

# Yazılar:

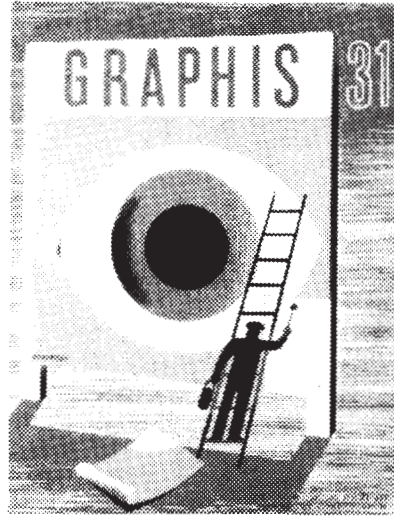
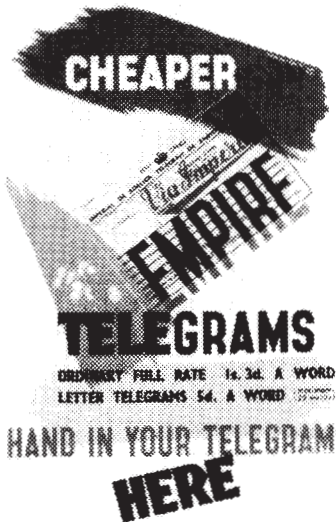
GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU  
Güzelbahçe Sokak Şafak Ap. 13/3, 80200 Nişantaşı, İstanbul Tel. 241 05 95

## Grafik Tarzlar (7)

### GEÇ MODERN (1935-1990) İngiltere

Önceliklerin, ticari ürünlerin tanıtımından, savaşa dair mesajların duyurulmasına doğru kaymasına karşın, İkinci Dünya Savaşı İngiliz reklam tasarımcılarının olanaklarını artırmıştı. Afiş alanında hükümet, geleneksel keskin milliyetçi ve ikaz edici mesajların halkın dikkatini çekmeye yetecek zorlayıcılığa sahip olmadıklarını farkettiler. Enformasyon Bakanlığı bu yüzden, aralarında Abram Games, Tom Eckersley ve F.H.K. Henrion'un da bulunduğu önde gelen Modernistlerle işbirliği yaptı ve onlardan özellikle çağdaş olması beklenen bir dizi tasarım üretmelerini istedi. Bu tasarımcılar, hükümetin hayat kurtarıcı uyarılarını açık seçik ve etkili bir biçimde iletmek için çoğu kez resim ve kolajı birleştireyorlardı. Enformasyon bakanlığının iyi tasarım kullanımındaki en önemli atılımı ise herhalde halk sergilerini toplumsal iletişimin potansiyel bir tekniği olarak geliştirmesiydi. Küçük gösterilerden, afiş ve diğer görsel araçların büyük teşhirlerine kadar uzanan bu sergilerin amacı, halkı İngiltere'nin savaşa bağlı çeşitli gereksinimleri hakkında bilgilendirmek ve eğitmektir.

*E. McKnight Kauffer. Empire Telegrams. Telgraf hizmeti için afiş, 1941*



*Tom Eckersley. Graphis 31. Sanat yönetmeni ve yayıncısı Walter Herdeg olan derginin kapağı, 1950. Tasarımcının arşivinden*

### Amerika

PM dergisinin 1941 yılı sayılarından birinde, László Moholy-Nagy, Amerikan tasarımı hakkında, biraz da düş kırıklığı ile şunları söylüyordu: "Avrupa'daki Konstrüktivist hareket, sanayisi gelişmemiş ülkelerde başlamıştır.... Amerika'ya özgü organizasyon, üretim süreçleri ve yaşam standardı, genç Avrupalı sanatçıların akıllarında ütopyik bir manzara çizdi. Bu düşsel Amerika görüntüsü, onların düşüncülerini ve işlerini yönlendiriyordu. Keskinlik ve hassaslığa... gökdelene... otoyollara... akıl almaz köprüler ağına hayranlık duyuyorlardı. Akıllarında canlandırdıkları Amerikalılar gibi, onlar da yeni bir çağın çocukları olmaya çalışıyorlardı.

"Ben bu ülkeye ilk geldiğimde, biz Avrupalıların belli bir ölçüde, Amerikalılardan daha Amerikalı olduğumuzu farkederek çok şaşırmıştım. Hayal gücümüz fazla ileri gitmişti. [Amerikalılar] ileri uygarlıklarını içgüdüleriyle yaratmışlardı. Gündelik yaşamlarında, buluşları birbiri ardına sıralamışlardı. Ancak, bunları bizim Avrupa'da yaptığımız gibi, herhangi bir felsefe ile bağdaştırmıyorlardı. Onlar için, güzelim eski geleneksel sanatın nostaljisi sürüyordu.

"... benim Victoria dönemi evlerini, sömürge mimarisi taklitlerini ya da modası geçmiş reklamcılığı anlamam uzun zaman aldı. Neyse ki, kısa bir süre sonra, bizim Avrupa'da hayal ettiğimiz Amerikalı disiplinine ve gizli gücüne sahip

yeni bir neslin yükseldiğini gördüm."

