

Yazılar:

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

Grafik Tasarım Üzerine İkili Sohbet: Shigeo Fukuda Masuteru Aoba

Idea, Özel 200. Sayı Ocak 1987
Çeviren Cem Çetin

Aoba: Idea'nın 200'. sayışı onuruna hazırlanan bu özel baskıyı, Japonya ve diğer ülkelerdeki başarılı genç tasarımcılara ayırdık. ICOGRADA'nın nazik katkılarıyla, dünyanın en iyi 130 grafik tasarımcısını listelemiş bulunuyoruz. Idea'nın bu sayıdan başlayarak yeni editörü olan ben de, AGI üyesi olan, birçok uluslararası yarışmanın seçici kurulunda yer almış, bu alandaki en bilgili Japon, Mr.Fukuda'ya, önde gelen uluslararası ve Japon tasarımcılar hakkındaki gözlemlerini paylaşmak üzere davet ettim.

Öncelikle şunu söylemek gerekir ki, 50'ler sonrası kuşak tasarımcıları değişik biçimlerde sınıflandırmak mümkün. Ancak ben öncelikle Mr.Fukuda'nın coğrafi değişkenleri ile almasını rica ediyorum.

Fukuda: 35 yaş kuşağını ve daha gençleri incelemiş değilim; bu yüzden kesin sınıflandırmalar yapmaya çalışmam güç. Benim değerlendirmelerim, daha çok derslerim ve konuşmalarım sırasında yaptığım gözlemlere dayalıdır. Örneğin, Japonya'yı dolaşan JAGDA sergilerinde düzenlenen toplantılar, deniz aşırı yarışma toplantıları ve dersler gibi. Herhangi bir anket yapmış da değilim. Bu bakımdan, sözlerime başlarken, bunların tümüyle kişisel görüşler olduğunu belirtmeliyim. Dünyadaki grafik tasarımcıların örgütsel akışını okyanustaki dalgalara benzetiyorum. Bazı ülkelerde tasarımcılar dalgayla birlikte yol alırlarken, bazı ülkelerde de sanatçılar kendilerini dalganın anaforuna kaptırmışlar. Daha başkaları ise, dalganın akış yönünün tümüyle dışındalar. Ve de doğal olarak, bunların birbirlerine göre çapları da büyük ölçüde grafik tasarımla ilişkili ekonomik ve politik unsurlarla belirlenmektedir. Japonya'nın durumu, diğer ülkelerden çok farklı. Yeni yetişen grafik tasarımcı sayısı

Japonya'nınki kadar kabarık bir başka ülke daha olduğunu sanmıyorum. Bugün, her yıl 20,000 grafik tasarımcı mezun olmaktadır. Ayrıca, Tokyo dışındaki tasarım festivallerine, seminerlerine ve sergilerine katılanlar da çoğunlukla gençlerdir. Diğer ülkelerde buna benzer bir durumla karşılaşmadım. Yakınlarda Mr. Keisuke Nagatomo ile birlikte bir seminerler gezisi için Kore'ye gittik. Orada da dinleyicilerin çoğunluğu gençlerdi. Koreli grafik sanatçılarının hızla gelişmekte olduklarını yüreğime hissettim. Yakında Japon meslektaşlarını da geçerek, Amerika ve Avrupa kökenli akımları daha iyi sindirebilecekleri bir noktaya ulaşacaklar.

Aoba: Avrupa grafik tasarımını tek bir kategoriye sıkıştırma eğilimimiz var ama, İngiliz, Fransız, Batı Alman, İtalyan tarzları gibi çok farklı alt-akımların varlığını da kabul etmeliyiz. Yine de, genel olarak bakıldığında, bana kalırsa genç Avrupalıların çalışmaları oldukça tutucu. Genç Japonların ve Korelilerin işlerinde gördüğüm dinamizmi ve yeni dalga ruhunu, Avrupalılarda seçemiyorum. Sanırım bu durumun söz konusu ülkelerin politik ortamıyla da, yani örneğin, televizyon filmlerinin kılı kırk yararcasına sansürlenmesiyle, dev ulaşım sorunlarıyla, sokak afişlerine uygulanan sinir bozucu yasaklarla, bir şekilde ilişkisi var. Hatta bana kalırsa, Avrupa'da afiş tasarımı olanakları oldukça sınırlı. Çoğu grafik sanatçısının yaptığı işler, kataloglar, kitap kapakları ve yayıncılıkla sınırlı. Bireyselliklerini geliştirmelerine izin verecek miktarda iş yok. İtalyan Post-Modern tasarımı ele alalım. Japon tasarımcılar bu harekete hemen tepki gösterirlerken, genç İtalyan ve Fransız tasarımcılardan benzer bir karşılık gelmedi.



Fukuda: İnanyorum ki Japonya, sanat yaratımı ile tasarım

yaratımının karıştırıldığı, dünyanın en önemli eritme potası. Batıda, pop sanatçıların çoğu, okulda temel grafik eğitimi gördükten sonra piyasaya çıkıyorlar. Japonya'da ise belli bir yaratıcılık ve özgün çalışma olmaksızın başarılı olmak mümkün değil. Gerçek yaşamda yalnızca yetenek işe yaramıyor. Deniz aşırı ülkelerde ise, belli yetenekler rastgele belli alanlara atfedilmiş gibi görünüyor-afiş için şu, grafik tasarım için bu, gibi. Bugün, buraya gelmeden önce bir sergiye uğradım. Genç Japon illüstratörleri ve grafik sanatçıları, Amerikalı avant - garde sanatçılarla birlikte küçük galerilerde sergiler açıyorlar. Bu, diğer ülkelerde akla bile gelemez. Ayrıca, gördüğüm kadarıyla Japon iş çevreleri de, yaratıcı tasarımcıların yaptığı gibi sürekli yeni duyarlılıkların peşinde.



