

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Savaş sonrası Japonya'da afiş sanatının evrimi

Megan Williams

www.creativereview.co.uk

Çeviri: Ayşe Dağistanlı

Afiş sanatının 20. yüzyılda Japonya'nın imajını nasıl değiştirdiğini araştıran yeni bir sergi açıldı. Küratörleri, Japon kültürü, tarihi ve dil biliminin tasarımcılar ve sanatçılar için nasıl elverişli bir ilham kaynağı olduğunu anlatıyorlar.

New York'taki Poster House, 1900'lerde Japonya'da afiş sanatının rolüne ışık tutan ve toplumu nasıl yansıttığını ve şekillendirdiğini gösteren yeni bir sergiye ev sahipliği yapıyor. Gösterinin adı *Made in Japan: 20th Century Poster Art*, ancak gerçekte yüzyılın ortalarından sonraki hareketlilik dikkat çekiyor. Ülke, o sıralarda İkinci Çin-Japon Savaşı ile örtüşen

II. Dünya Savaşı'ndan yeni çıkmıştı. Bu dönemde tasarım da, dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan kitlesel çatışmalarda sıklıkla olduğu gibi propagandalar ve tayınlama yani diğer bir deyişle gıdaların vesikayla bağlanması türü ulusal çıkarılara yönelik diğer düzenlemeler tarafından ele geçirilmişti.

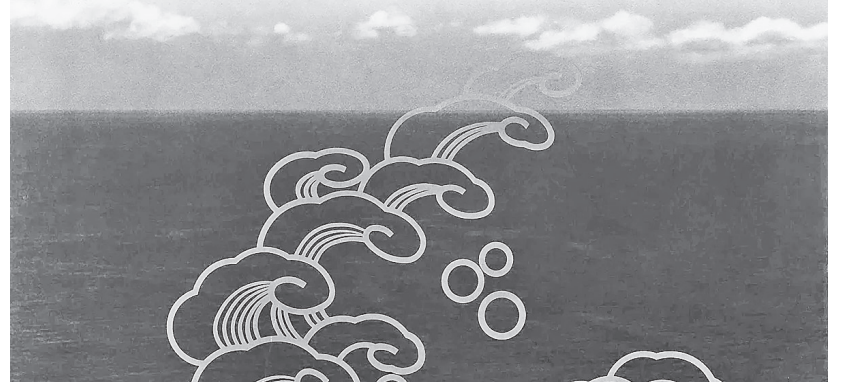
Savaş zamanı Japonya'sında tasarımın birincil rolü bu olsa da, sonrasında farklı işlevleri oldu. Tasarım, halka ve dünyanın geri kalanı tarafından nasıl algılandığını yeniden yapılandırmak isteyen devlet için önemli bir araçtı. Müze, ulusun nasıl "aynı zamanda hem saldırgan hem de savaş kurbanı" imajına sahip olduğunu anlatıyor. Ancak bunların hiçbirinin Japonya'nın ekonomik ve kültürel emellerine çok hizmet etmeyeceği açıktı. Serginin küratörleri Nozomi Naoi ve Erin Schoneveld, II. Dünya Savaşı'nın ardından yedi yıllık Müttefik İşgali sırasında ABD'nin Japonya'ya "askerden arındırma ve demokratikleştirme gündemini empoze ettiğini" belirtiyorlar. "Japon savaş zamanı propagandasının yerini iyileşme, barış ve refahı teşvik eden temalar aldı ve ticari afiş tasarımı, Japonya'nın popüler uluslararası imajını kültürel alışveriş merceğinden dönüştürmede çok önemli bir rol oynadı."

Küratörler, tasarımcı Tadanori Yokoo ve Keiichi Tanaami'nin Japonya'nın dünyayla değişen ilişkisini somutlaştıran sanatçılar

Yeni adıyla Tokyo - Edo'daki Suruga-cho'daki Mitsui Mağazası, Hokusai Katsushika'nın Fuji Dağı'nın 36 Manzarası serisinden, 1832. Ronin Galerisi'nin izniyle.