Moholy-Nagy'ye göre bu genç Amerikalıların arasında Paul Rand, "en iyi ve en yetenekli temsilcilerden biriydi." İlk Amerikan Modernist dalgasının üyeleri olan bu gençler, Moholy-Nagy'nin yanı sıra Amerika'ya o sıralarda gelmiş olan diğer Avrupa'lı göçmenlerden, örneğin, Macar Gyorgy Kepes'ten, Çekoslovak Ladislav Sutnar'dan ve Bauhaus ustası Herbert Bayer'den de etkilenmişlerdi. Rand'e Orta-Batı Modernisti adı verilen Lester Beall ve plak kapağı tasarımında öncülük eden bir New York'lu, Alex Steinweiss da katılıyorlardı.

Amerika Birleşik Devletleri Savaş Enformasyonu Dairesi, İkinci Dünya Savaşı sırasında çok sayıda kitap ve dergi tasarımcısını görevlendirerek, onlara milliyetçi ve ikaz edici afişler, hayatı idame kılavuzları, dış ülkelere dağıtılmak üzere haber dergileri ve yüzlerce başka propaganda malzemesi ürettirdiler. Genç Amerikalı Modernistlerin, yeni tarzın hayatta kalma şansını kanıtlamaları için, özellikle de diğer ülkelerin grafiklerindeki Destansı Gerçekçiliğe kıyasla, eşsiz bir fırsatları vardı. Avusturyalı göçmen Joseph Binder, 1942 yılında A.B.D. Hava Kuvvetleri için hazırladığı ikonografik askere alma afişi ile, Modern Sanat Müzesi'nin düzenlediği bir yarışmada birincilik ödülünü aldı. N.W. Ayer and Son'un sanat yönetmeni Leo Lionni, savunma tesislerinde çalışan işçileri yüreklendirmek için bir dizi dinamik afiş yaptı.

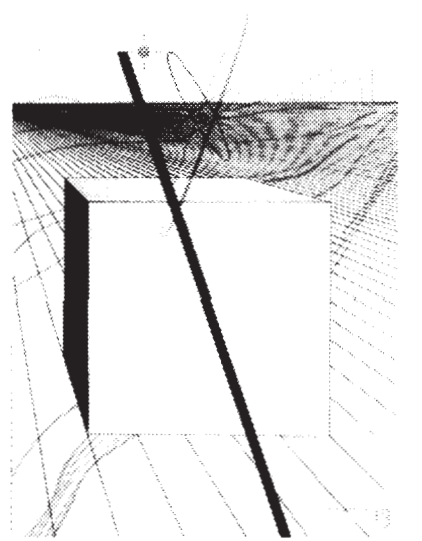
1930'larda, Container Corporation of America'nın yönetim kurulu başkanı Walter P. Paecpke, Modernist tasarımın ilk hamisi olmuştu. Savaş sırasında ise, CCA'nın sanat yönetmeni Egbert Jacobsen, aralarında Herbert Matter, Herbert Bayer ve Jean Carlu'nun da bulunduğu önde gelen göçmen ve Amerikalı modernistlere, firmanın savaşa yönelik çabalarını ve ürünlerini vurgulayan reklam kampanyaları hazırlattı. Kara Kuvvetleri için zırhlı araçlar üreten Autocar Corporation da, Paul Rand'e savaş sırasındaki üretiminin çarpıcı ve ilginç bir biçimde zamana meydan okuyan görsel belgelerini yaptırmıştı.

Savaşın sona ermesiyle grafik tasarımcılar, artık reklamcılık ve yayıncılık endüstrileri ile tümüyle kaynaşmış olan bir sürü modern yöntemi kullanarak, ticarî ürün ve fikirleri satma işine geri döndüler. Ashley Havinden, Reklamcılık ve Sanatçı [Advertising and the Artist] adlı kitabında bu modern estetik anlayışını şöyle özetlemektedir: "İyi tasarımcının amacı hiçbir zaman engin bilgi birikimi ya da çağdaşlığı ile hava atmak olmamalıdır. Herhangi bir tasarım formuna karşı kişisel ya da özel düş-

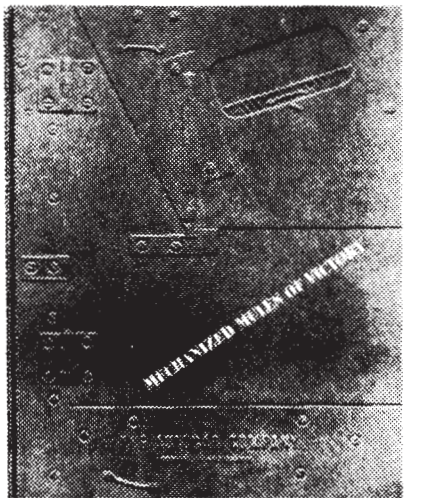


*Gyorgy Kepes. What Is Modern Painting? [Modern Resim Nedir?] Modern Sanat Müzesi için sergi kataloğu kapağı, 1952. Tasarımcının arşivinden*