Aoba: Katılıyorum. Japonya'da grafik tasarım çok kapsamlı; ve de bu büyük çemberin içindeki değişik alanlardan, son derece yeni, son derece güçlü tasarımlar çıkıyor hiç durmadan. Üstelik, yabancı malzeme rezervlerimizi de hemen hemen tükettiğimiz bugünlerde, Japonya hiç yoktan varedilmiş sıradan malzemelerin kullanımında ustalaşmış durumda.

Fukuda: Japonya'nın, çok eskilere dayanan bir "yabancı şeyleri soğurma" geleneği var. Bunu mevcut eğitim, ekonomi ve politika sistemlerimizde gözlemek mümkün. Pek özgün olamıyormuşuz gibi görünüyor.

Örneğin, dilbilim. Japonlar, dilbilim alanında çok önemli başarılar kazanmışlardır. Ancak, bu başarılar ile bizim şu anda bir söyleyişi sürdürebilme becerimiz, çok farklı iki mesele. Diyalog, bazı özel becerilerden varlığını gerektirir. Bizim açımızdan ise, en önemli süreç yazılı İngilizceyi anlayabilmektir. Yazılı metnin bir cins prestiji vardır. Konuşma diline, ağızla söylenmiş sözlere ise küçümsenerek bakılır. Japonlar, bilginin soğurulmasına, yutulmasına inanırlar. Yazılı metinleri anlamaya bu kadar çok önem verilmesinin nedeni işte budur. Bizim kuşağımız böyle koşullandı. Bu yüzden de, ne kadar çok yabancı gazete, dergi ve kitap okursak, o kadar çok esinlenebiliyoruz. Bana öyle geliyor ki, bu aşırı duyarlılık bir cins içgüdü.

Aoba: Oyun kağıtlarından tavlaya ve uçurtmalara kadar herşeyi resimleme geleneğimiz bence

popüler Japon kültürünün bir yansıması. Belki de bu, Asya ülkelerine özgü bir olgudur. Japonya, Hindistan ve Kore'de, hatta tüm Asya'da, illüstrasyonlar oldukça grafik ve tek boyutlu. Avrupa'da ise, portreler ve diğer illüstrasyonlar, gölgelemeler vs. yardımı ile, genellikle bir boyut duygusu verirler. Japonlar, tek boyut tercihlerini reklamcılık ve grafik tasarım alanlarına taşımışlardır. Hatta, bu tercih sonucunda, reklamlarımızda kullanmak üzere diğer ülkelerden bilinçli olarak tek boyutlu illüstrasyonlar seçmekteyiz.

Fukuda: İlk Japon reklam afişlerini hatırla. İlk bira reklamları, Meiji döneminin sonuna, Taisho döneminin de başlarına rastlar. Yağlı boya ile yapılmış olan bu afişlerde, kadınlar ve yanlarında utangaç tavırlarla bira şişeleri tutan geleneksel kuaförler görülmektedir. Sanırım başlangıçta bu anlayış en uygun yaklaşım olarak görülüyordu. Japonya, çok boyutluluk veya geometrik tasarım bakımından Batı'dan ne kadar etkilenmiş olursa olsun, bu ülkede iletişim mantıksal olmaktan çok, duygusaldır. Bu yüzden, o ilk afiş sanatçıları, daha gerçekçi bir illüstrasyonun veya ukiyoe tarzı bir yaklaşımın daha etkili olup olmayacağına pek aldırmyorlardı. İlginçtir; iletişimin ticari ve ekonomik endişelerle çoğu kez sıkı bağları olduğu halde, Japonya'da iletişim, sanatla bağdaştırılır.

Aoba: Çizimden söz ederken, konuyu çizim kalemlerine getirmek istiyorum. Sanırım Japon tasarımcılar kısa bir süre-yaklaşık 20, 30 yıl kadar- yalnızca çizim kalemi kullandılar. Bugün rotring kullanıyoruz ki, eski kalemlerden kat kat iyi. Günümüz tasarımcıları, bürolarında fotokopi makineleri ve diğer çağdaş cihazlarla çalışıyorlar. El işçiliğinden giderek uzaklaşıyoruz.

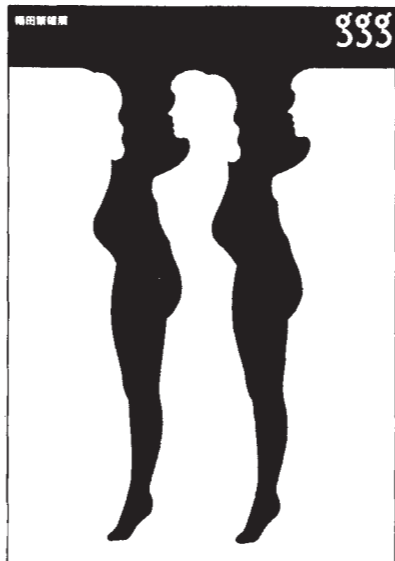
Başlangıçta Japonya Avrupa'nın peşinden gitti. Daha sonra, Herbert Bayer, Ben Shahn ve Saul Bass gibi Amerikalı sanatçılardan çok şey öğrenildi. Daha yakın tarihlerde de Japonya sanat yönetmenlerinin evrimine, etkin olarak ayak uydurmayı başardı. Ben bugüne dek sanat yönetmenliği görevi yapan hiçbir Avrupalı grafik tasarımcıya rastlamadım. Malzemelerinin tamamını kendileri üretirler. Japonya'da ise, sanat yönetmenlerinin, başkalarının illüstrasyon ve fotoğraflarını kullanmaları yadırganmıyor. Bu deneyim bize tasarımlara nesnel bir gözle bakılabileceğini gösterdiği gibi, Japonya'da sanat yönetmenlerinin ortaya çıkışını da haklı çıkarmaktadır.