EXPO'75

INTERNATIONAL OCEAN EXPOSITION
OKINAWA, JAPAN, 1975
MARCH—AUGUST

Expo '75, Kazumasa Nagai, 1975. Görsel, Merrill C Berman Collection'ın izniyle.

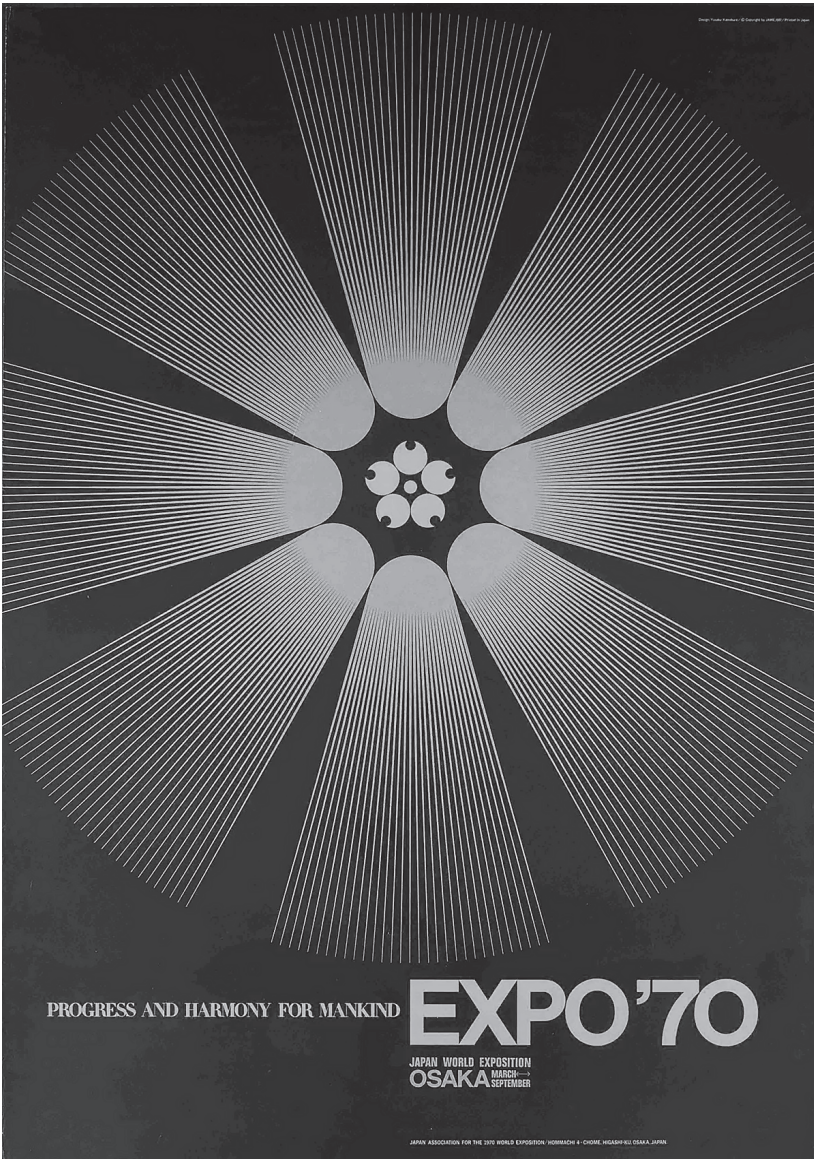
arasında olduğunu söylüyor. Her ikisi de birbirinden yüzlerce yıl ve binlerce mil uzakta doğmuş hareketlerden ilham aldılar ve eserlerindeki tarz, Sürrealizm, Amerikan Pop Sanatı, Dada ve Japonya'nın kendi *ukiyo-e* sanat türünü içeren bir yelpaze şeklindekiydi. Yüzleri geleceğe dönük yeni tasarımcı nesiller için bile önemli bir ilham kaynağı oldular.