### design and paper



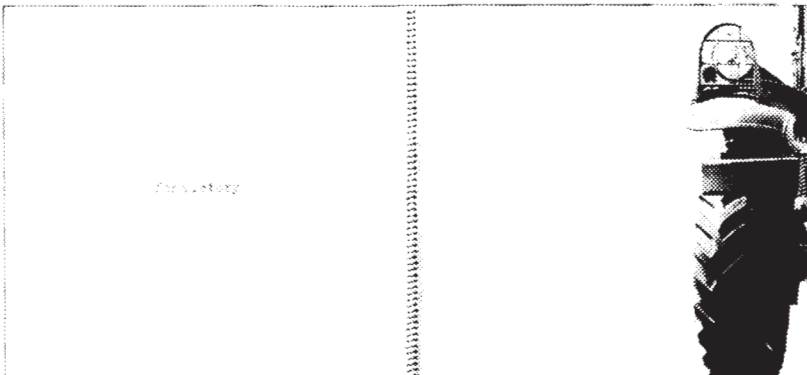
*Ladislav Sutnar. Design and Paper. [Tasarım ve Kağıt.] Marquardt Kağıtçılık Şirketi'nin tanıtım broşürü için kapak ve iç sayfalar, 1941*



*Paul Rand. Mechanized Mules of Victory. Autocar Corporation'un bir kamyon kataloğundan kapak ve sayfalar, 1942. Tasarımcının koleksiyonundan*

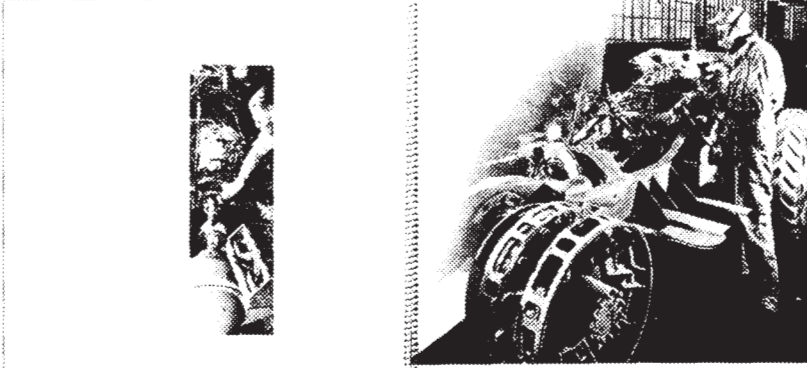
künlüğünü asla işin içine sokmamalıdır. Yegâne amacı, yaratıcı üretim, yalınlık ve medya hakkındaki mevcut yeteneklerini, aktarması istenen fikri ya da fikirler bütününü mümkün olan en açık,





From its very inception in 1897 every Autocar vehicle has trained the Company for the vital role in the war program. For 45 years without interruption it has manufactured motor vehicles exclusively, from fighting in the last decade of heavy duty trucks and tanks or over. For 45 years Autocar has pioneered the way, developing many history-making "firsts" in the industry: the first porcelain spark plug, the first American shaft-driven automobile, the first diesel injection gear drive, the first

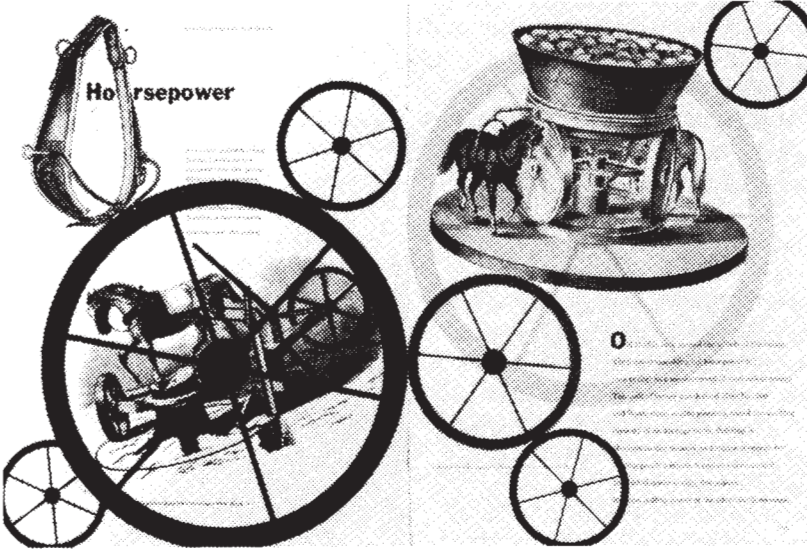
circulating oil system. For 45 years Autocar insistence on mechanical perfection has brought a tradition of precision that is honored by every one of its master workers. These are achievements that only time can win. The harvest of these years, of this vast experience, is at the service of our government. Autocar is meeting its tremendous responsibility to national defense by putting its 45 years' experience to work in helping to build for America a motorized armada such as the world has never seen.



