore: Tasarım mesleği değişiyor. Neler bu işin gelişmesini, daha iyi olmasını sağlayabilir?

Greiman: “Ben” yerine “Biz” kavramında yoğunlaşılmasını isterim. Bugünlerde her tasarımcının kendi lazer çıkış aleti, 16 adet bilgisayarı, ve stat kameraları, yabancı aksanlı resepsiyonistleri, şunları bunları var. Ne kadar çok ego, ve ne kadar gereksiz ve zararlı! Ben insanları kaynaklarını paylaşırken görmek isterdim.

Bu fikri benimseyenler de daha çok gençler arasından çıkıyor. Okuldayken “networking” (ağ kurma), bağlantılama, kolektiflik, bağlılık ve holistik düşünce-lere metafor olan aletleri ellerinin altında buluyorlar. Daha öğrenciyken bu aletlere ısınıyorlar. Sonra mezun oluyorlar ve bunları alacak paraları olmuyor. Bizim, kendi aramızda daha yakın olmamızı istiyoruz; yer, zaman ve ruhumuzu paylaşmamızı istiyoruz. Bir tür üstün kalite komünizm yani.

Strathmore: Böyle bir yönde mi gelişim görüyorsunuz?

Greiman: Sadece çok hızlı gittiğini görüyorum. ●

Litfass Sanat Bienali

Herbert Lechner,
(Graphis, Mayıs/Haziran 1990)

Çeviri: Mine Haydaroglu

İlan afişçiliğinin toplumca kabul gördüğüne inanmak genelde zor. Brno (Çekoslovakya), Lahti (Finlandiya) gibi bienallerde, sergilerde ve ticari dergilerde bolca kullanılan büyük, hoş ve akıllıca tasarlanmış afişler var tabii. Ama bu medya aracının gerçek forumu olan sokaklarda ne görüyorsunuz?

Evet, en yeni teknik incelikler kullanılarak ve alışılmışın dışında boyutlarda çalışmalar da yapılıyor; dahiyane piyasa araştırmaları da reklamcılıkta yeniliklere yol açıyor. "Klasik" şekiller de önemsenmiyor; denenecek çok tasarım olasılığı var. Birinci Münih Litfass Sanat Bienali'nde seyircilere ve profesyonellere, bildik sayılan ve önemsenmeyen kiosk (ilan sütunu) için geçerli olan yeni olasılıklar tanıttı. 50 kadar uluslararası üne sahip grafik tasarımcıları ve sanatçıları bu "olay" için tasarımlarını yolladılar; kiosk ebatlarındaki bu yapıtlar Münih'in Sanat Merkezi'nde bir hafta boyunca sergilendi.

Kiosk kendine özgü gariplikleri olan bir sergi aracı. İlk bakışta, bir ton ağırlığında, 3.3 m. yüksekliğinde ve 4.2 m. çapında bir sütun. Bu kioskların üzerlerine yapıştırılan ve Bienal'in özelliği haline gelen afişlere Lanny Somnese "sarma" terimini yakıştırdı. 1855'de Berlinli ressam ve yayımcı Ernst Litfass, Prusya'nın başkentindeki (o sıralarda bir reklam metropolü) kanundışı afiş yapıştırıcılığını önlemek amacıyla kioskları tasarladı. Kiosk üstü afişler ilk defa Londra ve Paris'te görülmeye başlandı, ama kiosklara ün kazandıran kent Berlin'dir. Şimdi Orta Avrupa'nın tümünde kiosk afişçiliği yaygın. Kiosklar hareketli meydanlarda ve kalabalık caddelerde kent dokusunun parçası haline geldiler.

İlk çıktığından bu yana kiosk üstü afişleri daha çekici kılmak için çeşitli kozmetik süslemeler denendi; fakat orijinal görünümü değiştirilmedi; bu nedenle de büyük afişlerin kioska sarıldıklarında ortaya çıkan etki ve mesajların kaybolması sorunu da sürdü tabii! Bu darboğaz yaratan durumu leyhlerine kullanıp etkili bir "şaka" unsuru haline getirebilenler de her zaman övgüye layık bulundu. Bunun klasik bir örneği 1970'lerde, Düsseldorf'lu GGK firmasının dört adet kalın araba lastiğini üstüste koyup ki-



Bienal afişini asan, Bienal yöneticisi Joaquim Cerveró Reyes



Amerika'dan Seymour Chwast



Japonya'dan Shigeo Fukuda



Polonya'dan Franciszek Starowieyski

oskun etrafına yerleştirmelerini içeren kampanyasıdır. Böylece çok denemelerden geçirilmiş kiosk üstü afiş tasarlamak işi Bienal'e katılanları çok zorladı.