Fukuda: Evet. Bence de Japon sanat yönetmenleri, saydığımız nedenlerden dolayı, yani teknik ifadeyi geliştirdiklerinden, sözcüğün tam anlamıyla gerçek sanat

yönetmenleridir. Teknik uzmanlıklarını çok çeşitli alanlardan edinmişlerdir. Biraz şuradan, biraz buradan. Tıpkı Japon takımadalarının yaradılışı efsanesi gibi: eski tanrılar, çevredeki adaları biraraya çekerek bu ulusu meydana getirmişler. Bir başka örnek de, Japonya'da bulunabilen değişik ülke mutfaklarının yemekleridir. Hiçbir ülkede bu kadar büyük bir çeşitlilik yoktur. Örneğin, bu yakınlarda Kore'ye gittim. Günlerce, Kore yemeklerinden başka yiyecek hiçbir şey bulamadım.

Bir afiş yaparken, genellikle yaklaşık iki saatimi layout için harcarım. Çünkü, yazıları nereye yerleştireceğime karar vermeden, başka hiçbir adım atamam. Yazıların yerlerini seçmeden devam edemeyişimin nedeni de, harflerin afişteki yegane nesnel unsur, veya görsel iletişim ögesi olmasıdır. Yazının çarpıcı ve okunaklı olmasının yanısıra, benim bireyselliğimi de ifade etmesini nasıl sağlayacağımı düşünmem gereklidir. Ve sonuçta harfler yerlerini bulduklarında, bireysel ifademe layout anlayışım arasında nesnel bir denge kurma çabam, kendi içimde bir çelişki doğurur. Bazen bu denge yüzünden öylesine gerilirim ki, ortaya bir türlü iyi bir tasarım çıkaramam. Bazen içimden harfleri çaprazlama ya da bir başka çılgın düzenle kullanmak gelir. Ancak, bir türlü elim varmaz. Gevşeyince de, bir anda her şey doğru yerini buluverir. Bir bakıma acınacak bir durum bu. Ancak bu süreç, bana bir grafik tasarımcı olarak tatmin veriyor. Söz layout'tan açılmışken, duyduğuma göre bir Japon yayınevi Paul Rand'ın kitaplarından birini Japonca'ya çevirmeye niyetlenmiş. Ancak Rand, Japonca'ya çevrildikleri anda tasarımlarının bütünlüklerini kaybedecekleri gerekçesiyle, bu talebi geri çevirmiş. Bana kalırsa, gerçekten Japonların kendisini anlamasını isteseydi, layout'ı bir yana bırakıp içerikle ilgilenmesi gerekirdi. Bence önemli olan, bir

Kişisel sergi afişi, Shigeo Fukuda



mesajı karşı tarafa aktarmaktır; yolda birazcık değişse de. Sinemayı ele alalım. Altyazılar olmasaydı, dünyadaki insanların diğer ülkelerin büyük filmlerini anlama, takdir etme şansları olmayacaktı. Dil farklılıkları konusunda yapabileceğimiz hiç bir şey yok. Ancak Paul Rand bunu kabul etmiyor. Bu bakımdan, ona grafik tasarımcı değil sanatçı demek daha uygun.

Aoba: Belki ilk başta iletişimin öyle algılanması doğrudur; ancak, büyük yazarların büyük ölçüde yanlış anlaşıldıklarını da dikkate almalıyız. Öte yanda, okuyucuların bir yapıtı daha iyi yorumlamaları olasılığı da var. Ben, altyazılı filmleri veya siyah-beyaz filmlerin bilgisayarla renklendirilmelerini onaylıyorum. Çünkü, karı kocalar veya anne babalarla çocuklar bile, düşüncelerini birbirlerine diledikleri gibi iletemiyorlar. İletişimin temelinde, içeriğin doğru yorumlanacağı varsayımı yatar. Grafik tasarımcılar olarak, bizim işlerimiz de bu varsayımı yüceltir. Bu yüzden, mesajın ruhunu aktarmak veya şu ya da bu ifadenin çok zayıf ya da çok güçlü olduğu endişelerini bir yana bırakıp, düşünceyi, mesajı aktarmaya çalışmalıyız. Düşünce bir kez iletildikten sonra, bireyin kültürel birikimi, yorumunu belirleyecektir.

