

Yazılar:

GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU
Gazeteciler Sitesi, Hikaye Sokak 34/2, Esentepe 80300, İstanbul Tel. 172 03 95

Alan Fletcher ile Bir Konuşma

Rick Poynor

(Eye, Sayı 2, Şubat 1991)

Çeviri: Mine Haydaroglu

Alan Fletcher 1931 Nairobi (Kenya) doğumlu. Grafik tasarım eğitimine Londra'da başlayıp Yale Üniversitesi'nde tamamlamış. Bir yıl Fortune dergisinde çalıştıktan sonra 1959'da Londra'ya dönüp "freelance" iş almaya başlamış. 1962'de Fletcher/Forbes/Gill şirketini, 1962'de de Colin Forbes, Theo Crosb, Mervyn Kurlansky ve Kenneth Grange'la Pentagram'ı kurmuş. 1983'te Alliance Graphique International'ın (Uluslararası Grafik Birliği) başkanlığını yürütmüş. Alan Fletcher 30 yılı aşkın bir süredir Pirelli'den IBM'e pek çok müşteri için projeler gerçekleştiren bir tasarımcı. Ama belirsizlik (ambiguity) ve paradoks konularındaki yeteneği en çok afiş tasarımlarında yansıyor.

R. Poynor: Neden grafik tasarımı?

A. Fletcher: Çocukken sürekli çizirdim. Okul zamanı geldiğinde de birkaç seçenek vardı önümden. Ya okul, ya ordu ya da bir bankada çalışmak... Bunların hiçbiri cezbetmedi beni. Sanat okuluna gidersem burs olanağı olduğunu duydum. Hammersmith sanat okulunda bir yıl illüstrasyon öğrenimi gördüm. Bu sırada Londra'da başka sanat okulları da keşfettim. Central School çok canlı ve neşeliydi, bu yüzden oraya başvurudum.

R. Poynor: Colin Forbes Central'daydı. Derek Birdsall, Ken Garland ve Terence Conran de oradan mezunlar. Siz tasarım konusunda bir misyonunuz olduğunu hiç düşündünüz mü? İngiltere'ye tasarımı getirecek nesilden bir tasarımcı olarak gördünüz mü hiç kendinizi?

A. Fletcher: Bir misyon vardı, ama tasarımı İngiltere'ye getirmek



Alan Fletcher

için değil tasarım yapmak için. 1950'ler sosyalist mantalitenin yaygın olduğu püriten bir dönemdi. Fazla iş yoktu etrafta; tasarıma delicesine bağlı değilseniz tasarımcı olmak bir delilik olurdu. Central'dan Royal College of Art'a geçtim. Sonra da Yale'den burs kazanmayı başardım. İngiltere o yıllarda çok gri ve sıkıcı bir yerdi. Amerika ise filmlerden gördüğüm kadarıyla parlak ışıklar, Manhattan, Cary Grant ve Doris Day'di.

R. Poynor: Orada ilham kaynağı olacak isimlerle irtibata geçmekte hiç zorluk çekmemişsiniz. Paul Rand, Saul Bass, Leo Lianni gibi isimlerle. Bu baştan planladığınız bir şey miydi, yoksa mutlu birer rastlantı mıydılar?

A. Fletcher: İkisinin arasıydı. Eğer doğru insanları tanırsanız doğru insanlarla tanışırsınız. Gittiğim okullarda harika kişiler hocalarım oldu - Anthony Froshaug, Henrion, Herbert Spencer, Herbert Matter, Josef Albers, Bradbury Thompson. Yale'deyken Rand benim IBM'de freelance iş almamı sağladı ve başka önemli kişilerle tanıştırdı. Fakat çok çalışmak gerekiyor. Los Angeles'a gittiğimde umumi telefondan Saul Bass'ı aradım bir kere. "Sizi rahatsız ettiğim için özür dilerim ama size portfolyomu göstermeye gelebilir miyim?" dedim. Hiç param yoktu, Bass benim freelance iş almamı sağladı.

R. Poynor: Ne yapmak istediğinizi çok iyi bildiğinizi anlaşıyor.

A. Fletcher: Aslında bunun tersinin benim için geçerli olduğunu

düşünüyorum. Başka bir şey yapamazdım. Öğrenciyken yaptığım tasarımların iyi olduğunu hep düşünmüşümdür, ama hep benden daha iyi yapanları bulurdum. Ama yapılamaz, erişilemez bir şey değildi bu, sadece çok zordu. Kendi yetersizliğim beni yeterince dürtüyordu sanırım. Tasarımcı olmak için egonuz büyük olmalı. Bunsuz aptalca bir iş olur: her gün sizinle aynı hevesleri paylaşmayan müşterilerin önünde soyunmaya benzer.

R. Poynor: Bu Amerika tecrübesi size, İngiltere'nin katı ortamında yetişen diğer İngiliz tasarımcıların yanında çok avantaj sağlamış olmalı.