The men who work in the vitals of these vehicles are specialists in their mechanical skill. Their hands move with the swiftness and sureness of a surgeon's, starting ussively from tool box to point of work, armed with the expert resources of skill and experience. The army of men at Autocar wages a relentless and victorious war against time. These men are in the front ranks in the battle of production. They are doing all in their power to supply America with an ever mounting number of military trucks.

What the artisans of Autocar production are doing now for America's military forces they have done countless times for American industry. They have built every sized of hauling vehicle from the light delivery truck to huge motorized transporters for oil and gasoline. Now, for their Hunter customers, they are busy. They have increased their plant by 25,000 square feet and have added 1,500 employees to the staff, all within a little more than a year's time. They prefer nothing to stand in the way of production for victory.

**Paul Rand. Mechanized Mules of Victory [Zaferin Mekanik Katırları]. Autocar Corporation'ın bir kamyon katalogundan kapak ve sayfalar, 1942. Tasarımcının arşivinden**



**Bradbury Thompson. Westvaco Tasarımcının koleksiyonundan Inspirations 152. İç sayfa, 1952.**

güçlü ve inandırıcı biçimde ifade etmek için seferber etmektedir. Avrupa'nın soyutlama, dinamizm ve asimetri anlayışlarını fazlasıyla Amerika'ya özgü bir dolaysızlıkla birleştiren yeni tasarım, toplu tüketim pazarı tasarımının cırtlak sesli ve çoğu kez kaba saba tarzına karşı, hayatta kalma şansına sahip bir alternatif oluşturuyordu. Akımın en başarılı uygulayıcıları arasında E. McKnight Kauffer, Mathew Leibowitz, Bradbury Thompson, John Follis, Alvin Lustig ve Herbert Matter sayılabilir.

## İsviçre Uluslararası Tarzı

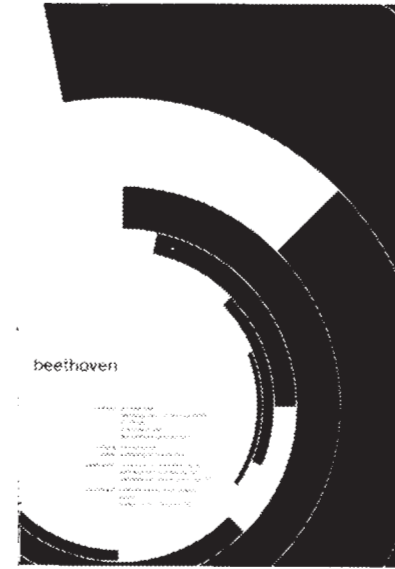
Ülkelerinin tarafsızlığı İsviçreli grafik tasarımcıların savaş boyunca çalışmalarını sürdürmelerini sağladı. Eski bir Bauhaus öğrencisi ve İsviçre tarzının öncülerinden biri olan Max Bill, metodolojisini Konstruktivizm'e dayandırmıştı. Çalışma arkadaşı Josef Müller-Brockmann bu süreci şöyle tanımlıyordu: "Metin ve resim, nesnel ve işlevsel ölçütlere göre düzenlenir ve ilişkilendirilir. Alanlar, ma-

tematiksel oranları hassasiyetle hesaplanarak düzenlenir ve tipografi kurallarına çok dikkat edilir." Bill savaştan sonra, önemli bir okul olan Ulm kentindeki Hochschule für Gestaltung'un başına geçti ve usçu tasarım etiğini buradan tüm Avrupa'ya yaydı. İsviçre Okulu ya da Uluslararası Tipografi Tarzı daha sonra Müller-Brockmann, Richard P. Lohse, Hans Neuburg, Carlo L. Vivarelli ve Karl Gerstner gibi Zürih ve Basel'li genç tasarımcılar tarafından da geliştirildi. Bu sanatçılar tasarımı, nesnel gerçeklerin iletilmesinde yaşamsal önem taşıyan bir araç olarak görüyorlardı. Nesnel fotoğrafçılık, turnaksız harfler, süslemesizlik ve kareli düzlemi kaynak alan titiz kompozisyon bu tarzın en belirgin özellikleriydi. İlk kimin tarafından kullanıldığı bilinmemesine karşın, kareli düzlem savaş sonrası dönemin en önemli tasarım aracı haline geldi. Bu araç prospektüslerde, broşürlerde, kitaplarda ve sergi kataloglarında kullanıldı ve uluslararası iş dünyasının gereksinimlerine mükemmel uyum gösterdi. 1958 yılında Lohse, Müller-Brockmann, Vivarelli ve Neuburg tarafından kurulan Neue Grafik [Yeni Grafik] dergisinde bu sistematik yaklaşım anlatıldı, çözümlendi ve savunuldu. İsviçre tasarımının felsefesi, Zürih ve Basel'deki iki önemli okul tarafından yayılıyordu. Josef Müller-Brockmann geçmişteki, Armin Hofmann da gelecekteki yaklaşımı örnekliyorlardı. Basel Okulu mezunu Kenneth Hiebert'e göre okulun metodolojisi şu fikirlerden türemişti: "İletişimin aracı soyut yapıdır. Bu yapı, iletilmek istenen mesajın her bölümü için yerinde sorulardan ve açıklamalardan oluşan bir çözümlenmeye dayanır. Uygun bir yapı arayışı tasarımcıyı bir mesaj hakkındaki en basit sorgulamayı yapmaya zorlar ve bu sayede mesajın özü, mesajın yüzeysel tarzının getirdiği düşüncelerden yalıtılır." Basel Okulu'nun ana hedefi,