Fukuda: Katılıyorum. Ancak, dünyada bu düşünce biçiminin kabul görebileceği tek yerin de Japonya olduğunu sanıyorum. Japon konutlarının etnik kimliklerini yitirilerini izlemek bir ara beni müthiş rahatsız etmişti. Baktığımız her yerde, Nagano, Niigata, Sendai, Yokohama veya Tokyo banliyösünde, tüm yeni evlerin Avrupa mimarisinin karbon kopyaları haline geldiklerini görebilirsiniz. Çok da romantik. Tam Japonların özlediği gibi! Bu hızla, diye düşündüm, önümüzdeki on yıl içine, Japon evlerini Avrupa'dakilerden ayırt etmek mümkün olmayacak. Kültürel kimliğimizi kaybetmek üzere olup olmadığımızı merak ettim ve uzunca bir süre huzurum kaçtı. Ancak sonuçta, bu durumu değiştirmek için yapılacak hiçbir şey yok. Yemek alışkanlıklarımızda da aynı şey söz konusu. Sashimi yerken yanında şarap içeriyoruz. Japonya dışında bu kadar eklektik insanlar olduğunu hiç sanmıyorum. Ancak öte yanda da, çok eskilere dayanan ve artık kurumlaşmış bir itaat geleneğimiz vardır ve "Do" veya yol olarak ifade edilir. Örneğin kendo, judo ve sado. Yol'dan çıkmak da "judo" veya sapkınlıktır. Japonlar, yaşının gerektirdiği gibi davranma, veya gösterdiği yaşta olma konusuna büyük önem verirler. Birçok kişi bana gelip, giysilerimin yaşma uygun olmadığını söylemiştir.

Aoba: Doğru, Japonlar resmiyet endişesiyle kendilerini engelliyorlar.



Barış afişi, Masuteru Aoba

Ancak, mantıksallaştırma ve kolaylık gibi, resmiyeti ortadan kaldıran unsurlara da daha çok önem veriyoruz.

Japonlar, çevrelerindeki unsurları birleştirerek değerlendirmede çok başarılıdırlar. Örneğin, Japon yemekleri. Çoğunlukla, standart yiyeceğimiz olan sashimi filizleri, gerçekte hiçbir işlem görmemiş, basit unsurlardır. Düşünülürse, bu son derece zayıf bir besin. Bence, bu yüzden Japonlar basit yiyeceklerin hazırlanış ve sunuş biçimlerine çok önem vermişlerdir. Bunun sonucunda da seramikçilik alabildiğine gelişmiştir. Japon yemekleri için "hem gözü doyurur, hem de mideyi," denir. Bu yüzden de Japonlar yemek hazırlamayı neredeyse bir sanat gibi görürler. Bence Japon grafik tasarımcıları da hazırladıkları yemekleri sunmakta oldukça ustalar. Dünyanın dört bir yanından topladıkları malzemeyi önlere sererler. Biraz düzenleme yapılar ve ortaya çekiciliği ağır basan bir sonuç çıkar. Veya, topladıkları malzemelerden bir serbest kolaj düzenlemesi yaratırlar.

Fukuda: Ben eğitimin önemini de gereğinden fazla vurgulamayacağım. Zorunlu eğitimin bir bölümü olarak, ilkokuldan liseye dek çocukların -tasarımı da kapsayan- sanat derslerine girmeleri gereklidir. Eğitim Bakanlığı, bu tür bir sanat eğitiminin bir iletişim biçimi olduğunu söylemektedir. Kişisel düşünceme göre, resim, heykel ve tasarım, kurumsal sanat eğitiminde, gerçekten birer iletişim biçimidir. Bu düşünceyle, ilkokul öğrencilerine afiş tasarımı yaptırılır -çünkü, bunun bir iletişim biçimi olduğu varsayılmıştır. Daha sonra öğrencilerden sembol tasarımı, örneğin kulüp amblemleri yapmaları istenir.

Tasarımın amacı, yaşamı daha keyifli hale getirmektir. Ancak, böyle bir eğitim sistemini yaşayan gençler için tasarım, eğlenceli bir şey olmaktan çıkar. Bu çocuklar, belli bir mesajı karşı tarafa ulaştırmaya koşullanmışlardır. Başka bir deyişle, daha orta okul çağından

başlayarak, iletişim grafik tasarımcıları olarak yetiştirilmişlerdir. Afiş tasarımı böylece onlar için farklı bir eğitimsel disiplin haline gelir. Sanat eğitiminin bu biçimi yüzünden, kişisel estetik zevkler de geliştiremezler. Arkadaş çevresinin uyguladığı baskı da, kısmen de olsa, bence suçludur. Giyimleri veya herhangi bir başka şey için bireysel seçimlerini yapamazlar. Hepsini aynı şeyi seçerler. Bu konuda daha fazla yorum yapmayacağım. Ancak bir tasarımcı olarak, karşımızda ciddi bir sorun olduğunu düşünüyorum. Tasarım, yaşam biçimimizin bir parçası olarak görülmelidir. Bu yüzden, kentlerimizi temizleme girişimleri veya herhangi bir başka hareket olduğunda, yuvalardaki ve ilkokullardaki çocuklardan, bunun gerçekte ne anlama geldiğini düşünmelerini istemeliyiz. Afiş yapımının üzerinde bu kadar durulmamalı, bu iş biz profesyonellere bırakılmalıdır.

Aoba: Bu günkü söyleşimizi, size Japon grafik sanatçıları hakkında neler düşündüğünüzü sorarak kapatmak istiyorum. Günümüzde, Japon grafik tasarımcıları tüm dünyada büyük beğeniyle karşılanmaktadır. Bu itibar artışı neden kaynaklandı? Bence, Yusaku Kamekura'nın Tokyo Olimpiyatları afişleri, Japon tasarımcıları büyük ölçüde yüreklendirdi. Özellikle de bizim kuşağımızı. Bizlere, sanatta yeni ve keşfedilmemiş yollar gösterdi. İlk afişte tek başına bir sembol vardı. Diğer üç afişte, fotoğraflardan da yararlanılmıştı.