A. Fletcher: Herkes aynı şeyi yapıyordu. 8 puntoluk siyahlı beyazlı küçük işler yani. Eğer ikinci bir renk varsa bu ya kırmızı oluyordu ya da mavi. Bense Londra'ya 1960'ların başında döndüğümde portfolyom rengârenkti; çok hırslı ve ümitliydim. Döndükten 6 ay sonra Bob Gill aradı beni, New York'ta Aaron Burns'den adımı aldığını söyledi. Yemeğe çıktık beraber, üç ay sonra da Colin Forbes ile birlikte kendi küçük tasarım firmamızı kurmaya karar verdik. İlk ay tek bir iş bile alamadık. Sonra Penguin yayınevi için birkaç kitap kapağı tasarımı yaptık. Bir kapak için notlarımızı alıp bir kafeye gider ve kahvemizi içerken tasarımı yapar bitirirdik.

R. Poynor: Pentagram'da yapılan her şey sizin kontrolünüz altında. Yardımcı tasarımcılar sizin görüşünüzü paylaşıyorlar. Sizce en iyi grafik tasarım tek bir yazardan, tek bir kişiden mi çıkar?

A. Fletcher: Bence bu kişiliğinize bağlıdır. Sanat yönetmenleri diğer kişileri, onları memnun edecek işler yapmaları için orkestra yönetir gibi yönetirler. Bu olabilir. Bir de kemanları çalanlar vardır. Ben onlardanım. Bir John McConnell orkestrayı sever ve bu işi iyi yapar. Ben yapamazdım, üç dakika sonra tamamıyla karıştırdım ortalığı.

R. Poynor: Pentagram'da size istediğiniz özgürlüğü tanıyacak, aynı zamanda da güven duyabileceğiniz bir kurum çerçevesi sağlayacak bir ortaklık kurdunuz.

A. Fletcher: Ben kişiliği bölünmüş biriyim. Oldukça büyük, karmaşık kurum kimliği işleri alıyorum. Bu hoşuma gidiyor, ama oturup kendi küçük işlerimi de yapmaktan hoşlanıyorum. Bunlar para kazandırmıyor tabii. Diğer müşteriler size kendi istediklerini yapmanız için para ve zaman kazandırıyorlar. Bu çok önemli. Pentagram'a başvuran



Amblem. İngiliz Kitap Pazarlama Kurulu. 1981

müşteriler sanırım ticari olmayan işlerimizi beğenip geliyorlar: takvim, Noel kartları, Pentagram Papers vd. işlerimiz gibi.

R. Poynor: Pentagram'daki organizasyon size başka neler kazandırıyor?

A. Fletcher: Burada olmayacak bir iş yapmanız mümkün değil. Çünkü siz çalışırken biri masanızın önünden geçerken bakacak ve yaptığınız iş konusunda ne düşündüğünü açıkça belirtecektir. Bu kişiyi dinlemeniz gerekir çünkü onun düşüncesine saygınız vardır. Her seferinde hemfikir olmazsınız ama yaptığınız iş %80 iyiyse kendinizi kandırmamalısınız. Beni %99'dan aşağısı ilgilendirmez. Ama çok yorgunsanız ve daha fazla düşünmeyecek durumdaysanız çözümü bulduğunuza kendinizi inandırmanız kolaydır. Böylece ortaklık rahatsız edici bir kendini koruma sistemi olarak çalışır.

R. Poynor: Bana bir keresinde 5 yıl öncesine kadar kendi tasarımlarınızda kısıtlı kaldığınızı düşündüğünüzü söylemişsiniz. Önceden neden hoşlanıp neden hoşlanmayacağınıza karar veriyordunuz ve bu sizin deneyeceğiniz çözümleri kısıtlıyordu.

A. Fletcher: Söylemek istediğim, sırtınızı dayadığınız ve statik dayanaklarınızı atmanız gerekir. Yoksa, bir şeyi nasıl iyi yaptığınızı bilince hep aynı şeyi tekrarlama eğilimi oluyor. Grafik klişe oluyorsunuz. Pekçok tasarımcı bundan zarar görüyor. Başkalarını memnun etme çabasıdan... Ben bir sabah uyanıp da "hayatımı değiştirmem lazım" diye karar vermedim. Sadece düşündüm ki daha az kısıtlı olmalıyım. Bence doğru cevap, kâğıt üzerinde çamurlu ayakkabılarla yürümek, ya da herkesin nefret ettiği bir yazı karakterini alıp bununla bir şeyler yapmaya çalışmaktır. Kısıtlı olmaktan kurtulmaktan kastım bu. Pekçok tasarımcı bu fikirleri savunur ama

Kozmetik koleksiyonu logosu, Marks and Spencer. 1974

MICHÈLE

yaptıkları işler hep aynı kalır. Yani tamamiyle özgür değillerdir. Ben de bu dediğimi tam yapamadım.