Naoi ve Schoneveld, "Geleneksel Japon sanatı açısından, Japon afişlerinin kökenleri *ukiyo-e* tahta baskı geleneğine

dayanmaktadır" diyor. 1603'te başlayan Edo döneminde yaratılan *ukiyo-e* baskılarının kendisi bir çeşit reklam biçimiydi. *Ukiyo-e* terimi genellikle "yüzen dünyanın resimleri" diye çevrilir. Baskılarda tasvir edilen vesikalı umumhaneler, *kabuki* tiyatroları ve diğer popüler eğlence türleri "yüzen bir dünya" biçiminde resmedilirler. *Ukiyo-e*'nin görsel sanatçılar üzerinde uzun süreli etkisi oldu, özellikle "çizgi ve saf renk vurgusu" ve 20. yüzyıla ait pek çok afiş doğrudan Edo döneminin ünlü

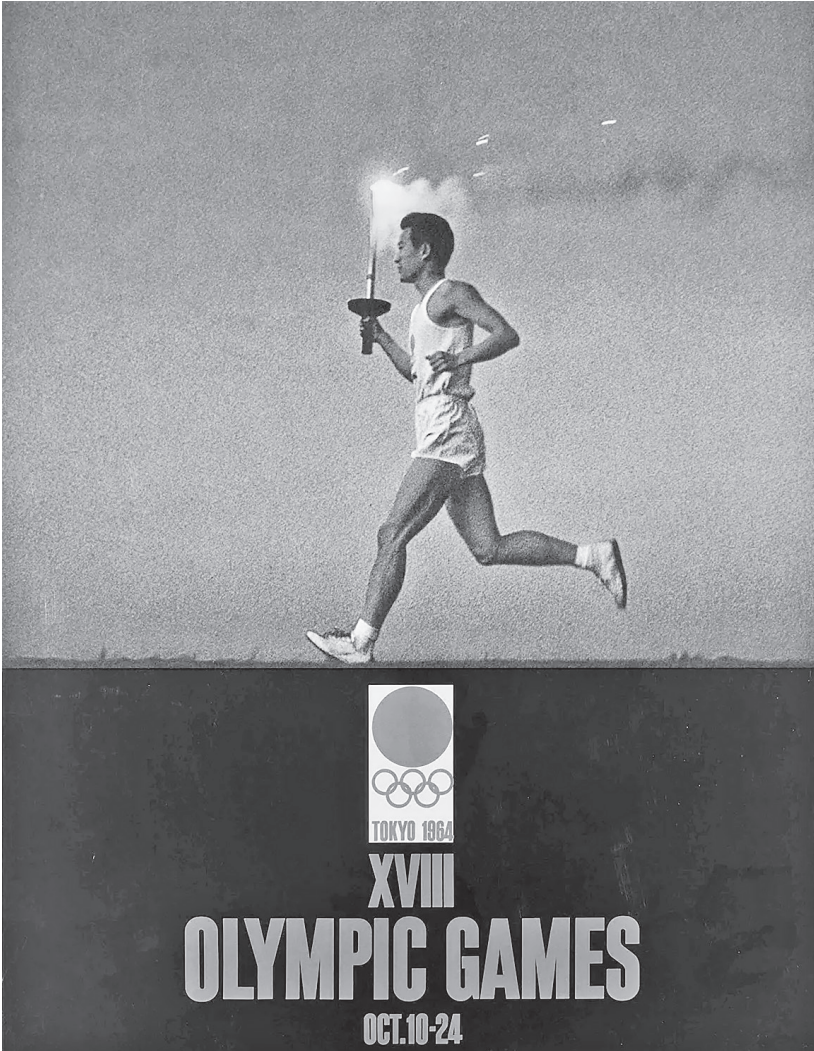
The Monkees, Keiichi Tanaami, 1968. Merrill C Berman Koleksiyonu'nun izniyle.





Expo '70, Yūsaku Kamekura, 1967. Merrill C Berman Koleksiyonu'nun izniyle.