Birinci Litfass Bienali projesi (ve başarılı uygulaması) konunun uzmanı birine - Joaquim Cerveró Reyes'e ait. Reyes, merdiveni, fırçası, ve koltuğunun altında bir dolu afişle 10 yıldır afiş yapıştırıcısı olarak çalışıyor. Bu Şilili adam gençlik yıllarında Avrupa'da şansını denemeye karar verdi. Madrid'de İş İdaresi ve sonra da İletişim Bilimleri üzerine eğitim gördü. Bu tecrübe onu "kendi ellerinin potansiyalini kullanmaya" karar verdirtilmiş olabilir. Garsonluktan matbaa işçiliğine kadar pek çok iş değiştirdikten sonra 1979'da asıl istediği mesleğini buldu. Almanya'ya yerleşti ve çok istekli, hevesli bir afiş yapıştırıcısı oldu. Afiş tarihini araştırdı; afiş koleksiyonu yapmaya başladı. Kırkinci yaşgününü, rüyalarını gerçekleştireceği tarih olarak seçti: Kiosk üstü afiş sergisi. Sergi mekânları da tabii ki kentin çeşitli yerlerindeki kiosklar olacaktı! Zevkli ve zevkli olduğu kadar da sorunlar yaratacağı kesin bir projeydi bu. Çekici ortamlarda yeterli kiosk bulunabilmesi gibi teknik sorunlardan, hangi sanatçıların davet edileceğine kadar çözüm isteyen sorunlar olacaktı. Sanatçılar bu tür bir sergiye katılmak isterler miydi? Uzmanlar bu konuda tereddütlüydüler. Reyes'e bu projesinden vazgeçmesini tavsiye ettiler. Benzer girişimlerde bulunmuş büyük şirketlerin ve kurumların bile başarısız olduklarını örnek gösterdiler. Fakat Joaquim Cerveró Reyes kendi düşüne sahip çıktı, hatta bu idealizmine bağlılığını konuştuğu kişilere de taşırdı. Çok kısa bir süre içinde planına destek olacak sanatçı ve sponsorlar buldu. Örneğin Pierre Mendell projeye çok yakından ilgilendi, hatta Bienalin afişini de o hazırladı. Sonuçta gösterilen bu kadar desteği Reyes bile beklememişti. Aradan geçen iki yıldan sonra, bugün bile, Reyes, yarattığı dinamik sergi karşısında şaşkın görünüyor. Bienalin bu alçak gönüllü düşünürü "belki böyle bir sergi düşünceci zaten halkın kafasında olgunlaşmıştı" diyor.

Gerçekten, pek çok sanatçı daveti hemen kabul etti ve sözünü tuttu. Reyes'in grafik tasarım ve sanat dallarında en prestij sahibi isimleri davet etmesi de serginin önemini arttırdı. Bu sanatçıların çok çeşitli üslup ve teknikleri Litfass Sanat Bienali'ne renk kattı ve heyecanı arttırdı. Anton Stankovski, Uwe Loesch ve Klaus Staeck gibi farklı kişilikte sanatçılar kendilerini aynı sokakta



İngiltere'den Neville Brody (Katalogda yer aldı, ancak uygulanmadı)



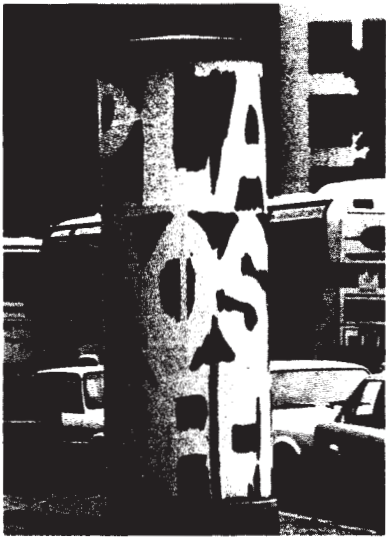
Avustralya'dan Ken Cato



İran'dan Morteza Momayez



İngiltere'den John Mc Connell



İsviçre'den Niklaus Troxler



Batı Almanya'dan Otmar Alt



Türkiye'den Bülent Erkmen



Danimarka'dan Per Arnoldi

buldular. Fakat genelde Alman sanatçılar azınlıktaydı. Cerveró Reyes, Bienal'in uluslararası bir sergi olma niteliğini ısrarla savundu ve sağladı. İsrail'den Dan Reisinger, Avustralya'nın en başarılı grafik tasarımcısı Ken Cato ve Hong Kong'dan "grafik tasarımının büyükbabası" Henry Steiner afiş tasarımlarını yolladılar. A.B.D'den Seymour Chwast ve Ivan Chermayeff gibi uzman afiş sanatçıları, Japonya'dan da Shigeo Fukuda ve Kazumasa Nagai sergiye katıldılar.