R. Poynor: Sizin yaptığınız türden tasarım, nüanslara dikkat gerektiriyor. Görsel oyunlar uyguladığınızda ya da belirsiz (ambiguous) imajlarla oynadığınızda müşterileri satır aralarını okumaya teşvik ediyorsunuz.

A. Fletcher: Bence tasarım budur. Geri kalanı sayfa düzenidir sadece. Ben fikirler açısından çok geniş düşünürüm. Renklerin birarada kullanılışı bir fikirdir; bir sözcük fikri de olabilir, ya da optik bir fikir olabilir. Her işin bir fikri olmalıdır. Yoksa söyleyecek hiçbir şey olmadan bir yazarın roman yazmaya çalışmasına benzer. Ben içinde başka fikirler taşıyan fikirlerden de hoşlanırım. Özel, kişisel fikirler ve fıkralar gibi. Polaroid afişi buna iyi bir örnek bence. Yeni bir renkli film için birşey yapmamız istendi, ben de renklerle Rorschach testi yapma fikrinin iyi sonuç vereceğini düşündüm. Ama en çok hoşuma giden şey birinin gelip bana: "Ama bu ne demek Alan?" diye sorması oldu. Omuzlarımı silkip gülümsedim sadece.

R. Poynor: Tasarımlarınızda insanların anlayamadığı birşeyler olması sizi kaygılandırmaz mı?

A. Fletcher: Bu ekstra %2 ya da %3'dür. Sorunu çözmüşsünüzdür - bu yeterince zordur. Ama bu da yeterli değildir. Tasarımcı koyunlarla tasarımcı keçileri birbirinden ayıran, sınırları zorlamaktır. Pek çok müşteri bunu anlamıyor, anlaşıyor da ilgilenmezlerdi; ama insanların hassas ve zeki bir noktaları varsa, bu ekstra buzz'dan (bu örnekte, yapıtın verdiği heyecan - Ç.N.) zevk alacaklardır.

R. Poynor: Bu anlayış, tasarımı pazarlamaya paralel bir şey olarak düşünmeler için yabancı bir düşünce. Tasarımcının görevinin müşterilerin her istediğini harfi harfine yerine getirmek ve orada durmak olduğunu düşünenler, bunu anlamayacaklardır.

A. Fletcher: Ben müşterilerimi ham madde olarak düşünürüm. Tabii bunu onlara hiç söylemem. Onların sorunlarını çözmeye çalışırım. Bunu yaparken bu ekstra oyunu bulup tasarımın sihirini bulmaya çalışırım. IBM için tasarladığım afişler buna iyi bir örnek. IBM benden yeni Paris bürolarının duvarlarına asmak için afiş levhası tasarlamamı istedi. Bu afiş bulunduğu yere yakında bir resim asılacağı söyleyecekti. Bunun için "sanat" sözcüğünü yorumlayan bir seri afiş hazırladım. Tablolar hakkındaki yazıyı 6 punto yazıyla afişlerin alt tarafına koydum. Eğer bana söylediklerini yapmış olsaydım düz bir afiş levhası alırlardı.

R. Poynor: Kendi elyazınızı afişlerde niye bu kadar çok kullanıyorsunuz?

A. Fletcher: Ben herşeyi azami

özüne indirgerim. Çünkü bu bir tarza takılıp kalmayı önler. Dizgi yerine elle yazmaya son zamanlarda başladım paradan tasarruf etmek için, belki de önceleri hep kısıtlamıştım kendimi. Sınırları yıkmayı sürdürmelisiniz. Tabii benim kendi tarzımı bulmaya çalıştığımı, bunun bir zayıflık olduğunu ve daha sıkı çalışmam gerektiğini söyleyebilirdiniz. Bu doğru da olurdu tabii. Ben yazmayı hep çizmek olarak düşünmüşümdür. Her harf bir semboldür. Yazıyı kaligrafik olarak kullanmam. Ne kadar kontrolsüz ve hamsa o kadar daha ilginç olur.

R. Poynor: Ne gibi düşünce ve duyarlık özellikleri iyi bir grafik tasarımcı oluşturur?

A. Fletcher: İşleri yapmanın zarif ve zarif olmayan yanları vardır. Duyarlık. Düşünceli oluş. Bence bir portfolyoya bakıp belirgin şeyleri hemen görebilirsiniz: fikirleri var mı yok mu, bir zanaat hissi var mı... Bir de kalite konusu var... Bunu hemen hiç göremezsiniz. Başka tasarımcıların işlerine bakarsınız ve farkedersiniz, onlar da görürler: Düşünce ekonomisi, kapalı referans, albeni ve en önemlisi akıl ve mizah duygusu.

R. Poynor: Pentagram'da uyguladığınız tarzınızın İngiliz tasarımındaki son gelişmelerle ispatlandığını düşünüyor musunuz? Borsadan kaçınarak, hissedarlardan ziyade kendinizi tatmin edecek bir ortam yaratmanız gibi bir yaklaşımınız var.