XVIII. Olimpiyat Oyunları, Yūsaku Kamekura, 1964. Görsel, Merrill C Berman Koleksiyonu'nun izniyle.



Hokusai adlı figürlerine atıfta bulunmuştur ve onları yeniden düzenlemiştir.

İş uygulamaya geldiğinde 20. yüzyıl sanatçılarının tasarımlarını modernleşmek için bol şansları oldu. Küratörler, “rotatif baskı, ofset baskı ve fotoğraf reproduksiyonu gibi modern baskı teknolojilerindeki gelişmelerin renkli basılı materyallerin çoğalmasına nasıl yol açtığını” açıklıyorlar. Daha önce tahta baskıya güvenen matbaacılık, bu yeni baskı tekniklerini birleştirerek modern Japon afiş tarzının oluşmasına yardımcı oldu.

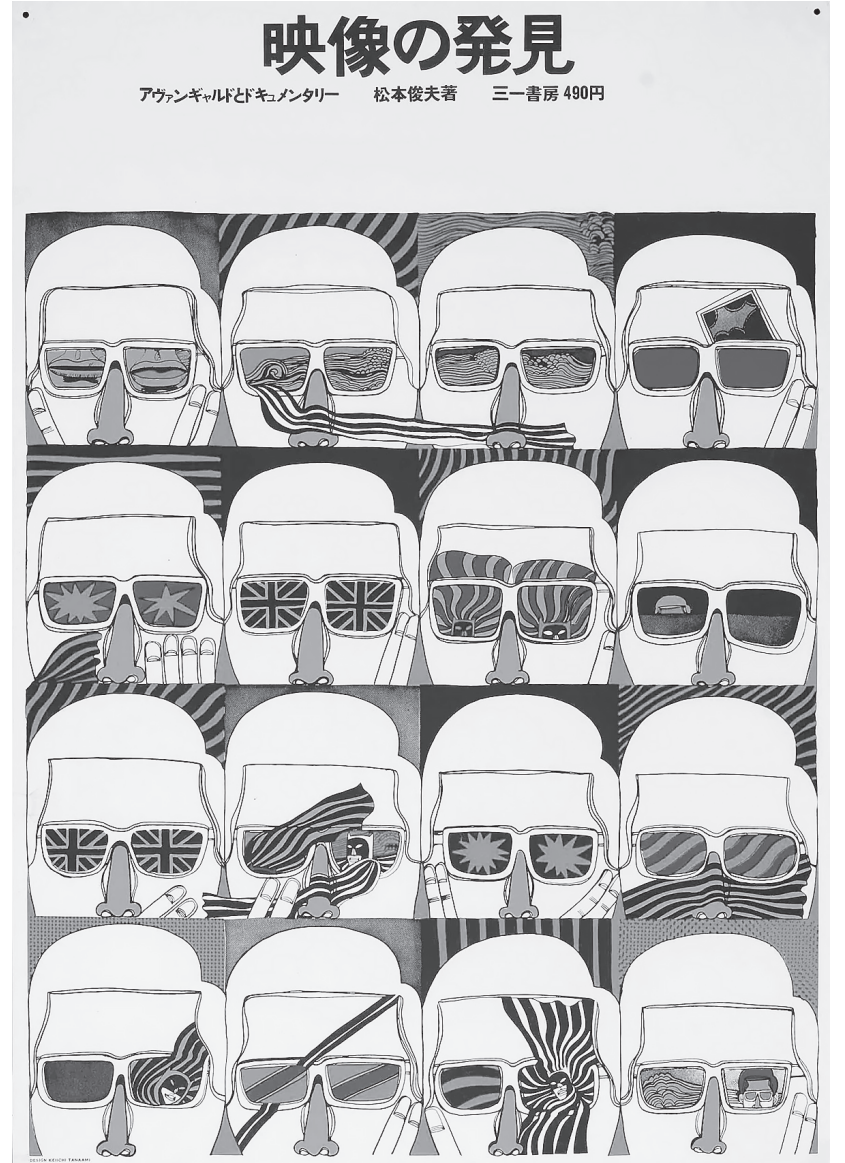
Sanatçılar ve tasarımcılar bu çeşitli etkileri, genellikle ticari projelerin merceği yoluyla daha geniş kitlelere tanıtılan yeni bir görsel dil formüle etmek için kullandılar. “Hem Yokoo hem de Tanaami, kariyerlerine reklamcılıkta ticari sanat yönetmenleri ve grafik tasarımcılar olarak çalışarak başladı. Ancak 1960’ların avangart gruplarıyla tanışmaları, onlara grafik sanatını ve ressamlığı bütünleştirme ve aynı zamanda reklamlardan, avangart sanattan ve gündelik nesnelere aldıkları motifleri kaynaştırma konusunda ilham verdi.” Yokoo’nun enerjik afişleri, ona Toshiba gibi müşterilerle ticari çalışma olanağı