Fukuda: Katılıyorum. Bence, bizi bir grafik tasarım idealine doğru yönlendirdi ve bize mesleğimizden gurur duymamız gerektiğini öğretti.

Aoba: Sanırım bu birçoklarımızın kendi bireysel yollarını çizmelerini de sağladı.

Sonra, Kamekura'dan çok az daha önce Nissenbi grubu çıktı ortaya. Nissenbi'nin en önemli işlerinin arasında B-zen afişlerini saymak gerekir. Bir zamanlar her yaz 20-30 B-zen afişi çizen tasarımcılar, bugün bile harıl harıl çalışıyorlar.

Aah, o B-zen afişlerinin yüreğimde hala özel bir yerleri var.

Fukuda: Nissenbi'nin, Japon grafik tasarımcılarının daha da başarılı olmalarında büyük payı bulunduğuna ben de katılıyorum. En azından, birçok yetenekli insan sanat yönünde gitmemeye karar verdiler. Tıpkı profesyonel beyzbol gibi. Ümit veren tüm genç insanlar profesyonel takımlara katılıyorlar. Ve de bu insanların çoğu bugün bile son derece sağlam görünüyorlar. Kore uçağında, Mr. Nagatomo ile bu insanları konuşuyorduk. Hala genç gibiler. Nissenbi dağılılı çok olduğu halde, hiçbiri yaşlanmıyor. Sanırım bilinçaltımız bu gerçeği sürekli gündemde tutuyor. Kendimi 30 yaşından çok farklı bulmuyorum; en azından psikolojik olarak.

Aoba: Dün, Hokkaido Tasarım Derneği'nin bir toplantısı için Sapporo'daydım. Dernek başkanı Mr. Kuriyawaga, yıllardan sonra yaşlanmış tabii. Ancak, aktif, profesyonel yaşamını sürdürüyor. Hatta, bu yakınlarda Kirin Biraları için bir duvar resmi yaptı. Japon sanatçılar, sağlıklarını elverdiği sürece, sanatlarını sürdürürler. Idea'nın, 200'ncü sayısına rastlayan bu özel baskıda, dünyadaki genç, ve başarılı tasarımcıları inceledik. Bu genç tasarımcıları, ülkelerine göre sınıflandırmak oldukça güç, çünkü birçok sanatçının tüm dünyayı kapsayabilecek şekilde geniş birikimleri, eğitim ve iş deneyimleri var. Japon tasarımcılar da kendilerini coğrafi konumlarıyla veya tabiiyetleriyle değerlendirmek yerine, dünyanın çeşitli yerlerinde okumuş veya çalışmış diğer genç tasarımcıları ölçüt almalıdırlar. Yerleşik geleneksel grafik tasarım, ufusla veya etnik unsurlarla büyük ölçüde belirlenmektedir. Ancak bugünün grafik, görsel ve sanat ifadeleri öylesine yaygınlaşmışlardır ki, artık tüm dünyada paylaşılmaktadırlar. Son olarak, Mr. Fukuda'ya, önümüzdeki yıl tüm dünyadan gelecek işlerin sergileneceği JAGDA Barış Afişleri Projesi'ndeki rolünü sormak istiyorum.

Fukuda: Barış Afişleri Sergisi'nin yalnız Japonya ile sınırlı kalmasını istemedik. Barış tek bir ulusun sorunu değil, evrensel bir sorun olduğundan, serginin denizaşırı ülkelere de duyurulması gerektiğini düşündük. JAGDA Barış Afişleri Sergisi'nin deniz ötesinde sergilenmesi için bağlantılar yaptık. Son olarak da, bu proje kapsamında Amerikalı tasarımcılarla işbirliğim oldu. Bu noktaya kadar gelince de, projeye tüm dünyanın dikkatini çekmenin iyi olacağını hissettik. Geçmişte, Avrupalıların ve Amerikalıların katılımı olmuştu ama, Asya ülkeleri bugüne dek projelerin dışında kalmıştı. JAGDA Barış Afişleri'nin dünya grafik tasarımcılarına taze bir akım yaratmalarını sağlayacağını umuyorum.

Takenobu Igarashi

Graphis, 254. Sayı, 1988
Çeviren Cem Çetin



Mekani da tıpkı işleri gibi: tertipli, temiz ve düzenli. Takenobu Igarashi'nin yaratıcı çalışma belirtisi, çizim masasındaki aksonometrik rakamlar listesi. Üzerinde çalıştığı proje, Modern Sanat Müzesi'nin 1988 takviminin bir yaprağı. Igarashi'nin müze için hazırladığı beşinci takvim yaprağı bu. Çoğu kez, Igarashi'nin "kusursuz" rakam ve harf formlarının bilgisayar tasarımı olduğu sanılır. Oysa her biri tek tek elle çizilmektedir. Takvim için her yıl tam 622 değişik rakam gerekmektedir. En büyük coşkuyu çeşitlemeler yaratmakta bulan Igarashi için bu görev, düşlerindeki iştir.