A. Fletcher: Bu bir ispatlama meselesi değil. Bence herkes istediğini yapmalı. Pentagram'daki her ortak kendi işinde hâkim kişidir. Kişileri sevindiren yaptıkları işten duydukları gururdur. Kazandıkları para değildir. Kentten birinin gelip "Bak bunu yapamazsın; bunu yapmalısın." diyebileceğini sanıyorum. Pencereden atıverirler onu.

R. Poynor: Tasarım üzerine bir kitap hazırlıyorsunuz son 7 yıldır. Ne zaman yayımlanacak?

A. Fletcher: Bir eskiz kitabı aslında bu. "Tat", "algılama", "hayalgücü", "görselleştirme" gibi şeyler üzerine düşüncelerimi yazdım. Alıntılar, klipler, gözlemler ve topladığım imajlar, kendi notlarımı; bunların hepsini çekmecelerime yerleştirdim. Görselleştirme mesleğinde açıklanmamış pek çok konu var, ben bunları açıklamaya çalıştım. Sözcükleri resim gibi kullanıyorum.

Yaşamımın diğer alanında bir sürü "deadline"im var. Bu yüzden kendi yaptığım bir şeyde bu tür bir deadline kesinlikle istemiyorum. Yayımlanmasını isterim, çünkü bunun bir aşama olduğunu düşünürüm; başarılı olmazsa da bu beni öldürmez. Açıkçası ben kendimi tanımaya, daha çok tanımaya çalışıyorum. Kendimi analiz etme meraklısı değilim, sadece doymaz bir merakım var. ●

Gunter Rambow

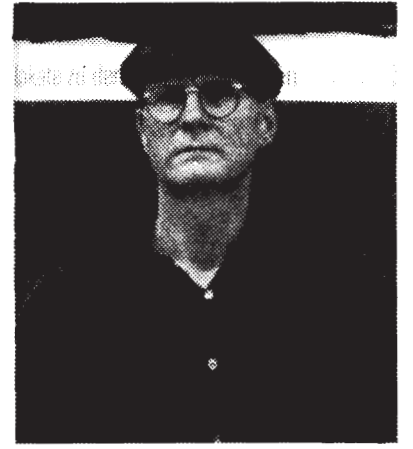
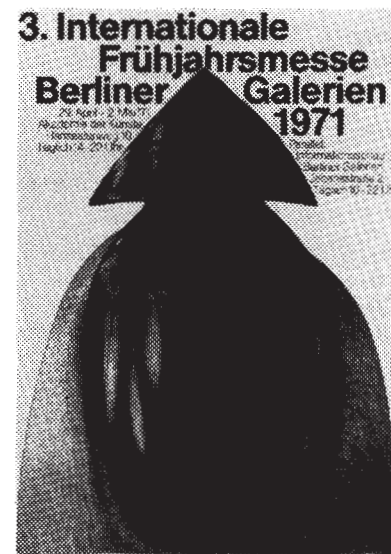
Dr. Isabella Sladek

(Graphis, 269 Eylül/Ekim 1990)

Alman grafik tasarımcı Gunter Rambow, Frankfurt'un batı yakasında, şık, tertemiz ve anonim gökdelenlerin bulunduğu bankacılık merkezinin ortasında üç katlı bir evde oturuyor. Yapı 1864'de, yeşillikler arasında, bir buharlı gaz fabrikası olarak inşa edilmiş. Gunter Rambow evini kendi döşemiş ve kişiliği 20 yıl içinde tüm eve yansımış. Şimdi yüksek binaların arasında kalmış bu evde Akdeniz atmosferi göze çarpıyor. Bunu sağlayan büyük, pancurlu pencereler ve esrarlı bir ada ilüzyonu yaratan, sarmaşık kaplı bahçesi. Çalışma alanlarının cömertce ve belirgin dağılımında antik Isparta'yı anımsatan bir keskinlik görülüyor. Sükûnetten eser yok. Yaratıcı üretimin akışı ve yoğun konsantrasyon ile duvarlarda asılı, sizi mıknaş gibi çeken afişlerdeki fantazi birbirini tamamlıyor. Sanatçının yaratım sürecine çok önemli katkısı olan kitapları ve fotoğraf donanımı da görünürde. Gunter Rambow'un sanat, kültür, tarih ve politika konularındaki geniş bilgisi meslektaşlarını sık sık şaşırtıyor. Yaptığı afişlerin sayısını ve Kassel Üniversitesi'ndeki İletişim Bölümü profesörlüğünü göz önünde bulundurursanız bu kitapları okumaya nasıl zaman ayırabildiğini sorabilirsiniz. Entelektüelliği sayesinde çok sayıda gerçek ve izlenim arasından şeylerin özüne varabiliyor. Afişlerinde keskinlik didaktik olmak amacını gütmüyor, daha ziyade rahatsızlık yaratmaya yönelik bir tutum. Hiç kolay cevap yok. Bu çalışmaların ardındaki düşüncelere katılmaya teşvik ediliyorsunuz.