kazandırdı. Bu arada, küratörlere göre Pop Art ve psikedelik kültürü Japonya’ya tanıtmada kilit rol oynayan Tanaami, aralarında pop rock müzik grubu The Monkees de dahil olmak üzere Amerikalı gruplar tarafından aranır olmuştur. “Söylemeye gerek yok, savaş sonrası dönemdeki modern tasarım, sanatçıların küresel ölçekte birbirlerinden ilham aldıkları ve birbirlerine yanıt verdikleri akışkan bir alandı.”

Yerli ve yabancı yaratıcı etkiler arasındaki etkileşim, özellikle savaşın gölgesinde ortaya çıkan sanatçılar için belki de kaçınılmazdı. “Hem Yokoo hem de Tanaami kariyerlerine, kısmen modern yaşamın Amerikanlaşması ile tanımlanan Japonya’nın savaş sonrası döneminde – ABD’nin Japonya’daki varlığının da teşviyle – başladılar.” Naoi ve Schoneveld, işgalin sona ermesinden sonra bile, karşı kültür hareketinin siyasi ve sosyal protestolarına ilişkin artan farkındalığa ek olarak, Amerikan ticari ürünleri ve geçici heveslerinin sürekli akışının devam ettiğini belirtiyorlar.

“Bu değişim atmosferi içindeki Japon sanatçılar, ticari ve güzel sanatlar arasındaki sınırları bulanıklaştırarak ve sanat yapmanın

Görselin Keiichi Tanaami tarafından Keşfi, 1966. Merrill C Berman Koleksiyonu'nun izniyle.



ve sergi uygulamalarının tanımlarını sorgulayarak sanat dünyasındaki hiyerarşileri yeniden düşünmeye başladılar.” 1954’te kurulan Gutai Sanat Derneği ve 1951–57 arasında yürütülen Jikken Kōbō (Deneyisel Atölye) gibi avangart kolektifler, farklı medya ve yeni teknolojilere yönelerek güzel sanatların yeniden tanımlanmasında etkili oldular. “Bu etkinlikler, 1960’ların ve 70’lerin yalnızca sanat ve toplum arasındaki ilişkilerini yeniden tasarlamaya çalışmakla kalmadı, aynı zamanda savaş sonrası dönemin siyasi kargaşasına bir yanıtı temsil eden sanat karşıtı, kavramsal sanat ve *pop art* hareketlerinin de habercisiydi.”

Japonya o döneme gelene kadar kapılarını dünyaya açmıştı. Küratörler, üstel endüstriyel ve ekonomik büyümenin, “ulusal ilerlemeyi kutlayan ve küresel arenaya başarılı bir dönüşü simgeleyen” küresel kültürel olaylarla aynı zamana denk geldiğini söylüyorlar. Elbette Tokyo’da düzenlenen 1964 Olimpiyat Oyunları ve 1970’teki Osaka Expo ihtisas fuarı “Asya’da ilk kez düzenlenmeleri açısından” ülke için önemli kilometre taşları olmuştur.