"Yaratım'ın çok özel olması için, özel aletler gerekli," diyor Igarashi hafifçe. Amacı gizemli ya da derin ve anlaşılacak olmak değil. Alçakgönüllü, hatta utangaç denebilecek tavrıyla, Igarashi yalnızca bir gerçeği alıyor eline. "Bunu bulmam çok uzun zaman aldı. Artık düzeltmeler için işime ara vermem gerekmiyor. Kurşun kalem ucunu hep 0.3 mm'de tutuyor. Asla kalınlaştırmıyorum." Bir Japon tasarımcısı olan bu pergele duyduğu hayranlık, eski bir doğu geleneği olan, insanın mesleğini veya el sanatını gerçekleştirirken kullandığı aletlerine beslediği saygıyı yansıtır. Ancak Igarashi'nin çalışmaları öylesine olgun ve fütürist ki, bu yorum bizi şaşırtıyor. "Bugüne dek üç alet yaşamımı değiştirdi," diye devam ediyor, "fotokopi makinesi, telefax ve kelime işlem bilgisayarı. Bir Japon

grafik sanatçısının bunlara sahip olması şarttır. Bilgisayar sayesinde, Japon dilindeki yaklaşık 5000 Kanji harfini klavyedeki yalnızca 48 tuşla yazmak artık mümkün. Ve de fax olmasaydı, Avrupa ve Amerika'da müşterilerime hizmet veremezdim." Hizmete gelince, gerçekten yoğun hizmet veriyor Igarashi. 43 yaşında, oturmuş ama grafik tasarım, mimari grafik, kimlik sistemleri, güzel sanatlar ve en son olarak da ürün kitaplarına ve derslere konu olmuş, sergilere alınmış, GRAPHIS'in kapak sayfalarında tanıtılmış. Kasım 1987'de Tokyo'da açılan yeni bir serginin odağında da yine Igarashi'nin uzun süredir "hobi" olarak çalıştığı heykel tasarımları ve özgün baskılar yer almıştı.

Tokyo'da, 185 m²'lik yüksek kirallı bir büro alanına yerleşmiş olan Igarashi Studio'da dokuz tasarımcı ve dört yönetici çalışıyor. Atölyenin uluslararası müşteriler listesine bir göz atalım: New York Modern Sanat Müzesi; Zanders Feinpapier AG; Suntory Ltd.; Honda Motor Co.; 300 yıllık ilk logosunu yenisiyle değiştirmek için Igarashi'ye gelmiş olan Mitsui Bank ve birçok başka tasarım kuruluşları.

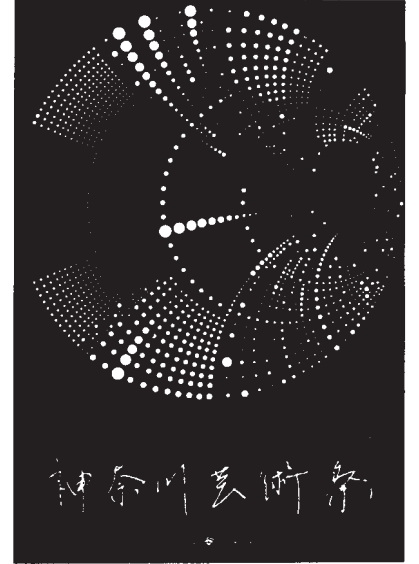
Alüminyum iskelet üzerine oturtulmuş zarif bir cam masaya geçiyor ve olağanüstü iş repertuarını konuşmaya başlıyoruz. "Bu masayı ben çizdim," diyor Igarashi. "İki basit parça kullandım: Biri açılı, diğeri düz iki metal profil. İskeleler İtalyan. Görünüşleri güzel ama hiç rahat değil." Gülüyor. Igarashi'yi dinlemek keyifli. İngilizcesi kusursuz, konuşmaya istekli. Tüm işlerinde, zekice işlenmiş bir ikilem seziliyor. Hepsini de su götürmez biçimde ona ait. Ancak öylesine mükemmel bir işçilikle üretilip çoğaltılmışlar ki, sanatçının elini görmek olanaksız. Bu "nesnel" kaliteyle birlikte Igarashi'nin basit ve karmaşık elemanlar arasında yarattığı gerilim, gözü hem büyülüyor, hem de şaşırtıyor. İleri teknoloji çağrışımı, bıçak keskinliğindeki çizgilerinde belli bir umursamazlık var. Ancak, ince çizgileri boşlukta asılı durur veya havayı yırtarken, Igarashi "eşyanın doğal dengesi"ni akla getiren bir dengeye ve bütünlüğe ulaşıyor. Seçkin formlar, gerçek birer düzen ve saflık

Takenobu Igarashi atölyesinde

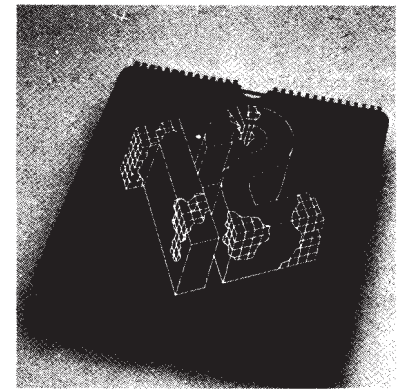


önergeleri haline geliyor. Igarashi'nin yaptığı hemen hemen her işin temelinde, Latin harflerine duyduğu büyük sevgi yatıyor. Bu gerçek, Japon alfabesinin gücüne ve artistik olanaklarına hayranlık duyan Batılıları düşünerek gülümsememize yol açıyor. Igarashi'nin gözünde Latin harflerini çekici kılan, zaten bu olanakların eksikliği. "Japon harfleri güzeldir," diyor. "Ama bunlardan binlercesi var. Herbiri karmaşık bir form. Herbirinin kendi başına bir anlamı, bir dokusu var. Herbiri bir şey ifade ediyor. 26 Latin harfi ise, tek başlarına hiçbir şey anlatmıyorlar. Ancak, değişik şekillerde bir araya getirildiklerinde herşeyi anlatabiliyorlar. Benim tarzıma çok uygunlar, çünkü basit ve geometrikler. Temel formlardan birçok çeşitleme yapabiliyorum." "Latin harflerini seçmemin bir başka nedeni de, evrensel olmaları. Çocuklardan tutun da yaşlı insanlara dek, herkes bunların ne