Gunter Rambow'un afişleri kent merkezindeki reklamlarda, uluslararası afiş sergilerinde, kitap ve dergilerin sayfalarında geniş bir seyirci kitlesi bulmuş durumda.

Uluslararası İkbahar Festivali



Gunter Rambow

New York'taki Modern Sanatlar Müzesi'nden (Musuem of Modern Arts) Varşova'daki Afiş Müzesi'ne (Warsaw Poster Museum) kadar birçok koleksiyonda yer alıyor. Rambow, sanatsal afişleri için gerekli parayı kültürel ve endüstriyel reklam çalışmalarından sağlıyor. Ama, profesyoneliği, zaman konusunda tutarlılığı, kullandığı yöntem ve sarfettiği çaba her çalışmasında aynı. Bu tarzıyla hiçbir estetik-sanatsal kısıtlama getirmiyor. En az bütçeli işlere bile aynı disiplin ve rahatlıkla yaklaşıyor. Çok yoğun bir durum bile oyuna yönelik bir tasarıma yolaçabiliyor. Bu yolla işine hoş bir kurnazlık getiriyor ve zamandan kazanıyor. Gunter Rambow yoğun çalışmalarının arasında yaşadığı şehirde yürüyüşler yapıyor. Bu sıralarda da yoğun, analitik bakışından geçireceği imajlar arıyor. Günlük işlerini yapan insanlar, onların fiziksel yapımı... Sokak lambasının aydınlatığı bir kuru dal, pencerelerin şekilleri, duvardaki çatlaklar, bulutların şekilleri... Kısaca, insanlar ve değişim içindeki çevreleri. Yine de, çevrenin görsel dilindeki en önemli sayfa kendi evi, stüdyosu ve bahçesi. Evinin üçüncü katında beyaz duvarlarda yansıyan ve yüksek lambalardan gelen ışıklar koyu renkli mobilyalarla kontrast yaratıyor, pencere çerçeveleri ve ahşap strüktürler de odaların orantılarını vurguluyor.

Gunter Rambow değişik teknikleri deniyor. İnsanların yaşam tarzları üzerine bir topografi projesi için, üniversitenin atölyesinde çekilecek fotoğraflara göre bir film kamerası oluşturdu. "Searching for Schlemihl's Shadow" (Schlemihl'in Gölgesini Aramak) konulu bu projede Rambow ve öğrencileri 4x6 metre fotoğraflar tasarladılar. Bu tür taze ve orijinal çalışmalar Kassel Fridericianum Museum'un sergi programını zenginleştirmekte. 1989'da Amsterdam'da Gerrit Rietveld Academy'de de gösterildi. Rambow'un çalışmalarında orijinal fikirlerle zanaatın mükemmeliyetini biraraya getirebilen yeteneğini görmek mümkün. Sanatçı sıklıkla mükemmeliyetin kurallarına bilinçli bir şekilde karşı koyuyor.

"...here time becomes space,"
(...burada zaman mekân olur) baş-

lıklı afiş serisinde bir buz kübü gerçek ve yenilik arasında asılı durmakta. Su buza dönüşmeden katı gibi görünüyor, ama akıcı bir niteliği de var. 20. yüzyılda daha deneyimci bir sanat anlayışına yakın hissediyor kendini. Tek objeler, afişlerin yüzeyinden ölçekleri sayesinde fırlıyor gibi duruyor. Rambow yaratım sürecinde, doğal objelerin "fiziksel" öğelerinin kontürlerine nasıl yansıdığını inceleyebiliyor, ya da malzemeye insanyapımı-ürünün arasındaki özel güç alışverişini araştırıyor. Objeler çoğunlukla zengin bir anlam yoğunluğu taşıyor: zengin renkli, albenili ve aynı zamanda mesafeli objeler. Gunter Rambow'un duyarlılığı, işaretlerin anlamında ve özellikle başka afişlerle karşılaştırıldığında belirginleşiyor, özellikle de Varşova'daki büyük afiş bienallerinde. Çağdaş afiş yaratımı genelde "mesajsız işaretlere yönelik". Objeler ya da resimler, moda oldukları için ya da amaçlanan konuda bilinen mevcut bir desen oldukları için sık sık, rastgele kullanılıyorlar. Gunter Rambow ise bu gerçeğin tersi geçerli. Rambow seçtiği konunun anlamını biliyor, bu anlam da kendi kişisel yaşamında önemli bir rol oynamıştır. S. Fischer Yayınevi için hazırladığı afişte tek bir ampul, kitapta bir illüstrasyon aynı zamanda da kitabı aydınlatıyor. Rambow şöyle diyor: "Bu sıcak ampulu bilerek seçtim. Kendi stüdyomda da çıplak gece ampullerini tercih ediyorum. Bu öğrencilik yıllarımdan miras kalma bir şey - mum artıklarından ampullere geçişi iyi hatırlıyorum. O günlerin sürekli bir hatırlatıcısı bunlar. Sa-