Katılanların listesi "Uluslararası Grafik Tasarımında Kim Kimdir" rehberi gibi oldu. Her neslin önde gelen sanatçıları aynı zamanda ve aynı yerde izlenebilirdi. Bunun çok belirgin bir örneği René Grau (1909) ve Neville Brody (1957)'nin getirdikleri çözümler oldu (yaşlı üstadın tasarım dünyasının genç sevgilisinden farklı ama etkili yaklaşımının kiosk'a daha yakıştığı da göze çarptı)

Cerveró Reyes kurnazlık da yaptı. Sergiyi grafik tasarımcılarıyla kısıtlamadı. Davetli sanatçılar da ilk kez galerilerin ve müzelerin duvarları yerine Litfass'ın icadı üzerinde çalıştılar.

Otmar Alt ve Günther Uecker, Kanada'lı sanatçı Heather Cooper, Viyana'lı Georg Schmid, porselen takımlarıyla ünlü Björn Winbald ve Dorothy Hafner de sergiye katıldılar. Sergi sonucu afiş tasarımına getirilen çözümlerin sayısı da olay yarattı. Pek çok tasarım çerçevelenmiş resim olarak düşünülmüştü - kiosk üzerinde değiştirildi tabii, yoksa 120 derecenin sadece bir kısmı gözükebilecekti.

Litfass'ın kiosklarının ne denli önemsendiği sanatçıdan sanatçıya değişiyordu. Ressam ve afiş profesyonellerinin çalışmalarında "kiosk bilinci" belirgindi. Bu bilincin nedenlerinden biri pek çok ülkede afiş yapıtırmak için başka olanak olmamasıdır. Biriki kişi eğik çizgi fikrini işlediler - Amerikalı Roy Carruthers'in tasarımında elinde mezura olan bir adam kiosk'u ölçüyordu. Georg Schmid'in Viyana resmi de eski panorama geleneğini sunuyordu - bakış açısına göre resimde günün değişik saatlerinde Viyana'yı görebiliyordunuz. Bazıları için kioskun kendisi konu oldu. Bob Noorda ve Yunanlı tasarımcı Michael Katzourakis'in afişleri bir seri sanat eserleriydi. Alain Le Querrec'in dairesel tasarımı afişin kendisi için yapılmış, kenar çizgisi olmayan bir reklam afişiydi ("Afiş kâğıttır"). George Calame'nin tasarımı kioskun çevresini saran yarı açık bir ağızdı; dişler savaşı anımsatıyordu.

Başka tasarımlarla da, çevreden geçenler kiosk'ların etrafında



Amerika'dan Roy Carruthers (Kioskun önden ve arkadan görünüşü)



İngiltere'den Alan Fletcher



Batı Almanya'dan Karl Oskar Blase

dönmeye teşvik edildiler. Bunlardan birinde, Shigeo Fukuda'nın elele figürleri, her bakış açısından hareket halinde görülmüyordu. Bir diğeri de Gerd Wunderlich'in tam boy tipografik kolajıydı. Leipzig'li bu kitap sanatçısı, tipografçı ve grafik tasarımı profesörü, Stanislaw Jerzy Lec'in sinik vecizelerini kullandı - düz kâğıt üzerinde olduğu kadar başarılı oldular. Londra'lı afiş sanatçısı Alan Fletcher'in tasarımı çok basit bir çözümün de ne denli etkili olabileceğinin ispatıydı. Fletcher'in afişi tüm yüzey üzerine dağılmış siyah el izlerinden ibaretti. Pieter Brattings (Hollanda) ve Felix Beltran (Meksiko) gibi konstrüktivistlerin tasarımlarından Joao Machado ve Otmar Alt'ın parlak renkteki afişlerine kadar tüm afiş paleti Münih Şehir Merkezi'nde izlendi. Afiş sanatının doyenini Raymond Savignac otobiyografisinde şunu açıkça belirtti: "Afişler skandal yaratmalıdır!" Uluslararası Litfass Sanat Bienali de olumlu bir şekilde skandal yarattı. Herkes sergiyi konuşuyordu. Bir Münih gazetesinin yaptığı anket sonucu halkın çoğunun bu sokak sergisini çok beğendiklerini ve aynı zamanda pek çok kişinin afiş yapımıcılığında kusur bulduğu görüldü. Ankete cevap verenlerden biri "Başka zamanlarda bu kiosk'lar son derece sıkıcı!" dedi. Bu tür yorumlar düşündürüyor. Ne de olsa 134 yıl önce Ernst Litfass kiosk'larını sokak bezemeleri olarak tasarlamıştı. Yılmaz Joaquim Cerveró Reyes, İkinci Litfass Sanat Bienali için hazırlıklara başladı bile. Bazı sponsorlar dışında, katılacaklar, sponsorlar listesi ve program henüz kesinlik kazanmış değil. Bütün bunlar kararlaştırıldığında kentin kiosk'ları yine afişlerle -gündelik ilanların yanısıra- donatılacak. Ve Reyes'i yine muhteşem afiş örneklerini yapıtırmak görecekiz!●

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Yurdaer Altıntaş

Sorumlu Yayın Yönetmeni

Bülent Erkmen

Uygulama: Feride İlgü

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Dizgi: Osman Tulu TIPOGRAF

Basıldığı yer: MIA