Tasarımcı Yūsaku Kamekura her iki önemli olayın da görsellerinin

arkasındaydı ve geleceği müjdelere gibiydi. Olimpiyatlarla ilgili çalışmaları birçok ilki beraberinde getirdi: örneğin oyunların tanıtımı için ilk kez fotoğraf kullanıldı: Kamekura bir fotoğrafı ilk kez tasarımına dahil etmişti.

Tanıtım afişlerinden birinde, ABD tarafından bombalandığı gün Hiroşima’da doğan ve olimpiyat meşalesini taşıyan Yoshinori Sakai tasvir ediliyordu. Küratörler Sakai’nin, resmi Olimpiyat meşalesinin ve “savaş sonrası kimliğin bir sembolü” haline geldiğini ve bu durumun onu Olimpiyatlar için ideal bir figür haline getirdiğini açıklıyor. (Seul 1988 için yapılan afişler Kamekura’nın tasarımından büyük ölçüde ilham almış gibi görünüyor.) Kamekura aynı zamanda çok beğenilen 1964 Olimpiyatları logosunu da tasarladı ve ulusal bayrağın “doğan güneş” motifini içeren bu cesur modernist kompozisyon dönemin “yenilikçi” Japon grafik tasarımı ile eş anlamlı hale gelmişti.

Hiroşima’nın mirası, serginin başka yerlerinde de hissedilmekte, örneğin dünyanın ilk atom bombasının anısını korumayı ve dünya barışını desteklemeyi amaçlayan uzun soluklu bir girişim



Hiroshima Appeals, Eiko Ishioka, 1990. Poster Evi/Koleksiyon Peter Kahane'nin izniyle.

Hiroshima Appeals, Yūsaku Kamekura, 1983. Merrill C Berman Koleksiyonu'nun izniyle.



Nihon Buyo, Ikkō Tanaka, 1981. Görsel, Merrill C Berman Koleksiyonu'nun izniyle.



olan *Hiroshima Appeals* için oluşturulan afişlerde de yer alıyor. Sergilenenler arasında, Kamekura tarafından tasarlanan ve özellikle, alevle yalanmış, yukarıdan düşmekte olan kebekleri içeren bir görüntü de bulunuyor. Diğer bir Hiroshima Appeals afişi ise, sanat yönetmeni ve tasarımcı Ishioka Eiko'nun, çizgi film karakteri Mickey Mouse'u elleriyle gözlerini kapatmış olarak gösteren duygulu yüklü bir resmini içeriyor.

Eiko, sergideki tek kadın tasarımcı olmanın yükünü sırtlanmış. Kütatörler, onu "1960'larda kozmetik alanında çalışırken öne çıkan, 20. yüzyılın belki de en ünlü Japon kadın tasarımcısı" olarak tanımlıyor. Japon alışveriş merkezi Parco'nun sanat yönetmenliğini de sürdüren Eiko, Faye Dunaway'in haşlanmış yumurta yediği ünlü reklamının yaratıcısıydı.

Reklamcılıktan tiyatroya ve kostüm tasarımına uzanan çok

yönlü bir kariyere sahip olan Eiko'nun adı, dünya çapında yankı uyandıran projelerle anılıyor. Miles Davis'in Tutu albümünün çarpıcı kapağını o tasarladı ve 1992'de Francis Ford Coppola'nın yönettiği, *Bram Stoker's Drakula* filminin kostüm tasarımıyla Oscar kazandı.

Eiko gösteride tekstille bağlantısı olan birçok yaratıcıdan sadece biridir. Örneğin, Kazumasa Nagai de bir tekstil şirketinin reklam bölümünde çalışmıştır, İkkō Tanaka ise Kyoto'da tekstil tasarımı okumuştur. Tanaka, Japonya'nın en ünlü tasarım odaklı ihracatlarından biri olan Muji markasının ilk sanat yönetmeniydi ve 1960 yılında o ve Nagai, ülkenin yaratıcı ana hattını desteklemede kritik bir rolü olan Nippon Tasarım Merkezi'ni kurmuştu.