tematiksel oranları hassasiyetle hesaplanarak düzenlenir ve tipografi kurallarına çok dikkat edilir." Bill savaştan sonra, önemli bir okul olan Ulm kentindeki Hochschule für Gestaltung'un başına geçti ve usçu tasarım etiğini buradan tüm Avrupa'ya yaydı. İsviçre Okulu ya da Uluslararası Tipografi Tarzı daha sonra Müller-Brockmann, Richard P. Lohse, Hans Neuburg, Carlo L. Vivarelli ve Karl Gerstner gibi Zürih ve Basel'li genç tasarımcılar tarafından da geliştirildi. Bu sanatçılar tasarımı, nesnel gerçeklerin iletilmesinde yaşamsal önem taşıyan bir araç olarak görüyorlardı. Nesnel fotoğrafçılık, turnaksız harfler, süslemesizlik ve kareli düzlemi kaynak alan titiz kompozisyon bu tarzın en belirgin özellikleriydi. İlk kimin tarafından kullanıldığı bilinmemesine karşın, kareli düzlem savaş sonrası dönemin en önemli tasarım aracı haline geldi. Bu araç prospektüslerde, broşürlerde, kitaplarda ve sergi kataloglarında kullanıldı ve uluslararası iş dünyasının gereksinimlerine mükemmel uyum gösterdi. 1958 yılında Lohse, Müller-Brockmann, Vivarelli ve Neuburg tarafından kurulan Neue Grafik [Yeni Grafik] dergisinde bu sistematik yaklaşım anlatıldı, çözümlendi ve savunuldu. İsviçre tasarımının felsefesi, Zürih ve Basel'deki iki önemli okul tarafından yayılıyordu. Josef Müller-Brockmann geçmişteki, Armin Hofmann da gelecekteki yaklaşımı örnekliyorlardı. Basel Okulu mezunu Kenneth Hiebert'e göre okulun metodolojisi şu fikirlerden türemişti: "İletişimin aracı soyut yapıdır. Bu yapı, iletilmek istenen mesajın her bölümü için yerinde sorulardan ve açıklamalardan oluşan bir çözümlenmeye dayanır. Uygun bir yapı arayışı tasarımcıyı bir mesaj hakkındaki en basit sorgulamayı yapmaya zorlar ve bu sayede mesajın özü, mesajın yüzeysel tarzının getirdiği düşüncelerden yalıtılır." Basel Okulu'nun ana hedefi,

baştan çıkarma değil iletişimdi. Öyle bir iletişim ki, mesajın içeriğine uygun sembollerini kullanmayı zorunlu kılıyordu. İdeal olarak bu yöntemin sonucu, evrensel geçerliliği olan bir metafor ve bir mesajdı. Hiebert'in bir yazısında söylediği gibi İsviçre Okulu, tasarımın çevrenin anlamsızca altüst edilmesinden öte bir şey olmasıyla ilgileniyordu.

**Joseph Müller-Brockmann. Beethoven. Konser afişi, 1955. Tasarımcının koleksiyonundan**



**Armin Hofmann. Basel Municipal Theater. Afiş, 1963. Tasarımcının koleksiyonundan**



**Joseph Müller-Brockmann. Schützt das Kind! [Çocukları Koruyun!] İsviçre Otomobil Kulübü için afiş, 1955. Tasarımcının koleksiyonundan**

baştan çıkarma değil iletişimdi. Öyle bir iletişim ki, mesajın içeriğine uygun sembollerini kullanmayı zorunlu kılıyordu. İdeal olarak bu yöntemin sonucu, evrensel geçerliliği olan bir metafor ve bir mesajdı. Hiebert'in bir yazısında söylediği gibi İsviçre Okulu, tasarımın çevrenin anlamsızca altüst edilmesinden öte bir şey olmasıyla ilgileniyordu.

## Kurumsal Tarz

1950'lerin başlarında, Bilgi Çağı'nın yıldızları televizyon ve bilgisayardı. Artık biraz yaya kalan İletişim Sanatı terimi de, yerini daha incelikli bir ifade olan Kurumsal İletişim'e bırakmıştı. Kurumsal iletişim tasarımcısının görevi, tutarlı kurum kimlikleri ve reklam kampanyaları üretmek ve bunları sürdürmektir. Avrupa Modernizmi'nin yetiştirdiği ya da etkilediği Amerika'lı tasarımcılar, döneme özgü belirgin bir metodoloji geliştirmişlerdi. Avrupa'nın dogmatik kısıtlamalarının çoğundan arınmış olarak, işlerinde sade ve ekonomik grafikler ile enerji





Gene Federico. Woman's Day. [Kadın Günü.] Dergi için reklam, 1953. Tasarımcının koleksiyonundan

dolu, fotografik vurgular gibi belirgin ortak özellikleri paylaşıyorlardı.