Ranagawa Sanat Festivali için afiş, 1984



Masa takvimi, 1987



anlama geldiklerini bilebiliyor. Yalnız Batı ülkelerinde değil; Japonya ve Çin'de de insanlar A'dan Z'ye tüm alfabeyi biliyorlar. Ayrıca, Latin harfleri güzel sanatlara da iyi bir giriş. İnsanlar bir yapıtı anlayamıyor veya değerlendiremiyorlarsa, içinde yine de anlayabildikleri bir şey kalmış oluyor."

Igarashi için İngilizce hiçbir zaman gerçek bir yabancı dil olmadı. Japonya'nın kuzeyinde, Hokkaido'nun ücra bir kasabasında doğmasına karşın, "aslında profesör olması gereken bir işadami" olarak tanımladığı babası, İngilizce ve Almanca konuşabiliyordu. Bir misyon okulunda Amerikalıların eğittiği annesi ise İngilizce yazabiliyordu.

Igarashi, üç kardeşin en küçüğü. "Şanslıydım," diyor, "çünkü, annemle babamın, diğer kardeşlerimden edindikleri deneyimler vardı. Biri kız, diğeri erkek olan kardeşlerimin ikisi de dört yaşında piyano derslerine başladılar. Piyano benim hoşuma gitmedi. Derslerden hep kaçtım. Annem ve babam da sonunda pes ettiler. Ancak, bana oyuncak yerine harika bir marangoz takımı verdiler. O sırada altı yaşındaydım. Parmaklarımı kesiyordum, ama birçok şey de ortaya çıkıyordu ve müthiş hoşuma gidiyordu."

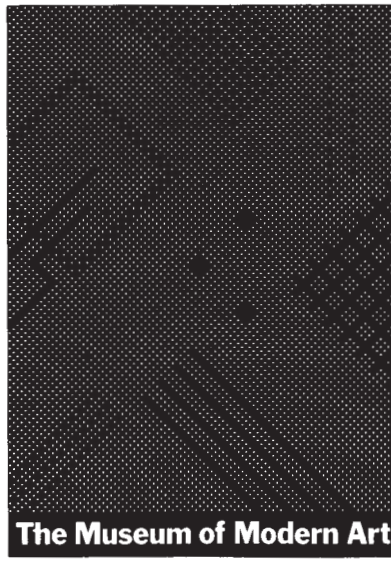
"Bir mesleğe dair ilk düşüncem," diye devam ediyor, "arkeolojidi. Ancak, annemle babam beni caydırdılar. Evet, çok özel insanlardı onlar ama, bu açıdan da çok tipiktir. Benim bir doktor olmamı istiyorlardı." Igarashi gülümsüyor. "Amcam mimardı. Ne zaman bize gelse, bana çizimlerini gösterir, yaptığı binaları anlatırdı. Ben 13 yaşındayken Tokyo'ya taşındık. O sıralarda, yeni buluşlar yapabilmek için mühendis olmayı istiyordum."

"İçinde büyüdüğüm yaşam ortamı, bir sistem halinde düzenlenmişti (tatami). Bu sisteme bir "ızgara" ya da kafes örgüsü denebilirdi. Bugünkü genç neslin ızgaraya ya da herhangi bir şeyin arkasındaki yapıya aldıracağı yok. Ben ise ızgaradan hoşnutum. Yalnızca çalışma yöntemi olarak değil.

Bitmiş işin görünüşü bakımından da böylesi bence çok daha iyi." Igarashi Tokyo'daki Tama Güzel Sanatlar Üniversitesi'ne devam etti. Lisans üstü eğitimini ise, California Üniversitesi'nde gerçekleştirdi.

Japonya'ya döndüğünde, ülkenin küçük grafik tasarımcılar topluluğu içinde kendisine yer açmanın güçlüğüyle karşılaştı. "Japonya çok değişik, çok tutucudur. Orada bir portfolyo göstermenin hiçbir yararı yoktur. "İşe ihtiyacım var" dediğimde, bu benim işsiz olduğum anlamına gelir ve müşteriler de işe ihtiyacı olan bir tasarımcıyla çalışmak istemezler. Kendimi sıradan yöntemlerle tanıtmamam gerektiğini biliyordum."

Ajandaları dolmuş olan

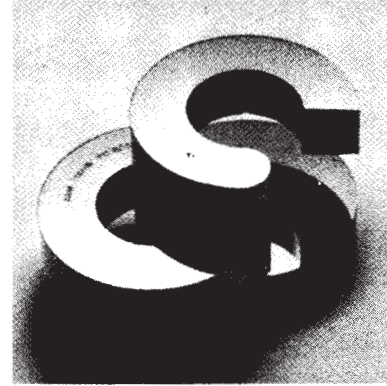


The Museum of Modern Art
N.Y. Modern Sanatlar Müzesi için afiş, 1984



OUN için kurumsal simge, 1986. Birçok simgeden oluşmuş tek bir kurumsal kimlik sistemi. Şu anda 50'ye yakın çeşitleme var.