Tanaka, Poster House sergisinin afişinde görülen tasarımını Nihon Buyō adlı sanat eserine dayanarak yarattı. 1981'de UCLA'daki Asya Gösteri Sanatları Enstitüsü için yaratılan afiş, bir kadın Japon dansçının imajını geometrik formlarda yeniden canlandırıyor. Naoi ve Schoneveld'e göre, Tanaka, geleneksel Japon sanatsal biçimlerini yenilikçi sadelik, netlik ve minimalizm ilkeleriyle birleştiren bir ticari tarz geliştirmiş ve Japon kültürünü uluslararası bir izleyici kitlesine sunma amacıyla, geleneksel motifleri bu tür cesur renk engelleme ve soyutlama yoluyla yeniden icat etmiştir.

Tasarımcılar, "çok değerli" yazı sistemleri de dahil olmak üzere, Japonya'nın zengin kültürel dokusunun farklı köşelerinden de ilham almıştır. Kütatörler, Japon tasarımcıların kanji adlı Çince karakterlerden ve fonetik hiragana ve katakana yazıları dahil olmak üzere üç farklı yazı sisteminden yararlandıklarını belirtiyorlar.

Kütatörler tasarımcı Ryuichi Yamashiro'nun posterini *Trees*'i (Ağaçlar) hatırlatıyorlar. Sanatçı posterini, savaşın ardından kereste kıtlığının yaşandığı birçok yeniden ağaçlandırma girişiminin bir parçası olarak 1955 yılında yaratmıştı. Görüntünün, Japon grafik tasarımının bir "şaheser"i olduğu hakkında hemfikirler. "Eserde tipografik incelikler, Çince karakterlerin piktografik kökenleri ile oyunlar oynuyor: ağaç (木) karakteri iki kez tekrarlandığında *koruluk* (林) karakterine, sonra da, karakterin üçüncü kez eklenmesiyle *orman*'a (森) dönüşüyor. Yamashiro, bu karakterleri kompozisyon boyunca dağıtarak ve farklı boyutlarda ağaç izlenimleri yaratmak için yazıtipini değiştirerek tipografik bir ormanlık alan izlenimi yaratmış."

20. yüzyılda tasarım, hem devletler hem de markalar için dünya sahnesinde nasıl göründüklerini yeniden şekillendirmek için bir araç haline geldi. Yine de sergi, sanatçıların ve tasarımcıların bir kültürel dönüşüm dönemini hesaba katmalarının ve kendilerini bu dönüşüm içinde tanımlamalarının bir yolu haline nasıl geldiğini bizlere gösteriyor. Serginin temaları, kültürel etkiler arasındaki itiş ve çekişlere aşına olan Naoi ile kişisel düzeyde örtüşüyor. Kütatör, "Japonya'da büyüdüm, ancak uluslararası bir okul sistemi aracılığıyla, iki dilli ve iki kültürlü bir ortamda eğitildim" diyor. Bu deneyimlerin izi, kariyeri boyunca sürmüş ve çalışmalarının çoğunu "modern bir Japon kimliği ile o dönemde Japonya'daki Batı etkilerinin akışı" arasındaki ilişkiyi araştırmaya adanmış.

"Bu konular uluslararası ve küresel bağlamda bir Japon akademisyen olarak kendi kimliğimi bulmam açısından benim için önemliydi" diyor. "Farklı geçmişlere sahip pek çok insanın bu duygularla ilişki kurabileceğini düşünüyorum ve sergiden keyif alırken kendi kimlikleri ve anlamları üzerinde düşünmenin yollarını bulmalarını umuyorum." ●



Ağaçlar, Ryūichi Yamashiro, 1955. Görsel, Merrill C Berman Koleksiyonu'nun izniyle.

Made in Japan: 20th Century Poster Art'ın yerleştirme görünümü. Kurulum görseli: Samuel Morgan Photography.



YAZILAR
Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Zeynep Tonguç
Tasarım
Bülent Erkmən
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