## Canlanma

1950'lerin ortalarında, bazı ilüstratör ve tasarımcılar, eski grafik yaklaşımları tekrarlayarak, klasik Modernizm'e bir alternatif oluşturdular. Bu hareket, Post Modernizm'in de habercisiydi. Önceleri modasının geçtiği düşüncesiyle popüler kültürün çöp sepetini boylamış olan ilkel resim, Victoria tarzı, Art Nouveau ve Art Deco grafik motifleri, taze esin kaynakları olarak tekrar ele alındılar. Elle

Barry Zaid. Mata Hari. The Push Pin Graphic'te yayınlanan çizimler, 1973. Tasarımcının arşivinden

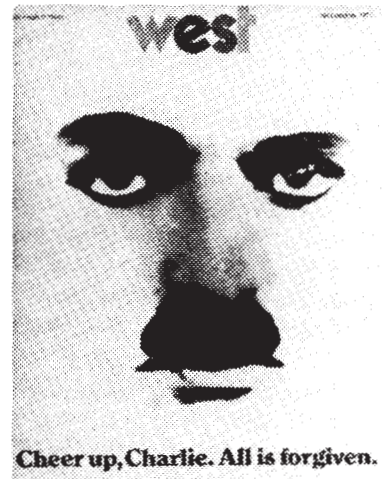


üretmiş görüntüler, bütünsel tasarımlar halinde tipografi ile yeniden birleştirildiler. Bunun yanı sıra, on dokuzuncu yüzyıl tahta harfleri ve bunları izleyen erken yirminci yüzyıl başlık harflerinin film üzerinde üretilen yeni kopyaları tasarımcıların retroformlara yeniden ilgi duymalarını sağladı. Bu yaklaşım, çokuluslu şirketler dünyasının iletişim gereksinimlerine uygun değildi ama, tarihsel tarzlara düşkünlüğün neşeli uygulamaları, özellikle dergi ve kitap tasarımları, plak kapakları, kültürel afişler ve ambalajlar için idealdi.

## Eklektisizm

1960'lara gelindiğinde, ticaret hedefli endüstriyel toplumların tümünde tasarım bilinci oluşmuştu. Tasarım okullarının giderek çoğalması, fotografik tekniklere daha kolay ulaşılabilmesi ve aralarından seçim yapılabilecek grafik tasarım yaklaşımlarının çokluğu, tek bir tarzın baskın olamamasına yol açtı. Bireysel tarza sahip ünlü tasarımcıların taklit edilmelerine karşın, tinsel, siyasal ve estetik yönlendirici güçler olmadığından, eklektik duyarlılık iyiden iyiye yüreklendirildi. Böylece, ortaya

Michael Salisbury. West [Batı]. Los Angeles Times gazetesinin Pazar eki için dergi kapağı, 26 Aralık 1971. Tasarımcının arşivinden

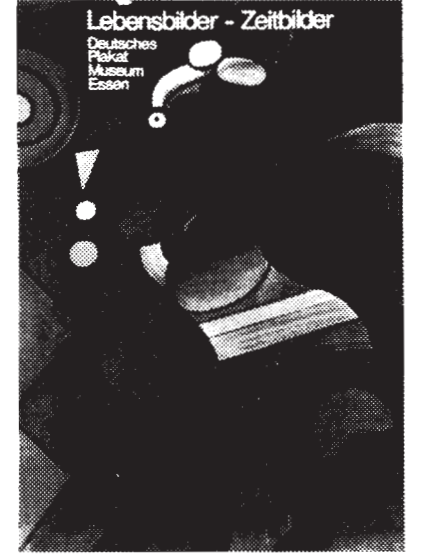


James McMullan'ın gerçekçi sulu-boyalardan R. Crumb'ın cüretkâr çizgi romanlarına dek uzanan, bir-birinden çok farklı işler çıktı. Herb Lubalin, "ezilmiş harf [smashed type]" diye adlandırılan tipografisi ve kıskırtıcı sözcük/görüntü karışımı işleriyle yalnızca Amerikan reklamcılığını ve dergi tasarımını değil, işlerinin yayınlandığı Avant Garde ve benzeri yayınların nadir ve pahalı olduğu Doğu Avrupa okullarında da müthiş etkili oldu. Başında oldukları dergilerin görünüş ve içeriklerini birer orkestra şefi ustalığıyla düzenleyen Henry Wolf ve Willi Fleckhaus da etkili sanat yönetmenlerindendir. Londra'da ise Pentagram stüdyoları, yavan kurumsal ve ticarî iletişimi kendilerine özgü iğneleyici mizah anlayışlarıyla dolduruyorlardı.