Gunter Rambow'un atölyesinden görüntüler.



nırım objelerle bu kişisel tecrübem, iyi bir iletişim kurma çabası için kıvılcım ve gereksinim oluyor benim için. Bu kitabın afişi için özellikle mum imajı seçmedim-oysa kitapevleri buna bayılırlardı. Romantizm değil, kolektif bir sosyal tecrübeyi yansıtmak istedim. Ampul ikinci endüstriyel devrimin muhteşem bir keşifi. Yaşamımızı elbette ki çok değiştirdi, ve elektriğin sembolü olarak değişimin tüm politik ve teknolojik süreciyle bağdaştırılıyor. Çalışmayı da simgeliyor. Çıplak ampul altında çalışan insanlar faal insanlardır, sorunların üstüne gitmektedirler. Ben kitabın insanın günlük ekmeği olduğunu söylemek istedim. Ampulden gelen ışık gibi o da."

Gunter Rambow'un bu açıklaması afişlerini netleştirme çabası değildi. Görünürdeki doğrulanlığında pekçok anlam yatıyor, örneğin, "aydınlanma, bilgilenme"nin dışavurumu olarak ampul, ya da bir "hale" olarak ışık. Birçok anlamlılık izleyiciyi ışıkla gölgenin arasındaki kırığa bakmaya itiyor. Rambow'un öğrencileri için objelerin metafiziği üzerine bir seminer hazırlamasının nedenlerinden biridir bu. Kendisi Kassel Sanat Akademisi'nde öğrenciyken, Hans Leistikow ve Hans Hillmann'dan çok etkilenmiş. Leistikow uyguladığı eğitimde tarz (style) dogmalarını görmezden gelmiş, estetik, açıklık ve kesinliği vurgulayıp talep etmiş. Gunter Rambow kendi kişisel tasarımlarında bu inancı canlı tutmakta. "Hessen 3" televizyon kanalı için hazırladığı yeni kurum kimliği programı bunun bir örneği. Multimedia bir iş olarak bu görev, is-



Güney Afrika Ruleti

tasyonun logosunu, tüm programların başlık filmlerindeki tipografik çalışmalarını ve sahne tasarımlarını kapsıyor. Gunter Rambow'un bütün yardımcıları için belirlediği amaç, tüm işlev ve tasarımların uyumuydu. Hessen 3'ün kimliğini konstrüktivizmden, özellikle de El Lissitsky'den çıkararak hazırladı. Bu tasarımı, kendisinin "Galatya-arası yıldız savaşları" diye tanımladığı, bilgisayarla üretilen birçok istasyon-sembollerine, ve hareket ve mekân simülasyonunda kullanılan deneysel efektlere tezattı yarattı. Diğer görsel arenalarda edindiği tüm tecrübelerde olduğu gibi, Gunter Rambow şimdi en iyi tanıdığı medyaya döndü: afiş. Televizyon kanalının tüm serileri için afişler hazırladı, böylelikle kendi açısından televizyonun tüm kurum kimliği programını da gerçekleştirmiş oluyor. ●

Maskesiz Tasarımcı

Gerard Forde

(Eye, Sayı 2, Şubat 1991)

İletişim yollarının tıkanıdığı günümüz dünyasında Hollandalı tasarımcı Jan Van Toorn verilen zararın bir kısmını kurtarmaya çalışıyor. Van Toorn, yaklaşık 30 yıldır, medyayı, çoğunluğun ideolojisinin aracısı olmaktan kurtarmaya uğraşiyor ve medyanın asıl işlevi olarak gördüğü iletişim görevini öne çıkarıyor. Toplumun sanılarını ve değerlerini yansıtmak açısından üstlendikleri sorumluluğun bilincinde olan az sayıdaki tasarımcıdan biri.

"Bence tasarımcılar mevcut düzenle bağımlıdır," diyor Van Toorn. "Gerçek bu, ve siz bununla yaşamak zorundasınız. Ama bunun içinde de siz kendi background'unuza ve düşüncelerinize dayanarak konunuzu belirlemede serbestsiniz. İsterseniz bir engel de teşkil edebilirsiniz."

Van Toorn'un amacı "karşıt kamu sektörü" dediği bir katkıda bulunmak. Buna uygun bir ortamı yakın geçmişte Maastricht'teki Jan Van Eyck Akademisi'nin müdürlüğünü üstlendiğinde buldu. Burada sanat, tasarım ve tarih üzerine meydan okuyucu bir program geliştiriyor. Meslek yaşamında da belirgin politik ve estetik kıskırtıcılığını sürdürmek için iyi bir konumda bulunuyor.