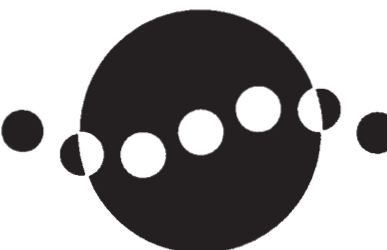
tasarımcılar, müşterilerine Igarashi'yi önermeye başladılar. Igarashi, olağanüstü verimliliği için zaman içinde rahat bir ritim bulmuş. "Ben çok rahat ve gevşek çalışırım," diyor. "Çalışırken, bir yandan da birçok başka şey düşünmeyi severim. Burada, Los Angeles'da, iki çizim masam var. Aslında dört-beş tane olsun isterdim. Tek bir iş üzerinde saatlerce yoğunlaşmam. Parça başına 10-20 dakika; en fazla bir saat. Akşamları, saat 6'dan sonra ise asla çalışmam. Stüdyoda, resmi çalışma saatleri 9:00-18:00'dir. Ancak, grafikerler çoğunlukla 19:30'a kadar kalırlar. Japonya'da çoğu tasarımcılar gece yarısına kadar çalıştıkları yetmiyormuş gibi, Cumartesi günleri de çalışırlar." Böylece Igarashi Los Angeles'a geri döndü ve California Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak çalışmaya başladı. Bu arada, California'daki genç ve başarılı tasarımcıları tanıtan Idea dergisi için tek başına bir özel sayı hazırladı. Bu proje onun eyaletteki en iyi tasarım kuruluşlarına girebilmesini ve işlerini gösterebilmesini sağladı. Idea'nın bu özel sayısı ona Japonya'da birçok kapı açtı.



"Tasarım ödülü" tasarımı, 1982



"Tasarım" kelimesi üzerine çeşitlemeler, 1980-83



Calpis Yiyecek Sanayi için amblem, 1983

"Cumartesi günleri çalışmamaya 14 yıl önce karar verdim. Bu kararı uygulamam güç oldu, çünkü müşterilerimiz çalışmamızı bekliyorlardı. Bunu ilk yapan biz olduk. Şimdi başka stüdyolar da kapatıyorlar."

Igarashi, müşterileriyle iş ilişkisi içinde olmayı ve onları eğitmeyi seviyor. "Bir logotype için, 200 değişik öneri götürebilirim," diyor, "ama hiçbir zaman 'işte benim en çok sevdiğim tasarım bu,' demem. Tercihimi bilirim. Ancak müşteri neden birinin diğerinden daha iyi olduğunu anlayamıyorsa, en iyi logo bile uygulamada çok çirkinleşebilir. Müşterim yanlış logoyu seçse bile, hala onu eğitecek zamanım vardır."

"Japonya'da, sanat ile ticari tasarım arasında bir ayırıcı sınır yoktur," diye devam ediyor. "Ben, tasarımı seviyorum ve her zaman da bu işi yapacağım. Ancak, bence sanat yalnızca onu yaratan kişiye aitken, ticari tasarım her zaman bir grup içindir. Bu ister müşterinin bürosundaki bir komite olsun, ister tüketici kitlesi olsun, tasarım insan gruplarının ihtiyaçlarını izler."

"Günün birinde Alfabe Mimarisi'ni gerçekleştirmeyi isterdim," diyerek konuyu tekrar geleceğe getiriyor Igarashi.

Çalışmalarının yüreği harflerse, ruhu da mimari besbelli. Igarashi için birşeyi yalnızca meydana getirmek yeterli değil. Onu aynı zamanda bir yere yerleştirmesi de gerekiyor. Çevre, ölçek ve üçüncü boyut Igarashi'nin temel endişeleri. Çizimlerinden birinde boşlukta yüzen küçük bir küp gösteriyor.

"Şuna baktığım zaman, yüksek bir bina gözümün önüne geliyor," diyor, "ve 'Çevresinde dairesel bir bahçe iyi giderdi,' diye düşünüyorum. Yani, bu yalnızca bir küp değil; bu bir yapı, bir paket, bir parça şeker... Şu eğri çizgi Fuji Dağı'nı hatırlatıyorsa, belki şuraya güzel bir göl, tam şuraya da bir ev koymak isterdim. Çizmeye başladığımda, hayal gücüm giderek genişler. Bir şey, birçok başka şeyi çağırstırır ve başka projelere dönüşür. Bu düşüncelerin çoğu da mimariye ilişkindir."

Alman psikanalist Otto Rank, 1932'de yayınlanan dev eseri Sanat ve Sanatçı'da şöyle diyor: "...Klasik güzellik anlayışının sanata yansımış olan en önemli ilkelerinden biri, bütünü minyatür kopyalarını alırken özünü koruma, ve bağımsız kısımların her birinin bütünü gerçekten düşünsel olarak ifade etmeyi sürdürmelerini sağlamaktır." Bizim dünyamız, Igarashi'nin istirdyesidir. ●

YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Yurdaer Altıntaş
Sorumlu Yayın Yönetmeni
Bülent Erkmən
Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.
Tüm hakları saklıdır.
Basıldığı yer: MATAŞ