## Polonya

Çağdaş Polonya afiş okulları İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, savaşın perişan ettiği bir ulusu yeniden yapılandırmaya yönelik coşkulu çabaların ürünüydüler. Televizyon yoktu. Yalnızca birkaç radyo istasyonu vardı ve gazeteler de yetersizdi. Yeni Komünist hükümet afişin bir iletişim biçimi olarak gücünü kabul etti ve çok değişik konularda afişler üretmesi için bir devlet ajansı kurdu. Bu afişlerin bir bölümü siyasi ve eğiticiydi. Ancak, çoğunluğu kültürel olayları duyuran afişler oluşturuyordu. Kendine özgü garipliğiyle Polonya tarzının ilk gelişmeye başladığı verimli topraklar da sinema afişleri oldu. Bu afişlerde film sahnelerine hemen hemen hiç rastlanmıyordu. Sanatçılar bunun yerine çoğu kez görsel mecaz yoluyla filmin özünü ifade etmeye çalışıyorlardı. Kültür afişleri sanatçılar için kendi tarzlarını ve kimliklerini ortaya koymaya çalıştıkları önemli bir bireysel ifade ortamı haline gelmişti. Polonya okulu tutarlı bir hareketten çok, çılgın bir çeşitliliğe sahip bir resimler ve tasarımcılar topluluğuydu. 1950'ler ile 70'ler arasındaki dönem eleştirmenler Polonya afişinin altın çağı olarak kabul ederler. Polonyalıların işleri reklam sanatı olarak kabul ediliyordu ama, Batı ticaret dünyasında benzerleri daha önce hiç görülmemişti. Polonya afişlerindeki tuhaf, özgün dünya görüşü, Art Nouveau, Gerçeküstücülük ve Pop Art gibi Batı tarzlarının yaratıcı uygulamaları yoluyla gelişmişti. Batı tasarımının kurallarına kulak asmayan Polonyalı tasarımcılar resim, fotoğraf ve elyazısını benzersiz ve kimi zaman da uyumsuz bir biçimde kullanıyorlardı. Öncü Polonyalı tasarımcılar arasında, işlerini Gerçeküstücü dağara dayandıran Franciszek Starowieyski ve ürkütücü imgeleminde Jugendstil'in izlerine rastlanan Jan Lenica sayılabilir. Tasarımda klişelerin bollaşması ile

Polonya'da 70'li yılların sonlarında yaratıcılık sıkıntısı çekilmeye başlandı. 80'lerin başlarında ise Dayanışma Hareketi'nin başlamasıyla, heyecanlandırıcı görsel iletişim gereksinimi kısa bir süre için tekrar gündeme geldi.



Jan Lenica. Lebensbilder-Zeitbilder. Essen kentindeki afiş müzesinin açılış sergisi için afiş, Batı Almanya, 1984. Tasarımcının arşivinden



Leszek Drzewinski. Punkty za Pochodzenie [Başlangıç Noktası]. Savaş karşıtı afiş, 1985. Tasarımcının arşivinden

## Saykadelik

Saykadelik kısa bir süre boyunca, 1960'ların Amerikan genç kültürünü oldukça dürüst bir biçimde yansıtmıştı. Ancak bu akım daha sonra ticaret dünyasını yönlendirenler tarafından pazarlanabilecek bir moda olarak algılandı. İğincidir, saykadeliyi en iyi Otto Wagner'in gesamtkunstwerk (Bir bütün olarak sanat yapısı) terimi tanımlar. Çünkü bu terim, hippie hareketinin komünal yaşamı geri getirmesini, el sanatları üretimini canlandırma çabasını ve plastik sanatların müzik ve edebiyatla birleştirilmesini çağrıştırılmaktadır. Saykadelik tarz en saf haliyle gazete, el ilanı ve afiş tasarımında, modada, takı, mobilya ve otomobil tasarımında uygulanmıştı (akımın California'daki ilk temsilcileri





John R. Moenring. Donovan. Konser afişi, 1962. Art Chantry arşivinden



Wes Wilson. Buffalo Springfield / Steve Miller Blues Band. Konser afişi, 1967. Library of Congress. Washington, D.C. Afiş koleksiyonundan