Van Toorn'un formel kültürle ilk tanışması Eindhoven'deki van Abbemuseum'da Jean Learing'in hazırladığı sergiler için gerçekleştirdiği bir seri afiş ve katalog. Van Toorn bu müzeyi sanat-medya ideolojisinin imalatçısı olarak gördü, görsel klasikdışılık ile bilinci delmenin yollarını aradı. Van Toorn; Max Bill, Otto Treumann ve Josef Müller-Brockman gibi süsü sevmeyen ve en rasyonel yazı karakterlerini kullanan modernistlerin nötrlüğünü naif buluyordu. Kendisi daha kendine özgü fontlar buldu, o sıralarda çok yaygın olan Uluslararası Mimari'nin tipografik tabularını reddetti. Van Toorn'un gözünde grafik tasarım, savaş-sonrası dönemde, uluslararası ekonomik ve kurumsal güçler ile pasif tüketici seyirciler arasında güçsüz bir aracı haline dönüşmüştü. Van Toorn'un disiplinlerarası programı 1960'ların radikalizmiyle uyum sağladı. Bu görüşe göre herkes sanat yapabiliyordu, mevcut kültürel normların elitizmine alternatif bir "kendin yap" programıydı. Örneğin, bir katalog tasarımı, içindeki bilgiye erişebilmek için kapağının yırtılmasını gerektiriyordu. Bu kişinin mal değerlerini yıkmak amacıyla yapılmıştı. Bir diğer sergide, Piero Manzoni'nin



Jan Van Toorn

1969'daki retrospektif sergisinde, beyaz sahte kürkten kitap kapağı göze çarpıyordu.

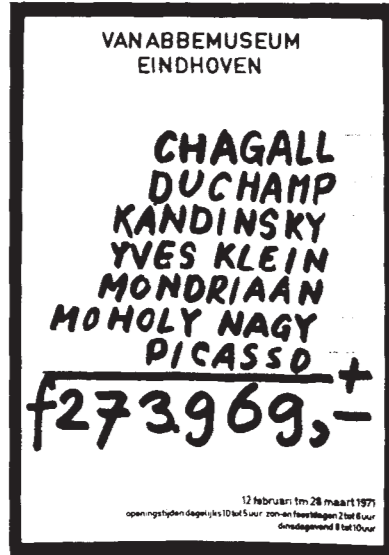
Van Toorn müzeler için ev tarzı (home style) bir yaklaşımı reddetmişti. Yapıtlarının çoğunda rastlanan resmiyetsizlik -örneğin sık sık kullandığı ucuz kâğıtlar, daktilo edilmiş ya da elle yazılmış metinler- Amsterdam'daki Stedelijk Müzesi'nde uygulanan programdan son derece farklıydı. Stedelijk'de Wim Crouwel ve Total Design'in denetiminde tüm afişler ve kataloglar için standart bir şablon kullanılıyordu; bu ürünlerine, konuları ne kadar farklı olursa olsun çok belirgin ve tek tip bir kimlik veriyordu. Van Toorn ve Crouwel'in karşıt görüşleri Kasım 1972'de bir açık konferansa yolaçtı. Bu konferansta Crouwel kültürün ambalajlanmasında rasyonel bir yaklaşım gerektiğini savundu. Van Toorn ise bu yaklaşımın bilgilendirmek ve iletişimi güçlendirmek yerine tek tip ve şartlandırılmış beklentiler oluşturduğu görüşündeydi. "Tasarımcı rodeosu" diye anılan bu konferans, Hollanda grafik tasarımı dünyasında bir efsane oluşturdu. Ama Van Toorn fazla abartıdan kaçınıyor: "Bundan sağladığımız en büyük kazanç artık hiç kimsenin nötrlüğe inanmamasıdır. Ama bu tartışmamızın konusu değildi."

Eğer Van Toorn'un Abbemuseum için yaptığı işler "arkadaşça" ise, yapımevi Mart Spruijt için 1970'lerin başlarında tasarladığı takvimlerindeki yaklaşım çok daha savaşıdır. Ortaklıkları Van Toorn'un "klasik" dönemim dediği 1960'lı yıllarda başlamıştı. Bu sıralarda estetik bir programda formal egzersiz ve tipografik şakalar kullanılmıştı. Ama kısa bir süre sonra çalışmaları görülmemiş bir güçte imajları denediği, kendi deyimleriyle bir "laboratuvar ortamı"na

dönüştü. "Bu takvimlerle bir karşıt-kültür oluşturmanın mümkün olduğunu anladım. Bunlar bir daha cesaret edemeyeceğim sertlik ve açıklıktaydı. Benim karşımda, bana meydan okuyan, henüz aşmadığım tasarımlarım hâlâ bu takvimlerdir."

Takvimler konuları gereği uçucudur ve Van Toorn'un güncel konulara değinmiş olması nedeniyle bu takvimlerdeki malzemeler güncelliğini yitirmiştir. Yine de bikinili Bayan İsrail, Bayan Suudi Arabistan, Bayan Suriye ve Bayan Mısır ile Henry Kissinger'in fotoğrafından oluşan kolaj 1974'de olduğu kadar bugün de Amerikan emperyalizmi ve seksist yaklaşımı üzerine geçerli bir yorum getiriyor. Diğer işlerinde daha kişisel konulara değindi, kişiliğin ispatlanması ve Belçika'daki özel evlerin kapalılıkları gibi temalar kullandı. Bir diğerinde Hollanda'nın düzenli arazisinden çift imajlar kullandı. Bunlar, Warhol tarzı bir "bak-düşün-karşılaştır-yine bak"mayı gerektiriyordu. Cage, Lenin, Leonardo, McLuhan, Sokrates ve Trotski'den alıntılar kullandığı takvimleriyle, grafik tasarımında kendine dönüklük ve kapalılığı nedensiz yadsıdığı belirginleşiyor: "Çok pratik bir meslek ve ben kazaren düşünce tarihiyle çok ilgile-

Van Abbemuseum'daki sergi için afiş.



De Beyerd görsel sanatlar merkezi için Van Toorn'un yaptığı afişlerden biri.



1973/74 takvimi daha kendine düşkünlük örneği idi; her sayfada Van Toorn'un yakın arkadaşlarının portreleri vardı.



Çoğunlukla esprili, kıskırtıcı ve bazen kasten şaşkırtıcı. Van Toorn'un 1978-80 senelerindeki Museum Journal dergisinin kapakları, derginin bilimsel içeriğine meydan okuyordu.



niyorum."

Van Toorn, 1980'de Breda'daki De Beyerd görsel sanatlar merkezi için "İnsan ve Çevre" (Man and Environment) adı altında toplanan bir seri sergi için 7 afiş tasarladı. Her afişte Sophia Loren ve oğlunun bir televizyon programından çekilen fotoğrafını kullandı. Medya Çağı'nın bu "Meryem Ana ve Oğlu"nu, karmaşık bir imaj tabakalanması için bir ikona referansı olarak kullanıyordu. Van Toorn bu afişleri en meydan okuyucu tasarımları olarak düşünüyor: "Bence görsel yollarla tartışmayı ilk kez bu afişlerle başardım." Ancak, bu çalışmaların temelindeki kuramsal amaçlar çok belirgin değildi, bu da Van Toorn'un kendi açıklamaları olmadan, yaptıklarının sonuçta, daha az düşünen tasarımcıların yaptıklarından pek farklı olmadığını düşündürüyor.

1980'ler Van Toorn için meydan okuyucu olasılıkların azaldığı bir dönemdi. Bu yıllarda eğitimle daha yakından ilgilenmeyi yeğledi. Geçen onyılda akademik görevlerine Amsterdam'daki State Academy of Arts'da Baskı, Fotoğraf, Film ve Video Bölümü'nün başkanlığı ve A.B.D.'deki Rhode Island School of Design'da ziyaretçi profesörlüğü ekledi. Amsterdam'ın kuzeyindeki evinde karısıyla birlikte kendi işlerini yapmayı sürdürüyor (karısı işlerin parasal yönüyle ilgileniyor). Ancak Jan Van Eyck Akademisi'ndeki tam gün müdürlük faaliyetleri nedeniyle grafik tasarım çalışmalarını azaltacaktır.

Bugün Van Toorn kendi alanların-

da onun düşüncelerine paralel ya da destekleyici düşünen isimler veriyor: Umberto Eco, Jean-Luc Godard, Rainer Werner Fassbinder. Ancak bu çağdaş grafiğe olan ilgisinin azaldığı anlamına gelmiyor. Tersine, meslektaşlarının profesyonelliklerine hayran olduğunu belirtiyor, ancak pek çok tasarımcının "geleneklerin tuzağı"ndan korunmak için tasarımın "hareket" (gesture) ve performansla fazlasıyla takıldıklarını savunuyor. "Her şey mümkündür, her tarzı kullanabilirsiniz, ama toplumsal gerçeklerimizde temel değişimlere katkısı olan öncüler nerede, hangileri?"

Van Toorn grafik tasarımın Brecht'i olmayı sürdürüyor, baştan çıkarma ve yabancılaşma arasındaki çizgide yürüyor, kendisinin manipülatorlük rolünü saklamak yerine dışavurmanın yollarını arıyor sürekli; mevcut yorum sistemlerine sürekli meydan okuyor. Meslek yaşamındaki yeni bir dönemin arifesinde başarıları konusunda ise alçakgönüllü: "Sadece bir çözüm bulmaya çalışıyorum" diyor. "Olanları farklı yollardan anlatmanın yollarını arıyorum."●

YAZILAR

Gratikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Yurdaer Altıntaş
Sorumlu Yayın Yönetmeni
Bülent Erkmen
Uygulama: Feride Ilgüy
Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.
Dizgi: Osman Tülü TIPOGRAF
Basıldığı yer: OFSET YAPIMEVİ