Tasarımcısı bilinmiyor. Buffalo Springfield. Konser afişi, 1967. Art Chantry arşivinden



rock'n roll'a geçmeden önce yaşamlarını yarış otomobili süsleyerek kazanıyorlardı). Görsel bir şifreydi saykadelik. Çıplak gözle veya halusinojenlerin yardımıyla sembolizmin katmanlarını delerek mesajı okuyabilenler, bu "underground" ailesinin üyeleri olabiliyorlardı. Saykadelik Avusturya Ayrılıkçılığının harflerini, Art Nouveau süslemelerini, Doğu Hint sembollerini ve Victoria dönemi tipografisini yeniden kullanmasına karşın, esin kaynağı uyuşturucu maddeler olan renk paleti ve çizgi roman ikonografisi ile belirgin bir Amerikan grafik tarzı idi. En yenilikçi Saykadelik sanatçıları, underground çizerler Wes Wilson, Rick Griffin, Stanley Mouse ve Victor Moscoso, West Coast rock konserleri için birlikte yüzlerce afiş üretmişlerdi. Ellili yıllarda Beat hareketinin başkenti olan San Fransisco, hippie ve Saykadelik hareketlerinin de doğum yeri oldu. Ancak Saykadelik tarzın versiyonları zamanla tüm ABD'ne ve daha sonra Avrupa'ya yayıldı. Altmışlı yılların sonlarında, grafik tarzı tipografik illüstrasyonlardan akışkan çizgi roman imgelemine kadar uzanan John Van Hamersveld, Saykadelik'in Los Angeles'daki yenilikçi temsilcilerinden. Çok basit yöntemlerle Saykadelik görüntüler üretilebildiğinden (örneğin, elyazısı için yalnızca bir rapido gerekliydi) ve basım maliyetleri düşük olduğundan ("split-fountain" renk tekniği ile baskı makinesinden yalnızca bir geçiş yeterliydi) Saykadelik afişler akla gelebilecek her yere ulaşabiliyorlardı. Bir eleştirmenin "afişler kenti" adını verdiği Seattle'da oldukça üretken bir afiş ve el ilanı sanatçıları komünü oluşmuştu. New York City, underground gazeteleri ve orijinal Psychedelicatessen'leri ile tanınıyordu. Atlanta, Chicago ve Dallas da Saykadelik'in diğer merkezleriydi. Saykadelik'in günümüze miras bırakabilmesindeki en önemli etkenlerden biri, Photolettering Inc'in 1969'da yayınladığı ve dileyen herkesin Saykadelik tarzda tipografi üretmesine olanak sağlayan Psychedelictype dizgi kataloğu oldu.

## Japonya

Avrupa'daki avant-garde hareketlerin etkisiyle, Avrupa ile aynı tarihlerde, yani 1910'larda Tokyo'da Modernist bir hareket başladı. Ancak bu hareket 1930'lara gelindiğinde Japonya'nın militarist döneminin etkisiyle sinmek zorunda kaldı. Bu ruhun yeniden canlanması için yaklaşık yirmi yıl geçmesi gerekecekti. Etki odağı Avrupa'dan Amerika'ya kayarken, tarihçi James Fraser şöyle diyordu: "İkinci Dünya Savaşı sonrasında Japon Grafik tasarımı ne kadar aldıysa, bir o kadar da vermiştir." 1960 yılında, savaş sonrasında hız-



Yusaku Kamekura. Hiroshima Appeals [Hiroshima Çağırıyor]. Afiş, 1983. Tasarımcının arşivinden

la gelişen sanayi ortamında, Yusaku Kamekura Japon Tasarım Merkezi'nin Genel Müdürü olmasının verdiği güçle yenilikçi tasarımcıları bir araya getirdi. Sonuç müthişti. Tadanori Yokoo Uluslararası Tarz'dan koparak daha sezgisel ve anarşik bir yaklaşım benimsedi. Bu yaklaşımında Japonların hem Doğu'ya hem de Batı'ya ait, geçmiş, güncel ve gelecek kültürel ikonlara olan hayranlığını vurguluyordu.

1970 yılında yetmiş altı ülkenin katılımı ile düzenlenen Osaka Dünya Fuarı, Japon tasarımcılar için bir dönüm noktası oluşturdu. Bunca yabancı konukla ilişkiye girmek Japon tasarımcıların kendi kültürel köklerini gözden geçirmelerine ve bunları mimarlıkta, el sanatlarında ve grafik tasarımda uygulamalarına yol açtı. Çağdaş Japon reklam tasarımcılarının çoğu, Batı'nın Pop Art, çizgi roman, televizyon ve sinema görüntülerini ödünç aldıkları halde, bunları geliştirmekte olan çağdaş, high-tech Japon toplumunun hayallerine dönüştürdüler. Temelde Konstruktivist ve Bauhaus'dan esinlenmiş bir metodoloji ile yola çıkıp, kültürel olarak daha eklektik bir görsel dığara doğru kayan Japon tasarımcılar, daha sonra Amerika ve Avrupa'da gelişecek olan Yeni Dalga ve

Post-Modern eğilimlerin ilk örneklerini verdiler. Bu ilgi odağı değişimi organize bir biçimde gerçekleştirmede. Daha çok bağımsız tasarımcıların kişisel çalışmalarında ayrı ayrı oluştu. Öncü bireysel Japon tasarımcılar arasında en önemlisi Shigeo Fukuda'ydı. Tarzı diğer Japon tasarımcılardan belirgin bir biçimde farklı olan Fukuda'nın yalın, sembolik imgelemi, Japonların azla yetinme eğilimini esprili, iğneleyici bir duyarlılıkla birleştiriyordu.

(Sürecek)

## YAZILAR

Grafikerler 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